

---

## AGAMA SEBAGAI KOMODITAS DALAM PERSEBARAN HOAX DI ERA POST TRUTH

Oleh  
Nuril Hidayati  
Universitas Panca Marga  
Email: [nurilhidayati@upm.ac.id](mailto:nurilhidayati@upm.ac.id)

---

**Article History:**  
Received: 12-12-2023  
Revised: 20-01-2024  
Accepted: 23-01-2024

**Keywords:**  
Agama, Hoax, Post  
Truth

**Abstract:** Hoaxes have become part of human life and accompany life to this day. Moreover, in the post-truth era, hoaxes or fake news are increasingly easily recognized, produced, discovered and considered normal, where everyone uses technology in a modern space. This research is qualitative research to find a picture of religion as a hoax commodity in the post truth era. Post truth goes beyond truth in objectivity, religion as a hoax commodity as false news that has distorted the facts of religious truth and replaced it with lies for certain interests.

---

### PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi menjadi semakin mudah dan praktis di tengah kehidupan masyarakat yang cukup kompleks. Manfaat yang banyak dirasakan memang sangat besar dengan peningkatan penggunaan teknologi itu sendiri. Di samping itu juga, di balik pengaruh kecepataannya yang memberikan kemudahan terdapat sejumlah pengaruh buruk sebagai efek negatif dari pemanfaatan inovasi tersebut. Positif dan negatif menjadi konsekuensi dari munculnya teknologi baru yang mengubah tatanan sosial dalam masyarakat yang menyentuh semua bidang kehidupan yang semakin modern.

Perkembangan dunia sekarang ini yang semakin masif di abad yang disebut abad teknologi informasi menunjukkan kepada kita bahwa dengan ditemukannya teknologi baru, perubahan realitas sosial yang membawa tatanan dunia begitu cepat berubah dengan pemaknaan yang berbeda akibat perkembangan teknologi media yang mengharuskan kita menyadari ada pengaruh positif dan negatif dari penggunaan teknologi komunikasi media yang tidak bisa dianggap remeh. Melimpahnya informasi bagaikan pisau bermata dua. Satu sisi positifnya mampu menghadirkan transparansi yang dapat mencegah seseorang atau sesuatu pihak untuk berbuat semena-mena. Informasi positif juga berguna bagi media edukasi. Namun, sisi negatifnya berpotensi menimbulkan masalah besar, yaitu hilangnya filter yang dapat memverifikasi kebenaran informasi yang dipublikasikan. Fakta dan fiksi sulit dibedakan karena kedua-duanya bisa direkayasa.

Penyampaian akan informasi begitu cepat dimana setiap orang telah dengan mudah memproduksi informasi, dan informasi yang begitu cepat tersebut melalui beberapa media sosial seperti facebook, instagram twitter, ataupun pesan telepon genggam seperti, whatsApp, line dan lain sebagainya untuk dibagikan secara cepat yang tidak difilter dengan baik.

Informasi yang dikeluarkan baik orang perorang maupun kelompok melalui media sosial ketika telah terkirim dan dibaca oleh banyak orang dapat mempengaruhi emosi, perasaan, pikiran bahkan tindakan seseorang atau kelompok. Hal ini dapat dikatakan bahwa

informasi yang disampaikan tersebut baik dalam bentuk postingan berupa opini dan komentar yang kemudian dibagikan ataupun membagikan dari situs berita online adalah informasi yang 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, hasutan bahkan banyak yang bernuansa SARA 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. Berita bohong atau *hoax* telah berubah menjadi isu hangat dan menjadi hal yang wajar.

*Hoax* di media sosial menjadi informasi yang bersebaran dan banyak ditemukan dalam bahkan dalam setiap harinya *hoax* menjadi perbincangan yang teratas. Kehadiran *hoax* yang sering digunakan menjadi berita bohong untuk membelokkan pendapat dan pandangan masyarakat pada fakta sebenarnya, berita palsu seringkali digunakan sebagai bahan pamungkas oleh orang yang tidak bertanggung jawab dan tidak mempedulikan dampak negatif yang dapat terjadi pada terbelahnya masyarakat.

