

Submitted: 21 Juli 2022	Accepted: 25 Agustus 2022	Published: 20 April 2023
-------------------------	---------------------------	--------------------------

Kristus Sang Komunikator Kebenaran: Refleksi Teologi Kontekstual atas Fenomena Hoaks di Media Sosial

Yulius Suroso

Magister Filsafat Keilahan Universitas Sanata Dharma Yogyakarta

soerosoj@gmail.com

Abstract

The media often produces destructive and provocative stories, which can erode and destroy the communal life. This research, which is based on a literature study and observation of digital space phenomena, is an attempt to build a contextual theology to respond to the phenomenon of hoaxes that proliferate in digital media. Through this study, it was revealed that hoax, that appears as half-true news, could be considered as a truth if it is constantly promoted. In dealing with this phenomenon, Christ is an example to be able to discern and confront every available information, so that the truth can be uncovered.

Keywords: *hoax; Christ the Communicator of the Truth; Contextual Theology; media; truth manipulation*

Abstrak

Media seringkali memproduksi cerita-cerita destruktif dan provokatif, yang dapat mengikis dan menghancurkan sendi kehidupan bersama. Penelitian yang didasarkan pada studi pustaka dan pengamatan fenomena ruang digital ini adalah sebagai upaya untuk membangun suatu teologi kontekstual untuk menanggapi fenomena hoaks yang menjamur di media digital. Melalui studi ini terungkap bahwa berita bohong, yang sering tampil sebagai berita setengah benar, akan menjadi narasi yang dianggap benar, jika dipromosikan secara terus-menerus. Berhadapan dengan fenomena ini, Kristus menjadi teladan untuk bisa mencermati dan mengonfrontasi setiap informasi yang ada, sehingga kebenaran bisa terungkap ke permukaan.

Kata Kunci: hoaks; Kristus Sang Komunikator Kebenaran; manipulasi kebenaran; media; Teologi Kontekstual

PENDAHULUAN

Di akhir tahun 2016 silam, Indonesia diguncang oleh aksi populisme Islam. Politik Indonesia diwarnai dengan adanya gerakan Aksi Bela Islam (ABI) yang dikenal dengan gerakan “411” dan “212.” Aksi ini dipicu oleh potongan rekaman pernyataan Gubernur DKI Jakarta, Basuki Tjahaya Purnama (Ahok), di Pulau Seribu pada 27 September 2016 yang dianggap sebagai telah menghina Islam. Situasi menjadi semakin ricuh ketika MUI mengeluarkan fatwa yang menyebutkan bahwa Ahok telah melakukan penodaan al-Qur’an dan penghinaan terhadap ulama dan umat Islam. Dalil tersebut mampu meyakinkan banyak umat Islam untuk berpartisipasi dalam gerakan ABI 1, 2, dan 3. Gerakan populisme ini menyisakan banyak pelajaran. Inilah pengerahan massa terbesar setelah 1998; ratusan ribu orang tumpah ke jalanan ibu kota mengenakan pakaian serba putih dan meneriakkan yel-yel yang seragam. Massa dalam jumlah besar itu memang menarik perhatian bagi siapapun. Masalahnya, gerakan itu muncul seiring dengan maraknya kampanye pilgub DKI Jakarta 2017, dengan agenda utama melengserkan Ahok dari proses pilgub. Politik kini menemukan suasana baru: bertarung dengan memanfaatkan aksi massa.¹

¹ B. Hari Juliawan, “Masyarakat Gerakan,” in *Basis*, 11th–12th ed., 2016, 22-23.

Proses ini dapat dipahami dengan sederhana. Dalam kajian media dan gerakan sosial dikenal istilah *framing* atau penciptaan makna, yang bertujuan untuk menggiring orang agar sepaham dengan maksud dan tujuan suatu gerakan. Proses pemaknaan ini, seperti yang diungkapkan B. H. Juliawan, perlu mengandung tiga unsur: pertama, gerakan perlu menampilkan ketidakadilan yang jadi sasarannya; kedua, siapa yang bersalah dalam tatanan yang tidak adil tersebut; dan ketiga, gerakan tersebut menawarkan jalan keluar, sambil menunjukkan siapa pahlawannya. Semuanya itu dibungkus dalam bahasa yang sederhana, jelas, dan emosional sehingga sebanyak mungkin orang termotivasi untuk bergabung.² Mereka akan memanfaatkan sentimen-sentimen yang sudah berlaku dalam masyarakat dan memakainya untuk menciptakan makna baru yang lebih sesuai dengan cita-cita gerakan. Lantas ini menjadi sebuah contoh kasus nyata bagaimana media digunakan untuk memanipulasi sebuah fenomena, membingkai sedemikian rupa, dan menampilkan “kebenaran” menurut citra kepentingan yang diinginkan. Demikianlah, manipulasi kebenaran dan hoaks terbentuk untuk mempengaruhi opini publik.

Bagaimana antropologi manusia digital ini kita lihat? Dalam pesannya di Hari

² B. Hari Juliawan, “Media Dan Gerakan Sosial,” in *Basis*, 9th–10th ed., 2016, 16-17.

Komunikasi Dunia ke-54, Paus Fransiskus mengingatkan bahwa seringkali berbagai media komunikasi justru memproduksi cerita-cerita destruktif dan provokatif yang mengikis dan menghancurkan benang-benang yang rapuh dalam kehidupan bersama, daripada mengisahkan cerita-cerita konstruktif yang merekatkan ikatan sosial dan tatanan budaya. Di tengah kekaguman akan perangkat internet, orang semakin dikhawatirkan oleh maraknya berita bohong yang juga lahir dari rahim internet itu sendiri. Internet tidak hanya menawarkan kecepatan pendistribusian informasi, tetapi juga berita bohong. Misinformasi dan segala praktik manipulasi dalam ruang digital telah digunakan sebagian orang untuk mencari keuntungan pribadi semata. Bagaimana refleksi teologis mampu menanggapi masalah ini? Jika Kristus hadir di zaman ini, inspirasi macam apa yang bisa kita dapatkan untuk menangkal segala tindakan penyebaran berita bohong itu?

