



Fikrah: Jurnal Ilmu Aqidah dan Studi Keagamaan

ISSN 2354-6147 EISSN 2476-9649

Tersedia online di: journal.stainkudus.ac.id/index.php/fikrah

DOI: 10.21043/fikrah.v6i2.4070

Post-Truth, *Hoax*, dan Religiusitas di Media Sosial

Ulya

Institut Agama Islam Negeri Kudus, Indonesia

ulya.kamera@gmail.com

Abstrak

Tulisan ini membahas fenomena religiusitas masyarakat di era *post-truth* yang kental dengan *hoax*. *Post-truth* adalah era yang ditandai dengan dikesampingkannya kebenaran dan emosi menjadi motif tindakan. Maraknya teknologi internet secara nyata telah mengaktifkan masyarakat untuk menyampaikan gagasan, perasaan, keyakinan pribadinya secara bebas melalui media sosial. Metode wacana kritis digunakan untuk mengungkap sejauh mana dampak *hoax* bagi masyarakat sekaligus memberikan alternatif penyelesaiannya. Meningkatnya ketegangan di tengah masyarakat, radikalitas keberagaman dan masyarakat yang teralienasi merupakan temuan dari tulisan ini. Membangun kehidupan sosial-keberagaman yang bermisi *rahmah* di tengah era seperti ini sangat diperlukan dengan cara menumbuhkembangkan tradisi masyarakat beragama yang berkesadaran bahwa ruang publik nyata tidak bisa digantikan oleh ruang publik maya, melihat informasi berdasarkan logika, etika, dan guna; mencermati setiap informasi secara kritis, dan bersikap terbuka.

Kata kunci: Post-truth, *hoax*, media sosial daring, religiusitas

Abstract

This paper discusses the phenomenon of community religiosity in an era of post-truth that is thick with hoaxes. Post-truth is an era marked by the exclusion of truth and emotion into the motives of action. The rise of internet technology has actually enabled the public to freely convey their ideas, feelings, personal beliefs through social media. Critical discourse method is used to reveal the extent of the impact of hoax for the community while providing alternative solutions. Increasing tensions in the community, religious and community radicalism which are essential are the findings of this paper. Building a social life - diversity that has a mission in the midst of an era like this is very much needed by developing a tradition of religious communities that are aware that real public space cannot be replaced by virtual public space, seeing information based on logic, ethics, and use; examine each information critically, and be open.

Keywords: Post truth, hoax, online social media, religiosity

Pendahuluan

Teknologi komunikasi berkembang pesat seiring dengan perkembangan internet yang digunakan sebagai sarana komunikasi masyarakat. Media sosial yang berbasis media sosial daring, misalnya: facebook, whatsapp, twitter, instagram, dan kemungkinan besar akan berkembang ke model lain. Menggunakan media sosial seperti ini hasilnya terbukti telah melipat waktu dan tenaga. Sebelumnya seseorang berhubungan dengan orang lain membutuhkan beberapa waktu untuk menemui atau berkirim kabar kepadanya, sekarang orang dapat melakukan dengan sekali klik melalui gadget yang sudah di tangan. Jika dahulu seseorang membutuhkan tenaga ekstra untuk mempromosikan produk agar diminati konsumen, mengorbitkan diri ke masyarakat agar dikenal, mengumpulkan dan memobilisasi massa untuk sebuah kepentingan tertentu, namun sekarang ini orang bisa melakukannya tanpa fisik berkeringat.

Facebook, whatsapp, twitter, instagram telah dengan luar bisa mengubah budaya dunia. Lebih jauh lagi, melaluinya, orang bisa mempersuasi dan mengubah keberagaman orang lain. Mengajak orang menjadi baik dan religius bisa dilakukan melalui media sosial sebagaimana contoh ada seseorang yang semula malas membaca al-Quran tetapi semenjak mengikuti semacam ODOJ (*One Day One Juz*) di salah satu grup WA dia semakin rajin membaca dan menelaahnya secara teratur, namun demikian menjadi tidak baik dan radikal dapat melalui media sosial juga seperti telah diberitakan beberapa bulan yang lalu dalam banyak media massa terpercaya bahwa perkenalan

ideologi radikal para perempuan terduga pelaku teror di sebuah gereja di Surabaya dan di Mako Brimob Jakarta juga berasal dari media sosial.

Facebook, whatsapp, twitter, dan lainnya sebagai media sosial yang dapat mengkonstruksi realitas termasuk realitas keberagamaan. Media sosial juga memanipulasi realitas dengan cara membentuk sesuatu yang sejatinya tidak ada tetapi dibuat seakan-akan ada, nyata, dan benar, dan hasilnya adalah informasi bohong atau dikenal dengan istilah *hoax*. *Hoax* seringkali menjejali *wall* para pengguna facebook, tersebar meluas melalui WA, dengan berbagai tujuan, seperti menebarkan ketakutan, mengganggu rasa aman, menyulut kebencian, dan seterusnya, yang akhirnya akan mengotak-kotak masyarakat dan tak jarang melahirkan ketegangan. Di sinilah *hoax* dan era *post-truth*, sebuah rentang masa yang menomorduakan kebenaran, menjadi 2 (dua) hal yang berkait berkelindan, yang sangat tidak menguntungkan kehidupan sosial-keberagamaan.

