



Analisis Strategi Mengatasi Luberan Informasi (*Information Spillover*) Keagamaan di Era Digital

Danil Folandra

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Email : danilfolandra1221@gmail.com

ABSTRACT

Is a tangible form that information on social media causes problems such as hoaxes, hate speech, truth claims and others. All of this is a logistical consequence of the evolution of knowledge in technology. The ease and massive dissemination of information not only provides convenience but also has an effect on the bias of the information. Problems like this if left unattended will certainly have an impact on social divisions in the digital world. Therefore, this study would like to present tips/strategies in stemming the above problems. Through literature review, this qualitative study refers to books, journals and other matters related to the problem being studied. This study was then analyzed using an exploratory method in order to obtain a comprehensive picture of the research. This study finds that the digital era must be avoided given the negative effects that occur, but must be managed by the user actors/users themselves. Users must have a wise attitude in disseminating information on social media. Before conveying the message the user must do a fact check, in the sense of tracing the actual source of the news obtained. Do not forget that users are also critical of the message and study further information before spreading the message. This will minimize news bias from information spillover on social media.

Keywords: Strategy, Information Spillover, Social Media

ABSTRAK

Merupakan bentuk nyata bahwa informasi di media sosial menimbulkan persoalan seperti *hoaks*, *hate speech*, *truth claim* dan lainnya. Semua ini menjadi konsekuensi logis dari evolusi pengetahuan di bidang teknologi. Kemudahan serta massifnya penyebaran informasi tidak hanya memberi kemudahan tetapi juga berefek pada biasnya informasi tersebut. Persoalan seperti ini jika dibiarkan berlarut tentu akan berdampak pada perpecahan sosial di dunia digital. Maka dari itu studi ini ingin menyuguhkan kiat/strategi dalam membendung persoalan di atas. Melalui kajian literatur, studi yang bersifat kualitatif ini merujuk pada buku, jurnal serta dokumen lain yang kiranya berkaitan dengan permasalahan yang dikaji. Studi ini kemudian dianalisis dengan metode eksploratif dalam rangka mendapatkan gambaran yang komprehensif mengenai penelitian. Studi ini menemukan bahwa era digital bukanlah zaman yang harus dihindari mengingat efek negatif yang terjadi, melainkan harus dikelola sendiri oleh para aktor pengguna/*user*. Pengguna mesti memiliki sikap yang bijak dalam penyebaran informasi di media sosial. Sebelum menyampaikan pesan pengguna harus melakukan *fact checking*, dalam artian menelusuri sumber aktual dari berita yang didapatkan. Tak lupa pengguna juga bersikap kritis dari pesan serta mengkaji lebih lanjut informasi sebelum menyebarkan pesan keagamaan. Dengan itu akan meminimalisir biasnya berita dari luberan informasi di media sosial (*information spillover*).

Kata Kunci : Strategi, Luberan Informasi, Media Sosial

PENDAHULUAN

Berkembangnya teknologi mempercepat arus penyebaran informasi. Hal ini tentunya merupakan kemudahan bagi masyarakat untuk dapat saling bertukar informasi serta menyebarkan informasi. Dalam perkembangannya, teknologi informasi menjadi instrumen baru di dunia digital untuk mempermudah akses saling bertukar informasi dan menyebarkan informasi. Seakan-akan tidak berjarak, informasi di seluruh pelosok dunia dapat dengan mudah dan cepat diketahui. Misalnya, jika di benua Eropa terjadi badai salju, maka tidak butuh waktu lama informasi tersebut bisa menyebarkan ke benua-benua lainnya. Di samping itu pelbagai kalangan telah dimudahkan dalam mengakses informasi dengan banyak cara, serta dapat menikmati fasilitas dari teknologi digital dengan lebih bebas dan terkendali.

Adalah positif apa yang dihasilkan oleh produk digital, membantu proses penyebaran informasi serta mensyukurinya menjadi perihal yang harus dilakukan. Namun, bagaimana jika informasi yang berkembang melalui media digital itu meluber ke mana-mana. Informasi yang berkembang terlalu banyak atau kelebihan sehingga terjadi “banjir/tsunami” informasi, sehingga si penerima kurang jeli dalam menerima informasi. Akibatnya, informasi-informasi yang seharusnya tidak bisa dipahami mentah-mentah diterima begitu saja.

