FABRIKASI FITNAH DAN GERAKAN DAKWAH PEMUDA: PENGUATAN LITERASI MEDIA DAN PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL PADA ORGANISASI KEPEMUDAAN MASJID FORSAM KLATEN SELATAN

SLANDER FABRICATION AND RELIGIOUS MOVEMENT: STRENGTHENING MEDIA LITERATION AND SOCIAL MEDIA MANAGEMENT IN THE MOSQUE-YOUTH ORGANIZATION IN KLATEN

[1)]Wibowo Heru Prasetiyo, [2)] Sri Gunarsi
[1,2)]Program Studi Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Muhamamdiyah Surakarta
Jalan A. Yani, Pabelan, Kartasura, Pabelan, Kartasura, Surakarta, Central Java, 57162, Indonesia,
*whp823@ums.ac.id

ABSTRAK

Di era globalisasi, bekal literasi media menjadi hal yang harus dimiliki oleh generasi muda, terlebih bagi gerakan dakwah yang saat ini semakin beragam. Diferensiasi metode dakwah yang diambil seringkali menunjukkan persaingan diantara kelompok dakwah untuk menunjukkan seberapa efektif kinerja dakwah yang sedang dilakukan dalam upaya memperluas pengaruh dan menambah jumlah anggota. Sisi persaingan yang didominasi oleh penggunaan kemajuan teknologi menjadi tidak dapat diabaikan mengingat kalangan pemuda tidak dapat dipisahkan dari gadget dan media sosial sebagai saluran informasi dan komunikasi. Dibalik pesatnya arus dakwah saat ini, terlihat adanya dampak buruk yaitu fenomena fabrikasi fitnah di media sosial yang kurang optimal dicegah sehingga kontraproduktif dengan potensi yang dimiliki oleh kelompok dakwah dan generasi muda itu sendiri. Oleh sebab itu, pembekalan kepada pegiat dakwah di kalangan remaja masjid mengambil fokus pada upaya pemberian literasi khususnya media sosial dan dampaknya bagi kehidupan. Studi ini menghasilkan gambaran bahwa organisasi FORSAM (Forum Silaturaim Antar Masjid) di Klaten Selatan sebagai organisasi kepemudaan baru yang tidak jauh dari internet dan media sosial. Mereka mengikuti perkembangan di dunia maya dan mendapati beberapa fenomena fabrikasi fitnah berupa hoax, ujaran kebencian, dan SARA. Pemberian literasi media kepada gerakan dakwah pemuda menunjukkan adanya kemampuan mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan bagi optimalisasi kerja mereka terutama dalam memetakan objek dakwah dan menyediakan komunitas. Kontribusi dari studi ini diantaranya adalah memberi sumbangan bagi diskursus pergerakan dakwah di kalangan pemuda dengan memanfaatkan media sosial berikut fenomena di dalamnya.

***Kata Kunci**: Kepemudaan, masjid, literasi, media sosial, FORSAM*

ABSTRACT

In recently years, an ability of media literacy is needed by youth generation, especially for religious movement (dakwah) which is increasingly diverse. The differentiation of da'wah methods shows that competition among da'wah groups depends on effectively da'wah performance. As an effort to expand influence and increase the number of member, they should to use new approach which is dominated by using gadgets and social media as a tool for getting information and communication. In contrast, there is a negative impact of social media which is distribustion of slander. To overcome the problem, FORSAM (Forum Remaja Masjid/Mosque-Youth Organization) attempted to protect their members by trying them with media literacy and social media management. This study evaluates about the protecting effort through demonstrating of media literacy' members. In addition, this study contributes to the discourse of the missionary movement among youth by utilizing social media and the phenomena in it.

PENDAHULUAN

Di era modern, semua organisasi baik formal maupun nonformal memperoleh kemudahan sekaligus tantangan dalam menjalankan visi dan misinya agar relevan dengan perkembangan teknologi dan informasi (IT). Bahkan, komunitas-komunitas besar yang saat ini menjadi penggerak berbagai kegiatan dan gerakan sosial di seluruh dunia saling berkoordinasi, menyebarkan pengaruhnya secara masif, dan menunjukkan eksistensinya di bidang IT terutama lewat media sosial. Hal tersebut telah diramalkan oleh para pakar komunikasi seperti Alvin Toffler, Marshal McLuhan, dan Daniel Bell, yang mengidentifikasi abad ini sebagai eranya komunikasi dan informasi (Di Maggio dkk, 2001) karena media akan memegang peran besar dalam menggerakkan perubahanperubahan pada segi apapun. McLuhan (1994) memberi istilah "*global village*" sebagai gambaran atas dunia sebagai tempat tinggal yang semakin sempit karena masyarakatnya sudah terhubung satu sama lain melalui teknologi komunikasi. Dari rumah kita sendiri, perubahan itu mulai terasa manakala mengecek SMS, telepon, percakapan di media sosial, dan berita *online* menjadi aktivitas rutin yang selalu kita lakukan selepas bangun tidur. Hal ini menunjukkan bahwa kontak dengan media bagi masyarakat dewasa ini kian tak terhindarkan.

