

Etika Komunikasi Islam Dalam Mensikapi Berita Hoax di Media Sosial

(Studi kasus tentang Persepsi dan Sikap Jamaah masjid Al Ukhuwwah

Perum Permata Sukodono Raya terhadap berita Hoax)

¹Ahmad Habibul Muiz, ²Suprianto

¹ Program Studi Manajemen Dakwah STIDKI Ar Rahmah,

² Program Studi Informatika Umsida

¹ email: habib69ahm@gmail.com, ² email: suprianto@umsida.ac.id

Abstrak

Studi kasus tentang persepsi dan sikap jamaah masjid al-ukhuwwah perum permata sukodono Raya terhadap berita hoax. Berita hoax ini merupakan berita yang meresahkan umat maka peneliti meneliti apakah pengaruh berita hoax ini bisa mempengaruhi sikap para jamaah terhadap dakwah yang disampaikan. Peneliti menggunakan metode deskriptif kuantitatif yaitu penelitian yang bertujuan menjelaskan fenomena yang ada dengan menggunakan angka-angka untuk mendeskripsikan karakteristik individu atau kelompok. Hasil penelitian ini menunjukkan tingkat kedewasaan persepsi jamaah masjid Al Ukhuwwah yang lebih mengedepankan sikap kehati-hatian untuk mau mencegah diri tidak melakukan sesuatu yang membahayakan buat dirinya maupun orang lain. Dan ini sejalan dengan prinsip-prinsip yang diajarkan dalam Islam dan telah di fatwakan oleh MUI yaitu Fatwa No 24 Th 2017 tentang Hukum dan Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial.

Kata kunci: etika komunikasi islam

Pendahuluan

Media massa dan ruang publik pada hekekatnya adalah dua sisi mata uang yang tidak bisa dipisahkan keduanya saling berinteraksi dan melengkapi. Media massa termasuk media sosial membutuhkan ruang publik untuk berbagai informasi dan menggambarkan suatu peristiwa kepada publik, sementara ruang publik akan hampa jika tidak dipenuhi oleh dinamika informasi dan berita yang terus berkembang dengan beragam persoalan yang melingkupi problematika kehidupan.

Di era digital saat ini masyarakat menjadi objek revolusi informasi. Masyarakat dihadapkan pada pilhan sumber berita yang tidak tunggal, lebih variatif dibandingkan dengan media konvensional sebelumnya. Masyarakat menjadi sangat “bergantung” kepada pilihan informasi media yang menjadi referensinya. Informasi media disadari ataupun tidak telah memberikan warna dan corak pada konsumen dan pengguna media. Tidak jarang informasi yang didapat dari beragam sumber media dijadikan sebagai pertimbangan penting dalam melihat suatu persoalan, menentukan sebuah sikap serta menentukan alternatif pilihan. Di sinilah signifikansinya sebuah informasi media terhadap perilaku sosial dan dampak yang muncul akibat suatu informasi yang telah tersebar ke ranah publik. Jika informasi yang tersebar memiliki tingkat validitas dan objektivitas kebenaran yang tinggi maka informasi itu akan sangat bermanfaat dan memberi maslahat, sebaliknya jika informasi tersebut tidak bisa dipertanggungjawabkan, jauh dari objektivitas kebenaran serta penuh rekayasa dan manipulasi informasi alias hoax maka bisa dipastikan akibat dan eksese negatvnya akan dirasakan oleh siapa saja, individu pengguna informasi maupun masyarakat luas yang terlanjur percaya dengan informasi tersebut.

Perkembangan teknologi informasi terbaru makin hari makin canggih, membuka peluang dan memudahkan interaksi antar personal maupun kelompok tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu untuk saling berbagi dan mempengaruhi. Pengaruh yang dimaksud bisa saja baik dan bisa pula buruk bergantung motif dan bagaimana kontens informasi disebarkan serta cara komunikasi mempersepsi dan menerima informasi tersebut. Disinilah letak pentingnya literasi media serta adanya panduan-panduan nilai agama, kultur budaya serta naungan hukum positif yang melindungi hak menyampaikan pendapat sekaligus hak untuk mendapatkan informasi. Nilai dan aturan-aturan itu diharapkan mampu membingkai pola komunikasi substantif yang informatif, inovatif serta edukatif, meskipun faktanya masih jauh panggang dari api.