Artikel tentang *post-truth*, *hoax*, dan religiusitas sudah banyak ditulis sebelumnya. Beberapa contoh dapat disebut tulisan seputar muncul dan maraknya era tersebut karya Sergio Sismundo yang berjudul *Post-Truth* (Sismundo, 2017, hal. 3–6); juga tulisan Lewandowsky yaitu *Beyond Misinformation: Understanding and Coping with the Post-Truth Era* (Lewandowsky, 2017, hal. 353–369) yang mengupas persoalan sebab berlimpahnya kesalahan informasi, pengaruhnya terhadap publik, dan bagaimana melawannya. Tulisan tersebut sama sekali tidak dipertautkan dengan budaya *hoax* (berita palsu, bohong) yang akhir-akhir ini juga merajalela, meski bahasan tentangnya secara terpisah telah menjadi beberapa sorotan, seperti dalam karya Moh. Abu Naim berjudul *Hoax Sebagai Konstruksi Sosial untuk Kepentingan Politik Praktis dalam Pilgub DKI Jakarta* (Naim, 2017, hal. 361–370); tulisan Silalahi berjudul *Karakteristik Strategi Crowdsourcing untuk Membatasi Penyebaran Hoax di Indonesia* (Silalahi, 2018) dan Nurul Hidayah, *Siskamling Digital: Melawan Intoleransi Melalui Gerakan Anti Hoax* (Hidayah, 2018, hal. 88–98) yang keduanya menawarkan solusi menolak informasi palsu nan bohong. Maraknya informasi palsu, *hoax* di era *post-truth* sepertinya belum dicermati pengaruhnya dalam fenomena religiusitas. Tulisan tentang religiusitas justru lebih banyak dikaji dari fungsinya sebagai alat kontrol sebagaimana artikel Evi Aviyah dan M. Farid berjudul *Religiusitas, Kontrol diri dan Kenakalan Remaja* (Aviyah, 2014)

dan artikel Pamungkas berjudul *Pengaruh Religiusitas dan Rasionalitas dalam Mencegah dan Mendeteksi Kecenderungan Kecurangan Akuntansi* (Pamungkas, 2014). Religiusitas sebagai fenomena yang bisa dikontrol terdapat dalam tulisan Warsiyah yang berjudul *Pembentuk Religiusitas Remaja Muslim (Tinjauan Deskriptif Analitis)* (Warsiyah, 2018), dalam tulisan itu sudah disebut banyak faktor eksternal yang mempengaruhi religiusitas namun dalam penjelasannya hanya menyebut faktor keluarga, sekolah, dan teman sebaya.

Berangkat dari identifikasi tersebut maka artikel ini merupakan pengembangan dari tulisan sebelumnya yang menitik beratkan pada dasar kemunculan dan respon untuk menyikapi realita *hoax* dan *post-truth*. Adapun bagian detail dari kebaruan artikel ini ialah bagaimana pengertian dan karakteristik era *post-truth*; bagaimana hubungan antara *hoax* dan era *post-truth*; bagaimana problem-problem religiusitas di tengah lingkaran *hoax* di era *post-truth*; dan bagaimana solusi ditawarkan untuk memecahkan problem religiusitas di tengah lingkaran *hoax* di era *post-truth* tersebut. Upaya menjawab masalah tersebut digunakan studi pustaka yang memanfaatkan literatur-literatur relevan, baik berbasis cetak maupun daring, lalu dilakukan pembacaan secara teliti dalam rangka memperoleh data, kemudian data diinterpretasikan atas dasar teori yang digunakan dalam rangka menjawab problem kajian yang telah dipaparkan.

Metode

Artikel ini menggunakan metode analisis wacana kritis yaitu suatu pengkajian secara mendalam yang berusaha mengungkap kegiatan, pandangan dan identitas berdasarkan bahasa yang digunakan dalam wacana (Badara, 2012, hal. 26). Metode ini dipilih dengan berangkat dari pemahaman bahwa bahasa dipahami sebagai bentuk praktik sosial dan berusaha membuat umat manusia sadar akan pengaruh timbal-balik antara Bahasa dan struktur sosial yang biasanya tidak disadari (Kuntoro, 2008).

Batasan dan Karakteristik Era Post-Truth

Istilah *post-truth* jika dicermati dari sisi etimologi berasal dari kosa kata berbahasa Inggris. Dalam *Oxford Dictionary* disebutkan *post* artinya *after* (setelah) sebagaimana dijelaskan dalam kosa kata *post-mortem* yang diartikan dengan *review of*

an event after it has happened (simpulan atas sebuah peristiwa setelah peristiwa itu terjadi) (Manser, 1996, hal. 322) dan *truth* artinya *quality or state of being true* (kualitas atau dalam keadaan benar atau kebenaran) (Manser, 1996). *Truth* ini merupakan kata benda dari kata sifat, *true*. Jadi *post-truth* artinya setelah atau pasca-kebenaran. Kemudian disebut era *post-truth* atau era pasca-kebenaran karena dalam rentang masa ini penggunaan akal yang melandasi kebenaran dan pengamatan fakta sebagai basis pengukuran obyektifitas seakan-akan tak penting dalam mempengaruhi opini, pemikiran, maupun perilaku publik. Dalam rentang masa ini, orang mempengaruhi publik dengan cara menomorsatukan sensasionalitas dan membombong emosionalitas (Haryatmoko, 2018). Publik lebih tertarik dengan kehebohan sebuah berita; begitu juga mereka lebih terpengaruh dengan berita dan hal-hal yang menyentuh perasaan, seperti membuat rasa gembira, melahirkan sikap sedih, kecewa, marah, dan seterusnya. Publik lebih sensitif jika disentuh sedikit emosinya.

Kondisi yang demikian tidak saja mempengaruhi komunitas dunia tertentu, tetapi juga sudah merasuki nalar dan budaya publik di Indonesia. Maraknya teknologi digital berupa media sosial berbasis internet atau media sosial daring mempercepat laju penyebaran budaya itu sampai kemana-mana. Beberapa contoh dalam sebuah Pilkada di Indonesia ada seorang calon kepala daerah turun drastis elektabilitasnya bukan karena tidak menarik program-programnya atau dinilai gagal kinerja sebelumnya, tetapi lebih disebabkan karena publik marah dan tidak sepatutnya dengan ungkapan kasarnya yang dinilai menodai kesucian agama; masyarakat Indonesia sekarang ini juga seringkali langsung percaya dengan berita yang dibagikan di media sosial daring tanpa pernah mengecek yang senyatanya, jika banyak yang memberikan ‘jempol’ nya dinilai benar, jika banyak yang merespons ‘like’ diklaim baik, dan seterusnya.

