

Persepsi Remaja Muslim Yogyakarta Terhadap Peredaran Hoaks di Media Sosial

Yanti Dwi Astuti

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta, Indonesia
Email: yanti.astuti@uin-suka.ac.id

Mustofa

Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta, Indonesia
Email: mustofa@uin-suka.ac.id

Article Information

Submitted July 5, 2019

Revision October 1, 2019

Accepted February 25, 2020

Published April 30, 2020

Abstract

This research tries to reveal how Muslim teenagers' perceptions and interpretations of hoax news are often circulating in social media. The phenomenon of hoax spreads or false information gets a big moment when social media becomes very common on the internet. People become agents of hoax distribution because they believe in hoax content. Young teenagers are considered the most vulnerable affected by false or hoax news because the characteristics tend to be explorative, always curious, easily influenced, and tend to receive just the contents of the media. It may pose a latent danger and potentially divisive perceptions of society. This research uses Stimulus, Organism, and Response (SOR) theory through qualitative approaches. Data was collected through the FGD method, observation, in-depth interviews, and documentation by using purposive sampling. Meanwhile, to ensure the validity of the data, it is done with the triangulation of data and sources. The results revealed a relationship between understandings of the hoax with the rejection of hoax. It suggests that hoaxes as false news are designed to pose a threat to social life. The study concluded that people, especially Muslim youth, re-examine the truth of the information with "Tabayyun. It also increases digital literacy to be smart and critical in the media.

Keywords:

Social Media, Perception, Hoax, Muslim Youth.

Abstrak

Penelitian ini mencoba untuk mengungkap bagaimana persepsi dan interpretasi remaja muslim mengenai berita hoaks yang kerap beredar di media sosial. Fenomena penyebaran hoaks atau berita bohong mendapat momen besar ketika media sosial menjadi sangat umum berkembang di zaman internet. Masyarakat menjadi agen penyebaran Hoaks karena percaya dengan konten hoaks. Kalangan remaja dinilai paling rentan terpengaruh berita bohong atau hoaks karena karakteristiknya cenderung eksploratif, selalu ingin tahu, mudah terpengaruh dan cenderung menerima begitu saja isi media. Ini dapat menimbulkan bahaya laten dan beragam persepsi yang berpotensi memecah belah

masyarakat. Penelitian ini akan menggunakan teori Stimulus, Organisme dan Respon (SOR) melalui pendekatan kualitatif. Pengumpulan data penelitian dilakukan melalui, metode FGD, Observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Sementara itu, untuk menjamin validitas data, dilakukan dengan triangulasi data dan sumber. Hasil penelitian mengungkapkan terdapat hubungan antara pemahaman terhadap hoaks dengan penolakan terhadap hoaks. Hal ini menunjukkan bahwa hoaks sebagai berita bohong yang terdesain menjadi ancaman bagi kehidupan sosial. Penelitian menyimpulkan agar masyarakat khususnya remaja muslim memeriksa kembali kebenaran sebuah berita dengan "Tabayyun. Selain itu juga meningkatkan literasi digital agar dapat pintar dan kritis dalam bermedia.

Kata Kunci:

Media Sosial, Persepsi, Berita Hoaks, Remaja Muslim

Pendahuluan

Penggunaan media sosial di *new media* sangat populer dan telah menjadi sebuah tren baru dalam masyarakat kita. Budiantoro menyebut bahwa *new media* juga bisa digolongkan menjadi era digital, era dimana kegiatan manusia dapat disosialisasikan dengan medium teknologi komputasi dengan beragam representasi, bentuk dan simbol (Budiantoro, 2017). Fenomena ini jelas merupakan bukti nyata perkembangan desa global di dunia, terutama di Indonesia. Media sosial memiliki keunggulan yang multi-platform yaitu dapat terhubung dan dapat diakses melalui berbagai perangkat digital. Pengguna internet atau yang sering disebut *netizen* di Indonesia saat ini berjumlah 132,7 juta atau 52% dari jumlah total populasinya. Bahkan pada tahun 2014, pengguna internet di Indonesia mencapai 78 juta orang, menempati peringkat ke delapan di dunia. Dari jumlah itu, 80% di antaranya adalah anak remaja usia 15-19 tahun (Prasadana, 2017).

Di lain pihak, Purwanto menambahkan, sebanyak 129,2 juta memiliki akun media sosial yang aktif dan rata-rata *netizen* menghabiskan waktu sekitar 3 jam per hari untuk mengkonsumsi internet (Purwanto, 2012). Berdasarkan data dari *netizen* tersebut sayangnya sebagian besar hanya menggunakan fungsi internet untuk *chatting* dan mengakses situs-situs media sosial, bukan mengakses data baik mengunduh atau mengunggah informasi penting di internet. Media sosial sendiri memiliki dua peran yang dikenal dengan prosumen yaitu sebagai produsen konten dan sekaligus sebagai *user* (pengguna). Setiap orang bisa menjadi *publisher* sehingga benar atau tidaknya sebuah informasi yang diterima akhirnya sangat tergantung sikap kritis pengguna. Seperti pada hebohnya pemberitaan ketika Pilkada DKI Jakarta 2017. Seluruh timeline media sosial hampir dibanjiri oleh bermacam informasi yang belum teruji kebenarannya. Beragam konten yang mengandung *hatespeech* dan *hoaks* dimanfaatkan pihak tertentu untuk menggiring opini dan mencuri perhatian masyarakat.

Fenomena *hoaks* mendapatkan banyak perhatian masyarakat. Begitu masifnya *hoaks* di media baru membuat banyak orang tidak sadar dan mudah mempercayainya, bahkan ikut andil menyebarkannya. Inilah rantai perkembangan informasi *hoaks* yang saat ini sangat sulit diputus apabila mereka belum memiliki kompetensi literasi digital yang baik. Akhirnya berbagai forum komunikasi di sosial media maupun *instant messaging* berubah seperti medan perang ideologi. Bahkan, nilai-nilai agama seakan dinafikkan demi mendukung *hoaks* yang tendensius dan dianggap lumrah.

Salah satu pengguna terbesar sosial media berasal dari kalangan remaja muslim di Yogyakarta. Menurut penelitian yang dilakukan Giyarsih dan Rum terungkap bahwa sebanyak 89% remaja di perkotaan dan pedesaan di Yogyakarta adalah pengguna aktif media sosial (Giyarsih, Sri Rum, 2017). Mereka mengakses media sosial lebih dari 80 menit dalam perharinya. Berdasarkan banyaknya jumlah remaja Yogyakarta mengakses media sosial membuka peluang untuk mengekspresikan diri, bersosialisasi, berkreatifitas, terlibat dalam masyarakat dan menambah kemahiran baru melalui situs jejaring sosial. Namun para remaja menjadi masa yang paling rawan dalam tahap perkembangan individu, mereka memiliki karakteristik sebagai seseorang yang eksploratif karena selalu ingin tahu, sering mudah terpengaruh dan cenderung menerima begitu saja apa yang disampaikan oleh media. Di sisi lain mereka akrab dengan teknologi sehingga tidak takut dengan hal-hal baru, kritis dan cenderung idealis. Tentu saja karakter mereka akan mempengaruhi perilaku dalam menggunakan media sosial. Penelitian oleh *Common Sense Media* dari Amerika Serikat menyatakan bahwa media sosial telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari kalangan remaja (Hanjani, 2013).

