

---

**STRATEGI DAKWAH LITERASI SEBAGAI PERLAWANAN VIRUS HOAX DI MEDIA  
SOSIAL**

**Ahmad Ainun Najib**

Ahmadnajib186@gmail.com

**Firyal Tahiyah**

firyaltahiyah@gmail.com

Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama

---

**Abstrak**

Dakwah menjadi media komunikasi dalam memperbaiki perilaku umat manusia untuk kembali kepada Al Quran dan Hadits. Melalui dakwah literasi yang disampaikan melalui media sosial diharapkan dapat mengkampanyekan kesadaran akan literasi dalam bermedia sosial. Semakin maraknya hoax dan informasi palsu yang beredar menandakan kesadaran akan literasi masih cukup rendah di masyarakat. Maka diperlukan konten-konten berkonsep dakwah guna dapat mengatasi masalah tersebut yang secara tidak langsung dapat menjadi ajakan kepada masyarakat untuk sadar akan pentingnya literasi

*Kata kunci: Dakwah, Media Sosial, Hoaks, Literasi.*

**Abstract**

*Da'wah is a medium of communication in improving human behavior to return to the Qur'an and Hadith. Through literacy da'wah delivered through social media, it is hoped that it can campaign for awareness of literacy in social media. The increasing prevalence of hoaxes and different false information indicates that awareness of literacy is still quite low in the community. So, it is necessary to have content with the concept of da'wah in order to overcome these problems which can indirectly be an invitation to the public to be aware of the importance of literacy.*

*Keywords: Da'wah, Social Media, Hoax, Literacy.*

**A. Pendahuluan**

Era serba media sosial semua gampang mengakses serta menyebar luaskan konten atau tulisan terkait apa yang telah di ketahui, Namun sebagian masyarakat Indonesia tidak jeli dalam menyebar luaskan berita tersebut dikarenakan sebagian masyarakat tidak melakukan filter dan tabayun terkait berita tersebut apakah benar sesuai bukti atau hanya hoax yang digunakan untuk kepentingan pribadi semata, menurut keminfo maraknya berita hoax banyak terjadi hal-hal negatif mulai dari ribut di media sosial, keributan masal di dunia nyata, pencemaran nama baik, perang saudara, hingga pembunuhan<sup>1</sup>. Setidaknya ada empat negaif yang dapat membuat kerusakan baik antar teman, suku, agama, terlebih lagi

---

<sup>1</sup> <https://aptika.kominfo.go.id/2019/03/ciri-ciri-akibat-dan-kenapa-kita-mudah-percaya-hoaks/>

bagi kaum umat islam banyaknya Da'i Bermunculan di era sistem informasi yang serba cepat dengan menggunakan sarana media sosial dalam dakwah . Dakwah sendiri penting dalam agama islam yang diman proses komunikasi untuk mentransformasikan nilai-nilai Agama Islam dalam membentuk persepsi ummat tentang berbagai nilai kehidupan, sehingga dapat menuntun atau memperbaiki prilaku manusia untuk kembali kepada Al-Quran dan Hadits<sup>2</sup>. Media dakwah menjadi salah satu tindakan persuasif terhadap masyarakat untuk memberikan nilai-nilai positif baik berhubungan dengan agama maupun nilai-nilai kehidupan sehari-hari. Penggunaan media sosial juga seringkali diunggulkan dikarenakan memberikan biaya yang relatif minim dan kapanpun diamanpun bisa dilakukan . Kesuksesan dakwah dalam memberikan pengaruh di masyarkat adalah dengan indikator tranformasi prilaku beragama dalam masyarakat tersebut<sup>3</sup>.

