

## **Konsep *Tabayyun* dalam menyikapi Berita *Hoax* di Media Sosial Perspektif Tafsir al-Azhar Karya Buya Hamka**

**Indah Siti Saidah**

Jurusan Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir, Fakultas Ushuluddin  
UIN Sunan Gunung Djati Bandung  
[indahstsaidah@gmail.com](mailto:indahstsaidah@gmail.com)

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk membahas konsep *tabayyun* dalam menyikapi berita *hoax* di media sosial perspektif tafsir Al-Azhar karya Buya Hamka. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menerapkan metode deskriptif-analitis. Objek formal penelitian ini adalah tafsir Al-zhar karya Buya Hamka. Sedangkan objek material penelitian ini ialah konsep *tabayyun* dalam Al-Qur'an. Adapun konteks penelitian ini yaitu berita *hoax* yang beredar di media sosial. Hasil penelitian dan pembahasan penelitian ini adalah *tabayyun* berarti hendak mencari kejelasan dari suatu informasi yang dicari atau diterima sehingga jelas dari mana informasi itu berasal. Kata *tabayyun* terdapat pada dua surah yaitu an-Nisa ayat 94 (*tabayyun* dalam berprasangka) dan al-Hujurat ayat 6 (*tabayyun* dalam mencari informasi). Penelitian ini menyimpulkan bahwa cara menyikapi informasi *hoax* yang beredar di media sosial ialah dengan ber-*tabayyun*.

**Kata Kunci:** Hamka; Hoax; Tafsir; Tabayyun

### **Pendahuluan**

Kemajuan teknologi media sosial menjadi target utama saat ini bagi para oknum dalam memproduksi berita *hoax*. Tidak dapat disangkal bahwa penyebaran berita dan informasi yang ada di media sosial sangat dikonsumsi oleh masyarakat (Ermawati & Sirajuddin, 2019). Namun, biasanya berita yang disebarakan mengarah pada fitnah dan kepentingan pribadi ataupun politik, apalagi oknumnya kebanyakan menganulirkan berita untuk kepentingan golongannya sendiri (Mujib, 2018). Oleh karena itu, *tabayyun* dalam Islam memerintahkan kepada pemeluknya untuk mencari kejelasan dari suatu berita. Agar dikemudian hari tidak ada berita yang akan memicu kerusakan. Disebabkan berita *hoax* tidak saja berpengaruh buruk pada perseorangan, melainkan kepada ummat dan bangsa (Wahid, 2017).



Penelitian terdahulu tentang konsep *tabayyun* dalam menyikapi berita *hoax* di media sosial telah dikemukakan oleh sejumlah peneliti. Antara lain Ahmad Sapei (2021), "Tabayyun Terhadap Informasi di Media Sosial Menurut Al-Qur'an," UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi informasi yang berkenaan dengan telaah penulis serta mengekstrak dan menggali dari beragam referensi semacam jurnal ilmiah, artikel, buku, komentar dan data lain yang membantu dan bersangkutan paut dengan pembahasan yang akan dibahas. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Hasil dan pembahasan penelitian ini adalah menurut Al-Qur'an *tabayyun* terhadap informasi di media sosial yakni dengan memvalidasi informasi yang diterima, berprasangka baik, menyerahkan kepada yang lebih mengetahui, dan bertobat. Penelitian ini menyimpulkan bahwa setiap individu harus senantiasa memeriksa atau memastikan informasi yang diterima sesuai konsep *tabayyun* yang disampaikan dalam Al-Qur'an (Sapei, 2021). Futihatul Janah & Apriyadi Yusuf (2020), "Etika Komunikasi di Media Sosial Melalui Prinsip SMART (*Salam, Ma'ruf, dan Tabayyun*) Perspektif Al-Qur'an," *Jurnal Jawi*. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan tentang pencegahan informasi yang diterima di media sosial melalui langkah antisipatif yaitu prinsip etika berkomunikasi. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan analisis deskriptif. Hasil dan pembahasan penelitian ini adalah dalam bermedia sosial sejak dulu Islam telah memerintahkan etika berkomunikasi yakni dengan etika *Qaulan ma'rufan* (baik), *Qoulan kariman* (mulia), *Qaulan Maysuran* (ringan), *Qoulan balighan* (membekas di jiwa), *Qoulan layyinan* (lemah lembut), dan *Qoulan sadidan* (jujur). Penelitian ini menyimpulkan bahwa SMarT (*Salam, Ma'ruf, Tabayyun*) merupakan konsep yang dapat digunakan dalam bermedia sosial, tujuannya agar informasi yang didapat bukanlah informasi *hoax* yang keliru, isu sara yang mengganggu ketenangan umat beragama, atau bahkan menimbulkan kebencian yang melatarbelakangi adanya sikap-sikap intoleran diantara masyarakat (Janah & Yusuf, 2020). Prastyo, Budiman; Ashari, Muhammad Akmal; dan Marhan (2020), "Konsep *Tabayyun* menurut Buya Hamka dan Implementasinya pada Praktikum Kimia di Rumah (Studi Kasus Berita Hoaks Covid-19)," *Journal of Educational Chemistry*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui makna *tabayyun* dalam Al-Qur'an Surah al-Hujurat ayat 6 menurut Buya Hamka, kemudian untuk mengklarifikasi adanya berita hoaks yaitu diaplikasikan melalui praktikum kimia. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian studi pustaka. Hasil dan pembahasan penelitian ini adalah penelusuran terhadap penafsiran Hamka dan responnya sebagai sikap *tabayyun*, diperoleh dari tahapan aplikasi kimia, yakni: (1) Langkah penerimaan informasi; (2) Langkah pelaksanaan



