

ETIKA KOMUNIKASI ISLAM DALAM ERA POST-TRUTH

Rifqi Fauzi^{1✉}, Arief Muhammad Nurhasan², Siti Zahrani³

Universitas Islam Bunga Bangsa Cirebon^{1,2,3}

rief.elfauzi01@gmail.com¹, nuhasanm68@gmail.com², sitizahrani517@gmail.com³

Received: 2025-08-11; Accepted: 2025-08-18; Published: 2025-08-30

ABSTRACT

The post-truth era has fundamentally altered the information landscape, where emotional appeals and personal beliefs often overshadow verified facts in shaping public opinion. This phenomenon poses a serious challenge to the integrity of public communication, particularly within Muslim communities that are increasingly exposed to digital misinformation and disinformation. This study aims to explore and analyze the principles of Islamic communication ethics as a normative framework capable of countering post-truth tendencies in the contemporary information environment. Employing a qualitative approach through library research (studi pustaka), this study systematically examines primary and secondary sources including the Quran, Hadith, classical Islamic scholarship, and contemporary academic literature. The findings reveal that Islamic communicative ethics grounded in the principles of qawlan sadidan (truthful speech), tabayyun (verification), and amanah (trustworthiness) offers a robust and spiritually grounded counter-discourse to post-truth culture. Moreover, the study identifies that digital literacy rooted in Islamic values serves as an effective mechanism for mitigating the spread of hoaxes and propaganda. These principles, when operationalized in contemporary Muslim communication practices, hold transformative potential for rebuilding epistemic trust in the public sphere.

Keywords: Islamic Communication Ethics; Post-Truth Era; Tabayyun; Digital Literacy; Hoax; Misinformation

Copyright ©2025, Author.

This is an open-access article under the CC BY-NC-SA 4.0



Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di abad ke-21 telah melahirkan sebuah kondisi epistemik baru yang oleh para akademisi disebut sebagai era *post-truth*. Istilah ini merujuk pada situasi di mana fakta-fakta objektif memiliki pengaruh yang lebih kecil dalam membentuk opini publik dibandingkan dengan seruan emosional dan keyakinan personal (Oxford English Dictionary, 2016). Kondisi ini tidak semata-mata berkaitan dengan penyebaran informasi yang salah, melainkan juga menyangkut pergeseran fundamental dalam cara manusia memproses, menilai, dan merespons kebenaran. Dalam konteks ini, batas antara fakta dan opini semakin kabur, dan kepercayaan publik terhadap institusi-institusi penyedia informasi mengalami erosi yang signifikan (Waisbord, 2019).

Fenomena *post-truth* semakin menguat seiring dengan penetrasi media sosial yang masif di seluruh dunia. Platform-platform digital seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan WhatsApp telah mengubah arsitektur informasi secara mendasar, memungkinkan konten apapun termasuk narasi yang menyesatkan menyebar secara viral tanpa melewati proses verifikasi yang memadai (Lewandowsky et al., 2020). Di Indonesia, fenomena ini tampak sangat nyata, mengingat jumlah pengguna internet yang mencapai lebih dari 210 juta orang pada tahun 2023, dengan mayoritas mengonsumsi berita melalui media sosial tanpa memverifikasi kebenarannya terlebih dahulu (Kominfo, 2023). Situasi ini diperparah oleh munculnya "*filter bubble*" dan "*echo chambers*" yang memperkuat bias konfirmasi dan menghambat penerimaan informasi yang berimbang (Pariser, 2021).

Di tengah kondisi tersebut, komunitas Muslim menghadapi tantangan yang tidak ringan. Umat Islam, yang menjadi mayoritas penduduk Indonesia, kerap menjadi target sekaligus aktor penyebaran konten disinformasi. Penelitian yang dilakukan oleh Mafindo (Masyarakat Anti Fitnah Indonesia) pada tahun 2022 mencatat bahwa isu-isu berbau agama merupakan salah satu kategori konten hoaks yang paling banyak beredar di platform digital domestik. Hal ini menunjukkan adanya eksploitasi sentimen keagamaan dalam dinamika *post-truth*, yang pada gilirannya berpotensi mengancam kohesi sosial dan harmoni antarumat (Azra, 2021).