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode studi pustaka, dengan menelusuri fenomena berita bohong dan manipulasi kebenaran dalam media sosial dan beberapa sumber pustaka. Penulis akan menjelaskan secara filosofis dan sosiologis bagaimana ruang

media seringkali dijadikan sebagai ruang manipulasi kebenaran oleh pihak-pihak tertentu. Refleksi teologis atas berita bohong akan ditunjukkan melalui hermeneutika atas teks Kejadian 3:1-19. Melalui tafsiran atas teks Matius 22:15-22, penelitian ini hendak membangun suatu Kristologi kontekstual, yakni Kristus sebagai Jalan Kebenaran, yang bekerja dalam dua langkah, yakni untuk mengonfrontasi setiap berita sehingga apa yang benar tertampakkan dan bagaimana teologi diajak untuk membangun narasi-narasi positif yang memenuhi ekosistem digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hoaks dan Upaya Manipulasi Kebenaran

Diskusi seputar masalah manipulasi media semakin intensif dalam beberapa tahun terakhir, terutama terkait dengan penyebaran berita palsu melalui internet. Penelitian mutakhir menunjukkan bahwa kebanyakan orang tidak membedakan antara berita palsu dan jenis berita lainnya. Namun, masalah berita palsu tidak hanya terkait dengan teks media yang dibuat-buat, tetapi juga mencerminkan ketidakpuasan khalayak secara umum terhadap media massa tradisional, beberapa politisi, partai, dan organisasi yang berpengaruh.³ Dari sudut pandang pembaca, masalah berita palsu

³ Anastasia Levitskaya and Alexander Fedorov, "Typology and Mechanisms of Media Manipulation,"

International Journal of Media and Information Literacy 5, no. 1 (2020): 69–78.

tidak terbatas pada berita palsu - tetapi juga menyangkut jurnalisme berkualitas rendah, propaganda politik dan bentuk-bentuk iklan yang menyesatkan, (ketidakpercayaan) pada lembaga publik dan agensi media. Fakta bahwa di dunia media modern, informasi yang benar dan secara eksplisit salah semakin langka, semakin memperumit situasi.⁴

Masalahnya, perkembangan teknologi komunikasi justru membawa banjir informasi yang belum tentu relevan bagi kehidupan manusia – atau sebagaimana yang dikatakan Peter Sloterdijk, “Media ... membicarakan semua hal, namun tidak menjelaskan apa-apa mengenai apa pun.”⁵ Media menghadirkan apa yang disebut Heidegger sebagai *idle talk* (obrolan kosong), yakni komunikasi sebagai sebuah pembicaraan yang belum tentu menyampaikan apa pun yang bermakna.⁶ Hal ini bukan berarti bahwa setiap pihak yang berpartisipasi tidak mengerti apa yang dibicarakan, namun apa yang dibicarakan sebenarnya tidak memiliki signifikansi bagi keseluruhan pandangan dunia mereka. Di dalam model komunikasi macam ini, sebagaimana dilihat oleh Niklas Luhmann, bukan orang yang berkomunikasi, melainkan komunikasi berkomunikasi dengan komunikasi, karena sirkulasi pesan lepas dari pencetusnya. Inilah saat di mana

kemudian pesan lebih penting daripada pengirimnya. Komunikasi kemudian membentuk sebuah proses mandiri yang dinamis, yang bahkan manusia sendiri tidak dapat mengontrolnya. Jika seperti itu adanya, lantas siapa yang bisa menjamin kebenaran informasi ketika tanggung jawab itu kemudian tidak dapat begitu saja dibebankan kepada si pencetus?

Alasan manipulasi media cukup beragam. Menurut G.V. Gracheva dan I.K. Melnik, modus operandi terhadap tindakan manipulasi itu dapat dikelompokkan menjadi beberapa hal: 1) alasan bias dan subjektivitas orang-orang yang bekerja di bidang media massa, yang disebabkan oleh psikologis individu, karakteristik pribadi, preferensi politik, maupun simpati; 2) alasan yang ditentukan oleh kondisi politik, sosial, ekonomi, dan organisasi di ranah media (misalnya, ketergantungan ekonomi dan administratif pada aktor sosial tertentu); 3) alasan yang sangat bergantung pada proses berfungsinya media massa: untuk menarik perhatian dan mendapatkan khalayak massa, media dipandu oleh teknologi umum tertentu saat membuat dan memutar pesan tertentu.⁷

Pendapat Gracheva dan Melnik di atas dikonfirmasi oleh Bradshaw dan Howard, seorang peneliti media politik. Setelah me-

⁴ Levitskaya and Fedorov.

⁵ David Gunkel and Paul A. Taylor, *Heidegger and the Media* (UK: Polity Press, 2014), 42.

⁶ Gunkel and Taylor, 39.

⁷ Levitskaya dan Fedorov, “Typology and Mechanisms of Media Manipulation”, 70.

lakukan studi ekstensif tentang jejaring sosial di berbagai negara di dunia pada tahun 2017 dan 2018, S. Bradshaw dan P.N. Howard memberikan perhatian akan adanya tren baru dalam manipulasi media yang terorganisir, peluang yang berkembang, serta strategi dan sumber daya yang mendukung fenomena ini. Menurut Bradshaw dan Howard, dari fenomena ini, paling tidak ada beberapa hal yang perlu kita cermati:⁸

- a. Kampanye untuk memanipulasi jejaring sosial tumbuh secara signifikan di 48 negara pada 2018 dibandingkan dengan 28 negara di tahun 2017, karena masing-masing negara memiliki setidaknya satu partai politik atau lembaga pemerintah yang menggunakan jaringan sosial untuk memanipulasi opini publik. Fenomena manipulasi juga terjadi ketika partai politik menyebarkan informasi yang salah selama pemilu, atau ketika lembaga pemerintah merasa terancam oleh berita yang tidak diinginkan. Untuk menanggapi isu-isu semacam itu, berbagai macam propaganda lewat media sosial disebarkan untuk menggiring opini publik.
- b. Seperlima (20%) dari total 48 negara terbukti melakukan kampanye disinformasi melalui WhatsApp, Telegram, dan WeChat.

- c. Propaganda manipulasi ini menggunakan otomatisasi akun (mesin) di jejaring sosial dan komentar *online*, serta melibatkan iklan berbayar dan pengoptimalan mesin telusur di berbagai *platform* internet.
- d. Dan pada akhirnya, yang perlu diperhatikan adalah manipulasi di jejaring sosial adalah bisnis besar sejak tahun 2010. Didapatkan informasi bahwa partai politik dan pemerintah telah menghabiskan lebih dari setengah milyar dollar untuk penelitian, pengembangan, dan implementasi operasi psikologis serta manipulasi opini publik di jejaring sosial.

Seperti yang kita ketahui, jejaring sosial pada awalnya tidak dipahami sebagai alat politik atau manipulasi: mereka seharusnya menjadi ruang yang bebas dan demokratis untuk komunikasi antar teman dan kerabat, dengan pengguna yang dapat berbagi kesan mereka tentang buku, film, musik, perjalanan, makanan, dll. Namun, begitu jejaring sosial (dengan kemungkinan luas segmentasi pengguna berdasarkan minat) mendapatkan jutaan penonton, mereka segera memasuki ranah bisnis dan kepentingan politik. Saat ini, jejaring sosial semakin banyak digunakan sebagai cara yang cepat dan relatif murah untuk mempromosi-

⁸ Samantha Bradshaw and Philip N. Howard, *Challenging Truth and Trust: A Global Inventory of Organized Social Media Manipulation* (Oxford:

University of Oxford, 2018), 70. Lihat juga, Levitskaya and Fedorov, "Typology and Mechanisms of Media Manipulation."

kan informasi, termasuk yang salah. Akibatnya, jejaring sosial menjadi sumber berbagai jenis politik dan iklan palsu.⁹ Dalam beberapa tahun terakhir saja, isu manipulasi media semakin kerap dikaitkan dengan berita bohong. Tentu saja, kepalsuan itu sendiri (informasi palsu) bukanlah hal baru: berita palsu telah disebarkan oleh media tradisional sebelumnya juga. Masalahnya adalah bahwa internet telah memungkinkan untuk mendistribusikan barang palsu, baik oleh *bot* (robot) maupun oleh pengguna individu yang sebenarnya.¹⁰

