PEMANFAATAN MEDIA DAKWAH DALAM MEMBENDUNG INFORMASI HOAX

HUSNUL HATIMAH

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE

e-mail: husnulhatimah@iainpare.ac.id

Abstrak

Fenomena pengguna media sebagai sarana untuk berdakwah kini semakin bertambah. Dan berkembang seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi, khususnya dengan keberadaan internet (berbasis online). Banyaknya media dakwah berbasis online tidak seluruhnya menjadi kabar gembira lantaran diantaranya justru menampilkan wajah yang menakutkan dalam bentuk teror, ancaman dan provokasi. prinsip agama islam sebagai agama damai dan menjunjung tinggi perdamaian Da'i pada media dakwah online semestinya melakukan aktifitas kerja yang berpedoman pada nilai-nilai dan ajaran agama islam serta menjadi juru damai.

Kata kunci : Media Propaganda Cybers Media and Peace Journalism

Abstark

The phenomenon of media use as a tool for preaching is now growing and growing along with the development of communication technology, especially the internet presence (based online) the number of media propaganda based online not all be good news because of which it displays scary face in the terror shape, threats and provocation. The principles of islam as a religion of peace and uphold peace. Da'i on the online dakwah media should do work activities that are consistent with islamic values and teachings, and be peacemakers.

Keywords : Media Propaganda, Cyber Media and Peace journalism

PENDAHULUAN

1. LATAR BELAKANG MASALAH

Moderisasi membawa perubahan yang kompleks bagi kehidupan masyarakat. Salah satunya pada aspek informasi dan komunikasi yang beriringan dengan mode interaksi dan relasi sosial. Pasca revolusi industri, teknologi media atau elektronik berkembang dan menjadi salah satu kebutuhan penting. Tidak hanya sebagai sarana untuk memperoleh informasi dan kebutuhan lainnya.

Media (Software) atau aplikasi untuk komunikasi pun menunjukkan geliatnya. Jika sebelumnya bisa mengakses e-mail, blog dan web sekarang masyarakat disuguhkan dengan opsi mudah dan praktis untuk bisa berhubungan satu sama lain serta menyampaikan berbagai hal didalamnya melalui media sosial. Di mulai dengan era Friendster dan berkembang menjadi Facebook, Twitter, Path, Instagram, skype, dan sebagainya.

Kendati demikian, tidak dapat dinafikan bahwa perkembangan teknologi informasi dan komunikasi tidak hanya memberikan efek positif tetapi efek laten yang bersifat negatif, terutama dalam aspek jejaring sosial. Salah satu fenomena yang marak akhir-akhir ini dan merupakan implikasi dari kemudahan akses teknologi adalah hoax atau informasi palsu. Palsu karena tidak jelas sumber serta kebenarannya dan disebar melalui media sosial ataupun media chatting tanpa klarifikasi dan tanpa bisa melakukan klarifikasi. Akhirnya informasi tersabur mampu menggiring interpretasi pengguna (user) sesuai dengan yang diharapkan oleh orang-orang yang memiliki kepentingan di dalamnya. Hoax begitu booming terutama didukung oleh pola penggunaan internet masyarakat yang lebih banyak untuk akses jejaring sosial dan instant messaging.

2. Tujuan Penelitian

- Tujuan dakwah islam melalui internet salah satunya adalah memberikan informasi tentang islam kepada non muslim dan muslim. Kepada non muslim dakwah melalui internet untuk mengenalkan ajaran islam. Sedangkan bagi muslim dakwah melalui internet untuk meningkatkan keislaman dan keimanan.
- Penelitian ini juga bertujuan ingin mempergunakan digital dengan sebaik-baiknya agar lebih ternilai dan lebih bermanfaat.

3. Metode Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bertujuan untuk melihat perubahan pada perkembangan dan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi yakni internet. Teknologi elektronik ini telah bertransformasi menjadi medium yang memungkinkan individu terkoneksi dengan orang lain pada lintas batas teritoris.

PEMBAHASAN

METODE

Artikel ini disusun melalui beberapa pendekatan dengan melakukan kajian pustaka menghimpun data dari beberapa jurnal terdahulu yang seimbang dengan permasalahan yang ditemukan. Data yang termasuk didalamnya akan kemudian dianalisis secara deskriptif dengan mengemukakan fakta-fakta terkait tentang Pemanfaatan Media Dakwa dalam Membendung Informasi Hoax.