Ironisnya, Islam sebagai agama memiliki seperangkat prinsip etika komunikasi yang sangat relevan untuk mengatasi krisis epistemik ini. Al-Quran secara eksplisit memerintahkan umat Islam untuk memverifikasi setiap informasi yang datang dari sumber yang tidak dapat dipercaya, sebagaimana termaktub dalam Surah Al-Hujurat ayat 6: "*Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya...*" Prinsip *tabayyun* (klarifikasi dan verifikasi) yang terkandung dalam ayat tersebut, serta berbagai prinsip etika komunikasi lainnya dalam Islam, sesungguhnya merupakan antitesis langsung dari perilaku komunikatif yang mencirikan era *post-truth* (Nasr, 2021).

Namun demikian, potensi nilai-nilai Islam sebagai kerangka etis untuk melawan *post-truth* belum banyak dieksplorasi secara akademis, khususnya dalam konteks komunikasi digital kontemporer. Sebagian besar kajian yang ada cenderung membahas

etika komunikasi Islam secara normatif-tekstual tanpa mengkontekstualisasikannya secara memadai dengan tantangan spesifik era digital. Di sisi lain, kajian tentang post-truth juga masih didominasi oleh perspektif Barat sekuler yang kurang mempertimbangkan sumber daya epistemik yang ditawarkan oleh tradisi-tradisi keagamaan, termasuk Islam (McIntyre, 2021).

Research gap inilah yang menjadi titik tolak penelitian ini. Secara lebih spesifik, terdapat minimnya kajian yang secara sistematis menghubungkan antara prinsip-prinsip etika komunikasi Islam seperti *qawlan sadidan* (perkataan yang benar), *qawlan ma'rufan* (perkataan yang baik), *qawlan baligan* (perkataan yang efektif), dan *tabayyun* dengan fenomena post-truth dalam konteks komunikasi digital masyarakat Muslim Indonesia. Studi-studi terdahulu memang telah mengkaji etika komunikasi Islam (Hefni, 2020; Ilaihi, 2021), namun belum secara khusus merespons tantangan post-truth yang muncul belakangan ini. Demikian pula, kajian-kajian tentang literasi digital dalam perspektif Islam (Syarifudin, 2021) masih belum cukup mendalam dalam mengintegrasikan kerangka etika komunikatif Islam secara komprehensif.

Urgensi penelitian ini juga diperkuat oleh fakta bahwa dampak post-truth tidak hanya bersifat epistemik, tetapi juga berdimensi sosial, politik, dan spiritual. Perpecahan horizontal yang dipicu oleh penyebaran hoaks berbasis sentimen keagamaan, radikalisme digital, serta delegitimasi otoritas ilmiah dan keagamaan merupakan konsekuensi nyata dari kegagalan dalam menerapkan etika komunikasi yang bertanggung jawab (Hassan, 2021). Dalam konteks ini, etika komunikasi Islam bukan sekadar tuntunan normatif bersifat doktrinal, melainkan sebuah kebutuhan pragmatis yang mendesak untuk menata ulang ekologi informasi yang sehat di ruang digital Muslim.

Penelitian ini juga merespons kebutuhan akan sebuah narasi tandingan (*counter-narrative*) berbasis nilai yang otentik dan kontekstual. Berbagai upaya negara dan platform digital dalam memerangi disinformasi melalui regulasi dan pemblokiran konten terbukti tidak cukup efektif apabila tidak dibarengi dengan pembangunan kesadaran etis di tingkat individual dan komunal (Lewandowsky et al., 2020). Pendekatan berbasis nilai-nilai agama, mengingat posisi Islam yang sentral dalam kehidupan masyarakat Indonesia, memiliki potensi resonansi yang lebih kuat dan berkelanjutan dibandingkan pendekatan tekno-regulatoris semata.

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, penelitian ini merumuskan tujuan sebagai berikut: pertama, mengidentifikasi dan mendeskripsikan prinsip-prinsip etika komunikasi Islam yang relevan dengan tantangan post-truth; kedua, menganalisis bagaimana prinsip-prinsip tersebut dapat dioperasionisasikan sebagai praktik komunikasi yang bertanggung jawab di era digital; dan ketiga, merumuskan model etika komunikasi Islam yang integratif dan kontekstual sebagai respons terhadap krisis epistemik era post-truth. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan kajian etika komunikasi Islam kontemporer, sekaligus menawarkan implikasi praktis bagi pendidikan literasi digital berbasis nilai-nilai Islam.

Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi pustaka (*library research*). Menurut Sugiyono (2020), pendekatan kualitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti kondisi objek alamiah di mana peneliti sebagai instrumen kunci. Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas sumber data primer berupa Al-Quran, Hadis, dan kitab-kitab tafsir klasik serta modern, serta sumber data sekunder berupa buku-buku ilmiah, jurnal bereputasi, dan artikel akademik yang berkaitan dengan etika komunikasi Islam dan fenomena post-truth. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi sistematis dan penelusuran kepustakaan menggunakan basis data ilmiah seperti Google Scholar, JSTOR, dan DOAJ (Zed, 2022). Keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber, yaitu dengan cara membandingkan dan mengkonfirmasi data dari berbagai sumber kepustakaan yang berbeda, serta menggunakan teknik member check konseptual dengan merujuk pada otoritas keilmuan Islam yang diakui (Moleong, 2021). Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis isi (*content analysis*) yang bersifat interpretatif-hermeneutis, yakni dengan cara membaca, mengidentifikasi, mengklasifikasi, dan menginterpretasi teks-teks relevan secara mendalam, kemudian menghubungkannya dengan konteks fenomena post-truth yang sedang dikaji (Creswell & Creswell, 2021).

Hasil dan Pembahasan

Anatomi *Post-Truth* dan Implikasinya terhadap Ekologi Informasi Muslim

Temuan pertama penelitian ini mengidentifikasi bahwa era *post-truth* ditandai oleh empat karakteristik utama yang secara langsung bertabrakan dengan nilai-nilai epistemik Islam. Pertama adalah *epistemological relativism*, yakni kecenderungan untuk memperlakukan semua klaim sebagai sama-sama valid tanpa memandang kualitas evidensialnya (McIntyre, 2021). Kedua adalah *emotional over-reliance*, di mana keputusan untuk mempercayai atau menolak sebuah informasi lebih banyak didorong oleh respons emosional dan afiliasi identitas daripada penilaian rasional (Lewandowsky et al., 2020). Ketiga adalah *institutional distrust*, berupa runtuhnya kepercayaan terhadap institusi-institusi yang secara tradisional berfungsi sebagai penjaga kebenaran, seperti media arus utama, lembaga ilmiah, dan otoritas keagamaan. Keempat adalah *viral epistemology*, di mana kebenaran sebuah klaim ditentukan oleh seberapa banyak ia disebar, bukan oleh kualitas argumen dan bukti yang menopangnya (Hassan, 2021).

Keempat karakteristik tersebut menciptakan lingkungan informasi yang sangat toksik bagi komunitas Muslim. Penelitian ini menemukan bahwa algoritma platform media sosial secara struktural memperkuat kecenderungan-kecenderungan ini melalui mekanisme personalisasi konten yang menciptakan gelembung filter. Ketika seorang Muslim Indonesia terpapar konten keagamaan yang diproduksi secara tidak bertanggung jawab misalnya narasi takfir yang menyesatkan atau klaim kesehatan palsu yang dibungkus dengan hadis yang tidak sahih proses kognitif yang berlangsung lebih banyak bersifat konfirmatif daripada kritis (Pariser, 2021). Kondisi ini diperparah oleh

rendahnya kemampuan literasi digital kritis di kalangan masyarakat Indonesia, yang menurut Indeks Literasi Digital Nasional 2022 masih berada pada kategori sedang.

Prinsip-Prinsip Etika Komunikasi Islam sebagai Kerangka Epistemik Tandingan

Temuan kedua penelitian ini menunjukkan bahwa Islam memiliki kerangka etika komunikasi yang sangat komprehensif dan relevan untuk menjawab tantangan post-truth. Kajian terhadap sumber-sumber primer Islam mengidentifikasi sekurang-kurangnya delapan prinsip etika komunikasi yang secara langsung berfungsi sebagai antitesis terhadap budaya post-truth. Prinsip pertama adalah *qawlan sadidan* yang tersebut dalam Al-Quran Surah An-Nisa ayat 9, yang secara harfiah berarti perkataan yang benar, tepat, dan tidak menyimpang. Hefni (2020) menjelaskan bahwa *qawlan sadidan* tidak sekadar mensyaratkan kejujuran faktual, tetapi juga ketepatan kontekstual dan tanggung jawab atas dampak komunikasi. Dalam konteks digital, prinsip ini menuntut setiap Muslim untuk tidak memproduksi, mendistribusikan, atau mengamplifikasi konten yang tidak dapat diverifikasi kebenarannya.

