

Pesan Al-Quran dalam Menyikapi Berita Hoax: Perspektif Dakwah di Era *New Media*

Abd. Mujib¹
abd.mujib@uinsby.ac.id

Abstract: The rapid development of social media in the contemporary era, has given birth to the phenomenon of hoax, which is very disturbing for society. This is because the consequences of hoax messages are slanderous and attempts to disunite social groups. In response to this, the role of Islamic preacher (*da'i*) in conveying the message of the Qur'an regarding the importance of providing accurate information is necessary. The *da'is* are obliged to convey the truth according to al-Qur'an to *ummah* and to provide them a clear understanding in addressing the hoaxes news. Thus, the hoaxes news that often encourage social, political, and religious conflicts in the society can be resolved quickly and appropriately.

Abstrak: Pesatnya perkembangan sosial media di era sekarang ini, telah melahirkan fenomena hoax yang sangat meresahkan masyarakat. Hal ini karena akibat yang ditimbulkan oleh hoax kebanyakan adalah bersifat fitnah, adu domba golongan, serta upaya dalam meruntuhkan suatu kelompok tertentu. Menanggapi hal ini, maka peran seorang da'i dalam menyampaikan kebenaran menurut al-Quran sangat diperlukan. dengan kata lain, tugas da'i sendiri sebagai pelaku dakwah ialah menyampaikan kebenaran al-Quran kepada masyarakat dan memberikan pemahaman masyarakat dalam menyikapi berita hoax, sehingga fenomena hoax yang sampai kini menimbulkan beragam konflik di lapisan masyarakat dapat segera diatasi.

Kata Kunci: Media massa, hoax, pesan al-Quran dalam menyikapi hoax

Pendahuluan

Pesatnya media massa yang dihasilkan oleh kemajuan teknologi (Lev, 1997, hlm. 134-169) telah menimbulkan kebebasan manusia

¹ Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya

untuk berpendapat dan menyalurkan berita di media sosial (Koloay, 2016, hlm.20). Namun, penyebaran berita yang disampaikan biasanya cenderung pada fitnah dan kepentingan pribadi maupun politik, bahkan pelakunya kebanyakan menganulirkan berita untuk kepentingan golongannya masing-masing. Hal ini sebagaimana di era sekarang, fenomena berita bohong (*hoax*) melalui media sosial di Indonesia begitu sangat populer, hingga berita-berita hoax tersebut menyebar dengan cepat dan diyakini kebenarannya oleh banyak orang. Atas dasar itu, kemudian berdampak pada beredarnya berita bohong, yaitu terben-ruknya opini publik yang mengarah pada terjadinya kehebohan di masyarakat, ketidakpastian informasi, dan menciptakan ketakutan massa. Sasaran dari beredarnya berita bohong tidak hanya ditujukan kepada individu, melainkan juga kepada institusi pemerintahan maupun swasta (Budiman, 2017).

Mewabahnya fenomena hoax juga didukung oleh perkembangan media massa, baik cetak maupun elektronik saat ini yang cukup meng- gembirakan. Menurut lembaga survey, hoax telah tersebar di situs web 34,9 persen, televisi 8,7 persen, media cetak 5 persen, email 3,1 persen dan radio 1,2 persen, penyampaian berita tidak akurat, berita yang menyudutkan pemerintah, berita yang tidak saya sukai, Survei tentang wabah *hoax* nasional ini melibatkan responden dengan rentang usia 25 sampai 40 tahun sebanyak 40 persen, di atas 40 tahun 25,7 persen, 20 sampai 24 tahun 18,4 persen, 16 sampai 19 tahun 7,7 persen, dan di bawah 15 persen 0,4 persen. Survei berlangsung selama 48 jam sejak 7 Februari 2017 (Librianty,2017).

Perkembangan dan keberadaan media massa tersebut sering digunakan sebagai alat untuk mengubah informasi dari dua arah, yaitu dari media ke arah masyarakat (Istriyani & Yuliatun, 2016). Media massa yang digunakan untuk fungsi tersebut, tentu memberikan pengaruh yang sangat signifikan di dunia setiap harinya. Berita tentang berbagai kehidupan dapat dengan mudah dipublikasikan secara luas ke publik. Melalui berita yang dipublikasikan, masyarakat bisa update berbagai acara dan berita yang terjadi di sekitarnya maupun segala informasi di seluruh dunia sehingga dapat memberikan pengetahuan kepada masyarakat.

Meskipun demikian, media dan segala perkembangannya ternyata memiliki efek ambivalen. Efek positifnya adalah jika media berfokus pada fungsi menginformasikan dan mendidik. Sedangkan efek negatifnya yaitu, dapat menimbulkan nilai-nilai individualisasi, materialisasi, dan sekularisasi (Ibrahim, 1994). Bahkan jika media fokus pada aksentuasi hiburan, membujuk, mempengaruhi dengan perseptual yang sangat kompleks, kognitif, emosional, dan ideologis akan menyebabkan sejumlah efek negatif bagi masyarakat (Durham & Mckellner, 2006, hlm. 165). Inilah yang kemudian menyebabkan munculnya fenomena berita hoax atau berita palsu yang meresahkan masyarakat.

Semakin merajalelanya informasi hoax di masyarakat, merupakan dampak negatif yang dihasilkan dari perkembangan media massa. Berita *hoax* yang diproduksi dan disirkulasikan, kemudian diresirkulasikan melalui teknologi dan media yang konvergen dengan penyebabnya yang masif. Hal tersebut juga disebabkan karena tingkat literasi masyarakat yang masih rendah. Bagi generasi milenial yang tidak asing mempergunakan gadget, tetapi di saat yang sama tidak diimbangi dengan kesiapan literasi media kritis untuk memilih dan menyikapi berita-berita yang objektif, risiko terjerumus dalam provokasi dan informasi *hoax* tentu lebih besar.

Oleh sebab itu, peran pedakwah sangat dibutuhkan guna menanggulangi fenomena hoax seperti ini (Munir, 2009, hlm.102). Seorang *da'i* sudah saatnya hadir di tengah-tengah masyarakat guna mengubah situasi masyarakat kini dengan beragam fitnah dan konflik akibat fenomena hoax menuju menjadi masyarakat yang lebih baik (Shihab, 2008, hlm.194), dengan membawa pesan dan kebenaran al-Quran (Rasmussen, 2010, hlm. 74) untuk memenuhi segala solusi dalam kehidupan umat manusia (Esack, 2002, hlm.16). Sehingga publik dapat melaksanakan kehidupan sesuai dengan petunjuk yang diberikan oleh al-Quran (Rofiq, 2004, hlm. 3-4), serta dapat bersikap kritis dalam menerima media sosial terutama berita hoax.

