

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Berkat kemajuan zaman dan teknologi semakin canggih, lahirlah media sosial yakni alat, jasa, dan komunikasi yang mengakomodasi hubungan bagi penggunanya. Media sosial sebagai alat komunikasi yang berbasis jaringan internet. Chris Garrett (Chrisg.com) mengatakan bahwa media sosial merupakan alat interaksi antara seseorang satu dengan seseorang yang lain serta mempunyai keperluan atau ketertarikan yang sama. Media sosial berkembang pesat seperti ini karena semua orang bisa menciptakan media sendiri. Media sosial digunakan dengan berbagai aplikasi yang dapat mengakses jaringan internet, pengguna *user* situs *web* dari media diberi kebebasan untuk mempublik konten-konten media, seperti memodifikasi teks, video, *picture*, grafis dan lainnya. Media sosial lebih mudah dan praktis dari pada media tradisional seperti televisi, radio, dan koran.

Media sosial memiliki peranan sangat penting di era globalisasi saat ini. Karena kehadirannya yang sangat praktis dan efisien membuat pengguna merasa nyaman serta memudahkan dalam berakses apapun. Begitu pula dalam berdakwah, media sosial sangat berpengaruh terhadap kemajuan. Dengan media sosial ini, mampu membangun peradaban karena pengguna bisa mengetahui segala hal hanya dengan menatap layar dan *men-search* apa yang sedang ingin diketahuinya.

Dengan mudahnya pengguna dapat mengakses dan memberikan informasi tersebut maka tidak sedikit pula yang menyebarkan berita-berita (informasi) yang masih belum jelas kebenarannya. Sulit sekali untuk mengetahui siapakah sumber pengirimnya, dan apakah yang disebarkan itu merupakan sebuah kebenaran atau bahkan sebuah kebohongan belaka (*hoax*).

Fenomena berita bohong (*hoax*) sangat marak pada media sosial di tanah air Indonesia. Motivasi oknum *hoax* tidak lain adalah uang dan ideologis. Persoalan uang karena dengan menyebarkan berita *hoax* dan menjadikan virus di media sosial dan menarik iklan yang signifikan bahkan membuat pengguna untuk mengklik situs aslinya. Persoalan ideologis biasanya beberapa penyebar berita *hoax* menginginkan kandidat yang disukainya untuk maju. Fenomena ini mulai muncul pada tahun 2016, Auguste Comte menjelaskan bahwa fenomena adalah keadaan-keadaan yang musti diterima dapat diterangkan dan dinilai dengan ilmu pengetahuan (Kuswarno, fenomenologi: 4).

Dalam akun media sosial sering sekali ada situs-situs *hoax* yang menjebak agar pengguna membuka halaman asli. Ada pula beredar *link* yang membuat pengguna penasaran dengan keterangan dari sebaran *hoax* tersebut. Dan sering sekali didapati berita *hoax* yang menjadi lumrahnya akan *broadcasting* di via *whatsapp*, *line*, *instagram*, *facebook*, *twitter*, *blog*, *google plus*, *pinterest*, *youtube*. Fenomena di lapangan sudah semakin banyak. Salah satunya ada berita *hoax* tentang menjatuhkannya seseorang dan meninggikan kandidat lainnya (Medistiara, 2018: 59). Selanjutnya ada *hoax* yang beredar tentang bahaya gempa bumi (fitriadi, 2018: 30). Bahkan ada pula berita *hoax* yang menyebarkan bahwa orang-orang Islam terancam, hingga ulama dibunuh dan dianiaya (Bintoro, 2018: 76).

