

EKSISTENSI MEDIA PESANTREN SEBAGAI DASAR KEBENARAN ERA POST-TRUTH

Noval Setiawan¹, Ichsya Bagus Muhammad Faiq², Rizka Anjelita³

^{1,2,3}Institut Agama Islam An-Nawawi Purworejo, Indonesia

Email : setiawannoal974@gmail.com¹, bagussalma5@gmail.com², akzirrizka31@gmail.com³

DOI:

Received: April 2024

Accepted: June 2024

Published: Juli 2024

Abstract :

Islamic boarding schools are one of the pillars of the existence of education in Indonesia which is based on Islamic values. Advances in science are not always accompanied by an awareness of high human values. Societies in developed countries tend to be materialistic, individualistic and looser in implementing religious moral values. The current era is an era where every individual feels that developing information is very important. The facts and veracity of information are starting to be questioned because the way information is produced, disseminated and consumed has changed drastically. This phenomenon is known as post-truth, where the current conditions can be described as a social shift involving mainstream media and opinion makers. This shift cannot be separated from the influence of the strengthening digital world where humans are connected to each other in a network called the internet. Therefore, this article discusses how the existence of Islamic boarding school media integrates knowledge and disseminates it through the media as a form of effort to make the general public aware of the importance of credibility and scientific validity in the post-truth era. To see this phenomenon, this research uses qualitative research using a phenomenological approach and also interviews as supporting data. The object of this research is the An-Nawawi Purworejo Islamic Boarding School media. The research results will show that the existence of Islamic boarding school media is the basis for truth in the post-truth era carried out by the An-Nawawi Purworejo Islamic Boarding School media through content on YouTube, Instagram, Facebook, website dan Radio.

Keywords : *Media, Islamic Boarding School, Post-Truth*

Abstrak :

Pesantren merupakan salah satu tiang penyangga eksistensi pendidikan di Indonesia yang berbasiskan nilai-nilai keislaman. Kemajuan ilmu tidak selalu diiringi dengan kesadaran akan nilai-nilai kemanusiaan yang tinggi. Masyarakat di negara maju cenderung bersifat materialistis, individualisme, dan lebih longgar di dalam menerapkan nilai-nilai moral keagamaan. Era sekarang merupakan era dimana setiap individu merasa begitu penting terhadap informasi yang berkembang. Fakta dan kebenaran informasi mulai dipertanyakan karena cara informasi diproduksi, disebar, dan dikonsumsi telah mengalami perubahan secara drastis. Fenomena ini dikenal dengan *post-truth*, dimana kondisi saat ini dapat digambarkan sebagai sebagai pergeseran sosial yang melibatkan media arus utama dan para pembuat opini. Pergeseran ini tidak lepas dari pengaruh menguatnya dunia digital dimana manusia terkoneksi satu sama lain dalam jaringan bernama internet. Maka dari itu, artikel ini membahas tentang bagaimana eksistensi media pondok pesantren mengintegrasikan keilmuan serta menyebarkan melalui media sebagai bentuk usaha untuk

menyadarkan kepada masyarakat umum tentang pentingnya kredibilitas dan kesahihan keilmuan di era post-truth. Untuk melihat fenomena tersebut penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan fenomenologi dan juga wawancara sebagai data pendukung. Objek penelitian ini pada media Pondok Pesantren An-Nawawi Purworejo. Hasil Penelitian akan menunjukkan bahwa eksistensi media pesantren sebagai dasar kebenaran era post-truth yang dilakukan oleh media Pondok Pesantren An-Nawawi Purworejo melalui konten-konten pada Youtube, Instagram, Facebook, website dan Radio.

Kata Kunci : *Media, Pesantren, Post-Truth*

LATAR BELAKANG

Berbicara Pesantren, maka kita dihadapkan dengan permasalahan bagaimana cara memformat masa depan santri di Era ini. Era modern ditandai dengan adaptasi sikap, pemikiran, dan tindakan terhadap situasi, bukan hanya sekitar lingkungan lokal, tetapi juga dalam skala global. Globalisasi, internet, dan media sosial adalah elemen penting dari era ini. Globalisasi, sebagai fenomena yang tak terhindarkan dalam sejarah, telah memicu berbagai tanggapan, baik positif maupun negatif. Meskipun ada pertentangan, namun secara nyata, globalisasi berlangsung tanpa hambatan dan bahkan semakin meresap dan menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari. Kekuatan arus globalisasi membuatnya diterima secara luas oleh berbagai kalangan masyarakat dan terus berkembang dalam segala aspek kehidupan. Bahkan, ada ungkapan yang menyatakan bahwa menolak globalisasi sama halnya dengan menolak hidup itu sendiri, menggambarkan dominasi dan penetrasi yang kuat dari fenomena ini (Mudin, 2019).