Dakwah di Era Media Sosial

Dakwah secara bahasa berasal dari kata *دعوة يدعو، دعى* yang berarti panggilan, seruan atau ajakan (Udin & Djaelani, 2001, hlm. 76). Sedangkan orang yang berdakwah disebut *da'i*, dan orang yang menerima dakwah disebut *mad'u*. Melakukan dakwah berarti mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar (Umar, 1971, hlm.1). Dakwah merupakan aktualisasi iman (teologis) bagi manusia beriman dalam menjalankan kehidupan sesuai dengan aturan agama (Ahmad, 1983, hlm. 3) mengajak kebajikan dan mencegah kejahatan yang bertentangan dengan ajaran Islam (Suminto, 1973, hlm.41). Dan misi utama *da'i* ialah menyampaikan kebenaran al-Quran sebagai pedoman (Aminah, 1993, hlm. 1) dan solusi atas segala permasalahan kehidupan (Esack, 2002, hlm. 16). Sehingga peran *da'i* diharapkan dapat mengubah situasi masyarakat yang lebih baik (Shihab, 2008, hlm. 194) serta bertujuan mewujudkan kemaslahatan umat manusia (Badaruddin, 2013, hlm. 52). Dengan demikian, dakwah merupakan suatu keharusan untuk mewujudkan umat manusia dari keterbelakangan pendidikan, ekonomi, sosial, politik dan lain sebagainya (Nasution, 1987, hlm. 13).

Hadirnya era media sosial perlu direspon lebih lanjut, sehingga dapat memberi dampak positif terhadap perilaku keagamaan masyarakat serta mempertahankan nilai-nilai yang selama ini dianut masyarakat. Media hadir membawa dampak negatif terhadap perilaku keagamaan, jika dilihat dari sikap masyarakat yang mengakses informasi tidak selektif, khususnya bagi kalangan anak-anak dan remaja. Sementara dakwah senantiasa bersentuhan dengan realitas dalam masyarakat tertentu. Secara historis, interaksi Islam dengan realitas sosio-kultural terdapat dua kemungkinan. *Pertama*, dakwah Islam mampu memberikan pengaruh terhadap lingkungan sehingga terbentuknya realitas sosial yang baru. *Kedua*, dakwah Islam terpengaruh oleh perubahan masyarakat dalam arti eksistensi corak dan arahnya. Ini berarti aktualitas dakwah ditentukan oleh sistem sosio-kultural. Jika kemungkinan kedua ini terjadi, maka dakwah akan bersifat statis atau

terdapat dinamika dengan kadar hampir tidak berarti bagi perubahan sosio-kultural (Ahmad, 1983, hlm. 2).

Dalam aplikasi penyampaian dakwah, seorang *da'i* sebagai subjek dakwah memerlukan seperangkat pengetahuan dan kecakapan dalam hal metode (Ilaihi & Hefni, 2008). Dengan mengetahui metode maka *da'i* mampu memahami dan menyampaikan materi kepada objek dakwah yang sedang dihadapinya dengan harapan mampu diterima dan dipahami pula oleh *mad'u*. Metode dakwah adalah jalan atau cara untuk menyampaikan ajaran materi dakwah Islam. Dalam menyampaikan suatu pesan dakwah, metode sangat penting peranannya, karena suatu pesan walaupun baik, tetapi disampaikan melalui metode yang tidak tepat maka pesan bisa saja ditolak oleh si penerima pesan (Munir, 2009, hlm. 15).

Kegiatan dakwah kontemporer mengharuskan pendekatan komunikasi, khususnya melalui media. Dalam mengurai relasi bahkan integrasi dakwah dan komunikasi melalui media, memberi kesadaran untuk melakukan transformasi gerakan dakwah, dari gerakan dakwah tradisional yang awalnya hanya melingkupi pengajian di masjid-masjid dan majelis ta'lim (hlm. 102) merambah ke ranah media. Sebab gerakan yang paradoks dengan dakwah kini berkembang pesat, yang kini merambah pada dunia maya atau internet (Aziz, 2004, hlm. 374).

Untuk itu, kontekstualisasi dakwah kontemporer menjadi suatu keharusan. Hal ini sekaligus menjawab berbagai pertanyaan di atas. Artinya, dakwah tidak tepat lagi dipahami sebatas pengajian, ceramah di tempat-tempat tertentu, melainkan harus merambah pada dunia maya, internet dan alat teknologi lainnya. Selain itu, berdakwah melalui jalur dakwah juga menjadi kebutuhan, justru saatnya diintensifkan. Betapa tidak, selama ini para elit banyak melakukan penyimpangan moral, maka saatnya figur-figur yang bermoral dengan komitmen keagamaan yang kuat untuk masuk dalam kancah dakwah praktis. Untuk melihat secara gamblang mengapa dakwah masa kini perlu melalui media massa, maka perlu dilihat beberapa unsur dakwah. Hamka mengemukakan lima unsur dakwah yaitu subjek dakwah, materi dakwah, metode dakwah, media dan sarana dakwah dan objek dakwah (Iskandar, 2001, hlm. 251). Unsur-unsur tersebut salah satu diantara-

nya adalah media dan sarana dakwah. Media dalam sebuah informasi adalah sangat penting, karena media merupakan saluran informasi penentu berhasil tidaknya suatu pesan yang disampaikan komunikator.

Akibat kemajuan teknologi, kini masyarakat memasuki era revolusi komunikasi yang ditandai dengan perubahan alat-alat komunikasi yang berlangsung cepat (Rivers, Jensen, & Peterson, 2008, hlm. 346). Pula pengaruh hiburan mewarnai kegiatan dakwah. Saat ini kita hidup dalam sebuah lingkungan yang disebut Mc Luhan sebagai *Global Village* yang berarti bahwa dengan perantaraan media komunikasi modern, memungkinkan berjuta-juta orang di seluruh dunia merasakan kedekatan antara satu dan yang lain dalam sebuah lingkaran (John, 1996, hlm. 324). Aktivitas dakwah Islam seperti mengalami evolusi besar-besaran dalam ruang publik, dimana dakwah sebagai proses penawaran ajaran spiritual muncul dalam bentuk yang beraneka ragam. Keanekaragaman aktivitas dakwah ini tentu saja didorong kuat oleh unsur lain, yakni media dakwah. Dalam disiplin ilmu dakwah, media sendiri sesungguhnya lebih cenderung dipahami sebagai saluran (*channel*) yang digunakan oleh para pelaku dakwah baik individu maupun komunal untuk menghantarkan pesan (Ghazali, 2011, hlm. 33).

Dakwah pada hari ini memerlukan pendekatan yang lebih interaktif sesuai dengan peredaran dunia teknologi yang lebih maju. Meskipun demikian, dalam menjalankan usaha dakwah yang lebih dinamis dan optimis, para pendakwah tidak boleh menafikan pendekatan dakwah klasik berdasarkan amalan Rasulullah Saw. Namun, pendekatan dakwah itu perlu sejajar dengan bentuk penerimaan masyarakat hari ini yang memerlukan mekanisme baru dalam penerimaan masyarakat, guna mewujudkan masyarakat muslim sejahtera damai dalam bingkai Islam (Pimay, 2005, hlm. 35-38).