praktikum; dan (3) Langkah respon dan evaluasi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa menurut Hamka makna *tabayyun* berdasarkan QS. al-Hujurat ayat 6 ialah melakukan penyidikan dengan waspada untuk menghasilkan informasi yang benar (Prastyo et al., 2020).

Hasil penelitian terdahulu dan penelitian sekarang terdapat kesamaan, yaitu membahas *tabayyun* terhadap berita *hoax*. Akan tetapi, terdapat perbedaan antara hasil penelitian terdahulu dan penelitian sekarang, yakni penelitian terdahulu membahas *tabayyun* terhadap berita *hoax* di media sosial serta adanya studi kasus lapangan, sedangkan penelitian sekarang membahas konsep *tabayyun* dalam menyikapi berita *hoax* di media sosial perspektif tafsir al-Azhar karya Buya Hamka melalui pendekatan sosial.

Kerangka berpikir perlu disusun untuk menjawab pertanyaan bagaimana *tabayyun* dalam menyikapi berita *hoax* di media sosial. *Tabayyun* yaitu suatu upaya dalam mencari kejelasan informasi melalui klarifikasi yang berarti informasi yang disampaikan jelas dari sumbernya, dengan begitu informasi yang tersampaikan terbukti adanya dan tidak ada kebohongan (Kamilah et al., 2018). Media sosial seperti whatsapp, facebook, instagram, twitter, dan yang lainnya merupakan tempat beredarnya *hoax* atau informasi palsu di media massa (Anwar, 2021). Informasi dalam ajaran Islam adalah bagian penting dari perilaku yang terikat pada diri setiap orang, sehingga semua persoalan yang bersangkutan dengan informasi harus dapat dipertanggungjawabkan, baik dihadapan Allah maupun dihadapan manusia (Utomo, 2020).

*Tabayyun* digunakan sebagai landasan teoritis dan operasional penelitian ini. Landasan teoritis berarti *tabayyun* digunakan sebagai pisau analisis dalam melakukan pembahasan. Dari segi bahasa kata *tabayyun* memiliki dua arti, yang pertama jika dipakai sebagai kata kerja intransitif maknanya menjadi jelas atau nyata dan yang kedua jika dipakai sebagai kata kerja transitif maknanya mencari kejelasan, mengamati-amati, dan tidak terburu-buru atau hati-hati (Umam, 2018). Di masyarakat yang tingkat literasinya rendah peredaran berita *hoax* sangat mudah sekali terjadi, mereka mudah menerima informasi tanpa melakukan pemeriksaan atau bahkan menyebarkan tanpa memikirkan kebenaran informasi yang diterimanya. Alhasil masyarakat terseret dalam kesimpangsiuran berita, sara dan provokasi (Maulana, 2017). Menanggapi persoalan tersebut, maka dirasa penting dan mendesak untuk diadakannya kajian yang lebih mendalam terkait fenomena penyebaran informasi palsu (*Hoax*) perspektif Al-Qur'an (Sa'dijah, 2019). Objek formal penelitian ini adalah tafsir al-Azhar karya Buya Hamka. Sedangkan objek material penelitian ini



ialah *tabayyun* dalam Al-Qur'an. Adapun konteks penelitian ini yaitu berita *hoax* di media sosial.

Permasalahan utama penelitian ini adalah terdapat konsep *tabayyun* dalam menyikapi berita *hoax* di media sosial perspektif tafsir Al-Azhar karya Buya Hamka. Rumusan masalah penelitian ini ialah bagaimana konsep *tabayyun* dalam menyikapi berita *hoax* di media sosial perspektif tafsir Al-Azhar karya Buya Hamka. Penelitian ini bertujuan untuk membahas konsep *tabayyun* dalam menyikapi berita *hoax* di media sosial perspektif tafsir Al-Azhar karya Buya Hamka. Secara teoritis, penelitian ini menjadi kajian awal untuk mengetahui konsep *tabayyun* dalam menyikapi berita *hoax* di media sosial perspektif tafsir al-Azhar karya Buya Hamka. Secara praktis, penelitian ini diharapkan menjadi petunjuk teknis untuk memahami konsep *tabayyun* dalam menyikapi berita *hoax* di media sosial perspektif tafsir al-Azhar karya Buya Hamka.