Kesadaran dan kedewasaan semua pihak sangat diharapkan agar arus informasi yang tersebar dalam ruang publik memiliki kualitas dan kuantitas yang diharapkan dan ancaman buruk dari informasi dan berita hoax bisa diminimalisir. Kematangan literasi media akan menjadi kacamata publik dalam membaca, menganalisa dan merespon pemberitaan dan issue yang dilempar oleh beragam media, sehingga respon publik menjadi lebih terkontrol dan tidak mudah terpancing berita-berita hoax yang mengancam dan membahayakan sendi-sendi kehidupan sosial masyarakat.

Berita *hoax* banyak beredar terutama di media sosial. Co-Founder Provetic, Shafiq Pontoh mengatakan jenis *hoax* yang paling sering diterima adalah masalah sosial politik, yaitu sekitar 91,8 persen, masalah SARA sebanyak 88,6

persen, kesehatan 41,2 persen, makanan dan minuman 32,6 persen, penipuan keuangan 24,5 persen, iptek 23,7 persen, berita duka 18,8 persen, candaan 17,6 persen, bencana alam 10,3 persen dan lalu lintas 4 persen.¹ Hal ini dinilai sangat meresahkan masyarakat karena informasi hoax yang tidak dapat dipastikan kebenarannya. Perkembangan teknologi informasi turut serta mendorong penyebaran berita atau informasi hoax. Di Indonesia sendiri Teknologi Informasi ikut berkembang pesat dimana pengguna internet di Indonesia saat ini berjumlah 132,7 juta atau 52% dari jumlah penduduk Indonesia. Dari jumlah pengguna internet di atas, 129,2 juta memiliki akun media sosial yang aktif dan pengguna internet rata-rata menghabiskan waktu sekitar 3 jam per hari untuk konsumsi internet melalui telepon selular. Hal tersebut disampaikan Presiden Jokowi saat memberikan pengantar dalam Rapat Terbatas di Kantor Presiden pada tanggal 29 Des 2016 yang membahas tentang perkembangan media sosial²

Mencermati perkembangan hoax yang makin tidak terkendali, pemerintah secara tegas menyatakan perang terhadap penyebaran berita palsu. Begitu besarnya dampak yang ditimbulkan penyebaran berita palsu ini sehingga banyak pengamat menyebutnya sebagai “penyakit kanker yang menggerogoti demokrasi”. Sebagai bentuk ketegasan pemerintah dalam memerangi penyebaran berita palsu ini, Kepolisian Republik Indonesia telah mengeluarkan ancaman untuk memproses hukum pihak-pihak yang menyebarkan berita palsu (“*Unreliable online news*”, 2017). Namun demikian kebijakan ini dikritik sebagai ancaman terhadap kebebasan berpendapat (*freedom of speech*). Dalam salah satu pernyataannya di media massa, Menteri Komunikasi dan Informasi Rudiantara mengatakan bahwa berita palsu yang beredar di media sosial sepanjang hari membawa dampak yang sangat besar. Oleh karena itu, semakin cepat masalah itu bisa diatasi akan semakin baik. Salah satu upaya yang dilakukan pemerintah untuk mengurangi penyebaran berita palsu (hoax) adalah dengan memblokir situs internet (website) yang dinilai sebagai sumber informasi palsu. Terkait kebijakan pemblokiran situs tersebut, pemerintah telah menegaskan bahwa dalam mengambil keputusan untuk memblokir situs tertentu pertimbangan utamanya adalah isi (content) dari situs bersangkutan bukan afiliasi politik pengelola situs tersebut. “Sepanjang situs tersebut menyebarkan isi yang melanggar peraturan, pemerintah akan mengambil tindakan tegas,” kata Menteri Rudiantara seperti dikutip surat kabar The Jakarta Post (“*Govt to continue*”, 2017). Sampai dengan bulan Desember 2016, pemerintah telah memblokir 800.000 situs internet, sebagian besar berisi pornografi dan perjudian. Sekitar 85 situs diantaranya adalah

¹ <http://trendtek.republika.co.id/berita/trendtek/internet/17/04/11/oo7uxj359-begini-dampak-berita-hoax>

² Dikutip dari Setkab.go.id

situs terkait ajaran radikalisme. Peneliti yakin bahwa upaya memerangi penyebaran berita palsu di internet tidak cukup hanya dengan melakukan pemblokiran situs. Dengan kemajuan teknologi dan kemudahan dalam membuat website, pemblokiran situs menjadi tidak efektif dalam menangkal penyebaran berita palsu. Pemerintah bisa memblokir ribuan situs, namun dalam waktu yang tidak lama akan muncul situs-situs baru yang semacamnya.