Oleh sebab itu, kemajuan media sosial yang menjadi tren interaksi praktis masyarakat era kini, sudah seharusnya dimanfaatkan oleh para pedakwah dalam menyampaikan kebenaran. Terlebih informasi yang tersebar di beberapa media sosial seperti, *blog*, jejaring sosial, *wiki*, *Facebook*, *Twitter*, *Youtube*, *Whatsap*, *BBM*, dan sebagainya, cenderung mudah diadopsi oleh masyarakat, sehingga melalui peran *da'i* di media sosial diharapkan mampu memberikan manfaat bagi masyarakat

(Sasono, 1998, hlm. 154), baik dengan penyampaian ajaran dakwah itu sendiri maupun berperan sebagai klarifikasi kebenaran dalam menyampaikan berita. Peran klarifikasi ini merupakan penjelas dalam memerangi fenomena-fenomena tersebarnya berita bohong (hoax) saat ini. Dengan demikian, peran *da'i* diharapkan mampu melakukan upaya *check-recheck*, konfirmasi, dan akurasi (McQuail, 1992, hlm. 96-210). Hal ini untuk menghindari terjadinya *defamation* (pencemaran nama baik), baik berupa *libel* (hasutan) maupun *slander* (fitnah) (Potter, 2006, hlm. 60).

Klarifikasi ini juga bertujuan untuk menjaga kemurnian ajaran Islam dan keharmonisan dalam pergaulan. Sebagaimana dijelaskan dalam al-Quran tentang keharusan untuk menyampaikan kebenaran, al-Quran surat al-Ahzab ayat 70-71:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا {70} يُصْلِحْ لَكُمْ أَعْمَالَكُمْ وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ
وَمَنْ يُطِيعِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ فَقَدْ فَازَ فَوْزًا عَظِيمًا {71}

“Hai orang-orang yang beriman, bertaqwalah kamu kepada Allah dan sampaikanlah perkataan yang benar. Allah akan memperbaiki bagi amalan-amalanmu dan mengampuni bagi dosa-dosamu. Dan barangsiapa yang mematuhi Allah dan Rasul-Nya maka ia akan memperoleh sukses yang besar.” (QS. Al-Ahzab : 70-71)

Tuntutan ini senada dengan keharusan tabayyun dalam tradisi Islam yang ditegaskan oleh al-Qur'an :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَنْ تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

“Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa berita, maka periksalah dengan teliti (fa tabayyanu), agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaan yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatan itu.” (QS. Al-Hujurat: 6).

Ayat tersebut merupakan anjuran kepada umat Islam yang beriman, agar berhati-hati dalam menerima berita yang datangnya dari orang fasik, sehingga melalui anjuran ini para pelaku dakwah (*da'i*)

diharapkan mampu menjadi koreksi pertama sebelum berita yang disampaikan tersebar luas di seluruh lapisan masyarakat (Al-Qarni, 2008, hlm. 153).

Dengan demikian, peran *da'i* dalam mengawal dan mengklarifikasi beredarnya berita juga sangat dibutuhkan, sehingga pesan berita yang tersebar dapat diterima dan dimanfaatkan masyarakat untuk mempelajari realitas yang melingkupi situasi tertentu (Eriyanto, 2002) yang melingkupi sosiokultural masyarakat (Eriyanto, 2003). Selanjutnya, kebenaran juga dituntut oleh umat manusia menjadi visi kehidupan yang ideal dan hasrat terbesar dalam pencarian kehidupan karena kebenaran identik dengan nilai azali ketuhanan, Tuhan yang Maha Benar (Nasution, 1995, hlm. 87). Islam mengajak masyarakat Muslim untuk menyampaikan kebenaran (Mahfuz, 1958, hlm. 69-70) karena pada dasarnya, Islam adalah agama yang mengajarkan manusia agar keluar dari kegelapan menuju cahaya keimanan yang terang ben-derang, memberikan pedoman dan petunjuk kepada jalan yang lurus (menginformasikan berita dengan benar) (Zarqaniy, 1972, hlm. 124). Islam juga dipahami sebagai agama risalah, yang oleh pembawaannya (Nabi Muhammad) harus disampaikan kepada umat manusia sampai pada masa akhir hayatnya Mahfuz, 1958, hlm. 27).

Al-Quran menyatakan bahwa berbicara yang benar, menyam-paikan pesan yang benar adalah prasyarat untuk kebesaran, kebaikan, kemaslahatan dan amal. Apabila ingin sukses dalam hidup, ingin memperbaiki masyarakat, maka kita harus menyebarkan pesan, berita, dan informasi yang benar dan penuh kejujuran.

Selanjutnya, kebenaran dalam pemberitaan tersebut akan memberi ketenangan bagi masyarakat. Menurut Ahmad Amin, sesuatu yang disebut “benar” adalah mengabari lainnya menurut apa yang ia yakini akan kebenarannya, baik berupa perkataan maupun perbuatan (Subhi, 2001, hlm. 129). Menyampaikan kebenaran berarti berkata benar dengan sebenar-benarnya, tiada sesuatu melainkan benar (Amin, 1991, hlm. 214). Istilah lainnya adalah menyampaikan berita dengan penuh kejujuran (Kovach & Rosentiel, 2006, hlm. 38).

Keharusan untuk menyampaikan kebenaran merupakan kewaji-ban bagi umat Islam, baik secara pribadi maupun kelompok/organisasi

(Zahrah, tt, hlm. 33-34). Umat Islam diharapkan dapat menyampaikan berita dengan baik dan benar, sebagai wujud keimanan dan ketaatan kepada agama, sebagaimana yang dicita-citakan Islam (Nuh, 1991, hlm. 29; Ahmad, 1984, hlm. 7; Mahna, 1924, hlm. 49; Razi, 1994, hlm. 647). Dengan demikian, Islam mengajarkan agar dalam menyampaikan sebuah berita hendaknya disampaikan dengan sesuai petunjuk dan jalan yang benar.

Hoax Sebagai Pembodohan dan Penyesatan Publik

Saat ini, berita dan informasi hoax semakin merajalela di masyarakat. Berita *hoax* yang diproduksi, disirkulasikan dan kemudian disirkulasikan melalui teknologi dan media yang konvergen dengan penyebarannya yang masif. Hal tersebut juga disebabkan karena tingkat literasi masyarakat yang masih rendah. Bagi generasi milenial yang tidak asing mempergunakan gadget, tetapi di saat yang sama tidak diimbangi dengan kesiapan literasi media kritis untuk memilih dan menyikapi berita-berita yang objektif, risiko terjerumus dalam provokasi dan informasi *hoax* tentu lebih besar. Oleh karena itu, budaya literasi harus didorong oleh sikap kritis dalam berfikir sehingga masyarakat tidak begitu mudah menerima berita hoax yang sengaja disebarkan oleh oknum-oknum yang tidak bertanggung-jawab.