G.G. Pocheptsov pada dasarnya setuju pendapat di atas. Dia percaya bahwa informasi yang salah adalah penipuan yang disengaja, berbeda dengan penipuan secara kebetulan, ketidaktahuan, meremehkan, dan atau yang berlebihan. Apa yang disebutkan terakhir itu memang tidak sesuai dengan kenyataan, tetapi hal itu tetap terjadi tanpa niat jahat. Namun, apa yang kita sebut disinformasi yang tertanam dalam arus informasi, secara inheren salah karena informasi-informasi semacam itu menjadi dasar bagi beberapa keputusan serius. Apalagi, aliran misinformasi itu bertujuan untuk mengarahkan pengambilan keputusan ke tindakan intelektual atau fisik yang menguntungkan si pemesan. Tentu ini bukan hanya

sekadar disinformasi tetapi sebuah manipulasi yang menyesatkan penonton dengan kebohongan langsung serta pemutarbalikan fakta.¹¹

Dengan demikian, istilah “*misinformation*” dipahami sebagai “proses memanipulasi informasi: menyesatkan seseorang dengan memberikan informasi yang tidak lengkap atau lengkap, tetapi merupakan informasi yang berlebihan, mendistorsi konteks, mendistorsi sebagian informasi. Manipulasi lantas mengacu pada jenis dampak psikologis di mana keterampilan manipulator digunakan untuk secara diam-diam memperkenalkan tujuan, keinginan, niat, hubungan atau sikap penerima untuk mencapai tujuan atau sikap tertentu. Proses ini dilakukan secara terus-menerus sehingga penerima pesan secara tidak langsung bertindak sebagaimana hal-hal yang disarankan oleh manipulator secara diam-diam dan tersembunyi.¹²

Kelly Born, seorang jurnalis *The Wall Street Journal*, mengidentifikasi beberapa faktor yang memicu penyebaran informasi media palsu. Setidaknya ada 6 faktor yakni: 1) demokratisasi pembuatan dan distribusi teks media, sehingga setiap orang atau kelompok dapat mempengaruhi banyak orang secara online; 2) sosialisasi in-

⁹ Levitskaya and Fedorov, “Typology and Mechanisms of Media Manipulation.”

¹⁰ Levitskaya and Fedorov.

¹¹ Georgy Pocheptsov, “Contexts of the Disinformation Occurrence,” *Psyfactor*, 2018.

¹² EA Mikheev and TA Nestik, “Disinformation in the Social Networks: State and Prospects of the Psychological Investigations,” *Social Psychology and Society* 9, no. 2 (2018): 5–20.

formasi, yang mengarah pada konsumsi informasi dari berbagai sumber, yang tidak hanya dari lembaga media tradisional yang memperhatikan standar jurnalisme; 3) atomisasi sumber berita; 4) anonimitas pembuatan dan distribusi teks media, sebab untuk pengguna jaringan saat ini, lebih penting siapa (misalnya, temannya) yang membagikan informasi daripada sumbernya; 5) personalisasi lingkungan informasi, yang memungkinkan untuk menggunakan audiens target mikro; dan 6) kedaulatan: tidak seperti televisi, pers, dan radio, jejaring sosial mengatur dirinya sendiri.¹³ Masalahnya, manipulasi juga terkait dengan fakta bahwa sifat jaringan Internet dan kemampuannya untuk mereplikasi dan *me-remix* gambar, teks dan video; seringkali membuat tidak mungkin untuk menentukan dari mana sebuah ide, gambar, atau memori berasal, terutama dalam kasus-kasus krusial yang melibatkan permainan makna. Semua ini membuat proses pengungkapan manipulasi media menjadi sangat sulit.¹⁴

Hoaks dan Lahirnya Sikap Brutal

Tepat di titik inilah kebebasan kemudian melahirkan brutalitas. Cuitan, celotehan, dan berbagai bentuk komentar kemu-

dian disahkan, seolah-olah tidak ada batasan yang membentengi tindakan mereka. Kendali dan pengawasan moral yang biasanya digunakan untuk mendisiplinkan komunikasi korporeal seolah-olah tidak berlaku. Dalam analisisnya mengenai jaringan sosial, Lovink bahkan menyatakan bahwa layanan jejaring sosial telah mendorong orang untuk mengomentari segala sesuatu.¹⁵ Partisipasi kini bukanlah sesuatu yang harus diperjuangkan, melainkan gejala normal bahkan bersifat banal. Tuntutan untuk segera melontarkan komentar sesaat menjadi hal yang sepertinya harus dilakukan segera, ketimbang menelaah persoalan lewat refleksi mengenai perasaan ataupun persoalan sosial di sekitarnya. Ketika orang terbiasa bereaksi berdasarkan impuls, unsur kedaulatan pun perlahan akan lenyap.

Jika memang situasinya demikian, maka tak heran jika *hoax* kemudian menjamur di mana-mana. Perbedaan kritis kebenaran model Plato mengenai *episteme* dan *doxa* bukan menjadi hal yang diutamakan, sebab masing-masing terdorong untuk buru-buru berkomentar, mencari dukungan, sambil berusaha mengalahkan lawan komunikasi yang bertentangan dengan kepentingan atau keyakinannya. Dalam situasi se-

¹³ Kelly Born, "Opinion: Six Reasons There's More Fake News Today," MarketWatch, 2017, <https://www.marketwatch.com/story/six-features-of-the-age-of-fake-news-2017-10-24>.

¹⁴ Levitskaya and Fedorov, "Typology and Mechanisms of Media Manipulation.": Lihat juga, Alice E. Marwick, "Why Do People Share Fake

News? A Sociotechnical Model of Media Effects," *Georgetown Law Technology Review* 2, no. 2 (2018): 474–512.

¹⁵ Geert Lovink, *Networks without a Cause: A Critique of Social Media* (Cambridge: Polity Press, 2011), 50–62.

macam itu, kita tidak akan pernah melihat kebenaran, sebab yang kita lihat adalah aliran komentar tiada henti yang tidak jelas arahnya. Kita akan melihat nilai kebenaran tertimbun oleh banjir komentar yang bisa datang dari siapa saja. Kebenaran yang seharusnya mengandaikan fakta yang stabil, bisa diverifikasi, dan telah melewati diskursus rasional kemudian kehilangan tempatnya. Kebenaran kemudian lebih dilihat sebagai kebenaran performatif, di mana “kebenaran” lebih diciptakan daripada ditemukan, layaknya hoaks yang terus-menerus digemborkan secara masif akan berubah menjadi kebenaran. Bentuk kebenaran semacam ini mendapatkan dayanya lewat tindakan digital seperti *posting*, *chatting*, *uploading*, dll. Ia tidak lagi mengacu pada kebijaksanaan tetapi pada suatu sentimen emosional tertentu. Demikianlah, kebenaran menjadi kabur, rasionalitas diganti dengan sentimentalitas.