## Metode Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menerapkan metode deskriptif-analitis (UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2020). Jenis data penelitian ini merupakan data kualitatif yang mana bukan berupa data angka-angka (Darmalaksana, 2022). Sumber data penelitian ini meliputi sumber primer dan sumber data sekunder. Adapun sumber primer penelitian ini yaitu tentang konsep *tabayyun* dalam menyikapi berita *hoax* di media sosial perspektif tafsir Al-Azhar karya Buya Hamka. Sedangkan sumber data sekunder meliputi topik-topik yang relevan dengan pembahasan berdasarkan rujukan buku, artikel jurnal, dan rujukan lainnya. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi pustaka dalam bentuk penelitian kepustakaan (*library research*). Teknik analisis data ditempuh melalui tahapan interpretasi data (Darmalaksana, 2020).

## Hasil dan Pembahasan

### 1. Fenomena *Hoax* di Media Sosial

*Hoax* ialah berita palsu, yang berarti keotentisitasan beritanya tidak terbukti benar, tanpa data, dan tidak adanya fakta (Fensi, 2018). *Hoax* mempunyai pengertian sebagai suatu berita yang tidak benar dan tidak memiliki kejelasan yang dengan sengaja dipublikasikan untuk membuat kondisi semakin ricuh dan memunculkan keresahan (Widodo et al., 2019). *Hoax* ialah informasi buatan yang sengaja disembunyikan dari informasi aslinya. Dengan demikian kata *hoax* juga bisa dimaknai sebagai usaha memutar-balikan realitas dengan informasi yang seakan-akan meyakinkan tapi tidak benar adanya. *Hoax* yang disengaja memiliki tujuan agar



masyarakat merasa resah, tidak aman dan nyaman. *Hoax* diciptakan dengan sengaja untuk membohongi pembaca atau pendengarnya agar mempercayai sesuatu dan mengantarkan pemikiran mereka supaya menuruti kehendak si pembuat *hoax* (Hidaya et al., 2016). Menurut Mursalin Basyah yang dimaksud dengan *hoax* yaitu alat yang paling efektif untuk merusak setiap generasi manusia. Beliau mengatakan bahwa informasi *hoax* itu biasanya sering membuat kita terhipnosis untuk langsung percaya, padahal sejatinya kita sedang dikelabui untuk mempercayai informasi *hoax* tersebut. Kemudian menganggap enteng bahwa berita tersebut merupakan suatu fakta yang harus diketahui orang lain (Al Walidah, 2017). Dapat disimpulkan dari definisi diatas bahwa *hoax* merupakan upaya untuk mengelabui pembaca dan pendengarnya agar meyakini suatu berita, padahal pembuat berita bohong tersebut mengetahui bahwasannya berita yang ia buat itu merupakan suatu kebohongan (Rahadi, 2017).

Penyebaran *hoax* dapat dikriminalisasi melalui dua bentuk, yang berdasarkan peraturan dan perundang-undangan di Indonesia. Kriminalisasi yang pertama yaitu didasarkan pada Ayat 2 Pasal 14 UU No. 1 Tahun 1946 yang berbunyi: "Barang siapa menyiarkan kabar yang tidak pasti atau kabar yang berlebihan atau yang tidak lengkap, sedangkan ia mengerti setidak-tidaknya patut dapat menduga bahwa kabar demikian akan atau sudah dapat menerbitkan keonaran dikalangan rakyat, dihukum dengan hukuman penjara setinggi-tingginya dua tahun." Hal ini sejenis namun berbeda berlaku sebagai bentuk kedua kriminalisasi berita *hoax*. Berdasarkan Pasal 45A dalam UU No. 19 Tahun 2016 terdapat pernyataan: "Setiap Orang yang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah)" (Devina et al., 2020).

*Hoax* melalui tulisan, menariknya merupakan *hoax* yang paling banyak diterima (62.10%). Twitter, facebook, instagram, path adalah media sosial yang paling berpengaruh dalam menyebarkan *hoax*. Bisa dibayangkan lewat media sosial 92.40% *hoax* disebarkan. Aplikasi chatting seperti whatsapp, line, dan telegram adalah media yang tidak kalah fenomenal dalam penyebaran *hoax*. Aplikasi ini digunakan masyarakat kurang lebih 60.80% untuk menyebarkan *hoax* secara luas (Fensi, 2018). Hasil penelitian yang dilakukan secara online oleh mastel (masyarakat telematika Indonesia) dalam jangka waktu 28 Februari sampai 15 Maret 2019 bahwa berita mengenai Sosial Politik ialah isi berita *hoax* yang kerap