Gerakan dakwah berupaya mengambil porsi memanfaatkan teknologi guna mencapai tujuannya, baik menambah jumlah anggota maupun memperluas *syiar keislaman*. Saat ini, beragaman gerakan dakwah justru dikelola oleh anak-anak muda yang dekat dengan perkembangan teknologi internet. Media dakwah yang dipergunakan kian beragam, tidak lagi dibatasi oleh ceramah di masjid atau mushola, tetapi sebaran kajian-kajian keagamaan juga didistribusikan melalui aplikasi media sosial seperti *Facebook, Twitter, Instagram, Youtube* dan *WhatsApp*. Diantara gerakan dakwah tersebut tidak jarang terjadi kompetisi diantara mereka meskipun tidak menjurus kepada saling menegasikan satu sama lain. Hal ini dapat dilihat dari fokus dakwah dan pendekatan yang dilakukan setiap kelompok bisa berbeda-beda. Diferensiasi yang dilakukan merupakan bagian dari upaya mengoptimalkan potensi sumber daya dalam gerakan dakwah tersebut untuk bisa diterima oleh masyarakat. Ada gerakan dakwah yang fokus pada konten-konten keislaman seperti berhijrah, wirausaha, gerakan anti riba, hingga ajakan untuk menyiapkan pernikahan dan menghindari pacaran, sampai bahasan tentang isu-isu politik. Forsam (Forum silaturahim antarmasjid) merupakan organisasi kepemudaan di Klaten Selatan, menjadi salah satu gerakan dakwah pemuda yang fokus pada upaya mengajak kelompok usia 15 sampai 25 tahun untuk kembali memakmurkan masjid.

Forsam didirikan dengan harapan dapat menjadi wadah silaturahim, pendidikan kepemudaan, sekaligus berekspresi. Semua anggota Forsam adalah warga Muhammadiyah yang memang memiliki pengaruh yang kuat di wilayah Klaten Selatan sehingga tidak sedikit diantara anggotanya juga tergabung dalam sayap organisasi kepemudaan Muhammadiyah. Keanggotaan Forsam yang mewakili wajah generasi muslim di tempatnya juga ditunjukkan dengan begitu lekatnya mereka dengan penggunaan media sosial sebagaimana remaja pada usianya. Setiap anggota Forsam telah memiliki gawai atau *smartphone* yang setiap harinya digunakan untuk mengakses beragam konten internet dan saling berinteraksi melalui *Whatsapp, Telegram, Facebook, Line* dan sebagainya.

Tantangan bagi Forsam dalam menjalankan organisasi kepemudaan dapat dibagi menjadi dua sisi. *Pertama*, kurangnya efektivitas dan efisiensi dalam hal pengelolaan media sosial sebagai media sosialisasi sekaligus kaderisasi. Kurangnya

efektivitas dapat dilihat dari mayoritas pemuda telah terhubung melalui media sosial dan di wilayah Gayamprit juga banyak sekolah-sekolah Muhammadiyah, namun nyatanya tidak mudah dalam memperoleh anggota baru. Efisiensi kegiatan dakwah kepada pemuda juga masih menjadi permasalahan sebab organisasi-organisasi kemuhammadiyahan lain masih menjadikan pemuda sebagai objek dakwah yang belum digarap dengan optimal. Program-program dakwah yang dihadirkan kepada masyarakat kurang memperhatikan kebutuhan dan pendekatan yang disesuaikan dengan karakteristik pemuda zaman sekarang. Sosialisasi kepada para pemuda tidak cukup efektif jika hanya mendatangi mereka berdasarkan posisi realitasnya, tetapi harus didekati dengan datang ke objek virtual yaitu di berbagai media sosial seperti Facebook, YouTube, Instagram, Twitter, dan sebagainya.