Kesengajaan oknum dengan menyebarkan kabar bohong dengan bentuk *hoax* menjadi bagian dari kehidupan masyarakat saat ini. Bagi masyarakat umum yang tidak dapat membedakan berita yang sebenarnya, membuat masyarakat bias akibat tidak berdaya untuk memeriksa data yang benar dan sesuai dengan kenyataan.

*Hoax* menjadi penanda baru dalam perkembangan zaman di mana media baru memiliki kecepatan dalam perbincangan khalayak yang berubah dengan era sebelumnya. Kedatangan era media baru dengan segala dalil kebenarannya tidak bisa dicegah. Gelombang yang datang kemudian membawa perubahan yang bermuara pada terciptanya era *post-truth*. Maka dengan demikian, panduan untuk menerjemahkan mengenai pergantian zaman hingga berlakunya era *post-truth* ini akan mudah apabila merujuk pada media. *Post-truth* yang berkisar tentang perubahan penafsiran kebenaran lebih dipandang sebagai sebuah pergeseran nilai. Pergeserannya sangat elementer karena menyangkut pada keyakinan kebenaran yang selama ini dianggap sebagai kebenaran<sup>1</sup>.

Agama yang hakikatnya adalah keyakinan adanya Tuhan yang berkuasa yang mengatur hubungan Tuhan dengan manusia, manusia dan manusia serta alam<sup>2</sup>, tidak luput menjadi obyek kebohongan yang sangat tinggi dalam persebaran *hoax* di era *post-truth*. Agama yang selayaknya menjadi pencerah kehidupan, di era *post truth* agama adalah menjadi senjata ampuh dalam menyebarkan *hoax* yang membutuhkan rasionalitas dan humanisme. Dalam masyarakat *hoax* dipandang hal biasa walaupun itu adalah kebohongan yang jelas berefek negatif.

## LANDASAN TEORI

*Hoax* atau berita bohong yang banyak dikenal dalam istilah bahasa Inggrisnya sendiri yaitu *hoax*, adalah berita yang isinya tidak sesuai dengan kebenaran yang sesungguhnya

---

<sup>1</sup> Cevi Muhammad Taufik, Nana Suryana. *Media Kebenaran dan Post Truth*. (Bandung: Widina Bakti Persada, 2022). Hal 118.

<sup>2</sup> Haidar Putra Daulay. *Pendidikan Islam*. (Jakarta: Prenadamedia Group, 2014). Hal 58-59.

(materiële waarheid)<sup>3</sup>. Secara singkat informasi Hoax adalah informasi yang tidak benar<sup>4</sup>. Dalam penelusuran di *Cambridge Dictionary*<sup>5</sup>, kata *hoax* sendiri berarti tipuan atau lelucon. Kegiatan menipu, trik penipuan, rencana penipuan disebut dengan *hoax*. Kemudian, di situs Hoaxes.org<sup>4</sup> dalam konteks budaya mengarahkan pengertian *hoax* sebagai aktivitas menipu: “Ketika koran sengaja mencetak cerita palsu, kita menyebutnya *Hoax*. Dalam hal ini *hoax* sebagai aksi publisitas yang menyesatkan, ancaman bom palsu, penipuan ilmiah, penipuan bisnis, dan klaim politik palsu. Dengan demikian “informasi Hoax”, yang dimaksud adalah “informasi tipuan”. Agama sebagai pemilihan dari obyek obyek kajian dalam penelitian ini karena menarik menurut penelitian Mastel berada di tingkat teratas sebagai komoditas Hoax. Era Post Truth pasca kebenaran menemukan relasinya sebagai obyek hoax dan tersebar cepat dalam ruang teknologi di mana media sosial mewarnai sebagai media hoax era post truth<sup>6</sup>.