Sesungguhnya istilah era *post-truth* yang memiliki karakteristik sebagaimana pertama kali digambarkan dan digunakan oleh Steve Tesich (2017), seorang jurnalis keturunan Amerika-Serbia. Dia menggunakan istilah itu dalam sebuah artikelnya di surat kabar *The Nation* tahun 1992 tetapi istilah itu baru populer di tahun-tahun belakangan ini, tepatnya tahun 2016. Pada tahun tersebut, *post-truth* menjadi istilah yang *booming* yakni tercatat penggunaan istilah tersebut oleh publik dunia mengalami kenaikan hampir 2000 persen dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya sehingga

istilah *post-truth* ini dinobatkan sebagai *word of the year* (Kholiludin, 2018). Popularitas istilah era *post-truth* kemudian berpengaruh pada nalar publik dunia, termasuk Indonesia, karena didukung banyak hal.

Fakta terpilihnya Donald Trump menjadi Presiden Amerika Serikat akibat dinamika politik yang berkembang tidak terbangun atas fondasi fakta dan kebenaran (Sismundo, 2017). Hal tersebut merupakan contoh dari pemberitaan berita hoax, yang dikarenakan lawan politiknya Hillary Clinton, politikus partai Demokrat, mantan senator, sekaligus pengacara ulung, dikalahkan oleh Trump yang berlatar belakang pebisnis. Trump unggul meskipun secara faktual terbaca dia berpribadi yang cenderung diskriminatif dan rasis. Di sinilah logika sehat telah dikalahkan oleh sensasi dan emosi sesaat. Meskipun istilah dan nalar *post-truth* produk dari dinamika politik Barat, tepatnya di Amerika, sekarang ini di Indonesia juga telah menunjukkan gejala yang mengikuti trend itu.

Pengaruh Pemikiran Filsafat Posmodernisme

Posmodernisme atau posmodern sebagai fase filsafat pasca modern yang memiliki karakteristik khusus, yaitu *pertama*, menganggap segala realitas adalah konstruksi ideologis (kepentingan tertentu), semiotik (berkaitan dengan lambang atau simbol), dan artifisial (kepura-puraan). *Kedua*, skeptis terhadap segala bentuk keyakinan tentang obyektivitas. *Ketiga*, cara pandang yang melihat realitas dari sudut oposisi binair - pun - (*either - or*) dianggap tak lagi memuaskan maka posmoderen cenderung berkeyakinan bahwa realitas seharusnya ditangkap dan dikelola dengan banyak cara dan sistem (pluralisme). *Keempat*, melihat potensi dan kemampuan manusia secara holistik, tidak hanya terbatas pada kemampuan rasionalitas yang berfondasikan akal dan kemampuan empirisitas yang berdasarkan indera saja, namun manusia juga berbekal kemampuan spiritualitas dan emosionalitas. *Kelima*, menghargai liyan (*otherness*) secara lebih luas yang tidak dibahas atau bahkan dipinggirkan oleh wacana modern, seperti: perempuan, tradisi lokal, paranormal, agama, dan lain-lain. *Keenam*, paham tentang sistem dengan konotasi otonom cenderung dianggap kurang relevan diganti dengan jaringan, relasionalitas, dan bergerak dinamis (Sugiharto, 2002, hal. 52).

Pemikiran posmodern yang memiliki kecenderungan tertentu, secara langsung atau tidak langsung, berimbas pada nalar publik dalam membaca realitas. Bagi mereka, gambaran realitas sangat tergantung pada pemahaman, pengalaman, bahkan kepentingan yang berbeda. Hasilnya mereka akan dihadapkan pada problem relativitas kebenaran, juga etika situasional.

Perkembangan Teknologi Digital

Beberapa tahun terakhir ini perkembangan teknologi dan internet telah menyebar ke seluruh wilayah dunia tanpa bisa dikendalikan, termasuk di Indonesia. Satu sisi, perkembangan teknologi ini telah mempermudah masyarakat dalam mengakses informasi yang datang dari belahan dunia mana saja dalam hitungan menit bahkan detik. Teknologi semacam ini juga telah memperlancar arus komunikasi sosial melalui media sosial daring: ada facebook, whatsapp, twitter, dan lain-lain. Sedangkan pada sisi yang lain melalui teknologi dan internet telah mempermudah masyarakat menciptakan dan mengunggah, menggandakan, memanipulasi, menyunting tulisan, gambar, video, dan membagikannya secara massif tanpa rasa takut dan khawatir dituntut untuk mempertanggungjawabkannya karena alasan bukan ahlinya. siapapun akan dengan mudah memberi dan menerima informasi apa saja tanpa sekat ruang dan waktu dan tanpa diliputi kekawatiran atas akibat yang mungkin ditimbulkannya. Hasilnya, dunia maya menjadi semakin semarak dan dunia nyata semakin sepi dan seakan-akan kehilangan fungsi utamanya.

Kecenderungan Budaya Instan

Masyarakat Indonesia, khususnya, sekarang ini lebih menyukai banyak hal yang serba cepat. Ingin pintar, ingin kaya, ingin terkenal, ingin berkuasa dengan mencari jalan mudah dan cepat. Hanya sekelompok kecil masyarakat saja yang masih mengandalkan budaya dan pola pikir kritis dan mendalam yang diiringi dengan rasionalitas, kehati-hatian, dan kesantunan.

Pengaruh dinamika politik global yang lebih mengedepankan emosional; pengaruh nalar posmoderen yang meyakini gambaran realitas tergantung pada pemahaman, pengalaman, bahkan kepentingan yang berbeda; adanya perkembangan

teknologi komunikasi berbasis internet yang membawa kemudahan siapapun mendapatkan dan membagikan berita, ditambah maraknya budaya instan telah melahirkan informasi-informasi yang belum tentu benar sesuai dengan realita dan logika, tetapi informasi yang dibentuk atas dasar opini pribadi atau keyakinan personal dan menyentuh perasaan. Informasi-informasi tersebut dibentuk sedemikian rupa sehingga publik tertarik dan percaya, bahkan dianggap sebagai kebenaran umum. Dalam bahasa Bourdieu, inilah yang disebut dengan *doxa* (Deal & Beal, 2004, hal. 64) yakni keyakinan atau pendapat individual yang ditempatkan sebagai kebenaran universal. Inilah karakteristik era *post-truth* yang tidak sama dengan *hoax*, tetapi keduanya sangat berkaitan.

Hoax Anak Kandung Post-Truth

Post-truth sebagaimana dijelaskan adalah sebuah rentang masa yang cenderung mengabaikan fakta dan kebenaran, sedangkan *hoax* dalam kamus Bahasa Inggris diartikan dengan *trick play on sb for a joke* (trik bermain dengan menggunakan sesuatu untuk sebuah lelucon atau kebohongan) (Manser, 1996), sedangkan memaknai *hoax* secara umum adalah berita atau informasi palsu. *Hoax* biasanya digunakan pihak-pihak tertentu untuk menyulut kebencian, ketegangan, bahkan konflik. *Hoax* disampaikan melalui narasi yang hiperbolis, dibesar-besarkan dan dilebih-lebihkan, tetapi miskin data. Narasi semacam ini disusun untuk mempermainkan emosi sosial publik sehingga mereka dengan cepat tergerak untuk menanggapi dengan cara menyukai, mengikuti, membenci, menolak, membagikan, dan lain-lain.

Jenis-jenis informasi *hoax* berdasarkan data yang dikumpulkan oleh Rahadi (2012) terdiri dari tujuh jenis yaitu *pertama, fake news*, berita bohong yang berusaha menggantikan berita yang asli. Usaha tersebut bertujuan untuk memalsukan ketidakbenaran dalam suatu berita. Penulis pada berita *fake news* tersebut biasanya menambahkan hal-hal yang tidak benar dan teori persengkongkolan, makin aneh, makin baik. *Kedua, Clickbait*, merupakan jenis *hoax* yang berupa tautan jebakan yaitu tautan yang diletakkan secara strategis di dalam suatu situs dengan tujuan untuk menarik perhatian orang agar masuk ke situs lainnya. *Ketiga, confirmation bias*, yaitu kecenderungan untuk menginterpretasikan kejadian yang baru terjadi sebagai bukti dari

keperayaan yang sudah ada. *Keempat, misinformation*, informasi yang salah atau tidak akurat terutama yang ditujukan untuk menipu. *Kelima, satire*, sebuah tulisan yang menggunakan humor, ironi, hal-hal yang dibesar-besarkan untuk mengomentasi kejadian yang sedang hangat. *Keenam, post-truth*, kejadian di mana emosi lebih berperan daripada fakta untuk membentuk opini publik dan *ketujuh* yaitu propaganda atau aktifitas menyebarluaskan informasi, fakta, argument, gosip, setengah-kebenaran atau bahkan kebohongan untuk mempengaruhi opini publik.

Tujuan beberapa contoh pernyataan yang telah diputus sebagai *hoax* selama tahun 2017, di antaranya ungkapan tak bertanggung jawab dari Muhammad Tamim Pardede tentang penilaiannya terhadap presiden RI, Joko Widodo, dan Kapolri Tito Karnavian. Dia menyatakan dalam sebuah unggahan videonya di youtube bahwa Jokowi berpihak pada blok komunis dan Tito Karnavian adalah antek Jokowi yang juga berpaham komunis; juga ungkapan miskin data dari Jonru Ginting saat diumumkan Quraish Shihab akan menjadi khatib Ied al-Fitri di Masjid Agung Istiqlal tahun kemarin, dia mengunggah pernyataannya dalam media sosial soal ketaklayakan Shihab menjadi khatib karena pendapatnya tentang wanita Muslim tak perlu berjilbab. Kemudian dia mengajak agar umat Islam tidak salat Ied di Istiqlal jika khatibnya Quraish Shihab.

Media sosial daring dengan jenis yang macam-macam adalah media paling efektif penyebar *hoax*. Melalui media tersebut, berbagai informasi termasuk *hoax* bisa diakses dengan cepat oleh dan dari siapapun, dimanapun, dan kapanpun, nyaris tanpa ada hambatan. tentang *hoax* seakan-akan telah menjadi wabah yang menyebar dan ada di mana-mana. Hal ini diperparah lagi dengan budaya publik bernalar *post-truth* yang cenderung menghendaki segala kemudahan dalam berinteraksi lewat media sosial daring, mereka seringkali menerima informasi apa adanya, *no-filter* dan *no-koreksi*. Informasi yang didapatkan melalui media sosial dijadikan sebagai dasar kebenaran, sekaligus dijadikan dasar untuk mengambil sikap dan menentukan perilaku sendiri maupun orang lain. Saat ini *hoax* bermetamorfosis menjadi fakta yang dijadikan dasar untuk menghadapi realitas di sekitarnya. Temuan Adlina (2018) menunjukkan bahwa melalui berita *hoax* yang beredar di instagam melalui akun-akun tertentu mampu mempengaruhi pola keberagamaan seseorang, misalnya pada *postingan* “jika anda

dihina seseorang, silahkan anda maafkan dia, namun jika Allah SWT dan Rasulullah saw dihina orang, anda tidak berhak memaafkannya". Postingan tersebut menggiring seseorang untuk menghalalkan segala cara termasuk tindakan-tindakan anarkis dan radikal yang diklaim sebagai tindakan membela keyakinan mereka.

Hoax sengaja dipilih orang-orang tak bertanggungjawab yang memiliki nalar dan berada di lingkaran *post-truth* dengan media sosial daring sebagai instrumen untuk menyebarkan kebohongan, menggiring publik untuk saling membenci dan menfitnah, dan akhirnya bisa membuahkan perilaku kekerasan.

Religiusitas di Tengah Lingkaran *Hoax* Era Post-Truth: Problem dan Solusi

Religiusitas dalam ungkapan lain disebut juga dengan keberagamaan. Religiusitas atau keberagamaan berbeda dengan agama atau religi. Secara umum, religi adalah bahasa sanskrit yang merujuk pada makna atas hal-hal yang normatif atau aturan-aturan sakral dari yang Supranatural dan transendental, (Abuddin, 1998, hal. 10–14; Wahyudin, Pradisti, Sumarsono, & Zulaikha, 2013), sedangkan religiusitas berkaitan dengan hal-hal yang empiris atau praktik dan realitas beragama yang dilakukan oleh manusia sebagai respon keyakinannya atas yang supranatural dan transendental tersebut.

Wach (1952) mendefinisikan religiusitas atau keberagamaan dengan istilah pengalaman keagamaan, yang didalamnya memuat 4 (empat) kriteria, yaitu: *Pertama*, merupakan tanggapan terhadap sesuatu yang dihayati sebagai realitas mutlak. *Kedua*, tanggapan ini melibatkan pribadi utuh yang terlibat dalam kegiatan, bukan hanya pikiran, perasaan atau kehendak semata, tetapi keseluruhan potensi dan kemampuan yang dimiliki manusia. *Ketiga*, adanya kedalaman tertentu; *keempat*, ungkapan pengalaman tersebut dalam perbuatan, yang meliputi pemikiran, perbuatan, dan kehidupan kelompok (Wach, 1952). Realitas beragama yang dilakukan oleh manusia dalam praktiknya, menurut Abdol Karim Soroush, ada 3 (tiga) tipe, yaitu: *pertama*, tipe religiusitas pragmatis yang mengandalkan gerakan fisik dan praktis didasarkan pada rasionalitas instrumental; *Kedua*, tipe religiusitas gnostik yang mengedepankan aspek mental dan reflektif didasarkan pada rasionalitas teoritis; *Ketiga*, tipe religiusitas

eksperiensial yang mencari bukti dan manifestasi berupa atau berkaitan dengan penyaksian (Soroush, 2001, hal. 91).

Religiusitas adalah produk manusia maka dia memiliki sifat sebagaimana sistem budaya. Sebagai sistem budaya, menggunakan istilah Geertz sebagaimana dikutip oleh Tibi (1991), maka keberadaannya dipengaruhi oleh berbagai proses perubahan sosial atau sebaliknya berbagai proses perubahan sosial itu akan mempengaruhi sistem budaya (Astuti, 2009; Mayasari, 2014; Tibi, 1991).

Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi berbasis internet yang telah melahirkan beragam media sosial daring: facebook, whatsapp, twitter, instagram, youtube, dan seterusnya adalah salah satu yang mempengaruhi religiusitas publik, mempengaruhi cara publik yang berkeinginan menjadi lebih religius. Terutama di kota-kota, untuk menjadi religius, jarang sekali ditemui orang berbondong-bondong belajar agama pada ulama-ulama yang benar-benar otoritatif di bidangnya. Mereka lebih suka mengaji dengan ulama-ulama pendatang yang menarik dan mereka kenal dari media sosial atau televisi; mereka belajar agama dari situs-situs keagamaan yang bertebaran di internet karena kepraktisannya. Melewati cara seperti ini akhirnya teknologi mengonstruksi religiusitas publik di era sekarang ini.

Religiusitas publik hasil konstruksi media sosial seperti itu menyisakan permasalahan, meskipun tidak selalu. Satu sisi, secara internal, di media sosial siapapun bisa menjadi narasumber persoalan keagamaan tanpa pernah mengintrospeksi dirinya sendiri apakah dia memiliki kompetensi berkaitan dengan hal-hal yang sampaikan atau tidak, apakah dia memiliki otoritas untuk mengatakan atas hal-hal yang dibagikan atau tidak dan secara eksternal memang tidak ada seleksi menjadi narasumber keagamaan di media sosial yang akan dinilai otoritasnya. Seperti ini menjadikan ketidakjelasan sumber dan referensi keberagaman mereka. Oleh karena itu, dengan menggunakan istilah religiusitas bangsa. Menoh (2014) mengungkapkan bahwa religiusitas bangsa harus dibentuk dari prinsip Ketuhanan yang tertuang pada kerangka Pancasila yang mencerminkan komitmen etis bangsa Indonesia untuk menyelenggarakan kehidupan publik-politik yang berlandaskan nilai-nilai moralitas dan budi pekerti yang luhur.

Sedangkan pada sisi yang lain, publik sebagai penerima informasi keagamaan mengalami kesulitan untuk menyaring mana pemberitaan dan informasi keagamaan yang bersumber dari pihak yang memang memiliki otoritas, mana pemberitaan atau informasi yang sekedar opini atau keyakinan pribadi, mana informasi yang berdasarkan fakta dan mana yang hanya berasal dari persepsi dan dugaan belaka, mana informasi yang bertujuan mengklarifikasi dan mana yang justru berniat mengadu domba dan menguntungkan kepentingan pihak-pihak tertentu. Antara yang *hoax* dan yang tidak sulit sekali dipilah-pilah. Di sini menjadi rawan pemberitaan atau informasi persoalan agama berbasis *hoax* dijadikan fondasi beragama publik, baik untuk diri sendiri, terlebih digunakan untuk menilai keberagamaan yang lain.

Setali tiga uang, *hoax* mengabaikan fakta dan logika, demikian pula era *post-truth*. Kedua-duanya sama-sama menampilkan diri dengan cara menggugah emosi, memekarkan sensasi dan bersifat provokasi dalam menarik perhatian publik. Persoalan-persoalan keberagamaan berbasis *hoax*, apalagi *hoax* yang dibungkus dengan sentimen agama di era *post-truth* sangat membahayakan kehidupan sosial-keberagamaan dan dalam kenyataannya yang seperti itu sudah banyak menelan korban.

Beberapa bukti adalah peristiwa ditetapkannya Ahok sebagai penista agama oleh Pengadilan Negeri Jakarta Utara pada tanggal 9 Mei 2017 adalah salah satu korban *hoax* yang disebarkan oleh Buniyani (Witjaksono, 2018). Kasus ini terbukti telah mengotak-ngotak warga Muslim Jakarta, khususnya, dalam sebuah perdebatan pemilihan kepala daerah, harus Muslim kah atau tidak. Terjadi saling berebut tafsir atas QS. al-Maidah 51. Kemudian contoh lain bahwa saat ini pelaku teroris tampaknya juga menyadari sifat media sosial daring yang *spreadable* dan efektifitasnya dalam menaklukkan sikap dan perilaku publik, khususnya generasi muda milenial, maka mereka kerap sekali menyebarluaskan pesan-pesan, menyusupkan ideologi, dan ajakan berpartisipasi dalam aktivitas yang berhubungan dengan aksi kelompok teroris. Dian Yulia Novi, tersangka teroris yang membawa bom panci siap ledak saat upacara pergantian Paspampres di Istana Presiden, Minggu 11 Desember 2016, yang berhasil ditangkap Densus 88, mengaku mengenal ajaran radikal lewat media sosial facebook hanya selama 1 (satu) tahun. Akhir-akhir ini juga muncul *hoax* yang diviralkan melalui media sosial daring yang dilansir oleh nahimunkar.com (Adi, 2017) tentang terjadinya pemurtadan para

muslimin di Ciranjang, Cianjur, Jawa Barat akibat missionaris yang dilancarkan umat Kristiani. Berita semacam ini kalau tidak dicermati secara hati-hati akan memicu kebencian dan kemarahan umat Islam yang akan berujung konflik horizontal antar umat beragama. *Hoax* dalam lingkaran *post-truth* berhasil secara massif menebarkan kebencian, ketakutan, rasa was-was, mengonstruksi pikiran publik agar tak percaya lagi pada pihak tertentu yang menjadi lawan atau merepresentasikan musuhnya, bahkan melahirkan sikap radikalitas keberagamaan.

Hasil survey yang dilakukan Masyarakat Telematika Indonesia (2017) menyajikan temuan bahwa sekitar 90.30% berita bohong yang diproduksi dengan cara disengaja. Sedangkan 61.60% berita berisi tentang penghasutan. Sementara 59% berita berisi informasi yang tidak akurat. Angka prosentase ini tinggi dibanding dengan prosentase berita fiksi ilmiah yang hanya 14%, berita yang kritik objektif terhadap pemerintah di angka 12.60%. Pada survey yang dilakukan pada sejumlah responden yang terdiri dari berbagai umur, profesi, jenis kelamin dan Pendidikan tersebut, diketahui juga respon setuju bahwa hoax berdampak terhadap kerukunan masyarakat (75,90%), dan mengatakan sangat mengganggu (43.50%).

Hoax apa lagi dalam lingkaran *post-truth* sangat membahayakan. Memerangnya secara formal telah dimulai oleh sejumlah perusahaan besar, seperti: facebook, google, dan twitter yang telah menggalang kekuatan menutup situs web yang dinilai pro-paham radikal, memuat ujaran kebencian, dan menyebarkan konten lain yang berbahaya. Sepanjang tahun 2015, twitter dilaporkan telah menutup 125.000 akun pro-NIIS dan berbagai perusahaan media sosial lain juga melakukan hal serupa. Di Indonesia sendiri, Kementerian Komunikasi dan Informatika RI belum lama ini juga dilaporkan telah mencabut 280 akun telegram, 300 akun facebook, serta 30 akun di twitter.

Tawaran Beberapa Solusi

Etika komunikasi Islam dalam membendung informasi *hoax* di ranah publik maya juga sudah diatur sedemikian rupa diantaranya adanya prinsip ikhlas, prinsip pahala dan dosa, prinsip kejujuran, prinsip kebersihan, prinsip berkata positif, prinsip hati, lisan dan perbuatan, prinsip dua telinga dan satu mulut, prinsip pengawasan,

prinsip selektifitas dan validitas, prinsip saling mempengaruhi yang baik, prinsip keseimbangan berita dan prinsip privasi (Istriyani & Widiani, 2016).

Al-Quran surat an-Nur ayat 12 memberi peringatan kepada orang-orang yang diam seakan-akan membenarkan apalagi membicarakannya sambil bertanya-tanya tentang kebenaran isu tersebut. Melalui ayat itu, Maulana (2017) menawarkan gagasannya bagaimana seharusnya sikap seorang Muslim terhadap tersebarnya berita bohong yaitu bersikap positif paling tidak dengan cara tidak menyebarkan berita bohong dan justru memberikan sanggahan jika berita tersebut memang terbukti tidak valid.

Semangat mengembalikan iklim kehidupan sosial-keberagamaan perlu menggunakan misi *rahmah*, cinta perdamaian, penebar kerukunan, di tengah era *post-truth* ini sangat diperlukan beberapa hal, *pertama* menumbuhkembangkan kembali tradisi publik beragama yang berkesadaran bahwa ruang publik nyata tidak bisa digantikan oleh ruang publik maya. Sudah menjadi tradisi publik di dunia dan di Indonesia saat ini bahwa cara berinteraksi sosial di dunia nyata seringkali tergantikan cukup melalui dunia maya, misalnya dalam mengucapkan selamat, mengontrol kegiatan anak oleh orang tua, belajar seorang siswa dari guru, sekedar ngobrol dengan teman lama, dan lain-lain. Perlu disadari bahwa media sosial daring hanya bisa menciptakan koneksi, bukan relasi. Oleh karena itu ruang publik maya tak bisa menggantikan ruang publik nyata.

Hubungan yang merepresentasikan pertemuan dan kerjasama riil dibutuhkan, sebagai ruang antara arena membuktikan dan memecahkan permasalahan yang tidak bisa terwadahi dalam ruang publik maya. Beberapa fenomena di media sosial saat ini menggambarkan tentang ketidaksepakatan masyarakat berkaitan dengan postingan, maka biasanya langsung klik *unfriend*. *Unfriend* identik dengan memusuhi dan di media sosial tidak ada wadah untuk konfirmasi. Di dunia nyata itulah mesti melakukannya. Di dunia maya hanya ada dua pilihan secara kaku yang berbeda dengan di dunia nyata dan pada saat tertentu, ketika sepakat dapat berteman baik tetapi kadang- pada suasana lain ketika tidak sepakat, bisa tidak berteman sekaligus. Apalagi berkaitan dengan permasalahan pembelajaran agama, tanpa ada pertemuan tatap muka secara langsung

maka seringkali persoalan tersebut tak terpecahkan, bahkan bisa memunculkan pemahaman yang sebaliknya.

Kedua, mengajak publik untuk melihat informasi berdasarkan logika, etika, dan guna. *Hoax* menyulut kebencian dan konflik, oleh karena itu diperlukan sikap publik yang berhati-hati dan selektif menghadapi beragam pemberitaan dan informasi yang dibagikan di dunia maya. Nyai Badriyah Fayumi (2016) menawarkan perangkat tritunggal upaya seleksi dan kendali agar tidak menjadi korban *hoax*, yaitu: benar, baik, dan bermanfaat. Dinilai benar jika sesuai fakta dan tidak bertentangan dengan logika; dianggap baik jika mendahulukan sikap kesantunan; dan disebut berguna jika informasi itu bermanfaat bagi kemanusiaan universal. Jika ketiga hal itu terpenuhi, maka sebuah informasi bisa diterima dan dijadikan rujukan, disebarluaskan, dan dijadikan dasar bertindak. Dalam hal kebenaran informasi, QS. al-Hujurat: 6 mewanti-wanti orang-orang beriman agar melakukan *tabayun* atau *check dan recheck* saat menerima berita, dikhawatirkan penerimanya mengambil tindakan yang salah terhadap orang lain, sehingga menyebabkan penyesalan dikemudian hari.

Ketiga, mengembangkan sikap kritis. Sebagaimana telah dijelaskan bahwa era *post-truth* dan era digital mengondisikan publik dalam iklim yang serba instan, ingin serba cepat, dan serba mudah, sehingga secara otomatis meminggirkan cara pikir yang mendalam dan kritis. Akibatnya publik mudah termakan *hoax*. Dalam rangka membentengi diri dari *hoax*, Haryatmoko (Haryatmoko, 2018), menilai penting untuk mengembangkan sikap kritis. Kritis tidak hanya mempertanyakan benar atau salahnya sebuah pernyataan, tetapi juga siapa yang mengatakan, untuk kepentingan apa seseorang menyampaikan pernyataan tersebut, siapa dirugikan dengan pernyataan tersebut, untuk apa seseorang tersebut berupaya merugikan melalui pernyataan itu, siapa diuntungkan dengan pernyataan itu, ada ketidakberesan apa di balik pernyataan itu (diskriminasi, mencari kambing hitam, menyalahkan kelompok-kelompok tertentu) (Haryatmoko, 2018).

Pendidikan, termasuk agama, wajib menguatkan kemampuan berpikir logis dan kritis. Pendidikan berpikir logis dan kritis agar generasi muda mampu membedakan informasi yang benar atau sampah, menghindari pelbagai sesat pikir ataupun bias, serta

mampu mengambil kesimpulan secara benar. Akibatnya mereka tidak mudah tertular virus radikalisme, terpancing oleh *hoax* ataupun *hate speech*. Internalisasi nilai-nilai Pendidikan Islam juga perlu dilakukan dalam rangka melawan berita bohong (Khoeroni, 2017).

Keempat, membiasakan bersikap terbuka. Berkembangnya teknologi komunikasi memang telah membuka kesempatan seluas-luasnya bagi publik untuk berhubungan dengan siapa saja, di mana saja, tanpa dibatasi oleh suku, bahasa, bangsa, ras, dan agama. Semestinya pengalaman ini digunakan untuk mengenal keniscayaan adanya keragaman dan memahami perbedaan, namun kenyataannya sebaliknya. Nalar publik justru lebih banyak dikonstruksi oleh pola pikir kerja media sosial yang biner: *friend-unfriend*, *like-dislike*, *leave-join*, *on-off*, *follow-unfollow*, padahal di dunia ini banyak pilihan sikap yang bisa diungkapkan. Cara berpikir biner ini akan membuat publik terpecah belah karena hanya melihat seseorang sebagai lawan atau kawan sehingga ujungnya adalah konflik. Selain mendidik sikap logis dan kritis, pendidikan agama di Indonesia seharusnya juga mengajarkan dan membiasakan sikap terbuka, menerima berbagai keragaman, siap untuk berkoeksistensi dengan pihak lain yang berbeda.

Judhita (2018) dan Rakpahan (2017) dalam artikelnya mengungkapkan tiga pendekatan penting yang diperlukan untuk mengantisipasi penyebaran berita *hoax* di masyarakat yaitu pendekatan kelembagaan, teknologi dan literasi. Pendekatan kelembagaan yaitu dengan cara terus menerus menggalakkan komunitas anti *hoax*. Sisi teknologi yaitu dengan cara memanfaatkan aplikasi *hoax checker* yang bisa digunakan oleh masyarakat untuk mengecek kebenaran berita yang terindikasi berita bohong. Pendekatan literasi, dengan cara menginisiasi gerakan anti berita *hoax* maupun melakukan sosialisasi kepada masyarakat mulai dari sekolah hingga masyarakat umum. Gerakan anti *hoax* tersebut tidak hanya dilakukan oleh pemerintah saja melainkan seluruh lapisan masyarakat termasuk institusi-institusi non pemerintahan.

Simpulan

Keseluruhan pembahasan dapat dicatat beberapa hal penting bahwa era *post-truth* adalah sebuah era politik yang mengabaikan obyektifitas dan rasionalitas, namun lebih memercayakannya pada sikap sensasional dan emosional. *Hoax* atau informasi palsu yang ditebarkan melalu media sosial daring adalah anak kandungnya, karena *hoax* adalah sarana yang digunakan publik bernalar *post-truth* untuk menebar ketidakbenaran. Praktik beragama, ingin menjadi lebih agamis, belajar agama melulu melalui media sosial daring dalam iklim dunia yang semarak *hoax* di era *post-truth* sekarang ini menyisakan persoalan. Satu sisi di media sosial, siapapun bisa menjadi narasumber persoalan keagamaan tanpa mengenal seleksi kompetensi, publik sebagai penerima informasi keagamaan pun tidak pernah melakukan *fact checking* untuk menyaring mana pemberitaan dan informasi keagamaan yang berbasis *hoax* dan bukan. Akhirnya *hoax* akan mempengaruhi dan mengonstruksi cara beragama. Beragama berbasis *hoax* sangat membahayakan karena tujuan *hoax* menebar ketidakbenaran adalah untuk mengkotak-kotak publik, mengintensifkan ketegangan, membuahakan perilaku kekerasan. Untuk meminimalisasi bahaya tersebut, diperlukan upaya-upaya menumbuhkembangkan budaya konfirmasi di ruang publik nyata; *fact checking* dengan melihat informasi berdasarkan logika, etika, dan guna; membudayakan pola pikir kritis, dan bersikap terbuka.