Terlepas dari kenyataan bahwa informasi yang salah dan penipuan bukanlah hal baru dalam sejarah manusia, konteks pasca-kebenaran menghadirkan beberapa karakteristik unik. Dalam iklim pasca-kebenaran, ini bukan hanya masalah informasi palsu yang disajikan, melainkan tentang sikap orang-orang terhadap kebohongan ini. Pertama, dari pihak penyebar kepalsuan, mereka terus mempertahankan dan mempromosikannya meskipun mereka telah di-

sajikan dengan bukti kuat yang bertentangan. Ciri khas kedua dari iklim *post-truth* berkaitan dengan sikap publik terhadap fakta yang disajikan. Tampaknya ada penipuan diri dan delusi yang disengaja terjadi karena orang terus menerima ketidakbenaran yang telah dibuktikan secara definitif.

Internet, yang telah menjadi sumber pengetahuan dan media yang luar biasa untuk memperkaya interaksi budaya, agama, dan sosial timbal balik, sayangnya juga bertanggung jawab atas terciptanya iklim pasca-kebenaran yang mengakibatkan perpecahan di masyarakat. Efektivitas kemampuan internet untuk menciptakan ruang di mana orang-orang yang berpikiran sama dapat bertemu, bertukar pikiran, dan menegaskan kembali pemikiran satu sama lain bagaikan pedang bermata dua. Meskipun orang pasti bisa terlibat dengan mereka yang memiliki perspektif yang kontras, sebagian besar lebih suka mengunjungi forum di mana mereka merasa paling nyaman dan meneguhkan. Untuk menambah intensitas perpecahan, orang sekarang dapat, dengan bantuan algoritma, menghabiskan waktu mereka di gelembung dunia maya, di mana informasi yang tidak sesuai dengan perspektif mereka secara otomatis disaring. Dengan demikian, seseorang dapat *online* tanpa harus dihadapkan pada apa pun yang menantang mereka secara mental atau emosional. Hal semacam itu akan membuat orang memilih untuk ha-

nya terlibat dengan mereka yang berbagi pandangan dunia dan mengonsumsi berita (palsu atau lainnya) yang hanya memperkuat perspektif itu, polarisasi sosial, politik, dan agama menjadi lebih intens.¹⁶ Mengenai hal ini, Cass Sunstein, seorang pakar media sosial, menegaskan gejala “ruang gaung” ini,

Internet sangat memudahkan orang untuk... membaca bertumpuk-tumpuk materi yang mendukung pandangan mereka... [dan] mengecualikan setiap dan semua materi yang berpendapat sebaliknya ... Konsekuensi utama dari penyortiran diri semacam ini adalah apa yang kita sebut ekstremisme kantong. Ketika orang-orang berakhir di kantong orang-orang yang berpikiran sama, mereka biasanya bergerak menuju titik yang lebih ekstrem.¹⁷

Refleksi Teologis atas Media: Kristus Sang Pewarta Kebenaran

Reveal the Truth: Yesus Mengungkap Tipu Muslihat

Apakah hoaks ini muncul karena media? Tentu saja tidak. Media hanyalah media yang melipatgandakan fenomena hoaks yang sejatinya sudah lama hidup di kalangan manusia. Dari mana datangnya mentalitas semacam ini? Dalam pesannya tersebut, Paus Fransiskus menelusuri feno-

mena tersebut sudah ada sejak episode penciptaan manusia di bumi. Menurut Paus Fransiskus, sebagaimana dalam narasi Kitab Kejadian, kemampuan untuk memelintir kebenaran merupakan fenomena yang melekat pada kemanusiaan kita. Dalam kisah tentang dosa pertama, si penggoda mendekati si perempuan dengan berpura-pura menjadi seorang sahabat yang peduli pada kesejahteraannya. Ia menyampaikan sesuatu yang hanya separuh kebenaran: “Tentu Allah berfirman: Semua pohon dalam taman ini jangan kamu makan buahnya, bukan?” (Kej. 3:1). Padahal yang benar adalah Tuhan tidak pernah melarang Adam makan buah dari semua pohon, tetapi hanya buah dari satu pohon saja: “Tetapi pohon pengetahuan tentang yang baik dan yang jahat itu, janganlah kaumakan buahnya” (Kej. 2:17). Perempuan itu membantah perkataan si ular, namun dengan demikian justru membiarkan dirinya terperangkap oleh hasutan si ular: “Tentang buah pohon yang ada di tengah-tengah taman, Allah berfirman: Jangan kamu makan ataupun raba buah itu, nanti kamu mati” (Kej. 3:2). Jawaban perempuan itu ditulis dengan istilah yang legalistik dan negatif; setelah mendengarkan si penggoda dan membiarkan dirinya ter-

¹⁶ Anthony Le Duc, “The Way, the Truth and the Life: Asian Religious Communication in the Post-Truth Climate,” *Religion and Social Communication* 16, no. 1 (2018): 19–40.

¹⁷ Cass R. Sunstein, “Sunstein on the Internet and Political Polarization,” University of Chicago Law School, 2007, <https://www.law.uchicago.edu/news/sunstein-internet-and-political-polarization>.

perdaya oleh fakta-fakta menurut versi si ular, perempuan itu pun terperdaya. Maka, ia menuruti apa yang dikatakan si penggoda dengan yakin: “Sekali-kali kamu tidak akan mati” (Kej. 3:4). Kemudian diceritakan bahwa pria dan perempuan itu melanggar perintah Tuhan, memakan buah terlarang. Dalam balutan antara rasa takut dan rasa bersalah, mereka berusaha menyembunyikan diri mereka dari Allah (Kej. 3:8). Kemudian sampailah pada drama di mana manusia akhirnya saling menyalahkan: laki-laki menyalahkan perempuan, dan perempuan kemudian menyalahkan si ular yang telah menipunya (Kej. 3:13).¹⁸

Apa yang terjadi di atas adalah kisah bagaimana manusia terperdaya oleh berita bohong atau kita katakan sebagai berita setengah benar. Ular dengan pertanyaan pembukaannya menyindir bahwa Allah mempunyai alasan tersembunyi di balik larangan itu, yaitu bahwa Ia ingin menyembunyikan sesuatu dari manusia. Perempuan itu langsung membela Allah, tetapi dengan itu berarti ular telah berhasil menarik perhatiannya dan melanjutkan dengan setengah kebenaran: kamu tidak akan mati; matamu akan terbuka; kamu akan menjadi seperti Allah, tahu tentang yang baik dan yang jahat (Kej. 3:4-5). Yang selanjutnya terjadi, benar bah-

wa ketika laki-laki dan perempuan makan, mereka tidak mati. Memang mata mereka menjadi terbuka, tetapi tidak seperti yang mereka harapkan. Mereka sekarang sadar, karena sebelumnya mereka tidak sadar, akan suatu arena pengalaman yang seluruhnya baru, pengalaman tentang rasa bersalah dan rasa malu. Mereka tahu bahwa mereka telanjang.¹⁹ Demikianlah, berita yang setengah benar itu telah membuat mereka celaka.

