

**FENOMENA S-LINE DI MEDIA SOSIAL : ANALISIS  
MA'ANIL HADIS TERHADAP ETIKA KETERBUKAAN DIRI  
DI RUANG DIGITAL**

**Rismalia Nurhaliza<sup>1</sup>; Uswatun Hasanah<sup>2</sup>; Sulaiman Mohammad Nur<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>UIN Raden Fatah Palembang, Indonesia; [rsma.haliza.06@gmail.com](mailto:rsma.haliza.06@gmail.com)

<sup>2</sup>UIN Raden Fatah Palembang, Indonesia; [uswatunhasanah\\_uin@radenfatah.ac.id](mailto:uswatunhasanah_uin@radenfatah.ac.id)

<sup>3</sup>UIN Raden Fatah Palembang, Indonesia; [sulaimanmohammadnur\\_uin@radenfatah.ac.id](mailto:sulaimanmohammadnur_uin@radenfatah.ac.id)

<b>Article Info</b>	<b>Abstract</b>
<p><i>Article History</i> Submitted: 1-05-2026 Accepted: 25-05-2026 Published: 1-06-2026</p> <p><i>Keywords:</i> <i>Ethics; hadith; Morality; S-Line; social media.</i></p> <p><i>Correspondence:</i> <a href="mailto:rsma.haliza.06@gmail.com">rsma.haliza.06@gmail.com</a></p>	<p><i>The S-Line phenomenon on social media is a digital cultural trend that raises ethical issues concerning self-disclosure, privacy, and the representation of identity in the digital public sphere. Although there have been numerous studies on oversharing and the ethics of social media usage, research specifically discussing the S-Line phenomenon using the ma'ānī al-ḥadīṣ approach remains very limited. This study aims to examine the S-Line phenomenon along with its ethical and moral implications from the perspective of hadith. The research employs a qualitative method with a virtual field research approach, involving observation of TikTok content and analysis of user interactions related to the S-Line trend. Data collection is conducted through content analysis techniques and the ma'ānī al-ḥadīṣ approach to interpret hadiths related to al-mujāharah and ḥayā' in a contextual manner. The findings indicate that the S-Line phenomenon not only serves as digital entertainment but also acts as a form of identity performance and symbolic openness that may normalize the exposure of private aspects in public spaces. From the perspective of hadith, this practice is associated with the concept of al-mujāharah, which refers to the act of revealing private matters that should be protected. This study affirms that the ma'ānī al-ḥadīṣ approach remains highly relevant for understanding contemporary digital cultural phenomena and provides an ethical foundation for more responsible use of social media.</i></p> <p>Fenomena S-Line di media sosial merupakan salah satu tren budaya digital yang menimbulkan isu etika terkait keterbukaan diri, privasi, dan representasi identitas di ruang publik digital. Meskipun telah banyak penelitian mengenai oversharing dan etika penggunaan media sosial, kajian yang secara khusus membahas fenomena S-Line dengan pendekatan ma'ānī al-ḥadīṣ masih sangat terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji fenomena S-Line beserta implikasi etika dan moralitasnya berdasarkan perspektif hadis. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan virtual field research melalui observasi terhadap konten TikTok dan analisis interaksi pengguna yang terlibat dalam tren S-Line. Pengumpulan data</p>

	<p>dilakukan dengan teknik analisis isi serta pendekatan ma‘ānī al-ḥadīṣ untuk menafsirkan hadis terkait al-mujāharah dan ḥayā’ secara kontekstual. Temuan penelitian menunjukkan bahwa fenomena <i>S-Line</i> bukan hanya berperan sebagai hiburan digital, melainkan juga menjadi wujud performasi identitas dan keterbukaan simbolik yang dapat menormalkan pengungkapan aspek privat di ruang publik. Dari sudut pandang hadis, praktik ini berkaitan dengan konsep al-mujāharah, yaitu tindakan membuka hal-hal privat yang seharusnya dijaga. Penelitian ini menegaskan bahwa pendekatan ma‘ānī al-ḥadīṣ masih sangat relevan dalam memahami fenomena budaya digital saat ini, serta memberikan dasar etika bagi pemanfaatan media sosial yang lebih bertanggung jawab.</p>
--	---

## PENDAHULUAN

Media sosial telah bertransformasi menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan manusia modern, karena membuka ruang komunikasi tanpa batasan waktu dan tempat. Lebih dari sekedar sarana pertukaran informasi, media sosial membentuk pola interaksi, membangun identitas kolektif maupun personal, serta menjadi medium ekspresi di ranah digital.<sup>1</sup> Platform seperti Instagram dan TikTok sangat memengaruhi dinamika sosial, budaya, dan moral di masyarakat modern.<sup>2</sup> Seiring dengan meningkatnya intensitas penggunaan, muncul beragam tren budaya yang berkembang pesat dan tidak semata-mata berfungsi sebagai hiburan, melainkan juga memicu perdebatan etis dan moral. Konten viral, misalnya, kerap mencerminkan perubahan nilai sosial, termasuk pandangan tentang privasi, moralitas, dan batas antara ranah pribadi dengan publik.<sup>3</sup>

Indonesia termasuk negara dengan pengguna media sosial terbanyak di dunia. Berdasarkan laporan *Digital 2025 Global Overview* dari *We Are Social* dan *Meltwater*, pada Januari 2025, ada sekitar 143 juta pengguna aktif atau lebih dari 50% populasi penduduk Indonesia. Angka ini menunjukkan signifikansi pengaruh dunia digital dalam membentuk komunikasi, ekspresi diri, dan nilai moral, terutama

---

1 Adelia Septiani Harahap et al., “Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Etika Remaja Di Era Digital,” no. 2 (2024): 1–9.

2 Zaid Almubarak Simangunsong et al., “Etika Penggunaan Media Social Dalam Perspektif Hadis Studi Tentang Privasi Dan Tanggung Jawab Social” 3 (2025).

3 Fadil Mas’ud et al., “Etika Dalam Media Sosial Antara Kebebasan Ekspresi Dan Tanggung Jawab Digital,” *Jimmi: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Multidisiplin* 2, no. 2 (2025): 235–46, <https://doi.org/10.71153/jimmi.v2i2.289>.

di kalangan generasi muda.<sup>4</sup> Intensitas penggunaan media sosial yang tinggi tidak hanya mengubah pola komunikasi, tetapi juga memunculkan berbagai tren budaya digital yang kerap menimbulkan perdebatan etis di ruang publik daring.

Fenomena *S-Line* merupakan salah satu tren kontroversial yang bersumber dari budaya populer Korea Selatan. Istilah ini mulai dikenal secara luas melalui serial drama berjudul *S-Line* yang ditayangkan pada Juli 2025. Serial tersebut menarik perhatian publik karena menyajikan narasi simbolis mengenai "garis merah" (*sex line*), yang berfungsi sebagai representasi visual yang menghubungkan individu-individu berdasarkan riwayat hubungan intim mereka.<sup>5</sup> Fenomena *S-Line* berawal dari adaptasi webtoon karya Kkomabi yang kemudian menjadi populer melalui serial drama Korea *S-Line* pada tahun 2025. Dalam drama tersebut, simbol "garis merah" melambangkan hubungan pribadi antarindividu dan menyoroti isu privasi, terbukanya aib, serta stigma sosial di ranah publik. Simbolisme ini selanjutnya diadopsi oleh pengguna media sosial sebagai bagian dari ekspresi budaya digital masa kini.<sup>6</sup>

Simbolisme itu lantas diadopsi oleh para pengguna media sosial dan mengalami perubahan makna, dari unsur fiksi menjadi bagian dari ekspresi budaya digital. Fenomena *S-Line* kini tak lagi sekadar hiburan, melainkan berkembang menjadi praktik sosial melalui komentar, candaan, serta konten visual yang bermakna simbolis secara khusus.<sup>7</sup> Dari perspektif perilaku, Penggunaan simbol "garis merah" menunjukkan adanya kecenderungan untuk membuka diri di ruang publik digital sehingga batas antara wilayah privat dan publik menjadi tidak jelas.<sup>8</sup> Kondisi ini memunculkan isu etika yang berkaitan dengan privasi, kesopanan, serta representasi identitas pribadi di media sosial. Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa oversharing di platform media sosial berpotensi mengurangi

---

4 Agus Tri Haryanto, "Daftar Jumlah Pengguna Media Sosial Indonesia Terbaru, Siapa Yang Paling Banyak?," <https://inet.detik.com/>, 2025.