diterima dengan 93,2% responden yang berpendapat. *Hoax* yang menurun dari 88,6% menjadi 76,2% adalah *hoax* terkait isu sara. 61,7% adalah *hoax* pemerintahan, *hoax* bencana alam dari 10,3% menjadi 29,3% mengalami peningkatan, dan 24,4% adalah *hoax* berisi terkait info pekerjaan. Dominasi *hoax* yang baru ada dalam sebatas tulisan dan gambar ada pada tahun 2017. Akan tetapi, penelitian yang digali kali ini terkait perkembangan model yang diterima dari bentuk *hoax*. Respon terbanyak dari jawaban responden ialah 70,7% (tulisan), 66,3% (foto dengan caption) dan 69,2% (berita/foto/video lama) yang diposting ulang (Fauziyah, 2020). Di awal tahun 2020 banyak berita *hoax* yang sudah disebar, berdasarkan pendapat Jhonny G Plate dari Menkominfo, dari awal januari sampai februari 2020 sudah 54 berita *hoax* yang ditemukan, 54 berita *hoax* didapatkan dari "Cyber drone" dan disinformasi. Keonaran yang terjadi di masyarakat ditimbulkan dari berita *hoax* yang disebar tersebut. Pada tanggal 6 Mei 2019 satu kali dilakukan menyangkut kurma yang harus dicuci sampai bersih karena mengandung virus corona. Johnny G Plate (Menteri Komunikasi dan Informatika), saat menggelar jumpa pers di Kantor Kominfo, Jakarta, Senin (3/2/2020) mengungkapkan sementara 53 lainnya disebar pada 23 Januari hingga hari ini (Hermawan, 2021). Sejak Agustus 2018 sampai Februari 2019 terdapat 771 berita *hoax* yang telah berhasil diidentifikasi sepanjang tujuh bulan, hasil temuan tersebut dirilis oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo). Jumlah konten *hoax* yang beredar di media sosial dalam temuan ini disebutkan secara signifikan mengalami peningkatan dari waktu ke waktu. 25 konten *hoax* teridentifikasi pada Agustus 2018, mengalami peningkatan menjadi 53 konten *hoax* pada Oktober 2018, dan ada 63 konten *hoax* pada November 2018, hingga akhir tahun ada sekitar 75 konten *hoax* yang teridentifikasi oleh Kemenkominfo pada Desember 2018. Rentang Januari-Februari 2019 penyebaran konten *hoax* mengalami peningkatan yang signifikan, teridentifikasi oleh Tim AIS Kemenkominfo setidaknya ada 353 konten *hoax* yang tersebar (Febriansyah & Muksin, 2020).

## 2. Penafsiran Ayat-ayat Tabayyun menurut Buya Hamka

*Tabayyun* berasal dari fiil madhi yaitu *tabayyana* yang berakar dari kata (jelas). Kata *tabayyana* mengikuti pada kaidah shorof dengan wazan تفاعل (tafa'ala) sedangkan *tabayyun* merupakan bentuk masdar dari *tabayyana* tersebut. Salah satu faedah dari wazan tafa'ala yaitu membebani sehingga *tabayyun* disitu yang awalnya jelas menjadi mencari kejelasan (Rafsanjani, 2018). Secara etimologi *tabayyun* memiliki makna mencari kejelasan tentang sesuatu, sehingga berjumpalah antara kejelasan dan kebenaran terhadap suatu keadaan. Sedangkan secara terminologi memiliki arti yaitu



menyelidiki dan memilah sebuah berita, tidak adanya terburu-buru dalam memutuskan persoalan baik dalam kebijakan, hal hukum, dan lain sebagainya sehingga persoalannya menjadi jelas dan sesuai dengan bukti yang konkret (Roijah, 2020). *Tabayyun* dapat berarti juga sebagai suatu observasi atau penyidikan, yaitu rasa keingintahuan seseorang terhadap suatu persoalan dengan menelaah, mengamati secara akurat sehingga memperoleh jawaban yang valid (Laily, 2022). Dalam Islam *tabayyun* juga memiliki padanan kata atau sinonim yaitu *tsubut* dan *intidhar*, *tsubut* berasal dari kata *tsabata* yang artinya kekal setabil, mengetahui dengan baik-baik, menguatkan dengan bukti, kata *tsabata* dalam Al-Qur'an terulang sebanyak 17 kali dengan berbagai bentuk. Sedangkan *intidhar* berasal dari kata *nadhara* yang berarti melihat, memandang, mempertimbangkan, memikirkan, merenungkan, kata *nadhara* dalam Al-Qur'an terulang sebanyak 30 kali dengan berbagai bentuknya (Fauziyah, 2020). Dari definisi di atas dapat diambil kesimpulan bahwasannya *tabayyun* berarti melakukan klarifikasi lebih jauh terkait kebenaran suatu informasi (Roijah, 2020).