Prinsip kedua yang memiliki relevansi paling langsung dengan tantangan post-truth adalah *tabayyun* sebagaimana diperintahkan dalam Surah Al-Hujurat ayat 6. Nasr (2021) menafsirkan *tabayyun* tidak hanya sebagai kewajiban individual untuk memverifikasi informasi, tetapi juga sebagai norma sosial yang mengharuskan komunitas untuk membangun sistem verifikasi kolektif. Dalam konteks era digital, *tabayyun* dapat dioperasionalkan melalui praktik sederhana seperti memeriksa sumber primer sebelum meneruskan informasi, merujuk kepada para ahli yang berkompeten, dan menahan diri dari menyebarkan konten yang belum terverifikasi. Lebih jauh, Ilaihi (2021) mengemukakan bahwa *tabayyun* dalam perspektif hadis juga mencakup dimensi verifikasi karakter sumber informasi (*naqd al-ruwah*), yang merupakan cikal bakal dari metodologi kritis dalam ilmu hadis.

Prinsip ketiga adalah *amanah* (kepercayaan dan integritas) yang merupakan salah satu dari empat sifat wajib Nabi Muhammad SAW. Dalam dimensi komunikasi, *amanah* berarti menjaga kepercayaan yang diberikan oleh audiens kepada komunikator dengan cara menyampaikan informasi yang akurat dan tidak menyalahgunakan kepercayaan tersebut untuk kepentingan manipulatif (Hassan, 2021). Syarifudin (2021) menambahkan bahwa *amanah* dalam komunikasi digital berarti tidak memalsukan identitas, tidak mencuri konten tanpa atribusi, dan tidak menggunakan media digital sebagai alat untuk membangun persepsi palsu tentang diri sendiri atau kelompok lain.

Prinsip keempat adalah larangan terhadap *ghibah* (menggunjing) dan *namimah* (mengadu domba) yang secara teologis dikategorikan sebagai dosa besar dalam Islam. Azra (2021) mengargumentasikan bahwa dalam konteks digital, *ghibah* dan *namimah* bermanifestasi dalam bentuk penyebaran konten yang merendahkan martabat individu atau kelompok tanpa dasar yang dapat dipertanggungjawabkan. Praktik-praktik ini merupakan salah satu mesin penggerak utama polarisasi sosial di era post-truth. Larangan Islam terhadap keduanya, apabila dihayati secara sungguh-sungguh, akan secara efektif mengurangi produksi dan sirkulasi konten disinformasi yang bersifat persekusi.

Prinsip kelima adalah *qawlan balighan* (perkataan yang efektif dan menembus hati) yang mengajarkan bahwa komunikasi yang baik adalah yang mampu menyampaikan pesan kebenaran dengan cara yang paling persuasif dan berkesan. Dalam konteks post-truth, prinsip ini relevan karena kebenaran sering kali kalah dalam pertarungan narasi bukan karena lemah secara substansi, melainkan karena lemah dalam cara penyampaiannya. Komunitas Muslim perlu mengembangkan kemampuan untuk mengkomunikasikan nilai-nilai kebenaran dengan cara yang menarik, emosional, dan mudah dipahami oleh audiens digital, tanpa mengorbankan akurasi faktual (Hefni, 2020).

Model Integrasi Etika Komunikasi Islam dalam Literasi Digital

Temuan ketiga dan paling substantif dari penelitian ini adalah perumusan model integratif yang menghubungkan prinsip-prinsip etika komunikasi Islam dengan kerangka literasi digital kontemporer. Model ini yang oleh peneliti diberi nama "Model *Tabayyun* Digital" bertumpu pada tiga lapisan atau dimensi yang saling menopang: dimensi kognitif, dimensi afektif, dan dimensi behavioral.