5 Tiara Nanda Maharani, "Apa Itu Tren S Line? Ini Arti Dan Asal Usul Mode Viral Medsos Yang Dianggap Menyesatkan," [KABARMEGAPOLITAN.com](https://www.kabarmegapolitan.com), 2025.

6 Maharani.

7 Astama Mulyana, "Arti Garis Merah Di Kepala Tren S Line TikTok, Kenapa Dikritik?," <https://tirto.id/>, 2025.

8 Ahmad Ghozi Al-Afnan, "S-Line : Simbolisme Garis Merah Dan Sex Exhibitionism Di Era Digital," [www.kompasiana.com](http://www.kompasiana.com), 2025.

kepekaan etika dan moral, khususnya di kalangan remaja. Penelitian mengenai self-disclosure dan oversharing menekankan peran media sosial dalam membentuk persepsi terhadap norma sosial, konsep malu (ḥayā'), serta batasan moral.<sup>9</sup>

Dari sudut pandang Islam, fenomena ini terkait dengan istilah mujāharah, yakni pengungkapan hal-hal yang seharusnya dirahasiakan. Hadis Rasulullah SAW menekankan bahwa mempublikasikan dosa adalah tindakan buruk karena dapat merusak esensi taubat dan memicu normalisasi perilaku maksiat di masyarakat.<sup>10</sup> Dalam hal ini, berbagai penelitian telah membahas tentang etika penggunaan media sosial dan fenomena keterbukaan diri di dunia digital.<sup>11</sup> meneliti perilaku berbagi informasi berlebihan (oversharing) beserta dampaknya terhadap privasi digital, sementara Iffatin dan Muttaqin mengkaji media sosial berdasarkan maqāṣid al-syarī'ah<sup>12</sup>, dan Irwan, dkk menyoroti konsekuensi jangka panjang dari aktivitas digital yang bisa menjadi dosa atau pahala jariah<sup>13</sup>. Penelitian lain menyoroti pembentukan identitas digital dan pengaruh budaya populer terhadap perilaku pengguna media sosial. Meskipun demikian, studi yang secara spesifik menghubungkan fenomena budaya digital seperti *S-Line* dengan metode ma'anil al-ḥadis masih sangat terbatas. Sebagian besar penelitian sebelumnya belum membahas simbolisme keterbukaan digital melalui penafsiran hadis secara kontekstual, khususnya terkait konsep al-mujāharah dan ḥaya'. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kekosongan tersebut dengan menganalisis fenomena *S-Line* melalui pendekatan hadis dalam konteks budaya digital masa kini.

---

9 Teguh Wiyono and Abdul Muhid, "Self-Disclosure Melalui Media Instagram : Dakwah Bi Al-Nafsi Melalui Keterbukaan Diri Remaja" 40, no. 2 (2020): 141–54.

10 Idris Kurniati Nurhikma Alfarizi, "Batasan Privasi Dalam Hukum Islam: Analisis Fenomena Oversharing Di Media Sosial" 1, no. 2 (2025): 56–65, <https://doi.org/10.58540/jih.v1i2.745>.

11 Hanif Akhtar et al., "Perilaku Oversharing Di Media Sosial : Ancaman Atau Peluang ? Oversharing Behavior in Social Media : A Threat or Opportunity ?" 25 (2020): 257–70, <https://doi.org/10.20885/psikologika.vol25.iss2.art7>.

12 Iffatin Nur and Muhammad Ngizzul Muttaqin, "Bermedia Sosial Dalam Perspektif Maqashid Syari'ah (Membangun Komunikasi Di Media Sosial Berdasarkan Etika)," *Palita: Journal of Social Religion Research* 5, no. 1 (2020): 1–14, <https://doi.org/10.24256/pal.v5i1.1090>.

13 Muhammad Irwan Padli Nasution Didi Maslan, Mardianto, "PENDIDIKAN ETIKA BERMEDIA SOSIAL DALAM PERSPEKTIF ISLAM: ANTARA DOSA JARIYAH DAN PAHALA JARIYAH," *Al-Ittishol : Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 4, no. 2 (2023): 155.

Sebagai upaya memahami bagaimana pengguna media sosial menampilkan identitas digital mereka melalui simbol *S-Line*, penelitian ini menggunakan teori self-presentation yang dikemukakan oleh Erving Goffman. Yang menyatakan bahwa individu cenderung mempresentasikan identitas tertentu guna membentuk kesan pada audiens. Media sosial di sini berfungsi sebagai “panggung depan” tempat individu menyusun citra diri yang diharapkan.<sup>14</sup> Selain itu, konsep *attention economy* dari Thomas H. Davenport dan John C. Beck menjelaskan bahwa perhatian publik menjadi sumber daya utama dalam media digital. Ini mendorong individu untuk membuat konten yang memikat perhatian, termasuk melalui simbol-simbol yang sensitif secara sosial.<sup>15</sup>

Berdasarkan uraian di atas, rumusan masalah penelitian ini mencakup: bagaimana perkembangan fenomena *S-Line* di media sosial, implikasinya terhadap nilai etika dan moral, serta penerapan perspektif hadis untuk mengevaluasi fenomena tersebut. Penelitian ini bertujuan menganalisis fenomena *S-Line* sebagai bentuk ekspresi budaya digital kontemporer, menelaah implikasi etika dan moralnya, serta menginterpretasikan hadis Nabi SAW melalui pendekatan ma‘ānī al-ḥadīṣ dalam konteks media sosial. Secara teoretis, penelitian ini diharapkan berkontribusi pada pengembangan kajian ma‘ānī al-ḥadīṣ pada fenomena budaya digital kontemporer yang berkembang di media sosial. Secara praktis, penelitian ini dapat menjadi rujukan untuk membangun etika bermedia sosial serta meningkatkan kesadaran akan pentingnya menjaga privasi dan kehormatan diri di ruang digital. Oleh sebab itu, penelitian ini bertujuan untuk menelaah fenomena tersebut dari sudut pandang sosial dan hadis, agar dapat memahami dampak etisnya secara lebih komprehensif.

---

14 LUCIE MERUNKOVÁ and JOSEF ŠLERKA, *GOFFMAN 'S THEORY AS A FRAMEWORK FOR ANALYSIS OF SELF PRESENTATION ON ONLINE SOCIAL NETWORKS*, 2019, <https://doi.org/10.5817/MUJLT2019-2-5>.