Memang jika dikaji dalam Islam, segala sesuatu yang asalnya baik, jika sudah berlebihan menjadi boomerang bagi pelakunya, termasuk perihal informasi, terlebih pada informasi keagamaan yang dianggap sebagai ranah privat dan sensitif. Jika pengguna *smartphone* mengetikkan kata agama di pencarian google, maka informasi yang berkaitan dengan agama muncul dalam hitungan detik. Meski, informasi yang

disampaikan merupakan informasi keagamaan, tidak menjamin semua informasi tersebut bernilai kebenaran. Ada saja oknum-oknum yang sengaja menulis informasi yang provokatif, hoax, hate speech yang berkaitan dengan agama. Informasi demikian perlu *check and recheck* lebih lanjut akan kebenarannya. Namun, tidak semua penerima informasi melakukan hal tersebut. Akibatnya, hal-hal yang di luar kendali terjadi memicu kemarahan atau lainnya.

Sejauh ini penelitian tentang informasi keagamaan dapat dikatakan cukup banyak yang meneliti, karena bicara agama selalu semenarik itu dan ada saja hal yang bisa diulik. Di antaranya penelitian yang dilakukan oleh Agusta dan Laugu yang fokus meneliti mengenai informasi keagamaan *fresh* yang terdapat dalam aplikasi instagram dalam melihat pandemi Covid-19 di Indonesia (Agusta & Laugu, 2020). Selanjutnya studi yang meneliti media sosial *fanspage facebook* Persyarikatan Muhammadiyah tentang integritas informasi keagamaan untuk mereduksi data dengan menggunakan analisis *almetrics* (Agusta, 2020).

Penelitian Safrawali tentang pembelajaran Islam dengan mengakses informasi keagamaan di media sosial dengan menggunakan pendekatan analitis kritis. Ungkap Safrawali, informasi keagamaan di media sosial dapat diakses selama tersedia internet, sehingga belajar Islam bisa di mana dan kapan saja (Safrawali, 2021). Kemudian Prisgunanto mengkaji tentang makna informasi pada era digital yang dianalisis dengan berbagai sudut pandang. Terangnya bahwa informasi bukanlah pesan atau data sederhana, melainkan hubungan timbal balik antara manusia (Prisgunanto, 2018).

Sementara Robeet Thadi lebih menekankan pentingnya literasi media bagi khalayak ditengah berlimpahnya

sebaran informasi di media massa. Bagi Thadi literasi media sangat diperlukan agar masyarakat pengguna media dapat memilah dan memilih tayangan yang disajikan. Jika pesan yang disampaikan hanya bentuk provokatif, sensasi atau berbau negative lainnya maka khalayak dapat menolaknya (Robeet Thadi, 2019)

Dalam rangka meminimalisir kejadian-kejadian yang tidak diinginkan dari melubernya informasi keagamaan. Atau setidaknya penikmat informasi keagamaan digital dapat rasional dan kritis dalam menerima informasi keagamaan, studi ini hendak memberikan langkah-langkah strategis dari dampak luberan informasi keagamaan tersebut. Argumen dasar dari studi ini pertama dari sisi pemberi pesan seolah lepas kendali dalam memposting konten. Hal ini wajar saja terjadi karena tidak adanya batasan dalam menyampaikan informasi di media sosial. Oleh sebab itu perlunya pengetahuan literasi digital agar pengguna pengguna lebih rasional dan bijak dalam menyikapi sebaran informasi. Kedua dari sisi penerima/penikmat yang apatis dan kurang bijak dalam menerima pesan informasi. Atas dasar ini informasi oleh pelaku disebarkan tanpa menyaring informasi keagamaan yang diterima.

METODE PENELITIAN

Studi ini bersifat kualitatif dengan fokus studi literature mengkaji penelitian dengan merujuk kepada sumber-sumber literatur yang tersedia, baik di buku maupun jurnal yang berkaitan dengan penelitian. Studi dianalisis dengan metode eksploratif dengan tujuan mendapatkan gambaran yang komprehensif mengenai penelitian. Hingga kemudian dilakukan analisis data untuk mendapatkan suatu pemahaman yang jelas mengenai penelitian.

Studi mengenai strategi mengatasi luberan informasi keagamaan pada era digital ini dilakukan secara teoretis untuk memperkaya literatur yang berkaitan dengan manajemen informasi

keagamaan. Sementara secara praktis dilakukan untuk meminimalisir kekacauan-kekacauan yang disebabkan oleh melubernya informasi keagamaan di era digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Luberan Informasi Keagamaan di Era Digital