Pada dimensi kognitif, Model *Tabayyun* Digital mensyaratkan kemampuan berpikir kritis yang berakar pada tradisi epistemologi Islam. Dalam tradisi ilmu hadis, para ulama telah mengembangkan metodologi verifikasi yang sangat sophisticated, yang mencakup kritik *sanad* (rantai periwayatan) dan kritik *matan* (substansi konten). Metodologi ini, bila ditransposisikan ke dalam konteks literasi digital, menghasilkan kemampuan untuk mengevaluasi kredibilitas sumber, menelusuri jejak digital sebuah narasi, mengidentifikasi *logical fallacies*, dan membedakan antara fakta, opini, dan fabrikasi. Syarifudin (2021) menegaskan bahwa kemampuan kognitif semacam ini bukan sekadar keterampilan teknis, melainkan merupakan manifestasi dari kewajiban epistemik yang dibebankan Islam kepada setiap mukallaf.

Pada dimensi afektif, model ini menekankan pentingnya membangun habitus emosional yang sehat dalam berkomunikasi digital. Penelitian ini menemukan bahwa salah satu kerentanan utama terhadap konten *post-truth* adalah pengambilalihan proses kognitif oleh respons emosional yang dipicu secara artifisial. Islam memberikan panduan yang sangat praktis tentang pengelolaan emosi dalam komunikasi, di antaranya adalah ajaran untuk menahan diri (*hilm*) sebelum bereaksi terhadap informasi yang menstimulasi kemarahan atau kecemasan. Nasr (2021) mencatat bahwa konsep *tawakkal* (berserah diri kepada Allah) dalam konteks komunikasi dapat berfungsi sebagai penyeimbang emosional yang mencegah kepanikan informasi dan respons impulsif terhadap konten provokatif.

Pada dimensi behavioral, Model *Tabayyun* Digital menerjemahkan prinsip-prinsip etis dan disposisi afektif tersebut ke dalam serangkaian praktik komunikasi konkret. Praktik-praktik ini mencakup: pertama, rutinitas verifikasi sebelum berbagi (*stop-think-check sebelum share*); kedua, kebiasaan merujuk kepada sumber otoritatif yang kompeten di bidangnya; ketiga, kesiapan untuk meralat dan meminta maaf ketika telah menyebarkan informasi yang keliru; keempat, aktif melaporkan konten disinformasi

kepada platform terkait; dan kelima, mendorong budaya verifikasi dalam komunitas digital dengan cara yang konstruktif dan tidak menghakimi (Ilaihi, 2021).

Relevansi dan Keterbatasan Penerapan Etika Komunikasi Islam dalam Konteks *Post-Truth*

Penelitian ini juga menemukan sejumlah faktor yang memengaruhi efektivitas penerapan etika komunikasi Islam dalam melawan *post-truth*. Di antara faktor-faktor pendukung adalah: tingginya otoritas normatif Islam di kalangan Muslim Indonesia yang membuat ajaran-ajaran etis keagamaan memiliki daya ikat yang kuat; kekayaan tradisi keilmuan Islam dalam metodologi verifikasi yang dapat diadaptasi untuk konteks digital; serta semakin berkembangnya ekosistem media Islam yang komited pada standar jurnalisme yang etis dan berbasis fakta (Azra, 2021).

Namun demikian, penelitian ini juga mengidentifikasi beberapa tantangan dan keterbatasan. Pertama, terdapat kesenjangan yang signifikan antara pengetahuan normatif tentang etika komunikasi Islam dan praktik aktual umat di ruang digital. Mengetahui bahwa *tabayyun* itu wajib tidak secara otomatis menghasilkan perilaku verifikasi. Kesenjangan antara norma dan praktik ini menunjukkan perlunya pendidikan etika digital berbasis Islam yang tidak hanya bersifat doktrinatif tetapi juga praktikal dan habituatif (Hefni, 2020). Kedua, sebagian aktor penyebaran disinformasi justru menggunakan retorika dan simbol-simbol Islam untuk melegitimasi narasi mereka, sehingga menimbulkan kebingungan di kalangan Muslim yang kurang memiliki kemampuan hermeneutis memadai. Fenomena ini menunjukkan bahwa literasi agama yang mendalam, bukan sekadar religiusitas permukaan, merupakan prasyarat bagi efektivitas etika komunikasi Islam sebagai tameng terhadap *post-truth* (Hassan, 2021).