15 Key Handbooks, “Challenges and Opportunities in the Attention Economy in the Digital Age Desafíos y Oportunidades En La Economía de La Atención En La Era Digital Recursos Para Captar , Mantener y Lograr Su Objetivo de Monetizar Su Atención En Entorno Digital,” 2025, 85–99.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan *virtual field research* untuk mengkaji fenomena *S-Line* sebagai praktik budaya digital di media sosial. Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada interaksi, simbol, dan representasi identitas yang berkembang di ruang virtual<sup>16</sup>. Data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari konten dan interaksi pengguna terkait fenomena *S-Line* pada platform TikTok selama periode Juli–September 2025, meliputi unggahan video, caption, dan komentar pengguna yang relevan dengan tema penelitian. Pemilihan data dilakukan secara selektif dengan mempertimbangkan konten yang memuat simbol *S-Line*, respons pengguna, serta keterkaitannya.

Data sekunder diperoleh dari sumber-sumber akademis seperti jurnal, buku, serta penelitian sebelumnya yang relevan dengan etika media sosial, budaya digital, dan kajian hadis. Selain itu, penelitian ini mengacu pada hadis mengenai al-mujāharah dan ḥayā' yang terdapat dalam Ṣaḥīḥ al-Bukhārī dan Ṣaḥīḥ Muslim sebagai sumber utama untuk analisis normatif.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi daring, dokumentasi konten digital, dan kajian literatur. Seluruh data dianalisis dengan metode analisis isi untuk menemukan pola respon pengguna terhadap fenomena *S-Line*, termasuk penerimaan, humor, kritik, dan penolakan. Selain itu, pendekatan ma'ānī al-ḥadīṣ diterapkan untuk menafsirkan hadis dalam konteks yang relevan dengan memperhatikan aspek bahasa, sosial, dan keterkaitannya dengan fenomena budaya digital saat ini.

Selama proses penelitian, penulis mematuhi etika penelitian digital dengan tidak menampilkan identitas lengkap pengguna media sosial dan hanya memanfaatkan data untuk tujuan akademik.

---

16 Zainal Abidin Achmad et al., “ETNOGRAFI VIRTUAL SEBAGAI TEKNIK PENGUMPULAN DATA DAN METODE PENELITIAN” 2, no. 2 (2018): 130–45.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. FENOMENA *S-LINE* di MEDIA SOSIAL

Fenomena *S-Line* di media sosial berkembang pesat sebagai bagian dari budaya digital masa kini. Berdasarkan pengamatan di ruang virtual, tren ini mulai mencuri perhatian setelah muncul dalam drama Korea yang tayang Juli 2025, lalu direproduksi oleh warganet dalam beragam bentuk konten. Penyebarannya berlangsung secara alami melalui mekanisme viral di platform seperti TikTok, Instagram, dan Twitter (X), di mana pengguna saling meniru format konten yang dianggap menarik serta sesuai dengan tren populer. Dalam ranah budaya digital, *S-Line* tidak hanya dipandang sebagai simbol visual, tetapi juga sebagai medium ekspresi identitas diri yang mengikuti logika performativitas media sosial yaitu kecenderungan pengguna menampilkan identitas diri untuk memperoleh validasi dan perhatian publik di media sosial.<sup>17</sup>

Hasil pengamatan menunjukkan bahwa *S-Line* muncul dalam berbagai jenis konten, seperti gambar, video pendek, dan cerita visual yang dilengkapi dengan simbol tertentu. Simbol itu biasanya dimengerti oleh pengguna sebagai tanda hubungan pribadi tanpa perlu dijelaskan secara langsung oleh pemilik akun. Beberapa komentar dari pengguna menunjukkan bahwa fenomena ini dianggap sebagai bagian dari tren digital yang menarik dan menyenangkan, seperti komentar “trend *S-line* ini geli juga dilihatnya” (@userX\_mdgl 2025). Pola ini menunjukkan bahwa *S-Line* dianggap sebagai bagian dari cara seseorang mengekspresikan diri yang sesuai dengan cara orang berkomunikasi di media sosial saat ini.

Sebagian besar pengguna menunjukkan sikap menerima dan menganggap fenomena *S-Line* sebagai hal yang biasa. Komentar yang ada biasanya terdengar santai dan menganggap *S-Line* sebagai tren yang biasa di media sosial. Ada beberapa komentar yang mengatakan “hanya untuk hiburan saja” (@userT\_gl 2025) dan “kok serius banget sih” (@userI\_op 2025). Tanggapan itu menunjukkan bahwa beberapa pengguna melihat *S-Line* sebagai cara untuk mengekspresikan diri

---

17 Navishah Chantika by Navishah Chantika, “*S-Line* Dan Pubertas Digital: Saat Tren Media Sosial Menjadi Cermin Krisis Literasi Seksual,” Mubadalah.id, 2025.

secara digital yang dianggap biasa dalam budaya media sosial saat ini. Pola penerimaan itu menunjukkan bahwa ada proses normalisasi simbol hubungan pribadi di ruang publik digital.

Selain bentuk penerimaan, ditemukan pula respons berupa candaan dan humor digital. Pengguna memberikan tanggapan terhadap postingan S-Line dengan candaan yang santai dan komentar yang menghibur, seperti “bang kan ada sister hong” (@userT\_zt 2025). Tanggapan tersebut menunjukkan bahwa fenomena S-Line telah berubah makna dan sekarang menjadi bagian dari budaya populer digital yang digunakan untuk membangun interaksi sosial di antara pengguna media sosial.

Di sisi lain, penelitian ini juga menemukan adanya respons kritis dan penolakan terhadap fenomena *S-Line*. Komentar kritis sering kali menekankan pada hal-hal seperti privasi, etika, dan batasan dalam berbagi informasi pribadi di media sosial. Salah satu pengguna mengatakan bahwa fenomena ini berhubungan dengan masalah "privasi" dan hak setiap orang untuk melindungi kehidupan pribadi mereka (@userI\_ms 2025). Respon ini menunjukkan bahwa rasa moral tentang privasi dan batasan dalam berbagi diri masih ada, meskipun budaya media sosial semakin terbuka.

Hasil penelitian juga menunjukkan adanya perbedaan persepsi mengenai batas antara ranah privat dan publik di media sosial. Sebagian pengguna menganggap simbol *S-Line* hanya sebagai bentuk hiburan digital yang tidak mencerminkan pengalaman nyata, sementara pengguna lain merasa bahwa penggunaan simbol itu masih berhubungan dengan keterbukaan dalam ruang pribadi. Perbedaan pandangan ini menunjukkan bahwa ada ruang negosiasi tentang nilai-nilai seperti privasi, rasa malu, dan batasan dalam berbagi diri di dunia digital saat ini.

Interaksi antar pengguna juga menunjukkan adanya perdebatan mengenai kebebasan berekspresi dan batas etika di media sosial. Komentar kritis terhadap fenomena S-Line sering dibalas dengan pembelaan bahwa penggunaan simbol tersebut merupakan bagian dari hak personal selama tidak merugikan pihak lain. Kondisi ini menunjukkan bahwa media sosial menjadi ruang negosiasi berbagai nilai dan pandangan moral dalam budaya digital.