Laporan dari Sue Shellenbarger di situs *wsj.com* (Wall Street Journal) mengenai kondisi ini cukup mengejutkan. Sebab dari penelitian yang dilakukan pada 8.000 pelajar (dari siswa SD hingga mahasiswa) membuktikan banyak dari mereka yang tidak bisa membedakan situs palsu dan media profesional. Hal ini dipengaruhi oleh kecenderungan mereka yang menggunakan media sosial sekadar untuk mengunggah foto narsis dan bersosialisasi dengan teman-teman. Sehingga seringkali mereka dengan polosnya tidak bisa mengenali informasi yang palsu. Studi serupa juga dilakukan Stanford University pada 7.804 pelajar dari SMP hingga mahasiswa perguruan tinggi dan menemukan bahwa mereka tidak mampu mengevaluasi suatu informasi dengan detail. Sebab mereka hanya fokus pada gambar atau judul berita saja, tanpa memperhatikan sumbernya ("Survei Ungkap Pelajar Tak Bisa Bedakan Berita Hoaks dan Asli di Internet", *Tribunnews*, 2016).

Penelitian mengenai isu ini juga dilakukan oleh UNICEF dan Kementerian Komunikasi dan Informatika tahun 2015, pengguna internet dikalangan remaja berjumlah 30 juta. Mereka yang lahir di tahun 1990-an hingga 2000-an disebut *digital natives* yaitu generasi internet atau generasi millennial (Broto, 2014). Generasi millennial terlahir dan tumbuh dengan media social sebagai bagian dari hidup kesehariannya dan generasi ini dinilai paling rentan terpengaruh berita bohong atau *hoaks*. Penelitian hoaks juga dilakukan oleh Yanti Dwi Astuti yang menyoroti peperangan antara generasi *digital natives* melawan *digital hoaks* di media sosial melalui kompetisi kreatif. Menurutnya, hoaks baik dalam bentuk digital maupun konvensional haruslah dihindari dan diwaspadai. Karena *hoaks* itu penyakit yang menyebar dan menular untuk menipu orang lain. Sehingga generasi muda haruslah memiliki kecerdasan dalam bermedia agar mendapatkan manfaat yang positif dari media.

Hoaks menjadi produk komunikasi yang bertujuan mengubah persepsi dan perilaku khalayak. Selain itu sebagian *hoaks* berasal dari virus hiperealitas sebagai gejala pengaburan realitas sehingga seringkali citra lebih dipercaya ketimbang fakta yang kemudian memicu hipermoralitas atau hilangnya daya nalar dan batas moral (Astuti, 2017). Akibatnya, orang mudah mengumpat, menghujat, menyumpah serapah, bahkan membunuh dengan kata-kata. Hal inilah yang kemudian menimbulkan masalah dan menjadi bahaya laten. Berita yang belum tentu benar, disebar dan menjadi viral di dunia maya sehingga membuat munculnya berbagai persepsi dalam menanggapi pemberitaan semacam itu. Puncaknya perbedaan persepsi yang timbul sangat berpotensi memecah belah masyarakat. Padahal dalam agama Islam sendiri etika berkomunikasi telah ada pada kitab suci al-Qur'an surat al-Hujurat ayat

6: *Yā ayyuhallażīna āmanū in jā`akum fāsiqum binaba`in fa tabayyanū an tuşību qaumam bijahālatin fa tuşbiḥu 'alā mā fa'altum nādīmīn* yang artinya: “Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa sesuatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan sesuatu kaum dengan perkara yang tidak diingini - dengan sebab kejahilan kamu (mengenainya) - sehingga menjadikan kamu menyesali apa yang kamu telah lakukan” (Q.S. al-Hujurat: 6).

Kaum remaja merupakan generasi penerus bangsa. Maka, pada periode ‘bonus’ demografi di 2030 nanti, harus diisi oleh orang-orang cerdas dalam bermedia sosial apalagi media-media besar masih dikuasai oleh orang-orang non-muslim. Untuk itu penting sekali dilakukan penelitian upaya mengetahui bagaimana tingkat pemahaman remaja muslim Yogyakarta terhadap berita *hoaks* di media sosial, bagaimana tingkat penerimaan remaja muslim Yogyakarta terhadap berita *hoaks* di media sosial dan bagaimana persepsi remaja muslim Yogyakarta terhadap interpretasi berita *hoaks* di media sosial dengan tujuan untuk menganalisis persepsi remaja muslim di Yogyakarta terhadap interpretasi berita *hoaks* di media sosial, mengetahui cara remaja muslim di Yogyakarta menyikapi segala jenis pemberitaan yang mereka terima melalui media social dan mengetahui tingkat pemahaman remaja muslim di Yogyakarta mengenai pentingnya sikap *tabayyun* dalam menyikapi sebuah informasi khususnya dari media sosial.

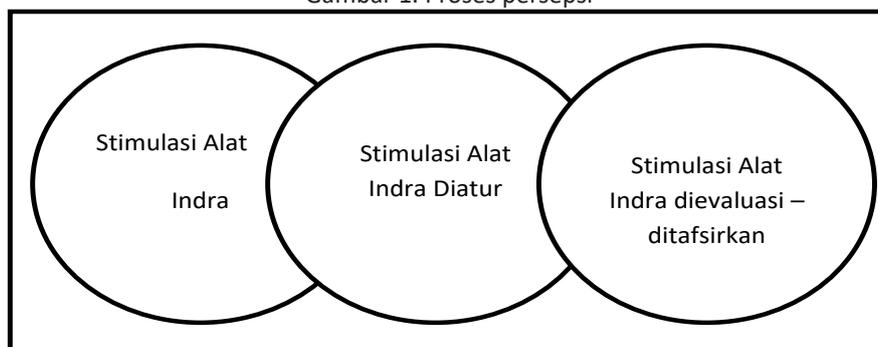
Menurut Mulyana (via Rakhmat, 2000), persepsi adalah inti komunikasi, sedangkan penafsiran (interpretasi) adalah inti persepsi, yang identic dengan penyandian-balik (*decoding*) dalam proses komunikasi. Solomon mengartikan persepsi sebagai proses dimana sensasi yang diterima oleh seseorang dipilah dan dipilih, kemudian diatur dan akhirnya diinterpretasikan. Hubungan antara persepsi dan sensasi sudah jelas. Sensasi adalah bagian dari persepsi. Walaupun begitu, menafsirkan makna informasi inderawi tidak hanya melibatkan sensasi tetapi juga atensi, ekspektasi, motivasi dan memori (Rakhmat, 2000).

Proses Terbentuknya Persepsi

Ada tiga komponen utama dalam proses persepsi (Sobur, 2003: 447), yaitu:

- 1) Seleksi adalah proses penyaringan oleh indra terhadap rangsangan dari luar, intensitas dan jenisnya dapat banyak atau sedikit.
- 2) Interpretasi, yaitu proses mengorganisasikan informasi sehingga mempunyai arti bagi seseorang.
- 3) Evaluasi dan penafsiran terhadap informasi, yaitu Interpretasi dan persepsi yang kemudian diterjemahkan dalam bentuk tingkah laku sebagai reaksi.

Gambar 1. Proses persepsi



Sumber: Joseph A Devito, Komunikasi antar manusia

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Dalam proses persepsi, banyak rangsangan yang sampai melalui panca indra namun tidak semua rangsangan tersebut mempunyai daya tarik tersebut mempunyai daya tarik yang sama. Masing-masing individu akan mempersepsikan segala sesuatu dengan cara yang berbeda berdasarkan latar belakang, pengalaman, budaya dan suasana psikologis (Mulyana, 2008). Menurut Kasali (2008:23), persepsi ditentukan oleh factor-faktor seperti 1) Latar belakang budaya, 2) Pengalaman masa lalu, 3) Nilai-nilai yang dianut, dan 4) Berita yang berkembang. Persepsi remaja muslim terhadap berita *hoaks* dapat diartikan sebagai bagaimana remaja tersebut memandang atau menilai *hoaks* yang tersebar di *new media* utamanya di media sosial dengan melalui proses persepsi yaitu melakukan seleksi, interpretasi, evaluasi dan penafsiran terhadap informasi yang mereka terima.

Istilah *New Media* ataupun media baru saat ini menjadi bahan kajian yang sangat populer bagi pelajar ilmu komunikasi karena terkait dengan perkembangan teknologi informasi komunikasi (TIK). Teknologi yang paling digambarkan sebagai "*New Media*" adalah digital yang sering memiliki karakteristik yang dimanipulasi, melalui jaringan, padat, kompresibel, dan interaktivitas. Komunikasi di dunia nyata memiliki perbedaan dengan komunikasi di dunia virtual/*cyberspace*. Komunikasi di dunia nyata terjadi secara langsung (*face-to-face*) dan melibatkan simbol, tanda, teks, ekspresi wajah, tekanan suara, cara memandang, posisi tubuh, agama, usia, ras, dan sebagainya. Sedangkan dalam komunikasi virtual (*Computer Mediated Communication*) seseorang dapat saling berinteraksi meskipun tidak dalam lokasi yang sama, namun ekspresi, emosi seseorang tidak terwakilkan seluruhnya karena proses komunikasi hanya melalui layar (*face-to-screen*) (Puspita, 2015).

Ruang virtual hadir sebagai produk dari teknologi digital yang diciptakan dan sekaligus dikonsumsi oleh manusia-manusia posmoderen. Digitalisasi dalam segala bidang seperti sebuah virus yang tak terdeteksi perlahan menghancurkan manusia, ia menawarkan kebebasan dan kemudahan yang virtual (semu) tetapi di balik itu sebenarnya manusia sedang dihegemoni, diatur dan dimasukkan kedalam sistem yang terstruktur. Hiperrealitas merupakan kondisi di mana keadaan seakan telah melampaui realitas, suatu keadaan dimana fantasi/ mimpi-mimpi berusaha untuk diwujudkan/direpresentasikan sehingga batas antara keduanya nyaris tidak ada (Astuti, 2015). Kalangan remaja merupakan generasi yang sangat akrab dengan *new media*. Ini ditandai dengan keaktifan mereka menggunakan beragam jenis media sosial yang ada.

Istilah Remaja berasal dari kata latin "*adolensence*" yang berarti tumbuh menjadi dewasa. Istilah *adolensence* mempunyai arti yang lebih luas lagi yang mencakup kematangan mental, emosional sosial dan fisik (Hurlock, 1992). Sebenarnya pada masa ini tidak mempunyai tempat yang jelas karena tidak termasuk golongan anak tetapi tidak juga golongan dewasa atau tua. Seperti yang dikemukakan oleh Calon (Monks, F.J., Knoers, A.M.P., Haditono, 2001) bahwa masa remaja menunjukkan dengan jelas tentang sifat transisi atau peralihan karena remaja belum memperoleh status dewasa dan tidak lagi memiliki status sebagai anak. Remaja di masa awal masih belum mampu untuk mengatasi masalahnya sendiri, namun pada usia enam belasan remaja sudah mulai menunjukkan kemandirian khususnya secara emosional. Namun tidak jarang pula remaja yang dalam usaha mencapai kestabilan diri tidak berada pada jalur yang benar. Remaja berusaha mencari sesuatu hal yang memang sesuai dengan dirinya dan keinginannya (Sarwono, 2006).

Negara Indonesia menetapkan batasan remaja mendekati batasan usia remaja (*youth*) yang ditetapkan oleh PBB yaitu, usia 14-24 tahun. Di Indonesia masa remaja masih merupakan

masa belajar disekolah, umumnya mereka masih belajar di SMP, SMA dan Perguruan Tinggi (Monks, F.J., Knoers, A.M.P., Haditono, 2001). Masa remaja berlangsung antara umur 12 tahun sampai dengan 21 tahun bagi wanita dan 13 tahun sampai dengan 22 tahun bagi pria. Remaja adalah masa peralihan di antara masa kanak-kanak dan dewasa. Dalam masa ini anak mengalami masa pertumbuhan dan masa perkembangan fisiknya maupun perkembangan psikisnya. Mereka bukanlah anak-anak baik bentuk badan ataupun cara berfikir atau bertindak, tetapi bukan pula orang dewasa yang telah matang. Hal senada diungkapkan oleh Santrock bahwa *adolescence* diartikan sebagai masa perkembangan transisi antara masa anak dan masa dewasa yang mencakup perubahan biologis, kognitif, dan sosial-emosional (Santrock, 2002).

Saat ini kaum remaja telah menjadi salah satu pengguna terbesar media sosial. Media sosial merupakan sebuah media online yang memberikan akses untuk para penggunanya agar bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi media yang meliputi blog, jejaring sosial, forum, wiki dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum dipakai oleh masyarakat dunia. Pendapat lain mengatakan bahwa media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif berbasis online. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein pernah mendefinisikan media sosial itu sebagai "sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*". Sementara itu, Gamble, Teri, dan Michael dalam *Communication Works* menyebutkan media sosial mempunyai ciri - ciri sebagai berikut (Gamble, 2002) :

- 1) Pesan yang di sampaikan tidak ditujukan hanya untuk satu orang saja namun bisa keberbagai banyak orang contohnya pesan melalui SMS ataupun internet
- 2) Pesan yang di sampaikan bersifat bebas tanpa harus melalui campurtangan "Gatekeeper"
- 3) Pesan yang di sampaikan cenderung lebih instan dan cepat di banding media lainnya
- 4) Penerima pesanlah yang menentukan waktu untuk berinteraksi

Sebagai salah satu media komunikasi, media sosial tidak hanya dimanfaatkan untuk berbagi informasi dan inspirasi, tapi juga ekspresi diri (*self-expression*), "pencitraan diri" (*personal branding*), dan ajang "curhat" bahkan keluh-kesah dan sumpah-serapah. Status terbaik di media sosial adalah update status yang informatif dan inspiratif (www.romelteamedia.com). Beberapa bentuk media sosial yang menjadi obyek penelitian ini adalah *Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, Blog* dan *Path* sebagai media social yang populer digunakan di Indonesia melalui new media. Masalahnya adalah, saat ini informasi yang beredar melalui media sosial sudah sangat meresahkan masyarakat karena tidak dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya dan cenderung mengarah ke *hoaks*.

Hoaks ini bukan singkatan tetapi satu kata dalam bahasa inggris yang punya arti sendiri. Sedangkan definisi *hoaks* menurut wikipedia adalah "Sebuah pemberitaan palsu adalah usaha untuk menipu atau mengakali pembaca/pendengarnya untuk mempercayai sesuatu, padahal sang pencipta berita palsu tersebut tahu bahwa berita tersebut palsu. *Hoaks* adalah berita bohong yang sengaja dibuat untuk menyamarkan kebenaran. Adapun *hoaks* ini dapat dalam berbagai bentuk seperti yang diutarakan Raphael adalah:

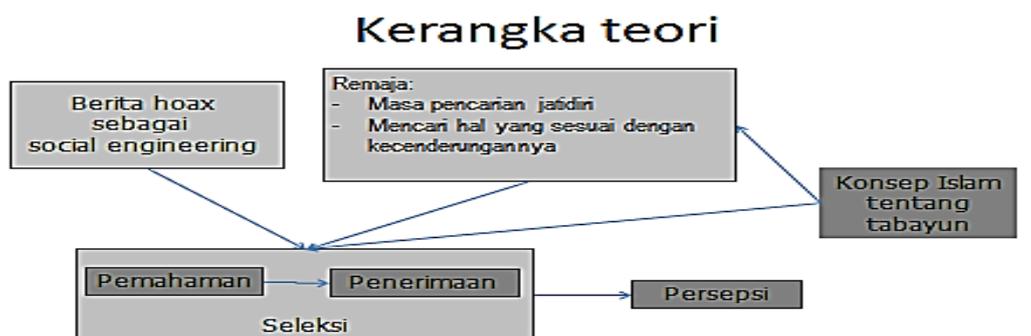
- a. Ide palsu (*false idea*),
- b. Prinsip yang bertentangan (*offence principle*),
- c. Manipulasi media (*media manipulation*),
- d. Keseimbangan (*balancing*),
- e. Objektifitas (*objectivity*),

f. Melawan netralitas moral (*against moral neutrality*) (Raphael Cohen-Almagor, 2013).

Hoaks sengaja dibuat untuk menipu pembaca atau pendengarnya agar mempercayai sesuatu informasi untuk menggiring opini mereka agar mengikuti kemauan pembuat *hoaks*. Penyebaran *hoaks* menggunakan pendekatan *social engineering* yaitu manipulasi psikologis dari seseorang dalam melakukan aksi atau mengungkap suatu informasi rahasia. *Social engineering* umumnya dilakukan melalui telepon atau internet dan yang paling mudah dilakukan melalui media sosial. Mekanisme penyebarannya yang dipakai biasanya seperti penggunaan judul atau foto bombastis, penggunaan *meme*, penggunaan akun-akun samara/avatar dengan foto perempuan cantik atau pria dengan profil meyakinkan di sosial media yang mengakibatkan orang lain dapat mudah percaya terhadap akun dan berita tersebut dan percaya akan berita *hoaks* yang disebarkannya.

Kerangka Pikir Penelitian

Gambar 2: Alur penerimaan/penolakan remaja atas berita hoaks



Sumber: Olahan Peneliti

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data mendalam. Penelitian kualitatif tidak mengutamakan besarnya populasi atau sampling, jika data yang terkumpul sudah cukup mendalam dan bisa menjelaskan fenomena yang diteliti maka tidak perlu mencari sampling lainnya, agar data yang didapat bisa lebih mendalam (Kriyantono, 2009). Teknik pengumpulan data penelitian diperoleh langsung dari informan atau narasumber melalui wawancara mendalam. Dalam penelitian ini wawancara dilakukan kepada remaja muslim terpilih yang berasal dari beberapa Universitas Islam di Yogyakarta baik PTN maupun PTS yaitu (UIN, UII dan UMY) serta Madrasah Aliyah Negeri dan Swasta (MAN Lab UIN, SMA UII, SMA Islam Al Azhar 9) di Yogyakarta yang aktif mengoperasikan dan menggunakan media sosial dan mengakses berita. Selain itu, data primer juga didapatkan dari hasil observasi lapangan, khususnya pada perilaku remaja muslim pengguna media sosial. Sementara data sekunder didapatkan melalui studi kepustakaan, yaitu penelitian dilakukan dengan cara mempelajari dan mengumpulkan data melalui literature dan sumber bacaan yang relevan dan mendukung penelitian seperti gambar dari media massa, dokumentasi tentang penelitian yang hampir sama. Untuk validitas data penelitian, penelitian ini menggunakan triangulasi sumber data

dengan mengumpulkan data dari beragam sumber yang saling berbeda yaitu wawancara dan observasi terlibat (*participant observation*). Masing-masing cara itu akan menghasilkan bukti atau data yang berbeda, yang selanjutnya akan memberikan pandangan (*insights*) yang berbeda pula mengenai fenomena yang diteliti.

Hasil dan Pembahasan

Dalam membedah permasalahan penelitian ini, maka akan peneliti paparkan pada bagian ini dengan dimulai penjelasan terkait hasil analisis persepsi remaja muslim sendiri terhadap berita *hoaks* di media sosial. Selanjutnya akan dikupas analisis fenomena hoaks dalam pandangan Islam yang dilengkapi dengan argumen-argumen dari nilai-nilai Islam.

1. Remaja Yogyakarta Pengguna Media Sosial

Berdasarkan wawancara mendalam kepada beberapa informan menyatakan bahwa remaja Yogyakarta sudah lama aktif menggunakan media sosial dalam hari-harinya. Sebagaimana dikatakan Doni Saputra, siswa SMA Piri 1 Yogyakarta bahwa dia sangat aktif menggunakan media sosial seperti, *Whatsapp, Facebook, Line* dan *BBM*, namun tidak menggunakan *Twitter* dan *Path*. *Instagram* pun punya, tetapi Doni Saputra jarang buka karena butuh data internet yang cukup banyak, dan lagi tampaknya dia sedang fokus untuk ujian akhir ini.

“iya saya aktif menggunakan media sosial seperti, Whatsapp, Facebook, dan Line, Instagram BBM, akun Twitter dan Path saya punya namun sudah jarang buka karena butuh data internet yang cukup banyak, dan saya lagi fokus untuk ujian akhir ini.”
(Wawancara dengan Doni Saputra).

Sedangkan M. Syahid Husain, MAN 2 Yogyakarta Jurusan IPS / XI, tampaknya juga begitu menggunakan media sosial dalam kesehariannya sebagaimana dikatakan, “iya saya aktif menggunakan media sosial seperti *Instagram, Facebook, Whatsapp, dan Line* namun beberapa waktu ini agak berkurang menggunakannya karena persiapan ujian dan Hp sedikit eror juga”. Hal senada juga dikatakan informan yang lain seperti halnya Adnin Kamil Baniawa, sesama dari SMA Piri 1 Yogyakarta Jurusan IPA kelas XI ini juga aktif dalam menggunakan media sosial hanya saja tidak untuk *twitter, bbm, dan path*. Randy Yudha Permana, siswa SMA Muhammadiyah 2 Yogyakarta/IPS/XI, juga demikian mengatakan bahwa ia sangat aktif menggunakan media sosial seperti *IG, WA, Line, Path, Twitter, FB dan BBM*. Hal yang sama juga terjadi pada Akbar Husain, sesama siswa SMA Muhammadiyah 2 Yogyakarta/IPS/XI ketika diwawancarai.

Data di atas menunjukkan bahwa remaja muslim Yogyakarta sangat aktif menggunakan media sosial dengan berbagai jenis platformnya. Mereka juga sangat aktif dalam mengaksesnya setiap saat. Ini menunjukkan bahwa ketergantungan mereka terhadap media sosial dalam menjalin interaksi sosial sangatlah besar. Meskipun begitu berdasarkan cara mereka dalam memanfaatkan media sosial ternyata juga sangat beragam. Hal ini dapat terlihat dari beberapa hasil petikan wawancara berikut:

“Saya memanfaatkan media sosial biasanya untuk sharing-sharing sosial, menambah ilmu pengetahuan, untuk berkomunikasi, mencari-cari informasi, menjual online atau online shop dari hewan sampai barang-barang dan menurut saya media sosial sangat membantu saya saat ini.” (Wawancara dengan M. Sahid Husein).

Menurut Adnin Kamil Baniawa, sesama dari SMA Piri 1 Yogyakarta Jurusan IPA kelas XI menyebutkan penggunaan media sosial baginya sangat penting untuk menyelesaikan tugas-tugas mata pelajaran di sekolah selain tentunya sebagai alat komunikasi dengan keluarga teman dan lainnya.

“Saya menggunakan media sosial biasanya untuk komunikasi dengan teman-teman, keluarga, untuk pelajaran-pelajaran ketika disuruh membuat tugas biasanya mengambil dari internet, Instagram biasanya untuk mencari informasi, dan like foto, namun jarang ngepost kecuali saat membuat acara dengan teman-teman, karena saya kurang suka mempublikasikan diri saya, melihat apa yang sekarang menjadi trend seperti di online shop namun belum pernah beli lewat online shop.” (Wawancara dengan Adnin Kamil Baniawa).

Randy Yudha Permana, siswa SMA Muhammadiyah 2 Yogyakarta/IPS/XI justru lebih memanfaatkan media sosial dengan sebaik-baiknya, tidak asal komen, untuk mengepost atau mengunggah foto, mencari informasi pendidikan, dan tentang fashion-fashion trend terbaru. Demikian juga yang dilakukan Akbar Husain, siswa SMA Muhammadiyah 2 Yogyakarta/IPS/XI dalam penggunaan media sosial.

Dijelaskan juga oleh Fadila Armelita, mahasiswi Akuntansi UII Yogyakarta dengan mengatakan:

“Menurut saya media sosial merupakan bagian dari dakwah. Smartphone merupakan jembatan kita untuk mensyiarkan ke orang lain. Tergantung pada mindset kita juga, kalau saya berfikir bahwa tidak selamanya media sosial itu buruk dan banyak orang yang menggunakan media sosial untuk mencibir dan mengatasnamakan itu hak asasinya, memang benar kalian memiliki hak asasi, tapi kalian tidak punya hak untuk menghakimi dan menghina orang. Jadi saya lebih senang dan sering memanfaatkan media sosial untuk membagikan hal-hal yang positif seperti dakwah.” (Wawancara dengan Fadila Armelita).

Bila terkait waktu mengakses media sosial, hasil temuan di lapangan menunjukkan bahwa penggunaan waktu untuk aktifitas di media sosial dari banyak informan terlihat tidak menentu, hanya pada saat-saat mereka memerlukan untuk komunikasi, mencari informasi atau berita, membuat tugas sekolah maupun kuliah, dan lain sebagainya. Bila dilihat dari waktu yang dihabiskan untuk bermedia sosial, dari hasil analisis menunjukkan bahwa masing-masing remaja muslim dalam penggunaan waktu untuk bermedia sosial sangatlah bervariasi. Ada yang beraktifitas di media sosial 2-4 jam, ada pula yang hanya sesuai keperluan. Namun hampir bisa dipastikan tiap hari ada waktu beraktifitas di media sosial. Hal ini memperkuat anggapan betapa besarnya pengaruh media dalam kehidupan masyarakat termasuk kalangan remaja muslim. Media telah menjadi kebutuhan sehari-hari bagi masyarakat modern saat ini. Sehingga masyarakat harus bisa memilah-milah informasi yang beredar di internet.

2. Persepsi Remaja Muslim Terhadap Berita Hoaks di Media Sosial

Di era perkembangan teknologi mutakhir saat ini, media komunikasi menjadi sarana penting yang sangat diperlukan bagi masyarakat modern. Dengan teknologi komunikasi berbagai kemudahan telah dihadirkan misalnya kemudahan berkomunikasi dengan sesama, akses informasi atau berita terbaru selalu bisa didapatkan, dan masih banyak kemudahan lainnya. Setelah dilakukan analisis mendalam, peneliti melalui hasil temuan data kuantitatif memperlihatkan adanya hubungan persepsi atau pemahaman remaja muslim terhadap berita

hoaks dengan adanya upaya penolakan mereka terhadap berita hoaks yang beredar di media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa penting bagi remaja muslim diberikan pembekalan terkait pemahaman mereka akan munculnya berita hoaks di media sosial. Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa pemahaman terhadap berita hoaks mengantarkan khalayak remaja untuk menghindari atau menolak berita hoaks. Menurut Adnin Kamil Baniawa, remaja dari SMA Piri 1 Yogyakarta Jurusan IPA kelas XI yang meragukan akan adanya berita atau informasi *hoaks* karena ia berpendapat bahwa *hoaks* sengaja dimunculkan untuk kepentingan tertentu.

“Menurut pemahaman saya berita hoaks itu adalah berita yang kebenarannya diragukan, yang bohong seperti itu. Berita hoaks itu sekarang banyak banget tersebar. Namun hoaks tidak cuma bohong namun juga berita yang sudah lama sekali terus dimunculin lagi untuk kepentingan tertentu.” (wawancara dengan Baniawa).

Demikian juga yang dikatakan Randy Yudha Permana, siswa SMA Muhammadiyah 2 Yogyakarta/IPS/XI yang menegaskan terkait berita atau informasi hoaks merupakan berita yang sangat merugikan orang lain dan merupakan berita yang tidak benar.

Aspek remaja muslim dalam menggunakan media sosial. Bila dikaji lebih mendalam masyarakat termasuk di dalamnya remaja muslim Yogyakarta saat ini telah menggunakan berbagai temuan teknologi komunikasi mutakhir misalnya internet, handphone, televisi, radio, dan media lainnya. Tak kalah menariknya bagi masyarakat adalah hadirnya media baru khususnya media sosial seperti Twitter, BBM, Whatsaap, Line, Instagram, Path, Facebook, dan sebagainya. Dari hasil temuan penelitian di lapangan telah menunjukkan semua informan maupun responden telah aktif menggunakan media sosial dalam tiap harinya. Meskipun waktunya relatif berbeda-beda antara masyarakat satu dengan lainnya.

Untuk pemanfaatan media sosial sendiri, masyarakat khususnya remaja muslim dalam kehidupan sehari-hari mereka gunakan misalnya berkomunikasi, mengerjakan pekerjaan, mencari bahan pelajaran, menyelesaikan tugas kuliah, mencari berbagai informasi atau berita agama, sosial, politik, budaya dan lainnya. Bahkan tak jarang yang menggunakan untuk berjualan secara online. Dari berbagai data di lapangan menunjukkan betapa masyarakat kita khususnya remaja muslim sangat besar memanfaatkan keberadaan media sosial dalam kehidupan sehari-hari mereka. Ini artinya bahwa teknologi komunikasi yang ada di dalamnya media sosial telah menjadi kebutuhan hidup bagi masyarakat. Berdasarkan pengakuan dari hampir semua informan menjelaskan bahwa mereka memanfaatkan betul kehadiran media sosial. Pemahaman remaja muslim tentang berita *hoaks* di media sosial. Dalam memahami informasi atau berita *hoaks*, terdapat kesepakatan bahwa hoaks adalah bentuk informasi atau berita yang bersifat bohong atau tidak ada buktinya. Hal ini ditemukan juga di lapangan bahwa semua informan sepakat terkait dengan pemahaman *hoaks*.

Mengenai seleksi informasi di *new media* (media baru) khususnya media sosial. Dari hasil analisis menunjukkan bahwa remaja muslim sudah cukup pintar untuk melakukan seleksi atas berbagai informasi atau berita di media sosial khususnya. Sehingga kesalahan dalam menerima berita hoaks dapat diminimalisir dengan cara seleksi kebenaran informasi atau berita yang datang. Di sinilah konsep *tabayyun* (klarifikasi) dalam Islam menjadi penting diterapkan. Pemahaman remaja Islam tentang pentingnya *tabayyun* menguatkan alasan mereka untuk menolak berita hoaks. Mereka merasa bahwa akan mendapat atau menemui berbagai efek negatif bila membiarkan atau bahkan turut andil dalam penyebaran berita hoaks. Data ini terlihat dalam petikan wawancara berikut Adnin Kamil Baniawa, sesama dari SMA Piri 1 Yogyakarta Jurusan IPA kelas XI juga melakukan seleksi kebenaran berbagai

informasi atau berita dari media sosial dengan cara mengkroscek dengan media lainnya. Hal ini dilakukan karena seringnya dia menemukan berita yang tidak benar yang hanya untuk memecah belah dan mencari sensasi semata.

“Menyeleksinya saya tidak hanya melihat dari satu sumber saja, misalnya seperti di facebook yang paling sering dilihat ada berita tertentu tapi tidak langsung percaya namun dicek dulu melalui instagram misalnya dan media lainnya. Saya sering juga menemukan berita, dan menurut saya hal seperti hanya untuk membuat pecah dan sensasi saja.” (wawancara dengan Baniawa).

Sementara Aisyah Chairil mahasiswi HTN/Syariah UIN Sunan Kalijaga ketika ditanyakan terkait dengan mekanisme seleksi informasi atau berita yang berbau *hoaks*, maka dengan gambang dia mengatakan:

“Kalau ingin tahu lebih dalam, biasanya dengan Googling. Sehingga kita bisa lebih tau fungsi dan karakter media sosial dengan googling. Atau juga dengan informasi dari orang lain atau dari teman. Kalau informasi sering di sebar, biasanya untuk melihat kebenarannya itu dilihat dulu siapa penulisnya. Kalau biasanya dari akademisi, biasanya mudah dipercaya. Sehingga untuk membedakan informasi yang disampaikan itu hoaks atau bukan, kita harus membedakan apakah informasi itu sesuai dengan data, fakta atau mungkin hanya sebatas opini. Biasanya saat menulis disesuaikan dengan zaman saat itu, seperti berita yang memang sedang hangat saat itu. dan kalau berita itu isinya kebanyakan wacananya, saya lebih kepada tidak membacanya.” (wawancara dengan Chairil).

Bagi remaja muslim membedakan informasi itu *hoaks* atau bukan adalah sebuah keharusan agar tidak terjebak dalam pusaran *hoaks*. Hasil analisis memperjelaskan bahwa banyak ragam cara untuk mengidentifikasi dan membedakan informasi atau berita itu *hoaks* atau bukan *hoaks* misalnya; melihat kelengkapan data-data dari berita/informasi, cek kebenaran argument-argumen dalam berita/informasi, bisa juga dengan membandingkan informasi atau berita dengan media-media lainnya. Ini mereka lakukan agar dapat menghindari pengaruh-pengaruh jelek dari internet.

Hasil analisis menunjukkan bahwa banyak pengaruh yang diakibatkan perhatian atas informasi/ berita *hoaks* misalnya, munculnya saling memfitnah, memecah belah masyarakat, pencemaran nama baik, dan berbagai tindakan kekerasan lainnya. Berbagai pengaruh tersebut pada gilirannya mampu merangsang dan bisa saja ditiru oleh remaja muslim untuk ikut-ikutan mereproduksi pesan *hoaks* bagi masyarakat luas. Meskipun sudah banyak regulasi yang mengaturnya baik dalam bentuk perundang-undangan seperti Undang-undang ITE Nomor 19 tahun 2017 yang merupakan revisi Undang-Undang ITE nomor 11 tahun 2008 yang dengan jelas mengatur bagaimana kita bertransaksi di elektronik juga rambu-rambu yang diberikan oleh kode etik jurnalistik.

Apabila ada indikasi bahwa informasi atau berita bersifat *hoaks*, tepat bila dihindari dan jangan pernah ikut menyebarkan. Dari analisis menunjukkan akan pentingnya mencari bukti kebenaran informasi atau berita terlebih dahulu jangan asal diterima informasi atau berita *hoaks* tersebut. Kecerobohan untuk asal menerima informasi atau berita *hoaks* di media sosial tanpa investigasi kebenarannya akan berakibat fatal bagi masyarakat secara luas. Remaja muslim Yogyakarta dalam menyikapi maraknya informasi atau berita *hoaks* menunjukkan bahwa berita *hoaks* di media sosial akhir-akhir ini sudah seharusnya menjadi pemicu sikap hati-hati dan waspada dari remaja muslim khususnya untuk tidak mudah menerima atau

bahkan menyebarkannya. Mengecek kebenaran informasi atau berita hoaks terlebih dahulu dan membentengi diri juga lingkungan adalah tindakan tepat dalam menangkal merebaknya informasi atau berita *hoaks*.

Adapun cara menginterpretasikan informasi atau berita yang muncul di media sosial sangat beragam. Berdasarkan hasil analisis ada banyak cara menginterpretasikan informasi atau berita di media sosial misalnya dengan memahami terdahulu beritanya, dibaca terlebih dahulu sampai selesai apa maksudnya dan apa tujuannya, datanya lengkap atau tidak sumbernya. Hal ini dilakukan dengan ketat.

Berdasarkan hasil analisis ditemukan beberapa klasifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi interpretasi informasi atau berita di media sosial yang meliputi; a) Pendidikan. Pendidikan menjadi ukuran penting dalam pemahaman akan informasi atau berita di media sosial, sehingga tingkat pendidikan yang berbeda-beda bagi pengguna media sosial akan dimungkinkan pula berbeda dalam pemahamannya, b) Agama. Agama menjadi faktor penting dalam mempengaruhi interpretasi informasi di media sosial mengingat ada nilai-nilai Islam yang bisa dijadikan pedoman untuk itu, c) Hukum. Hukum juga menjadi factor penentu dalam mempengaruhi interpretasi informasi di media sosial tentunya dengan adanya regulasi dan etika yang bisa dijadikan rujukan, d) Sosial. Latar belakang sosial juga menjadi penentu dalam mempengaruhi interpretasi informasi di media sosial dan e) Budaya. Budaya yang beragam memberi corak tersendiri dan jugapengaruh dalam menginterpretasikan informasi di media sosial.

Dibutuhkan strategi untuk menghadapi serbuan hoaks di media sosial. Banyak strategi yang bisa digunakan dalam menghadapi serangan informasi atau berita hoaks di media sosial. Ketika remaja muslim menghadapi informasi atau berita yang berbau hoaks maka penting dipahami strategi yang di lakukan adalah; a) dengan menambah pengetahuan literasi media, b) menambah pengetahuan tentang agama Islam, c) mencari tahu terlebih dahulu, d) bijak dalam bermedia sosial, e) tidak asal komen, dan f) tidak asal posting juga, jadi lebih dipikirkan sebab dan akibatnya juga.

3. Pandangan Islam Atas Fenomena Berita/ Informasi *Hoaks* di Media Sosial

Hadirnya media sosial sebagai media konvergen tidaklah dapat dibendung mengingat sebagai bagian revolusi komunikasi yang salah satunya ditandai dengan perubahan teknologi komunikasi. Media sosial telah menjadi identitas masyarakat modern yang menjanjikan berbagai kemudahan dalam berkomunikasi, memperoleh informasi, dan berbagai perubahan baik perubahan teknologi komunikasi, perubahan gaya hidup, hingga perubahan isu-isu sosial di masyarakat. Media sosial seringkali dimanfaatkan untuk banyak kepentingan yang bermanfaat, namun tak jarang media sosial menjadi sumber konflik sosial di masyarakat. Hal ini lebih disebabkan media sosial sebagai *cyberspace* justru digunakan untuk konstruksi realitas sosial yang semu jauh dari realitas sesungguhnya. Di sinilah masyarakat justru lebih menyukai hyper-realitas ketimbang realitasnya itu sendiri.

Pandangan Islam terhadap informasi atau berita hoaks sangatlah jelas bahwa Islam meminta kita untuk investigasi atau klarifikasi (*tabayyun*) atas segala berita yang kita terima. Hal ini diperkuat sebagaimana hasil temuan penelitian di lapangan melalui wawancara mendalam diperoleh tanggapan beragam namun esensinya tetap mengedepankan nilai-nilai Islam dalam memandang informasi atau berita hoaks. Menurut Doni Saputra, siswa SMA Piri 1 Yogyakarta yang mengatakan:

"Menurut islam, hoaks itu kan diartikan bohong, penebar hoaks berarti disebut sebagai pembohong. Orang menebar informasi hoaks sama saja juga dengan mengada-ada yang tidak ada, jadinya saya menganggapnya sebagai perbuatan pembohongan jadi islam memandangnya sangat tidak boleh dan sangat dosa karena menebar kebohongan dan kebencian." (Wawancara dengan Doni Saputra).

Banyak masyarakat termasuk remaja muslim Yogyakarta begitu meyakini bahwa media sosial adalah sumber informasi dan komunikasi yang aktual. Di dalamnya terdapat informasi dan ilmu pengetahuan yang dapat dimanfaatkan. Namun mereka tidak menyadari bahwa informasi-informasi yang muncul di media sosial dan media massa lainnya semakin menyesaki kehidupan dan tidak terkontrol sehingga semakin susut maknanya. Informasi tidak lagi bernilai maknanya namun juga bisa dikomersialisasikan sebagai komoditas yang diperjualbelikan tanpa memperhitungkan manfaatnya. Inilah yang kemudian sebagai bentuk komunikasi dalam *cyberspace*. Dalam kondisi inilah, pemahaman literasi media bagi masyarakat menjadi penting, sehingga masyarakat mampu mengakses, menganalisis, dan memproduksi serta menyebarkan informasi yang positif bukan sebaliknya (Heryanto, 2017).

Hoaks bukan baru sekarang muncul, tetapi sejak awal Islam pun sudah ada tentang berita bohong tersebut. Berita bohong adalah modalnya orang munafiq untuk merealisasikan niat kotor mereka. Bahkan dalam al-Qur'an juga sudah disinyalir bahwa:

"Sesungguhnya jika tidak berhenti orang-orang munafik, orang-orang yang berpenyakit dalam hatinya dan orang-orang yang menyebarkan kabar bohong di Madinah (dari menyakimu), niscaya Kami perintahkan kamu (untuk memerangi) mereka, kemudian mereka tidak menjadi tetanggamu (di Madinah) melainkan dalam waktu yang sebentar, dalam keadaan terlaknat. di mana saja mereka dijumpai, mereka ditangkap dan dibunuh dengan sekuat-kuatnya." (Q.S. al-Ahzab : 60-61).

Perlu dipahami bahwa Islam adalah agama *rahmatan lil aalamiin*, sehingga kehadirannya akan membawa rahmat bagi seluruh alam. Al-Qur'an sebagai sumber ajaran tertinggi merupakan kitab yang sangat sempurna, sehingga di dalamnya mengatur semua aspek kehidupan manusia. Bahkan al-Qur'an telah mencatat semua peristiwa yang akan terjadi. Islam merupakan agama penyempurna ajaran tentang kehidupan manusia dalam menjalani kehidupan di dunia. Ajarannya meliputi tata perilaku dalam menjalin hubungan dengan sesama manusia, hubungan dengan alam, dengan makhluk lain, serta hubungan, serta hubungannya dengan Allah SWT sebagai penciptanya. Tata perilaku itu mencerminkan dimensi individu, dimensi sosial, dimensi ekologis, juga dimensi ketuhanan (Pawenang, 2010: 5).

Sebagai agama yang *rahmatan lil 'alamiin*, maka Islam akan terefleksikan dalam kehidupan sehari-hari, sehingga semua aturan tentang kehidupan berada dalam ajarannya termasuk kehidupan yang akan datang sudah terdapat dalam al-Qur'an. Tentang perkiraan peristiwa yang akan terjadi atau peristiwa yang terjadi pada saat itu, memunculkan spekulasi beredarnya berita-berita bohong yang belum tentu kebenarannya yang berasal dari sumber yang tidak jelas (*qola au kama qila*), sehingga hal ini perlu dilakukan *tabayyun* (klarifikasi) terhadap sumber berita tersebut (Heryanto, 2017).

Hoaks sebagai berita bohong sudah ada sejak masa awal Islam. Kehidupan bermasyarakat tidak lekang dari isu, gosip sampai adu domba antar manusia. Keadaan ini diperkeruh oleh adanya sekelompok masyarakat menjadikan gosip dan aib serta aurat (kehormatan) orang lain sebagai komoditas perdagangan untuk meraup keuntungan dunia. Bahkan untuk tujuan popularitas ada yang menjual gosip yang menyangkut diri dan keluarganya.

Perilaku gosip yang telah menjadi penyakit masyarakat ini tidak disadari oleh kebanyakan pecandunya, bahwasanya menyebarkan gosip itu ibarat telah saling memakan daging bangkai saudaranya sendiri. Allah menggambarkan demikian itu ketika melarang kaum beriman saling *ghibah* (menggunjing), sebagaimana tersebut dalam al-Qur'an:

“Wahai orang-orang yang beriman, jauhilah kebanyakan berprasangka, karena sesungguhnya sebagian prasangka adalah dosa. Jangan pula kalian memata-matai dan saling menggunjing. Apakah di antara kalian ada yang suka menyantap daging bangkai saudaranya sendiri? Sudah barang tentu kalian jijik padanya. Dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha menerima taubat dan Maha Penyayang.” (Q.S. al-Hujurat, 49:12).

Barangkali dengan mengatasnamakan agama inilah akhir-akhir banyak kita jumpai berita-berita bohong dengan dalih agama untuk mempengaruhi masyarakat agar mengikuti apa yang diinginkan oleh pembuat berita tersebut. Kita juga harus ingat bahwa keberislaman dan keberagamaan kita telah lebih dulu dikoyak-koyak oleh ragam berita bohong yang membuat umat Islam dan beragama terpecah. Tragedi Sampang, Tolikara, dan lain-lain adalah segelintir contohnya. Kita berharap kebijakan dan gerakan anti-berita bohong ini akan terus terjaga semangat dan performanya. Bukan hanya untuk urusan politik, tapi juga urusan agama dalam kehidupan sehari-hari (<https://www.tempo.co/read/kolom/2017/01/25/2463/hoaks-dan-islam>).

Seperti inilah al-Qur'an mendidik umatnya. Namun, banyak kaum muslimin yang tidak konsisten dengan pendidikan ini. Sehingga jika ada seorang munafik yang menyebarkan berita bohong, maka berita itu akan segera tersebar di masyarakat dan diucapkan oleh banyak lidah, tanpa mengecek dan meneliti kebenarannya. Dalam hal ini Allah berfirman. *“(Ingatlah) di waktu kamu menerima berita bohong itu dari mulut ke mulut.”* (Q.S. an-Nur: 15).

Berita bohong di era digital kini mencapai puncak kejayaannya. Berita yang lazim disebut *hoaks* itu kerap tersebar di grup media sosial dari mulai *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, hingga *Whatsapp*. Hoaks sebagaimana dipaparkan di atas adalah berita palsu yang diproduksi untuk tujuan menyerang orang atau kelompok tertentu. Berita bohong atau informasi palsu ini telah menggerus kaum intelektual dan akademisi serta melumpuhkan akal sehat kita hingga ke titik nadir (Heryanto, 2017). Apabila remaja muslim Yogyakarta tidak dapat mengkritisi informasi yang didapatkannya melalui media online maka akan menimbulkan bahaya laten karena akan mempengaruhi kepribadiannya.

Masa remaja adalah masa peralihan dari anak-anak menuju dewasa. Dalam masa peralihan ini remaja muslim Yogyakarta haruslah diberikan bekal apalagi di tengah cepatnya perkembangan teknologi informasi. Berkaitan dengan ini menurut Novianti “agama dapat menjadi salah satu faktor pengendali terhadap perilaku remaja, agama dapat menyajikan kerangka moral sehingga seseorang dapat membandingkan tingkah lakunya apakah sudah sesuai dengan norma yang diatur dalam agama atau belum” (Novianti, 2008).

Pada dasarnya ucapan itu diterima dengan telinga, bukan dengan lisan. Akan tetapi, Allah ungkapkan tentang cepatnya berita itu tersebar di tengah masyarakat. Seakan-akan kata-kata itu keluar dari mulut ke mulut tanpa melalui telinga, dilanjutkan ke hati yang memikirkan apa yang didengar, selanjutnya memutuskan boleh atau tidak berita itu disebarluaskan. *Tabayyun* adalah akhlaq mulia yang merupakan prinsip penting dalam menjaga kemurnian ajaran Islam dan keharmonisan dalam pergaulan. Hadits-hadits Rasulullah Saw dapat diteliti keshahiannya antara lain karena para ulama menerapkan prinsip *tabayyun* ini. Begitu pula dalam kehidupan sosial masyarakat, seseorang akan selamat dari salah paham atau

permusuhan bahkan pertumpahan darah antar sesamanya karena ia melakukan *tabayyun* dengan baik.

Tabayyun dapat ditempuh oleh remaja muslim Yogyakarta dengan cara melakukan klarifikasi terhadap sumber berita dengan penyebar berita, sehingga otentitas dan kesalian serta kebenaran berita dapat terjamin. Di samping itu dalam ber-*tabayyun* juga harus menghindari prasangka buruk (*suudzon*). Di dalam Islam, orang beriman selayaknya mengklarifikasi berita yang sampai. Islam sebenarnya memiliki doktrin yang ketat untuk menghindari *hoaks*. Allah SWT menyuruh kaum mukmin untuk meneliti dan mengonfirmasi berita yang datang kepadanya, khususnya berita yang datang dari orang fasik dan dari orang yang tidak bertanggung jawab. *Tabayyun* yang dilakukan dengan tujuan untuk memfilter berita, dilakukan dengan baik, sehingga pihak-pihak yang dimintai keterangan tidak akan tersinggung dan mau menyampaikan berita yang sebenarnya atau yang sebenarnya terjadi.

Simpulan

Peneliti menyimpulkan bahwa terdapat hubungan antara pemahaman remaja muslim di Yogyakarta terhadap *hoaks* dengan penolakan terhadap *hoaks*. Hal ini menunjukkan bahwa *hoaks* sebagai berita bohong yang terdesain menjadi ancaman bagi kehidupan sosial. Hal ini dapat diantisipasi pengaruhnya terhadap remaja dengan memberi pemahaman tentang *hoaks* dan sisi negatifnya dan remaja putri relatif lebih rentan dari pengaruh berita *hoaks*. Nilai agama Islam menjadi salah satu aspek perhatian remaja Islam dalam bernorma. Oleh karena itu, ajaran Islam menjadi hal penting yang dapat digunakan untuk meningkatkan pemahaman tentang sisi negatif berita *hoaks*. Proses persepsi khalayak remaja tentang keberadaan *hoaks* berangkat dari analisis mereka terhadap sumber berita. Selanjutnya mereka cenderung mencari tahu dari sumber-sumber sekeliling tentang kategori *hoaks* suatu berita. Oleh sebab itu, orang-orang di lingkungan remaja menjadi pihak-pihak yang harus peduli dengan keingintahuan remaja (dalam hal ini tentang suatu materi berita). Sehingga dukungan lingkungan sekeliling remaja menjadi hal penting untuk memberikan informasi tentang kategori *hoaks* suatu materi berita.

Daftar Pustaka

- Astuti, Y. D. (2015). Dari Simulasi Realitas Sosial Hingga Hiper-Realitas Visual: Tinjauan Komunikasi Virtual Melalui Sosial Media Di Cyberspace. *Komunikasi Profetik*, 8, No. 2.
- Astuti, Y. D. (2017). Peperangan Generasi Digital Natives Melawan Digital Hoaks Melalui Kompetisi Kreatif. *Jurnal Informasi UNY*, 47, No. 2. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.21831/informasi.v47i2.16658>
- Broto, G. S. D. (2014). Riset Kominfo dan UNICEF Mengenai Perilaku Anak dan Remaja Dalam Menggunakan Internet. Retrieved from https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3834/Siaran+Pers+No.+17-PIH-KOMINFO-2-2014+tentang+Riset+Kominfo+dan+UNICEF+Mengenai+Perilaku+Anak+dan+Remaja+Dalam+Menggunakan+Internet+/0/siaran_pers.
- Budiantoro, W. (2017). Dakwah di Era Digital. *Komunika*, Vol. 11, No. 2
- Damara Putra Prasadana. (2017). Cyberbullying dalam Media Sosial Anak SMP (Studi Kasus Pada Anak SMP Pengguna Twitter di Kelurahan Jatibening Kecamatan Pondok Gede Kota Bekasi. *Komunika*, 11, No. 1.
- Didik Purwanto. (2012). Dominasi Pengguna Internet Mobile. Retrieved from [dalamhttp://tekno.kompas.com/read/2012/02/22/17525296/Chatting.Dominasi.Penggunaan](http://tekno.kompas.com/read/2012/02/22/17525296/Chatting.Dominasi.Penggunaan).

- Internet.Mobile.di.Indonesia?utm_source=dlvr.it&utm_medium=twitter diakses pada tanggal 1 November 2015
- Gamble, T. M. (2002). *Communication Works 7th*. (B. M. G.-H. College, Ed.). Retrieved from <http://www.romelteamedia.com/2014/04/media-sosial-pengertian-karakteristik.html>
- Giyarsih, Sri Rum, D. (2017). Hubungan Media Sosial Dengan persepsi Remaja Tentang Kesehatan Reproduksi Menurut Wilayah Perkotaan dan Pedesaan di Yogyakarta. *Jurnal Bumi Indonesia*, 3, No.2.
- Gun Gun Heryanto, dkk. (2017). *Melawan Hoaks di Media Sosial dan Media Massa*. Yogyakarta: Trust Media Publishing kerjasama dengan Askopis Press.
- Hanjani, F. (2013). Peningkatan Kebutuhan Akan Media Sosial Pada Remaja, Salah Siapa? Personal Growth, Conseling and Departement Centre. Retrieved from <http://www.personalgrowth.co.id/en/journai-viewarticle.php?id=91>
- Kriyantono, R. (2009). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Media Group.
- Monks, F.J., Knoers, A.M.P., Haditono, S. . (2001). *Psikologi Perkembangan: Pengantar dalam Berbagai Bagiannya*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Mulyana, D. (2008). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Novianti, I. (2008). Peran Ormas Islam dalam Membina Keberagamaan Remaja. *Komunika*, 2, No. 2.
- Puspita, Y. (2015). Pemanfaatan New Media dalam Memudahkan Komunikasi. *Pekommas*, 18, No. 3.
- Rakhmat, J. (2000). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Santrock, J. W. (2002). *Life Span Development: Perkembangan Masa hidup (5th)*. Jakarta: Erlangga.
- Sarwono. (2006). *Psikologi Remaja*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Survei Ungkap Pelajar Tak Bisa Bedakan Berita Hoaks dan Asli di Internet. (2016). *Tribunnews.Com*.