Hoax yang menyebar di media sosial sangat berbahaya karena meresahkan masyarakat, bahkan penyebar berita *hoax* pun sudah diperingati. Dari pihak Mabes

Polri sudah menegaskan bahwa pelaku oknum-oknum *hoax* akan ditindaklanjuti. Pelaku akan ditangkap dan dihukum, karena hal ini sudah masuk ke ranah fitnah dan penuduhan. Hukuman bagi pelaku berita *hoax* adalah 6 tahun penjara dan denda 1 miliar. Hal ini sesuai dengan ketentuan hukum yang tertera di Undang-Undang Informasi Transaksi Elektronik (ITE) pasal 28 ayat 1 : "Setiap orang yang dengan sengaja dan atau tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan, ancamannya bisa terkena pidana maksimal enam tahun dan denda maksimal Rp 1 miliar".

Maraknya berita *hoax* di media sosial sangat mempengaruhi generasi milenial. Karena pada generasi milenial, sudah berbagai macam berita *hoax* yang saat ini dihadapi. Generasi milenial adalah seorang anak muda kelahiran 1982 hingga 20 tahun setelahnya, pada tahun 2017 mereka telah menduduki usia 16 hingga 36 tahun (Bamualim, 2018: 86) Karena generasi milenial hidup berdampingan dengan dunia digital, tak heran jika generasi ini terjerumus kedalam berita *hoax*.

Generasi milenial sangat dekat dengan media sosial. Dari situlah generasi ini mendapat banyak penemuan baru. Kelekatan generasi milenial dengan media sosial memberikan kemudahan bagi generasi milenial yang ingin mencoba hal-hal baru dan ingin mengetahui berbagai macam ilmu yang bisa ditanyakan langsung melalui mediana. Generasi milenial salah satunya adalah seorang santri, yang diusia-usia inilah sedang aktif dan memiliki semangat yang tinggi.

Santri Pondok Pesantren Mahasiswa Universal Bandung merupakan generasi milenial, dimana santri saat ini menginjak usia yang penuh dengan rasa ingin tahu yang besar. Selain berstatus sebagai seorang santri, mereka pun seorang mahasiswa di Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Mereka sangat membutuhkan dan ketergantungan terhadap media sosial, karena media dapat digunakan sebagai alat komunikasi. Mereka menggunakan media sosial untuk berkomunikasi dengan mudah,

bertukar informasi, menyambung silaturahmi, ajang eksistensi, dan bahkan membuat komunitas-komunitas yang biasa dilakukan santri dan atau mahasiswa. Tidak sedikit pula yang menggunakan sosial media sebagai guru.

Santri menggunakan media sosial untuk memenuhi kebutuhannya yang sekaligus sebagai mahasiswa. Selain mengetahui ilmu agama dari Kiai dengan kitab kuningnya, santri Pondok Pesantren Mahasiswa Universal (PPMU) lebih sering menggunakan media sosial untuk mencari tahu lebih dalam lagi mengenai ilmu yang telah diperoleh di pesantren. Pondok pesantren Mahasiswa Universal merupakan pondok yang modern, sehingga para santri diperbolehkan membawa *gadget* seperti *handphone* dan *laptop*. Hal ini sesuai dengan kebutuhan para santri yang sekaligus sebagai mahasiswa.

Santri dapat mengetahui informasi-informasi terhangat dan kemudian bisa *share* lagi ke akun media sosial yang dimilikinya. Banyak pula santri yang berdakwah melalui media sosial. Dan sering sekali santri *mem-broadcasting* informasi dan ilmu yang didapat ke media sosial. Dan terkadang tanpa disadari santri menyebarkan pula informasi yang belum tentu benar kebenarannya (*hoax*).

Ketergantungan santri terhadap *gadget* yang membuat santri tidak memfilter isu-isu yang telah didapat. Semaraknya politik membuahakan hasil ideologi yang berbeda-beda, faktor saling mendukung dan saling menjatuhkan menyebabkan media sosial ramai akan isu-isu yang tidak pasti akan kebenarannya. Sedangkan dengan mudahnya jari ini menyentuh layar dan *men-share* ke semua berita-berita itu di akun media sosialnya masing-masing. Tanpa bertabayun apakah yang santri sebarkan adalah *hoax* atau memang benar. Dari media sosial semua dapat diakses dengan mudah, kejadian yang baru saja dilakukan bisa seluruh dunia mengetahui hanya dalam hitungan detik.