Kedua, dalam konteks tantangan penggunaan media sosial yang kian bebas, maka perlu kiranya dikembangkan pemahaman bagi semua anggota Forsam tentang ragam media sosial, dampak, dan regulasi pemerintah. Hal ini guna memberikan bekal literasi yang penting dalam menghadang penyebaran berita bohong sekaligus mengupayaan pengelolaan media sosial bagi organisasi Forsam. Hal ini sangat diperlukan mengingat anggota Forsam diisi oleh golongan usia muda yang banyak berinteraksi dengan internet di mana mereka juga memperoleh informasi. Ancaman yang muncul yaitu kerentanan mereka untuk memperoleh dan memanfaatkan informasi yang keliru sehingga bukan hanya akan merugikan secara personal, melainkan juga berdampak bagi gerakan dakwah yang dilakukan oleh Forsam. Riset ini berupaya untuk menggali kesiapan Forsam dalam memanfaatkan teknologi media sosial bagi gerakan dakwah sekaligus menjadi bahan diskursus untuk melihat tantangan dakwah kepemudaan di Klaten Selatan.

KAJIAN LITELATUR

Masyarakat di era digital menjadikan kecanggihan IT dalam bentuk *smartphone* sebagai kebutuhan pokok. Media komunikasi ini sedemikian kuatnya mampu menarik seseorang untuk terus terhubung dengan dunia global. Gawai tersebut telah mempercepat arus globalisasi sehingga setiap orang dapat menembus sekat-sekat teritorial pada waktu sepersekian detik. Seseorang di satu benua bisa saling bertukar informasi dengan orang dari benua lainnya di saat bersamaan. Sayangnya, media bukan lagi sumber informasi yang memberi kita pilihan namun kadang sampai dianggap sebagai kebenaran itu sendiri. Konten-konten informasi yang berkembang berbeda dengan kondisi beberapa dekade lalu. Saat ini, proses pemberitaan bisa disebar tanpa melalui proses redaksional. Hal inilah yang terjadi pada sumber informasi di media sosial sehingga banyak bertebaran berita bohong (*fake news*) berisi ujaran kebencian (*hate speech*) dan fitnah yang kemudian lebih dikenal sebagai *hoax.*

Fenomena fabrikasi fitnah di media sosial yang terdistribusi secara masif menjadi bencana bagi pengguna internet, terutama bagi generasi muda. Data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika sebagaimana dimuat Republika (2017), menyebut sebanyak 800 ribu situs di Indonesia difungsikan untuk membuat dan menyebarkan konten *hoax* ke tengah-tengah masyarakat. Hal tersebut tentu sangat berbahaya mengingat jumlah pengguna internet di Indonesia termasuk paling besar di dunia. Hasil riset Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyatakan bahwa 80% dari pengguna internet di Indonesia yang berusia di bawah 30 tahun mencapai 47,6% dan 69%-nya merupakan kelompok pelajar. Mayoritas kelompok ini mengakses internet menggunakan perangkat ponsel atau *smartphone*. Survei perilaku pengguna internet tersebut juga menjelaskan bahwa keamanan berinternet bagi anak hanya 22,9% yang mengatakan aman, sedangkan 76,4 berisi konten informasi yang beresiko bagi keamanan anak. Pemerintah memberi respon dengan mengeluarkan

Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) dengan tujuan salah satunya memberi batasan sekaligus menjerat para penyebar *hoax* di media sosial. Namun, pemberlakuan UU ITE ini juga mengancam kelompok usia muda yang rentan dengan penyebaran *hoax*, pornografi, berita judi *online*, *hacker*, dan lainnya.

Upaya untuk menghindari *hoax* dapat dilakukan dengan meningkatkan kemampuan literasi media. Masyarakat dengan tingkat kemelekan baca yang rendah dianggap sebagai ladang subur bagi *hoax* (Nugraha, 2018). Seseorang yang memiliki literasi media yang baik, akan mampu memahami, menganalisis, mengevaluasi, bahkan memproduksi informasi baru sehingga tidak terbatas hanya mampu menerima dan mengakses informasi yang tersedia. Literasi media ini terbagi ke dalam beberapa kemampuan, diantaranya *individual competence*, yaitu kemampuan untuk menerapkan keterampilan dalam penggunaan media (*use skills*), diantaranya memperoleh, menggunakan, menganalisis, dan mengkomunikasikan pesan melalui media. Kemampuan ini berkaitan pula dengan kemampuan melakukan studi kritis terhadap konten berita yang diperoleh (*do critical thingking*). Kemampuan kedua ialah *social competence*, yaitu seseorang dapat memanfaatkan informasi yang diperoleh dalam menjalin relasi dengan orang lain (Lutvia, 2011).