Dalam Kamus Oxford (2011), *hoax* dalam bentuk kata kerja berarti *deceive somebody with a hoax* (memperdaya banyak orang dengan sebuah berita bohong) atau *to deceive someone by making them believe something which has been maliciously or mischievously fabricated* (memperdaya beberapa orang dengan membuat mereka percaya sesuatu yang telah dipalsukan/dikarangkan dengan cara digosipkan atau ada unsur kejahatan. Sedangkan dalam bentuk *noun* (kata benda) dapat diartikan *trick played on somebody for a joke* (bermain tipu muslihat dengan orang lain untuk bercanda), *anything deliberately intended to deceive or trick* (apapun yang dengan sengaja dimaksudkan untuk memperdaya atau menipu orang lain). Sedangkan dalam istilah bahasa Indonesia, *hoax* merupakan kata serapan yang memiliki arti berita bohong atau palsu.

Munculnya berita bohong (*hoax*) sendiri tak lepas dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang telah membebaskan masyarakat dalam menerima informasi maupun kabar berita. Kecepatan mengeluarkan berita inilah yang menyebabkan merebaknya kasus hoax di Indonesia (Holmes, 2012, hlm.103). Bahkan kecepatan media sosial dalam menyebarkan berita-berita hoax telah berhasil membentuk opini publik yang diyakini kebenarannya. Hal ini karena media sosial memungkinkan menciptakan teknik komunikasi *ubiquitously* yang dapat diakses dan terukur, sehingga media sosial secara substansial mengubah cara komunikasi antara organisasi, masyarakat, dan individu (Kietzmann, dkk. 2011, hlm. 241). Dalam kepentingan politik, berita hoax sering dijadikan bahan untuk saling menyerang, menuduh, melakukan *stereotypes*, bahkan menganggap hanya etnis dan agama mereka yang paling unggul dibandingkan dengan lainnya (Beneditus, 2016, hlm. 65).

Ada beberapa alasan untuk berpikir bahwa berita palsu semakin penting untuk dibahas. *Pertama*, hambatan masuk di media industri telah turun drastis. Hal ini disebabkan karena sekarang mudah untuk membuat website dan mudah memonetisasi konten web melalui platform periklanan. *Kedua*, karena kekhawatiran reputasi media massa akan turun sehingga secara sadar melaporkan berita palsu. *Ketiga*, media sosial sangat sesuai untuk diseminasi berita palsu, bahkan penggunaan media sosial baru-baru ini telah meningkat sangat tajam. *Keempat*, terus menurunnya "kepercayaan" pemberitaan di media massa sehingga muncul pertanyaan "kapan informasi itu datang untuk melaporkan berita yang sepenuhnya akurat dan adil. Penurunan kepercayaan terhadap media mainstream bisa menjadi penyebab sekaligus konsekuensi dari berita palsu yang mendapatkan banyak daya tarik lebih. *Kelima*, bangkitnya polarisasi politik, yaitu semakin munculnya perasaan negatif yang dimiliki dari masing-masing sisi spektrum politik terhadap kelompok yang lain Fiorina & Abrams, 2008, hlm. 563-588).

Secara umum ada dua kelompok besar situs penyebar kabar hoax. Kelompok pertama adalah akun pribadi yang terafiliasi ke partai politik yang gigih menyajikan berita untuk kepentingan afiliasinya. Kelompok ini adalah *Portal Piyungan* (eks PKS Piyungan), *VOA Islam* dan *Era*

Muslim yang telah diblokir Kemkominfo. Data World Traffic menunjukkan, situs Piyungan sebelum diblokir dikunjungi 300 ribu orang perhari, telah menangguk iklan \$100 perhari, menghasilkan uang setara dengan Rp.485 juta setahun. Kelompok kedua situs yang memang mencari untung lewat berita provokatif dan kontroversial seperti *Posmetro*, *Nusanews* dan *NBCIndonesia* yang juga sudah diblokir Kemkominfo. Situs semacam ini gemar meramu fakta dengan fiksi ditambah judul dan opini provokatif.

Platform *Facebook* dan *Google AdSense* telah menjadi sarana utama dalam memudahkan masyarakat menyebarkan sekaligus mengakses informasi, gambar atau video, terutama untuk penyebaran berita bohong secara terbuka sebelum disebar ulang lewat media tertutup seperti *Whatsapp* dan *Telegram* (Tempo, 2016). Melalui hitungan detik sebuah berita sudah dapat tersebar di seluruh lapisan masyarakat dunia. Selain itu, mudahnya menyebarkan berita juga menjadi pendukung yang paling efektif dalam menyebarkan hoax, terlebih melalui media sosial yang tanpa batas, dengan pelaku anonim (tanpa memberikan identitas) sehingga mereka dapat mengungkapkan apa yang diinginkan secara bebas. Hal inilah yang menyebabkan ketika ada isu yang belum tentu benar dan kebetulan sesuai dengan opininya, seseorang kemudian menyebarkannya begitu saja.

Ada beberapa motivasi utama pelaku dalam memberitakan berita palsu, yang biasanya dilatarbelakangi oleh dua hal (Allcott and Gentzkow, 2017). *Pertama*, artikel berita yang menarik menjadi virus di media sosial sehingga dapat menarik iklan dan penyedia berita mendapatkan pendapatan saat pengguna lain mengklik ke situs aslinya. Ini tampaknya telah menjadi motivasi utama sebagian besar produsen yang identitasnya telah terungkap untuk mencari keuntungan dari adanya berita hoax yang memang dengan sengaja dibuat (Subramania, 2017). Motivasi kedua adalah ideologis, beberapa penyedia berita hoax berusaha untuk mendukung ideologi yang diusungnya dengan menyerang kelompok oposisi yang menjadi rivalnya (Dewey, 2016). Misalnya, penyedia berita sayap kanan mengidentifikasi dirinya sebagai sayap kiri dan ingin mempermalukan orang-orang di sayap kanan dengan cerdik mengedarkan berita palsu.

Selain itu, keadaan masyarakat Indonesia saat ini yang cenderung senang berbagi informasi melalui media sosial seperti *Whatsap*, *Blakberry Messanger*, *Facebok*, *Twitter*, *Instagram* dan sebagainya dengan tanpa menelusuri berita yang benar secara advertorial. Beredarnya berita hoax ini sangat merugikan masyarakat karena selain menyebarkan sebuah fitnah dan berita bohong, beredarnya hoax juga telah memecah belah publik, baik mengatasnamakan kepentingan politik maupun organisasi agama tertentu, dengan tujuan memengaruhi opini public (Tashandra, 2017; Librianty, 2017).

Fenomena hoax tersebut, dalam Islam merupakan sebuah tindakan orang-orang yang berbuat kerusakan (*fasik*) untuk mewujudkan kesesatan dan kebodohan publik, berita hoax dibuat dengan tujuan membentuk opini publik dalam kepanikan, fitnah dan adu domba, sehingga imbasnya masyarakat akan terjerumus dalam kesesatan pengetahuan. Oleh sebab itu, al-Quran sebagai pedoman umat Islam memberikan sebuah peringatan kepada masyarakat muslim yang beriman agar berhati-hati dalam menerima berita yang dibawa oleh orang-orang yang berbuat kerusakan.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

Artinya: *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 yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu.* (QS. Al-Hujurat ayat: 6).