Dakwah yang terbentuk di masyarakat banyak ragam cara antara lain dakwah *bil qalam*, *bit tadwin*, atau dakwah melalui tulisan atau literasi<sup>4</sup>. Dakwah *bil qalam* cenderung mengarahkan penyampaian pesan-pesan kebaikan melalui karya tulis maupun media seperti majalah, koran atau buku. Berbeda dengan dakwah *bil-qalam* yang lebih memberikan penekanan dari khutbah, pidato ataupun ceramah keagamaan. Dakwah literasi menjadi sesuatu yang mulai ditinggalkan oleh beberapa dai pada zaman modern dan lebih memilih dakwah melalui ceramah maupun khutbah dikarenakan dinilai lebih efektif dan pesan yang disampaikan dapat langsung diterima oleh para audience yang mendengarkannya. Padahal. Anjuran untuk melakukan dakwah melalui literasi atau tulisan telah termaktub dan dijelaskan oleh Allah di dalam Q.S. Al-Alaq ayat 1-5 yakni terdapat kata *iqra* yang berarti membaca. Penafsiran ayat tersebut diartikan sebagai perintah untuk belajar dari sumber pengetahuan dengan cara membaca.

Salah satu media utama yang dapat dimanfaatkan dalam berdakwah literasi adalah pemanfaatan media sosial. Media Media sosial seringkali digunakan para masyarakat di era post-indutrial sebagai media penyampai pendapatnya, yang kadang tidak bisa dipertanggungjawabkan. Bagi beberapa netizen yang belum didukung pengetahuan dan

---

<sup>2</sup> Uwes Fatoni dan Enjang Redi, (2017) Dakwah :Literasi Ustadz Giovani van rega Analisis Imbauan Pesan Dakwah, Jurnal Komunikasi Islam: 7(2), hal.2.

<sup>3</sup> Kholidah L.N, (2014), Kontekstualisasi bahas Qurani dalam Komunikaasi Dakwah: Strategi Tindak Turtur Transformasi Pesan-Pesan Keagamaan, Jurnal Bahasa dan Seni: 4(2), hal. 12.

<sup>4</sup> Kusnawan, A, (2009), *Creative Writing Club*, Sistem Swa-Mandiri Pelatihan Menulis. Ilmu Dakwah, *Academic Journal for Homiletic Studies*, 4(13), hal. 598.

tingkat literasi yang memadai, mereka belum bisa memahami bagaimana seharusnya memanfaatkan media sosial itu sendiri. Hadirnya banyak informasi membuat kecemasan terhadap masyarakat, karena tidak semua informasi bermanfaat, bahkan banyak yang menyasatkan. Lahirnya *Citizen Journalism* di sisi lain memberikan alternatif informasi namun juga bisa menjerumuskan ketika informasinya tidak benar atau berita bohong yang sering kita sebut dengan *hoax*<sup>5</sup>

Edukasi diperlukan untuk mengingatkan, menjadikan literasi sebagai vaksin untuk menanggulangi hoaks. Maka untuk meningkatkan lokus diri harus selalu diingatkan melalui media dakwah untuk meningkatkan minat literasi dalam bermedia sosial. Oleh karena itu diperlukan seruan dakwah melalui nilai-nilai positif islam dengan memberikan kampanye pentingnya literasi dalam bermedia sosial.

## **B. Metode Penelitian**

Metode penelitian yang dilakukan adalah melalui kajian literatur yang berkenaan dengan pembahasan urgensi pentingnya minat literasi dalam bermedia sosial. Minat tersebut jika dapat ditingkatkan dan dikampanyekan diharapkan akan dapat mengurangi *miss information* dalam bermedia sosial. Khususnya dapat menjadi sarana penanganan virus *hoax* di media sosial. Maka untuk mengimplementasikan langkah kampanye tersebut dicanagkalah strategi dakwah dalam upaya melawan *hoax* yang beredar di media sosial

## **C. Hasil dan Pembahasan**

### **1. Urgensi Minat Literasi**

Literasi media sendiri berasal dari bahasa Inggris yaitu *Media Literacy*, *Literacy* berarti melek dan Media berarti tempat pertukaran pesan. Dalam hal ini literasi media merujuk kemampuan khalayak yang melek terhadap media dan pesan media massa dalam konteks komunikasi massa. Literasi media tidak hanya merupakan sebuah kesadaran dan pemahaman yang lebih baik, tetapi juga merupakan otonomi yang sangat penting. Dengan adanya literasi media dapat mengembangkan keterampilan berpikir kritis dan memahami bagaimana teks media dirancang untuk memengaruhi masyarakat, serta dari teks dapat dilihat bagaimana prespektif kreatornya.