Di antara bentuk kemajuan teknologi pada era digital ini dalam bidang informasi dan komunikasi adalah media massa (Munardi, 2021). Media massa telah berdisrupsi ke arah digital, sehingga proses mendapatkan informasi, penyebaran dan cara pencariannya menjadi semakin lebih mudah dan lebih cepat serta aksesibel bagi semua orang (Haidar Bagir, 2017). Cukup memiliki koneksi internet, maka dimana dan kapanpun informasi yang dibutuhkan dapat dengan segera untuk diperoleh. Merujuk pada data *we are social* pada awal 2019 penggunaan media sosial oleh masyarakat Indonesia mencapai 150 juta pengguna. Platform youtube menjadi media yang sering diakses sekitar 132 juta, disusul Whatsapp 83% atau sekitar 125 juta orang, facebook sebanyak 122 juta pengguna serta instagram 120 juta pengguna (<https://www.brilio.net>). Artinya media sosial menciptakan interaksi *trafficonline* yang tinggi tiap tahunnya. Hal demikian memungkinkan tersebarnya informasi yang sangat cepat.

Terkoneksinya masyarakat dunia dengan internet, membuat penyebaran informasi menjadi semakin massif. Akibatnya terjadilah luberan informasi "*information spill over*". Hampir dalam segala bidang kehidupan manusia, luberan informasi tampak terjadi pada aspek sosial, budaya, ekonomi, politik, Agama dan lainnya (Thadi & Mukhlizar, 2021). Kecanggihan teknologi memang begitu menarik, hasrat manusia untuk mendapatkan informasi dapat terpenuhi

dengan mudah, termasuk perihal agama yang menjadi kebutuhan dasar manusia.

Luberan informasi seperti ini tentu saja di satu sisi bisa dipandang baik sebagai sesuatu yang menguntungkan, sebab masyarakat sebagai *information society* memiliki banyak alternatif informasi terkait permasalahan kehidupan. Namun di sisi lain juga dipandang negatif sebab dengan situasi semacam ini akan menjadi problem ketika informasi yang disebarkan diragukan akan kualitas dan kredibilitas isi dari informasi yang akan diterima oleh masyarakat itu sendiri. Akibatnya luberan informasi ini menempatkan masyarakat pada posisi yang bingung ketika memilih informasi yang mereka percayai (Hartono, 2018).

Lebih lanjut, informasi menjadi meluber karena masyarakat mendapatkan informasi tanpa harus melibatkan jamak orang atau lembaga. Naiknya tingkat kepemilikan komputer mendukung penyebaran informasi. Harga komputer yang relatif terjangkau sehingga dapat dimiliki masyarakat. Juga aplikasi-aplikasi gratis yang tersedia memudahkan masyarakat untuk menunjang berbagai kebutuhannya, di antaranya kebutuhan untuk mendapatkan informasi (Sri Melani, 2016).

Sayangnya, terjadinya luberan informasi keagamaan pada era digital tidak dibarengi dengan semangat rasional dan kritis manusia, juga miskinnya literasi—menjadikan informasi yang diterima tidak diukur, diklasifikasikan, dan diperhitungkan mana informasi yang tepat dan kurang tepat (Thadi & Mukhlizar, 2021). Apalagi sebagian besarnya produksi informasi yang diviralkan melalui *platform* media sosial baik *instagram*, *facebook*, *twitter* dan sebagainya mengabaikan proses kerja jurnalistik yang memprioritaskan akurasi, verifikasi fakta, etika dan hukum jurnalistik. Luberan informasi keagamaan tidak datang dalam bentuk kebenaran

semata. Melainkan telah disusupi dengan *hoax*, *fake news*, *hate speech* dan lain sebagainya yang nilai kebenarannya harus diteliti lebih lanjut lagi.

Hoax, *fake news*, dan *hate speech* menjadi istilah yang *ngetrend* pada era yang disebut *post-truth*. *Post-truth* dapat dideskripsikan sebagai era yang cenderung meminggirkan fakta dan kebenaran atau masa dimana keyakinan dan perasaan pribadi lebih berpengaruh dalam pembentukan opini publik dibanding fakta-fakta obyektif (Suharyanto, 2019). Sementara *hoax*, *fake news*, dan *hate speech* yang disebut-sebut sebagai anak kandung *post-truth* diartikan berurut-urut sebagai berita yang dipelintir/rekayasa, berita bohong, dan ujaran kebencian.

Penelitian mengungkapkan 92,40% *hoax* di Indonesia tersebar melalui media sosial seperti *facebook*, *twitter*, *instagran* dan *path*. Seturut dengan itu sebanyak 62, 80% *hoax* tersebar melalui media chatting seperti *whatsapp*, *line*, *telegram*. Serta di posisi ketiga *hoax* tersebar melalui *web* sebanyak 34,90%. Sementara jika didasarkan pada formatnya, *hoax* tersebar dalam bentuk tulisan sebanyak 62, 10%, serta dalam bentuk gambar dua dimensi sebanyak 37.50%. Studinya menemukan *hoax* yang paling populer di Indonesia merupakan isu sosial, politik kemudian disusul isu SARA (Suku Ras Agama dan Antar golongan) dan problem kesehatan (Gumgum et al., 2017).