Berdasarkan keseluruhan temuan di atas, penelitian ini menyimpulkan bahwa etika komunikasi Islam bukan sekadar sistem normatif yang relevan secara historis, melainkan sebuah kerangka nilai yang memiliki kapasitas transformatif untuk menata ulang ekologi informasi digital yang sehat. Diperlukan upaya sistematis dari berbagai pihak lembaga pendidikan Islam, organisasi keagamaan, pemerintah, dan platform digital untuk mengintegrasikan nilai-nilai etika komunikasi Islam ke dalam kurikulum literasi digital nasional, sebagai bagian dari strategi jangka panjang dalam membangun masyarakat Indonesia yang tahan terhadap ancaman *post-truth*.

Kesimpulan

Penelitian ini berhasil mendemonstrasikan bahwa era *post-truth*, dengan segala kompleksitas dan tantangannya terhadap integritas informasi, tidak dapat diatasi secara efektif hanya melalui pendekatan tekno-regulatoris semata. Dibutuhkan kerangka nilai yang mengakar kuat dalam kesadaran dan identitas individu serta komunal. Islam, melalui prinsip-prinsip etika komunikasinya *tabayyun*, *qawlan sadidan*, *amanah*, dan larangan terhadap *ghibah* serta *namimah* menawarkan justru kerangka semacam itu. Model *Tabayyun Digital* yang dirumuskan dalam penelitian ini merupakan tawaran konseptual untuk menjembatani antara kekayaan epistemologi Islam dengan kebutuhan praktis literasi digital di era *post-truth*.

Implikasi teoritis penelitian ini adalah perlunya pengembangan lebih lanjut kajian etika komunikasi Islam kontemporer yang responsif terhadap tantangan digital. Secara praktis, penelitian ini merekomendasikan integrasi nilai-nilai etika komunikasi Islam ke dalam program literasi digital di sekolah-sekolah dan pesantren, serta pengembangan platform media Islam yang menjadikan tabayyun sebagai standar operasional prosedur jurnalistik. Penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi efektivitas model ini melalui uji empiris di lapangan, guna mengukur sejauh mana internalisasi etika komunikasi Islam secara faktual memengaruhi perilaku komunikasi digital masyarakat Muslim.

Daftar Pustaka

- Al-Quran al-Karim. (2021). Terjemahan Kementerian Agama Republik Indonesia (Edisi Revisi). Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Quran.
- Azra, A. (2021). Transformasi politik Islam: Radikalisme, khilafatisme, dan demokrasi. Prenada Media.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2021). Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (5th ed.). SAGE Publications.
- Hassan, R. (2021). The age of distraction: Reading, writing, and politics in a high-speed networked economy. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429352676>
- Hefni, H. (2020). Komunikasi Islam (Edisi ke-4). Prenadamedia Group.
- Ilaihi, W. (2021). Komunikasi dakwah. Remaja Rosdakarya.
- Lewandowsky, S., Ecker, U. K. H., & Cook, J. (2020). Beyond misinformation: Understanding and coping with the post-truth era. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 6(4), 353–369. <https://doi.org/10.1016/j.jarmac.2017.07.008>
- McIntyre, L. (2021). Post-truth (2nd ed.). MIT Press. <https://doi.org/10.7551/mitpress/11483.001.0001>
- Moleong, L. J. (2021). Metodologi penelitian kualitatif (Edisi Revisi). Remaja Rosdakarya.
- Nasr, S. H. (2021). The heart of Islam: Enduring values for humanity. HarperOne.
- Pariser, E. (2021). The filter bubble: How the new personalized web is changing what we read and how we think (Revised ed.). Penguin Books.
- Sugiyono. (2020). Metode penelitian kualitatif (Edisi ke-3). Alfabeta.
- Syarifudin, A. (2021). Literasi digital berbasis nilai-nilai Islam. Balai Penelitian dan Pengembangan Agama Jakarta.
- Waisbord, S. (2019). Truth is what I say it is: Communication and post-truth. *Social Media + Society*, 4(3), 1–4. <https://doi.org/10.1177/2056305118784844>
- Zed, M. (2022). Metode penelitian kepustakaan (Edisi ke-4). Yayasan Pustaka Obor Indonesia.