Berhadapan dengan tipu muslihat, Yesus memberi contoh bagaimana untuk melawan tindakan bohong dan manipulatif. Mengenai artefak tindakan ini, kita bisa merujuk pada kisah Yesus berhadapan dengan orang Farisi dalam debat mengenai membayar pajak (Mat. 22:15-22). Dalam perbincangan itu, ada masalah utama yang dibahas, “apakah sebagai seorang Yahudi mereka diperbolehkan membayar pajak?” Perlu kita pahami, debat itu tidak berintensi mencari kebenaran. Sebuah pertanyaan “apakah boleh membayar pajak kepada kaisar” adalah sebuah pertanyaan yang sejak awal mengandung tipu muslihat dan perangkap.

Perangkap yang dibuat oleh orang-orang Farisi ada dua: mereka tidak hanya berharap untuk membuatnya bermasalah dengan otoritas Romawi, tetapi juga membuatnya bermasalah dengan orang-orang

¹⁸ Gerald O’Collins, *Jesus Our Redeemer: A Christian Approach to Salvation* (Oxford: Oxford University Press, 2007), 48.

¹⁹ Dianne Bergant and Robert J. Karris, eds., *Tafsir Alkitab Perjanjian Lama. Lembaga Biblika Indonesia* (Yogyakarta: Kanisius, 2002), 40.

kebanyakan. Menurut Leon Morris, seorang komentator Injil Matius, pajak yang mereka maksud adalah pajak Poll dan sangat tidak populer di kalangan orang Yahudi pada saat itu.²⁰ Pertanyaan ini seperti buah simalakama. Jika Yesus mengatakan boleh membayar pajak begitu saja, maka dia dianggap membela pemerintah Romawi yang menjarah bangsa Yahudi dan dengan demikian akan menjadi musuh orang-orang Yahudi kebanyakan. Sementara jika Yesus mengatakan tidak perlu membayar pajak ke kaisar, Yesus akan dianggap melawan pemerintah Romawi. Tentu dari kedua pilihan itu, tidak ada yang akan menguntungkan Yesus, bahkan akan cenderung menjatuhkan Yesus.

Akan tetapi, Yesus menyadari motivasi orang-orang Farisi yang hendak menjatuhkannya. Berhadapan dengan tipu muslihat dan manipulasi semacam itu, Yesus tidak terjebak untuk memilih salah satu dari jawaban yang ditawarkan oleh kaum Farisi. Sebaliknya, Yesus justru menggali kebenaran di dalam pertanyaan “apakah boleh membayar pajak atau tidak.” Lantas, Yesus menghindari jebakan yang dibuat untuknya dengan berbicara tentang dua otoritas berbeda yang harus ditanggapi: otoritas sipil dan Allah.

Tetapi Yesus mengetahui kejahatan hati mereka itu lalu berkata: “Mengapa kamu mencobai Aku, hai orang-orang munafik? Tunjukkanlah kepada-Ku mata uang untuk pajak itu.” Mereka membawa suatu dinar kepada-Nya. Maka Ia bertanya kepada mereka: “Gambar dan tulisan siapakah ini?” Jawab mereka: “Gambar dan tulisan Kaisar.” Lalu kata Yesus kepada mereka: “Berikanlah kepada Kaisar apa yang wajib kamu berikan kepada Kaisar dan kepada Allah apa yang wajib kamu berikan kepada Allah.”

Dengan memperhatikan perbedaan kewajiban yang dimiliki, Yesus mengingatkan akan perbedaan kewajiban sebagai warga negara dengan kewajiban religius. Yesus dengan hati-hati menyarankan untuk memenuhi kewajiban kepada negara. Dan selanjutnya, Yesus juga menyarankan supaya memberikan kepada Allah apa yang menjadi kewajiban manusia kepada Allah.²¹

Dari dua perikop di atas, ada dua hal yang perlu dicatat. Pertama, pengalaman pelanggaran manusia pertama adalah akibat manipulasi kebenaran yang disemburkan oleh si ular. Dari sini kita bisa belajar bahwa tidak ada berita bohong yang tidak menyesatkan. Berita bohong dengan segala bentuk manipulasinya selalu akan mengakibatkan manusia tidak hidup dalam kebenaran lagi. Kedua, berhadapan dengan segala manipu-

²⁰ Leon Morris, *The Gospel According to Matthew, The Pillar New Testament Commentary* (Grand Rapids: Eerdmans, 1992), 556.; Lihat juga, Erick J. Thompson, “Commentary on Matthew 22:15-22,” Working Preacher, 2017, <https://www.workingpreacher.org/commentaries/ordinary-29/commentary-on-matthew-2215-22-4>.

preacher.org/commentaries/ordinary-29/commentary-on-matthew-2215-22-4.

²¹ Thompson, “Commentary on Matthew 22:15-22.”

lasi itu, Yesus mengajarkan untuk berani “masuk lebih dalam” melihat kebenaran. Tindakan manipulatif akan selalu menampilkan hal-hal yang kelihatan benar di permukaan, tetapi sesungguhnya menyajikan segala tipu muslihat yang siap menjatuhkan. Yesus lantas mengajak untuk berani berkonfrontasi, berani memeriksa, berani menilai kebenaran itu, dan pada akhirnya berani menyingkapkan kebenaran sesungguhnya dari sebuah informasi. Hanya dengan cara demikian, berita bohong dan menyesatkan bisa ditangkal, dan kebenaran sesungguhnya dapat dikuak. Ketika kebenaran sejati itu tampak, maka segala bentuk kebohongan dan manipulasi itu akan tersingkir. Hal ini juga tampak dari reaksi para kaum Farisi setelah tidak mampu menyangkal kebenaran yang ditampilkan oleh Yesus: “Mendengar hal itu heranlah mereka dan meninggalkan Yesus lalu pergi” (Mat. 22:22). Dengan demikian, dalam kisah itu, Yesus menunjukkan bagaimana menjadi “jalan kebenaran,” yakni dengan mengkonfrontasi segala berita bohong yang hendak dilekatkan kepadanya.

Mewartakan Kebenaran di Era Digital

Refleksi biblis di atas menunjukkan akan bahayanya hoaks dan pentingnya untuk mengungkap kebenaran. Yesus menga-

ajarkan bahwa tindakan untuk mengungkap kebenaran diperlukan supaya berita bohong, dengan segala macam bentuk misinformasinya, tidak mengakibatkan kekacauan dan dosa di dunia ini. Tindakan untuk mengungkap kebenaran ini semakin penting ketika era digital ini semakin menjadi iklim kehidupan yang merasuki manusia zaman ini. Bagaimana Gereja menimbang sisi ambiguitas teknologi digital bagi manusia zaman ini? Bagaimana Gereja mengambil peran untuk menangkal segala berita hoaks yang mengakibatkan dosa sosial?

Berhadapan dengan konteks baru ruang digital ini, Antonio Spadaro kemudian menulis sebuah risalah teologis mengenai ruang *cyber* yang kemudian disebut sebagai *cybertheology*. *Cybertheology* adalah refleksi iman kristiani dalam terang logika web.²² Menurut Spadaro, kemajuan teknologi komunikasi yang sangat cepat memberi kita hal-hal baru yang sadar atau tidak sadar mempengaruhi kebiasaan dan pola pikir kita melihat realitas. Manusia berubah manakala dunia di sekitar mereka berubah. Dalam hal internet, bukan hanya komunikasi yang berubah tapi juga budaya dan diri seseorang.²³ Secara khusus yang dibahas oleh Spadaro dalam buku ini adalah bagaimana perubahan ini berdampak pada iman

²² A. Spadaro, *Cybertheology: Thinking Christianity in the Era of the Internet* (New York: Fordham University Press, 2014), 16.