Informasi keagamaan sarat dikamufase pada era *post-truth*. Sehingga tidak jarang luberan informasi keagamaan diberi ‘bumbu’ provokatif dan dimanfaatkan untuk kepentingan politik. Isu agama dibawa-bawa karena saat bicara agama tingkat emosi manusia bisa meningkat. Manusia bisa saja langsung tersurut ‘bara api’ atau ‘terpujuk rayu’ saat agama-agama dimainkan dikontestasi perpolitikan misalnya, maupun di bidang kehidupan lainnya.

Ketika terjadi banjir informasi, masalah yang dihadapi bukan hanya tentang *post-truth*, melainkan juga terjadi disorientasi pada manusia. Informasi yang notabeneanya baik yang menjadi wawasan dan pengetahuan bagi manusia, ternyata ketika terlalu banyak/berlebihan justru menjadikan manusia kebingungan dan kurang mendalam saat memahami informasi (Haidar Bagir, 2017). Manusia tidak jarang menerima mentah-mentah informasi yang berkembang dan menerimanya sebagai sebuah kebenaran tanpa dilakukan penelusuran yang lebih mendalam.

Akibatnya, muncullah apa yang disebut Nicholas Carr: *The Shallows* "Orang-orang Dangkal". Orang-orang yang terbiasa menerima informasi secara instan dan tanpa melakukan pendalaman (Haidar Bagir, 2017). Menjadi semakin rumit ketika informasi yang diterima belum dapat dipastikan nilai kebenarannya namun dipercayai sebagai sebuah kebenaran dan disebarluaskan dengan satu kali klik. Sehingga semakin banyak kemungkinan diterimanya informasi tersebut sebagai sebuah kebenaran.

B. Dampak Luberan Informasi Keagamaan pada Era Digital

Konsekuensi logis dari digdayanya teknologi informasi yang merupakan pilar dari era digital dan globalisasi adalah terjadinya peluberan informasi. Tidak seperti dahulu, ketika para penganut agama memperoleh informasi keagamaan dari pemuka agama dan nilai kebenarannya dapat dipertanggungjawabkan. Sementara zaman sekarang, para penganut agama tidak bisa menghindari banjir informasi yang dapat mengancam kepercayaan mereka (Haidar Bagir, 2017).

Informasi yang tersedia menghantam orang bagai "tsunami" yang didapat dari televisi, internet dan media sosial. Sehingga banyak yang tidak punya

waktu dan energi untuk meng-engage berbagai pemikiran dan informasi yang membanjir itu (Haidar Bagir, 2017)). Orang-orang menjadi malas menelusuri lebih lanjut dan terkukung pada kebenaran yang semu. Akibatnya, paham merasa benar bejibun dimana-mana dan akhirnya saling salah menyalahkan.

Saifuddin Qudsy terkait relasi agama dan media pada studinya menerangkan adanya pergeseran otoritas keagamaan dari tangan ulama ke mediasi agama, ia menyebutnya dengan mediatisasi agama. Kecenderungan tersebut dapat dilihat dari praktik informasi keagamaan (dakwah) di berbagai media, yang menunjukkan metode pembelajaran agama secara tradisional kehilangan legitimasi, makna dan validitas sebagai konsekuensi logis mediasi agama. Massifnya penyebaran informasi keagamaan menjadikan masyarakat tidak lagi belajar ilmu agama ke para ulama. Berbagai kajian keagamaan begitu mudah dan instan untuk mendapatkannya di internet. Media sosial sebagai media baru di internet menjadi sumber utamamenyebarkan pesan-pesan keagamaan (Saifuddin Zuhri Qudsy Irwan Abdullah, 2021).