Kelebihan dari media sosial adalah memudahkan dalam berdakwah. Berdakwah akan semakin mudah dengan hadirnya media sosial. Tidak perlu ribet untuk mencari

buku dan kitab guna mengetahui hukum, dan tidak perlu repot pula untuk menanyakan suatu hukum untuk bertemu Kiai dan mengikuti pengajian. Hanya dengan membuka *handphone* dan men-*search* pertanyaan maka media sosial akan menjawabnya. Cara ini sangat praktis untuk berdakwah dan terus menambahkan Ilmu.

Di sisi lain media pula memiliki kelemahan, salah satunya adalah tersebarnya berita *hoax*. Tidak heran jika santri menjadi salah satu oknum penyebar berita *hoax*, sekalipun tidak disadari tetapi kenyataan ini tidak bisa ditolak, banyak santri yang men-*share* kembali postingan-postingan dari orang lain di akun media sosialnya tanpa memfilternya terlebih dahulu.

Begitu pula dengan berdakwah, haruslah mencari strategi yang cocok saat menyebarkan agama Islam. Asmuni Syukir (1983: 86) mengatakan bahwa strategi dakwah artinya sebagai metode, siasat, taktik atau maneuver yang dipergunakan dalam aktivitas (kegiatan) dakwah Diperlukannya strategi dakwah yang baru di zaman milenial akan maraknya berita *hoax* di media sosial.

Strategi dakwah merujuk pada strategi komunikasi oleh Fearch dan Kasper (1983: 48) bahwasanya strategi komunikasi terbagi menjadi dua. Pertama adalah strategi reduksi santri, yang menjelaskan bagaimana proses sampainya berita *hoax* di kalangan santri. Dan bagian kedua adalah strategi pencapaian, menjelaskan apa saja tahapan santri saat mendapatkan berita *hoax* dan menghadapinya.

Berdasarkan uraian diatas hendaklah santri bisa mengelola dan memilih, agar berita yang disampaikan tidak terkandung unsur *hoax*. Ketua Masyarakat Indonesia Anti-*hoax* sekaligus sebagai inisiator Masyarakat Anti-Fitnah Indonesia (MAFINDO), Septiaji Eko Nugroho memberikan beberapa tips untuk menghindari *hoax*. Bahkan di dalam Al-Quran telah menekankan bahwa telitilah sesuatu berita sebelum menyebarkannya. Terdapat pada Quran Surah Al-Hujurat ayat : 6

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهْلَةٍ فَتُصِحُّوا عَلَىٰ
مَا فَعَلْتُمْ نُدِيمِينَ ٦

“Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu”.

Santri Pondok Pesantren Mahasiswa Universal mayoritas jika mendapatkan berita yang dianggap penting dan darurat akan segera menyebarkan tanpa diteliti terlebih dahulu dari mana mereka mendapatkan berita itu, tanpa mengecek ulang sumber berita yang mereka dapatkan.

Viralnya berita-berita *hoax* di kalangan santri yang telah ketergantungan dengan *gadget* membuat peneliti tertarik untuk memfokuskan penelitian dalam bentuk karya ilmiah yang berjudul “**STRATEGI DAKWAH SANTRI DALAM MENGHADAPI BERITA HOAX DI MEDIA SOSIAL (STUDI KASUS PADA SANTRI PONDOK PESANTREN MAHASISWA UNIVERSAL BANDUNG)**”.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan dengan latar belakang permasalahan di atas dan agar karya ilmiah ini terarah, maka penulis merumuskan hanya pada strategi dakwah santri di Pondok Pesantren Mahasiswa Universal Bandung terhadap maraknya berita *hoax* di media sosial. Sesuai pembatasan di atas, maka masalah yang akan difokuskan penelitian adalah :