Era saat ini ditandai oleh tingkat individualisme yang tinggi di mana setiap individu merasa memiliki peran penting dalam mengakses dan menyebarkan informasi yang berkembang. Perubahan ini terjadi dengan cepat, dibandingkan dengan era sebelumnya. Salah satu fenomena yang muncul adalah penyebaran disinformasi yang lebih luas di masyarakat. Penyebabnya bukanlah pergeseran pandangan terhadap fakta dan kebenaran, tetapi lebih karena perubahan dalam produksi, penyebaran, dan konsumsi informasi, terutama melalui media sosial. Istilah "*post-truth*" digunakan untuk menggambarkan fenomena ini, di mana emosi dan keyakinan pribadi seringkali lebih berpengaruh daripada fakta dalam membentuk opini dan pandangan.

Post-truth adalah kondisi saat masyarakat lebih "membenarkan" ajakan, seruan, hasutan, atau propaganda pihak tertentu atas dasar emosi dan kesamaan perasaan. Apakah ajakan, seruan atau hasutan itu benar atau tidak, bukanlah hal yang terlalu penting. Kondisi ini sebagaimana kemunculan istilah *Post-truth* cukup mengkhawatirkan (Arif, 2023). Era *post-truth* dapat digambarkan sebagai pergeseran sosial yang melibatkan media arus utama dan para pembuat opini. Media utama, yang sebelumnya dianggap sebagai salah satu sumber utama kebenaran, kini harus mengakui bahwa garis batas antara kebenaran dan kebohongan, kejujuran dan penipuan, serta antara sumber yang sah dan yang tidak sah semakin samar. Fakta-fakta bersaing dengan informasi palsu dan kebohongan untuk mendapatkan kepercayaan dari masyarakat.

Pemanfaatan media sosial sebagai alat untuk memfasilitasi transisi dari masyarakat tradisional ke masyarakat modern adalah suatu proses yang sangat penting. Namun, sangat disayangkan jika informasi yang disampaikan melalui media sosial tidak akurat, terutama jika informasi tersebut adalah hoaks yang disertai dengan judul yang sangat provokatif. Hal ini dapat mempengaruhi opini pembaca dan penerima informasi tersebut secara negatif, menciptakan penyebaran kebencian, serangan terhadap pihak tertentu, serta menimbulkan rasa takut dan kekhawatiran yang dapat merugikan baik secara reputasi maupun secara materi (Amalliah, 2018).

Keberadaan media pesantren merupakan sebuah bentuk dari upaya pesantren dalam memperluas jangkauan pengaruh dan menyebarkan nilai-nilai keagamaan dan pendidikan Islam. Media ini bisa berupa beragam platform seperti majalah, situs web, radio, televisi, dan media sosial yang digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan agama, ilmu pengetahuan, dan budaya kepada masyarakat. Tujuan media pesantren tidak hanya untuk memberikan pendidikan kepada para santri di dalam pesantren, tetapi juga untuk mencapai audiens yang lebih luas di tingkat lokal, nasional, bahkan internasional. Adanya eksistensi media pesantren, dapat menjembatani kesenjangan informasi antara dunia pesantren dengan masyarakat umum serta dapat menjadi rujukan dasar kebenaran media di era *post truth*.

Hal ini, sebagaimana yang dilakukan oleh media pesantren An-Nawawi Purworejo dalam memanfaatkan media sosial untuk hal yang baik. Seperti menyiarkan dakwah-dakwahnya KH. Achmad Chalwani baik melalui akun Youtube, Instagram maupun facebook. Sudah saatnya Pondok Pesantren harus melek dengan kondisi ini. Apalagi, saat ini terdapat banyak akun ataupun komunitas yang mengatasnamakan Islam, atau paling tidak mengklaim bahwa dirinya mewakili Islam, namun di media sosial, tidak menampilkan akhlak keislaman. Jumlah Pondok Pesantren yang sedemikian besar di Nusantara ini, bisa menjadi agen produksi konten-konten positif di media sosial. Asalkan, media sosial Pondok Pesantren dikelola dengan baik, istiqomah, dan tidak partisan atau tersandera kepentingan golongan tertentu (Farid, 2019).

