

**KOMUNIKASI PROFETIK DI MEDIA SOSIAL DALAM KONFLIK
PALESTINA ISRAEL**

Tresia Wulandari¹, Muhammad Fazri Candra²

^{1,2}Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Pasundan

Email: tresiawulandari12@unpas.ac.id, fazri.candra@unpas.ac.id

ABSTRACT

Prophetic communication is a framework for new communication science practices from an Islamic communication perspective that combines general communication science concepts with religious philosophy by emphasizing two aspects of meaning, namely the dissemination of information that contains truth and good meaning, and the delivery of information that is carried out appropriately and politely. Social media is one of the technological advances that is used to disseminate information, one of which is the spread of fake news about the conflict between Palestine and Israel which violates the media code of ethics and Islamic values which are interpreted through prophetic communication. The researchers will study in more depth using qualitative research methods, data collection techniques through in-depth interviews with Palestinian residents. The results state that Instagram and Facebook are the social media that contain the most fake news, one of which is accusing Hamas of being a terrorist because it carried out attacks on the Zionists, thus triggering various perspectives from the public without them knowing how cruel the Zionists were in attacking Palestinians for seven years. The large number of fake news about Hamas means that we as Muslims have to filter and validate news sources according to reality. Because many media distort facts which are considered very confusing to the public. Thus, the presence of social media as a new media from a prophetic communication perspective has pros and cons, including being able to build solidarity among Muslims in fighting colonialism and there is still a lot of fake news packaged in such a way that it is able to make the audience believe the news.

Keywords: Prophetic Communication, Social Media

I. Pendahuluan

Komunikasi merupakan aspek keputusan yang diambil oleh manusia. Komunikasi dimanfaatkan untuk terpenting dalam kehidupan manusia, meningkatkan, membangun, menjaga sebab komunikasi mampu serta mengubah realitas yang ada. Ilmu mempengaruhi tindakan, perilaku, dan

komunikasi berkembang pesat pada zaman retorika Yunani, dimana sebagian besar khalayak melakukan komunikasi melalui teknologi. Dalam ruang lingkup islam, komunikasi tercipta dari dasar-dasar keislaman mencakup keselamatan dan keramahan yang didasari oleh Al-Quran dan Hadits. Komunikasi dalam perspektif islam memiliki tujuan untuk menebar kedamaian, kesejahteraan, kerukunan, dan membimbing umat untuk berkomunikasi dengan sesama berdasarkan ajaran agama.

Dalam Al-Quran terdapat gambaran mengenai komunikasi sesama umat yang tertulis dalam pelafalan *iqra'i* artinya bacalah (QS. 96:1), *balligu* artinya sampaikanlah (QS. 5:57), *bassyir* artinya kabarkanlah (QS. 4:138), *qul* artinya katakanlah (QS. 40:66), *yad'una* artinya menyeru (QS. 3:104), *tawasau* artinya berpesan-pesan (QS. 103:3), *sa'alu* artinya bertanya (QS. 5:4) dan *asma'u* artinya dengarkan (QS. 5:108). Pelafalan diatas tertulis dalam Al-Quran yang diturunkan oleh Allah SWT sebagai media komunikasi dengan para Rasul, sehingga hal tersebut diwariskan kepada Nabi untuk melakukan komunikasi melalui penyampaian informasi berupa

narasi yang sering kita sebut sebagai ayat suci Al-Quran.

Pada pengembangan ilmu komunikasi, komunikasi islam merupakan terma baru dalam substansi ilmu komunikasi, sebab komunikasi yang diangkat mencakup prospek pola komunikasi kenabian yang mengandung etika serta nilai-nilai keislaman. Komunikasi islam disebut sebagai komunikasi profetik yang menekankan pada aspek pesan dalam nilai islam, gaya bicara dan penggunaan bahasa yang didasari dengan ajaran agama islam mencakup keimanan (aqidah), ajaran agama (syariah), dan perilaku (akhlaq ihsan) (Ghulusy, 1987 hlm 9).