Selanjutnya, kajian tentang literasi juga diperluas dengan kategorisasi kemampuan literasi seseorang. Menurut European Comission Directorate General Information Society and Media (2009), kemampuan literasi dibagi ke dalam tiga kelas. *Pertama*, yaitu kelas *basic*, di mana seseorang pada kelas ini memiliki keterbatasan dalam operasionalisasi media, serta keterbatasan kemampuan menganalisa konten dan mengkomunikasikan pesan kepada orang lain. *Kedua*, mereka yang berada pada kelas *medium*, yaitu memiliki kemampuan operasionalisasi media cukup tinggi, dengan analisis terhadap informasi cukup bagus bahkan aktif dalam memproduksi konten untuk disebar kepada publik. Kelas terakhir ditempati oleh kelompok *advance*, yaitu orang-orang yang memiliki kemampuan operasionalisasi media sangat baik, mampu melalukan analisis konten media secara mendalam dan komprehensif, serta sangat aktif dalam berkomunikasi melalui media.

Kemampuan literasi media harus diberikan, terutama pada gerakan dakwah pemuda supaya tidak hanya menghindari kerugian akibat menyebarkan *hoax* yang dapat menurunkanreputasi mereka, tetapi juga bagian dari dakwah. Dengan pemberian bekal literasi media, diharapkan anggota Forsam dapat membedakan berita *hoax* menurut ciri-ciri umum, diantaranya 1) berita *hoax* disebar dengan sumber *webbsite* yang tidak jelas dan bukan dari sumber resmi pemerintah; 2) Judul dan sebagian besar konten berita menggunakan diksi bahasa yang hiperbola, cenderung *bombastis*; 3) bermuatan informasi untuk menyerang pihak-pihak yang berbeda pilihan politik, sampai perbedaan suku, agam, ras, dan antargolongan (SARA); 4) pembuat berita, termasuk editor tidak diketahui dengan jelas (Nugraha, 2018).

METODE

Pengambilan data menggunakan wawancara, angket, dan observasi dari 14 anggota Forsam yang menjadi informan penelitian. Pengumpulan data dilakukan dalam beberapa tahapan. *Pertama*, penulis menyebarkan angket tentang pengelolaan media sosial yang dimiliki oleh Forsam. Angket juga berisi tentang tantangan dan hambatan yang mereka temui selama menjalankan program-progran dakwah. *Kedua*, hasil isian angket ditindaklanjuti dengan wawancara baik kepada pengurus maupun anggota Forsam. Wawancara kemudian dilanjutkan dengan masyarakat sekitar yang mengenal organisasi Forsam dan rutinitas anggotanya terutama berkaitan dengan kegiatan di masjid. *Ketiga*, pembekalan terhadap anggota Forsam berkaitan dengan literasi media dan upaya preventif untuk mencegah penyebaran berita *hoax* dari media sosial yang digunakan. Beberapa temuan data kemudian diolah ke

dalam narasi deskriptif untuk menunjukkan pola gerakan dakwah pemuda Forsam dalam memanfaatkan media sosial.

Angket terdiri dari tiga bagian yaitu evaluasi pengunaan media sosial oleh Forsam, analisis SWOT, rencana tindak lanjut, dan refleksi pembekalan literasi media. Bagian evaluasi awal berisi pertanyaan tentang frekeunsi penggunaan media sosial, ragam media sosial yang digunakan selama ini, dan aset organisasi yang telah digunakan untuk mendukung pemanfaatan media sosial. Bagian analisis SWOT berisi tabel yang terdiri dari kolom *Strenght, Weakness, Opportunity,* dan *Treat* yang diikuti dengan tabel rencana tindak lanjut. Rencana tindak lanjut ini disesuaikan dengan taktik dan alasan pemilihannya. Berikutnya pada bagian refleksi kegiatan berisi 6 pertanyaan yang masing-masing memiliki pilihan jawaban "Sangat memahami", "Cukup memahami", "Kurang memahami", dan "Sangat kurang memahami".