<b>Kategori Respons</b>	<b>Bentuk Respons</b>	<b>Makna Sosial</b>
Penerimaan	Menganggap <i>S-Line</i> sebagai hiburan dan tren yang wajar	Normalisasi simbol keterbukaan diri dalam budaya digital
Candaan/Hiburan	Respons berupa humor dan lelucon	<i>S-Line</i> diposisikan sebagai budaya populer digital
Kritik moral	Menyoroti privasi, etika, dan batas keterbukaan diri	Menunjukkan sensitivitas moral dalam ruang digital
Penolakan	Menolak keterbukaan simbolik di media sosial	Upaya mempertahankan batas antara ranah privat dan publik

Kategorisasi respons tersebut menunjukkan bahwa fenomena *S-Line* dimaknai secara beragam oleh pengguna media sosial. Beberapa orang melihatnya sebagai cara untuk bersenang-senang dan mengekspresikan budaya populer, sementara yang lain menganggapnya sebagai masalah etika yang berkaitan dengan privasi dan keterbukaan diri. Perbedaan dalam respons tersebut menunjukkan bahwa ada negosiasi nilai dalam budaya digital saat ini, terutama tentang batas antara ungkapan pribadi dan tanggung jawab sosial di ruang publik digital.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa fenomena *S-Line* di media sosial dipersepsikan secara beragam oleh pengguna. Respons yang muncul mencakup penerimaan, candaan, hingga kritik dan penolakan. Kutipan komentar pengguna memperkuat temuan bahwa perbedaan respons tersebut berakar pada perbedaan pandangan mengenai keterbukaan diri, privasi, dan kepantasan dalam ruang publik digital. Temuan ini menjadi dasar penting untuk pembahasan lebih lanjut dalam perspektif etika dan moralitas, khususnya ketika dikaitkan dengan nilai-nilai normatif keagamaan.

## **B. ETIKA dan MORALITAS DALAM FENOMENA *S-LINE***

Fenomena *S-Line* di media sosial memicu perdebatan yang cukup ramai karena masyarakat memiliki sudut pandang yang berbeda. Banyak orang, terutama generasi muda, menganggap tren *S-Line* ini sebagai hal yang wajar. Munculnya tren

ini awalnya dipicu oleh populernya sebuah drama Korea yang tayang pada Juli 2025.<sup>18</sup> Bagi kelompok ini, mengikuti tren *S-Line* adalah cara kreatif untuk bereksresi, mendapatkan pengakuan sosial, dan agar tidak dianggap ketinggalan zaman atau *Fear of Missing Out*.<sup>19</sup> Mereka menggunakan media sosial sebagai "panggung depan" untuk menampilkan sisi diri yang dianggap menarik dan populer demi menjaga citra atau impresi digital mereka.<sup>20</sup>

Namun, di sisi lain, beberapa pengguna yang melihat fenomena *S-Line* bentuk keterbukaan simbolik yang berpotensi menimbulkan persoalan etika, terutama terkait privasi, kesopanan, dan batas representasi diri di ruang publik digital. Kebiasaan memamerkan privasi demi konten populer seperti ini berisiko memicu stigma digital, di mana masyarakat memberikan penilaian negatif atau merusak reputasi seseorang jika konten tersebut dianggap melampaui batas norma yang berlaku.<sup>21</sup>

Fenomena ini dapat dipahami melalui teori *self-presentation* yang dikemukakan oleh Erving Goffman, yang menyatakan bahwa individu umumnya menampilkan identitas yang sudah dibentuk demi memenuhi harapan audiens. Pada kasus *S-Line*, simbol garis merah tidak sekadar menjadi ekspresi visual, melainkan juga bagian dari "pertunjukan identitas" yang menciptakan impresi tertentu di ruang publik digital.<sup>22</sup> Hal ini makin diperkuat oleh konsep *attention economy* yang dari Thomas H. Davenport dan John C. Beck, di mana perhatian publik menjadi sumber daya utama di media sosial.<sup>23</sup>

---

18 Sunny Uma Hanani, Irwan Dwi Arianto, and Ririn Puspita Tutiasri, "Analysis of The Sline Social Network on Tiktok" 08, no. 12 (2025): 9430–37, <https://doi.org/10.47191/ijsshr/v8-i12-30>.

19 Zaenab Nurhabibah and Aghnia Dian Lestari, "Fear of Missing Out ( FOMO ): The Red Line SLine Trend on Tiktok Among Gen Z" 5, no. 3 (2026): 125–34.

20 Inosensius Enryco Mokos, "Konstruksi Identitas Diri Remaja Di Media Sosial : Analisis Konsep Dramaturgi Erving Goffman" 4, no. 3 (2025): 638–49, <https://doi.org/10.54259/mukasi.v4i3.4690>.

21 Ellen Myers, "PERFORMING THE SELF IN THE DIGITAL AGE," 2018.

22 MERUNKOVÁ and JOSEF ŠLERKA, *GOFFMAN ' S THEORY AS A FRAMEWORK FOR ANALYSIS OF SELF PRESENTATION ON ONLINE SOCIAL NETWORKS*.

23 Handbooks, "Challenges and Opportunities in the Attention Economy in the Digital Age Desafíos y Oportunidades En La Economía de La Atención En La Era Digital Recursos Para Captar , Mantener y Lograr Su Objetivo de Monetizar Su Atención En Entorno Digital."

Dalam era digital saat ini, identitas pribadi semakin terbentuk melalui interaksi dengan algoritma, tren populer, dan pengesahan sosial di media sosial. Situasi ini mengaburkan batas antara ekspresi diri, kesenangan, dan perubahan identitas menjadi barang dagangan. Fenomena *S-Line* menunjukkan bahwa simbol-simbol pribadi dapat bertransformasi menjadi elemen dari budaya partisipatif digital yang secara bersama-sama dihasilkan oleh pengguna media sosial. Oleh karena itu, isu etika dalam fenomena ini tidak hanya merujuk pada individu, tetapi juga pada konstruksi budaya digital yang mendorong keterbukaan dan pencarian perhatian publik secara berkelanjutan.

Dalam konteks ini, fenomena *S-Line* berpotensi mendorong objektifikasi tubuh, yaitu kondisi ketika individu dinilai berdasarkan tampilan atau simbol yang ditampilkan. Akibatnya, pengalaman pribadi dapat dipandang semata-mata sebagai sarana untuk menarik perhatian, yang nilainya diukur melalui tanggapan dari audiens. Hal ini menunjukkan adanya pergeseran nilai, dari orientasi yang sebelumnya berpusat pada aspek internal, menjadi lebih mengutamakan pengakuan eksternal melalui interaksi di dunia digital.<sup>24</sup>

Aspek sosial dan budaya Indonesia ikut memengaruhi cara masyarakat memandang fenomena ini. Dalam masyarakat Indonesia, nilai-nilai seperti kesopanan, rasa malu (*hayā'*), dan menjaga kehormatan masih dianggap sangat penting, sehingga banyak pengguna internet menunjukkan kepekaan tinggi terhadap konten yang bernuansa intim.<sup>25</sup> Sikap ini berbeda dengan sebagian budaya digital global yang cenderung lebih terbuka terhadap ekspresi tubuh. Oleh karena itu, respons masyarakat Indonesia terhadap *S-Line* menunjukkan adanya persaingan antara pengaruh budaya populer global, seperti drama *S-Line*, dan nilai-nilai moral lokal yang tetap dijaga. Situasi ini menegaskan bahwa media sosial tidak

---

24 Ida Rosida et al., "Flexing Culture in the Age of Social Media : From Social Recognition to Self-Satisfaction" 6, no. 2 (2023): 193–208.