Semua lembaga pendidikan Islam, termasuk Pondok Pesantren dan semua komponennya, seperti santri dan alumni, memiliki potensi besar untuk membantu mengurangi penyebaran hoaks dan ujaran kebencian di dunia maya. Jika dari sekitar 28 ribu Pondok Pesantren yang ada di Indonesia, hanya sepuluh persennya yang aktif di media sosial seperti Facebook, Instagram, dan YouTube, maka itu berarti ada lebih dari 2.800 sumber informasi positif di Indonesia yang dapat dimanfaatkan. Selain itu, ada banyak santri dan alumni yang dapat membantu menyebarkan pesan-pesan positif tersebut. Meskipun mungkin santri yang sedang berada di Pondok Pesantren tidak memiliki akses yang banyak ke media sosial, namun saat mereka memiliki hari libur, mereka akan kembali memiliki akses atau setidaknya alumni akan memiliki akses yang lebih luas. Perlu diingat bahwa konten positif selalu memiliki daya tarik, terutama bagi mereka yang beragama Islam. Oleh karena itu, ada potensi besar untuk mendapatkan pengikut dan dukungan bagi pesan-pesan positif tersebut.

Media sosial yang dimiliki oleh Pondok Pesantren dalam jumlah yang

begitu besar memiliki potensi besar untuk meniadakan atau mengurangi keberadaan berita *hoaks* di dunia maya atau dikenal dengan istilah era *post-truth*. Meskipun demikian, strategi ini bukanlah satu-satunya faktor yang dapat memainkan peran penting dalam menangani masalah ini. Sebab, masalah ini sangat kompleks dan seringkali melibatkan banyak kepentingan, seperti komersial, budaya, politik. Namun, dengan memperkuat peran elemen ini, peran dan dampak positifnya dapat diorganisir dengan lebih baik dan memberikan efek yang menenangkan. Maka dari itu pentingnya eksistensi media pesantren sebagai dasar kebenaran era *post-truth*.

METODOLOGI PENELITIAN

Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Metode kualitatif yaitu dilakukan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata - kata dan bahasa, pada suatu konteks yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2007). Studi fenomenologi digunakan dalam melakukan penelitian ini. hal tersebut didasari dari adanya ketertarikan peneliti untuk mengkaji lebih mendalam mengenai fenomena yang dialami oleh informan kunci. Metode penelitian kualitatif tidak mengandalkan bukti berdasarkan logika matematis, prinsip angka atau metode statistik. Penelitian kualitatif memiliki tujuan untuk mempertahankan bentuk dan isi perilaku manusia dan melakukan analisis pada kualitas-kualitasnya, bahkan beberapa ahli mengubah menjadi entitas-entitas kualitatif (Mulyana, 2008). Lokasi penelitian ini berada di Pondok Pesantren An-Nawawi Purworejo. Subjek penelitian ini meliputi pengurus pondok dan staff media Pondok Pesantren An-Nawawi Purworejo, dimana yang merupakan pihak yang memberi informasi mengenai data-data dan informasi lain yang dibutuhkan peneliti terkait dengan penelitian yang sedang dilakukan. Pada penelitian ini yang menjadi fokus untuk diteliti adalah peran media pesantren di Pondok Pesantren An-Nawawi Purworejo dalam menghadapi era *post-truth*. Analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini dengan menggunakan metode fenomenologi data analysis atau dikenal dengan istilah FDA. Analisis data digunakan untuk tujuan memperkecil dan membatasi penemuan-penemuan sehingga menjadi suatu data yang teratur, terstruktur, lebih tersusun dan lebih memiliki makna (Creswell, 2017).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Pondok Pesantren An-Nawawi Purworejo

Pondok Pesantren An-Nawawi, didirikan oleh KH. Zarkasyi (1830-1914) pada tahun 1870 M di Berjan, sebuah pedukuhan di wilayah Desa Gintungan, Kecamatan Gebang, Kabupaten Purworejo, awalnya dikenal dengan nama "Miftahul Huda". Seperti kebanyakan pondok pesantren yang terafiliasi dengan Nahdlatul Ulama (NU), pesantren ini mengikuti ajaran Ahlussunnah Waljama'ah. Sepanjang sejarah kepemimpinannya, pesantren ini telah mengalami empat pergantian kepemimpinan, dari awal pendiriannya hingga saat ini.

Periode pertama kepemimpinan Pondok Pesantren An-Nawawi, yang

berlangsung dari tahun 1830 hingga 1914 M, dipimpin langsung oleh pendirinya, Al-Marhum Al-Maghfurlah KH. Zarkasyi. Beliau adalah putra dari Ky. Asnawi Tempel, lahir di desa Tempel, Tanggung, Sidomulyo, Purworejo. KH. Zarkasyi menerima pendidikan agama sejak kecil dari orang tua dan juga belajar di Makkah di bawah bimbingan KH. Abdul Karim Banten, paman Syaikh Nawawi Banten, setelah sebelumnya mondok di Bangil, Jawa Timur.