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil pengisian angket, diperoleh data tentang kuantitas penggunaan media sosial oleh anggota Forsam. Ragam jenis media sosial yang digunakan mencakup WhatsApp (10 pengguna), Facebook (7 pengguna), Google+ (6 pengguna), BBM serta YouTube yang sama-sama digunakan oleh 5 pengguna. Bentuk penggunaan media sosial diantaranya dimanfaatkan Forsam untuk menyebarluaskan dokumentasi kegiatan baik foto maupun video. Foto dan video tersebut menjadi tanggung jawab dari anggota yang memiliki tugas khusus sebagai fotografer kegiatan. Forsam juga memiliki operator yang bertugas sebagai penulis dan editor dari postingan kegiatan mereka sebelum di-*upload*.. Dari hasil angket diketahui bahwa sebanyak 2 peserta (14%) menggunakan media sosial untuk organisasi kurang dari 3 jam per minggu, 5 peserta (36%) antara 3 hingga 5 jam per minggu, dan 7 peserta (50%) lebih dari 5 jam per minggu. Dari pertanyaan tentang ragam media sosial yang digunakan, diperoleh data bahwa Instagram menjadi media sosial paling banyak digunakan

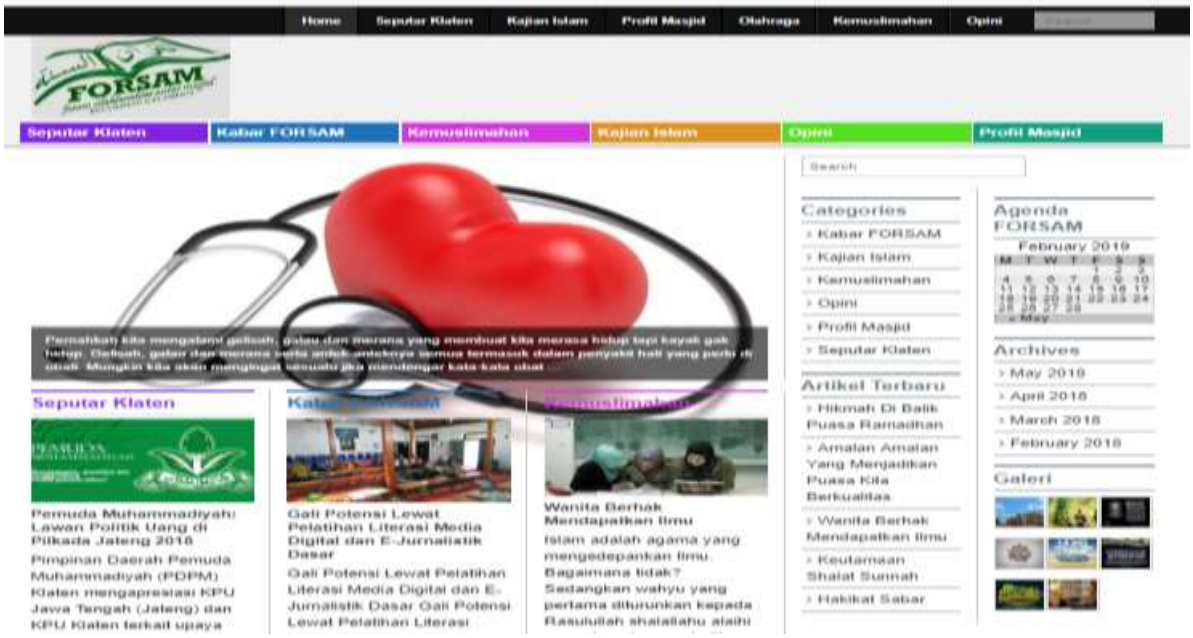
Tabel 1. Hasil Analisis SWOT

Faktor Internal		**Faktor Eksternal**	
Kekuatan	**Kelemahan**	**Peluang**	**Ancaman**
• Adanya dukungan finansial yang cukup • Info kajian keagamaan yang rutin diberikan • Media sosial Forsam dianggap sebagai saluran edukasi keislaman remaja yang bagus	• Belum adanya penyiapan materi yang disusun dengan baik • *Postingan* di media sosial belum memiliki terjadwal • Masih sering terjebak dengan perdebatan yang kurang produktif tentang konten berita • Konten masih kurang beragam • Sumberdaya manusia untuk khusus mengelola	• Media sosial yang ada sangat beragam dan membantu sosialialisasi agenda Forsam • Media sosial membuka peluang untuk menjalin relasi dengan organisasi dakwah lain • Keberadaan media sosial mengurangi pembiayaan	• Jaringan internet yang kurang stabil • Banyak sumber sekunder yang menjadi bahan berita berisi *hoax*