Kajian Pustaka

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia Hoax diartikan sebagai (1) kata yang berarti ketidakbenaran suatu informasi (2) berita bohong (3) berita bohong, tidak bersumber³ Konten hoax biasanya berisi hal negative, bersifat hasutan dan fitnah, menyasar emosi masyarakat, menimbulkan opini negative serta memancing respon balik yang negative pula. Hoax juga memberikan provokasi dan agitasi negative, yaitu menyulut kebencian, kemarahan, hasutan kepada khalayak. Pelaku Hoax bisa siapa saja individu maupun kelompok bahkan suatu institusi pun bisa berperilaku hoax baik di sengaja maupun tidak disengaja. Hoax juga merupakan propaganda negative, dimana sebuah upaya yang disengaja dan sistematis untuk membentuk persepsi, memanipulasi alam pikiran atau kognisi, dan mempengaruhi langsung perilaku agar memberikan respon sesuai yang dikehendaki oleh pelaku propaganda.

Dalam kajian etika Islam, berkomunikasi di dunia nyata dan dunia maya sebenarnya tidak ada perbedaan. Artinya keduanya dengan berbagai karakteristiknya memiliki porsi yang sama untuk mendapatkan hasil komunikasi yang berkualitas tanpa harus merugikan orang lain. Yang dimaksud dengan komunikasi Islam adalah komunikasi yang dibangun diatas prinsip-prinsip Islam yang memiliki roh kedamaian, keramahan dan keselamatan. Komunikasi Islam tunduk dengan sumber utama ajaran Islam, yaitu Al-Qur'an dan As-Sunnah. Dari dua sumber inilah prinsip-prinsip dasar ilmu komunikasi Islam diambil. Prinsip-prinsip ini berlaku untuk segala bentuk komunikasi dengan sesama manusia tak terkecuali komunikasi di ruang publik maya.

Agar terhindar dari komunikasi yang berbasis *hoax* maka prinsip-prinsip komunikasi Islam mengatur diantaranya:

1. Prinsip Ikhlas

Prinsip ikhlas merupakan prinsip paling mendasar dalam komunikasi Islam. Suatu pesan tidak akan berdampak positif kepada komunikan jika diterima dengan hati yang tidak ikhlas. Ikhlas adalah kerja hati. Tidak ikhlas menyampaikan atau menerima pesan artinya tidak sucinya menerima atau

³ <http://www.kbbionline.com/arti/gaul/hoax>

menyampaikan suatu pesan. Dalam Islam telah ditetapkan bahwa segala perbuatan harus diniatkan untuk *lillahi ta'ala*. Orientasi hidup seperti ini tertuang dalam firman Allah dalam Surat al- An'am (6):162-163.³⁴ Prinsip ikhlas merupakan prinsip paling mendasar karena jika kehilangan prinsip ini dari komunikator maupun komunikan akan membuat tujuan utama komunikasi yaitu ibadah menjadi hilang dan kekuatan pesan yang disampaikan menjadi memudar. Kehilangan prinsip ini dari salah satu pihak akan membuat proses komunikasi akan terhambat. Hal ini dapat kita simak melalui kisah-kisah para Nabi seperti Nabi Saleh yang ikhlas menyampaikan pesan dari Allah kepada umatnya namun tidak membawa dampak positif karena umatnya tidak suka mendengarkan nasihat Allah, (QS. Al- A'raf (7): 79).⁴

2. Prinsip Pahala dan Dosa

Prinsip ini menjelaskan bahwa setiap pesan yang disampaikan mengandung konsekuensi pahala dan dosa. Lisan atau komunikasi lewat tulisan memiliki peran kunci dalam berkomunikasi, akan membawa pada kesuksesan atau kehancuran. Agar lisan tidak menjadi alat pengumpul dosa tetapi selalu memproduksi pahala, maka Islam membimbing manusia terutama umatnya sebagai berikut:

- a) Islam melarang berkata kotor dan kasar.
- b) Memberikan motivasi agar selalu berkata yang baik. Rasulullah memberikan motivasi kepada orang yang berkata baik dengan berbagai cara, yaitu:
 - a. Menyampaikan kabar gembira kepada orang yang selalu berkata baik dan berpesan jangan sembarangan mengeluarkan pernyataan.
 - b. Berkata baik menyebabkan masuk surga dan mendapatkan tempat yang baik di sana.
 - c. Berkata baik dikategorikan memberi sedekah.
 - d. Islam identik dengan ucapan yang baik.