Periode kedua setelah wafatnya KH. Zarkasyi, kepemimpinan Pondok Pesantren An-Nawawi dilanjutkan oleh putranya, KH. Shiddiq, yang memimpin dari tahun 1914 hingga 1947. Saat KH. Shiddiq mengambil alih kepemimpinan dari ayahnya, terjadi perubahan dalam kondisi pesantren. Beliau juga menjabat sebagai Mursyid Thoriqoh Qodiriyyah wan Naqsyabandiyyah. Pada periode ketiga kepemimpinan Pondok Pesantren, yang berlangsung dari tahun 1947 hingga 1982 M, dipimpin oleh salah satu putra KH. Shiddiq, yaitu KH. Nawawi. Sejak kecil, KH. Nawawi dibesarkan dan hidup di lingkungan Pondok Pesantren tersebut (Mahsun Zain, Sahlan, 2008).

Dalam periode keempat, perkembangan dan kemajuan Pondok Pesantren semakin terlihat, dan pergantian kepemimpinan berlangsung lancar. Setelah wafatnya KH. Nawawi pada tahun 1982, kepemimpinan Pondok Pesantren dan thoriqoh dilanjutkan oleh putra bungsunya, yaitu KH. Achmad Chalwani. Seperti ayahandanya, sebelum mengambil alih kepemimpinan, beliau juga dibesarkan dan dididik di berbagai Pondok Pesantren serta mendapatkan pendidikan formal. Di periode ini, Pondok Pesantren An-Nawawi mengalami pertumbuhan yang cepat dan reputasinya semakin terkenal di berbagai tempat, yang ditandai dengan peningkatan jumlah santri yang datang dari berbagai wilayah, baik di Pulau Jawa maupun di luar Pulau Jawa. Sebagai pemimpin di Pondok Pesantren, KH. Achmad Chalwani sadar akan pentingnya memelihara dan mengembangkan warisan mulia yang telah diwariskan oleh para pendahulunya. Tujuannya adalah untuk menjaga dan meningkatkan peran pesantren tersebut sejalan dengan perkembangan zaman, tanpa kehilangan identitasnya sebagai pesantren salafiyah. Hal ini dilakukan agar Pondok Pesantren dapat terus berperan secara signifikan dalam memberikan kontribusi yang lebih besar bagi kemajuan masyarakat di sekitarnya, baik dalam hal spiritual maupun kehidupan sehari-hari, serta memastikan keberlangsungan dan relevansinya di masa depan (Fuadi et al., 2022).

Dampak Sosial Era *Post-Turth*

Post-truth adalah kondisi di mana kebenaran objektif kehilangan pengaruh signifikan dalam kehidupan sosial. Masyarakat tidak lagi memandang kebenaran objektif sebagai hal yang penting. Kebenaran tidak lagi diukur berdasarkan kesesuaian antara pemikiran atau informasi dengan realitas, tetapi lebih bergantung pada dukungan massal terhadap informasi, bahkan jika kebenarannya belum terverifikasi secara jelas. Dalam fenomena ini, fakta tentang suatu peristiwa dapat dimanipulasi sesuai kepentingan pengirim berita, terutama melalui teknologi informasi digital yang canggih. Di tengah persaingan politik dan sosial yang intens untuk memperkuat identitas kolektif,

teknologi informasi justru mempercepat penyebaran post-truth, berpotensi memecah belah masyarakat Indonesia yang kaya akan keragaman budaya (Wera, 2019).

Pada era milenial, internet telah menjadi medan perang dalam komunikasi politik. Media sosial digunakan sebagai alat untuk menyebarkan disinformasi dengan berbagai tujuan. Munculnya pasukan cyber atau tentara dunia maya menjadi bagian krusial dalam pertempuran komunikasi, sementara masyarakat mudah terpengaruh, tergerak secara emosional, dan terlibat dalam perang informasi. Mayoritas dari jenis hoaks yang beredar terbagi menjadi tiga kategori utama: misinformasi, disinformasi, dan mal-informasi. Misinformasi adalah informasi yang salah, disampaikan baik secara sengaja maupun tidak. Disinformasi adalah informasi palsu yang disebar dengan tujuan menipu. Mal-informasi, di sisi lain, adalah informasi yang sebenarnya benar, namun disajikan dengan cara yang merugikan pihak lain atau untuk kepentingan pribadi (Setiawan & Khiyaroh, 2022).