Menurut al-Qarni ayat ini merupakan sebuah peringatan kepada umat Islam akan datangnya berita dari orang-orang fasik yang bermaksud menyesatkan orang-orang muslim yang beriman. Sehingga umat Islam dianjurkan untuk mengoreksi datangnya berita dari orang-orang fasik (yang biasa berbuat kerusakan), hal ini merupakan sebuah upaya mengantisipasi datangnya berita hoax yang akan menyebabkan pertikaian, permusuhan dan penyesalan (Al-Qarni, 2908, hlm. 153).

Peringatan agar berhati-hati terhadap orang-orang fasik tersebut, karena orang-orang fasik selalu berbuat kerusakan, sehingga dihawa-

tirkan kabar berita yang dibawa akan cenderung menyesatkan dan membodohkan. Dari sini, terlihat perlunya memilah informasi apakah itu penting atau tidak dan memilah pula pembawa informasi apakah dapat dipercaya atau tidak. Selanjutnya, (*bi jabâlah*) yang berarti kebodohan, disini merupakan peringatan al-Quran agar, umat muslim waspada terhadap orang-orang fasik yang akan memberikan kabar yang membodohkan dan menyesatkan (Shihab, 2009, hlm. 589). Dengan demikian, melalui peringatan ayat tersebut, kita sebagai umat Islam dituntut untuk melawan dari pembodohan dan penyesatan tersebut. karena pada prinsipnya al-Quran sebagai pedoman umat Islam hanya mengajarkan umat Islam untuk berada dalam kebenaran, dan melawan segala bentuk ketidak benaran, baik melalui informasi maupun tindakan.

Membangun Kritisisme Publik: Cara Cerdas Menanggulangi Hoax

Berita *hoax* yang baru-baru ini sering mengisi banyak pemberitaan yang beredar di kalangan masyarakat, terutama berita *hoax* yang disebarkan melalui media sosial. Padahal fungsi dari media sosial sendiri adalah baik, tetapi banyak berita di media sosial dimaksudkan untuk menipu pengguna media sosial. Berita *hoax* tersebut diproduksi, disirkulasikan kemudian diresirkulasikan melalui teknologi dan media konvergen dengan penyebarannya yang masif. Banyak masyarakat yang mudah terjebak oleh informasi palsu ini. Jika tidak dibekali dengan ilmu pengetahuan yang cukup, masyarakat yang tidak mengerti akan menelan mentah-mentah dengan apa yang dibacanya di media sosial. Berita-berita negatif tersebut bisa menimbulkan keresahan dan konflik, yang jika ditanggapi dengan serius bisa berpengaruh ke dalam dunia nyata (Maryani, dkk., tt, hlm.1). Konsekuensinya sangat jelas bahwa keberadaan berita *hoax* tentu sangat meresahkan masyarakat dan mengganggu kenyamanan serta ketentraman hidup sehari-hari.

Adapun salah satu cara yang paling efektif untuk menanggulangi dan menyikapi berita hoax adalah membangun kritisisme publik dengan cara aktualisasi dan penyebaran nilai-nilai keimaman serta ketakwaan yang disampaikan dan dicontohkan oleh para pelaku dakwah. Sehingga dakwah Islam mampu memberikan pengaruh terbentuknya

realitas sosial yang baru (Ahmad, 1983, hlm. 2). Hal ini karena, pada hakikatnya dakwah merupakan upaya para *dā'i* agar manusia tetap menjadi makhluk yang baik, bersedia mengimani dan mengamalkan ajaran serta nilai-nilai Islam, sehingga hidupnya menjadi baik, hak-hak asasinya terlindungi, harmonis, sejahtera, bahagia di dunia dan di akhirat juga terbebas dari siksaan api neraka dan memperoleh kenikmatan surga yang dijanjikan.

Selanjutnya, manusia dapat menjalankan fungsinya sesuai dengan tujuan penciptaan-Nya, yaitu sebagai khalifah di bumi dan bukan sebagai makhluk yang selalu menimbulkan kerusakan maupun partum-pahan darah seperti yang dikhawatirkan oleh para malaikat. Ketinggian martabat manusia itulah yang dikehendaki Allah SWT. Atas dasar itu, pelaku dakwah harus selalu menyampaikan dan mencontohkan aktualisasi nilai-nilai keimanan dan ketakwaan kepada Allah SWT. Sebagai-mana misalnya, ketika ada berita yang datang dari manapun, para pelaku dakwah hendaknya tidak terjebak dalam euforia yang sesat menyesatkan atau malah sebagai agen penguat berita hoax. Keteladanan sifat Rasul seperti *shiddiq*, *amanah*, *tabligh*, dan *fathanah* yang sekarang ini digantikan oleh para pendakwah harus diaplikasikan dan dicontohkan dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, pelaku dakwah (*penda'i*) harus menyampaikan berita seobjektif mungkin meskipun akan merugikan dirinya sendiri.

Disamping itu, menyikapi berita hoax yang semakin banyak beredar di kalangan masyarakat, para pendakwah dalam menyampaikan materi atau pesan dakwahnya juga harus bertumpu pada nilai-nilai keimanan dan ketakwaan yang berpusat pada prinsip ajaran tauhid, menjadikan Allah sebagai titik tolak dan sekaligus tujuan hidup manusia. Di atas keyakinan tauhid itulah manusia harus melakukan kewajiban menghambakan diri (mengabdikan) kepada Allah. Hal itu, secara vertikal mewujudkan dalam bentuk menyembah kepada Allah Swt., sedangkan secara horizontal dengan menjalankan sebuah risalah atau misi, yaitu menata kehidupan sesuai dengan yang dikehendaki Allah Swt. Hal ini karena inti dari pesan dakwah adalah mengajak orang untuk hidup mengikuti ajaran Islam yang bertumpu pada (kesadaran) tauhid. Di atas fondasi tauhid itulah dakwah Islam dibangun untuk

menjadi pedoman pemeluknya supaya hidupnya selalu berada dalam kebaikan dan ketakwaan.

Kemudian hal yang perlu diperhatikan dalam menanggulangi berita hoax yang saat ini sangat mudah tersebar adalah dengan menggunakan metode, teknik, dan strategi dakwah yang paling efektif dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Di era modern saat ini, jika hanya menggunakan metode dan strategi dakwah tradisional yang tidak mengikuti tren dakwah masa kini, maka nilai-nilai keimanan dan ketakwaan akan dianggap ikut memudar oleh pergeseran zaman. Oleh karena itu, adanya media online yang memudahkan pelaku dakwah (da'i) untuk menyebarkan dakwahnya kepada masyarakat dan mempermudah mereka dalam mengakses pesan dakwah tersebut.