²³ Spadaro, 5.

serta bagaimana mereka menghidupi iman tersebut. Internet tidak bisa hanya dipandang sebagai suatu alat atau instrumen. Internet adalah sebuah ruang (*space*) untuk pengalaman manusia yang menjadi integral dalam hidup sehari-hari, atau dengan kata lain disebut sebuah konteks sosial baru “*new existential context*.”²⁴

Pada dasarnya, Gereja mengafirmasi kebenaran mengenai ruang digital tersebut. Dalam dokumen “*The Church and the Internet*” (2002), yang dikeluarkan oleh Dewan Kepausan untuk Komunikasi Sosial, Gereja Katolik mengakui kekuatan internet dalam membawa perubahan revolusioner dalam perdagangan, pendidikan, politik, jurnalisme, hubungan antar-negara dan budaya. Perubahan ini bukan hanya dalam cara orang berkomunikasi, tetapi juga dalam cara mereka memahami kehidupan mereka.²⁵ Pada Perayaan Hari Komunikasi Dunia tahun 2013, Paus Benediktus XVI mengatakan bahwa jejaring sosial adalah sebuah respons kebutuhan fundamental manusia untuk bersatu, sebuah kebutuhan yang dipupuk oleh keinginan yang berakar dalam hati manusia. Paus Benediktus XVI menegaskan, “Lingkungan digital bukanlah du-

nia paralel atau murni virtual, tetapi merupakan bagian dari pengalaman sehari-hari banyak orang, terutama kaum muda.”²⁶ Jika dunia dengan segala perkembangan dan peradabannya adalah sebuah tempat di mana Allah hadir dan mewahyukan diri-Nya, maka secara logis kita bisa memikirkan bahwa dunia digital juga merupakan *locus* bagi pewayhuan Allah itu sendiri. Maka, kita harus menyadari bahwa dunia digital menyediakan metafora untuk kehadiran Tuhan dan cara-cara mengimajinasikan sesuatu di dalam sebuah pengertian ruang dan waktu yang baru, di mana data/angka/algorithm menginformasikan situasi kita.

Dalam konteks baru itu, tugas kita bukanlah tentang bagaimana menggunakan web dengan baik, tetapi bagaimana kita hidup dengan baik di era web.²⁷ Dalam pengertian ini, web bukanlah sarana evangelisasi baru, tetapi konteks di mana iman kita mau diwujudkan dalam hidup sehari-hari. Spadaro mengatakan bahwa *cybertheology* bukanlah refleksi sosiologis tentang religiusitas di internet, tetapi buah iman yang membebaskan dirinya dari dorongan kognitif pada saat logika web mempengaruhi cara berpikir, mengetahui, berkomunikasi,

²⁴ Spadaro, 2.

²⁵ Anthony Le Duc, “Cybertheology: Theologizing in the Digital Age,” *SSRN Electronic Journal*, October 28, 2016, 1–11, <https://doi.org/10.2139/SSRN.3056269>.

²⁶ Benedict XVI, “Social Networks: Portals of Truth and Faith; New Spaces for Evangelization,” 47th

World Communications Day, 2013, https://www.vatican.va/content/benedict-xvi/en/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20130124_47th-world-communications-day.html.

²⁷ Spadaro, *Cybertheology: Thinking Christianity in the Era of the Internet*, 8.

dan hidup.²⁸ Dalam ranah teologi, *cyber-theology* tidak mau digolongkan dalam teologi kontekstual yang terikat dalam suatu konteks tertentu, karena bagi Spadaro web bukan suatu kasus tertentu yang spesifik melainkan suatu bagian integral dari eksistensi sehari-hari manusia.²⁹ Menurut Spadaro Allah adalah soal komunikasi. Seluruh hidup Yesus adalah soal komunikasi Allah yang mewartakan kebenaran mengenai Kerajaan Allah. Maka, dalam terang logika web ini, komunikasi seharusnya bukan hanya soal pendistribusian informasi, tetapi juga soal bagaimana berdialektika dengan realitas, dan bahkan juga berkonfrontasi dengan berbagai pandangan sesat dan berita bohong yang memenuhi ruang digital. Demikianlah tugas kita sebagai seorang komunikator kebenaran Kerajaan Allah adalah tampil seperti Yesus: menyebarkan kabar gembira Kerajaan Allah dan mengonfrontasi hal-hal yang bertentangan dengannya.

Dalam pesannya di Hari Komunikasi Dunia ke-55 tahun 2021, “Datang dan Lihatlah,” Paus Fransiskus mengatakan bahwa internet, dengan berlimpah ekspresi sosialnya, dapat meningkatkan kemampuan bercerita dan berbagi. Karena itu, banyak mata makin terbuka atas dunia. Demikian juga banyak gambar dan kesaksian akan te-

rus dihadirkan. Teknologi digital memberi kita kemungkinan atas informasi tangan pertama dan tepat waktu, dan itu sangat berguna. Pada keadaan darurat tertentu, internetlah yang paling awal memberitakan dan menjadi layanan komunikasi utama bagi masyarakat. Sungguh internet adalah sebuah sarana yang ampuh, yang menuntut kita semua bertanggung jawab sebagai pengguna dan konsumen.³⁰ Kita semua berpotensi menjadi saksi atas peristiwa yang jika tidak diceritakan akan diabaikan oleh media tradisional. Kita dapat berkontribusi bagi masyarakat dengan memunculkan lebih banyak cerita positif.

Namun nyata bahwa tidak semua cerita baik. Sudah nyata terjadi risiko dari komunikasi sosial yang tidak diverifikasi. Sejak lama kita ketahui berita dan bahkan gambar mudah dimanipulasi dengan pelbagai alasan. Kadang-kadang hal itu dimotivasi karena narsisme belaka.³¹ Paus Fransiskus, dalam Hari Komunikasi Dunia ke-54, mengafirmasi bahwa memang ada banyak cerita negatif yang membentuk kehidupan manusia, “Jika kamu memakannya, kamu akan menjadi seperti Allah” (Kej 3:4). Godaan ular ini menyisipkan simpul yang sulit dilepas dalam alur sejarah. “Jika kamu memiliki, kamu akan menjadi; kamu

²⁸ Spadaro, 17.

²⁹ Spadaro.

³⁰ Paus Fransiskus, “Datang Dan Lihatlah,” Hari Komunikasi Sosial Sedunia ke-55, 2021, <https://>

www.vatican.va/press-releases/2021/04/21-pr-2021-04-21-mathias-hari-komunikasi-sedunia-ke-55-buku-komsos-kwi.