## METODE PENELITIAN

*Hoax* menjadi problem aktual di era sekarang. Penelitian ini menggunakan metode penelitian dengan pendekatan kualitatif. Tujuan penelitian tersebut untuk menentukan dan mencari, mengumpulkan, mengolah dan menganalisis semua data yang dipakai dan data dari hasil penelitian. Di dalam bukunya *Knowledge and Methodology* Bogdan dan Taylor, penelitian kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceriterakan kepada orang lain. Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa langkah awal dari analisis data adalah mengumpulkan data yang ada, menyusun secara lengkap, mengelola serta menganalisis (Moleong, 2007).

Berdasarkan hasil penelitian Mastel (2017), jenis *hoax* agama yang sering dijadikan obyek hoax yang paling sering diterima masyarakat masuk dalam SARA. Berdasarkan data tersebut diatas maka subjek penelitian dalam penelitian ini kasus-kasus dalam bentuk informasi/berita yang berhubungan dan ramai di media sosial.

Teknik pengumpulan data terdiri dari dua bagian yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari wawancara para informan yang kompeten dibidangnya untuk membahas masalah *hoax*. Sedangkan data sekunder data sekunder adalah data yang diperoleh dari teknik pengumpulan data yang menunjang data primer. Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari berbagai sumber melalui media lainnya baik dari media *online* maupun media *mainstream* serta kajian pustaka dan jurnal.

Setelah data dikumpulkan, analisis data dilakukan dengan cara *coding* data berdasarkan kategori penelitian yang dicari. Hasil pengumpulan data tersebut kemudian dianalisis secara deskriptif dan hermeneutis. *Triangulasi* juga dilakukan dalam penelitian ini untuk memperkaya hasil analisis dengan mengkomparasikan hasil penelitian dengan konsep dan teori-teori serta hasil penelitian-penelitian yang sebelumnya pernah dilakukan.

---

<sup>3</sup> Chazawi adami dan ferdian ardi, *Tindak pidana pemalsuan*, (Jakarta : PT Rajagrafindo persada, 2016), 236.

<sup>4</sup> hoaxbuster <http://www.hoaxbusters.org/hoax10.html>, diakses tanggal 04 april 2017.

<sup>5</sup> dictionary.cambridge <http://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/hoax#translations>, diakses tanggal 20 Desember 2022.

<sup>6</sup> Cevi Mochamad Taufik, *Media Kebanaran dan Post Truth*. (Bandung: Widina Bakti Persada). 2022

---

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

*Hoax* diartikan sebagai tipu muslihat, lelucon, muslihat, yang lebih mengacu pada publisitas. *Hoax* sebagai informasi yang sengaja direkayasa dan disebarluaskan melalui media sosial atau media lainnya. *Hoax* dapat diartikan sebagai teks yang digunakan sebagai berita bohong atau upaya penipuan yang disebarluaskan melalui media siber kepada pembaca<sup>7</sup>.