Bahkan, media online mempunyai posisi yang sangat sentral dalam membuat dan menggiring opini masyarakat melalui berita, sehingga terkadang media satu dan media lain bisa menyampaikan berita yang sama, tetapi maksud dan hasil yang sampai di masyarakat akan berbeda (Maryani, dkk. tt, hlm. 8). Meskipun demikian, media online hendaknya tetap mengedepankan kompetensi dan independensi, meskipun mereka berafiliasi dengan kepentingan tertentu. Apalagi keberadaan media online saat ini yang menjadi markas dan sentral dari agen-agen berita hoax, tentu dibutuhkan peran dari pelaku dakwah (da'i) juga ikut mengambil peran untuk memanfaatkan media online dengan selalu menyebarkan nilai-nilai keimanan dan ketakwaan agar munculnya berita-berita hoax dapat ditanggulangi dengan baik.

Disamping metode, sasaran dakwah (*mad'u*) juga harus diperhatikan. Sasaran dakwah adalah masyarakat publik yang memiliki latar belakang berbeda-beda sehingga ketika terjadi polemik opini pasti akan didasari oleh masing-masing sudut pandang masyarakat yang pasti berbeda-beda. Oleh karena itu, agar masyarakat menikmati kehidupan dengan tenang tanpa terusik oleh kemungkinan terjadinya perselisihan, pertentangan, dan pertengkaran maka dakwah harus tepat sasaran dan selalu dilandasi nilai-nilai keimanan serta ketakwaan kepada Allah Swt. Dalam menyikapi berita hoax, masyarakat publik tidak serta merta menerima berita tersebut tetapi masyarakat mengikuti petunjuk Allah untuk terlebih dahulu mengonfirmasi dan mengklarifikasi kebenaran-

nya, memastikan terlebih dahulu akurasi konten yang akan dibagikan, memastikan manfaatnya, baru kemudian menyebarkannya. Perlunya berhati-hati dalam menerima berita ini bertujuan agar masyarakat terhindar dari penyesalan yang merugikan diri sendiri, orang lain maupun agama akibat berita yang tidak diteliti sebelumnya (Departemen Agama, 2008, hlm. 403).

Dengan demikian, kerjasama yang baik antara pelaku dakwah (da'i), pesan dakwah (materi), metode, teknik dan strategi dakwah serta sasaran dakwah (masyarakat) dalam mengaktualisasikan dan menyebarkan nilai-nilai keimanan serta ketakwaan, sangat diperlukan. Kesemuanya, baik pelaku dakwah, pesan dakwah, teknik dan strategi dakwah serta sasaran dakwah (masyarakat) harus sama-sama kritis dan objektif dalam rangka menyikapi dan menanggulangi berita-berita hoax, yang jika dibiarkan tentu akan menimbulkan pembodohan, serta semakin mengganggu dan meresahkan masyarakat.

Adapun langkah kritisisme dan objektivitas yang dilakukan oleh pelaku dakwah, pesan dakwah, teknik dan strategi serta sasaran dakwah (masyarakat publik) antara lain dapat dilakukan dengan proses belajar yang terus menerus melalui *qaulan sadida*, yaitu ucapan yang jujur dan tidak bohong.

Nabi Muhammad Saw., bersabda sebagaimana diriwayatkan Bukhari-Muslim sebagai berikut:

“Dari Ibnu Mas’ud ra., dari Nabi Saw., bersabda sesungguhnya kebenaran itu membawa kepada kebaikan dan kebaikan itu membawa surga. Seseorang akan selalu bertindak jujur sehingga ia ditulis di sisi Allah sebagai orang yang jujur. Dan sesungguhnya dusta itu membawa kepada kejahatan dan kejahatan itu membawa ke neraka. Seseorang selalu berdusta sehingga ia ditulis di sisi Allah sebagai pendusta.” (HR. Bukhari-Muslim) (Abdurrahman, 1999, hlm. 80).

Selain hadits, al-Qur’an juga menyuruh kita untuk selalu berkata benar. Kejujuran melahirkan kekuatan, sementara kebohongan mendatangkan kelemahan. Biasa berkata benar mencerminkan keberanian. Bohong sering lahir karena rendah diri, pengecut, dan ketakutan. Orang “yang membuat-buat kebohongan itu hanyalah orang-orang

yang tidak beriman kepada ayat-ayat Allah. Mereka itulah pendusta”, (An-Nahl 105).

Nabi Muhammad Saw., menekankan bahwa orang beriman tidak akan berdusta. Dalam perkembangan sejarah, umat Islam sudah sering dirugikan karena berita-berita dusta (hoax). Kejadian paling parah adalah ketika kebohongan memasuki teks-teks suci yang menjadi rujukan. Kebohongan tidak berhasil memasuki al-Qur'an karena keaslian al-Qur'an dijamin oleh Allah (juga karena kaum muslimin hanya memiliki satu mushaf al-Qur'an). Namun demikian, kebohongan telah menyusup ke dalam penafsiran al-Qur'an. Makna al-Qur'an pernah disimpangkan untuk kepentingan pribadi atau golongan (As-Syafi'I, tt, hlm. 208).

Dalam agama Islam, al-Quran juga menegaskan keharusan untuk menyampaikan kebenaran, sebagaimana dalam al-Quran surat al-Ahzab ayat 70-71:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا {70} يُصْلِحْ لَكُمْ أَعْمَالَكُمْ وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ

وَمَنْ يُطِعِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ فَقَدْ فَازَ فَوْزًا عَظِيمًا {71}

“Hai orang-orang yang beriman, bertaqwalah kamu kepada Allah dan sampaikanlah perkataan yang benar. Allah akan memperbaiki bagi amalan-amalanmu dan mengampuni bagi dosa-dosamu. Dan barangsiapa yang mematuhi Allah dan Rasul-Nya maka ia akan memperoleh sukses yang besar.”
(QS. Al-Ahzab : 70-71).

Di samping itu, kebenaran juga dituntut oleh umat manusia menjadi visi kehidupan yang ideal dan hasrat terbesar dalam pencarian kehidupan karena kebenaran identik dengan nilai azali ketuhanan, Tuhan yang Maha Benar (Nasution, 1995, hlm. 87). Islam mengajak masyarakat Muslim untuk menyampaikan kebenaran, karena pada dasarnya, Islam adalah agama yang mengajarkan manusia agar keluar dari kegelapan menuju cahaya keimanan yang terang benderang, memberikan pedoman dan petunjuk kepada jalan yang lurus atau menginformasikan berita dengan benar (Mahfuz, 1985, hlm. 69-70; Zarqany, 1972, hlm. 124). Islam juga dipahami sebagai agama risalah, yang oleh pembawaannya (Nabi Muhammad) harus disampaikan kepada umat manusia sampai pada masa akhir hayatnya (Mahfuz,

1985, hlm. 27). Keharusan untuk menyampaikan kebenaran (*qaulan sadida*) merupakan kewajiban bagi umat Islam, baik secara pribadi maupun kelompok/organisasi (Zahrah, tt, hlm 33-34). Umat Islam diharapkan dapat menyampaikan berita dengan baik dan benar, sebagai wujud keimanan dan ketaatan kepada agama, sebagaimana yang dicita-citakan Islam (Nuh, 1991, hlm. 29; Ahmad, 1984, lm. 7; Mahna, 1982, hlm. 49). Dengan demikian, Islam mengajarkan agar dalam menyampaikan sebuah berita hendaknya disampaikan dengan sesuai petunjuk dan jalan yang benar.