Berdasarkan data yang diperoleh dari kitab al-Mu'jam al-Mufahras Lil alfadz alqur'an al-Karim dan aplikasi Al-Qur'an (Tafsir & Per Kata) diketahui bahwasannya kata *بين* mempunyai bentuk turunan kata, yaitu *بين* yang disebutkan sebanyak 17 kali dalam Al-Qur'an, yaitu: Surah al-Baqarah ayat 109; Surah al-Baqarah ayat 187; Surah al-Baqarah ayat 256; Surah al-Baqarah ayat 259; Surah an-Nisa ayat 94; Surah an-Nisa ayat 115; Surah al-Anfal ayat 6; Surah at-Taubah ayat 43; Surah at-Taubah ayat 113; Surah at-Taubah ayat 114; Surah Ibrahim ayat 45; Surah al-Ankabut ayat 38; Surah Saba ayat 14; Surah Fushilat ayat 53; Surah Muhammad ayat 25; Surah Muhammad ayat 32; dan Surah al-Hujurat ayat 6.

Adapun penelitian ini akan memfokuskan kajian pada ayat-ayat *tabayyun* yang berhubungan dengan *hoax*, yaitu: Surah An-Nisa ayat 94 dan Surah al-Hujurat ayat 6.

Terdapat dua ayat Al-Qur'an tentang *tabayyun* yang berhubungan dengan *hoax*. Adapun dibawah ini adalah penafsiran Buya Hamka dalam Tafsir al-Azhar mengenai ayat-ayat tentang *tabayyun*. Pertama, Surah an-Nisa: 94. Dalam tafsir al-Azhar Buya Hamka menafsirkan surah an-Nisa ayat 94 bahwasannya ayat ini menjelaskan larangan untuk tidak gegabah, tidak tergesa-gesa oleh nafsu, tidak terkendali. Melainkan seyogianya teliti dan berhati-hati. Ayat ini juga berkenaan dengan larangan kaum muslim yang pergi berperang membunuh seseorang yang mengucapkan salam hanya karena orang tersebut belum hijrah ke dalam masyarakat Islam karena bisa jadi ia bermaksud meminta damai, dan larangan untuk tidak terburu-buru membunuh seseorang yang telah mengucapkan salam



kemudian menuduhnya belum Islam, karena mengharapkan dengan sebab kematiannya itu hendak merampas harta bendanya. Serta larangan menuduh orang yang memberi salam tersebut hanya dimulut saja sedang hatinya tidak, sebab tidak ada yang dapat mengetahui hati seseorang. Maka di dalam ayat ini dua kali diulang untuk menyuruh menyelidiki: *Fa Tabayyanu!* Dengan ini pula dapat dipahamkan betapa pentingnya "Badan Penyelidik" (Amrullah, 1990a).

Kedua, Surah al-Hujurat: 6. Dalam tafsir al-Azhar Buya Hamka menafsirkan surah al-Hujurat ayat 6 bahwasannya ayat ini jelas sekali, memberikan larangan yang sekeras-kerasnya cepat percaya kepada berita yang dibawa oleh seorang yang fasik, memfitnah seseorang atau suatu kaum. Janganlah perkara tersebut langsung saja diiyakan atau ditidakkan, melainkan ditelusuri terlebih dahulu dengan saksama benar atau tidaknya. Jangan sampai karena terburu-buru menjatuhkan keputusan yang buruk atas suatu perkara, sehingga orang yang diberitakan mendapat hukuman, padahal perkara yang diberitakan orang itu tidak salah sama sekali. Oleh sebab itu, turunnya ayat ini bersangkut paut dengan berita yang dibawa oleh al-Walid bin Uqbah bin Abu Mu'ith karena ia tidak berhasil memungut zakat dari Bani Musthaliq lantas ia berbohong dengan mengatakan bahwa Bani Musthaliq itu telah murtad dari Islam yang disampaikan kepada Rasulullah. Akan tetapi Rasulullah tidak langsung menerima berita tersebut, melainkan mengutus Khalid bin al-Walid untuk datang ke negeri tempat Bani Musthaliq tinggal. Setelah diselidiki lebih dalam ternyata berita yang dibawa oleh al-Walid bin Uqbah bin Abu Mu'ith tidaklah benar. Maka dengan ayat yang tengah kita tafsirkan ini, Agama Islam telah memberikan pedoman yang jelas bagi kita yang beragama Islam. Bahwasannya janganlah terburu-buru menerima berita yang dibawa orang. Telusuri terlebih dahulu dengan saksama. Kabar berita sejenis itu tidak sedikit yang membahayakan bagi orang yang tidak bersalah (Amrullah, 1990b).

### **3. Relevansi Konsep Tabayyun menurut Hamka dalam menyikapi Berita Hoax di Media Sosial**

Berdasarkan data tentang definisi *tabayyun*, ayat Al-Qur'an terkait *tabayyun* dan penafsiran Hamka dalam kitab tafsir Al-Azhar terhadap ayat-ayat *tabayyun*, definisi *hoax*, hukum tentang berita *hoax* di Indonesia, kasus berita *hoax* Indonesia. Peneliti menemukan suatu konsep utama mengenai *tabayyun* dalam Al-Qur'an berdasarkan penafsiran Buya Hamka dalam tafsir Al-Azhar dan hubungannya dalam menyikapi berita *hoax* di media sosial.