25 Lilis Hartini, Aceng Ruhendi Saifullah, and Dadang Sudana, "LINGUISTIK FORENSIK TERHADAP PERBUATAN TIDAK MENYENANGKAN DI MEDIA SOSIAL ( KAJIAN PRAGMATIK )" 12, no. 03 (2020): 259–69, <https://doi.org/10.30998/deiksis.v12i03.5416>.

sepenuhnya netral, melainkan menjadi tempat bertemunya berbagai norma dan nilai.<sup>26</sup>

Fenomena *S-Line* tidak hanya memengaruhi individu, tetapi juga memicu perubahan dalam cara pandang sosial terkait batasan keterbukaan diri di ruang digital. Fenomena ini bisa berdampak pada kepekaan moral para pengguna media sosial, terutama saat simbol-simbol yang sebelumnya dianggap pribadi mulai dianggap sebagai elemen hiburan digital yang biasa<sup>27</sup>. Kondisi tersebut menunjukkan adanya perubahan cara masyarakat memaknai batas antara ranah privat dan ruang publik dalam budaya digital kontemporer. Dalam prakteknya, fenomena ini juga dapat menimbulkan pelabelan sosial yang berisiko berkembang menjadi stigma atau tindakan perundungan di media digital.<sup>28</sup> Di sisi lain, kuatnya pengaruh tren membuat banyak orang terdorong mengikuti arus, meskipun belum sepenuhnya memahami arti ataupun dampaknya.<sup>29</sup> Oleh karena itu, fenomena ini tidak hanya dapat dilihat sebagai keputusan individu, melainkan juga sebagai gejala sosial yang memengaruhi nilai, norma, serta pola interaksi dalam masyarakat.

Fenomena *S-Line*, jika dikaji melalui ma‘ānī al-ḥadīṣ, berkaitan dengan larangan al-mujāharah dalam hadis Nabi Muhammad SAW pada Ṣaḥīḥ al-Bukhārī, yang menegaskan larangan mengungkap hal-hal privat ke ranah publik. Larangan ini tidak hanya berlaku pada pengakuan lisan, tetapi juga pada tindakan simbolik yang memperlihatkan kehidupan pribadi. Simbol *S-Line* dapat dianggap sebagai bentuk mujāharah jika digunakan untuk mengungkapkan pengalaman pribadi yang seharusnya dijaga kerahasiaannya.<sup>30</sup>

---

26 Yudha Catur Pamungkas et al., “Konstruksi Realitas Sosial Di Indonesia Dalam Peran Media Dan Identitas Budaya Di Era Globalisasi” 4 (2024): 28–36.

27 Saefu Zaman, Royan Nur, and Anis Rahmawati, “Pengungkapan Seksualitas , Pornografi , Dan Prostitusi Pada Video Podcast : Kajian Semiotik Budaya ( The Phenomena of Sexuality , Pornography , and Prostitution on Vodcasts : Cultural Semiotics Study )” 9, no. 1 (2023): 178–93, <https://doi.org/10.24235/ileal.v9i1.13426>.

28 Nurleli, “Pelepasan Norma Dan Etika Sosial Yang Terjadi Di Dalam Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Berekspresi,” *Jurnal Penelitian Ilmu Humaniora* 3, no. 3 (2023): 92–97.

29 Raihan Saputra and Gevan Naufal Wala, “Pengaruh Tekanan Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif ( Study Literature Review )” 2, no. 3 (2024): 111–22.

30 Universitas Islam and Negeri Sunan, “Digital Tabarruj : The Phenomenon of Muslim Women Adorning Themselves on Social Media from a Contemporary Tafsir Perspective ( Analysis of QS . Al-Ahzab / 33 : 33 and QS . An-Nur / 24 : 31 )” 6, no. 4 (2025): 789–813, <https://doi.org/10.37274/mauriduna.v6i4.14>.

Dengan demikian, hadis ini menegaskan pentingnya menjaga privasi, menutupi aib, serta mengendalikan ekspresi diri di ruang publik sebagai panduan moral di era digital. Prinsip-prinsip ini menjadi krusial dalam menjaga martabat dan nilai-nilai sosial di tengah budaya populer yang semakin terbuka akibat globalisasi.<sup>31</sup>

Secara keseluruhan, fenomena *S-Line* menunjukkan dinamika nilai antara budaya populer digital dan norma moral masyarakat. Respon pengguna yang berbeda menunjukkan bahwa media sosial menjadi ruang pertemuan berbagai nilai, identitas, dan praktik budaya yang terus berubah. Dalam konteks ini, pendekatan *ma'ānī al-ḥadīṣ* menunjukkan relevansinya sebagai kerangka etis untuk membaca fenomena budaya digital secara kontekstual tanpa mengabaikan dinamika sosiokultural.<sup>32</sup>

### C. ANALISIS HADIS TENTANG ETIKA dan MORALITAS

Fenomena *S-Line* di media sosial, yang bersumber dari narasi simbolik drama *S-Line*, menimbulkan tantangan etika yang memerlukan pembacaan normatif berdasarkan hadis. Pendekatan *ma'ānī al-ḥadīṣ* diterapkan sebagai metode untuk memahami pesan moral hadis secara kontekstual, melampaui makna tekstual semata dengan memerhatikan kaitannya pada realitas sosial masa kini.<sup>33</sup> Hadis tentang larangan *al-mujāharah* dan nilai rasa malu (*ḥayā'*) menjadi dasar utama untuk menilai praktik keterbukaan simbolik di media sosial.

Salah satu hadis yang paling relevan adalah riwayat dari Abu Hurairah dalam **Ṣaḥīḥ al-Bukhārī**, di mana Rasulullah SAW bersabda:

حَدَّثَنَا عَبْدُ الْعَزِيزِ بْنُ عَبْدِ اللَّهِ حَدَّثَنَا إِبْرَاهِيمُ بْنُ سَعْدٍ عَنْ ابْنِ أَخِي ابْنِ شِهَابٍ عَنْ ابْنِ شِهَابٍ عَنْ  
سَالِمِ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ قَالَ سَمِعْتُ أَبَا هُرَيْرَةَ يَقُولُ سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ كُلُّ أُمَّتِي مُعَافَى إِلَّا

31 Johan Arifin, “Peranan Media Digital Dalam Mempertahankan Budaya Lokal Indonesia Di Era Globalisasi” 14, no. 1 (2023): 8–16.

32 Meissara Putri, Andannari Wauran, and Muhammad Isa Anshory, “ANALISIS KONTEKSTUAL MENGENAI FUNGSI HADIS SEBAGAI PEDOMAN ETIKA SOSIAL DI ERA DIGITAL Contextual Analysis of the Function of Hadith as a Guide for Social Ethics in the Digital Era” 5, no. September 2025 (n.d.): 4949–57.

33 Ahmad Syauky et al., “Integrasi Pendekatan Tekstual Dan Kontekstual Terhadap Hadis Sahih Di Era Modern” 3, no. 1 (2025): 47–80.