1. Bagaimana Strategi Reduksi Santri Dalam Menghadapi Berita *Hoax* Di Media Sosial?

2. Bagaimana Strategi Pencapaian Santri Dalam Menghadapi Berita *Hoax* Di Media Sosial?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan fokus penelitian yang telah dirumuskan diatas, maka tujuan dan kegunaan penelitian dirumuskan sebagai berikut :

1. Untuk Memahami Bagaimana Strategi Reduksi Santri Dalam Menghadapi Berita *Hoax* Di Media Sosial.
2. Untuk Memahami Bagaimana Pencapaian Santri Dalam Menghadapi Berita *Hoax* Di Media Sosial.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Secara Akademis

Hasil dari sebuah penelitian ini dapat memberikan ilmu dan pengetahuan dalam usaha mengembangkan studi komunikasi dan dakwah. Selain itu, dengan lahirnya penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi penulis dan umumnya bermanfaat pada pembaca serta sebagai *literature* di program studi Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi (FIDKOM) khususnya pada jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam dalam menyampaikan informasinya kepada penerima informasi dengan menggunakan metode yang ada.

2. Kegunaan Secara Praktis

- a) Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat mengimplementasikan dalam kehidupan khususnya untuk penulis dan umumnya untuk pembaca tanpa adanya unsur kebohongan sedikitpun.

- b) Sebagai referensi terhadap masyarakat muslim bahwa menyebarkan berita *hoax* dapat mengacaukan dan menggelisahkan hati seseorang yang ditujukan lalu berusaha untuk menghindarinya.
- c) Sebagai rujukan para mubaligh untuk mengaplikasikan kepada khalayak ramai.

E. Landasan Pemikiran

1. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini menjelaskan penelitian yang memiliki kesamaan dengan penelitian-penelitian terdahulu, salah satunya penelitian yang dilakukan oleh Yeha Regina Citra Mahardika dengan judul "*Perilaku Mahasiswa Dalam Menyikapi Pemberitaan Hoax Di Media Sosial Facebook*" Universitas Muhammadiyah Malang tahun 2013. Pada penelitian ini mendeskripsikan perilaku dalam menyikapi *hoax* yang menyebar di mahasiswa Ilmu Komunikasi UMM (2013) yang menerima *hoax* tentang isu corporate, dengan alasan mahasiswa adalah generasi milenial serta aktif media dan tanggung jawab moral dari segi ilmunya untuk memberikan keaslian berita.

Penelitian kedua yang dilakukan oleh Dwi Putri Aulia dengan judul "*Memerangi Berita Bohong di Media Sosial (Studi Terhadap Gerakan Masyarakat Anti Fitnah Indonesia)*". Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis dimana realitas merupakan hasil konstruksi dari kemampuan berfikir seseorang.

2. Landasan Teoritis

Strategi merupakan rencana tindakan (rangkaian kegiatan dakwah) termasuk penggunaan metode dan pemanfaatan sumber daya atau kekuatan. Dengan demikian strategi merupakan proses penyusunan rencana kerja, belum sampai pada tindakan.

Strategi disusun untuk mencapai tujuan tertentu. Artinya, arah dari semua keputusan penyusunan strategi adalah pencapaian tujuan. Oleh sebab itu, sebelum menentukan strategi, perlu dirumuskan tujuan yang jelas serta dapat diukur keberhasilannya (Sanjaya, 2007:124).

Asmuni Syukir mengatakan bahwa strategi dakwah artinya sebagai metode, siasat, taktik atau maneuver yang dipergunakan dalam aktivitas (kegiatan) dakwah (Syukir, 1983: 85) Diperlukannya strategi dakwah yang baru di zaman milenial akan maraknya berita *hoax* di media sosial. Strategi dakwah merujuk kepada strategi komunikasi dari Faerch dan Kasper (1983: 49).