Modernisasi membawa perubahan yang kompleks bagi kehidupan masyarakat salahsatunya pada aspek informasi dan komunikasi yang beriringan dengan mode interaksi dan relasi sosial. Pasca revolusi industri, teknologi media atau elektronik berkembang dan menjadi salah satu kebutuhan penting. Tidak hanya sebagai sarana bagi manusia untuk saling berinteraksi melainkan juga sarana untuk memperoleh informasi dan kebutuhan lainnya. Dengan demikian, teknologi informasi dan komunikasi atau yang sering disebut dengan *information and communication technology* (act) telah mengukuhkan diri sebagai peranti yang lekat pada kehidupan masyarakat era ini.

Islam merupakan salah satu agama dakwah di dunia yang diturunkan Allah SWT melalui Nabi Muhammad SAW kepada seluruh umat manusia. Secara harafiah islam memiliki arti damai, selamat, pasrah dan bersih atau suci. Hal itu seperti yang tercantum dalam al-Qur'an surah al-Anfal ayat 61, an-Nisa ayat 125, dan asy-Syu'ara ayat 89. Adapula Sebagaimana pendapat Max Muller agama dakwah merupakan agama yang berusaha menyebarkan kebenaran dan mengajak orang-orang yang belum mempercayainya sehingga kebenaran terwujud dalam pikiran, kata-kata, perbuatan yang tertanam dalam jiwa setiap orang. Tidak berbeda jauh dengan pengertian dakwah secara umum dalam islam, yaitu mengajak manusia untuk taat kepada Allah SWT dengan amat makruf nahi munkar, baik dengan tulisan maupun tulisan dilakukan secara individu maupun kelompok. Lebih dalam lagi Janson menyatakan bahwa, dakwah cenderung berupa pendidikan, informasi, publikasi, komersial, dialog antara keyakinan, ibadah konteks yang khusus berupa polemik dan kegiatan

ajakan.¹

DAKWAH

Dakwah dalam islam pada umumnya ditunjukkan pada 2 segmrn, yaiyu kepada non muslim dan kepada umat islam. Kepada non muslim dakwah berupa ajakan masuk islam untuk mengtauhidkan Allah, menunjukkan kebenaran kitab suci al Qur'an dari sisi originalitas dan isinya, menunjukkan perilaku umat islam dalam beragama. Sedangkan bagi umat islam dakwah melakukan sesuatu yang dibutuhkan oleh umat islam dan agamanya, menunjukkan perilakuyang pantas bagi umat islam sekaligus merevitalisasi kehidupan islami. Dakwah untuk umat islam minimal rutin dilakukan setiap khitbah shalat jum'at. Meskipun segmen dakwah berbeda namundalam publikasi dakwah kedua-duanya sama-sama menggunakan media.

Kata dakwah dalam al-Qur'an diungkapkan dalam bentuk *fi'il* dan *mashdar* sebanyak lebih dari seratus kata. Al-Qur'an menggunakan kata dakwah untuk mengajak kepada kebaikan yang disertai dengan resiko masing-masing pilihan. Dalam Al-Qur'an dakwah dalam arti mengajak ditemukan sebanyak 46 kali, 39 kali dalam arti mengajak kepada islam dan kebaikan, dan 7 kali mengajak keneraka atau kejahatan . di samping itu , banyak ayat-ayat yang menjelaskan istilah-istilah dakwah dalam konteks , yang berbeda bahkan hasil penelitian Dzikron Abdillih mengatakan bahwa kata dakwah didalam Al-Qur'an diungkapkan kira-kira 198 kali yang tersebar dalam 55surat (176 ayat).

Istilah dakwah dalam ilmu dakwah cenderung dipakai untuk menunjukkan proses dakwah yang berpihak kepada ajaran islam. Namun, daalam al-Qur'an istilah dakwah digunakan untuk arti yang lebih luas, termasuk mengajak ke neraka atau kejatan. Hal ini dapat dilihat dalam al-Qur'an Surah al-Baqarah ayat 221.