Pertama, *Tabayyun* dalam berprasangka. Konteks *tabayyun* dari surah an-Nisa ayat 94 yaitu *tabayyun* dalam berprasangka meskipun pada ayat ini



tidak ada konteks yang menjelaskan tentang prasangka akan tetapi penulis mengambil pelajaran secara umum bahwa pada ayat ini kita tidak boleh tergesa-gesa dalam berprasangka patut diteliti terlebih dahulu. Prasangka sosial sering terjadi di media sosial terutama di instagram. Melalui sesuatu yang diposting di media sosial seseorang yang awalnya tidak saling mengenal bisa memberikan penilaian terhadap orang lain berdasarkan sesuatu yang ia lihat dari postingan tersebut (Fitria, 2019). Untuk mencari informasi, prasangka memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kecenderungan menggunakan media sosial terutama informasi dengan konten SARA. Ketika seseorang cenderung menggunakan media sosial untuk mencari informasi SARA dengan frekuensi pencarian informasi rendah, maka orang tersebut semakin mempunyai prasangka negatif dan setuju dengan informasi SARA, serta orang itu cenderung menunjukkan pola diskriminasi. Kebalikannya, semakin seseorang mempunyai frekuensi yang tinggi dalam pencarian informasi di media sosial, maka semakin orang itu menolak informasi negatif, khususnya informasi dengan konten SARA. Seseorang tersebut lebih cenderung pada pesan kesetaraan atau egaliter (Mardhiah & Lutfi, 2019).

Dengan demikian, upaya yang bisa dilakukan dalam menyikapi berita *hoax* di media sosial yaitu dengan cara ber-*tabayyun* dalam berprasangka. Artinya setiap informasi yang kita terima tidak langsung di terima dengan prasangka baik atau buruk melainkan diteliti terlebih dahulu apakah kebenaran beritanya itu nyata adanya atau tidak.

Kedua, *Tabayyun* dalam menerima informasi. Konteks *tabayyun* dari surah al-Hujurat ayat 6 yaitu *tabayyun* dalam menerima informasi. Belakangan ini di media sosial berita *hoax* merupakan suatu fenomena yang marak terjadi, pengaruh yang ditimbulkan dari kemudahan akses teknologi yang ada. Informasi bisa disebut dengan bohong apabila tidak jelas kebenaran dan sumbernya, kemudian diedarkan melalui media sosial atau pun media *chatting* tanpa kejelasan dan tanpa bisa melakukan penjelasan (Munawarah, 2021). *Hoax* menjadi asal muasal dari penyebab timbulnya banyak permusuhan, pertikaian dan saling membenci antar kubu baik kelompok maupun partai. Informasi yang mereka peroleh tidak diselidiki dari sumbernya, mereka langsung meyakini dan di sebarluaskan. Berita *hoax* yang ada di media sosial umumnya berupa informasi yang tidak berimbang, tidak terkonfirmasi, dan cenderung menyudutkan pihak tertentu yang sebetulnya tidak memberikan informasi kepada masyarakat, melainkan untuk meningkatkan jumlah *followers*, *like*, dan pengunjung dalam akun atau situs tertentu. Berita yang biasanya dipublikasikan berisikan fanatisme atas nama ideologi, judul, pengantarnya provokatif, memberikan hukuman dan menyembunyikan kebenaran serta bukti.



Konten *hoax* tersebut seringkali menggunakan huruf kapital dan tebal, banyak tanda seru, serta asal muasal informasi tidak ada sumbernya (Sophia, 2021). Seyogianya kita sebagai umat muslim tidak boleh terburu-buru dalam menerima suatu berita, yang mana di zaman sekarang seringkali dinamakan isu-isu konon, gosip, atau fitnah yang dibuat-buat, sehingga masyarakat menjadi rusuh, kabar berita seperti itu kadang kala tidak menentu sumbernya dan kebanyakan orang cepat menerima dengan tidak berpikir jauh atas kebenaran suatu berita (Amrullah, 1990b). Dengan demikian, upaya yang bisa dilakukan dalam menyikapi berita *hoax* di media sosial yaitu dengan cara ber-*tabayyun* dalam menerima informasi. Artinya informasi yang kita dapat/temukan tidak langsung kita terima. Akan tetapi dicari tahu terlebih dahulu kejelasan dari mana berita tersebut berasal.

Maka dapat dipahami bahwasannya dengan kita ber-*tabayyun* terhadap berita *hoax* di media sosial baik itu *tabayyun* dalam berprasangka maupun *tabayyun* dalam menerima informasi akan mengurangi penyebaran berita *hoax* di masyarakat yang masalah utamanya disebabkan karena tidak adanya *tabayyun* atau ketelitian dalam menerima serta mencari informasi.