Pesan-pesan yang disampaikan dalam aspek komunikasi islam disebut sebagai dakwah, namun dalam kemajuan teknologi tentunya komunikasi profetik mampu dikembangkan dengan memanfaatkan kemajuan teknologi yang banyak digunakan oleh khalayak. Terma profetik mengacu pada peristiwa Isra Mi'raj sebagai pengalaman religius yang melibatkan manusia sebagai bagian dari sejarah.

Kajian profetik berkembang menjadi dasar ilmu yang dilakukan dengan cara

meneladani tanggung jawab nabi dan menjabarkan lewat interaksi sosial. Maka komunikasi profetik merujuk pada pola komunikasi kenabian Nabi Muhammad SAW yang mengandung nilai dan etika keislaman (Syahputra, 2007). Komunikasi profetik dalam menyampaikan pesan memperhatikan dua aspek penting yakni makna dan proses penyampaian pesan. Makna pesan berisi tentang informasi yang mengandung kebenaran dan bermakna baik, sedangkan dalam menyampaikan pesan dilakukan secara tepat dan sopan.

Komunikasi profetik dalam media sosial mengacu pada penyebaran informasi tentang keagamaan dan moral yang dilandasi ajaran agama islam. Semakin matangnya sistem yang didukung teknologi, maka penyebaran informasi akan semakin meningkat. Hal ini tentunya membuka jalan media dalam mengedepankan kepentingan publik melalui etika media, sebab konten dalam perspektif komunikasi profetik mengedepankan ke akuratan, kebaruan, tidak individualis, dan konsumtif.

Akan tetapi, penggunaan media sosial memiliki risiko yang cukup riskan diantaranya penyebaran hoaks dan

penyalahgunaan untuk kepentingan pribadi. Demikian, masyarakat sebagai pengguna perlu memahami nilai komunikasi profetik hingga mampu menerapkan pada penggunaan media sosial agar lebih bijak dalam memilih konten informasi.

Kuntowijoyo (1991) mengemukakan akan pentingnya keterlibatan dalam meneladani sikap Rasulullah yang dapat dilakukan melalui pemahaman Al-Quran, reorientasi cita-cita Islam dan pengembangan penafsiran sejarah. Nilai-nilai islam dapat dikombinasikan dengan ilmu pengetahuan, manusia hanya perlu memikirkan bagaimana pola pengembangan intelektualitas. Maka Kuntowijoyo membuat formulasi teori sosial profetik meliputi teologis (berpijak pada Al-Quran dan Sunnah), filsafat sosial, teori sosial, dan perubahan sosial (bagaimana masyarakat membuat tatanan sosial sesuai dengan nilai teologi yang diyakini).

Konflik kemanusiaan yang tengah menjadi perbincangan umat manusia adalah serangan Israel terhadap Palestina yang berlangsung sejak 1948 tentunya menjadi masalah yang belum terselesaikan. Kehadiran PBB

(Perserikatan Bangsa-Bangsa) sebagai organisasi internasional antar negara telah turun tangan dalam menghadapi konflik Palestina-Israel yang bermula pada 1993 dengan mengeluarkan resolusi No. 338 melantamkan gencatan senjata bagi pihak yang berkonflik dan hingga kini PBB terus mengeluarkan kebijakan untuk meminimalisir konflik yang terjadi antara Palestina-Israel (Jamaluddin & Habibillah, 2023).

Banyaknya pemberitaan mengenai perang antar dua kubu tersebut membanjiri *platform* media sosial, salah satunya pemberitaan bohong mengenai perang Hamas dan Israel. Dalam video yang di unggah ke dalam media sosial Twitter memunculkan berbagai spekulasi dan kecaman, kemudian terbukti bahwa video tersebut mengandung berita bohong. Unggahan tersebut merupakan video pasukan terjun payung Mesir yang melintas di atas Akademi Militer Mesir di Kairo.

Pengemasan berita melalui media sosial mengenai penyerangan Hamas – Israel tentunya memicu kekhawatiran bagi masyarakat dunia, dengan adanya berita bohong yang dikemas dengan citra peperangan membuat komunikasi dua

arah mudah diserap karena kurangnya verifikasi dan dukungan dokumentasi yang dinilai cukup menguatkan.