Lebih lanjut Qudsy menegaskan penyebaran pesan-pesan keagamaan di berbagai media sosial di satu sisi menjadi daya tarik bagi pembaca untuk lebih kiat mempelajari agama dikarenakan penyajiannya yang unik dan menarik. Namun di sisi lain, penyebaran pesan keagamaan yang massif di media sosial menghasilkan pemahaman makna keagamaan yang dangkal. Ketiadaan pengetahuan terkait pesan keagamaan secara kontekstual menjadi hal yang problematis dalam penyajian keagamaan di media sosial. Yang lebih memprihatinkan pesan keagamaan yang tidak lengkap atau setengah-setengah juga disebarluaskan ke berbagai media lainnya, sebaliknya oleh penerima menerima begitu saja informasi

keagamaan yang didapati, sehingga membangun struktur pemikiran yang dangkal dalam memahami informasi keagamaan tersebut (Saifuddin Zuhri Qudsy Irwan Abdullah, 2021)

Juga menjadi problem selanjutnya ialah terdapatnya perbedaan pandangan dari pemuka agama. Kelompok A misalnya mendapatkan serta menyebarkan informasi keagamaan yang berbeda dengan kelompok B. sehingga terjadi pertentangan yang akhirnya memunculkan pembenaran (*truthclaim*) masing masing bagi si penerima. Mengingat kasus demikian, pada dasarnya agama manapun kiranya menolak sikap seperti ini, tidak ada agama yang membolehkan penganutnya melakukan klaim kebenaran. Islam sebagai agama menyebutkan dalam QS. al-Baqarah [2]: 147 bahwa: “kebenaran itu dari Tuhanmu, maka janganlah sekali-kali engkau (Muhammad) termasuk orang-orang yang ragu” (Departemen Agama RI, 2017). Jelas bahwa hanya Tuhan yang berhak melakukan klaim kebenaran, manusia bagaimanapun tinggi derajat, jabatan dan intelektualnya, klaim kebenaran tidak pernah boleh dilakukan.

Lebih lanjut, seperti yang telah disinggung bahwa perbedaan pandangan dalam pesan keagamaan di media sosial menjadikan masyarakat bingung juga bentuk problem yang mesti diperhatikan. luberan informasi memunculkan keraguan masyarakat dalam memilah-milah informasi yang harus dipercayai. Ditambah, informasi-informasi yang beredar saling bertentangan satu sama lain (Hartono, 2018), menjadikan masyarakat kehilangan arah dalam menentukan jalur informasi mana yang harus menjadi patokan kebenarannya. Akibatnya, melahirkan gesekan-gesekan pemikiran. Informasi yang disebarkan lewat *platform* media sosial; seperti *whatsApp*, *facebook*, *instagram*, *twitter* dan lainnya cenderung meminggirkan cara kerja jurnalistik yang mengutamakan kecermatan, konfirmasi

fakta, etika dan tata aturan jurnalistik. Sehingga bias informasi akan sangat mungkin terjadi, meski hal demikian tidak sengaja dilakukan, yang kemudian melahirkan *hoax* (Hartono, 2018).

C. Strategi Mengatasi Luberan Informasi Keagamaan di Era Digital

Sekali-kali tidak ada salahnya melepaskan diri dari ketergantungan internet dan beragam media sosial. Untuk memastikan diri bahwa masih waras dalam menghadapi dunia yang nyata. Terlalu banyak bermain di tempat maya/semu juga tidak baik, kehilangan kepekaan sosial akan berefek pada pribadi, dan hanya memahami retorika dunia maya tanpa tahu bahwa dunia nyata tidak sepelik dunia maya. Namun semua itu agaknya menjadi hal sulit diterapkan di era digital yang serba ketergantungan dengan media sosial.

Memutus diri dari berbagai media sosial dan koneksi internet pada era digital ini, kiranya bukan solusi yang tepat untuk mengatasi derasnya arus informasi. Kebutuhan manusia tidak bisa dilepaskan dari yang namanya internet, fakta bahwa kecanggihan teknologi membuat berbagai kehidupan manusia menjadi efisien dan efektif patut diapresiasi. Bagaimana tidak, Indonesia termasuk salah satu Negara dengan konsumsi internet terbesar. Data APJII memperlihatkan sebanyak 73 % dari penduduk Indonesia telah menggunakan internet, artinya sekitar 200 juta dari 260 juta masyarakat Indonesia bergantung pada jaringan internet terutama media sosial (APJII). Yang mesti dilakukan bukanlah menjauhi dunia digital, melainkan membentengi serta mengambil hal-hal positif dari perkembangan teknologi yang begitu pesat. Jika dihindari dunia digital, tentu masyarakat yang hidup di zaman 4.0 akan tertinggal dari segi apapun.