*Hoax* tidak hanya muncul dalam bentuk berita atau opini, tetapi juga dalam bentuk data, foto, dan gambar dan video. *Hoax* beredar luas melalui media sosial, baik sistem jejaring sosial (Facebook, Twitter, Instagram, dan YouTube) maupun platform sosial seperti WhatsApp, Line, dan BBM. *Hoax* adalah rangkaian informasi yang sengaja disesatkan, tetapi “dijual” sebagai kebenaran (cerita yang sengaja dibuat bohong) (Silverman, 2015). Juga berita bohong yang mengandung informasi menyesatkan yang disengaja dengan mengusung agenda politik tertentu (Merwe, 2016). Karakter internet dengan interaktivitasnya, membuatnya mudah untuk dipalsukan. Hasil survei dari MASTEL (Masyarakat Telematika Indonesia) tahun 2017 menunjukkan bahwa berita *hoax* memiliki beberapa definisi. (2) berita yang menghasut, (3) berita yang tidak akurat, (4) berita prediksi atau fiksi ilmiah, (5) berita yang menyudutkan pemerintah. Bentuk *hoax* yang sering diterima oleh masyarakat adalah dalam bentuk tulisan, gambar, dan video. *Hoax* memiliki dampak negatif yang cukup besar, antara lain mengganggu ketentraman sosial, merusak kerukunan masyarakat, dan dapat menghambat pembangunan. Jenis tema *hoax* yang sering diterima oleh masyarakat adalah: (1) sosial politik (2) SARA (suku, ras, dan agama), (3) makanan minuman, (4) ilmu pengetahuan dan teknologi, (5) berita duka, (6) lelucon, (7) bencana, dan (8) lalu lintas<sup>8</sup>.

Karakteristik informasi atau pesan *hoax* akan terus berkembang seiring perkembangan zaman. Ada juga informasi atau pesan semi-*hoax*, terutama informasi yang pada dasarnya benar tetapi kegunaan dan nilainya dipertanyakan. Kebanyakan penyebaran informasi *hoax* diawali dengan niat baik untuk memperhatikan atau membantu orang lain. Namun, ada informasi *hoax* yang dimaksudkan untuk kesenangan pribadi ketika berhasil menipu orang lain<sup>9</sup>.

Dalam Tajuk [di Republika pada tanggal](#) 26 November 2016 penggunaan media sosial di kalangan masyarakat juga meningkatnya penyebaran *hoax* yang telah mempengaruhi masyarakat dalam mempercayainya. Media sosial saat ini tidak saja dinilai sering digunakan untuk menyebarkan berita bohong dan provokasi, tetapi yang mencemaskan adalah ketika informasi yang disirkulasi dan diresirkulasi di media sosial tidak lagi bisa dibedakan mana yang benar dan mana yang salah. Sebuah realitas yang tidak memiliki rujukan dalam dunia nyata, tetapi ketika realitas tersebut diunggah berulang-ulang dan diresirkulasikan melalui media sosial, bisa saja realitas bentukan itu kemudian dianggap sebagai kebenaran itu sendiri. Era seperti ini intensitas terhadap media sosial adalah berkorelasi dengan era post Truth di mana *hoax* menjadi hal biasa yang menjadikan masyarakat terpengaruh dalam mempercayai kebohongan sebagai kebenaran karena masing-masing memiliki kepentingan

---

<sup>7</sup> Wien Hesti Rahayu. *Decoding Hoax On The Issue of Religion Politicization in Indonesia on New Media Era*. (International Journal of Sciences & High Technologies Vol. 7 no 1 Februari 2018). 2018. hal.3.

<sup>8</sup> Wien Hesti Rahayu. *ibid.* hal.4.

<sup>9</sup> Wien Hesti Rahayu. *ibid.*, hal.5.

dalam subyektivitas dalam memproduksi kebenaran walaupun itu menipu dan membohongi.

Agama menjadi berita bohong menempati posisi tertinggi dalam penyebaran di era *post-truth*, setelah politik dan kesehatan. berita bohong dapat ditelusuri dalam sejarah panjang umat manusia. Kisah tentang *hoax* ini sudah terjadi sejak masa Nabi Adam AS. Ketika itu, Nabi Adam mendapat kabar bohong dari iblis yang berakibat ia terusir dari surga. Melihat perkembangan sekarang, *hoax* adalah bukanlah sesuatu yang baru tapi semakin mewabah dengan media sosial sebagai media baru yang sangat cepat dalam penyebarannya, Perkembangan penggunaan agama dalam *hoax* berkembang bersamaan isu-isu politik dan agama digunakan secara sengaja untuk merusak nama pihak lawan atau pesaing lainnya. Di Indonesia, agama dijadikan persebaran *hoax* pada saat pemilihan gubernur Ahok dan pemilihan presiden 2014 dan 2019. Tidak sedikit *hoax* yang diciptakan sangat mengganggu dalam kehidupan beragama sesama muslim bahkan antar umat beragama.