3. Prinsip Kejujuran

Lisan dapat membunuh karakter seseorang, bahkan dapat merusak hubungan suami istri, kerabat, kaum bahkan dapat menumpahkan darah. Gara-gara lisan suatu kaum bisa hancur berantakan⁵. Karena itu kejujuran dalam menyampaikan pesan adalah prinsip mendasar dalam komunikasi Islam. Diantara

نَدَّيْكَ رَافِعُ يَاسَ بْنَ مَرْثَدَةَ مَا لَكَ بِمَنْزِلِ رَسُولِ اللَّهِ مِنْ شَيْءٍ
أَنْ تَكُونَ مِنْ أَهْلِ الْبَيْتِ أَوْ مِنْ أَهْلِ الْوَحْيِ أَوْ مِنْ أَهْلِ الْإِيمَانِ
أَوْ مِنْ أَهْلِ الْوَحْيِ أَوْ مِنْ أَهْلِ الْإِيمَانِ أَوْ مِنْ أَهْلِ الْوَحْيِ أَوْ مِنْ أَهْلِ الْإِيمَانِ

Maka Shaleh meninggalkan mereka seraya berkata: "Hai kaumku sesungguhnya aku telah menyampaikan kepadamu amanat Rabbku, dan aku telah memberi nasehat kepadamu, tetapi kamu tidak menyukai orang-orang yang memberi nasehat".(QS.7:79)

⁵ Hadits berikut menunjukkan hal tersebut: "Dari Abdullah bin 'Amr berkata, Rasulullah SAW bersabda akan terjadi fitnah yang membuat Arab mati bergelimpangan. Lisan pada saat itu jauh lebih tajam dari

pada pedang". Al-Tirmidzi, juz 4, hlm. 43 hadits no 2178.

bentuk kejujuran dalam berkomunikasi adalah: 1) Tidak memutar balikkan fakta.
2) Tidak berdusta.

4. Prinsip Kebersihan

Islam menekankan prinsip kebersihan dalam segala hal, termasuk dalam menyampaikan pesan. Pesan yang baik akan mendatangkan kenyamanan psikologis bagi yang menerimanya. Sedangkan pesan-pesan yang sarkatis, jorok, adu domba, umpatan dan sebagainya akan berdampak pada keruhnya hati.

5. Prinsip Berkata Positif

Pesan positif akan berpengaruh bagi kebahagiaan seseorang dalam kondisi apapun. Seorang komunikator yang sering mengirim pesan positif kepada komunikan akan menyimpan modal yang banyak untuk berbuat yang positif.

6. Prinsip Integrasi (hati, lisan, dan perbuatan)

Manusia adalah makhluk yang diciptakan dalam bentuk satu paket lengkap yaitu terdiri dari unsur jiwa dan unsur raga. Gerak raga dalam Islam dipengaruhi oleh hati atau jiwa. Artinya lisan akan berbicara yang baik jika hatinya baik, dan lisan tidak akan mampu berbicara dengan baik tanpa kendali dari jiwanya.⁶ konsistensi antara hati, kata dan perbuatan merupakan ciri dari manusia sukses. Allah tidak menyukai inkonsistensi. Bukan hanya Allah saja, manusia juga memandang inkonsistensi adalah bentuk dari kecacatan atau kemunafikan yang dimiliki seseorang. Cacatan ini akan menjatuhkan nilai seseorang menjadi berkurang.

7. Prinsip Dua Telinga dan Satu Mulut

Prinsip berhati-hati dalam berbicara dan banyak mendengar adalah manifestasi dari struktur fisik manusia yang diciptakan Allah dengan dua telinga dan satu mulut. Semua informasi yang ditangkap dengan dua telinga kemudian difilter oleh akal sebelum dikeluarkan oleh lisan. Orang-orang yang cerdas adalah orang-orang yang mampu memilah dan memilih informasi dan hanya mengambilnya yang terbaik dari informasi yang diterima.

8. Prinsip Pengawasan

Prinsip pengawasan muncul dari kepercayaan mukmin terhadap Allah Maha Mendengar, Melihat, Mengetahui. Selain itu apapun yang diucapkan dan diperbuat manusia akan dicatat oleh malaikat. Sehingga manusia prinsip ini akan mendorong manusia memiliki keyakinan bahwa setiap mukmin akan selalu dipantau. Orang yang merasa dipantau akan berhati-hati dalam mengeluarkan statemen.

9. Prinsip Selektifitas dan Validitas

⁶ Rasulullah SAW bersabda; " ...ketahuilah bahwa ditubuh itu ada satu gumpalan daging, apabila ia baik maka baiklah seluruh jasad dan apabila ia rusak maka rusaklah seluruh jasad, ketahuilah, itu adalah hati".

Berbicara dengan data dan informasi akurat merupakan cirri dari pribadi yang berkualitas. Selain menambah kredibilitas, informasi yang akurat menghindarkan kita jatuh kepada kesalahan yang berujung pada penyesalan.

10. Prinsip Saling Memengaruhi

Sebagaimana kita ketahui tujuan dari komunikasi adalah saling mempengaruhi, maka membangun komunikasi yang sehat adalah bagian yang tidak terpisahkan dari Islam. Pengaruh pesan tersebut bukan hanya sesaat tetapi terkadang kekal sepanjang hidup komunikasi.

11. Prinsip Keseimbangan Berita

Informasi yang seimbang akan membuat keputusan menjadi akurat. Prinsip perimbangan dalam menyerap Informasi sebelum memberikan sikap adalah keharusan. Dengan prinsip ini, berbagai informasi yang diterima akan lebih akurat. Dalam menulis berita dikenal suatu istilah *cover both side* yaitu perlakuan adil pada semua pihak yang menjadi objek berita atau disebut pemberitaan berimbang.

12. Prinsip Privacy

Prinsip ini menitik beratkan pada setiap manusia memiliki hak atas ruang privasi yang tidak boleh diungkap di ruang publik. Allah melarang orang beriman untuk mencari-cari informasi tentang masalah-masalah yang masuk pada ruang privasi. Istilah yang dipakai al-Qur'an adalah kata "tajassus" sebagaimana dalam (QS. al-Hujurat (49): 12). Eksistensi dari prinsip-prinsip berkomunikasi dalam perspektif Islam inilah yang harus *dibumikan* sebagai bagian dari akhlak yang harus dimiliki setiap muslim. Keluarga dapat mengambil peran untuk penanaman akhlak tersebut sebagai bentuk tanggung jawab dalam membimbing diri dan keluarga dari segala bentuk kemunkaran. Sehingga ketika menerima atau memberikan informasi di dunia maya, bukan berlandaskan pada kebohongan, namun seorang muslim tetap mengedepankan kebenaran, kedamaian dan keselamatan untuk memperoleh komunikasi yang lebih berkualitas.⁷

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif yaitu penelitian yang bertujuan menjelaskan fenomena yang ada dengan menggunakan angka-angka untuk mendeskripsikan karakteristik individu atau kelompok (Syamsudin & Damiyanti: 2011). Penelitian ini menilai sifat dari kondisi-kondisi yang tampak. Tujuan dalam penelitian ini dibatasi untuk

⁷ <http://journal.walisongo.ac.id/index.php/dakwah/article/view/1774>

menggambarkan tentang persepsi dan respon khalayak terhadap fenomena hoax yang sedang marak terjadi.

a) Obyek Penelitian

Peneliti membatasi objek penelitian pada jamaah masjid Al Ukhuwwah Perum Permata Sukodono Raya Sukodono Sidoarjo dengan cara menyebarkan kuisioner untuk survey serta melakukan observasi dan wawancara terbatas terhadap beberapa jamaah pengguna media sosial, serta mengamati berita yang menginformasikan serta memuat tentang hoax dan bagaimana sikap mereka terhadap berita hoax tersebut.

b) Teknik Sampling

Untuk menentukan sampel yang diteliti, maka peneliti harus dilakukan terlebih dahulu teknik sampling. Dalam hal ini, peneliti tidak membedakan atau mempermasalahakan profesi mereka untuk dijadikan sampel, beragam macam profesi bisa menjadi objek sampling antara lain sebagai, pedagang, guru, karyawan, ibu rumah tangga dan lain lain. Maka dari itu peneliti menggunakan teknik random sampling, yaitu pengambilan sampling secara random atau acak. Dalam konteks penelitian ini peneliti menentukan objek dan lokasi secara terbatas.

c) Variabel dan Indikator penelitian

1. Variabel penelitian

Variable penelitian dapat diartikan sebagai gejala yang bervariasi yang menjadi obyek penelitian. Variable juga berarti konstruk yang sifat-sifatnya sudah diberi nilai dalam bentuk bilangan bilangan. Dalam penelitian ini ada dua obyek variabel penelitian yaitu:

