

# **TEOLOGI DAN MEDIA SOSIAL**

## **(Studi Analisis Konten Akidah di WhatsApp Ditinjau dari Perspektif Teologi Islam)**

**Joni Harnedi<sup>1</sup>, Fachrur Rizha<sup>2</sup>**

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Takengon

E-mail: [joni\\_harnedi\\_ukm@yahoo.com](mailto:joni_harnedi_ukm@yahoo.com)<sup>1</sup>, [fachrur\\_rizha@yahoo.co.id](mailto:fachrur_rizha@yahoo.co.id)<sup>2</sup>

### **Abstrak**

Media sosial menjadi salah satu sarana dalam penyampaian informasi publik. Dalam penggunaannya, media sosial bisa dimanfaatkan untuk penyebaran dakwah Islam. Namun, media media sosial juga bisa menjadi sarang peyebaran berita hoax dari kalangan tertentu dengan menjadikan Al Qur'an dan Hadist sebagai acuan. Dari sejumlah media sosial, penelitian ini terfokus pada penggunaan media sosial WhatsApp. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis isi dari pesan pribadi kepada peneliti maupun melalui group atau komunitas yang diikuti melalui pesan WhatsApp. Hasil penelitian menunjukkan jika dari model konten yang disebar, di antaranya adalah pesan yang disebar mengaitkan dengan ancaman agama terhadap fisik dan kesehatan. Padahal ancaman tersebut tentunya tidak ditemukan dalam agama yang bersumber dari Al-Quran maupun Hadist Nabi. Sejumlah pesan yang disampaikan juga memiliki nilai dakwah seperti larangan meninggal shalat, namun ketika dikaitkan dengan balasan dan ancaman yang tidak ada dalilnya dalam Al-Qur'an dan Hadis, maka pesan tersebut tidak lagi sesuai dengan ajaran Islam.

**Kata kunci:** Teologi, Media Sosial

### **Abstract**

*Social media is a means of delivering public information. In its use, social media can be used to spread Islamic da'wah. However, social media can also become a hotbed for spreading hoax news from certain circles by using the Al-Qur'an and Hadith as references. From a number of social media, this research focuses on the use of WhatsApp social media. This study uses a qualitative approach with content analysis methods from personal messages to researchers or through groups or communities that are followed through WhatsApp messages. The results showed that the disseminated content model included messages that were disseminated and linked religious threats to physical and health threats. Though these threats are certainly not found in religions that originate from the Al-Quran or the Prophet's Hadith. A number of messages that are conveyed also have da'wah values, such as the prohibition of dying from prayer, but when it is related to replies and threats that have no evidence in the Al-Qur'an and Hadith, these messages are no longer in accordance with Islamic teachings.*

**Keywords:** *Teology, Social Media.*

## PENDAHULUAN

Penelitian ini mengkaji isu tentang teologi dan media sosial. Teologi yang dimaksud di sini merupakan nama lain dari ilmu tauhid, ilmu ushuluddin, ilmu akidah dan ilmu kalam. Nama teologi juga sudah dikenal dalam kajian ilmu-ilmu ushuluddin yang merupakan ilmu yang mengkaji persoalan ketuhanan serta segala sesuatu yang berkaitan dengan-Nya termasuk hubungan dan makhluk ciptaan termasuk manusia.<sup>1</sup> Adapun yang dimaksud dengan media sosial adalah sebuah media untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara *online* yang memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu. Media sosial yang dikenal antara lain Facebook, WhatsApp, Twitter, Instagram dan lainnya.

Media sosial merupakan fenomena baru yang saat ini perlu mendapatkan perhatian yang serius. Karena media sosial memiliki dampak besar pada kehidupan saat ini. Media sosial dapat merubah nasib seseorang yang semula tidak dikenal menjadi terkenal. Media Sosial ibarat pisau bermata dua, apabila dimanfaatkan secara baik, maka akan banyak manfaat yang didapat, seperti sebagai media dakwah, pemasaran, dagang, mencari koneksi, memperluas pertemanan, dan lainnya. Tapi apabila salah dalam memanfaatkan, media sosial juga dapat memberikan sejumlah efek negatif seperti kecanduan, sulit bergaul di dunia nyata, dan lain-lain.