Aktifasi dakwah dalam perkembangan dan penyebaran agama islam tidak dapat dipungkiri keberadaanya. Penyebarluasan agama islam dari Arab hingga keseluruh pelosok dunia tidak terlepas dari aktivitas dakwah. Bahkan, dari dinamika kehidupan yang lebih baik tutur dipengaruhi oleh aktifasi dakwah. Hal itu menunjukkan betapa pentingnya aktifasi dakwah dalam perkembangan dan kemajuan agama islam.

¹ Dikutip dari William. H. Dutton. Social Transformation in a information Society UNESCO: Scientific and Culratal Organization. 2004, hlm.45

MEDIA

Media berasal dari bahasa Latin yakni *medius* yang artinya tengah, perantara atau pengantar. Kata media, merupakan bentuk jamak dari kata "*medium*", yang secara etimologis berarti perantara atau pengantar. Dalam Kamus Besar Ilmu Pengetahuan, Media merupakan perantara/penghubung yang terletak antara dua pihak, atau sarana komunikasi seperti koran, majalah, radio, televisi, film, poster, dan spanduk.²

Nah sedangkan istilah media dapat diartikan sebagai semua bentuk perantara yang digunakan oleh manusia untuk menyampaikan atau menyebar luaskan ide, gagasan atau pendapat. Sehingga ide, gagasan atau pendapat yang dikemukakan sampai pada penerima yang dituju.

Perkembangan teknologi komunikasi saat ini telah berada pada era baru dengan capaian perkembangan yang begitu pesat. Revolusi teknologi komunikasi bahkan telah memungkinkan manusia dapat saling berkomunikasi satu sama lain di mana saja dan kapan saja. Dari tahu ketahu selalu diupayakan lahirnya perkembangan baru teknologi yang digunakan sebelumnya proses tersebut tentu saja telah melalui banyak penelitian

Sejak ditemukannya internet pada awal tahun 1990-an perkembangan teknologi komunikasi terus mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Perbaikan demi perbaikan terus dilakukan oleh praktisi demi terciptanya iklim komunikasi yang cepat dan efisien. Salah satu produk dari perkembangan internet adalah media *online* atau *cyber*. Media ini dapat disamakan dengan pemanfaatan media dengan menggunakan perangkat internet. Sekalipun kehadirannya belum tentu lama, media online sebagai salah satu jenis media massa tergolong memiliki pertumbuhan yang spektakuler. Bahkan saat ini hampir sebagian besar masyarakat menggemari media online.

Menurut Asep Syamsu Ramli, media online berarti media massa yang tersaji secara online di situs web (website) internet. Ramli menyebut media sebagai media massa generasi ke tiga setelah media cetak seperti koran, tabloid, majalah, buku, dan media elektronik seperti radio, televisi, dan film atau video. Media online merupakan produk jurnalistik online.

² Thomas W. Arnold, *the preaching of islam : A History of the Propagation of the (terj. Sejarah dakwah islam)*, Jakarta : Widyajaya, 1985, cet. Ketiga, p. 1

PEMANFAATAN MEDIA DALAM DAKWAH

Para ulama sepakat bahwa dakwah merupakan sesuatu aktifitas yang ada dalam ajaran islam, yang dibebankan kepada umat, baik yang sudah menganutnya maupun belum sejauh ini, perbedaan yang ada hanya berkisar pada apakah kepada kewajiban bersifat kelektif, berlaku untuk kelompok tertentu sebagai representasi kelompoklain. Sehingga ketika tugas dakwah telah dilaksanakan suatu kelompok gugur kewajiban kelompok lain dalam komunitas yang sama.

Dawah, sebagai seruan kepada seluruh umat manusia untuk kembali pada jalan hidup sepanjang ajaran Allah yang benar, dilakukan dengan penuh kebijaksanaan dan nasehat yang baik. Dakwah dapat berupa ajakan kepada kesadaran atau mengubah situasi ke situasi yang lebih baik dan sempurna menurut ajaran islam, baik terhadap pribadi maupun terhadap masyarakat. Perwujudan berdakwah bukan hanya sekedar usaha peningkatan oemahaman keagamaan dalam tingkah laku dan pandangan hidup saya tetapi menuju sasaran yang lebih luas.