Sebagai contoh kebohongan agama yang lain muncul pada bulan Oktober tentang bendera Tauhid yang ditemukan di belakang rumah M. Rizieq Shihab di Arab Saudi. Sebuah hoaks yang menyasar pemerintah berisi narasi bahwa pemerintah Turki murka dan memerintahkan pasukan elite untuk melacak pelaku fitnah. M. Rizieq Shihab. Isu reuni 212 juga mewarnai konfigurasi hoaks bulan ini. Contoh hoaks agama lainnya adalah penangkapan Riziq Shihab oleh pemerintah Arab Saudi terkait bendera bertuliskan kalimat Tauhid yang dipasang di rumahnya karena bendera tersebut diduga terkait dengan ISIS<sup>10</sup>.

Isi pesan dari informasi *hoax* sengaja menggunakan tema-tema keagamaan. Tema-tema keagamaan paling mudah menarik khalayak di Indonesia Hal ini dilakukan karena isu agama merupakan isu sensitif yang mudah membangkitkan emosi bagi masyarakat Indonesia selain isu politik kemudian kesehatan dan disusul dengan bidang-bidang lainnya. Kemudian, hal tersebut dijadikan bahan oleh para hoaxer untuk memecah persatuan yang ada di Indonesia demi tercapainya tujuan mereka.

Politisasi agama dapat diartikan sebagai penggunaan isu agama yang dikaitkan dengan isu politik. Ringkasnya, informasi *hoax* yang muncul didahului oleh isu agama, namun di balik informasi tersebut terselip pesan-pesan politik. Pesan politik tidak selalu faktual, tetapi bisa jadi informasi yang sengaja dibuat keliru. Selain itu, informasi *hoax* untuk merusak nama baik juga bisa dilihat dari pemenggalan berita resmi yang diperoleh agar sesuai dengan keinginan hoaxer<sup>11</sup>.

Pesan *hoax* agama dibentuk tidak hanya dengan membuat informasi yang tidak benar, tetapi juga mengurangi informasi asli yang sudah ada. Kerancuan informasi dari racun yang ditebar kepada khalayak media, tanpa disadari justru akan membuat khalayak terliterasi dengan sendirinya. Dengan intensitas yang masif dan aktivitas interaksi antara khalayak dengan media, maka dengan sendirinya membentuk pengetahuan khalayak terhadap media itu sendiri. Tanpa menafikan latar belakang intelektual, dapat dipastikan bahwa khalayak yang memiliki pemikiran yang sehat akan menolak semua informasi yang mengandung racun *hoax* dan fitnah. Maka bukan tidak mungkin seiring berjalannya waktu akan semakin mencerdaskan dan meningkatkan imunitas berpikir publik. Dengan demikian, *hoax* di era *post-truth* dapat dikategorikan sebagai bagian dari perjalanan sejarah yang

---

<sup>10</sup> Prisca Nur Fitria. *When Politic & Religion Became Disaster: An Annual Mapping of Hoax in Indonesia*. (Journal Ultimacomm Vol 13 No 2 Desember 2021). 2021