Faktor Internal		Faktor Eksternal	
Kekuatan	**Kelemahan**	**Peluang**	**Ancaman**
	konten berita masih minim • Beberapa anggota masih kurang partisipatif	untuk publikasi sebagaimana majalah dakwah	

Dari Tabel 1, dapat diketahui bahwa kemampuan Forsam sebagai gerakan dakwah pemuda belum dapat dikatakan optimal. Dari sisi internal, Forsam masih memiliki kendala baik dalam pengelolaan sumberdaya manusia maupun optimalisasi sarana yang dimiliki. Hal tersebut terlihat dari masih kurang masifnya rekrutmen anggota baru yang diperoleh Forsam. Sarana media internet seperti *website* dan media sosial juga belum banyak memberi dampak. Salah satu kendala yang dihadapi ialah belum adanya jadwal/*schedule* yang tertata dengan baik untuk pemberitaan kegiatan, terutama Instagram, yang menunjukkan eksistensi dakwah Forsam di wilayah Klaten. Hal ini berkorelasi dengan jumlah pengikut atau *follower* pada media sosial Forsam yang belum banyak mengalami peningkatan. Dari hasil wawancara kepada AD, selaku ketua Forsam mengungkapkan jika kendala tersebut disebabkan masih minimnya komitmen dari anggota Forsam untuk memperkuat gerakan dakwah mereka. Meskipun kegiatan-kegiatan seperti syukuran, *touring*, lomba-lomba dalam rangka peringatan hari keagamaan maupun nasional cukup banyak diikuti oleh para pemuda, namun belum optimal dalam meningkatkan jumlah anggota.

Gambar 1. Tampilan *Website* dan Berita Forsam



Gambar 2. Media Sosial Instagram Forsam

Gambar 3. Foto Kegiatan Forsam di Instagram

Dari hasil observasi, jika dilihat dari sumberdaya media yang telah dimiliki, Forsam mempunyai modal untuk berkembang menjadi gerakan dakwah pemuda yang produktif, setidaknya di wilayah Klaten dan sekitarnya. Secara programatik, kegiatan-kegiatan kepemudaan yang digalakkan oleh Forsam memperoleh dukungan dari organisasi-organisasi swadaya masyarakat yang lebih besar seperti Karang Taruna, Komando Kesiapsiagaan Angkatan Muda Muhammadiyah (Kokam), dan pimpan kelurahan setempat. Forsam juga memiliki jalinan kerjasama dengan beberapa organisasi kepemudaan lain yang bisa mengurangi resistensi gerakan ini dengan yang lain. Fasilitas pendukung misalnya keberadaan masjid dan aula kelurahan yang bisa digunakan oleh Forsam untuk menyelenggarakan kajian dan kegiatan-kegiatan lain juga memenuhi kriteria kelayakan, baik dari luas bangunan, ketersediaan *sound system*, komputer, kamera, hingga *projector*.

Berkaitan dengan kemampuan literasi media, secara keseluruhan anggota Forsam berada pada tingkat *medium*. Anggota Forsam sudah mampu mengoperasionalisasikan media, terutama media sosial dengan sangat baik. Kemampuan analisis terhadap informasi yang masuk juga cukup bagus dan bisa merangkai ke dalam konten berita untuk disebar melalui media sosial Forsam maupun *website*. Namun demikian, beberapa anggota mengaku bahwa mereka masih sering menemui konten *hoax* dan cukup kesulitan untuk memvalidasi informasi yang diperoleh. Bagi mereka, ada beberapa konten berita yang memang sulit untuk dicek karena keterbatasan sumber informasi sebagai bahan pembanding. Biasanya, informasi yang dianggap mengandung *hoax* diperoleh dari kanal-kanal berita *online* dengan judul berita dan isi yang tendensius. Hal ini dapat dipahami karena sebagian besar sumber berita *online* memang mengambil cara redaksional yang berbeda dalam menarik pembaca. Menurut Rubawati (2018), beberapa media *online* yang mengambil fokus pembaca muslim sekalipun tidak terhindar dari cara tersebut. *Pertama*, jurnalisme profetik yaitu media Islam dengan ciri menggunakan bahasa yang ramah, santun, serta gaya dialogis. Tipe ini cenderung mengambil jarak dari potensi menimbulkan atau memperbesar

konflik dari suatu pemberitaan. *Kedua*, tipe jurnalisme *provokatif* yaitu media yang menggunakan bahasa yang tegas, cenderung intimidatif, berpijak pada dalil normatif, hingga anti-dialogis. Tipe kedua ini bersumber dari semangat proteksi terhadap pemikiran keislmanan sekaligus perlawanan atas ketidakadilan yang dirasakan dari perlakuan pemberitaan-pemberitaan umat Islam yang tidak adil.