Seyogyanya pengguna media sosial sebelum lebih dalam mengarungi dunia teknologi dalam hal ini media sosial

harus melek terhadap dunia digital itu sendiri. Artinya bagi tiap-tiap individu pengguna media sosial harus memahami literasi media. Stanly J. Baran memberikan struktur pengetahuan literasi media. Pertama Baran menekankan bahwa semua media adalah hasil kontruksi. Maka dari itu, apa yang disampaikan media bukanlah berdasarkan realitas sebenarnya. Kedua, realitas dibangun oleh media. Dalam hal ini media berusaha membangun pemikiran pengguna berdasarkan apa yang di informasikan. Ketiga, konsumen media dapat menyesuaikan makna terhadap apa yang disuguhkan oleh media. Pemaknaan ini sangat bergantung pada factor individu yang bersifat personal. Keempat, media bersifat komersial. Hampir semua produk media berorientasi pada bisnis serta keuntunngan. Maka wajar saja media saat ini cenderung dikuasai oleh kepentingan serta dikuasi oleh pihak-pihak tertentu. Kelima, pesan yang disampaikan terselubung ideology tertentu serta keenam pesan yang disampaikan media berimplikasi terhadap aspek sosial politik (Stanly J. Baran, 2011)

Bertolak dari pendapat Baran di atas menjadi penting bahwa literasi media dapat membantu dalam membangun kesadaran bahwa media tidak serta merta bersifat netral, adanya unsur kepemilikan, komersialisasi, ideology serta kepentingan dari pihak media. Oleh sebab itu masyarakat pengguna media sebenarnya memiliki otoritas dalam menerima dan menolak berita. Dengan itu masyarakat harus memiliki sikap sebelum media lebih dalam mempengaruhi serta menyetir kehidupan masyarakat.

Selanjutnya menghadapi lubehan informasi keagamaan pada era digital, konsumen informasi digital dituntut untuk memiliki keberdayaan. Keberdayaan dalam arti menganalisis pesan yang diterima serta tidak

menerima informasi yang ada dengan membabi buta. Kritis dalam menerima informasi akan menjauhkan konsumen informasi dari serbuan berbagai informasi *hoax*. Walau memang situasi dan kondisinya membuat sulit, karena kecanggihnya arus penyebaran informasi yang tidak seimbang dengan kemampuan untuk membendungnya (Nugroho et al., 2021).

Masyarakat juga harus cerdas dan bijak bermedia ketika informasi dan berita yang beredar berkembang biak secara liar seperti saat sekarang ini.¹ Informasi yang valid tidak akan menjadi boomerang bagi penikmatnya, selama informasi tersebut di *check and recheck* dulu kebenarannya. Pengguna cerdas dan bijak dalam menerima informasi yang ada, tidak mudah percaya dan tersulut emosi saat informasi yang didapatkan berkaitan dengan *hate speech* agama maupun isu SARA.

Perilaku masyarakat yang memiliki keberdayaan dan cerdas serta bijak bermedia saat dibanjiri informasi keagamaan misalnya informasi yang tersebar di nternet yang berjudul “Baznas Pasang Spanduk Menolak Tempat Perayaan Natal Selain Gereja”, adalah mencari legalitas kebenaran informasi tersebut. Dimana bisa melakukan penelusuran di situs kominfo <https://www.kominfo.go.id/>. Jika informasi tersebut benar akan ada keterangan benar. Namun jika tidak, maka kominfo akan menginformasikan bahwa berita tersebut *hoax*. Seperti gambar berikut.

¹Sugeng Winarno, “Banjir Informasi Covid-19”, *Opini Jawa Pos*, Kamis, 19 Maret 2020, <http://research-report.umm.ac.id/index.php/API-BAA/article/download/3573/3536>, 17 April 2022.



[HOAKS] Baznas Pasang Spanduk Menolak Tempat Perayaan Natal Selain Gereja

Kategori Hoaks | mth



KATEGORI: HOAKS

Penjelasan :



KATEGORI: HOAKS

Penjelasan :

Beredar postingan di media sosial Twitter foto spanduk yang mencatut nama Baznas yang isinya adalah masyarakat Pangandaran menolak kegiatan perayaan Natal ditempat yang bukan gereja.

Adapun faktanya, kabar tersebut tidak benar. Arifin Purwakananta sebagai Direktur Utama Baznas menegaskan bahwa Spanduk menolak perayaan natal tersebut dipastikan bukan dari Baznas ataupun dari MUI setempat. Logo Baznas dicatut oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Sebagai lembaga pemerintah, Baznas menghimbau agar semua warga untuk saling menghormati dalam menjalankan hak-haknya termasuk beribadah untuk menjaga kerukunan, persatuan dan keamanan negara dan masyarakat.

Situs *kominfo* ini bisa dimanfaatkan untuk mengecek kebenaran berita. Ada baiknya setiap informasi digital yang didapatkan jika kebenarannya diragukan, maka lakukanlah penelusuran di situs tersebut. Selain, masyarakat juga bisa bertanya kepada ahli agama perihal kebenaran informasi tersebut atau paling tidak bertanya kepada orang yang lebih mengetahui suatu kasus tersebut sebelum menyebarkan informasi. Maka, tidak ada lagi yang namanya menyebarkan informasi tanpa tahu kebenaran pastinya.