### **Kesimpulan**

*Hoax* merupakan informasi yang sengaja dibuat untuk disebarluaskan kepada masyarakat tanpa disertai adanya fakta yang akurat dengan tujuan memenuhi kepentingan pribadi. *Tabayyun* berarti hendak mencari kejelasan dari suatu informasi yang dicari atau diterima sehingga jelas dari mana informasi itu berasal. Kata *tabayyun* dalam Al-Qur'an yang berhubungan dengan *hoax* ditemukan pada dua surah yaitu an-Nisa ayat 94 dan al-Hujurat ayat 6. Dengan menanamkan sikap *tabayyun* dalam mencari informasi dapat menjadi upaya untuk menyaring mana saja berita yang *hoax* dan yang benar. Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat sebagai kajian awal dalam memahami konsep *tabayyun* dalam menyikapi berita *hoax* di media sosial perspektif tafsir Al-Azhar. Serta diharapkan pula penelitian ini bisa memberikan dampak terhadap berkurangnya sikap masyarakat dalam mengkonsumsi berita *hoax* di media sosial. Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya ditinjau dari ilmu tafsir sedangkan untuk ilmu sosialnya masih kurang kajian lebih mendalam, serta penelitian ini hanya mengkaji upaya dalam menyikapi berita *hoax* yang beredar di media sosial. Penelitian ini merekomendasikan agar dilakukan penelitian dengan tinjauan ilmu sosial yang lebih lengkap serta upaya untuk mengatasi penyebaran berita *hoax* di media sosial.



### Daftar Pustaka

- Al Walidah, I. (2017). Tabayyun di Era Generasi Millennial. *Jurnal Living Hadis*, 2(2), 317–344. <https://doi.org/10.14421/livinghadis.2017.1359>
- Amrullah, A. M. K. (1990a). *Tafsir Al-Azhar Jilid 2*. Pustaka Nasional PTE LTD Singapura.
- Amrullah, A. M. K. (1990b). *Tafsir Al-Azhar Jilid 9*. Pustaka Nasional PTE LTD Singapura.
- Anwar, R. N. (2021). Penyuluhan Urgensi Tabayun dalam Menanggulangi Penyebaran Hoax di Media Sosial Pada Masa Covid-19. *Prosiding Penelitian Pendidikan Dan Pengabdian*, 1(1), 1024–1030.
- Darmalaksana, W. (2020). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka dan Studi Lapangan. *Pre-Print Digital Library UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, 1–6.
- Darmalaksana, W. (2022). Panduan Penulisan Skripsi dan Tugas Akhir. In *Fakultas Ushuluddin UIN Sunan Gunung Djati Bandung*.
- Devina, C. B., Iswari, D. C., Goni, G. C. B., & Lirungan, D. K. (2020). Hukum Kriminalisasi Penyebaran Berita Hoax dalam Tinjauan: Refleksi atas Hoax Covid-19 dan Penolakan Omnibus Law. *Al-Qisthu: Jurnal Kajian Ilmu-Ilmu Hukum*, 18(2), 43–53. <https://doi.org/10.32694/010960>
- Ermawati, E., & Sirajuddin, S. (2019). Berita Hoax Dalam Perspektif Al-Qur'an. *TAJDID: Jurnal Ilmu Ushuluddin*, 17(1), 27–50. <https://doi.org/10.30631/tjd.v17i1.66>
- Fauziyah, U. (2020). Tabayyun Dan Hukumnya Sebagai Penanggulangan Berita Hoax Di Era Digital Dalam Perspektif Fiqih. *Al Yasini: Jurnal Hasil Kajian Dan Penelitian Bidang Keislaman Dan Pendidikan*, 5(1), 114–125. <https://mastel.id/press-release-survey-wabah-hoax-nasional-2019/>,
- Febriansyah, F., & Muksin, N. N. (2020). Fenomena Media Sosial: Antara Hoaks, Destruksi Demokrasi, dan Ancaman Disintegrasi Bangsa. *Sebatik*, 24(2), 193–200. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v24i2.1091>
- Fensi, F. (2018). Fenomena Hoax: Tantangan terhadap Idealisme Media & Etika Bermedia. *Bricolage : Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 4(02), 133–209. <https://doi.org/10.30813/bricolage.v4i02.1657>
- Fitria, N. (2019). Instagram : Media Dalam Berprasangka. *Advice: Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, 1(1), 53–61. <https://doi.org/10.32585/advice.v1i1.290>
- Hermawan, M. A. C. (2021). Analisis Penegakan Hukum Pidana Terhadap Penyebaran Berita Hoax Covid-19 Melalui Media Sosial. *Jurnal Ilmu Administrasi Dan Manajemen*, 4(1), 19–31.
- Hidaya, N., Qalby, N., Alaydrus, S., Darmayanti, A., & Salsabila, A. (2016).