Siapa pun, di mana pun, dan kapan pun dapat dengan cepat dan mudah mengakses serta menyebarkan informasi yang tidak benar melalui berbagai platform media sosial seperti WhatsApp, Instagram, Facebook, Line, dan lainnya. Internet memberi ruang bagi beragam konten, tetapi sebagian besar di antaranya dapat menjadi merugikan, mulai dari tulisan-tulisan iseng di blog, teori konspirasi, hingga penyebaran hoaks. Selain itu, internet tidak hanya memperbesar ketidaktahuan kita, tetapi juga meningkatkan kekejaman. Di dunia maya, sebagian dari kita tidak lagi mau menguji informasi, berdiskusi secara sehat, atau berdebat, melainkan lebih cenderung untuk merendahkan pendapat orang lain yang berbeda, menghina, dan menyerang. Kita cenderung mencari konfirmasi atas keyakinan kita sendiri dengan mengklik situs demi situs yang sejalan dengan pandangan kita, dan seringkali salah mengartikan kekuatan sebuah argumen dengan banyaknya dukungan (Ummah et al., 2020).

Di zaman post-truth saat ini, penyebaran informasi hoaks semakin meningkat karena kemudahan akses internet. Mengapa hoaks diciptakan karena dianggap dapat memengaruhi individu melalui visualisasi, menimbulkan rasa takut dan ancaman yang melibatkan insting dasar, sehingga memicu reaksi primitif dari otak. Akibatnya, kemampuan berpikir rasional di bagian otak menjadi terganggu, sehingga seseorang menjadi kurang rasional dan mudah dipengaruhi. Menurut penelitian dari Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI), orang-orang yang fanatik cenderung lebih rentan terhadap hoaks (Arifin, 2020).

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa post-truth memiliki dampak negatif sebagai berikut:

1. Ketidakpercayaan terhadap orang lain: Hal ini disebabkan oleh banyaknya informasi yang tidak pasti, sulit dibedakan mana yang benar dan mana yang salah. Akibatnya, banyak orang menjadi kurang percaya kepada orang lain karena sulit membedakan kebenaran dan keburukan.
2. Prasangka negatif terhadap orang lain: Dampak ini sering kali terjadi akibat sulitnya mempercayai orang lain, sehingga seseorang cenderung memiliki prasangka buruk terhadap orang lain.

3. Sulit membedakan kebenaran dari kesalahan: Ini terjadi ketika hoaks lebih banyak tersebar daripada berita yang benar. Akibatnya, masyarakat cenderung mempercayai informasi yang lebih banyak diperbincangkan.
4. Takut terhadap perbedaan: Dampak ini muncul ketika pendapat kita tentang kebenaran berbeda dengan pendapat orang lain yang mungkin telah terpengaruh oleh hoaks.
5. Emosi tidak stabil.

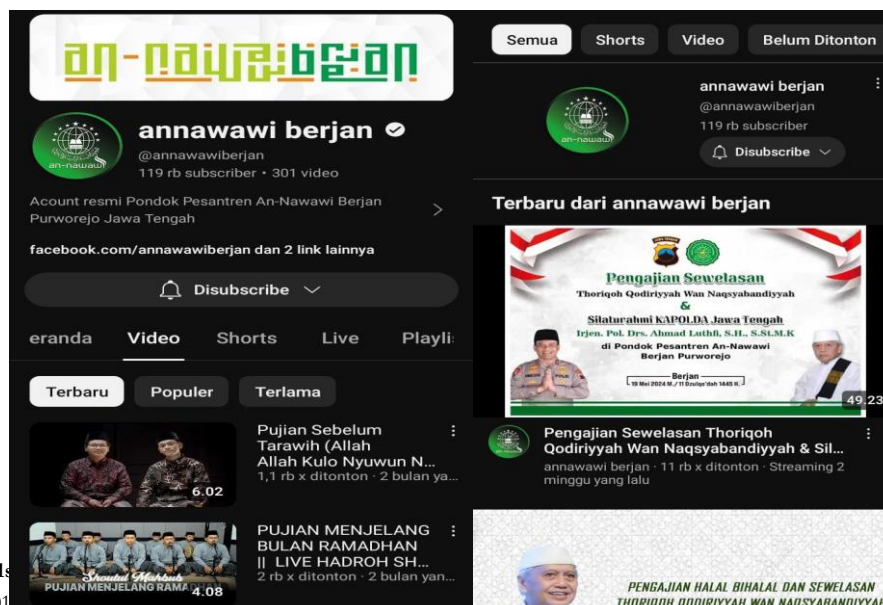
Media Pesantren An-Nawawi Purworejo menghadapi era *Post-Turth*