Media sosial sebenarnya mampu memudahkan seseorang untuk berkomunikasi sehingga tidak adalagi batasan baik ruang maupun waktu. Manusia dimungkinkan berkomunikasi antara satu dengan lainnya di manapun dan kapanpun, sehingga tidak ada lagi jarak yang menjadi penghalang.

Orang yang pintar dapat memanfaatkan media sosial untuk mempermudah hidupnya, memudahkan dia belajar, mencari kerja, mengirim tugas, mencari informasi, berbelanja, dan lainnya. Media sosial menambahkan kamus baru dalam pembendaharaan seseorang yakni selain mengenal dunia nyata kita juga sekarang mengenal “dunia maya”. Dunia bebas tanpa batasan yang berisi orang-orang dari dunia nyata. Setiap orang bisa jadi apapun dan siapapun di dunia maya. Seseorang

---

<sup>1</sup> Fuad Mahbub Siraj, Ridwan Arif & Efendi, *The Exiztance and The Construction of ‘ilm Al Kalam as Islamic Disipline and Its Significance to Wasathiyyah*, International Jurnal of Islamic Thought, 17.1 (2020) h. 38-52.

bisa menjadi sangat berbeda dalam kehidupannya antara di dunia nyata dengan dunia maya, hal ini terlihat terutama dalam jejaring sosial.

Perkembangan media sosial juga bisa mendatangkan manfaat terutama dalam penyebaran ajaran Islam atau yang lebih dikenal dengan dakwah Islam. Salah satu faktor yang memberikan kemudahan terhadap dakwah di media sosial adalah karena kemudahan yang diberikan oleh internet. Munculnya media sosial kini menjadi begitu bermanfaat khususnya bagi para pendakwah untuk pengembangan dakwah mereka. Penyebaran ajaran Islam dapat dikemas secara singkat, cepat, luas, menarik dan efektif. Melakukan dakwah melalui media sosial adalah karena banyaknya masyarakat yang masih awam tentang pengetahuan agama, sehingga menjadikan para ulama berinisiatif untuk melakukan dakwah melalui media sosial dengan tujuan mengajak masyarakat untuk lebih memanfaatkan internet sebagai suatu wadah dalam menambah ilmu pengetahuan. Beberapa pendakwah terkenal seperti Ustad Abdul Somad, Ustad Adi Hidayat, Ustadz Yusuf Mansur dan yang lainnya juga menggunakan media sosial dalam penyebaran dakwah mereka.

Hal lain yang perlu menjadi perhatian serius adalah media sosial dinilai menjadi sarang penyebaran berita bohong atau *hoax*. Persentase penyebaran berita *hoax* di media sosial mencapai 92,40 persen, disusul aplikasi percakapan (*chatting*) 62,80 persen, lalu situs web 34,90 persen. Sementara pada televisi hanya 8,70 persen, media cetak 5 persen, *email* 3,10 persen, dan radio 1,20 persen. Data itu ialah hasil survei yang melibatkan 1.116 responden. Hampir seluruh responden menyatakan terganggu dengan maraknya berita *hoax*.<sup>2</sup>

Data lain yang menunjukkan tingginya berita *hoax* di media sosial adalah sebagaimana yang dikemukakan oleh Sulisty Pujo Hartono, tentang media yang paling banyak menjadi sumber *hoax* atau berita bohong. Dari analisis yang dilakukan oleh Sulisty mengemukakan bahwa media sosial paling banyak menyebarkan *hoax*. "Media Sosial masih yang paling tinggi dibandingkan media lain. Sebab, media sosial tidak bisa disaring. Siapapun bisa membuat berita atau