<sup>11</sup> Prisca Nur Fitria. *ibid.* hal 6

berproses menuju pada tujuan akhir dari kondisi yang akan tercipta. Meski telah mewarnai perjalanan yang membentuk sistem informasi, namun efek yang menggoyahkan nalar dan keyakinan khalayak terjadi pada saat-saat awal munculnya era ini. Karena dengan proses yang terjadi secara perlahan mampu meningkatkan sensitivitas publik terutama dalam mengendus dan mengungkap maksud dan tujuan desain penyusunan informasi. Dalam pemrosesan informasi media tak dapat dihindarkan keterlibatan lingkungan eksternal. Meskipun dalam diri media terdapat mekanisme internal namun pada akhirnya tidak dapat berjalan sendirian selain melibatkan khalayak. Suasana ini dapat digambarkan misalnya, ketika menemukan sebuah informasi dengan kecenderungan mengarah kepada sesuatu yang menyebabkan kekacauan dalam sistem informasi publik, maka secara internal media akan memproses dengan melakukan pelurusan agar suasana kembali normal. Tentu saja proses ini berjalan karena adanya pengaruh lingkungan eksternal media. Seperti munculnya berbagai respon negatif terhadap pemberitaan yang dianggap menyimpang. Era imajinasi media post-truth yang bisakita katakan membahayakan kepercayaan diri (personal belief) karena keyakinannya yang mengacak-acak menimbulkan kekesalandan persepsi pihak lain terhadap imajinasi yang diterima dari berita yang diterima melalui showbiz, media sosial, atau *reality show*<sup>12</sup>.

Secara umum, semua bersepakat bahwa saat ini telah secara resmi memasuki era *post-truth*, era di mana kebenaran mendapatkan tafsir baru sesuai dengan keinginan orang untuk melakukan penafsiran. *Post-truth* juga diartikan sebagai sebuah era di mana orang lebih mencari pembenaran daripada kebenaran. Hanya saja terjadi pemisahan yang tegas untuk menjelaskan mana yang memang benar-benar benar dan mana yang tidak benar. Pada era *post-truth* ini semuanya muncul dan menjadi sebuah tafsir baru. Keyes (2004) mendefinisikannya sebagai kaburnya batas antara kebohongan dan pengungkapan kebenaran, dan juga fakta dan fiksi. Fakta tidak lagi dipelintir, ditafsirkan ulang, atau dihilangkan begitu saja mereka dibuat dan disajikan secara *ad hoc* hanya karena sesuai dengan cerita tertentu atau agenda yang lebih luas. Lagi pula, di era di mana tidak ada lagi institusi (atau kelas institusi) yang memonopoli berita, laporan peristiwa, tren, atau fenomena apa pun akan memiliki akun tandingannya, 'menggaris bawahi bagaimana realitas sosial direpresentasikan. Sebagai kumpulan yang terus berkembang dari pencampuran beragam akun' (Döveling *et al.* 2018: 3) (Kalpokas, 2018).

Jika dicermati maka pernyataan tersebut semakin meneguhkan bahwa berlakunya era *post-truth* hanyalah sebuah efek yang muncul sebagai konsekuensi dari perubahan. Efek ini menciptakan sebuah suasana baru yang tentu saja sangat berbeda dengan suasana sebelum ini. Bahkan dapat juga dipahami bahwa kemunculan *post-truth* ini sekadar usaha untuk menunjukkan perbedaan, yang mana perbedaan tersebut sebagai bagian dari sebuah usaha untuk memisahkan dengan penamaan. Karena dalam realitasnya bahwa setiap era harus memiliki nama dan menjelaskan makna dari penamaan tersebut. Tidak sebagaimana periode waktusebelumnya yang berjalan begitu saja. Era ini juga memunculkan sebuah situasi di mana informasi yang benar dan bernilai objektif terkalahkan oleh informasi palsu. Menyedihkannya, informasi sejenis ini justru sangat dipercaya<sup>13</sup>. Kondisi makin diperparah

<sup>12</sup> Zuly Qodir. *Imagination of Religion & Politicism In Media Post Truth Era (Profetik Jurnal Komunikasi)*. 2020

<sup>13</sup> Cevi Mochamad Taufik & Nana Suryana. *Media Kebenaran & Post Truth* (Bandung: Widina Bhakti Persada). 2022.