Dakwah saat ini dituntut untuk dapat aktual, faktual dan kontekstual, sehingga dakwah dapat menjadi solusi bagi setiap problematika kehidupan manusia. Aktual berarti memecahkan masalah kekinian yang sedang dihadapi masyarakat.

Salah satu aspek penting dalam berdakwah oleh pemanfaatan media. Pada prinsipnya ada 2 fungsi media, sebagaimana yang dikemukakan oleh Sudirjo dan Siregar yaitu untuk memberikan pengalaman yang konkrete kepada pemirsa dan sebagai sarana komunikasi. Dengan demikian, pemilihan media seharusnya dilakukan secara selektif dengan mengacu kepada kriteria. Seperti kesesuaian tujuan dakwah, faktor biaya, kesesuaian metode, karakteristik pemirsa, pertimbangan praktis, dan ketersediaan media itu sendiri.

Seiring pesatnya teknologi komunikasi dan informatika pemanfaatan teknologi berbasis internet sebagai media dakwah merupakan suatu keniscayaan. Internet, yang juga yang disebut sebagai multimedia, dalam konsepsi ilmu dakwah disebut sebagai *wasilah* dakwah. Mengadopsi segala produk media komunikasi terutama multimedia berbasis teknologi informasi dan komunikasi sebagai media dakwah.³

³ Wahyu, Khoiruzzaman, 2016, urgensi dakwah media cyber berbasis peace journalis, vol, 36

Dalam konteks dakwah islam, segala bentuk kemajuan teknologi informasi merupakan bagian dari karunia Allah yang wajib disyukuri dengan cara menguasai dan menggunakannya untuk kemajuan dakwah menciptakan *khairu ummah* . bukan mala sebaliknya. Multimedia komunikasi dan informasi malah dikuasai dan digunakan oleh manusia yang berorientasi pada kesenangan hidup dan kesenangan hawa nafsu dengan dorongan meterealisme, kapitalisme, hedonisme dan seterusnya yang sejalan dengan dakwah *fi syaithon*.

ADAPUN FAKTOR PENYEBAB MUNCULNYA BERITA HOAX

Seperti yang dipaparkan sebelumnya bahwa perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang ditandai dengan munculnya PC dan koneksi internet telah memunculkan realitas teknologi . suatu realitas yang berada disuatu tempat dimana tempat itu tidak diketahui secara jelas letaknya. Inilah yang disebut sebagai ruang maya (*cyberspace*). Maya karena tidak menghadirkan fisik penggunaan di ruang itu. Dengan didorong oleh inovasi yang seakan overlap yaitu produk portabel PC seperti laptop, notebook dll.

Hasil wawancara “Berkaca pada realitas saat ini dengan merebaknya media sosial dan kesempatan untuk eksis di beberapa platform menunjukkan bahwa siapa pun bisa membuat akun kapan saja dan apa saja. Tidak jauh berbeda pada masyarakat fisik (rill) , di dunia virtual sangat mudah untuk membuat grub atau jejaring. Tidak jarang dari kita yang memiliki komputer dan smarphone yang terkoneksi dengan internet ternyata juga bergabung dengan grub dalam Facebook, Whatspp, messanger, line dan grub sejenisnya”

Sayangnya cepatnya transmisi mudahnya membagi dan mengunggah informasi (audio atau visual) tanpa identitas spesifik memunculkan chaos yang sulit diprediksi sebelumnya. hoax atau berita bohong yang sengaja dibuat dengan mengaburkan atau membalikkan fakta kebenarannya unruk tujuan tertentu. Adapun beberapa alasan berita hoax yang dikutip dari Marwan dalam tulisannya yang berjudul “analisis penyebaran berita hoax di indonesia” dengan