Dalam penelitian ini, teori strategi yang digunakan adalah dari teori oleh Faerch dan Kasper. mereka menjelaskan strategi komunikasi dibagi menjadi dua bagian, strategi reduksi (*reduction strategies*) dan strategi pencapaian (*achievement strategies*). Dikaitkan dengan permasalahan yang diteliti yakni, bagaimana strategi reduksi santri Pondok Pesantren Mahasiswa Universal Bandung dalam menghadapi berita *hoax* di media sosial. Menjelaskan bahwa bagaimana proses santri menerima berita *hoax*. Dari teori ini, di bagian kedua adalah strategi pencapaian. Dapat ditarik sebuah penelitian kepada santri bagaimana langkah-langkah atau cara yang dilakukan santri agar tidak terjebak ke dalam oknum *hoax*.

Menurut Ilmu komunikasi, strategi sebagai perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Ia tidak hanya berfungsi sebagai peta jalan yang harus ditempuh, tetapi juga berisi taktik operasionalnya. Ia harus didukung teori karena teori merupakan pengetahuan berdasarkan pengalaman yang sudah diuji kebenarannya. Untuk strategi komunikasi tersebut, segala sesuatu harus memperhatikan komponen komunikasi dalam teori Harold D. Lasswel, yaitu *Who*

says What in Which Channel to Whom with What effect (komunikator, pesan, media, komunikan, dan efek) (Effendi, 1993: 300).

Era demokratisasi saat ini kebebasan berpendapat setiap warga negara secara lisan atau tulisan, maka fenomena tipuan menjadi satu hal yang seharusnya menjadi perhatian bersama. Di era demokratisasi saat ini kebebasan berpendapat setiap warga negara secara lisan atau tulisan, maka fenomena *hoax* menjadi satu hal yang harus menjadi perhatian bersama. Tipuan tersebut bisa berupa gagasan palsu, prinsip ofensif, manipulasi media, keseimbangan, objektivitas, terhadap netralitas moral (Siregar, 2018: 44).

Gagasan palsu bisa dibuktikan melalui hasil nyata yang menghancurkan. Prinsip kebebasan dan toleransi yang bertentangan tidak akan pernah bisa didamaikan, akan tetapi ide palsu yang menghasilkan ucapan kebencian dan bisa merusak tatanan sosial sehingga harus dikeluarkan dari kebebasan berekspresi (Haryanto, 2017: 84).

Kata *hoax* didasarkan pada sebuah film yang berjudul "*The Hoax*" yang banyak mengandung kebohongan dikarenakan plot naskah tidak sesuai dengan novel aslinya. Fenomena *hoax* pada era pasca kebenaran batas antara ucapan yang benar dan dusta, antara kebenaran dan keculasan, antara fiksi dan non fiksi, jadi kabur. Ditambahkannya di era pasca kebenaran kita hidup di sebuah lingkungan yang tak menyediakan cukup penangkal kecenderungan kita mengelabui orang lain (Muhammad, 2017: 38) begitu pula di era milenial yang semakin hari semakin maraknya berita *hoax* di kalangan santri.

Konteks kewarganegaraan, kemampuan melek media adalah salah satu kompetensi melek huruf kewarganegaraan. Sebagai persyaratan kompetensi kewarganegaraan, kemampuan membaca media dalam keterampilan komunikasi, tanggung jawab dalam korespondensi merupakan kebutuhan setiap warga negara,

sehingga dalam melaksanakan kegiatan pemanfaatan ruang publik menjadi lebih bijak, etis, dan bertanggung jawab (Milner, 2002: 49).

Berita *hoax* atau berita palsu (*hoax*) adalah artikel berita yang sengaja dibuat untuk menyesatkan pembaca. Ada dua motivasi utama yang menyebabkan beredarnya berita palsu. Pertama adalah uang, artikel berita seolah-olah menjadi virus di media sosial yang dapat menarik pendapatan iklan yang signifikan saat pengguna mengeklik situs aslinya. Hal ini tampaknya menjadi motivasi utama sebagian besar produsen berita palsu yang identitasnya telah terungkap. Motivasi kedua adalah ideologis. Beberapa penyedia berita palsu berusaha untuk memajukan kandidat yang mereka sukai (Allcott, H., & Gentzkow, 2017: 40).