ketika informasi dibuat dalam bentuk pesan yang bisa menyentuh emosi seperti halnya agama. Agama pada akhirnya telah memecah belah umat beragama. Karena perbedaan itulah dalam kehidupan di masyarakat yang dalam setiap agama jelas mengatur untuk kebaikan antar pemeluk masing-masing agama tetapi telah terjadi pergeseran nilai kebenaran. Efek negatif dari *hoax* yang dimainkan oleh kepentingan-kepentingan yang tidak menghendaki calon tertentu untuk menang, tetapi karena perbedaan agama dijadikan prinsip yang secara gamblang untuk menyerang. Sebagai contoh akan masuk neraka jika memilih pemimpin yang tidak seiman dan tidak akan disholatkan jika memilih gubernur yang tidak sama dengan agama mayoritas. Indikator dalam memimpin bukannya kerja yang akan membawa perubahan untuk suatu daerah akan tetapi dimenangkan oleh suatu *hoax* agama.

“Kebenaran agama” mengalami perubahan sesuai dengan perkembangan situasi dan kondisi sosial dan berdasarkan pada penafsiran pihak tertentu saja. Ini merupakan wujud kebenaran relatif dalam realitas di era *post-truth*. Kebenaran terkait dengan subjektivitas kepentingan. Rasionalitas pun menjadi pertarungan dalam menangkap fenomena realitas dalam kebohongan yang semakin nyata.

Kebenaran *post-truth* memiliki ciri-ciri yang berbeda dengan kebudayaan sebelumnya. Ciri-ciri *post-truth* seperti fitnah menyebarkan, ungkapan bernada tendensius yang bernuansakan *hate speech*, berita palsu, berita aneh, atau hoaks bertebaran dan mengotori ekosistem informasi, atau pertengkaran antara seorang warga net dengan netizen lain menjadi pemandangan yang biasa. Namun karena selalu dipraktikkan akhirnya menjadi pengondisian dalam kognisi publik hingga menjadi kebiasaan dan cara yang hidup dalam zaman *post-truth*. Cara hidup di sini bukan berarti masyarakat secara umum sebagai produsen dari konten-konten yang tidak penting, melainkan pada kebiasaan dalam mengonsumsi informasi yang diterima dan dicernanya dari seluruh saluran media<sup>14</sup>.

Agama sebagai komoditas *hoax* di era *post-truth* di mana media kebenaran tidak berdasarkan fakta dan fakta pun tidak lagi penting. Kebenaran tergantung pada persepsi orang yang melihatnya. Kebohongan *post-truth* yang diibaratkan sebagai ibu kandung dengan anak bernama *hoax* ini tumbuh berkembang dan menghampiri seluruh pikiran manusia. Apabila kata *hoax* diartikan sebagai bentuk kebohongan, maka tidak ada tempat baginya untuk hidup dalam sistem media rasional. Agama pun yang menjadi sumber kebenaran dalam persebaran *hoax* telah diputarbalikkan menjadi kebohongan yang nyata yang sengaja dibuat untuk kepentingan kepentingan terselubung.

## KESIMPULAN

*Hoax* atau berita bohong bukanlah fenomena baru tetapi menemukan korelasinya di era *post-truth*. Sama-sama tentang kebohongan, *hoax* yang berkembang melalui media baru dan merasuki semua bidang berada dalam era *post-truth*. *Post-truth* terjadi di mana kebohongan diproduksi sebagai bagian dari taktik kepentingan. *Hoax* atau kebohongan tersebut tidak hanya sebagai sesuatu yang mudah dipatahkan argumentasinya, akan tetapi dibuat sedemikian rupa sehingga seolah-olah menjadi fakta alternatif yang dapat diterima oleh publik. Dalam era *post truth*, kebohongan atau berita bohong tersebut bisa diterima oleh publik bukan karena keterbatasan informasi, akan tetapi karena membanjirnya informasi (*information overload*). Terjadinya banjir informasi dipicu oleh kemajuan teknologi