الْمُجَاهِرِينَ وَإِنَّ مِنْ الْمُجَاهِرَةِ أَنْ يَعْمَلَ الرَّجُلُ بِاللَّيْلِ عَمَلًا ثُمَّ يُصْبِحَ وَقَدْ سَتَرَهُ اللَّهُ عَلَيْهِ فَيَقُولُ يَا فُلَانُ عَمِلْتُ  
الْبَارِحَةَ كَذَا وَكَذَا وَقَدْ بَاتَ يَسْتُرُهُ رَبُّهُ وَيُصْبِحُ يَكْشِفُ سِتْرَ اللَّهِ عَنْهُ

## Artinya:

Telah menceritakan kepada kami Abdul Aziz bin Abdullah, telah menceritakan kepada kami Ibrahim bin Sa'd dari Ibnu Akhi Ibnu Syihab dari Ibnu Syihab dari Salim bin Abdullah dia berkata, saya mendengar Abu Hurairah berkata, saya mendengar Rasulullah ﷺ bersabda, "Setiap umatku dimaafkan (dosanya) kecuali orang-orang menampak-nampakkannya dan sesungguhnya diantara menampak-nampakkan (dosa) adalah seorang hamba yang melakukan amalan di waktu malam sementara Allah telah menutupinya kemudian di waktu pagi dia berkata, 'Wahai fulan semalam aku telah melakukan ini dan itu, ' padahal pada malam harinya (dosanya) telah ditutupi oleh Rabb-nya. Ia pun bermalam dalam keadaan (dosanya) telah ditutupi oleh Rabb-nya dan di pagi harinya ia menyingkap apa yang telah ditutupi oleh Allah.'" (H.R.Bukhori-6069).

Dari perspektif metodologis, hadis ini tidak memiliki *asbāb al-wurūd* yang bersifat kasuistik (khusus pada satu individu), melainkan timbul sebagai tanggapan terhadap fenomena sosial yang berlangsung di masyarakat. Ibn Hajar al Asqalani menjelaskan bahwa *mujāharah* adalah perbuatan memperlihatkan kemaksiatan yang telah ditutupi Allah, baik melalui ucapan, tindakan, maupun isyarat lainnya<sup>34</sup>. Dengan demikian, latar kemunculan hadis ini bersifat sosiologis, yaitu sebagai peringatan atas kecenderungan manusia untuk tidak hanya berbuat salah, tetapi juga mengungkapkannya serta menormalisasikannya di ruang publik. Pemahaman ini diperkuat oleh al-Nawawi yang menegaskan bahwa *mujāharah* mencakup unsur meremehkan dosa dan berpotensi menimbulkan dampak sosial negatif karena dapat menjadi contoh bagi orang lain.<sup>35</sup>

Analisis hadis dengan metode *ma'ānī al-ḥadīṣ* menyoroti beberapa bagian utama yang menjadi inti pesan moralnya. Kalimat “كُلُّ أُمَّتِي مُعَافَى” menunjukkan betapa luasnya rahmat Allah dan kesempatan ampunan bagi manusia<sup>36</sup>. Tetapi, dengan adanya pengecualian “إِلَّا الْمُجَاهِرِينَ”, ditegaskan bahwa orang yang secara

34 Ahmad ibn Ali Ibn Hajar al-Asqalani, *Fath Al-Bari Bi Sharh Sahih Al-Bukhari* (Beirut: Dar al-Ma'rifah, n.d.).

35 Yahya ibn Sharaf Al-Nawawi, *Al-Minhaj Sharh Sahih Muslim Ibn Al-Hajjaj* (Beirut: Dar Ihya al-Turath al-Arabi, n.d.).

36 Ibn Hajar al-Asqalani, *Fath Al-Bari Bi Sharh Sahih Al-Bukhari*.

terbuka mengumbar aib justru tertutup dari ampunan tersebut<sup>37</sup>. Selanjutnya, ungkapan “وَقَدْ بَاتَ يَسْتُرُهُ رَبُّهُ” menggambarkan bagaimana Allah menjaga kehormatan seseorang dengan menutupi kesalahannya, sedangkan “يَكْشِفُ سِتْرَ اللَّهِ عَنْهُ” menunjukkan tindakan manusia yang sengaja membuka perlindungan Allah<sup>38</sup>. Dalam konteks ini, mujāharah bukan hanya berupa perbuatan fisik, tetapi juga sikap mental yang mengesampingkan nilai kesopanan, rasa malu, dan tanggung jawab moral.

Ketika makna tersebut dikontekstualisasikan ke dalam fenomena *S-Line*, terlihat adanya kesesuaian pada tingkat esensial. Simbol garis merah yang digunakan dalam konten media sosial berfungsi sebagai representasi pengalaman personal yang, meskipun tidak disampaikan secara eksplisit, tetap dapat dipahami oleh audiens. Dalam perspektif *ma‘ānī al-ḥadīṣ*, bentuk keterbukaan semacam ini dapat dikategorikan sebagai mujāharah simbolik, karena mengisyaratkan sesuatu yang seharusnya berada dalam ranah privat ke ruang publik. Oleh karena itu, fenomena *S-Line* bukan hanya trend media sosial visual tetapi juga praktik komunikasi simbolik yang menimbulkan masalah etika tentang privasi, representasi diri, dan keterbukaan di dunia digital.

Fenomena ini menjadi lebih rumit ketika dikaitkan dengan perilaku pengguna yang mengikuti tren tanpa benar-benar memahami atau mengalami makna yang diwakili. Banyak pengguna mengikuti tren *S-Line* karena dorongan *fear of missing out* (FOMO), sehingga memakai simbol tersebut tanpa menyadari dampak moralnya. Dalam pandangan *ma‘ānī al-ḥadīṣ*, perhatian hadis tidak hanya pada kebenaran tindakan itu sendiri, tetapi pada upaya menampilkan hal-hal privat ke ruang publik. Oleh karena itu, walaupun tidak berdasarkan pengalaman nyata, penggunaan simbol yang secara umum dipahami sebagai lambang pengalaman intim tetap berperan dalam terbukanya makna privat di ruang publik. Tindakan tersebut menunjukkan keterbukaan ranah privat terhadap ruang publik digital, yang

---

37 Al-Nawawi, *Al-Minhaj Sharh Sahih Muslim Ibn Al-Hajjaj*.

38 Ibn Hajar al-Asqalani, *Fath Al-Bari Bi Sharh Sahih Al-Bukhari*.

dapat dipahami melalui pembacaan kontekstual. Karena turut menormalisasi keterbukaan yang melewati batas etika<sup>39</sup>.

Namun demikian, pendekatan ma‘ānī al-ḥadīṣ tidak menganggap semua bentuk ekspresi digital sebagai hal yang negatif. Dalam ranah budaya digital, media sosial dapat berfungsi sebagai wadah untuk menyalurkan kreativitas, berkomunikasi, dan membentuk identitas sosial. Dengan demikian, inti permasalahan dalam fenomena *S-Line* bukan terletak pada penggunaan media digital, melainkan pada pemahaman dan penerapan batas etis antara ekspresi pribadi dan keterbukaan privasi oleh para pengguna media sosial.

Dampak dari praktik ini tidak hanya dirasakan secara pribadi, tetapi juga mempengaruhi masyarakat luas. Dalam budaya digital, penggunaan simbol yang berulang dapat mempengaruhi cara masyarakat memahami batas kepantasan dan keterbukaan diri di ruang publik. Sesuatu yang semula dianggap sensitif bisa menjadi hal biasa jika sering ditampilkan, sehingga nilai moral masyarakat mengalami perubahan bertahap. Dalam hal ini, hadis tentang mujāharah berperan sebagai pedoman etis untuk menjaga batas antara ranah privat dan publik, serta mencegah normalisasi perilaku yang dapat merusak tatanan moral.