Pondok Pesantren An-Nawawi Berjan Purworejo berusaha mengaktualisasikan pesan-pesan keagamaan melalui berbagai platform media sosial seperti YouTube, Facebook, Instagram, Website, dan Radio. Para pengikut akun media sosial Pondok An-Nawawi merasa bahwa kehadiran media sosial ini sangat tepat karena memberikan informasi keagamaan serta perkembangan dan kegiatan pesantren dengan lebih mudah diakses oleh masyarakat. Disamping itu juga untuk menghadapi era *Post-Turth* sehingga media pesantren menjadi informasi terpercaya. Berikut beberapa akun media sosial Pondok Pesantren An-Nawawi :

Youtube

YouTube adalah alat komunikasi yang sangat efisien untuk menyebarkan berbagai jenis informasi karena memungkinkan pesan atau informasi untuk mencapai audiens secara global. Keunggulan ini didukung oleh fakta bahwa YouTube adalah platform multimedia, memungkinkan pengguna untuk mendengar dan melihat konten secara bersamaan. Di Indonesia, YouTube telah menjadi salah satu sumber utama hiburan dan informasi bagi sebagian besar masyarakat, dengan banyak orang menghabiskan waktu mereka untuk menonton konten di platform ini. Sementara itu, Youtube juga dapat dimanfaatkan untuk berdakwah, yakni untuk menyampaikan pesan kepada khalayak atau publik. Dengan memanfaatkan YouTube sebagai alat untuk menyampaikan dakwah Islam dengan efektif, potensi jangkauan pesan dakwah dapat diperluas secara signifikan.

Hal ini juga dilakukan oleh media pesantren An-Nawawi Berjan Purworejo memanfaatkan media youtube untuk berdakwah.



Youtube Ponpes An Nawawi

Respon pengguna media sosial terhadap nilai-nilai dakwah yang disampaikan melalui di akun media sosial Pondok Pesantren An-Nawawi Purworejo umumnya positif. Hal ini dibuktikan dengan bertambahnya jumlah pengikut setiap harinya. Akun media sosial tersebut menjadi sarana hiburan, perenungan, motivasi, dan pembelajaran agama, yang disampaikan melalui sholawat, pesan-pesan pengasuh, doa sehari-hari, dan mauidhoh dari pengasuh. Dimana setiap mauidhoh KH. Achmad Chalwani mempunyai ciri khas tersendiri yakni diselengi tembang-tembang karyanya dan sumber rujukan selalu jelas, baik dari Al-Qur'an maupun kitab-kitab kuning. Hal ini tentunya akan menjadi terus eksistensi media Pondok Pesantren An-Nawawi Purworejo.

Instagram

Instagram juga telah menjadi salah satu platform yang populer digunakan untuk kegiatan dakwah. Dalam konteks ini, Instagram digunakan untuk menyebarkan pesan-pesan agama, motivasi, inspirasi, dan pendidikan kepada pengikutnya. Melalui penggunaan berbagai fitur seperti gambar/kutipan, video maupun live streaming dan strategi yang tersedia di Instagram, para pengguna dapat menyebarkan pesan-pesan agama dengan cara yang kreatif, menarik, dan mudah diakses oleh pengikut mereka.



Instagram Ponpes An-Nawawi Purworejo

Akun Instagram Pondok Pesantren An-Nawawi Purworejo, yang memiliki 91.300 pengikut dan 1.168 postingan, menyajikan konten keagamaan yang relevan dengan kehidupan sehari-hari. Salah satu postingan berupa Quotes untuk memotivasi pengikutnya. Hal menjadi contoh konten yang

bermanfaat dan mudah diterima oleh para pengikut akun tersebut. Disamping itu juga menyiarkan dakwahnya KH. Achmad Chalwani. Dimana dakwahnya yang selalu menyejukan serta selalu bersanad keilmuannya.

Facebook

"Facebook media dakwah" mengacu pada penggunaan platform Facebook untuk menyebarkan dakwah atau pesan-pesan keagamaan. Media dakwah di Facebook sering kali digunakan oleh individu, kelompok, maupun organisasi keagamaan untuk berbagai tujuan. Implementasi ini adalah bagian dari upaya berkelanjutan Facebook untuk menciptakan lingkungan online yang lebih aman dan terpercaya, sambil terus beradaptasi dengan tantangan baru dalam penyebaran informasi bohong.