Hal ini tentunya melanggar kode etik media dan nilai-nilai keislaman yang ditafsirkan melampaui paradigma filosofis komunikasi profetik yakni *Nahi Mungkar* (humanisasi) serta tercapainya keuntungan bagi oknum tertentu untuk mendapat perhatian dan simpati publik.

Missinformasi dan disinformasi saat perang bukan hal yang baru, namun berita bohong yang berpusar terkait perang Hamas dan Israel saat ini sudah sangat berbahaya, sebab menjamah hal sensitif seperti politik identitas dan agama.

Penelitian ini mengkaji bagaimana masyarakat berada dalam ketidaksielarasan informasi, yakni ketika ada suatu fenomena besar terjadi sehingga masyarakat sangat ingin tahu apa yang sebenarnya terjadi. Kedua, ketika mereka yang terlibat peperangan, tentunya kedua Hamas dan Israel ingin memperoleh sokongan publik.

Walaupun tindakan mereka dilapisi dengan dasar kemanusiaan, mereka masih membutuhkan kesepakatan publik

bahwa tindakan itu benar untuk kemanusiaan. Ketiga, ketika semua orang bisa merakit dan menyalurkan informasi, sehingga ketika satu pihak menginginkan dukungan, maka ia akan membuat informasi secara emosional yang mampu menggerakkan nurani manusia sehingga harapannya mendapat dukungan tercapai.

Hingga saat ini *fake news* atau berita bohong masih mejadi persoalan yang mampu memberikan dampak negatif bagi kehidupan masyarakat, terutama pemberitaan mengenai penyerangan Hamas terhadap Israel diantaranya meningkatkan ketegangan antar masyarakat, menimbulkan kekhawatiran yang berlebihan, mengganggu proses perdamaian atau negosiasi, dan mengurangi kepercayaan publik terhadap media.

Media sebagai alat komunikasi efektif masih menimbulkan banyak permasalahan, banyaknya konten media yang tidak mendukung pembentukan karakter dan penguatan data realitas sehingga banyak menimbulkan pesan perilaku individualis dan konsumtif. Tentunya hal ini merupakan dampak dari kemajuan teknologi yang mampu

memberikan partisipasi pada reransemen media yang semakin terbuka dan berpihak terhadap urgensitas publik dengan mengedepankan kode etik media.

Kemajuan teknologi tentunya dapat memunculkan neokolonialisme yang memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk menghadapi respon dari pemangku kepentingan dan praktik dehumanisasi. Salah satu impaknya adalah khalayak yang liabel dalam mengelola informasi dengan baik, mencakup keberadaan media sosial yang memberikan dampak positif dan mempercepat efektivitas, namun kini media berperilaku curang dengan melibatkan kepentingan politik dan ekonomi (Moenawar, 2017).

Media sosial merupakan hasil perkembangan teknologi yang mampu dimanfaatkan oleh manusia dalam melakukan interaksi melalui perangkat keras (Nasrullah, 2016). Kehadiran media sosial mampu meningkatkan jumlah pendapatan infomasi yang diinginkan oleh publik secara spesifik tanpa melalui organisasi media yang kompleks untuk memeriksa ke validan data yang diperoleh. Maka, media sosial

sebagai media baru memiliki keterlibatan yang memungkinkan khalayak dapat memperoleh, mengumpulkan, dan mengirim informasi secara dua arah tanpa bantuan lembaga media.

Penggunaan media sosial sebagai media baru akan berdampak pada kehidupan masyarakat, budaya, politik, ekonomi dan agama. Hal tersebut mampu memberikan dampak terhadap psikis, privasi, penipuan, dan status sosial. Demikian, pertumbuhan media baru mampu menciptakan etika jurnalisme *modern* sehingga mengalami transisi yang cukup signifikan dalam menyesuaikan norma, pengawasan, dan objektivitas.

New Media merupakan teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy, ia menyatakan bahwa teori *new media* merujuk pada pertumbuhan media, salah satunya kemunculan WWW (*World Wide Web*) sebagai wadah yang menampung informasi secara gamblang, dinamis, dan adaptif sehingga memungkinkan manusia mampu mengembangkan pengetahuan dan terlibat dalam dunia demokratis.

Sedangkan menurut Miles, Rice, dan Barr dalam Flew (2008) menyatakan bahwa *new media* adalah hasil konsolidasi maupun gabungan dari aspek teknologi komputer dan informasi, hubungan komunikasi media dan informasi digital. Salah satu contoh aspek teknologi konvergensi media adalah media sosial.

Dalam buku "Teori Komunikasi" karya Littlejohn (2011:410) terdapat dua pandangan mengenai media baru diantaranya interaksi sosial dan integrasi sosial. Pendekatan interaksi sosial membedakan kedekatan model interaksi tatap muka, sedangkan integrasi sosial menggambarkan media sebagai bentuk informasi yang digunakan untuk melihat seberapa tertariknya masyarakat terhadap informasi tersebut.

Media sosial sebagai media baru dimanfaatkan untuk menyebarkan informasi secara efektif, salah satunya mengenai pesan isu keagamaan. Bila didasari nilai keislaman, informasi yang disebarkan harus bersifat kebenaran. Maka penelitian ini menunjuk salah satu warga Palestina sebagai subjek penelitian untuk memberikan

pandangannya mengenai pemberitaan hoaks di media sosial.

Demikian, komunikasi profetik dapat digunakan untuk kepentingan interaksi antar manusia khususnya dalam memberikan pemahaman mengenai permasalahan antara konflik Palestina dan Israel dengan memanfaatkan media sosial untuk melakukan orientasi dalam meluruskan pemberitaan yang dianggap mengusung berita bohong. Untuk menjawab permasalahan, peneliti mengkaji bagaimana masyarakat berada dalam ketidakselarasan informasi mengenai konflik Palestina - Israel, serta Bagaimana tindakan masyarakat terhadap informasi hoaks mengenai konflik Palestina-Israel.

II. Metodologi

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif, menurut Mukhtar (2013) metode penelitian kualitatif merupakan suatu pendekatan yang memiliki tujuan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian, seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan sebagainya, secara holistik. Dengan penelitian ini, peneliti mencoba mengkaji terpaan hoaks dalam komunikasi profetik

konflik Palestina-Israel. Penulis menggunakan teknik pengumpulan data dengan wawancara mendalam dengan informan yang merupakan warga Palestina yang sudah menetap di Indonesia akibat konflik Palestina-Israel untuk mendapat data yang diperlukan. Setelah mendapatkan data hasil wawancara peneliti melakukan reduksi data yang dianalisis secara keseluruhan untuk mencapai tujuan penelitian.

III. Pembahasan

Subjek penelitian ini Haitam Qobaja dan Nonie Qobaja yang merupakan pasangan suami istri dan juga warga negara Palestina yang menetap di Indonesia. Jumlah sumber data penelitian didasarkan pada pertimbangan bahwa penelitian kualitatif lebih mementingkan informasi dibanding kuantitas informan. Hasil wawancara bersama subjek penelitian menghasilkan persamaan dengan data yang tertulis bahwa media sosial Instagram dan Facebook merupakan media sosial yang paling banyak menghasilkan berita bohong (data.goodstats, 2023).

Berikut adalah data yang peneliti peroleh dari kedua informan mengenai

komunikasi profetik di media sosial dalam konflik Palestina-Israel.

”Banyak, kalau fenomena ga sesuai dengan realitas itu hoax seperti pejuang dari Gaza adalah teroris. Itu adalah narasi Israel yg selalu membawa kejadian 7 Oktober sebagai alasan seaneakan Hamas yang memulai duluan. Memang benar Hamas yang memulai duluan pada 7 Oktober itu, tapi entah mereka kurang literasi atau mereka lupa bahwa Palestina telah di jajah selama tujuh tahun. Setiap hari ada saja yang mereka bunuh, setiap hari juga mereka di ambil rumahnya, anak kecil di zalimi mulai dari anak umur 7-10 tahun mereka di culik. Anak-anak yg berangkat sekolah mereka culik dan dipenjara 10-20 tahun. Mereka ga liat awal sejarahnya, seperti apa orang Yahudi membunuh orang Palestine bagaimana mereka masuk ke kampung lalu membunuh dan itu terjadi setiap tahun. Gaza dari 2005 di blokade dan tidak ada orang yang bisa masuk dan di jadikan sebagai penjara terbuka dimana orang tidak bisa masuk maupun keluar dan ga bisa ngapa-ngapain, mereka hidup dalam kemiskinan

karena mereka di atur oleh Israel dari makanan, minum, tempat tinggal tidak layak.”

Dari hasil wawancara bersama informan, kita dapat mengetahui bahwa realitas yang terjadi di tanah Palestine berbanding terbalik dengan pemberitaan yang beredar di media sosial. Salah satunya adalah pemberitaan mengenai pejuang Gaza yang di sebut sebagai teroris karena melawan serangan zionist. Pemberitaan di media sosial lebih mengangkat sisi negatif dari perjuangan warga Palestine, sehingga memicu beragam perspektif dari khalayak tanpa mereka ketahui bahwa di balik serangan tersebut negara Palestine telah dijajah selama tujuh tahun, pada akhirnya warga Palestine lah yang harus turun tangan dalam melawan serangan zionist tanpa bantuan siapapun.

”Instagram dan Facebook adalah media sosial paling banyak menyebarkan berita bohong. Ada juga media yang asal ngambil dari media lain, kita harus tau dulu nih sumbernya dari mana misal CNN, CBC, Sky News itu semua pro Israel. Jadi apa yg mereka upload kita harus hati-hati, jangan dengar mereka karena niatnya

beda. Jadi kalau mau cari kita harus tau dan yakini bahwa kita ini pro kemana, gabisa netral.”

Dari data diatas informan menyatakan bahwa Instagram dan Facebook merupakan media sosial yang paling banyak menyebarkan berita bohong mengenai konflik Palestine-Israel, disusul dengan media lain seperti CNN, CBC dan Sky News yang pro terhadap Israel sehingga kita harus lebih berhati-hati dalam mempercayai berita sebab di zaman kini banyak sekali pemberitaan yang diambil dari sumber yang kurang akurat mengenai validitas nya.

Pada dasarnya media sosial digunakan sebagai komunikasi efektif karena mampu menyebarluaskan informasi secara cepat dan menyeluruh. Akan tetapi, kini media sosial digunakan sebagai alat untuk kepentingan dan praktik dehumanisasi sehingga berita yang disebarkan tidak mengandung kebenaran.

Hal ini tentunya melanggar komunikasi profetik yang dilandaskan dari nilai dan etika keagamaan. Berita bohong yang memberitakan konflik Palestina-Israel dinilai sudah keterlaluan sebab mampu memecah belah keyakinan

dan kerukunan masyarakat. Ditambah banyak nya individu yang dibungkam ketika meluruskan sebuah berita yang tidak berlandaskan pada fakta. Sebagaimana gagasan yang disampaikan Gulen dalam Ridho bahwa Islam merupakan agama *tasamuh* (toleransi), cinta damai, dan tidak pernah mengutik kesatuan manusia. Sehingga agama Islam memegang nilai, perilaku, dan akhlak yang lemah lembut maka Islam dinilai sebagai agama dakwah yang memiliki nilai persuasif dan menyampaikan kebenaran secara manusiawi (Ridho, 2021)

Sebagai manusia terutama umat muslim kita harus saling membantu terhadap sesama, terutama dalam konflik yang kini tengah terjadi antara Palestina-Israel sebab kelak kita akan ditanya oleh para Malaikat apa sudah kita lakukan untuk membantu saudara kita di tanah Palestine, seperti yang tercantum dalam Surah Al-Maidah ayat 21 sebagai berikut:

يَقَوْمِ ادْخُلُوا الْأَرْضَ الْمُقَدَّسَةَ الَّتِي
كَتَبَ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَرْتَدُّوا عَلَىٰ أَدْبَارِكُمْ
فَتَنقَلِبُوا خُسْرِينَ.

Artinya: Hai kaumku, masuklah ke tanah suci (Palestina) yang telah ditentukan Allah bagimu, dan jangan kamu lari ke belakang (karena takut kepada musuh), maka kamu akan menjadi orang-orang yang merugi.

Sebagai kaum muslim hendaknya saling tolong menolong kepada sesama. Dalam konflik ini, kita dapat memanfaatkan teknologi sebagai upaya untuk membela Palestina salah satunya media sosial. Kita dapat meluruskan berita yang kurang akurat dengan cara memberikan argumen, kritik maupun boikot. Salah satu kemajuan pemanfaatan media sosial dalam komunikasi profetik adalah adanya akun Julid Fi Sabilillah yang dibentuk untuk mendengik moril, memerangi agitasi zionis, dan memperkuat narasi pro-Palestina di media sosial dengan cara dalam memberikan kritik pedas terhadap individu pro Israel.

Tak hanya itu, banyak umat yang ikut menyuarakan boikot terhadap produk yang dinilai pro-Israel, bahkan MUI mengeluarkan fatwa bahwa produk tersebut haram untuk dikonsumsi sebab keuntungan dari penjualan produk

tersebut disalurkan untuk membiayai Israel untuk menyerang Palestina.

IV. Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah disampaikan, dapat disimpulkan bahwa komunikasi profetik dalam media sosial Instagram #hoaxisrael dan Facebook berupa grup bernama "Boikot Produk Israel dan Amerika Serikat" mengenai konflik Palestina-Israel menuai pro dan kontra. Pada sisi pro, umat manusia bersatu untuk memerangi kaum zionis melalui kritikan dan boikot yang dinilai sangat efektif menurunkan kepercayaan diri dan menghambat aliran dana perang Israel. Namun, dalam sisi kontra masih banyak media yang menyebarkan berita bohong dan kurangnya verifikasi sehingga banyak khalayak mulai terkecoh dan menimbulkan beragam perspektif hingga perpecahan.

Daftar Pustaka

Candra, M. F. (2022). Efektivitas Youtube Sebagai Media Promosi Program Studi Ilmu Komunikasi Fisip Unpas. *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 231-236.

- Candra, M. F., & Azka, Z. N. (2022). Strategi Komunikasi Box2Box Media Network Dalam Persaingan Industri Podcast Di Indonesia. *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 60-66. <https://doi.org/10.47435/retorika.v4i2.1177>
- Creeber, G. And Martin, R. (2009). *Digital Cultures: Understanding New Media*. Bershier-England: Open University Press.
- Flew, T. (2008). *New Media: an introduction*. New York: Oxford University Pers.
- Jamaluddin, M., & Habibillah, E. I. (2023). Pengaruh Kebijakan Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) Dalam Konflik Palestina-Israel. *Jurnal Tapis : Teropong Aspirasi Politik Islam*, 19(July), 1–23.
- Kuntowijoyo. (1991). *Paradigma Islam: Interpretasi Untuk Aksi* (1st ed.). Bandung: Mizan.
- Moenawar, M. Ghozali. (2017). *Media Komunikasi Profetik: Ethical Reflection*. Jakarta: UAI Press.
- Muhlis, M., & Musliadi, M. (2022). Komunikasi Profetik Di Media Sosial. *RETORIKA : Jurnal Kajian Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 4(2), 82–92.
- Ridho, A. R. (n.d.). *Peran Komunikasi Profetik Dalam Pembentukan Etika Publik Masyarakat Madani Perspektif Al-Qura’N*. 139–158.
- Syahputra, Iswandi. (2007). *Komunikasi Profetik (Konsep dan Pendekatan)*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Yonathan, A. Z. (2023). *Media Sosial Jadi Sumber Hoaks Terbesar 2023*. Data.Goodstats.Id.<https://data.goodstats.id/statistic/agneszeffanyayonatan/media-sosial-jadi-sumber-hoaks-terbesar-2023-lgnu5>
- <https://www.facebook.com/groups/138955134839/?ref=share&mibextid=K8Wfd2>