Analisis hadis ini diperkuat oleh hadis tentang rasa malu (*haya'*) dalam Shahih Bukhori :

حَدَّثَنَا عَبْدُ اللَّهِ بْنُ يُوسُفَ قَالَ أَخْبَرَنَا مَالِكُ بْنُ أَنَسٍ عَنْ ابْنِ شِهَابٍ عَنْ سَالِمِ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ عَنْ أَبِيهِ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مَرَّ عَلَى رَجُلٍ مِنَ الْأَنْصَارِ وَهُوَ يَعْطُ أَخَاهُ فِي الْحَيَاءِ فَقَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ دَعُهُ فَإِنَّ الْحَيَاءَ مِنَ الْإِيمَانِ

**Artinya:**

*Telah menceritakan kepada kami Abdullah bin Yusuf, ia berkata: Telah mengabarkan kepada kami Malik bin Anas, dari Ibnu Syihab, dari Salim bin Abdillah, dari bapaknya, bahwa Rasulullah ﷺ pernah melewati seorang sahabat Anshar yang saat itu sedang memberikan arahan kepada saudaranya tentang rasa malu. Maka Rasulullah ﷺ bersabda, "Biarkanlah dia, karena sesungguhnya malu adalah bagian dari iman".(H.R. Bukhori-24)*

---

39 Nurleli, "Pelepasan Norma Dan Etika Sosial Yang Terjadi Di Dalam Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Bereksresi."

Menurut pendekatan *ma‘ānī al-ḥadīṣ*, istilah “الْحَيَاءُ” tidak hanya diartikan sebagai rasa malu dalam konteks sosial, tetapi juga sebagai kesadaran moral yang membuat seseorang menghindari perbuatan yang tidak pantas<sup>40</sup>. Selain itu, istilah “شُعْبَةٌ” menegaskan bahwa rasa malu adalah bagian penting dari iman, sehingga peranannya menjadi pengendali internal dalam perilaku manusia<sup>41</sup>. Oleh karena itu, sikap *ḥayā’* berfungsi sebagai mekanisme etis yang menjaga keseimbangan antara kebebasan berekspresi dan tanggung jawab moral.

Dalam fenomena *S-Line*, nilai *ḥayā’* menghadapi tantangan baru akibat perubahan cara komunikasi dan budaya keterbukaan di media sosial. Bagi sebagian pengguna media sosial Hiburan dan penerimaan sosial adalah komponen penting dalam interaksi digital dari pada nilai-nilai moral. Simbol yang berkaitan dengan ranah privat diperlihatkan secara terbuka, bahkan sebagai bahan candaan, tanpa mempertimbangkan dampak etisnya. Hal ini menandakan bahwa rasa malu sebagai pengendali diri mulai berkurang akibat pengaruh dari luar. Dalam situasi seperti ini, hadis tentang *ḥayā’* menjadi pengingat penting agar ekspresi diri di dunia digital tetap berada dalam koridor kesadaran moral.

Dengan demikian, penggabungan antara hadis tentang *mujāharah* dan *ḥayā’* menegaskan bahwa etika Islam sangat menekankan pentingnya menjaga privasi, menutupi aib, serta memelihara rasa malu sebagai bagian integral dari keimanan. Pendekatan *ma‘ānī al-ḥadīṣ* menunjukkan bahwa ajaran Nabi SAW tetap relevan dalam menghadapi fenomena budaya digital masa kini<sup>42</sup>. Oleh karena itu, pendekatan *ma‘ānī al-ḥadīṣ* menunjukkan bahwa hadis Nabi SAW masih relevan saat membaca fenomena budaya digital masa kini. Fenomena *S-Line* menunjukkan perubahan dalam cara masyarakat menunjukkan identitas dan keterbukaan diri mereka di ruang publik digital. Hadis tentang *mujāharah* dan *ḥayā’* dapat dipahami dalam konteks ini sebagai struktur etis yang membantu mengimbangi kebebasan berekspresi, privasi, dan kewajiban moral di media sosial.

---

40 Al-Nawawi, *Al-Minhaj Sharh Sahih Muslim Ibn Al-Hajjaj*.

41 Abu Hamid Al-Ghazali, *Ihya Ulum Al-Din* (Beirut: Dar al-Kutub al-Ilmiyyah, n.d.).

42 Jalal al-Din Al-Suyuti, *Tadrib Al-Rawi Fi Sharh Taqrib Al-Nawawi* (Beirut: Dar al-Kutub al-Ilmiyyah, n.d.).

## KESIMPULAN

Fenomena S-Line di media sosial mencerminkan adanya perubahan dalam cara individu mengekspresikan identitas dan keterbukaan diri di dunia digital. Simbol “garis merah” yang awalnya berasal dari budaya populer Korea, kini telah menjadi bagian dari praktik komunikasi simbolik di media sosial dan memunculkan berbagai respons sosial, baik berupa hiburan, penerimaan, maupun kritik moral terkait isu privasi dan batas keterbukaan diri. Dengan menggunakan pendekatan ma‘ānī al-ḥadīṣ, penelitian ini menemukan bahwa fenomena tersebut memiliki kemiripan makna dengan konsep mujāharah, terutama ketika simbol-simbol privat ditampilkan secara terbuka di ruang publik digital. Sementara itu, hadis tentang ḥayā’ menegaskan pentingnya nilai etis untuk menjaga keseimbangan antara ekspresi diri, privasi, dan tanggung jawab moral di media sosial.

Namun demikian, penelitian ini tidak menganggap budaya digital secara keseluruhan sebagai sesuatu yang negatif, melainkan melihatnya sebagai ruang sosial baru yang membawa tantangan etis sekaligus mendorong perubahan dalam proses pembentukan identitas digital masyarakat. Penelitian ini juga memberikan kontribusi dalam memperluas kajian ma‘ānī al-ḥadīṣ pada fenomena budaya digital kontemporer, khususnya terkait etika keterbukaan diri dan representasi identitas di media sosial. Ke depannya, penelitian lanjutan dapat mengeksplorasi fenomena budaya digital lainnya melalui pendekatan hadis kontemporer dengan sudut pandang interdisipliner yang lebih luas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Zainal Abidin, Rachma Ida, Mahasiswa Program, Doktor Ilmu, Universitas Airlangga, Departemen Ilmu Komunikasi, and Universitas Airlangga. “ETNOGRAFI VIRTUAL SEBAGAI TEKNIK PENGUMPULAN DATA DAN METODE PENELITIAN” 2, no. 2 (2018): 130–45.
- Akhtar, Hanif, Program Studi, Fakultas Psikologi, Universitas Muhammadiyah Malang, Malang Abstrak, and Kata Kunci. “Perilaku Oversharing Di Media Sosial : Ancaman Atau Peluang ? Oversharing Behavior in Social Media : A Threat or Opportunity?” 25 (2020): 257–70.

<https://doi.org/10.20885/psikologika.vol25.iss2.art7>.

Al-Afnan, Ahmad Khozi. “S-Line: Simbolisme Garis Merah Dan Sex Exhibitionism Di Era Digital.” [www.kompasiana.com](http://www.kompasiana.com), 20225.

Al-Ghazali, Abu Hamid. *Ihya Ulum Al-Din*. Beirut: Dar al-Kutub al-Ilmiyyah, n.d.

Al-Nawawi, Yahya ibn Sharaf. *Al-Minhaj Sharh Sahih Muslim Ibn Al-Hajjaj*. Beirut: Dar Ihya al-Turath al-Arabi, n.d.

Al-Suyuti, Jalal al-Din. *Tadrib Al-Rawi Fi Sharh Taqrib Al-Nawawi*. Beirut: Dar al-Kutub al-Ilmiyyah, n.d.

Arifin, Johan. “Peranan Media Digital Dalam Mempertahankan Budaya Lokal Indonesia Di Era Globalisasi” 14, no. 1 (2023): 8–16.