Arus Resmi Facebook KH. Achmad Chalwani

Sebagai sarana dakwah, akun Facebook KH. Achmad Chalwani Nawawi telah berhasil memudahkan para penggemar untuk mengakses ceramah-ceramah beliau. Postingan ceramahnya sering kali mendapat tanggapan positif dan dikomentari oleh pengguna dari berbagai negara, termasuk Malaysia dan Thailand. Hal ini terjadi karena para alumni Pondok Pesantren An Nawawi Purworejo yang tersebar di berbagai tempat merasa sangat terbantu dengan adanya media sosial tersebut (Wibowo et al., 2019).

Website

Website sebagai media dakwah adalah platform yang sangat efektif untuk menyebarkan pesan-pesan keagamaan dan mendidik masyarakat mengenai ajaran agama. Berikut merupakan akun resmi website Pondok Pesantren An-Nawawi Purworejo:



Pondok Pesantren An-Nawawi Berjan Purworejo memiliki sebuah website yang berfungsi sebagai penangkal berita bohong. Melalui situs ini, mereka berusaha memberikan informasi yang akurat dan terpercaya mengenai perkembangan pesantren, kegiatan-kegiatan, dan ajaran-ajaran keagamaan. Website ini menjadi sumber informasi resmi yang dapat diandalkan oleh masyarakat untuk mendapatkan berita yang benar dan menghindari informasi palsu atau hoaks. Salah satu contohnya pada tampilan artikel gambar diatas tentang sholat tanpa dzikir “Kapal Besar Tanpa Penumpang”. Hal ini menunjukkan bahwa pentingnya dzikir setelah sholat. Apabila yang berkata KH. Achmad Chalwani yang merupakan mursyid thoriqoh Qodiriyah wa Naqsyabandiyah. Tentunya terpercaya dan akan diamalkan oleh pengikutnya.

Radio

Radio sebagai media dakwah telah menjadi alat yang sangat efektif untuk menyebarkan pesan-pesan keagamaan dan mendidik masyarakat dalam berbagai aspek agama. Meskipun teknologi digital semakin dominan, radio tetap memiliki daya tarik dan keunggulan tersendiri, terutama di kalangan masyarakat yang lebih luas dan mungkin tidak memiliki akses internet yang stabil. Pondok Pesantren An-Nawawi Purworejo merupakan salah satu pondok yang memiliki radio. Radio tersebut bernama Shoutuna 89.3 FM.



Logo Radio Shoutuna

Radio Shoutuna 89.3 FM berdiri sejak 2012, sebagai sarana pelayanan publik untuk memenuhi kebutuhan informasi pendidikan, hiburan dan

pelayanan masyarakat Purworejo, kebumen, Magelang, Kulon Progo dan sekitarnya. Pada Tahun 2024 diaktifkan kembali dibawah naungan Institut Agama Islam An-Nawawi Purworejo. Radio Shoutuna 89.3 FM merupakan media mahasiswa dan civitas akademika Institut Agama Islam An-Nawawi Purworejo untuk memenuhi seluruh kebutuhan informasi baik informasi akademika, pengetahuan, hiburan dan publikasi serta kegiatan kampus.

Radio Shoutuna dengan Tagline *Smart, Care Islamy* merupakan hal yang memadukan antara pendidikan, dakwah islam dan intertainment. Radio Shoutuna FM bisa diakses streaming di Jogja Streamers atau melalui aplikasi di smartphone dengan IG shoutuna_fm, Facebook Shoutuna FM serta via WA di 085-218-893-893.

Radio Shoutuna memiliki Visi yakni "Memajukan masyarakat berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Republik Indonesia Tahun 1945 dengan asas manfaat, adil dan merata, kepastian hukum, keamanan keberagaman, etika, kemandirian kebebasan dan tanggungjawab."

Sedangkan Misi Radio Shoutuna sebagai berikut :

- a) Memperkukuh integritas nasional, terbinanya watak dan jati diri bangsa yang beriman dan bertakwa.
- b) Mencerdaskan kehidupan bangsa, memajukan kesejahteraan umum dalam rangka membangun masyarakat yang mandiri, demokratis adil dan sejahtera.
- c) Menumbuhkan industri penyiaran Indonesia.
- d) Menjadi media informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol dan perekat sosial.

Program radio juga dapat berfungsi sebagai penangkal berita bohong. Melalui siaran radio, Pondok Pesantren An-Nawawi Berjan Purworejo dapat menyampaikan informasi yang akurat dan dapat dipercaya mengenai berbagai isu keagamaan, kegiatan pesantren, serta perkembangan terbaru di lingkungan pesantren. Program Radio diantaranya yaitu Selamat Pagi Purworejo dimana program ini memberikan informasi berita terkini selain itu juga ada program pengajian KH. Achmad Chalwani, Ngaji Shoutuna. Program tersebut tentunya dengan referensi yang jelas seperti program ngaji shoutuna dengan narasumber Ustadz bahkan dosen dan mengkaji kitab kuning. Program radio ini memberikan alternatif media bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi yang benar, sekaligus melawan penyebaran berita palsu atau hoaks. Dengan demikian, program radio ini menjadi sarana efektif dalam edukasi dan penyebaran informasi yang tepat.