---

<sup>14</sup> Cevi Mochamad Taufik, *Media Kebenaran dan Post Truth*. (Bandung: Widina Bakti Persada). 2022.

informasi, satu sisi karena masyarakat bisa memproduksi informasi untuk disebar ke internet dan tidak semua valid. Di sisi yang lain, pengguna internet menerima informasi yang beragam dari berbagai sumber baik dari media *mainstream* yang dikenal luas maupun situs-situs yang pengelolanya anonim. Berbagai informasi ini, diterima masyarakat dengan perantara *share* di medsos adalah realita dalam era *post-truth*.

Agamapun menjadi obyek kebohongan ampuh yang telah ada dalam sejarah manusia, apalagi di era *post-truth* menjadi kepentingan-kepentingan seperti mempolitisasi agama dalam persebaran hoax untuk kepentingan-kepentingan terselubung.

### PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Ucapan terima kasih saya haturkan kepada Allah SWT. Berkat rahmat dan ridhoNya, semua selalu berada dalam lindungan dan segala kelancaran dalam penulisan jurnal ini telah mengantarkan terselesainya dalam pengerjaan yang membutuhkan waktu tidak sedikit dalam proses pemikiran, dan penyelesaian.

Sebagai bentuk motivasi dari teman-teman penting kiranya saya sampaikan kepada

1. Dekan Fakultas Sastra dan Filsafat memberi banyak masukan dari sisi fenomena yang ada.
2. Teman-teman fakultas Sastra dan Filsafat ayang memberikan poin-poin penting tentang obyek penelitian agar tetap menarik dibahas.
3. Mahasiswa yang mengambil mata kuliah Filsafat yang sedikit banyak mendiskusikan tentang fenomena hoax yang merajalela dalam kehidupan kita
4. Teman-teman yang tidak bisa disebutkan satu persatu dalam semangatnya pengerjaan jurnal ini.

Sebagai akhir kata ucapan terimakasih saya ucapkan kepada semua tanpa terkecuali. Penulisan ini tidak lepas dari segala kekurangan penting untuk masukan-masukan agar terjadi kelanjutan diskusi yang perlu ditindaklanjuti dalam penulisan berikutnya.

Terima kasih atas perhatiannya dan semoga jurnal ini memberi manfaat dan menjadi pencerahan dalam dunia keilmuan kita saat ini.

### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Chazawi adami dan ferdian ardi, *Tindak pidana pemalsuan*, (Jakarta : PT Rajagrafindo persada, 2016.
- [2] Cevi Mochammad Taufik & Nana Suryana. *Media Kebenaran & Post Truth* (Bandung: Widina Bhakti Persada). 2022.
- [3] Haidar Putra Daulay. *Pendidikan Islam*. (Jakarta: Prenadamedia Group). 2014
- [4] Henrik Enroth, *Crisis of Authority The Truth of Post Truth*. (International Journal of Politics Culture and Society. 2021
- [5] Sebastian Diguez. *Post Truth: Brain Dark Side*. (Scientific American Mind September 2017)
- [6] Wien Hesti Rahayu. *Decoding Hoax On The Issue of Religion Politicization in Indonesia on New Media Era*. (International Journal of Sciences & High Technologies Vol. 7 no 1 Februari 2018). 2018.
- [7] Zuly Qodir. *Imagination of Religion & Politics In Media Post Truth Era*. (Profetik Jurnal

- Komunikasi). 2020
- [8] Prisca Nur Safitri. *When Politic & Religion Become Disaster: An Annual Mapping of Hoax in Indonesia*. (Journal Ultimacomm Vol. 13 no. 2 Desember 2021). 2021
- [9] Ulya. *Post Truth Hoax Religiusitas di Media Sosial*. (Fikrah: Jurnal Ilmu Aqidah dan Studi Keagamaan: Volume 8 No. 2 2018) 2018

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN