



ANALISIS KONTEN HOAKS DAN TABAYYUN DALAM AKUN MEDIA SOSIAL TIKTOK @Basyasman00

Deby Amaliah¹, Siti Zainab², Favi Aditia Ikhsan³

^{1,2,3}Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya

e-mail : debyamaliah21@gmail.com

Abstrak : Pada era globalisasi dengan kemajuan teknologi yang signifikan pada zaman sekarang, platform media digital menjadi wadah terbesar penyebaran hoaks. Hoaks memiliki pengaruh yang signifikan dalam tataran kehidupan masyarakat dari usia anak-anak hingga dewasa tanpa terkecuali. Oleh karena itu perlu sikap tabayyun sebagai upaya mencegah penyebaran berita hoaks. Penelitian ini menganalisa pemaknaan hoaks dan tabayyun yang secara eksplisit dan implisit terkandung didalam produk digital milik Husain Basyaiban pada akun tiktok pribadinya @basyasman00 menggunakan fokus analisis isi yaitu mencatat lambang atau pesan pada 3 konten dakwahnya dengan judul “Satu Tetes Air Mata Wanita 1000 Dosa Bagi Laki-Laki”, “1 Helai Rambut Wanita, 70.000 tahun di neraka” dan yang terakhir “Katanya Udah Gede, Ditanya Niat Wudhu Sholat Kok Jawabannya Nawaitul wudhuu a liraf Il hadatsil ashghari fardhal ilaahi ta'aalad” yang di ambil menggunakan teknik sampel acak sederhana (simple random sampling) dengan pendekatan kualitatif semiotik pierce.

Kata Kunci: Hoaks; tabayyun

Abstract : In the era of globalization with significant technological advances today, digital media platforms have become the largest forum for spreading hoaxes. Hoaxes have a significant influence on people's lives from children to adults without exception. Therefore, a tabayyun attitude is needed as an effort to prevent the spread of hoax news. This research analyzes the meaning of hoaxes and tabayyun which are explicitly and implicitly contained in Husain Basyaiban's digital products on his personal TikTok account @basyasman00 using a content analysis focus, namely noting symbols or messages in 3 of his preaching contents with the title "One Drop of a Woman's Tears is 1000 Sins for Men -Male", "1 strand of woman's hair, 70,000 years in hell" and finally "He said he was already big, when asked about his intention to perform ablution, the answer was Nawaitul wudhuu a liraf Il hadatsil ashghari fardhal ilaahi ta'aalad" which were taken using a simple random sampling technique (simple random sampling) with a qualitative semiotic pierce approach.

Keywords: Hoax; tabayyun

PENDAHULUAN

Fenomena hoaks mulai di anggap sebagai masalah nasional setelah menjadi pembahasan panjang oleh publik dan akademisi pada saat pesta demokrasi pemilihan kepala daerah (Pilkada) Tahun 2017 silam, melalui hasil survey yang di selenggarakan oleh Masyarakat Telekomunikasi pada demo kampanye yang bertajuk “Tanpa Hoax Indonesia Sejahtera”. Menurut sejarah, hadir nya hoaks atau yang lazim di kenal berita palsu (fake news) sudah ada dan menjadi masalah sejak zaman nabi pertama di ciptakan yatu nabi Adam a.s, berlanjut kepada kepemimpinan Nabi Muhammad SAW, bahkan ada di dalam historis panjang dunia sains dan dunia militer yang dampaknya memicu peperangan besar yang menghgilangkan banyak nyawa.

Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) Republik Indonesia telah memblokir sekitar 565.449 konten berita hoaks dalam temuan sepanjang tahun 2022. Juru bicara Kominfo RI, Dedy Permadi mengungkapkan pemblokiran tersebut dilakukan sebagai upaya meminimalisir peredaran informasi palsu yang melanggar peraturan hingga membawa banyak dampak negatif bagi masyarakat. Termaktub di dalam press release survey Masyarakat Telematika Indonesia (Mastel) tahun 2019, 14,7% masyarakat menerima informasi berita hoaks lebih dari satu kali dalam setiap harinya dengan penyebaran berita melalui tulisan 70,7%, foto dengan caption palsu 66,3% dan berita/foto/video lama diposting ulang 69,2% pada media sosial.

Media sosial menjadi yang paling unggul sebagai wadah penyebarluasan informasi dibandingkan dengan media lainnya sebagai contoh koran, majalah, televisi, mengingat akses internet sudah tersebar luas hampir ke seluruh bagian wilayah Indonesia. Media sosial dengan platform-platform nya seperti WA, Facebook, Instagram, Tweeter, Tiktok memanjakan klien nya dengan fitur-fitur menarik dan tanpa di pungut biaya sepeser pun. Hal ini mendukung kemudahan bagi masyarakat untuk menjalankan aktifitas sosial sehari-hari dengan jangkauan luas yang hampir tidak memiliki batas. Hasilnya, keuntungan berselancar di internet dengan mudah mengubah latar belakang pola komunikasi masyarakat sebagai penerima menjadi produsen bahkan distributor informasi yang tidak semuanya memiliki sumber jelas dan akurat, hal tersebut yang menjadi salah satu faktor sulitnya mata rantai hoaks di pangkas.

Pemerintah sudah secara tegas mengatur tentang hukum pidana kepada oknum-oknum pembuat dan penyebar hoaks yang termuat di dalam Undang-undang nomor 11 tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik (ITE); Undang-undang nomor 40 tahun 2008 tentang penghapusan diskriminasi ras dan etnis, serta tindakan ketika ujaran kebencian telah menyebabkan terjadinya konflik sosial; pasal 28 ayat 2 tentang SARA; di tambah Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika nomor 19 tahun 2014 tentang penanganan situs bermuatan negatif, namun hal tersebut masih belum bisa meredam luasnya distribusi hoaks di tengah masyarakat yang masih rawan terpapar berita bohong karena hampir 50% masyarakat Indonesia adalah penggelut aktif media sosial yang merupakan sumber utama informasi di dapat.

Hoax dapat memicu ketegangan dalam keberagaman. Media sosial bisa dengan sangat apik membungkus sebuah informasi yang di ada-ada kan seolah informasi tersebut nyata kebenaran nya, dampak nya tidak sedikit masyarakat yang merasa ketakutan, penggirangan opini palsu yang menimbulkan kebencian kepada individu maupun kelompok dalam masyarakat, dan ancaman-ancaman lain yang mengganggu ketentraman hidup bermasyarakat. Hal ini secara langsung merombak realitas keanekaragaman bangsa Indonesia. Hoax merambat masuk ke dalam celah-celah kehidupan masyarakat membawa isu yang tengah viral diperbincangkan seperti isu sosial politik, sara, kesehatan, makanan dan minuman, penipuan keuangan, berita duka, candaan, bencana alam, dan lalu lintas hal tersebut di lakukan oknum-oknum tidak bertanggung jawab guna memenuhi kebutuhan eksistensi dan finansial tanpa menghiraukan telah tercipta percikan api perpecahan di tengah euphoria masyarakat akan laju nya kemajuan teknologi. Fenomena hoaks yang tidak berkesudahan menarik banyak kepedulian dari berbagai pihak, tidak sedikit dari mereka juga memanfaatkan media sosial sebagai mitigasi hoaks, salah satunya gebrakan cyberdakwa yang di nilai efektif mengajak masyarakat bersikap tabayyun ketika

menerima informasi yang tidak jelas asal muasal nya.

Dalam Islam, Tabayyun menjadi hal yang urgensial dan di tawarkan untuk menetralkan bahaya hoaks. di kutip dari kamus online Almaany (2019), kata tabayyun lahir dari kata tabayyana yang berarti “Menjadi Jelas”. Sikap Tabbayun menjadi tuntunan etika dalam menerima dan menyebarkan informasi.

Sikap tabayyun sudah gamblang di paparkan dalam Ayat Al-Qur'an Al-Hujurat ayat 6 yaitu:

﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ لَتُدْمِنَنَّ ۖ﴾

Terjemah Kemenag 2019

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, jika seorang fasik datang kepadamu membawa berita penting, maka telitilah kebenarannya agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena ketidaktahuan(-mu) yang berakibat kamu menyesali perbuatanmu itu” (Q.S Al-Hujurat:6)

Para ahli menilai ayat ini muncul pada suatu ketika Nabi Muhammad mengutus Al-Walid bin Uqbah untuk mengumpulkan zakat di Bani Al-Musthalaq. Namun Al-Walid mengira akan ada penyerangan dari Bani Al-Musthalaq kepada Rasulullah SAW. Mendengar hal tersebut, Nabi Muhammad SAW tidak langsung mengambil keputusan untuk melakukan penyerangan melainkan ia mengirimkan utusan ke Bani Al-Musthalaq untuk melakukan penyidikan secara langsung. Namun fakta di lapangan menyatakan tidak ada niat buruk dari Bani Al-Musthalaq melainkan pihaknya ingin menyambut baik kedatangan Al-Walid bin Uqbah.

Nabi Muhammad SAW pun, melarang kita untuk menerima dan menyebarkan informasi yang belum jelas sumbernya datang dari mana dan dari siapa. Perintah tersebut datang dari sabda Rasulullah SAW yang berbunyi :

“Cukuplah bagi seseorang Kedustaan, ia menyampaikan seluruh apa yang ia dengar..” [HR.Muslim: 1/10, no.5]

Ayat dan al hadist tersebut secara langsung memerintahkan kita yang tengah bergumam dengan berita bohong untuk cerdas menyaring informasi tersebut menggunakan perspektif Al-Qur'an. Namun, lagi-lagi masih banyak dari kita yang belum tergugah mengimplementasikan atau malah mengindahkan sikap tabayyun. Menurut perhitungan Kominfo, selama tiga tahun belakangan ada 800 ribu penemuan hoaks, yang berarti masyarakat menerima 2.250 perhari atau 93 berita bohong tiap jam nya. Dari data tersebut dapat kita simpulkan masih banyak oknum produsen dan distributor hoaks sebagai bola panas yang perputarannya belum menemukan titik henti.

Kurangnya pemahaman akan sikap tabayyun oleh masyarakat menjadi salah satu determinan perpecahan antar pihak. Tabayyun memiliki tiga komponen vital yang menjadi landasan dasar pengimplementasian ilmu nya yaitu, memastikan kredibilitas maklumat, mengkaji lebih dalam informasi, dan memahami kesan penyebaran berita bohong

Ketiga elemen penting tabayyun tersebut dinilai mampu mengakomodasi kecakapan digital yang harus dimiliki masyarakat khususnya peselancar platform media sosial pada internet. Kompetensi tabayyun di atas sudah diasumsikan tercantum di dalam akun dakwah tiktok @basyaman00 yang nantinya di harapkan mampu dipromosikan melalui penelitian artikel ini.

Aktifitas amar ma'ruf tentang tabayyun pada ruang virtual internet ini telah banyak dilakukan oleh ulama maupun non ulama di Indonesia. Salah satu nya Husain Basyaiban dalam akun platform media sosial Tiktok @basyasman00, remaja 19 tahun ini berhasil mencuri perhatian masyarakat terkhusus di kalangan remaja Indonesia dengan bermodal kefasihan nya menjawab permasalahan-permasalahan booming di tengah masyarakat. Conten Creator berdarah Madura yang lahir di Mekkah, Arab Saudi ini memiliki followers 5,6 juta orang pengikut dengan rata-rata 139,450 suka pada setiap video nya yang berjumlah 1,033 konten Tiktok.

Pembahasan tentang hoaks dan tabayyun sudah banyak ditulis sebelumnya. Contohnya tulisan dengan judul *Peran Da'i dalam Mengatasi Hoax di Indonesia*, isi pembahasan nya memuat tentang pendakwah yang memiliki peran penting dalam mengatasi hoaks melalui dakwah, dengan menyoroti teknik penyampaian ceramah Ustadz Hanan Attaki.Lc sebagai subyek penelitian.

Juga Ayu Febriani dalam artikelnya yang berjudul *Pemanfaatan Tik-Tok Sebagai Media Dakwah: (Studi Kasus Ustad Syam, di akun @syam_elmarusy)*. penelitian tersebut mengupas tuntas efektifitas Tiktok sebagai media baru (New Media) penyampaian pesan agama oleh Syamsudin Nur Makka atau yang akrab di sapa Ustadz Syam yang kemudian ditelisik lebih dalam kekurangan serta kelebihan nya.

Tercatat pada tulisan Joni Harnedi dan Fachrur Rizha berjudul *teologi dan media sosial (Studi Analisis Konten Akidah Di Whatsapp Ditinjau Dari Perspektif Teologi Islam)* Penelitian tersebut mengungkapkan tokoh ulama terkenal yaitu Ustad Abdul Somad, Ustad Adi Hidayat, Ustadz Yusuf Mansur juga gencar berdakwah menggunakan media sosial, fokus pembahasannya kemudian di lanjutkan dengan meneliti konten media sosial yang berkaitan dengan hoaks yang memuat isu agama dalam perspektif teologi.

Selanjutnya penelitian Luthfi Ulfa Ni'amah dan Sukma Ari Ragil Putri yang bertajuk *Da'i dan Pemanfaatan Instagram: Tantangan Moderasi Dakwah di Era Digital* membahas tentang urgensi platform media sosial Instagram sebagai media syiar agamabagi pendakwah digital native maupun digital immigrant. Vyki Mazaya dalam tulisannya yang berjudul *Cyberdakwah Sebagai Filter Penyebaran Hoax* mengangkat dakwah islam yang disebarkan di dalam media massa mampu berperan sebagai penyaring berita bohong.

Tulisan Najla Amaly, Armiah dengan judul *Peran Kompetensi Literasi Digital Terhadap Konten Hoaks dalam Media Sosial* kajian tersebut menjelaskan kapabilitas literasi digital sebagai respon menerima hoaks.

Penelitian terdahulu secara keseluruhan membicarakan eksistensi para ulama ternama yang menyuarakan anti hoaks melalui media sosial. Berdasarkan dari fenomena terkait hoax dan tabayyun yang berkalindan, maka dalam penelitan ini memfokuskan pada bagaimana analisis konten hoaks dan tabayyun dalam akun media sosial Tiktok @Basyaiban. Diangkat dengan keunikannya dalam berdakwah, walau bukan berstatus sebagai ulama namun konten-konten dakwah nya berisi sangat banyak pembahasan mengenai isu dan pesan agama yang dikemas menarik menggunakan bahasa yang mudah di pahami di perkuat dengan wawasan dalil yang luas bersumber dari hobby nya membaca Al-Qur'an hingga mengundang jutaan atensi konsumen Tiktok. Husain Basyaiban secara tidak langsung menjadi salah satu agen yang menyerukan gebrakan anti hoaks, hal ini menjadikan penulis merasa perlu mencermati konten dakwah hoaks dan tabayyun oleh Tiktokers yang tengah menempuh pendidikan di Universitas Islam Negeri Surabaya jurusan

Al-Qur'an dan hadits tersebut. Dilatar belakangi hal esensial di atas, penulis merumuskan sebuah pertanyaan : bagaimana kompetensi tabayyun yang tersirat didalam konten audio visual bisa menghalau hoaks?. Tujuan nya untuk untuk mengetahui proses pengetahuan, makna dan nilai dakwah tantang hoaks dan tabayyun secara menyeluruh pada konten media baru Tiktok @Basyasman di olah hingga kemudian di sebarakan di tengah masyarakat.

METODE PENELITIAN

Metode pada riset ini menggunakan fokus Analisis isi (content analysis) yaitu mencatat lambang atau pesan pada konten dakwah Tiktok @basyaman untuk mendapatkan pemaknaan yang mendalam. Menurut Holsti, metode analisis isi adalah suatu teknik untuk mengambil kesimpulan dengan mengidentifikasi berbagai karakteristik khusus suatu pesan secara objektif, sistematis, dan generalis. Dengan pendekatan kualitatif untuk menggambarkan realitas topik yang sedang di kaji oleh penulis melalui riset ini dalam bentuk data deskriptif yang kemudian di tunjang dengan studi literatur yang koheren tanpa menerapkan perhitungan atau ukuran laboratorium baku.

Sumber utama data pada penulisan ini di peroleh menggunakan teknik sampel acak sederhana (simple random sampling). Pada pengambilan sampel, setiap konten audio visual pada konten dakwah Husain Basyaiban memiliki kesempatan yang setara. Maka dari itu, penelitian ini mengambil secara acak 3per konten yang subjek utamanya “hoaks dan tabayyun” yang di dokumentasikan .

Penelitian ini melihat judul dan plot pembahasan yang di ambil acak tersebut untuk menjadi elemen analisis penelitian, sementara jumlah menyukai (like) dan komentar dalam konten tersebut akan di jadikan metadata semata. Secara spesifik, penulis mengadopsi konsep ilmu semiotika Pierce, yaitu menggali tanda-tanda implisit dan eksplisit dalam konten yang di teliti. Dalam kajian ini diperoleh data (1) sebagian besar teks judul konten sebagai indeks, (2) argument @basyasman00 sebagai interpretasi ikon, dan (3) terdapat tokoh dalam audio visual sebagai object.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Fenomena dan dampak negatif hoaks tidak lagi bisa di anggap sepele. Dalam Produk digital milik Husain Basyaiban pada akun tiktoknya @Basyaman00, hoaks menjadi salah satu fokus pembahasan yang menampung banyak ketertarikan dari netizen. Hoaks sebagai berita bohong memiliki peran besar sebagai penghambat dan perusak iklim komunikasi.

Hal tersebut menarik kepedulian husain untuk bersyiar tentang bagaimana seharusnya mengetahui keabsahan informasi hingga kemudian meninjau lebih jauh isi, maksud, dan apa tujuan informasi tersebut di ciptakan kemudian di akhiri dengan mengapa kesan hoaks tersebut disebarluaskan. Sebagai penyeimbang, husain secara tersirat dalam konten hoaks mengajak pengikutnya untuk memiliki faham tabayyun dalam menyaring sebuah informasi. Pendisiplinan tabayyun dalam dialog @basyasman00 bersama viewers nya adalah preskripsi untuk jangan menelan bulat-bulat data yang tidak disertai fakta melainkan harus melalui penggarapan yang cermat tentang isi informasi yang di dapat, sampai ke tahap informasi tersebut di publikasikan ulang.

Hoaks dan tabayyun menjadi hal yang bertautan dalam penelitian ini guna menelisik lebih jauh proses pemaknaannya melalui analisa simbol atau tanda-tanda di dalam konten-konten @basyaiban00. Harapannya, hasil dari penelitian ini bisa dipromosikan di kemudian hari sebagai tawaran solusi untuk menangkis hoaks.

Gambar 1.

Screen Shoot Video Konten @Basyaiban bertajuk “Satu Tetes Air Mata Wanita Sama Dengan 1000 Dosa”



Konten pada gambar 1 di publikasikan pada tanggal 1 Agustus 2022, konten berdurasi 3 menit ini dibuka dengan Husain yang menggunakan efek green screen menunjuk ke arah jepletan layar pencarian google dengan narasi sebuah hadistt yaitu “1 Tetes Air Mata Wanita, 1000 Dosa Bagi Laki-Laki” yang di posting oleh sesama pengguna tiktok dengan nama akun tiktok @N.

Konten pada sumber pertama berhasil menggiring opini warganet terkhusus kalangan perempuan, dibuktikan dengan 310,3 ribu orang menyukai dan 5.088 komentar yang sebagian besar dari akun tiktok dengan pemilik ber gender perempuan. Tidak sedikit dari mereka menyatakan sikap setuju. Di tekankan husain, hadistt tersebut hanyalah sebuah hadistt yang tidak bersumber, melainkan hanya sebuah karangan dari oknum tidak bertanggung jawab yang senang berguru kepada google dalam urusan agama atau yang biasa di panggil husain sebagai “Murid Syekh Google” karena pada dasarnya tidak ada ulama atau sahabat yang mengeluarkan hadistt tersebut.

Berangkat dari ketidaksetujuan husain atas konten tersebut, ia meminta kepada followersnya untuk lebih cerdas dalam menggali informasi. Husain menjelaskan google bukan sumber yang salah, namun hal-hal yang berbau ilmiah atau yang sifatnya vital apalagi yang bersandar pada agama lebih baik langsung ditelusuri melalui tokoh atau kitab yang menaungi asal muasal ilmu yang paten kebenarannya.

Kompetensi tabayyun yang berusaha dimunculkan dalam konten video 1. Ini adalah “Memastikan Kredibilitas Informasi” karena hoaks menjadi salah satu keberlimpahan informasi dalam jejaring media sosial yang tidak dapat dibatasi keberadaannya. Penyebarannya memiliki kecenderungan pola yang sama yaitu menarik penggunaanya untuk

terbaur di dalam bahasan antara realita dan karangan, berita dan opini, gossip yang di balut dengan data, jurnalisme dan agitasi masyarakat.

Gambar 2.

Screen Shoot Video Pada Akun @Basyasman Dengan judul “1 Helai Rambut Wanita = 70.000 Tahun Di Neraka”



Gambar 2. video berdurasi 50 detik ini di upload oleh akun @basyasman pada tanggal 16 bulan Agustus 2021 dan mendapat jumlah like 339,1 ribu dan 2822 komentar. Penceritaannya di awali dengan Husain yang membahas sebuah balon judul bernarasikan sebagai hadist yang keluar masuk di dalam akun media sosial pribadinya

Makna implisit dalam mukadimah nya mengungkapkan, bahkan seorang tokoh agama atau lazim di kenal dengan sebutan ustad bisa dengan sangat mudah menjadi sumber berita hoaks. Menanggapi ini, Husain menjelaskan bahwa sabda tersebut adalah hadist Maudhu yaitu hadist yang di akui hasil sabda Rasulullah SAW namun pada faktanya tidak ada bukti konkrit asal muasal hadist tersebut atau hanya rekaan sahaja.

Kompetensi tabayyun elemen kedua dijelaskan Husain sebagai jalan keluar menanggapi masalah ini, yaitu “Mengkaji Lebih Dalam Informasi” , Selain informasi yang terulimat salah, ada beberapa kategori informasi positif dari hadist palsu ini yang bisa kita telisik lebih jauh maknanya, sebagai contoh dalam kasus ini, Husain mengatakan bukan berarti redaksi yang dibuat-buat ini bisa menjadi alasan kaum hawa untuk semena-mena tidak menjaga auratnya, makna larangan membuka aurat sebenarnya secara transparan bisa dilihat dalam informasi tersebut jika kita mengamalkan sikap tabayyun. Kompetensi ini, diperkuat keharusannya sebagaimana cendekiawan Ilmu Al-Quran M.Quraish Shihab dan Aidh Al-Qarni sama-sama menafsirkan Tabayyun adalah meneliti terlebih dahulu dalam proses menerima berita atau informasi yang di sebar oleh orang-orang yang terdektesi sebagai kaum fasik.(Noor, 2018).

Gambar 3.

Screen Shoot Video Pada Akun @Basyasman00 yang Berjudul “Katanya Udah Gede,



Ditanya Niat Wudhu Sholat Kok Jawabannya Nawaitul Wudhu a Liraf Il hadatsil ashghari fardhal ilaahi ta'aalad.

Elemen ketiga tentang kompetensi tabayyun di bahas pada video ke.3 yang di unggah @basyaman pada tanggal 24 Juni 2022 berjudul “Katanya Udah Gede, Ditanya Niat Wudhu Sholat Kok Jawabannya Nawaitul wudhu-a liraf Il hadatsil ashghari fardhal (ilaahi ta'aalad” Konten yang mendapatkan like 542,8 ribu dan komentar 4395 orang ini berkonotasi meremehkan template tata cara wudhu yang secara kultur sudah di ajarkan semenjak dahulu. Kesan penyebaran quotes yang kurang tepat ini berpotensi menurunkan semangat menunaikan kewajiban sholat bagi mereka yang tidak bertabayyun mengambil kemudian membagikan ulang postingan tersebut.

Karakteristik berita bohong atau hoaks di kupas secara transparan oleh Husain Basyaiban. Umpan pengkajian husain adalah rumor hoaks yang berjalan kian kemari kian meresahkan dan berpotensi menggiring opini masyarakat kepada ilmu tanpa dasar. Secara keseluruhan isi konten dakwah tentang hoaks dan tabayyun milik @basyamana terstruktur menjadi tiga bagian yaitu awal, tengah, dan akhir.

Mukadimah konten nya diisi dengan pertanyaan atau pernyataan yang ditemui husain dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Seperti pada screenshot pertama pada video 1 diatas yang berjudul “1 Tetes Air Mata Wanita, 1000 Dosa Bagi Lelaki”. Tidak sedikit masyarakat yang mengasumsikan pernyataan yang diredaksikan sebagai hadist tersebut adalah benar dan dijadikan sebagai bahan perdebatan antar gender hingga berpotensi menimbulkan perpecahan. Asumsi tersebut langsung dipatahkan husain dengan mengungkapkan fakta bahwa sebenarnya dalil yang disebarkan kepada tokoh muslim tersebut tidak nyata kebenarannya alias palsu.

Bagian kedua pada pertengahan konten, Husain menegaskan sikapnya yang menolak pernyataan tersebut dengan memaparkan ilmu pengetahuan terkait bahasan tersebut yang dipelajarinya sebagai dasar kredibel mengungkap hadistt palsu tersebut.

Ditutup dengan seruan husain kepada audiens nya untuk jangan menggunakan fitur pencarian google pada internet untuk mencari tahu tentang ilmu yang sifatnya vital seperti isu agama, alasannya internet memberikan akses kepada siapapun tak terkecuali mereka orang-orang fasik yang senang membagikan ilmu tanpa dasar untuk kepentingan pribadi.

Ilmu tentang tabayyun dalam konten hoaks milik @basyasman dikupas semenarik mungkin. Konten dengan pengemasan bahasa yang ringan dengan durasi singkat terkesan mudah diterima oleh audiens yang menonton produk digital @basyasman, terkhusus mereka dari kalangan generasi muda atau yang kerap di sapa gen z yang mendominasi penggunaan media social.(Trisakti, 2022)

Dengan demikian, pada seluruh isi konten @basyasman yang bersketsa hoaks dan tabayyun pada aplikasi tiktok yang di analisis dalam penelitian ini, tergambar penceritaan fenomena drama hoaks dengan isu yang bervariasi yang cukup padat di tengah-tengah masyarakat sampai detik ini.

Tiktok beberapa tahun terakhir menjadi platform terkenal yang di gandrungi dan di dominasi kaum milenial atau gen z.(Ramadhan, 2020) Bisa disimpulkan makna tabayyun yang terkandung secara eksplisit maupun implisit dalam konten @basyasman yang menyuratkan dan menyiratkan makna akan sikap yang seharusnya di ambil dalam menerima, menanggapi, dan mengantisipasi agar tidak termakan rayuan hoaks melalui peningkatan kompetensi tabayyun yang relevan bisa meminimalkan peredaran hoaks dan dampak negatif yang ditimbulkannya.

KESIMPULAN

Perkembangan teknologi memberikan dampak yang luar biasa pada iklim informasi. Hoaks menjadi salah satu pengaruh isu terbesar yang dilahirkan dalam keseharian pengguna internet pada platform media social. Perlu upaya baik dari pemerintah maupun dari masyarakat dalam menanggulangi bahaya penyebaran berita bohong (hoaks). Husain Basyaiban dalam akun tiktoknya @basyasman menyampaikan esensi tabayyun untuk menyikapi informasi palsu melalui konten audio visual dengan sketsa cerita yang khas pada media sosial tiktok pribadinya. Pemaknaan hoaks dan tabayyun yang divisualisasikan baik eksplisit dan implisit dalam tiga konten yang di kaji secara menyeluruh menggunakan elemen-elemen tabayyun pada akun @basyasman diharapkan mampu menjadi mitigasi penyebaran berita hoaks di tengah masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- A Idnan, Idris. (2018).“Klarifikasi Al-Qur’an atas berita hoaks”, (Jakarta: PT.Alex Media Komputindo: 2018). hal.8
- Alisyahbana, T. (2019). Hoax Dalam Perspektif Islam. El-Ghiroh: Jurnal Studi Keislaman, 17(02), 103-125.
- Afriansyah, A. (2023). Peran Guru Dalam Pendidikan Taman Siswa Sebuah Kajian Filsafat Ki Hajar Dewantara Yang Humanisme Dan Religious. EduCurio: Education Curiosity, 1(2), 403-413.
- Armiah, Najla Amal. (2021) “Peran Kompetensi Literasi Digital Terhadap Konten Hoaks Dalam Media Sosial”. Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah, Vol. 20, No. 2., Hal.43-52.

- Asfar A.M.Irfan Taufan.(2019).” Analisis Naratif, Analisis Konten, Dan Analisis Semiotik”, researchgate.net.
- Faridah, S., & Nugroho, A. G. (2023). Kepemimpinan Dalam Permendiknas Nomor 13 Tahun 2007 Tentang Standar Kualifikasi Dan Kompetensi Kepala Sekolah Dan Kinerja Guru. *JIS: Journal Islamic Studies*, 1(2), 203-211.
- Febriani, Ayu. (2021). “Pemanfaatan Tik-Tok Sebagai Media Dakwah: (Studi Kasus Ustad Syam, Di Akun @Syam_Elmarusy)”. *Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah*. Vol.11 No.02 (Hal.183).
- Geyser, Werner. (2022). “Tiktok Money Calculator [Influencer Engagement&Earning Estimator], Influencermarketinghub.Com,
- Hendra Tomi dan Saputri siti. (2022) “Tantangan Dakwah Dalam Arus Perkembangan Media Sosial”, *Al-Hikmah Jurnal Dakwah dan Ilmu Komunikasi*. Vol. 7, No.1.
- Harnedi Joni dan Rizha Fachru, (2022). “TEOLOGI DAN MEDIA SOSIAL (Studi analisis Konten Akidah di WhatsApp Ditinjau dari Perspektif Teologi Islam)”. *At-Tanjir Jurnal Ilmiah Prodi Komunikasi Penyiaran Islam*. Vol.11, No. 2
- Indra Pratama, M., & Setyabudi, D. (2020). Efek Menonton Tayangan Video Ciri – Ciri Berita Hoaks Terhadap Tingkat Pengetahuan Remaja Tentang Berita Hoaks. *Interaksi Online*, 8(2), 113-123.
- Latifah, L., & Ngalimun, N. (2023). Pemulihan Pendidikan Pasca Pandemi Melalui Transformasi Digital Dengan Pendekatan Manajemen Pendidikan Islam Di Era Society 5.0. *Jurnal Terapung: Ilmu-Ilmu Sosial*, 5(1), 41-50.
- Latifah, L., Ngalimun, N., Setiawan, M. A., & Harun, M. H. (2020). Kecakapan Behavioral Dalam Proses Pembelajaran PAI Melalui Komunikasi Interpersonal: Behavioral Proficiency In The PAI Learning Process Through Interpersonal Communication. *Bitnet: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, 5(2), 36-42.
- Latifah, L., & Awad, A. (2023). Metode Pendidikan Karakter Di Pesantren Dalam Perspektif Pendidikan Agama Islam. *JIS: Journal Islamic Studies*, 1(3), 391–398. Retrieved from
- Lestari, Naria. (2022) “Tabayyun Sebagai Etos Toleransi Dan Moderasi Ummatan Wasatho”, *Jurnal studi Al-Qur’an, Falsafah dan Keislaman*, 4(1),
- Masyarakat Telematika Indonesia. (2019). “Hasil Survey Wabah Hoax Nasional Tahun 2019”, *Mastel.Id*.
- Mazaya Vyki. (2019). “Cyberdakwah Sebagai Filter Penyebaran Hoax”, *Islamic Communication Journal*. Vol.4, No.1, (2019), Hal.14.
- Masyarakat Telematika Indonesia. (2019). “Hasil Survey Wabah Hoax Nasional Tahun 2019”, *Mastel.Id*,
- Marpuah, Siti. (2019). “Kesan Hadist Maudhu’ Dalam Amalan Umat Islam. *Perada: Jurnal Studi Islam Kawasan Melayu*”. Vol.2(1). Doi: 10.35961/Perada.V2i1.2

- Noor, M. (2018). Penilaian kualitas informasi sebagai bentuk sikap tabayyun ketika menerima informasi di sosial media dan internet. BIBLIOTIK: Jurnal Kajian Perpustakaan dan Informasi, 2(1), 33-40.
- Nuramaliya Mohamad Rosman, & Rosmawati Mohamad Rasit. (2021). Amalan Tabayyun Netizen dalam Menerima dan Menyampaikan Maklumat di Media Sosial: Tabayyun Netizens Practices in Receiving and Conveying Information on Social Media. The Sultan Alauddin Sulaiman Shah Journal (JSASS), 8(1), 96-109.
- Ni'mah Lutfi Ulfa dan Sukma Ari Ragil Putri. (2019). "Da'i dan Pemanfaatan Instagram: Tantangan Moderasi Dakwah di Era Digital", Jurnal Komunikasi Islam. Vol. 9, No. 2.
- Noor, Muhammad Usman Noor. (2018). "Penilaian Kualitas Informasi Sebagai Bentuk Sikap Tabayyun Ketika Menerima Informasi Di Sosial Media Dan Internet", Jurnal Kajian Perpustakaan Dan Informasi, Vol.2 No.1, 2.
- Ngalimun, H., (2017). Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar Praktis. Banjarmasin: Pustaka Banua.
- Ngalimun, N., Rahman, N. F., & Latifah, L. (2020). Dakwah KH. Zainuri HB dan Peran Kepemimpinannya di Pesantren. Sahafa Journal of Islamic Communication, 3(1), 13-24.
- Ngalimun, I. K. (2017). Sebuah Pengantar Praktis. Yogyakarta: Pustaka Baru Pres
- Palupi, Rismaka. (2021). "Analisis Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah Di Era Modern", Journal Of Multidisciplinary Studies. Vol.5 No.1, (2021), hal.94.
- Setiawan Beni. (2018). "Indonesia Darurat Hoaks", Informasi: Kajian Ilmu Komunikasi, Vol. 48 No. 2.
- Suprpti, S., Ilmiyah, N., Latifah, L., & Handayani, N. F. (2022). Islamic Aqidah Learning Management to Explore the Potential of Madrasah Students. Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal), 5(1), 4664-4673.
- Rosman Nuramaliya Mohamad dan Rasit Rosmawati Mohamad. (2021) "Amalan Tabayyun Netizen dalam Menerima dan Menyampaikan Maklumat di Media Sosial", The Sultan Alauddin Sulaiman Shah Journal (JSASS), VOL. 8 NO. 1.
- Rizkinaswara Leski. (2022). "Kominfo Blokir 565.449 Konten Hoaks Di Medsos Sepanjang 2021", Aptika.Kominfo.Go.Id,
- Silalahi, Rut Rismanta. (2017). "Karakteristik Strategi Crowdsourcing Untuk Membatasi Penyebaran Hoaks Di Indonesia Studi Kasus: Masyarakat Anti Fitnah Indonesia", Journal Of Communication Studies, 2(2), 129.
- Septanto. (2018) "Pengaruh HOAX dan Ujaran Kebencian Sebuah Cyber Crime Dengan Teknologi Sederhana di Kehidupan Sosial Masyarakat.", Kalbi Scientia: Jurnal Sains.
- Tenriawali. (2022). "Efek Hoax Covid-19 Bagi Igeneration Di Kabupaten Buru", Potret Pemikiran, 24(2)

- Taufan Asfar, A.M. Irfan. (2019).” Analisis Naratif, Analisis Konten, Dan Analisis Semiotik”, researchgate.net
- Umayya, Ambarini. (2010). “Semiotika Teori Dan Aplikasi Pada Karya Sastra”, Eprints.Upgris. Ac.Id, Hal.18
- Ulya. (2018). “Post-Truth, Hoax, dan Religius di Media Sosial” Fiqih: Jurnal Ilmu Aqidah dan Keagamaan. 6(2), 285.