- a. Variable bebas (Independent Variable) yaitu variable yang mempengaruhi dalam hal ini adalah keberadaan berita maupun informasi hoax melalui beragam media teknologi
- b. Variable terikat (Dependen Variable) yaitu variable yang dipengaruhi, dalam hal ini bagaimana persepsi dan sikap mereka terhadap berita maupun informasi hoax

2. Tahap-tahap Penelitian

Dalam penelitian ini, ada 4 tahapan yang dilakukan oleh peneliti sebelum melakukan pengambilan data yaitu dengan prosedur:

- 1) **Tahap Pra Lapangan** : Pada tahap ini peneliti melakukan berbagai persiapan, baik yang berkaitan dengan konsep penelitian maupun persiapan perlengkapan yang dibutuhkan dilapangan. Pada tahap ini peneliti akan berusaha mengumpulkan data-data terkait persepsi dan sikap jamaah masjid Al Ukhuwwah Perum Permata Sukodono Raya Sukodono Sidoarjo berkaitan dengan maraknya pemberitaan dan informasi hoax, dengan menyiapkan kuisioner dan menentukan informan. Diantaranya adalah menyusun rancangan penelitian dan memilih lapangan penelitian.

Adapun langkah-langkah yang dilakukan adalah:

- a. Menyusun rancangan penelitian. Pada tahap ini peneliti membuat usulan judul penelitian sesuai tugas dan arahan dosen mata kuliah.
 - b. Memilih lapangan penelitian. Dalam hal ini peneliti mengambil judul “ Etika Komunikasi Islam Dalam Mensikapi Berita Hoax di Media Sosial (Studi kasus tentang Persepsi dan Sikap Jamaah masjid Al Ukhuwwah Permata Sukodono Raya terhadap berita Hoax) ”..
 - c. Memilih dan Memanfaatkan Informan. Informan adalah orang dalam pada latar penelitian. Informan disini adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Jadi, dia haruslah memiliki banyak pengalaman tentang latar penelitian. Dia berkewajiban secara sukarela menjadi anggota tim penelitian walaupun hanya bersifat informal
- 2) **Tahap Analisis Data** : Tahap analisis data yaitu tahap dimana peneliti mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori dan satuan uraian dasar. Pada tahap ini, peneliti mulai menelaah seluruh data yang terkumpul seperti hasil observasi, pengamatan, catatan lapangan, dokumentasi dan data lain yang kemudian di klasifikasi dan dianalisa dengan menggunakan analisa induktif.

Tahap Penulisan laporan : Tahap dimana peneliti menuangkan hasil dari penelitian ke dalam suatu laporan. Tahap ini adalah tahap akhir dari seluruh prosedur penelitian, Tentunya penulisan laporan sesuai dengan prosedur penelitian, karena penulisan yang baik akan menghasilkan kualitas yang baik pula terhadap penelitian.

Untuk mempermudah data yang emperis terhadap penelitian ini, maka peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, yaitu:

1. Angket

Kuesioner atau angket adalah teknik pengumpulan data melalui formulir-formulir yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang diajukan secara tertulis pada seseorang atau sekumpulan orang untuk mendapatkan jawaban atau tanggapan dan informasi yang diperlukan oleh peneliti.⁸ Tujuan dari angket adalah untuk mencari informasi yang lengkap tentang suatu masalah tanpa merasa khawatir bila responden memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam pengisian daftar pertanyaan sehingga jawaban dari responden merupakan jawaban bagi penelitian.

Sedangkan jenis angket yang digunakan oleh peneliti adalah angket tertutup, dimana responden sudah diberi alternatif jawaban oleh peneliti, responden tinggal memilih jawaban atau pernyataan yang menurutnya sesuai

⁸ Mardalis, *Metode penelitian suatu pendekatan proposal*, (Jakarta:Bumi Aksara,1995),h 67

dengan kenyataan yang dialaminya. Juga angket terbuka dengan menambahkan alasan-alasan yang menguatkan pilihan jawaban yang sudah mereka tentukan.

2. Wawancara atau Interview

Wawancara atau interview adalah teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti yaitu, untuk mendapatkan keterangan-keterangan lisan melalui obrolan dan berhadapan muka dengan orang yang dapat memberikan keterangan pada peneliti. Wawancara ini dapat di pakai untuk melengkapi data yang diperoleh melalui data angket.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah segala macam bentuk informasi yang berhubungan dengan dokumentasi dalam bentuk tertulis atau mencari data mengenai hal-hal yang berupa catatan, surat kabar, ataupun majalah. Teknik ini juga bertujuan untuk melengkapi data yang sudah didapatkan dari angket dan wawancara. Dalam hal ini peneliti mencari informasi melalui kantor pusat Suara Muslim Surabaya, melalui penelitian sebelumnya tentang Suara Muslim Surabaya dan informasi lain dari internet.

Hasil dan Pembahasan

Subyek Penelitian

A. Profil Masjid Al Uhuwwah

Masjid adalah tempat ibadah kaum muslimin. Masjid Al Ukhwwah berdomisili di Perum Permata Sukodono Raya Sukodono Sidoarjo. Berdiri sejak tahun 2011. Masjid ini telah memiliki struktur ketakmiran sekaligus AD ART dan program kerja yang telah disusun melalui raker pengurus masjid.

B. Profil Informan

Subyek penelitian adalah jamaah aktif masjid Al Akhuwwah Perum Permata Sukodono Raya Sukodono Sidoarjo. Mereka adalah jamaah aktif masjid AL Ukhwwah sekaligus menjadi sasaran penelitian. Dari data sampling responden yang rata-rata sholat berjamaah di masjid Al Ukhwwah, adalah mereka yang rajib ibadah sholat di masjid dan aktif pula dalam kegiatan-kegiatan yang lain. Dalam penelitian ini yang dimaksud subyek penelitian yaitu jamaah aktif masjid Al Akhuwwah Perum Permata Sukodono Raya Sukodono Sidoarjo.

Berikut ini adalah biodata informasn yang dijadikan subjek dalam penelitian ini. Nama-nama responden sebagai berikut :

Tabel 1
DATA JAMAAH MASJID AL UKHUWWAH

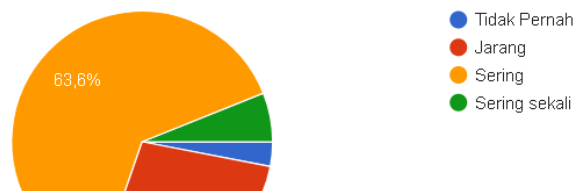
N O	NAMA	USI A	L/ P	PEKERJA AN	ALAMAT
1	Sugianto	35	L	Militer	Jamaah Masjid Al Ukhuiwwah
2	Ifan Safri	46	L	Swasta	Jamaah Masjid Al Ukhuiwwah
3	Ismadi Bachtiar	46	L	Guru	Jamaah Masjid Al Ukhuiwwah
4	Abd Rokhim	35	L	Swasta	Jamaah Masjid Al Ukhuiwwah
5	RB Yuwono	56	L	Karyawan	Jamaah Masjid Al Ukhuiwwah
6	Dian	32	P		Jamaah Masjid Al Ukhuiwwah
7	Indah Novika	37	P		Jamaah Masjid Al Ukhuiwwah
8	Ratih Kusumawati	37	P		Jamaah Masjid Al Ukhuiwwah
9	Mufarrokhah	37	P		Jamaah Masjid Al Ukhuiwwah
10	Zainab Rahman	42	P		Jamaah Masjid Al Ukhuiwwah
11	Margo H	38	L	Swasta	Jamaah Masjid Al Ukhuiwwah
12	Gunawan Wibisono	42	L	Swasta	Jamaah Masjid Al Ukhuiwwah
13	Rani	34	L		Jamaah Masjid Al Ukhuiwwah
14	Shohiful	38	L	Swasta	Jamaah Masjid Al Ukhuiwwah
15	Nurul Islamiyah	33	P		Jamaah Masjid Al Ukhuiwwah
16	Didik Sujatmiko	42	L	Swasta	Jamaah Masjid Al Ukhuiwwah
17	Anani	44	P		Jamaah Masjid Al Ukhuiwwah
18	Wahyu Winarsih	47	L		Jamaah Masjid Al Ukhuiwwah
19	Panca Yuda	35	L	Swasta	Jamaah Masjid Al Ukhuiwwah
20	Hafidza Novianita	38	P		Jamaah Masjid Al Ukhuiwwah
21	Joko Priyatmadi	50	L		Jamaah Masjid Al Ukhuiwwah
22	Khoirul Faizah	39	L		Jamaah Masjid Al Ukhuiwwah

23	Endah Wahyuningtiyas	40	P		Jamaah Masjid Al Ukhuwwah
24	Arif Rahman Hakim	24	L		Jamaah Masjid Al Ukhuwwah
25	Agus Santoso	40	L		Jamaah Masjid Al Ukhuwwah
25	Himma	34	L		Jamaah Masjid Al Ukhuwwah
26	Hari Mustajib	41	P	Swasta	Jamaah Masjid Al Ukhuwwah
27	Diaz Muhayinah	34	P		Jamaah Masjid Al Ukhuwwah
28	Titik Sulasmi	28	P		Jamaah Masjid Al Ukhuwwah
29	Suyono	45	L	Swasta	Jamaah Masjid Al Ukhuwwah
30	Rusma	28	L	Swasta	Jamaah Masjid Al Ukhuwwah

GAMBAR 2

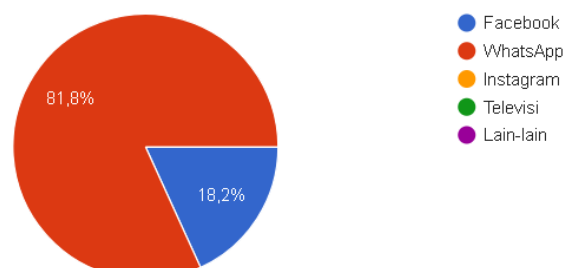
1. Apakah anda pernah mendapatkan berita / informasi hoax ?

33 tanggapan



2. Melalui media apakah berita / informasi hoax paling sering anda dapatkan ?

33 tanggapan



3. Apakah anda menyukai berita / informasi hoax

33 tanggapan



Dapat dipahami bahwasanya jamaah masjid Al Ukhuwwah 63,6 % pernah menerima berita hoax. Mereka menerima berita hoax tersebut melalui WhatsApp 81,6%. Dan 100% dari mereka mengaku tidak senang dengan berita hoax tersebut, mereka menganggap berita hoax banyak mudharatnya, tidak bermutu, merugikan dan tidak memberi manfaat apa-apa. 53% menganggap berita hoax sangat berbahaya dan bisa menyesatkan mereka.

Dan ketika ditanya apa sikapnya jika berhadapan dengan berita hoax , mereka menjawab untuk mengabaikan berita tersebut sebagai tambahan agar berita tersebut di cros chek ke media lain, mereka mengatakan tidak akan men share berita hoax tersebut sebelum mereka mendapatkan kepastian bahwa berita tersebut benar dan memiliki nilai manfaat.

Hasil penelitian ini menunjukkan tingkat kedewasaan persepsi jamaah masjid Al Ukhuwwah yang lebih mengedepankan sikap kehati-hatian untuk mau mencegah diri tidak melakukan sesuatu yang membahayakan buat dirinya maupun orang lain. Dan ini sejalan dengan prinsip-prinsip yang diajarkan dalam Islam dan telah di fatwakan oleh MUI yaitu Fatwa No 24 Th 2017 tentang Hukum dan Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial.

Kesimpulan

Bahwa kita sebagai umat Islam harus berhati-hati dalam menerima berita yang tidak jelas asal usulnya atau sumbernya karena bisa jadi berita tersebut hoax, sehingga kita akan salah menimpakan suatu kesimpulan kepada suatu kaum sehingga kita akan menyesal di kemudian hari dan ini juga bertentangan

Referensi

- Khan GF, Swar B, Lee KS. (2013). Social Media Risks and Benefits: A Public Sector Perspective. Korea TECH, Korea.
- Mardalis, *Metode penelitian suatu pendekatan proposal*, (Jakarta:Bumi Aksara,1995),h 67
- <http://nasional.kompas.com/read/2017/01/05/23013481/50.ahli.it.akan.perkuat.ba.dan.siber.nasional>
- <http://journal.untar.ac.id/index.php/jmishumsen/article/view/330>
- <http://seminar.bsi.ac.id/knist/index.php/knist/article/view/474>
- <http://journal.walisongo.ac.id/index.php/dakwah/article/view/1774>
- <http://e-jurnal.lppmunsera.org/index.php/LONTAR/article/view/360>
- <http://jurnal.fisip.unila.ac.id/index.php/sefila/article/view/404>
- <https://ppidkemmkominfo.files.wordpress.com/2017/06/fatwa-nomor-24-2017-ttg-medsos.pdf>