---

<sup>2</sup> Hal ini disampaikan oleh Presiden Direktur VIVA Media Group Anindya Novyan Bakrie dalam forum Konvensi Nasional Media Massa bertajuk Iklim Bermedia dan Seimbang: Mempertahankan Eksistensi Media Massa Nasional dalam Lanskap Informasi Global di Padang. (<https://www.wartaekonomi.co.id/read170362/media-sosial-dinilai-jadi-sarang-penyebaran-berita-hoax.html>).

informasi yang menyesatkan. Bahkan, menggunakan foto atau video yang tidak sesuai dengan faktanya, atau dimanipulasi sedemikian rupa”.<sup>3</sup>

Hoax merupakan informasi yang direayasa untuk menutupi informasi sebenarnya. Dengan kata lain hoax juga bisa diartikan sebagai upaya penutarbalikan fakta menggunakan informasi yang seolah-olah meyakinkan tetapi tidak dapat diverifikasi kebenarannya. Hoax juga bisa diartikan sebagai tindakan mengaburkan informasi yang sebenarnya, dengan cara membanjiri suatu media dengan pesan yang salah agar bisa menutupi pesan yang benar. Tujuan dari hoax yang disengaja adalah membuat masyarakat merasa tidak aman, tidak nyaman, dan kebingungan. Dalam kebingungan, masyarakat akan mengambil keputusan yang lemah, tidak meyakinkan, dan bahkan salah. Perkembangan hoax di media sosial semula dilakukan untuk sarana perisakan. Namun, perkembangan selanjutnya, para spin doctor politik melihat efektivitas hoax sebagai alat black campaign di pesta demokrasi yang mempengaruhi persepsi pemilih.<sup>4</sup>

Begitu pentingnya persoalan *hoax* di media sosial, sehingga pemerintah menyikapi dengan mengeluarkan beberapa aturan perundang-undangan. Sikap pemerintah dalam fenomena berita *hoax* dipaparkan dalam beberapa pasal yang siap ditimpakan kepada penyebar *hoax* tersebut antara lain, KUHP, Undang-Undang No.11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE), Undang-Undang No.40 Tahun 2008 tentang Penghapusan Diskriminasi Ras dan Etnis. Tidak hanya itu, penyebar berita *hoax* juga dapat dikenakan pasal terkait ujaran kebencian dan yang telah diatur dalam KUHP dan UU lain di luar KUHP. Sementara Majelis Ulama Indonesia (MUI) juga telah menyikapi persoalan *hoax* di media sosial dengan mengeluarkan Fatwa MUI No 24 tahun 2017 tentang Hukum dan Pedoman bermuamalah melalui media sosial.<sup>5</sup>

Penyebaran berita *hoax* di media sosial sangat mengkhawatirkan. Sangat disayangkan apabila informasi yang disampaikan tersebut adalah informasi yang

---

<sup>3</sup> Analisis Kebijakan madya Div Humas Polri. Faisal Affan, Media Sosial Menjadi Penyebar *Hoax* dan Isu Sara Terbesar, <http://jateng.tribunnews.com/2018/05/24/media-sosial-menjadi-penyebar-hoax-dan-isu-sara-terbesar>. 24 Mei 2018.

<sup>4</sup> Indonesia Mendidik, Kulwap: Melek Literasi di Era Digital. From Indonesia Mendidik: <http://indonesiamendidik.com/tag/anti-hoax>, 2016.

<sup>5</sup> <https://mui.or.id/wp-content/uploads/2017/06/Fatwa-No.24-Tahun-2017-Tentang-Hukum-dan-Pedoman-Bermuamalah-Melalui-Media-Sosial.pdf>

tidak akurat terlebih informasi tersebut adalah informasi bohong (*hoax*) dengan judul yang sangat provokatif mengiring pembaca dan penerima kepada opini yang negatif. Opini negatif, fitnah, penyebar kebencian yang diterima dan menyerang pihak ataupun membuat orang menjadi takut, terancam dan dapat merugikan pihak yang diberitakan sehingga dapat merusak reputasi dan menimbulkan kerugian materi.

Kemajuan dan ragam media komunikasi yang dimiliki oleh masyarakat menyebabkan masyarakat dan negara menghadapi efek *hoax* sebagai akibat *communication jammed* yang terjadi di masyarakat. *Communication jammed* disebabkan oleh perkembangan teknologi komunikasi yang tidak bisa dikontrol lagi. *Communication traffic* yang sangat rumit menyebabkan berita-berita *hoax* sebagai suatu tindakan konstruksi sosial sederhana, namun menjadi musuh masyarakat dan negara, mudah bermunculan.<sup>6</sup>

Merebaknya peredaran *hoax* di media sosial, telah memberikan dampak negatif yang sangat signifikan, beberapa dampak yang dihasilkan ialah sebagaimana yang dikemukakan oleh Luthfi Maulana:<sup>7</sup>

- a. Merugikan masyarakat, karena berita-berita *hoax* berisi kebohongan besar dan fitnah.
- b. Memecah belah publik, baik mengatasnamakan kepentingan politik maupun organisasi agama tertentu.
- c. Memengaruhi opini publik. *Hoax* menjadi provokator untuk memundurkan masyarakat.
- d. Berita-berita *hoax* sengaja dibuat untuk kepentingan mendiskreditkan salah satu pihak, sehingga bisa mengakibatkan adu domba terhadap sesama umat Islam.
- e. Sengaja ditujukan untuk menghebohkan masyarakat, sehingga menciptakan ketakutan terhadap masyarakat.

Berbagai dampak negatif yang ditimbulkan akibat adanya peredaran *hoax* tersebut, maka masyarakat awam yang akan sangat dirugikan. Berita *hoax* yang

---

<sup>6</sup> Burhan Bungin, *Politik Hiperreality dan Communicatioan Jammed*, dalam buku *Turn Back Hoax Tantangan Literasi Media Digital*, Surabaya: Buku Litera dan Aspikom Korwil Jawa Timur, 2017.

<sup>7</sup> Luthfi Maulana, *Kitab Cusi dan Hoax: Padangan Alquran dalam Menyikapi Berita Bohong*, Jurnal Wawasan, No. 2 (2017), h. 209-22.

diproduksi dan disirkulasikan, kemudian diresirkulasikan melalui teknologi dan media yang konvergen dengan penyebarannya yang massif. Hal tersebut disebabkan karena tingkat literasi masyarakat yang masih rendah. Tanpa diimbangi dengan kesiapan literasi media kritis untuk memilih dan menyikapi berita-berita yang objektif, resiko terjerumus dalam provokasi dan informasi *hoax* tentunya lebih besar.<sup>8</sup>

Terlebih berita yang disampaikan dan disebarkan tersebut menyangkut persoalan akidah. Akidah merupakan pondasi serta pegangan bagi pemeluk agama Islam. Karena akidah merupakan perkara yang wajib diyakini kebenarannya oleh hati, mendatangkan ketentraman jiwa, menjadi keyakinan yang tidak bercampur sedikitpun dengan keragu-raguan.<sup>9</sup> Keyakinan tidak boleh sedikitpun bercampur dengan keraguan. Adanya konten-konten *hoax* yang berkaitan dengan persoalan akidah tentunya sangat berbahaya bagi umat Islam. Karena dapat merusak akidah terutama bagi masyarakat yang awam dalam pemahaman keagamaan.

Sumber akidah Islam adalah Al-Quran dan Sunnah. Maka selayaknya informasi yang disebarkan melalui media sosial berkaitan dengan akidah mesti berdasarkan al-Quran dan Sunnah. Al-Quran dan Sunnah menjadi landasan dalam melakukan penilaian terhadap konten akidah yang disebarkan melalui media sosial. Jika informasi tentang akidah yang disebarkan tersebut sudah tidak sesuai dengan Al-Quran dan Sunnah tentunya konten tersebut dapat dikategorikan konten yang telah bercampur dengan *hoax*. Dengan beredarnya konten tersebut, maka sangat dikhawatirkan bisa merusak akidah umat Islam. Berkenaan dengan persoalan tersebut, maka penelitian ini sangat penting untuk mengungkap konten yang disebarkan di media sosial yang berkaitan dengan persoalan akidah. Kajian ini bertujuan untuk meneliti konten *hoax* yang berkaitan dengan akidah Islam yang disebarkan melalui media sosial dalam perspektif teologi Islam.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kualitatif dan metode analisis isi. Lokasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui media

---

<sup>8</sup> Abd Mujib, *Pesan Al-Quran dalam Menyikapi Berita Hoax: Perspektif Dakwah di Era New Media*, Jurnal Komunikasi Islam, Vol 7 No. 1 (2017), h. 24

<sup>9</sup> Pengertian Akidah menurut Hasan al-Banna dikutip dari Taufik Rahman, *Tauhid Ilmu Kalam*, (Bandung: Pusataka Setia, 2013), h. 12

sosial terutama WhatsApp (WA). Penulis mendapatkan konten *hoax* yang berkaitan dengan akidah dari teman yang terhubung dengan WA penulis, baik Group WA maupun individu. Penulis meminta bantuan melalui group WA kepada anggota group untuk dapat mengirimkan melalui pesan pribadi kepada penulis jika mendapatkan kirim berita yang dianggap *hoax* dalam bidang akidah. Setelah penulis mendapatkan kiriman pesan yang dianggap *hoax* dalam bidang akidah tersebut, penulis melakukan analisis terhadap isi konten tersebut. Tahapan selanjutnya adalah menganalisa isi dari konten tersebut dengan menjadikan al-Quran dan Hadis nabi sebagai acuan. Al-Quran dan Hadis Nabi merupakan dasar ataupun sumber dari penetapan akidah.

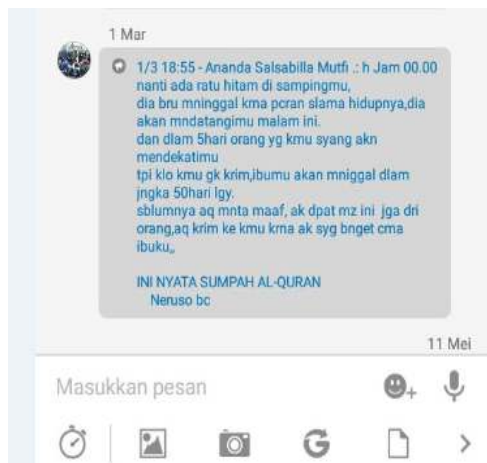
## HASIL PENELITIAN

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menemukan beberapa konten akidah yang disebar melalui media sosial. Konten tersebut dikirim melalui pesan pribadi kepada peneliti maupun melalui group atau komunitas yang peneliti ikuti. Kemudahan yang diberikan oleh media sosial menjadikan konten tersebut dengan mudah dan cepat tersebar. Beberapa anggota group yang tergabung dalam group komunitas mengirimkan kepada peneliti beberapa konten tersebut dan merasa khawatir terhadap isi dari pesan yang didapati. Namun dari beberapa orang yang mengirimkan konten tersebut kepada peneliti tidak bersedia disebutkan namanya dalam laporan penelitian ini.

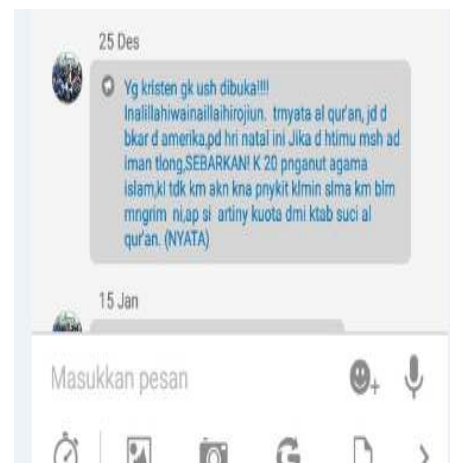
Berdasarkan konten yang ditemukan tersebut, peneliti melakukan analisa terhadap konten tersebut dengan menjadikan al-Quran dan Hadis Nabi sebagai pisau analisis. Beberapa konten yang peneliti temukan tersebut terdapat beberapa model konten yang disebar. Di antaranya adalah pesan yang disebar dengan mengaitkan dengan ancaman agama terhadap fisik dan kesehatan. Padahal ancaman tersebut tentunya tidak ditemukan dalam agama yang bersumber dari al-Quran maupun Hadis Nabi.