Kata *santri* sendiri, menurut C. C Berg berasal dari bahasa India, *shastri*, yaitu orang yang tahu buku-buku suci agama Hindu atau seorang sarjana ahli kitab suci agama Hindu. Sementara itu, A. H. John menyebutkan bahwa istilah *santri* berasal dari Bahasa Tamil yang berarti guru mengaji (Suharto, 2011: 9).

Asal usul kata “*Santri*”, dalam pandangan Nurcholish Madjid dapat dilihat dari dua pendapat. Pertama, pendapat yang mengatakan bahwa “*Santri*” berasal dari perkataan “*Sastri*”, sebuah kata dari bahasa Sanskerta yang artinya melek huruf (Madjid, 1977: 19).

Di sisi lain, kata “*Santri*” dalam bahasa India berarti orang yang tahu buku-buku suci agama Hindu, atau seorang sarjana ahli kitab suci agama Hindu. Atau secara umum dapat diartikan buku-buku suci, buku-buku agama, atau buku-buku tentang ilmu pengetahuan (Dhofier, 18: 265).

Santri adalah sekelompok orang yang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan “*Ulama*”. *Santri* adalah siswa atau mahasiswa yang dididik dan menjadi pengikut dan pelanjut perjuangan “*Ulama*” yang setia. Pondok Pesantren didirikan dalam rangka

pembagian tugas *mu'minin* untuk *iqomatuddin*, sebagaimana yang disebutkan dalam Al- Qur'an surat At-Taubah ayat : 122

﴿وَمَا كَانَ الْمُؤْمِنُونَ لِيَنفِرُوا كَافَّةً فَلَوْلَا نَفَرَ مِن كُلِّ فِرْقَةٍ مِّنْهُمْ طَائِفَةٌ لِّيَتَفَقَّهُوا فِي الدِّينِ وَلِيُنذِرُوا قَوْمَهُمْ إِذَا رَجَعُوا إِلَيْهِمْ لَعَلَّهُمْ يَحْذَرُونَ ۝١٢٢﴾

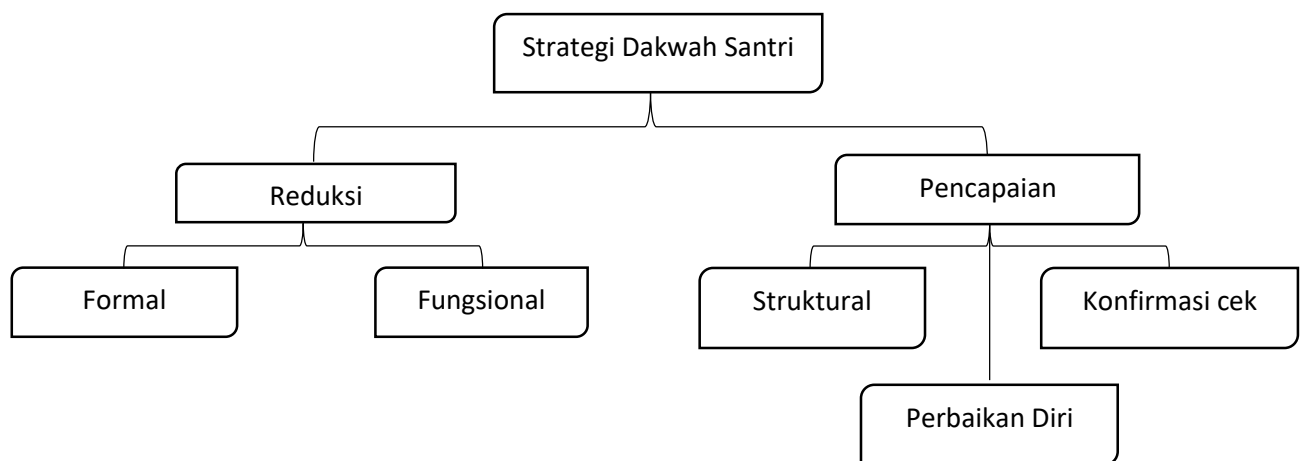
Artinya: “Tidak sepatutnya bagi mukminin itu pergi semuanya (ke medan perang). mengapa tidak pergi dari tiap-tiap golongan diantara mereka beberapa orang untuk memperdalam pengetahuan mereka tentang agama dan untuk memberi peringatan kepada kaumnya apabila mereka telah kembali kepadanya, supaya mereka itu dapat menjaga dirinya”.