Upaya di atas menjadi penting dalam beretika di media sosial. Dalam istilah jurnalisme disebut dengan *fact checking* atau pemeriksaan data (Nurlatifah & Irwansyah, 2019). Meluapnya data yang tersebar seringkali membuat informasi menjadi bias.

Meskipun upaya ini menjadi suatu kewajiban bagi para jurnalis, hendaknya masyarakat sebagai konsumen media sosial juga menerapkan dasar dasar dalam bermedia sosial ini. Untuk meminimalisir kebiasaan informasi tersebut perlu kiranya menelusuri setiap informasi baik sebagai penyampai pesan maupun sebagai penerima pesan. Ketika informasi disebarluaskan sebelum menelusuri data yang valid akan menimbulkan efek domino. Pesan yang disampaikan si A hingga menyebarluas ke penerima Z tanpa *fact checking* akan berpeluang besar kehilangan makna awal dari informasi tangan pertama. Sebagai masyarakat yang pintar bermedia sosial mesti berhati hati dalam hal ini agar tidak terjadi hoax yang menyebabkan perpecahan antar masyarakat.

Dalam Islam sendiri, melakukan *fact checking* terhadap informasi yang diperoleh disebut dengan istilah *tabayyun*, Nadirsyah Hosen menafsirkannya dengan makna saring dulu sebelum sharing. Artinya sebelum mempercayai suatu informasi, perlu untuk melakukan filterisasi terhadap suatu informasi yang didapatkan. Jika sudah menemukan kebenaran dari suatu informasi yang diterima, maka menyebarkan informasi tidak akan menjadi persoalan (Nadirsyah Hosen, 2017).

Terkait persoalan ini, janner Simarmata dkk dalam buku yang berjudul *hoaks dan media sosial* menyajikan lima langkah dalam mengidentifikasi informasi bagi pengguna media sosial. *Pertama*, yang mesti diperhatikan ialah judul berita yang disebarkan yang cenderung provokatif. Biasanya pesan ini merupakan interpretasi dari pesan awal yang disebarkan. Maka dari itu masuk pada langkah *kedua* dengan menelusuri situs terkait informasi yang disebarkan. Situs situs yang menyebarkan pesan perlu dicermati. Ia menyebutkan agar merujuk pada institusi pers resmi dan menghindari web dengan menggunakan

domain blog. Catatan dewan pers menunjukkan terdapat sekitar 43.000 situs di Indonesia yang mengklaim sebagai portal berita dimana hanya 300 situs yang terverifikasi resmi.

Lebih lanjut yang *ketiga* ialah dengan memeriksa fakta, maksudnya ialah memperhatikan asal dari berita serta sumber berita tersebut. Disini juga harus diperhatikan keberimbangan sumber berita. Jika hanya terdapat satu sumber, maka pembaca belum bisa menyimpulkan permasalahan dari berita yang disebarluaskan. Begitu juga yang *keempat* terkait foto sebagai pendukung berita. Sebagai pengguna yang cerdas tentu foto yang disebarluaskan juga hal yang mesti di perhatikan. Kemudian yang terakhir masyarakat mesti memiliki pengetahuan yang cukup terhadap berita yang disebarluaskan (Simarmata, 2019). Sebagai permasalahan informasi keagamaan yang tersebar di media chat seperti whatsapp, telegram dan sebagainya harus mendalami kajian lebih lanjut sebelum dengan mentah menerima informasi keagamaan.

KESIMPULAN

Perpecahan atau konflik yang terjadi dalam masyarakat saat ini tentu berbeda dengan apa yang terjadi sebelum era digital. Sumbu perpecahan bukan lagi *face to face* melainkan dihalangi dengan layar atau yang disebut dengan *smartphone*. Meskipun demikian bukan berarti perpecahan yang terjadi lebih sedikit, justru informasi melalui *smartphone* lebih berefek besar dikarenakan meluapnya informasi (*information spillover*) yang tak dapat dibendung. Oleh karena itu perlu kiranya strategi dalam meminimalisir efek negative yang terjadi. Luapan informasi yang tersebar di media sosial dapat dibendung dengan melakukan *fact checking* sebelum menyebarkan maupun menerima pesan. Menelusuri berita kepada sumber yang lebih akurat begitu dianjurkan demi membendung efek dari