Jika dilihat dari kedua tipe di atas, tipe pemberitaan dalam *website* Forsam masuk ke dalam kategori kedua. Pada Gambar 1, keseluruhan isi *website* berkisar seputar program-program kerja yang sudah dijalankan oleh Forsam, sekaligus juga konten-konten ajaran Islam seperti fikih, mu'amalah, *tazkiyatun nafs*, hingga menu khusus untuk kemuslimahan. Pada Gambar 2, nampak bahwa media sosial Instagram yang dimiliki Forsam berisi konten kegiatan-kegiatan yang sudah dilakukan. Beberapa postingan berisi tentang nasehat keislaman seperti motivasi beribadah, menjaga pergaulan antara lelaki dan wanita, serta perayaan hari besar keagamaan Islam. Dari kedua media Forsam tersebut, penulis sama sekali tidak menemukan berita *hoax*. Berlawanan dengan pernyataan sebagian anggota Forsam yang kerapkali menemukan *hoax* di media sosial *WhatsApp*, mereka begitu berhati-hati untuk tidak menyebarluaskannya ke dalam media sosial organisasinya. Secara sederhana, judul-judul berita di media Forsam tidak ditemukan bahasa yang hiperbolis dan beberapa mengambil berita dari sumber-sumber lain di internet namun dengan konten berita yang nir-konflik. Sebagaimana menurut Ulya (2018), *hoax* dihadirkan engan tujuan menggiring opini pembaca melalui berita-berita sensasional yang menaretkan sisi emosional keberagamaan seseorang. Dari keseluruhan berita pada *website* maupun media sosial Forsam, penulis tidak menemukan satu pun berita yang memenuhi kriteria tersebut. Hal ini juga relevan dengan hasil wawancara dengan editor *website* dan administrator media sosial mereka, bahwa memang Forsam seoptimal mungkin menghindari pemberitaan negatif yang dapat memunculkan debat ataupun mengambil materi kajian dari sumber yang tidak jelas apalagi untuk materi-materi yang berat dan perlu pengkajian lebih dalam. Hal ini disebabkan sasaran dari media-media yang dimiliki Forsam adalah para pemuda. Dari hasil wawancara dan pengisian angket, penulis memperoleh data bahwa perencanaan Forsam untuk penguatan literasi media anggotanya diantaranya ialah membuat *standar operasional procedure* yang lebih detail terutama dalam menayring informasi dan redaksional di semua media yang mereka miliki.

Dari analisis terhadap konten media dan pola gerakan dakwah yang dilakuka Forsam, dapat diidentifikasi bahwa organisasi ini perlu menambah inovasi bentuk kegiatan untuk lebih menarik kalangan pemuda. Model dakwah pemuda yang dapat dijadikan acuan diantaranya ialah Shift, yaitu gerakan dakwah yang dimotori oleh Ustadz Hanan Attaki di Bandung. Menurut Sabrina (2018), strategi dakwah Shift sebenarnya sederhana, yaitu mengambil peluang untuk berdakwah kepada kelompok remaja dengan memberi ruang untuk berekspresi secara positif seperti kegiatan *touring motor*, *skateboard*, berselancar ataupun *climbing*. Namun yang menjadi kegiatan utama dan bisa diprioritaskan oleh keseluruhan anggota Shift ialah kajian rutin. Poin terakhir inilah yang seringkali gagal dikembangkan oleh gerakan dakwah pemuda. Keberhasilan Shift menurut Sabrina disebabkan oleh pesan-pesan dakwah dalam Shift sangat sederhana, baik tata bahasa maupun cara penyampaian. Topik-topik seputar dunia pemuda menjadi bahan utama kajian tanpa meninggalkan hal-hal pokok seperti akidah, ibadah, dan akhlak. Satu keunggulan utama dakwah Shift ialah sosok Ustadz Hanan Attaki yang memang dekat dengan dunia pemuda, berwawasan keilmuan islam yang luas serta berpengalaman dalam berdakwah. Meski demikian, pemuda selalu dilibatkan secara langsung dan diberi kepercayaan penuh untuk turut merencanakan, mengelola hingga memonitor dan mengevaluasi setiap kegiatan. Hal inilah yang perlu Forsam upayakan, yaitu