---

<sup>5</sup> Daulay, H. (2016), *Jurnalistik dan Kebebasan Pers*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, hal. 125.

Pengetahuan literasi dapat dipupuk melalui beberapa strategi. Strategi yang pertama dilakukan adalah strategi personal, dimana individu meningkatkan pengetahuan literasi dengan kemampuannya sendiri, dari mulai mengkaji opini yang akan dikeluarkan dirinya sendiri, meningkatkan kesadaran terpaan media hingga pertanggungjawaban pribadi atas apa yang telah dilakukan di media sosial dan mawas diri dengan mengelola media sosial. Selain strategi individu juga dibutuhkan bantuan dari pihak lain, dengan adanya kelompok sosial yang berupaya memengaruhi kesadaran publik berkaitan dengan isi media yang bermasalah dan untuk membawa perubahan dalam industri media<sup>6</sup>.

James Potter, dalam bukunya yang berjudul "*Media Literacy*", mengatakan bahwa literasi media adalah sebuah perspekif yang digunakan secara aktif ketika individu mengakses media dengan tujuan untuk memaknai pesan yang disampaikan oleh media<sup>7</sup>. Definisi tersebut menekankan pada pengetahuan spesifik, kesadaran dan rasionalitas, yaitu proses kognitif terhadap informasi. Fokus utamanya adalah evaluasi kritis terhadap pesan. Literasi media merupakan sebuah pemahaman akan sumber-sumber dan teknologi komunikasi, kode-kode yang digunakan, pesan- pesan yang dihasilkan serta seleksi, interpretasi dan dampak dari pesan-pesan tersebut.

Informasi di media sosial mengalir bagaikan bola salju, Makin lama menggelinding semakin besar. Apakah itu informasi tentang kebenaran ataukah informasi kebohongan. Dalam situasi seperti ini ternyata banyak pengguna medsos yang tidak mampu memilah mana informasi yang benar dan mana pula yang palsu. Kemampuan menemukan informasi yang benar disaat banjir informasi saat ini memang tidak gampang. Ketika seseorang rendah dalam literasi dapat mengakibatkan mudah terpengaruh dan gampang percaya terlebih lagi ada berita yang bersifat psikis sebagaimana yang dikatakan Laras Sekarasih, PhD, dosen Psikologi Media dari Universitas Indonesia<sup>8</sup>, Menurut pandangan psikologis, ada dua faktor yang dapat menyebabkan seseorang cenderung mudah

---

<sup>6</sup> Hermawan, H. (2017). Literasi Media Kesadaran dan Analisis. Bandung: Penerbit Calpulis. Hal.125

<sup>7</sup> James Potter W., (2011), *Media Literacy*, USA, Sage Publishing. Hal. 25

<sup>8</sup><https://nasional.kompas.com/read/2017/01/23/18181951/mengapa.banyak.orang.mudah.percaya.berita.hoax>.

percaya pada hoax. Yang pertama Orang lebih cenderung percaya hoax jika informasinya sesuai dengan opini dan sikap yang dimiliki. Misal seseorang memang sudah tidak setuju terhadap kelompok tertentu, produk, atau kebijakan tertentu. Ketika ada informasi yang dapat mengafirmasi opini dan sikapnya tersebut, maka ia mudah percaya. Terlebih lagi berita informasi tersebut banyak di ulas terus-menerus yang mengakibatkan seseorang menambah rasa kepercayaan meskipun belum jelas sumber asal muasal informasi tersebut

## **2. Eksistensi Hoax di Media Sosial**

Hoax adalah informasi sesat dan berbahaya karena menyesatkan persepsi manusia dengan menyampaikan informasi palsu sebagai kebenaran. Hoax mampu mempengaruhi banyak orang dengan menodai suatu citra dan kredibilitas. Hoax juga bisa dikatakan sebagai aktivitas menipu terhadap orang lain dengan memberikan pengetahuan atau informasi yang tidak sesuai dan bertentangan dengan fakta yang ada.

Media sosial merupakan perkembangan mutakhir dari teknologi-teknologi webbaru berbasis internet, yang memudahkan semua orang untuk dapat berkomunikasi, berpartisipasi, saling berbagi dan membentuk sebuah jaringan secara online, sehingga dapat menyebarluaskan konten mereka sendiri di blog, tweet, atau video YouTube dapat direproduksi dan dapat dilihat secara langsung oleh jutaan orang secara gratis.<sup>9</sup>

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

---

Berdasarkan hasil riset yang dilakukan Mastel (Masyratakat Telematika Indonesia), hasilnya menunjukkan isu politik dan SARA merupakan hal yang paling sering diangkat menjadi materi untuk konten hoax. Isu sensitif soal sosial, politik, lalu suku, agama, ras, dan antar golongan, dimanfaatkan para penyebar

---

<sup>9</sup> Zarella, (2010):Bijak dalam menggunakan media sosial, <http://www.journal.student.uny.ac.id/ojs/index.php/fipbk/article/download/3295/2991>

hoax untuk memengaruhi opini publik, sebanyak 91,8 persen responden mengaku paling sering menerima konten hoax tentang sosial politik, seperti pemilihan kepala daerah dan pemerintahan<sup>10</sup> terlebih lagi di tahun 2024 akan ada pemilihan presiden dan wakil presiden serta legeslatif yang akan diadakan pada 14 februari, meskipun kontes pemilu masih 2 tahunan lagi banyak manufer dari pihak parpol sudah memilih kandidat dari calon presiden yang akan dicalonkan pemiihan umum 2024.

Dalam hal dakwah tidak bisa terlepas dari dakwah literasi, dengan adanya Dakwah literasi menjadikan kunci sukses strategi dakwah dikarenakan strategi dakwah literasi yang bersifat holistik dari pembicaraan sampai tulisan semua ada, budaya, pesan, semua ada. Dengan memberikan gerakan persuasif berupa gerakan menulis yang mana menjadi akhir dari sebuah proses. Artinya dengan mengkampanyekan atau menyampaikan pentingnya menulis dalam aspek kehidupan secara tidak langsung akan memberikan pengaruh terhadap masyarakat khususnya pengakses media sosial.

Upaya kesadaran warga media sosial sebenarnya telah dilaksanakan melalui kurikulum pendidikan di Indonesia. Namun faktanya pendidikan literasi media yang terdapat di Indonesia hanyalah sebatas penyuluhan yang kurang terstruktur. Gerakan pentingnya literasi media yang terdapat di sekolah hanya disampaikan secara tidak langsung melalui kompetensi dasar siswa, bukan menjadi hal pokok yang perlu disampaikan. Selain itu, dalam lingkup pendidikan non formal pendidikan atau penyuluhan literasi media hanya sebatas berupa seminar dan kampanye-kampanye yang dilaksanakan pada event tertentu saja.

---

Sehingga upaya menyadarkan warga dan masyarakat khususnya di media sosial belum dapat dirasakan oleh khalayak luas<sup>11</sup>.

Maraknya informasi yang beredar di media sosial menjadikan masyarakat perlu memiliki sikap tabayyun atau menelaah informasi tersebut. Masyarakat perlu diberikan edukasi untuk melakukan klarifikasi ihwal yang sebenarnya

---

<sup>10</sup> ANALISIS FENOMENA HOAX DIBERBAGAI MEDIA

SOSIAL DAN CARA MENANGGULANGI HOAX

Roida Pakpahan, Konferensi Nasional Ilmu Sosial & Teknologi (KNiST)

Maret 2017, pp. 479~484

<sup>11</sup> Sugeng Winarno, (2017), Urgensi Literasi Media Sosial, Koran Bhirawa.

terjadi dan fakta yang dapat dibuktikan sehingga dapat menyimak berita yang beredar di media sosial secara sehat.

Dalam mengatasi masalah tersebut maka diperlukan kampanye atau penyuluhan yang juga berkesistensu di media sosial tersebut. Kampanye melalui dakwah literasi dapat dilakukan dengan konten-konten yang bersifat dakwah namun dikemas menggunakan tulisan yang tentunya menarik warga media sosial. Dengan demikian diharapkan secara tidak langsung dapat menjadi ajakan terhadap warga media sosial untuk sadar akan pentingnya menelaah informasi yang beredar di media sosial. Sehingga warga media sosial akan lebih terhindar dan tidak terjebak informasi palsu yang menyesatkan dan bukan berdasarkan fakta yang beredar

#### **D. Kesimpulan**

Literasi media merupakan kemampuan khalayak yang membuka mata terhadap media dan pesan media massa dalam konteks komunikasi massa. Banyaknya informasi yang beredar di media sosial membuat sangat sulitnya membedakan informasi yang fakta dan yang bukan fakta. Hoax menjadi permasalahan informasi yang sesat dan berbahaya dikarenakan menyampaikan informasi yang tidak sesuai dengan kebenaran yang ada. Diperlukan adanya edukasi terhadap masyarakat khususnya warga media sosial agar dapat memilih dan melarifikasi informasi yang beredar.

Dakwah literasi merupakan strategi yang dapat direalisasikan dalam mengatasi persebaran informasi palsu dan kebohongan. Aktifitas dakwah ini secara tidak langsung dapat mengkampanyekan pentingnya literasi agar masyarakat memiliki pengetahuan dan pemahaman dalam membedakan dan menelaah informasi terlebih dahulu informasi yang diterima. Sehingga warga media sosial tidak mudah percaya terhadap informasi palsu dan tidak ikut serta menyebarkan informasi tersebut.

**Daftar Pustaka**

- Daulay, H. 2016. *Jurnalistik dan Kebebasan Perss*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Fatoni, Uwes dan Enjang Redi. 2017. *Dakwah Literasi Ustadz Giovani van rega Analisis Imbauan Pesan Dakwah*, Jurnal Komunikasi Islam: 7(2).
- Hermawan, H. 2017. *Literasi Media Kesadaran dan Analisis*. Bandung: Penerbit Calpulis
- James Potter W. 2011. *Media Literacy*. USA: Sage Publishing.
- Kholidah L.N. 2014. *Kontekstualisasi bahas Qurani dalam Komunikaasi Dakwah: Strategi Tindak Turtur Transformasi Pesan-Pesan Keagamaan*, Jurnal Bahasa dan Seni: 4(2).
- Kusnawan, A. 2009. *Creative Writing Club, Sistem Swa-Mandiri Pelatihan Menulis. Ilmu Dakwah, Academic*, Journal for Homiletic Studies: 4(13).
- Maqruf, Riza Dwi. 2020. *Bahaya Hoaks dan Urgensi Literasi Media: Studi pada Mafindo Solo Raya*, Academic Journal of Da'wa and Communication, 1(2).
- Muhammad, Firdaus. 2019. *Diseminasi Dakwah Era Disrupsin 4.0 dan Literasi Media Sosial (Prespektif Jurnalisme Profetik)*, Jurnalialia, 5(2)
- Pakpahan, Roida. 2017. *Analisis Fenomena Hoax di Berbagai Media Sosial dan Cara Menanggulangi Hoax*, Konferensi Nasional Ilmu Sosial dan Teknologi, 479-484
- Winarno, Sugeng. 2017. *Urgensi Literasi Media Sosial*. Koran Bhirawa.