Selain *Qaulan sadida* atau perkataan yang benar dalam memberitakan sesuatu, pemberitaan tertentu juga dituntut untuk mencapai derajat kebenaran faktualitas dengan melakukan upaya *check-recheck*, konfirmasi, dan akurasi (McQuil, 1992, hlm. 92-210). Hal ini untuk menghindari terjadinya *defamation* (pencemaran nama baik), baik berupa *libel* (hasutan) maupun *slander* (fitnah) (Potter, 2006, hlm. 60). Tuntutan ini senada dengan keharusan *tabayyun* dalam tradisi Islam yang ditegaskan oleh al-Qur'an :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ
مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

“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 yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu”.(QS. Al-Hujurat[49]: 6).

Ayat ini menunjukkan adanya penekanan dari al-Qur'an terhadap nilai dasar keimanan dan ketakwaan kepada Allah dalam wujud implementasi nilai kemanusiaan untuk menyikapi segala berita yang datang dengan memeriksa secara teliti berita tersebut, tidak gegabah, dan tidak tergesa-gesa dalam menerima berita sebelum kebenaran berita tersebut tampak jelas. Dengan demikian, melalui ayat ini Allah memberikan pedoman bagi masyarakat Muslim, khususnya para pelaku dakwah yang menjadi dasar pijak atau acuan masyarakat agar berhati-hati dalam menerima berita, terutama berita *hoax* yang bersumber dari agen-

agen pembawa berita hoax (dibahasakan oleh al-Qur'an sebagai orang yang fasik) sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya.

Al-Quran menyatakan bahwa berbicara yang benar, menyampaikan pesan yang benar adalah prasyarat untuk kebesaran, kebaikan, kemaslahatan dan amal. Apabila ingin sukses dalam hidup dan ingin memperbaiki masyarakat, maka kita harus menyebarkan pesan, berita, dan informasi yang benar dan penuh kejujuran. Kemudian, al-Qur'an juga berpesan, jika ada berita atau informasi yang datang hendaknya terlebih dahulu melakukan tabayyun dengan memeriksa secara teliti berita tersebut, tidak gegabah, dan tidak tergesa-gesa dalam menerima berita sebelum kebenaran berita tersebut tampak jelas.

Dengan demikian, belajar membaca fenomena adalah keniscayaan bagi para pelaku dakwah agar efektivitas dakwah yang dilakukan efektif dan berhasil melalui petunjuk dan pesan-pesan al-Quran yang *shalih li kulli zaman wa makan*, selalu benar dan aktual sepanjang masa dalam menjawab berbagai permasalahan umat manusia.

Simpulan

Membangun sikap kritis masyarakat dalam menerima berita hoax merupakan hal yang sangat penting untuk diaplikasikan dalam menghadapi situasi dan kondisi saat ini. Karena, jika keberadaan berita hoax dibiarkan begitu saja, tentu akan memunculkan perselisihan, pertentangan, dan perpecahan di kalangan masyarakat. Oleh karena itu, peran *da'i* Islam sangat dibutuhkan untuk menyampaikan pesan ajaran kebenaran dalam al-Quran kepada masyarakat, sehingga masyarakat akan lebih bijak dalam memanfaatkan media sosial dengan selalu memeriksa secara teliti segala berita dari berbagai perspektif dan tidak tergesa-gesa dalam menerima berita apalagi jika berita tersebut belum jelas kebenarannya dan sumbernya, karena jelas bahwa pesan yang disampaikan al-Quran ialah melaksanakan kebenaran dan menjauhkan diri dari segala kebohongan dan kerusakan.

Referensi

- Abdurrahman. (1999). *Dasar-dasar public relation*. Bandung: Alumni.
- Ahmad, A. (1983). *Dakwah Islam dan perubahan sosial*. Yogyakarta: PLP2M.
- Akib S.R.H. (1973). *Problematika dakwah*. Jakarta: Bulan Bintang.
- Allcott, H., & Matthew, G. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*. 31(2), 211-235. Diakses dari <http://www.jstor.org/stable/44235006>.
- Al-Qarni, A. (2008). *Tafsir Al-Muyassar*. Jakarta: Qisthi Press.
- Al-Raziy, M. (1994). *Mukhtarat-Sihah*. Beirut: Dār al-Kutub al-'Ifmiyyah.
- Al-Zarqaniy, M.A.A. (1972). *Manahil al-'irfan fi 'ulum al Qur'an, Juz I*. Kairo: 'Isa al-Babiy alHalabiy.
- Amin, A. (1991). *Kitab al-Akhlak* terj. Farid Ma'ruf, *Etika (Ilmu Akhlak)*. Jakarta: Bulan Bintang.
- Aminah, S. (1993). *Pengantar ilmu al-Qur'an dan tafsir*. Semarang: CV. Asy-Syifa.
- Awaludin. (2005). *Paradigma dakwah humanis strategi dan metode dakwah Prof. KH. Saifudin Zuhri*. Semarang: Rasail.
- Aziz, M.A. (2004). *Ilmu dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Badaruddin. (2013). Dakwah informatif dan transformatif penyuluh agama. *Jurnal ilmu dakwah dan pengembangan komunitas*. 7 (1). 52-67. Diakses dari [http://download.portalgaruda.org/article.php?article=342313&val=7951&title=DAKWAH INFORMATIF DAN TRANSFORMATIF PENYULUH AGAMA](http://download.portalgaruda.org/article.php?article=342313&val=7951&title=DAKWAH%20INFORMATIF%20DAN%20TRANSFORMATIF%20PENYULUH%20AGAMA)
- Benedictus, A. (2016). Simangunsong, interaksi antarmanusia melalui media sosial facebook mengenai topik keagamaan. *Jurnal Aspi-kom*. 3(1), 65-76. Diakses dari <http://jurnalaspikom.org/index.php/aspikom/article/view/99/95>.