kehadiran *leader* yang bukan semata mengarahkan arah dakwah Forsam, melainkan juga menjadi daya tarik bagi orang luar untuk bergabung ke dalam gerakan dakwah. Arnus (2017) menilai bahwa kehadiran *opinion leader* dalam gerakan dakwah di kampus sangat berpengaruh dalam menyampaikan pemahaman-pemahaman keislaman yang utuh. *Opinion leader* tersebut dapat diisi oleh tokoh agama ataupun tokoh masyarakat yang mampu mengkomunikasikan tujuan Forsam.

KESIMPULAN

Perkembangan gerakan dakwah pemuda di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir merupakan potensi besar untuk mengoptimalkan peran pemuda sebagai sumberdaya terbaik bagi syiar keislaman. Hal tersebut berbarengan dengan perkembangan dunia teknologi komunikasi dan internet yang menghadirkan media sosial sebagai saluran dakwah yang efektif menjangkau banyak kalangan. Forsam sebagai gerakan pemuda masjid di wilayah Klaten Selatan menghadapi tantangan dalam mengoptimalkan agenda kerja sekaligus membekali literasi media kepada anggotanya dari fabrikasi fitnah melalui media sosial. Dari hasil studi diperoleh data bahwa kemampuan literasi media anggota Forsam berada pada level medium, yaitu memiliki pemahaman dan interaksi yang tinggi terhadap kemajuan teknologi komunikasi terutama media sosial. Anggota Forsam sudah mampu mengoperasionalisasikan media, terutama media sosial dengan sangat baik. Kemampuan analisis terhadap informasi yang masuk juga cukup bagus dan bisa merangkai ke dalam konten berita untuk disebar melalui media sosial Forsam maupun *website.* Namun demikian, beberapa anggota mengaku bahwa mereka masih sering menemui konten *hoax* dan cukup kesulitan untuk memvalidasi informasi yang diperoleh. Bagi mereka, ada beberapa konten berita yang memang sulit untuk dicek karena keterbatasan sumber informasi sebagai bahan pembanding. Optimalisasi dakwah Forsam melalui media *online* memerlukan komiten dari semua anggota sekaligus peran aktif *opinion leader* untuk menggerakkan semua potensi yang dimiliki Forsam, terutama menjadi gerakan dakwah pemuda yang berpengaruh di wilayah Klaten dan sekitarnya.

DAFTAR PUSTAKA

Arnus, Sri Hadijah. 2017. Dakwah yang berliterasi media: Upaya deradikalisasi di lingkup kampus IAIN Kendari. PALITA: Jurnal of Social-Religion Research. Vol. 2, No. 2, Hlm. 119-128

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2016). Statistik Pengguna & Perilaku Pengguna Internet Indonesia. Diakses dari indo@apjii.or.id pada 25 Oktober 2016.

Final Report by European Commission Directorate General Information Society and Media; Media Literacy Unit, 2009.

Di Maggio, P., dkk. (2001). Social Implications of the Internet. Annual Review of Sociology, 27, 307-336.

Lutviah. 2011. Pengukuran Tingkat Literasi Media Berbasis Individual Competence Framework: Studi Kasus Mahasiswa Universitas Paramadina. Skripsi. Jakarta: Universitas Pramadina.

McLuhan, M. (1994). Understanding Media. Massachusetts: MIT Press.

Nugraha, M.T. Counteracting hoax in social media network approach through tarbiyah dzatiyah. Insania, Vol. 23, No. 1, Hlm. 1-18.

Purwadi, Didi. 2017. Ada 800.000 Situs Penyebar Hoax di Indonesia. https://nasional.republika.co.id/berita/nasional/umum/17/12/12/p0uuby257-ada-800000-situs-penyebar-hoax-di-indonesia

Republik Indonesia. (2008). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008. Sekretariat Negara. Jakarta.

Rubawati, E. 2018. Berita online sebagai instrumen dakwah: Antara profetik dan provokatif. Vol. 10. No. 1, Hlm. 65-77

Sabrina, G. N. 2018. Strategi dakwah partisipatif komunitas shift bandung. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia

Ulya. 2018. Post-truth, hoax, dan religiusitas di media sosial. Fikrah: Jurnal Ilmu Aqidah dan Studi Keagamaan, Vol. 6, No. 2. Hlm. 283-302