mudah tersebar luas diinternet

1. Hoax dibuat untuk hiburan yang dianggap lucu (humor)
2. Hoax dibuat dan disebarkan untuk mencari sensasi, menumbulkan kebohongan sehingga lebih cepat populer dikalangan netizen (para pengguna internet)
3. Hoax dibuat dan disebarluaskan untuk mendapatkan pemasukan, bekerja sama dengan pihak-pihak tertentu yang memesan hoax untuk mengirim opini masyarakat demi mencapai kepentingan pihak yang memesan sebagaimana kasus saracen.
4. Hoax dibuat dan disebarluaskan untuk mengikuti tren, menarik minat netizen sebagai salah satu strategi marketing.
5. Untuk menyudutkan pihak tertentu (black campaign) keadaan ini sering terjadi saat sedang berlangsung seperti pilkada, pilgub, pileg, pilpres. Demi memperoleh dukungan masyarakat, ada juga yang sengaja menyebar hoax agar lawan politiknya tidak mendapat tempat dihati masyarakat.
6. Untuk mengadu domba. Inilah yang sering terjadi saat ini yaitu ada oknum yang tidak bertanggung jawab melakukan penyebaran hoax hanya untuk mengadu domba tanpa kepentingan tertentu ataupun menjatuhkan kedua lawan⁴

penyebarkan hoax yang juga menjadi korban hoax sekaligus menjadi pelaku penyebaran hoax. Dikatakan korban hoax karena ketidaktahuannya atas informasi baru tersebut tanpa ada klarifikasi terhadap sumber maupun isi informasi tersebut.

Dari jenis inilah hoax bisa dengan mudah tersebar. Misal ada satu berita hoax dibuat lalu disebarkan oleh satu orang dan berhenti pada satu orang maka berita hoax tersebut dapat dikatakan tidak memberikan dampak negatif karena sudah berhenti. Namun, ketika berita hoax tersebut disebarluaskan dan di share oleh orang penyebar jenis kedua, maka berita hoax tersebut akan tersebar berkali-kali dan bahkan bisa menjadi viral. Inilah yang dikhawatirkan karena pihak penyebarannya tidak sadar bahwa yang di share adalah hoax. Jadi, yang perlu ditekankan kepada para netizen terutama kepada da'i cyber dakwah adalah kesadaran bahwa setiap berita yang perlu diperoleh perlu di cek dulu kebenarannya dan tidak mudah percaya kepada informasi yang tidak jelas sumber

⁴ Kristi Poerwandari. "Gaduh di media". Kompas. Edisi 11 februari 2017. ⁴ Hasil wawancara dengan Narasumber Sati tri nuaeni, Selasa 21-07-2020 jam 10-00 wita.

asalnya.

Maraknya hoax, membuat para netizen terkadang susah untuk membedakan mana berita hoax dan mana berita yang benar dikarenakan keterbatasan dalam mengklarifikasi kepada sumber utama. Beberapa berita hoax dapat diidentifikasi dari unsur yang ada dari berita tersebut.

KESIMPULAN

Masyarakat Indonesia kini sudah akrab dengan internet. Terutama media sosial. Bahkan sehari-hari internet berada dalam genggam tangan mereka melalui mobile devices yang sangat mudah untuk dibawa ke mana-mana. Hal ini menunjukkan bahwa akses pertukaran informasi di Indonesia dapat dijangkau dengan cepat dan mudah.

Kondisi demikian harus dimanfaatkan sebaik mungkin oleh para Da'i dengan cara menjadikan internet sebagai arena menyebarkan konten-konten islami yang tidak provokatif. Konten-konten islami tersebut dapat disebarluaskan melalui laman web atau media cyber.

Tapi dalam menjalankan aktifitas di masyarakat seharusnya di pahami para penghuninya bahwa bersosialisasi dan berkomunikasi di dalamnya tidak berbeda dari masyarakat nyata terdapat norma-norma yang harus dipatuhi dan nilai-nilai dalam ber etika harus tetap dikedepankan. Maraknya hoax di dunia maya seharusnya menjadikan pelajaran pada masyarakat untuk tetap selektif dalam mengupload menerima informasi mencari berita, menjadikan internet sebagai sumber informasi setiap saat.⁵

DAFTAR PUSTAKA

Hasil wawancara dengan Narasumber Sati tri nuaeni, Selasa 21-07-2020 jam 10-00 wita.

https://s.docworkspace.com/d/AHYrVq3k8BC4qrh_I2nF4

<https://s.docworkspace.com/d/AP51RVq3k8BC4rbFnI6nFA>

<https://s.docworkspace.com/d/AARbflG3k8BCwrjFnI6nFA>

Referensi dari 3 jurnal yang digabungkan