Bagian pertama ayat ini menjelaskan keharusan adanya pembagian tugas *mu'min* untuk *iqomatuddin*. Bagian kedua yaitu kewajiban adanya *nafar*, *tho'ifah*, kelompok, lembaga atau *jama'ah* yang mengkhususkan diri untuk menggali ilmuddin supaya *mufaqqih fiddin*. Bagian ketiga mewajibkan kepada insan yang *tafaqquh fieddin* untuk menyebarkan *ilmuddin* dan berjuang untuk *iqomatuddin* dan membangun masyarakat masing-masing.

Dengan demikian, *sibghah*/predikat Santri adalah julukan kehormatan, karena seseorang bisa mendapat gelar Santri bukan semata-mata karena sebagai pelajar/mahasiswa, tetapi karena ia memiliki akhlak yang berlainan dengan orang awam yang ada disekitarnya. Buktinya adalah ketika ia keluar dari pesantren, gelar yang ia bawa adalah santri dan santri itu memiliki akhlak dan kepribadian tersendiri (Qadir, 1994 : 7-8).

Penggunaan istilah santri ditujukan kepada orang yang sedang menuntut pengetahuan agama di pondok pesantren. sebutan santri senantiasa berkonotasi mempunyai kiai (Sukamto, 1999: 97).

Bagan 1.1 Strategi Dakwah Santri Dalam Menghadapi Berita Hoax Di Media Sosial



F. Langkah-langkah Penelitian

Langkah-langkah yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut; lokasi penelitian, metode penelitian, jenis data, sumber data, teknik pengumpulan data, serta analisis data (Panduan Penyusunan Skripsi. Bandung: Fakultas Dakwah dan Komunikasi 2015, hal. 80-81).

1. Lokasi Penelitian

Peneliti melakukan penelitian pada Santri Pondok Pesantren Mahasiswa Universal dengan beralamat desa Cipadung, RT 03, RW 08 No. 01, Kelurahan Cipadung, Kecamatan Ciburu, Kota Bandung. Adapun alasan menjadi target peneliti adalah; a). Lokasi penelitian ini mudah dijangkau sehingga membuat peneliti mudah dalam pengumpulan data. b). Setelah mengamati Pondok Pesantren tersebut ternyata santri memiliki ciri yang perlu diteliti. c). Pondok Pesantren ini berbeda dengan Pondok lainnya.

2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Metode studi kasus adalah suatu serangkaian kegiatan ilmiah yang dilakukan secara intensif, terinci dan mendalam tentang suatu program, peristiwa, dan aktivitas, baik pada tingkat perorangan, sekelompok orang, lembaga, atau organisasi untuk

memperoleh pengetahuan mendalam tentang peristiwa tersebut. Biasanya, peristiwa yang dipilih yang selanjutnya disebut kasus adalah hal yang aktual (*real-life events*), yang sedang berlangsung, bukan sesuatu yang sudah lewat.

Metode Penelitian kasus merupakan metode kualitatif yang biasa digunakan dalam penelitian sosial. Ia di arahkan pada suatu penelitian yang intensif terhadap suatu satuan analisis tertentu. Ia biasanya digunakan dalam penelitian di bidang psikologi, antropologi, dan sosiologi (mikro). Namun demikian, ia tetap digunakan penelitian HIPS, sebagai suatu satuan analisis. (Hasan, 2004: 291). Merupakan suatu fenomena yang sangat menarik Santri mampu memilah dan memilih berita dengan baik dan bijak.