Chantika, Navishah Chantika by Navishah. “S-Line Dan Pubertas Digital: Saat Tren Media Sosial Menjadi Cermin Krisis Literasi Seksual.” [Mubadalah.id](http://Mubadalah.id), 2025.

Didi Maslan, Mardianto, Muhammad Irwan Padli Nasution. “PENDIDIKAN ETIKA BERMEDIA SOSIAL DALAM PERSPEKTIF ISLAM: ANTARA DOSA JARIYAH DAN PAHALA JARIYAH.” *Al-Ittishol :Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 4, no. 2 (2023): 155.

Hanani, Sunny Uma, Irwan Dwi Arianto, and Ririn Puspita Tutiasri. “Analysis of The Sline Social Network on Tiktok” 08, no. 12 (2025): 9430–37. <https://doi.org/10.47191/ijsshr/v8-i12-30>.

Handbooks, Key. “Challenges and Opportunities in the Attention Economy in the Digital Age Desafíos y Oportunidades En La Economía de La Atención En La Era Digital Recursos Para Captar , Mantener y Lograr Su Objetivo de Monetizar Su Atención En Entorno Digital,” 2025, 85–99.

Harahap, Adelia Septiani, Sayra Nabila, Dinna Sahyati, Marshanda Tindaon, and Abdinur Batubara. “Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Etika Remaja Di Era Digital,” no. 2 (2024): 1–9.

Hartini, Lilis, Aceng Ruhendi Saifullah, and Dadang Sudana. “LINGUISTIK FORENSIK TERHADAP PERBUATAN TIDAK MENYENANGKAN DI MEDIA SOSIAL ( KAJIAN PRAGMATIK )” 12, no. 03 (2020): 259–69. <https://doi.org/10.30998/deiksis.v12i03.5416>.

Haryanto, Agus Tri. “Daftar Jumlah Pengguna Media Sosial Indonesia Terbaru, Siapa Yang Paling Banyak?” <https://inet.detik.com/>, 2025.

Ibn Hajar al-Asqalani, Ahmad ibn Ali. *Fath Al-Bari Bi Sharh Sahih Al-Bukhari*. Beirut: Dar al-Ma’rifah, n.d.

- Islam, Universitas, and Negeri Sunan. “Digital Tabarruj : The Phenomenon of Muslim Women Adorning Themselves on Social Media from a Contemporary Tafsir Perspective ( Analysis of QS . Al-Ahzab / 33 : 33 and QS . An-Nur / 24 : 31 )” 6, no. 4 (2025): 789–813. <https://doi.org/10.37274/mauriduna.v6i4.14>.
- Maharani, Tiara Nanda. “Apa Itu Tren S Line? Ini Arti Dan Asal Usul Mode Viral Medsos Yang Dianggap Menyesatkan.” KABARMEGAPOLITAN.com, 2025.
- Mas’ud, Fadil, Helda Jeluhur, Katharina Negat, Alencia Tefa, Marselina Uly, and Morgan Amtiran. “Etika Dalam Media Sosial Antara Kebebasan Ekspresi Dan Tanggung Jawab Digital.” *Jimmi: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Multidisiplin* 2, no. 2 (2025): 235–46. <https://doi.org/10.71153/jimmi.v2i2.289>.
- MERUNKOVÁ, LUCIE, and JOSEF ŠLERKA. *GOFFMAN ' S THEORY AS A FRAMEWORK FOR ANALYSIS OF SELF PRESENTATION ON ONLINE SOCIAL NETWORKS*, 2019. <https://doi.org/10.5817/MUJLT2019-2-5>.
- Mokos, Inosensius Enryco. “Konstruksi Identitas Diri Remaja Di Media Sosial : Analisis Konsep Dramaturgi Erving Goffman” 4, no. 3 (2025): 638–49. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v4i3.4690>.
- Mulyana, Astama. “Arti Garis Merah Di Kepala Tren S Line TikTok, Kenapa Dikritik?” <https://tirto.id/>, 2025.
- Myers, Ellen. “PERFORMING THE SELF IN THE DIGITAL AGE,” 2018.
- Nur, Iffatin, and Muhammad Ngizzul Muttaqin. “Bermedia Sosial Dalam Perspektif Maqashid Syari’ah (Membangun Komunikasi Di Media Sosial Berdasarkan Etika).” *Palita: Journal of Social Religion Research* 5, no. 1 (2020): 1–14. <https://doi.org/10.24256/pal.v5i1.1090>.
- Nurhabibah, Zaenab, and Aghnia Dian Lestari. “Fear of Missing Out ( FOMO ) : The Red Line SLine Trend on Tiktok Among Gen Z” 5, no. 3 (2026): 125–34.
- Nurhikma Alfarizi, Idris Kurniati. “Batasan Privasi Dalam Hukum Islam: Analisis Fenomena Oversharing Di Media Sosial” 1, no. 2 (2025): 56–65. <https://doi.org/10.58540/jih.v1i2.745>.
- Nurleli. “Pelepasan Norma Dan Etika Sosial Yang Terjadi Di Dalam Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Berekspresi.” *Jurnal Penelitian Ilmu Humaniora* 3, no. 3 (2023): 92–97.
- Pamungkas, Yudha Catur, Ryan Purnomo, Universitas Islam, Negeri Sunan, Ampel Surabaya, Jawa Timur, Universitas Nadhlatul, and Ulama Sidoarjo. “Konstruksi Realitas Sosial Di Indonesia Dalam Peran Media Dan Identitas Budaya Di Era Globalisasi” 4 (2024): 28–36.

- Putri, Meissara, Andannari Wauran, and Muhammad Isa Anshory. “ANALISIS KONTEKSTUAL MENGENAI FUNGSI HADIS SEBAGAI PEDOMAN ETIKA SOSIAL DI ERA DIGITAL Contextual Analysis of the Function of Hadith as a Guide for Social Ethics in the Digital Era” 5, no. September 2025 (n.d.): 4949–57.
- Rosida, Ida, Fatimah Az Zahra, Fatimah Tuzzahrah, and Sayyidati Azzahrah. “Flexing Culture in the Age of Social Media : From Social Recognition to Self-Satisfaction” 6, no. 2 (2023): 193–208.
- Saputra, Raihan, and Gevan Naufal Wala. “Pengaruh Tekanan Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif ( Study Literature Review )” 2, no. 3 (2024): 111–22.
- Simangunsong, Zaid Almubarok, Ferizal Ferizal, Universitas Islam, and Negeri Sumatera. “Etika Penggunaan Media Social Dalam Perspektif Hadis Studi Tentang Privasi Dan Tanggung Jawab Social” 3 (2025).
- Syauky, Ahmad, Universitas Islam, Negeri Ar-raniry Banda, Universitas Islam, and Negeri Ar-raniry Banda. “Integrasi Pendekatan Tekstual Dan Kontekstual Terhadap Hadis Sahih Di Era Modern” 3, no. 1 (2025): 47–80.
- Wiyono, Teguh, and Abdul Muhid. “Self-Disclosure Melalui Media Instagram : Dakwah Bi Al-Nafsi Melalui Keterbukaan Diri Remaja” 40, no. 2 (2020): 141–54.
- Zaman, Saefu, Royan Nur, and Anis Rahmawati. “Pengungkapan Seksualitas , Pornografi , Dan Prostitusi Pada Video Podcast : Kajian Semiotik Budaya ( The Phenomena of Sexuality , Pornography , and Prostitution on Vodcasts : Cultural Semiotics Study )” 9, no. 1 (2023): 178–93. <https://doi.org/10.24235/ileal.v9i1.13426>.