KESIMPULAN

Penggunaan media sosial dalam dakwah terhadap santri, mahasiswa, maupun alumni menerima respon positif. Pesan yang disampaikan dapat diterima oleh berbagai kalangan, mulai dari anak-anak, remaja, dewasa, hingga orang tua, karena konten yang disajikan mengandung nilai-nilai Islam berhaluan Ahlusunnah wal Jama'ah. Hal ini membuatnya menjadi pedoman, motivasi, serta sumber informasi untuk menjalani kehidupan sehari-hari. Selain

itu, alumni Pondok Pesantren An-Nawawi Purworejo cenderung mengikuti media dakwah ini karena ingin mengetahui kegiatan-kegiatan pondok pesantren dan menjaga keterikatan dengan almamater mereka.

Eksistensi media Pondok Pesantren An-Nawawi Berjan Purworejo memainkan peran penting sebagai sumber kebenaran di era post-truth. Melalui berbagai platform seperti website, media sosial, dan program radio, pesantren ini mampu menyediakan informasi akurat dan terpercaya mengenai ajaran keagamaan, kegiatan pesantren, dan isu-isu terkait. Upaya ini tidak hanya membantu dalam melawan berita bohong atau hoaks, tetapi juga memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap informasi yang disampaikan oleh lembaga keagamaan. Dengan demikian, media Pondok Pesantren An-Nawawi menjadi fondasi yang kokoh dalam menyebarkan kebenaran dan meluruskan informasi di era yang penuh dengan disinformasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalliah. (2018). Persepsi Masyarakat Terhadap Fenomena Hoax di Media Online pada era post Truth. *Jurnal Akrab Juara*, 3(4), 1-15.
- Arif, M. (2023). *Pendidikan Islam dalam Guncangan Post Truth*. IAIN Kediri Press.
- Arifin. (2020). Dampak Post-Truth di Media Sosial. *Intelektual: Jurnal Pendidikan Dan Studi Keislaman*, Vol 10(No 3).
- Creswell, J. W. (2017). *Research Design, Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*,. Pustaka Pelajar.
- Farid, A. (2019). Optimalisasi Media Sosial Pesantren Untuk Membendung Konten Negatif Di Dunia Maya. *Dakwatuna: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam*, 5(1), 30. <https://doi.org/10.36835/dakwatuna.v5i1.320>
- Fuadi, M. A., Kurniawan, I. A., & Mufarrihah, I. (2022). Transformasi Pesantren: Kajian Historis Integrasi Pendidikan Pesantren An-Nawawi Berjan Purworejo. *Studi Multidisipliner: Jurnal Kajian Keislaman*, 9(2), 1-23. <https://doi.org/10.24952/multidisipliner.v9i2.5549>
- Mahsun Zain, Sahlan, M. A. R. (2008). *Mengenal K.H. Nawawi Berjan Purworejo Tokoh di Balik Berdirinya Jam'iyah Ahli Thariqah al-Mu'tabarrah*. Khalista.
- Moleong, L. J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Mudin, M. (2019). *Islam Virtual: Diskursus Hadis, Otoritas dan Dinamika Keberislaman di Media Sosial*. Bildung.
- Mulyana, D. (2008). *Metode Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Setiawan, N., & Khiyaroh, A. (2022). Urgensi Dan Strategi Dakwah Santri di Era Digitalisasi. *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 7(2), 223.

<https://doi.org/10.29240/jdk.v7i2.5774>

- Ummah, A. H., Khatoni, M. K., & Khairurromadhan, M. (2020). PODCAST SEBAGAI STRATEGI DAKWAH DI ERA DIGITAL: ANALISIS PELUANG DAN TANTANGAN. *Komunnike*, XII(2), 210-234.
- Wera, M. (2019). Analisis Kontekstual Hoaks, Emosi Sosial, dan Populisme Agama. *Societas Dei : Jurnal Agama Dan Masyarakat*, Vol.07(No.1).
- Wibowo, A., Tinggi, S., Islam, A., & Purworejo, A.-N. (2019). Penggunaan Media Sosial sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam di Era Digital. *Jurnal Islam Nusantara* , 03(02), 339-356.