Referensi

- Abuddin, N. (1998). *Metodologi Studi Islam*. Jakarta: Rajawali Press.
- Adi, A. (2017). Hampir 100 persen Penduduk Pindah Agama Islam Menjadi Kristen. www.nahimunkar.org.
- Adlina, A. U. (2018). Agama dalam Dimensi Politik dan Spiritualitas (Analisis terhadap Akun @persatuan_pribumi). *Jurnal Smart: Studi Masyarakat, Religi dan Tradisi*, 4(1), 93–110.
- Astuti, Y. D. (2009). Hubungan Antara Religiusitas dengan Gaya Penjelasan pada Mahasiswa Muslim. *Psikologika*.
- Aviyah, E. & M. F. (2014). Religiusitas, Kontrol Diri dan Kenakalan Remaja. *Jurnal Psikologi Indonesia*, 3(2).
- Badara, A. (2012). *Wacana, Teori, Metode dan Penerapannya pada Wacana Media*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Deal, W., & Beal, T. K. (2004). *Theory for Religion Studies*. New York: Routledge.
- Fauzi, A., & Syaitullah, A. (2017). Fenomena Post-Truth di Era Keterbukaan Informasi. www.indonesiabaik.id.
- Fayumi, B. (2016). Selektif itu Mesti. <http://www.noor-magazine.com/2016/02/selektif-itu-mesti/>.
- Haryatmoko. (2018). Era Post-Truth: Hoaks, Emosi Sosial dan Populisme. www.youtube.com.
- Hidayah, N. (2018). Siskamling Digital: Melawan Intoleransi Melalui Gerakan Anti Hoaks. *Ar-Risalah*, 16(2).
- Istriyani, R., & Widiani, N. H. (2016). Etika Komunikasi Islam dalam Membendung Informasi Hoax di Ranah Publik Maya. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 36(2), 288–315.
- Juditha, C. (2018). Interaksi Komunikasi Hoax di Media Sosial serta Antisipasinya Hoax Communication Interactivity in Social Media and Anticipation, 3(1), 31–44.
- Khoeroni, F. (2017). Mengcounter Hoax Melalui Internalisasi Nilai-nilai Pendidikan Islam. *Quality*, 5(2), 386–402.
- Kholiludin, T. (2018). Politik di Era Post-Truth. <http://elsaonline.com/politik-di-era-post-truth>.
- Kuntoro. (2008). Analisis Wacana Krtisi, Teori Van Dijk dalam Kajian Teks Media Massa. *Leksika*, 2(2).

- Lewandowsky, S. (2017). Beyond Misinformation: Understanding and Coping The Post-Truth Era. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 6(6).
- Manser, M. H. (1996). *Oxford Learner's Pocket Dictionary*. Oxford: Oxford uiversity Press.
- Masyarakat Telematika Indonesia. (2017). *Hasil Survey Mastel Tentang Wabah Hoax Nasional*.
- Maulana, L. (2017). Kitab Suci dan Hoax: Pandangan Alquran dalam Menyikapi Berita Bohong. *Wawasan: Jurnal Ilmiah Agama dan Sosial Budaya*, 2(2), 209. <http://doi.org/10.15575/jw.v2i2.1678>
- Mayasari, R. (2014). Religiusitas Islam dan Kebahagiaan (Sebuah Telaah dengan Perspektif Psikologi). *Al-Munzir*, 7(2).
- Menoh, G. A. B. (2014). Religiusitas Bangsa Sebagai Hasil Penalaran Publik Agama-agama di Indonesia (diteropong dari perspektif Filsafat Politik Jurgen Habermas). *Waskita: Jurnal Studi Agama dan Masyarakat*, 2(1).
- Naim, M. A. (2017). Hoaks Sebagai Konstruksi Sosial Untuk KEpentingan Politik Praktis dalam Pilgub DKI Jakarta. *Jurnal Darussalam*, 8(2).
- Pakpahan, R. (2017). Analisis Fenomena Hoax diberbagai Media Sosial dan Cara Menanggulangi Hoax. *Jurnal Ilmu Sosial dan Teknologi*, 479–484.
- Pamungkas, I. (2014). Pengaruh Religiusitas dan Rasionalitas dalam MENCEGAH dan Mendeteksi Kecenderungan Kecurangan Akuntansi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis FE Universitas Pekalongan*, 15(2).
- Rahadi, D. R. (2012). Perilaku Pengguna dan Informasi Hoax di Media Sosial. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, 5(1), 58–70.
- Silalahi. (2018). Karakteristik Strategi Crowdsourcing untuk Membatasi Penyebaran Hoaks di Indonesia. *Metacommunication: Journal of Communication Studies*, 2(2).
- Sismundo, S. (2017). Pos-Truth. *Journal of Social Studies of Science*, 47(1).
- Soroush, A. K. (2001). Jenis-jenis Religiusitas. *al-Huda*, 2(4).
- Sugiharto, I. B. (2002). Foucault dan Postmodernisme. *Basis*, 51(1).
- Tibi, B. (1991). *Islam Kebudayaan dan Perubahan Sosial*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Wach, J. (1952). *The Comparative Study of Religions*. Chicago: University of Chicago Press.

- Wahyudin, Pradisti, L., Sumarsono, & Zulaikha, S. (2013). Dimensi Religiusitas dan Pengaruhnya Terhadap Organizational Citizenship Behaviour (Studi Pada Universitas Jenderal Soedirman Purwokerto). *Jurnal Ekonomi*, 1–13.
- Warsiyah. (2018). Pembentuk Religiusitas Remaja Muslim (Tinjauan Deskriptif Analitis). *Cendekia*, 16(1).
- Witjaksono, A. (2018). PK dan Masa Depan Politik Ahok. *nasional.kompas.com/read*.