- Budiman, A. (2017). Berita bohong (hoax) di media sosial dan pembentukan opini publik. *Majalah Info Singkat Pemerintahan Dalam Negeri Isu Aktual*. DPR RI: Pusat Penelitian Badan Keahlian, 10(1), 17-20. Diakses dari https://berkas.dpr.go.id/puslit/files/info_singkat/Info%20Singkat-IX-1-I-P3DI-Januari-2017-181.pdf.
- Departemen Agama RI. (2008). *Al-Qur'an dan tafsirnya Jilid 9, (Edisi yang Disempurnakan)*. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf al-Qur'an Badan Litbang dan Diklat.
- Departemen Agama RI. Jakarta. (1993). *Al-Qur'an dan terjemahnya*.
- Dewey, C. (17 November 2016). Facebook fake-news writer: I think Donald Trump is in the white house because of me. *Washington Post*. Diakses dari https://www.washingtonpost.com/news/the-intersect/wp/2016/11/17/facebook-fake-news-writer-i-think-donald-trump-is-in-the-white-house-because-of-me/?utm_term=.dcb8bacc82f6
- Durham, Meenakshi, G., & Douglas, MK. (eds). (2006). *Media and cultural studies*. USA: Blackwell Publishing.
- English Diction diakses dari <http://wiktionary.org>.
- Eriyanto. (2002). *Analisis framing, konstruksi, ideologi dan politik media*. Yogyakarta: LKiS.
- Eriyanto. (2003). *Analisis Wacana: Pengantar analisis teks media*. Yogyakarta: LKiS.
- Esack, F. (2002). *The Qur'an: A short introduction*. London: Oneworld Publication.
- Holmes, D. (2012). *Teori komunikasi media, teknologi dan masyarakat*. (Teguh Wahyu Utomo, penterjemah). Yogyakarta: Pustaka Pelajar. (Karya asli diterbitkan tahun 2005)
- Ibrahim, M.D (1994). *Teknologi, emansipasi dan transendensi: Wacana peradaban dengan visi Islam*. Bandung: Mizan.
- Ilaihi, W., & Harjani, H. (2008). *Pengantar sejarah dakwah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

- Iskandar. (2001). *Pemikiran Hamka tentang dakwah*. Makassar, Pusat Penelitian Islam dan Masyarakat (PPIM).
- Istriyani, R. (2016). Media: Causes and strategies to overcome Islamophobia (psychological and sociological study). *Qijis*. 4(2). 201-217. Diakses dari <http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/QIJS/article/view/1759>.
- Jan, H.K., Kristopher, H., Ian, P., & McCarthy, B.S. (2011). Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54(3), 241-251.
- John, L. (1996). *Theories of human communication*, 5th Edition. New York: Wadsworth Publishing Company.
- Koloay, R.N.S. (2016.). Perkembangan hukum Indonesia berkenaan dengan teknologi informasi dan komunikasi. *Jurnal Hukum Unsrat*. 22 (5), 16-27. Diakses dari <https://media.neliti.com/media/publications/894-ID-perkembangan-hukum-indonesia-berkenaan-dengan-teknologi-informasi-dan-komunikasi.pdf>.
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2006). *The Elements of journalism*. (Yusi A. Pareanom: penterjemah). Jakarta: Yayasan Pantau.
- Librianty, A. (13 Feb 2017). Survei: Media sosial jadi sumber utama penyebaran hoax. Diakses dari <http://tekno.liputan6.com/read/2854713/survei-media-sosial-jadi-sumber-utama>
- Mahfuz, A.I. (1958). *Hidayat al-musyidin*. Kairo: al-Matba'at al-Usmaniyyah al-Misriyyah.
- Mahna, A.I. (1982). *al-Tarbiyah Fi al-Islām*. Kairo: Dar al-Sya'b.
- McQuail, D. (1992). *Media performance: Mass communication and the publik interest*. New Dehli: Sage Publications.
- Morris P.F., & Samuel J.A. (2008). Political polarization in the American public. *Annual Review of Political Science*. vol. 11, 563-588.
<https://doi.org/10.1146/annurev.polisci.11.053106.153836>.
- Munir, S.A. (2009). *Ilmu dakwah*. Jakarta: Amzah.

- Nasution, H. (1987). *Teologi Islam*. Jakarta: UI Press
- Nasution, H. (1995). *Falsafat dan mistisisme dalam Islam*. Jakarta: Bulan Bintang.
- Nuh Sayyid, M.M. (1991). *An al-sunnah wa al-jama'ah fy qadiyyat al-tagayyur bi janibaih al-tarbawi wa al-da'awiy*. Dar al-Wafa al-Tiba'ah Wa al-Nasyr.
- Oxford University. (2011). *Oxford: Learner's pocket dictionary*. Oxford: Oxford University Press.
- Potter, D. (2006). *Buku pegangan jurnalisme independen*. Jakarta: Biro Program Informasi Internasional Deplu AS.
- Rasmussen, A.K. (2010). *Women the recited Qur'an, and Islamic music in Indonesia*. London: University Of California Press Ltd.
- Rivers Jay W. J., & Peterson, T. (2008). *Mass media and modern society, alihbahasa edisi Indonesia Haris Munandar, media massa dan masyarakat modern*. Jakarta: Kencana.
- Rofiq, A. (2004). Pembacaan yang atomistik terhadap al Qur'an; Antara penyimpangan dan fungsi. *Jurnal Studi al Qur'an dan Hadits*, 4 (1), 1-17.
- S. Lev, D. (1976). Origins of the Indonesian advocacy. *Indonesia*, vol. 21, 135-170.
- Sasono, A. dkk. (1998). *Solusi Islam atas problematika umat: Ekonomi, pendidikan dan dakwah*. Jakarta: Fauzan.
- Shihab, M. Q. (2009). *Tafsir Al-Mishbah*. Jakarta: Lentera Hati.
- Shihab, M. Q. (2008). *Membumikan Al-Qur'an*. Bandung: Alfabeta.
- Subhi, A.M. (2001). *Al-falsafah al-akhlaqiyyah fi al-fikr al-Islami: al-'aqliyyun wa al-dzauiyyun aw al-nadzar wa al-'amal*. (Yunan Askaruzzaman Ahmad: Penerjema). Jakarta: PT. Serambi Ilmu Semesta. (Karya asli diterbitkan tahun 2000).
- Subramanian, S. (2017). *Inside the Macedonian fake-news complex*. Diakses dari <https://www.wired.com/2017/02/veles-macedonia-fake-news/>

- Sydell, L. (2016). We tracked down a fake-news creator in the suburbs. here's what we learned. Diakses dari <https://www.npr.org/sections/alltechconsidered/2016/11/23/503146770/npr-finds-the-head-of-a-covert-fake-news-operation-in-the-suburbs>.
- Tashandra, N. (14 Februari 2017). Media sosial, penyebaran "hoax", dan budaya berbagi. Diakses dari <http://nasional.kompas.com/read/2017/02/14/09055481/media.sosial.penyebaran.hoax.dan.budaya.berbag>.
- Udin, R., & Djaelani, M.A. (2001). *Prinsip dan Strategi Dakwah*. Jakarta, Pustaka Media.
- Umar, T. (1971). *Ilmu dakwah*. Jakarta: Wijaya.
- Wabah hoax : Kabar sesat di media sosial. (2017). *Tempo*, 2-8 Januari.
- Wijaya, D.M., Suhartono, A.W., & Sutopo, A.R. (2016). Perancangan iklan layanan masyarakat untuk orang berusia 18-25 tahun agar kritis dalam menerima informasi di media sosial. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(8), 1-9. Diakses dari <http://publication.petra.ac.id/index.php/dkv/article/view/4380>
- Zahrah, M.A. *Al-Da'wah lla al-Islam*. Dar al-Fikr al-'Arabiyy.