- Pengaruh Media Sosial terhadap Penyebaran Hoax oleh Digital Native. *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia*, 1(1), 140–157.
- Janah, F., & Yusuf, A. (2020). Etika Komunikasi di Media Sosial Melalui Prinsip SMART (Salam, Ma'ruf, dan Tabayyun) Perspektif Al-Quran. *Jawi*, 3(2), 101–118.  
<http://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/jawiDOI:http://dx.doi.org/10.24042/jw.v3i2.8068>
- Kamilah, S. S., Ulfa, N. L., Robbina, M. R., W, A. E. S. A., & Afandi, M. I. (2018). Tabayyun dengan Analisis Real. *Prosiding Konferensi Integrasi Interkoneksi Islam Dan Sains*, 1(September), 185–188.
- Laily, L. N. (2022). *Tabayyun dalam Al-Qur'an: Studi Kitab Tafsir Turjuman Al-Mustafid Karya Syekh Abdul Rauf Al-Sinkili*. UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Mardhiah, D. R., & Lutfi, I. (2019). Trust, Literasi Media, Kepribadian Hexaco dan Husnudzon Terhadap Kecenderungan Menggunakan Media Sosial. *TAZKIYA: Journal of Psychology*, 7(2), 200–218.  
<https://doi.org/10.15408/tazkiya.v7i2.13479>
- Maulana, L. (2017). Kitab Suci dan Hoax: Pandangan Al-Quran dalam Menyikapi Berita Bohong. *Wawasan: Jurnal Ilmiah Agama Dan Sosial Budaya*, 2(2), 209–222. <https://doi.org/10.15575/jw.v2i2.1678>
- Mujib, A. (2018). Pesan Al-Quran dalam Menyikapi Berita Hoax: Perspektif Dakwah di Era New Media. *Jurnal Komunikasi Islam*, 7(1), 42–65. <https://doi.org/10.15642/jki.2017.7.1.42-65>
- Munawarah. (2021). Revitalisasi Prinsip Tabayyun dan Qaula Sadida dalam Mewujudkan Harmoni Berkomunikasi. *Syams : Jurnal Studi Keislaman*, 2(2), 35–48.
- Prastyo, B., Ashari, M. A., & Marhan, M. (2020). Konsep Tabayyun menurut Buya HAMKA dan Implementasinya pada Praktikum Kimia di Rumah (Studi Kasus Berita Hoaks COVID-19). *Journal of Educational Chemistry (JEC)*, 2(2), 83. <https://doi.org/10.21580/jec.2020.2.2.6321>
- Rafsanjani, B. (2018). *Sikap Tabayyun dalam Al-Qur'an Menurut Mufassir dan Kontekstualisasi Pada Problematika Pemberitaan Media Sosial*. UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Rahadi, D. R. (2017). Perilaku Pengguna Dan Informasi Hoax Di Media Sosial. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 5(1), 58–70.  
<https://doi.org/10.26905/jmdk.v5i1.1342>
- Roijah, S. (2020). *Tabayyun Terhadap Berita Ditinjau Dari Al-Qur'an dan Kode Etik Jurnalistik (Studi atas Surat Al Hujurat Ayat 6 dalam Tafsir Al-Misbah, Tafsir Al-Azhar dan Tafsir An-Nur)*. Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.



- Sa'dijah, C. (2019). *Respon Al-Quran dalam Menyikapi Berita Hoax*. 2(2), 181–196. <https://doi.org/10.33511/alfanar.v2n2.181-196>
- Sapei, A. (2021). *Tabayyun Terhadap Informasi di Media Sosial Menurut Al-Qur'an*. UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Sophia, A. V. (2021). Pendidikan Islam dan Upaya Menangkal Hoax di Seputar Pandemi Covid-19. *Bestari: Jurnal Studi Pendidikan Islam*, 18(2), 111–124.
- UIN Sunan Gunung Djati Bandung. (2020). Pedoman Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi. In *UIN Sunan Gunung Djati Bandung*.
- Umam, A. K. (2018). *Tabayyun dalam Perspektif Al-Qur'an dan Urgensinya Terhadap Informasi di Media Sosial*. IAIN Kudus.
- Utomo, T. P. (2020). Literasi Informasi Di Era Digital Dalam Perspektif Ajaran Islam. *Buletin Perpustakaan*, 3(1), 61–82.
- Wahid, A. (2017). Hoax dalam Perspektif Islam. *SYAIKHUNA: Jurnal Pendidikan Dan Pranata Islam*, 8(2), 190–197.
- Widodo, W., Budoyo, S., Pratama, T. G. W., & Soeprijanto, T. (2019). Hoax Di Indonesia : Suatu Kajian. *Jurnal Meta-Yuridis*, 2(1), 69–78.