Seperti pada **gambar 1** di bawah ini terlihat bahwa pesan yang disampaikan berupa ancaman apabila tidak menyebarkan pesan tersebut kepada yang lain. Ancamannya jika tidak mengirim pesan tersebut kepada yang lain, maka ibumu akan meninggal dalam jangka 50 hari lagi. Pernyataan tersebut

dipertegas dengan pernyataan bahwa ini nyata sumpah al-Quran. Sementara pada gambar 2 di bawah ini juga terdapat ancaman berupa penyakit kelamin apabila tidak menyebarkan pesan ini kepada 20 orang penganut agama Islam. Bahkan pernyataan sebelumnya juga diperkuat dengan “jika dihatimu masih ada Iman”. Tentunya pernyataan dalam pesan tersebut sangat berbahaya bagi keimanan karena dikaitkan dengan penyebaran terhadap berita yang tidak ada landasan dalam al-Quran dan Sunnah. Bagi yang tidak menyebarkan pesan tersebut maka keimanannya dipertanyakan dan bahkan jika tidak mau menyebarkan pesan akan ditimpakan penyakit kelamin.



Gambar 1



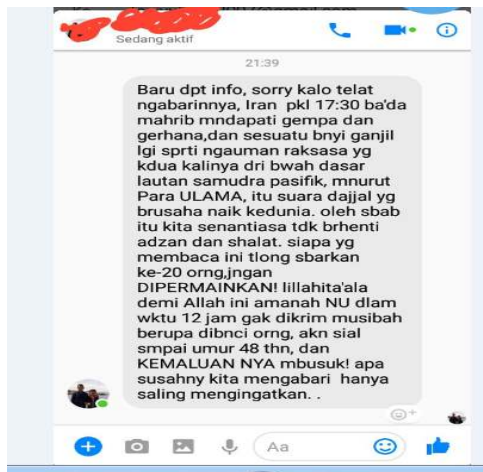
Gambar 2

Konten lain yang peneliti dapatkan berupa pesan kebaikan dan sekaligus berupa ancaman sebagaimana terlihat pada gambar 3 dan gambar 4 di bawah ini. Pada gambar 3, pesannya berupa berita baik pada hari Sabtu, jika mengirimkan pesan yang berisi Asma Allah kepada 20 orang. Pesan tersebut bahkan dikuatkan dengan jika ikhlas mengirimkan kepada 20 orang, maka dalam satu hari akan mendapatkan rezki yang tiada tara. Pada gambar 4 di bawah ini pesannya berisi “Kuatkan akidah dalam ibadah karena dunia sudah tua dan goyang, jangan tinggalkan shalat”. Pesannya sangat baik kepada umat Islam untuk menguatkan akidah dan jangan tinggalkan shalat. Namun pesan tersebut dikaitkan dengan pesannya selanjutnya yang menyatakan bahwa tolong sebarkan pesan tersebut kepada 35 orang, maka akan mendapat rezki yang besar dalam 14 hari. Bahkan pesannya disertai dengan ancaman jika tidak menyebarkan pesan tersebut, maka

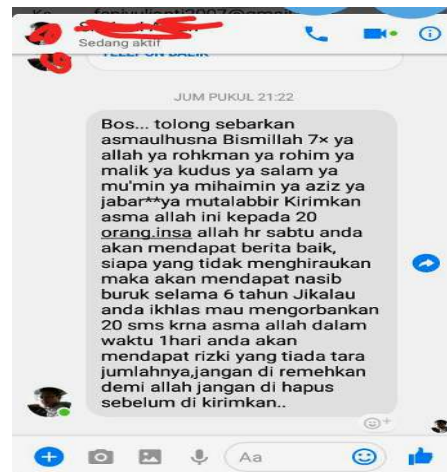




menyebarkan kepada 35 orang maka akan mendapat rezki dalam 14 hari, dan sebaliknya jika tidak mau menyebarkan pesan tersebut maka akan menemukan kesulitan yang tiada henti-hentinya. Di sinilah letak persoalannya, pesan yang semulanya berisikan konten dakwah, namun ketika dikaitkan dengan balasan dan ancaman yang tidak ada dalilnya dalam Alquran dan Hadis, maka pesan tersebut tidak lagi sesuai dengan ajaran Islam yang bersumber dari al-Quran dan Sunnah.



Gambar 5



Gambar 6

Pada gambar 5 di atas memberikan peringatan kepada penerima pesan untuk menyebarkan kepada 20 orang, diperkuat dengan ancaman jangan dipermainkan bahkan bersumpah “*lillahita’ala*” (demi Allah) dalam waktu 12 jam jika tidak dikirimkan pesan tersebut maka penerima pesan akan mendapatkan musibah berupa dibenci orang bahkan akan sial selama 48 tahun dan kemaluannya membusuk. Selain kontennya yang berisikan berita yang tidak dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya, pesan ini juga dikaitkan dengan kalimat sumpah dengan nama Allah yang tidak pada tempatnya. Tidak dapat dijumpai dalil baik dari al-Quran maupun dari Hadis Nabi yang menyatakan bahwa jika tidak menyebarkan pesan yang diragukan kebenarannya seperti pada gambar 5 di atas, maka akan mendapatkan musibah berupa dibenci orang, akan sial sampai umur 48 tahun dan kemaluan akan membusuk. Tentunya pesan seperti dapat dikatakan konten yang hoax berkaitan dengan persoalan akidah. Apalagi bersumpah “*lillahita’ala*” terhadap sesuatu yang diragukan kebenarannya dalam menyampaikan berita hoax.

Merebaknya konten hoax dalam media sosial terutama dalam persoalan akidah mengharuskan umat Islam melakukan *tabayyun* terhadap isi konten tersebut, sebagaimana Alquran mewajibkan umat Islam untuk melakukan *tabayyun* dalam setiap berita yang diterima dalam Surat Al Hujurat ayat 6:

“Wahai orang-orang yang beriman! Jika seseorang yang fasik datang kepadamu membawa suatu berita, maka telitilah kebenarannya, agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena kebodohan (kecerobohan), yang akhirnya kamu menyesali perbuatanmu itu” (QS. Al Hujurat: 6)

*Crosscheck* sangat penting bagi penyedia berita dengan melacak sumber-sumber berita yang kredibel sebelum memberitakan atau mempostingnya. Selain penyedia berita khalayak juga harus semakin cerdas dalam mengakses sebuah berita, diperlukan daya kritis terhadap berita yang dibaca. Tidak boleh langsung meyakini kebenaran berita yang diterima. Mereka juga harus melakukan *crosscheck* atau *check* and *recheck* terhadap berita yang dihadapi untuk mengetahui apakah telah sesuai dengan fakta atau tidak.<sup>10</sup> Terlebih dengan perkembangan teknologi informasi yang kian waktu terus berkembang, maka tantangan dalam mengantisipasi pemberitaan hoax juga menjadi semakin besar. Untuk itu kemampuan menyaring informasi yang diterima dari media sosial menjadi langkah terbaik dalam mengantisipasi berita hoax dari media sosial.

## KESIMPULAN

Sejumlah akun media sosial WhatsApp yang dijadikan objek penelitian menunjukkan jika dalam menyampaikan berita terkait dengan akidah biasanya mengaitkan dengan ancaman agama terhadap fisik dan kesehatan. Padahal ancaman tersebut tentunya tidak ditemukan dalam agama yang bersumber dari al-Quran maupun hadis Nabi. Pernyataan dalam pesan seperti ini tentunya sangat berbahaya bagi keimanan, karena dikaitkan dengan penyebaran terhadap berita yang tidak ada landasan dalam al-Quran dan Sunnah. Akun WhatsApp lainnya juga ada yang menyampaikan pesan yang memuat nilai dakwah seperti larangan meninggal shalat, namun ketika dikaitkan dengan balasan dan ancaman yang tidak ada dalilnya dalam Al-Qur'an dan Hadis, maka pesan tersebut tidak lagi sesuai

---

<sup>10</sup> Ifitaf Jafar, *Konsep Berita dalam Al Quran (Implikasinya dalam Sistem Pemberitaan di Media Sosial)*, Jurnalisa, Vol 3 No. 1 (2017), h. 1-15

dengan ajaran Islam. Ada juga akun yang menyampaikan pesan dengan bernada bersumpah atas nama Allah. Tentunya pesan seperti dapat dikatakan konten yang hoax berkaitan dengan persoalan akidah. Apalagi bersumpah “*lillahita’ala*” terhadap sesuatu yang diragukan kebenarannya dalam menyampaikan berita hoax. Untuk mengantisipasi penyebaran pemberitaan hoax dari media sosial WhatsApp, dibutuhkan adanya kemampuan penerima pesan dalam menyaring serta *tabayyun* terhadap setiap informasi yang diterima.

## DAFTAR PUSTAKA

### ***Buku***

- Abd Mujib. *Pesan Al-Quran dalam Menyikapi Berita Hoax: Perspektif Dakwah di Era New Media*. Jurnal Komunikasi Islam. 7 (1). 2017.
- Burhan Bungin, 2017, Politik Hiperreality dan Communicatioan Jammed, dalam Buku Turn Back Hoax Tantangan Literasi Media Digital, Surabaya: Buku Litera dan Aspikom Korwil Jawa Timur.
- Fuad Mahbub Siraj, Ridwan Arif & Efendi. 2020. *The Exiztance and The Construction of ‘ilm Al Kalam as Islamic Disipline and Its Significance to Wasathiyah*, International Jurnal of Islamic Thought, 17 (1), 38-52. Doi: 10.24035/ijit.17.2020.168
- Iftitaf Jafar. *Konsep Berita dalam Al Quran (Implikasinya dalam Sistem Pemberitaan di Media Sosial)*. Jurnalisa. Vol 3 No. 1. 2017.
- Luthfi Maulana. 2017. *Kitab Cusi dan Hoax: Padangan Alquran dalam Menyikapi Berita Bohong*. Jurnal Wawasan. No. 2. No. 2. Doi: 10.15575/jw.v2i2.1678
- Taufik Rahman. *Tauhid Ilmu Kalam*. Bandung: Pusataka Setia. 2013
- Roulston, Kathryn. “Analysing Interviews.” *The SAGE Handbook of Qualitative Data Analysis*, 2014.
- Rukajat, Ajat. *Pendekatan Penelitian Kualitatif (Qualitative Research Approach)*. Deepublish, 2018.

### ***Akses daring***

- Indonesia Mendidik. 2016. Kulwap: Melek Literasi di Era Digital. From Indonesia Mendidik: <http://indonesiamendidik.com/tag/anti-hoax>.
- [www.jateng.tribunnews.com](http://www.jateng.tribunnews.com). 24 Mei 2018. *Media Sosial Menjadi Penyebar Hoax dan Isu Sara Terbesar*.
- [www.wartaekonomi.co.id](http://www.wartaekonomi.co.id). *Media Sosial Dinilai Jadi Sarang Penyebaran Hoax*.

*www.mui.or.id, Fatwa No.24 Tahun 2017 Tentang Hukum dan Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial*