3. Jenis Data

Jenis data yang digunakan peneliti adalah kualitatif studi kasus karena penelitian studi kasus merupakan cara pengolahan penelitian kualitatif karena datanya berbentuk ucapan dan tindakan subjek penelitian serta hasil-hasil pengamatan peneliti terhadap situasi lapangan yang menyertai ucapan atau tindakan. Cara pengelolaannya dengan cara memasukan data-data yang sejenis lalu menguraikan secara naratif yang menggambarkan secara meluas dan mendalam tentang subjek penelitian.

4. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer yaitu data yang langsung diperoleh dari sumber datanya oleh peneliti untuk suatu tujuan khusus, dengan kata lain, bahwa data primer adalah data asli, dari sumber tangan pertama (Santri Pondok Pesantren Mahasiswa Universal).

b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang telah atau lebih dulu dikumpulkan dan dilaporkan oleh orang lain, walaupun yang dikumpulkan sesungguhnya data yang asli. Atau dengan kata lain data sekunder adalah data yang datang dari tangan kedua (dari tangan ke sekian) yang tidak seasli data primernya semisal dari Kiai (Dewan Pengasuh Pondok Pesantren Mahasiswa Universal).

5. Teknik Dan Instrumen Pengumpulan Data

a. Teknis Observasi

Observasi merupakan sebuah teknik pengumpulan data yang dilaksanakan secara teliti, beserta pencatatan yang sesuai dengan sistematika dalam sebuah penelitian (Imam Gunawan, 2013:143). Penulis melakukan pengamatan dan pencatatan untuk mengamati situasi dan kondisi Santri Pondok Pesantren Mahasiswa Universal, terpenting mengamati strategi Santri dalam memahami berita.

b. Teknik Wawancara

Wawancara adalah salah satu cara untuk mendapatkan keterangan secara lisan dari responden/informan dengan bercakap-cakap, dengan tujuan untuk mengumpulkan keterangan demi menyempurnakan data yang represen-tatif. Akan tetapi percakapan yang meminta keterangan yang tidak bertujuan untuk suatu tugas, melainkan hanya untuk ramah tamah saja, maka hal ini tidaklah termasuk/disebut wawancara.

Dalam proses wawancara ada sejumlah variabel yang memainkan peranan penting yaitu (1) pewawan-cara/*interviewer*, (2) responden/informan yaitu orang

yang diminta keterangan, (3) daftar pertanyaan, (4) hubungan antara pewawancara dengan responden.

6. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses mencari dan menata data dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi secara sistematis untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan menyajikannya sebagai temuan bagi yang lain. Sedangkan untuk meningkatkan pemahaman tersebut, analisis perlu dilanjutkan dengan berupaya mencari makna interpretasi (Muhadjir, 1996:104).

Setelah semua data terkumpul, maka peneliti akan berusaha untuk dapat menjelaskan objek permasalahan secara sistematis serta memberikan analisis secara cermat dan tepat terhadap objek kajian tersebut. Dalam memberikan interpretasi data yang diperoleh peneliti menggunakan metode studi kasus kualitatif untuk mengetahui “Strategi Dakwah Santri Dalam Menghadapi Berita *Hoax* Di Media Sosial (Studi Kasus Pada Santri Pondok Pesantren Mahasiswa Universal Bandung)”.

a). Reduksi Data

Data yang tersusun dari hasil pengkategorisasian kemudian dilakukan pereduksian data yaitu dengan cara memilih-milih data yang diperoleh sehingga menghasilkan data yang benar. Disini data mengenai “Strategi Dakwah Santri Dalam Menghadapi Berita *Hoax* Di Media Sosial.

b). Penghubung Data

Dari hasil pereduksian, data yang sudah ada dihubungkan dengan data yang sebelumnya dengan tujuan agar data yang terkumpul dapat tersusun lengkap.