luapan informasi seperti *hoaks*, *hate speech*, dan lainnya. Selain itu, pengguna juga mesti memiliki pengetahuan lebih terkait media sosial serta mengkaji lebih lanjut berita-berita yang tersebar di media sosial.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Agusta, A. S. (2020). Integratifitas Informasi Keagamaan Melalui Media Virtual: Fanspage Facebook Persyarikatan Muhammadiyah. *IQRA': Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi (e-Journal)*, 14(2), 1. <https://doi.org/10.30829/iqra.v14i2.7156>
- Agusta, A. S., & Laugu, N. (2020). Fresh Informasi Keagamaan Melalui Media Instagram Dalam Menanggapi Covid-19 Di Indonesia. *UNILIB: Jurnal Perpustakaan*, 11(2), 88-99. <https://doi.org/10.20885/unilib.vol11.iss2.art1>
- Departemen Agama RI. (2017). *Mushaf al-Quran dan Terjemahannya*. Pustaka Al-Kautsar.
- Gumgum, G., Justito, A., & Nunik, M. (2017). Literasi Media: Cerdas Menggunakan Media Sosial Dalam Menanggulangi Berita Palsu (Hoax) Oleh Siswa Sma. *Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 35-40. <https://doi.org/1410-5675>
- Haidar Bagir. (2017). *Islam Tuhan Islam Manusia: Agama dan Spritualitas di Zaman Kacau*. Mizan.
- Hartono, D. (2018). Era Post-Truth : Melawan Hoax dengan Fact Checking. *Prosiding Seminar Nasional Prodi Ilmu Pemerintahan 2018*, 73. <http://repository.fisip-untirta.ac.id/952/>
- Munardi, B. (2021). Efek Media Massa Terhadap Agama dan Kehidupan

- Sosial Budaya Dalam Pembentukan Moral Dan Kepribadian Masyarakat. *Journal Waraqat*, VI(2), 74–83.
- Nadirsyah Hosen. (2017). *Saring Sebelum Sharing: Pilih Hadis Sahih, Teladani Kisah Nabi Muhammad SAW. dan Lawan Berita Hoax*. Bentang.
- Nugroho, H. A., Winarno, W., & Anindi, R. P. (2021). The Implementation of Panca Jiwa In Pesantren Agro Nur El Falah Salatiga. *Indonesian Journal of Religion and Society*, 3(1), 1–9. <https://doi.org/10.36256/ijrs.v3i1.126>
- Nurlatifah, M., & Irwansyah, I. (2019). Fact-Checking Journalism sebagai Platform Kolaborasi Human and Machine pada Jurnalisme Digital. *Jurnal Komunikasi*, 13(2), 121–134. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol13.iss2.art1>
- Prisgunanto, I. (2018). Pemaknaan Arti Informasi Di Era Digital. *WACANA, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 17(2), 143. <https://doi.org/10.32509/wacana.v17i2.619>
- Robeet Thadi. (2019). Literasi Media Khalayak Di Era Keberlimpahan Informasi Di Media Massa. *Jurnal Ilmiah Syi'ar*, 19(01), 90–102.
- Safrawali. (2021). Belajar Agama Islam di Era Digital: Fenomena Akses Informasi Keagamaan Melalui Media Sosial. *Jurnal Sains Sosio Huaniora*, 5(1), 682–690.
- Saifuddin Zuhri Qudsy Irwan Abdullah, M. P. (2021). *S Aifuddin Z Uhri Q Udsy I Rwan a Bdullah*. 20(60), 92–114.
- Simarmata, J. (2019). *Hoaks dan Media Sosial: Saring Sebelum Sharing* (Issue October). https://www.researchgate.net/profile/Ms_Hasibuan/publication/336320022_Hoaks_dan_Media_Sosial_Saring_sebelum_Sharing/links/5d9c7600299bf1c363ff46c8/Hoaks-dan-Media-Sosial-Saring-sebelum-Sharing.pdf
- Sri Melani. (2016). Literasi Informasi Dalam Praktek Sosial. *Jurnal Iqra'*, 10(August), 67–82.
- Stanly J. Baran. (2011). *Pengantar Komunikasi Massa: Literasi Media dan Budaya*. Salemba Humanika.
- Suharyanto, C. E. (2019). Analisis Berita Hoaks Di Era Post-Truth: Sebuah Review. *Masyarakat Telematika Dan Informasi: Jurnal Penelitian Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 10(2), 37. <https://doi.org/10.17933/mti.v10i2.150>
- Thadi, R., & Mukhlizar, M. (2021). Literasi Dakwah Di Era Post Truth. ... (*Journal of Islamic Communication*), 2(1), 31–38.