³¹ Paus Fransiskus.

akan mendapatkan...” Inilah pesan yang terus dibisikan sampai hari ini oleh mereka yang menggunakan *storytelling* untuk mengeksploitasi dan memanipulasi dalam ruang digital. Ada banyak cerita yang membius dan meyakinkan bahwa untuk berbahagia kita harus terus-menerus mendapatkan, memiliki dan mengonsumsi. Bahkan mungkin tanpa disadari, kita rakus membicarakan hal buruk dan bergosip serta mengonsumsi banyak kisah kekerasan dan dusta. Masalahnya, berbagai media seringkali memproduksi cerita-cerita destruktif yang provokatif, yang mengikis dan menghancurkan benang-benang yang rapuh dalam kehidupan bersama, daripada mengisahkan kisah-kisah konstruktif yang merekatkan ikatan kemanusiaan. Media komunikasi juga kerap sekadar mengumpulkan aneka informasi yang tidak terverifikasi, mengulang-ulang obrolan sepele dan persuasif yang palsu, bahkan menyerang dengan ujaran kebencian. Berbagai macam manipulasi cerita ini, sesungguhnya manusia tidak sedang menenun sejarahnya, tetapi menelanjangi martabatnya sendiri.³²

Dalam tumpukan narasi palsu ini, kita diajak untuk meneladan Yesus untuk berani berbicara dan mengungkap kebenaran. Yesus telah memberi inspirasi bahwa ketika berita bohong didiamkan, dia akan

mengambil alih kehidupan dan membawanya ke dalam situasi terburuk: keberdosaan yang menjauhkan kita dari cinta kasih Allah. Komunikasi kita untuk membangun narasi kebenaran dibutuhkan untuk menandingi dan mengkonfrontasi berita bohong itu, supaya kebusukan berita bohong itu terkuak dan akhirnya pergi. Dengan demikian, Kristus sesungguhnya telah memberikan inspirasi bagi Gereja untuk menjadi teman untuk berdiskresi, untuk mengambil sebuah kebenaran di tengah tumpukan berita bohong. Yesus mendorong kita semua untuk menumbuhkan kesadaran kritis kita, supaya kita mampu untuk membuat perbedaan dan memiliki rasa tanggung jawab yang lebih matang dan mengetahui kapan harus menerima dan kapan harus menolak pesan/konten. Prinsipnya, sebagaimana dikatakan oleh Paus Fransiskus, kita bertanggung jawab atas komunikasi yang kita buat, atas informasi yang kita berikan, dan atas kontrol berita palsu dan bersama-sama melatih menyingskap yang benar. Kita semua dipanggil untuk menjadi saksi kebenaran.³³

Teladan Yesus di Zaman Digital: Menjadi Jalan Kebenaran

Di tengah dunia digital yang dibanjiri oleh berbagai macam berita bohong, Yesus meminta para pengikut-Nya untuk

³² Paus Fransiskus, “Hidup Menjadi Cerita,” Pesan Bapa Suci Paus Fransiskus pada Hari Komunikasi Sosial Sedunia Ke-54, 2020.

³³ Paus Fransiskus, “Datang Dan Lihatlah.”

menjadi “jalan kebenaran” sebagai tandi-
ngan atas berita-berita hoaks yang ada. Da-
lam seluruh hidup-Nya, Yesus telah menun-
jukkan bahwa hidupnya adalah untuk me-
nyajikan kebenaran, mengungkap segala tu-
duhan dan manipulasi yang dialamatkan ke-
pada diri-Nya dan pengikut-Nya. Yesus
adalah kebenaran, maka semua perkataan
dan tindakan-Nya adalah benar dan dapat
dipercaya. Sebagai perwujudan kebenaran,
Yesus dapat membebaskan mereka yang
terjebak dalam ketidaktahuan, sumpah pal-
su, kebohongan, dan kemunafikan. Meng-
hadapi berita palsu yang merajalela saat ini,
Yesus menjadi model utama dalam mencari
dan memperjuangkan kebenaran dan me-
merangi penyebaran disinformasi.

Sebelum Yesus ditangkap dan disa-
libkan, Dia berdoa kepada Bapa: “Kudus-
kanlah mereka oleh kebenaran; Firman-Mu
adalah kebenaran” (Yoh. 17:17). Sabda dan
ajaran Yesus dapat menjadi inspirasi untuk
memeluk komitmen dalam memanfaatkan
media komunikasi demi kebaikan bersama
dan menggunakannya untuk mempromosi-
kan kebenaran, kebebasan, keadilan dan so-
lidaritas. Penggunaan disinformasi, mani-
pulasi, kontrol politik opini, pemalsuan ke-
benaran secara sistematis harus dianggap
lawan dari kebenaran yang diajarkan oleh

Yesus sendiri. Oleh karena itu, tanggung ja-
wab untuk penyajian informasi yang jujur,
adil dan objektif tetap menjadi prioritas dan
merupakan bagian dari misi kita sebagai pe-
ngikut Yesus untuk “menguduskan orang-
orang di jalan kebenaran.”³⁴ Jika tidak, se-
perti yang dikomentari Paus Benediktus
XVI, tanpa kepercayaan dan cinta untuk apa
yang benar, tidak ada kesadaran dan tang-
gung jawab sosial, dan tindakan sosial pada
akhirnya melayani kepentingan dan kekua-
saan pribadi yang mementingkan diri sendi-
ri, yang mengakibatkan fragmentasi sosi-
al.³⁵ Di dalam Yesus, seseorang dapat me-
nemukan cara untuk mengomunikasikan
kebenaran. Selama pelayanan publik-Nya,
Yesus menggunakan perumpamaan dan ce-
rita, mukjizat dan persekutuan meja – sa-
rana yang dapat dimengerti oleh orang-
orang pada masanya – untuk menyampai-
kan kebenaran yang Ia khotbahkan. Dengan
demikian, narasi-narasi semacam itulah
yang mesti kita hadirkan dalam ruang di-
gital untuk menyampaikan kebenaran-kebe-
naran sebagaimana telah diwartakan oleh
Kristus.

Yesus mewujudkan kebenaran kare-
na Dia tidak hanya berkhotbah tentang ke-
benaran tetapi juga menghidupinya sampai
akhir. Paus Fransiskus dengan tajam me-

³⁴ Frederick F. Prevosa, “Communicating Jesus Christ as the Way, the Truth and the Life: Christology for the 21st Century Filipinos,” *Religion*

and Social Communication 17, no. 2 (2019): 166–92.

³⁵ Benedictus XVI, *Caritas in Veritate* (Jakarta: KWI, 2010), 5.

ngamati bahwa pertanyaan yang dihadapi generasi sekarang bukan hanya apakah seseorang dapat menggunakan instrumen komunikasi, tetapi apakah seseorang dapat hidup dalam budaya yang dibentuk oleh kultur digital.³⁶ Terlepas dari peluang besar lingkungan digital untuk konektivitas, ada juga rasa kesepian, isolasi, kehilangan kontak dengan realitas secara bertahap, kecanduan, manipulasi, eksploitasi, dan kekerasan, bahkan hingga kasus ekstrim “web gelap.”³⁷ Berkembangnya disinformasi merupakan ekspresi budaya yang telah kehilangan rasa kebenaran dan membengkokkan fakta agar sesuai dengan kepentingan tertentu.³⁸ Paus Fransiskus bahkan menyebut penyebaran disinformasi sebagai “taktik ular,” dan mereka yang mengarang dan menyebarkannya sebagai “ular licik” yang, pada awal umat manusia, menciptakan berita palsu pertama (lih. Kej. 3:1-15) yang mengakibatkan sejarah tragis umat manusia. Oleh sebab itu, Yesus sungguh mengajak kita untuk menjadi pribadi yang mampu menghayati dan menyampaikan kebenaran itu sampai akhir, sebagai wujud antitesis terhadap segala narasi kebohongan yang berseliweran di ruang digital.

Akhirnya, hidup kita seharusnya menjadi cerita yang menggambarkan kebe-

narannya Injil. Eksistensi kita di media sosial, seharusnya menjadi cara menyajikan kebenaran yang muncul dari nilai dan iman kita akan Yesus, yang bukan hanya akan menjadi tandingan terhadap segala narasi-narasi jahat (berita hoaks) di ruang digital, tetapi juga membentuk suatu jaringan kehidupan yang mengalir dari kebenaran Injil sendiri. Mengenai hal ini, Paus Fransiskus menulis dengan jelas,

Kalian – sebagaimana ditulis oleh Santo Paulus – adalah surat Kristus, yang ditulis oleh pelayan kami, ditulis bukan dengan tinta, tetapi dengan Roh dari Allah yang hidup, bukan pada loh-loh batu, melainkan pada loh-loh daging, yaitu di dalam di hati manusia” (2 Kor 3:3) ... Berkat karya Roh Kudus, setiap cerita, bahkan yang terlupakan, juga yang tampaknya ditulis pada garis yang paling bengkok sekalipun, dapat menjadi inspirasi dan dilahirkan kembali seperti sebuah karya agung; menjadi pelengkap Injil ... Cerita-cerita ini, seperti juga cerita-cerita lain yang tak terhitung jumlahnya, telah menggambarkan pertemuan antara kebebasan Allah dan kebebasan manusia dengan sangat mengagumkan. Tiap-tiap kita mengenal berbagai cerita Injil yang harum, yang telah memberikan kesaksian tentang cinta yang mengubah hidup. Cerita-cerita ini berseru-seru untuk dibagikan, diceritakan, dihidupi di setiap waktu, dalam setiap bahasa dan dengan segala cara.³⁹

³⁶ Paus Fransiskus, *Christus Vivit* (Jakarta: KWI, 2019), 86.

³⁷ Paus Fransiskus.

³⁸ Paus Fransiskus, 89.

³⁹ Paus Fransiskus, “Datang Dan Lihatlah.”

KESIMPULAN

Dalam konteks ruang digital, di mana hoaks begitu menjamur dan menantang ruang-ruang kebenaran sejati di dalamnya, sebenarnya tidaklah mencerminkan situasi di mana kebenaran telah sepenuhnya direlatifkan atau dilucuti. Berita bohong dan berita benar akan terus bertempur dalam mempengaruhi pertimbangan mental manusia. Refleksi kristologis terhadap media dalam penelitian ini menjadi sumbangan bagi masyarakat zaman ini untuk terus jeli dalam memilah dan membedakan berita benar dari berita bohong. Konfrontasi Yesus dengan kaum Farisi kemudian menginspirasi kita bahwa konfrontasi terhadap berita bohong merupakan hal yang mesti dilakukan, untuk menunjukkan tipu daya dan muslihat berita bohong tersebut. Untuk selanjutnya, pada akhirnya, kita diajak untuk juga membangun cerita-cerita positif yang akan mengkonstruksi iklim dunia digital menjadi suatu ekosistem yang penuh dengan nilai Kerajaan Allah.

DAFTAR PUSTAKA

- Benedict XVI. "Social Networks: Portals of Truth and Faith; New Spaces for Evangelization." 47th World Communications Day, 2013. https://www.vatican.va/content/benedict-xvi/en/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20130124_47th-world-communications-day.html.
- Benedictus XVI. *Caritas in Veritate*. Jakarta: KWI, 2010.
- Bergant, Dianne, and Robert J. Karris, eds. *Tafsir Alkitab Perjanjian Lama. Lembaga Biblika Indonesia*. Yogyakarta: Kanisius, 2002.
- Born, Kelly. "Opinion: Six Reasons There's More Fake News Today." MarketWatch, 2017. <https://www.marketwatch.com/story/six-features-of-the-age-of-fake-news-2017-10-24>.
- Bradshaw, Samantha, and Philip N. Howard. *Challenging Truth and Trust: A Global Inventory of Organized Social Media Manipulation*. Oxford: University of Oxford, 2018.
- Duc, Anthony Le. "Cybertheology: Theologizing in the Digital Age." *SSRN Electronic Journal*, October 28, 2016, 1–11. <https://doi.org/10.2139/SSRN.3056269>.
- . "The Way, the Truth and the Life: Asian Religious Communication in the Post-Truth Climate." *Religion and Social Communication* 16, no. 1 (2018): 19–40.
- Gunkel, David, and Paul A. Taylor. *Heidegger and the Media*. UK: Polity Press, 2014.
- Juliawan, B. Hari. "Masyarakat Gerakan." In *Basis*, 11th–12th ed., 2016.
- . "Media Dan Gerakan Sosial." In *Basis*, 9th–10th ed., 2016.
- Levitskaya, Anastasia, and Alexander Fedorov. "Typology and Mechanisms of Media Manipulation." *International Journal of Media and Information Literacy* 5, no. 1 (2020): 69–78.
- Lovink, Geert. *Networks without a Cause: A Critique of Social Media*. Cambridge: Polity Press, 2011.
- Marwick, Alice E. "Why Do People Share Fake News? A Sociotechnical Model of Media Effects." *Georgetown Law Technology Review* 2, no. 2 (2018): 474–512.

- Mikheev, EA, and TA Nestik. "Disinformation in the Social Networks: State and Prospects of the Psychological Investigations." *Social Psychology and Society* 9, no. 2 (2018): 5–20.
- Morris, Leon. *The Gospel According to Matthew, The Pillar New Testament Commentary*. Grand Rapids: Eerdmans, 1992.
- O'Collins, Gerald. *Jesus Our Redeemer: A Christian Approach to Salvation*. Oxford: Oxford University Press, 2007.
- Paus Fransiskus. *Christus Vivit*. Jakarta: KWI, 2019.
- . "Datang Dan Lihatlah." Hari Komunikasi Sosial Sedunia ke-55, 2021. https://issuu.com/mathiashariyadi/docs/hari_komunikasi_sedunia_ke-55-buku_komsos_kwi.
- . "Hidup Menjadi Cerita." Pesan Bapa Suci Paus Fransiskus pada Hari Komunikasi Sosial Sedunia Ke-54, 2020.
- Pocheptsov, Georgy. "Contexts of the Disinformation Occurrence." *Psyfactor*, 2018.
- Prevosa, Frederick F. "Communicating Jesus Christ as the Way, the Truth and the Life: Christology for the 21st Century Filipinos." *Religion and Social Communication* 17, no. 2 (2019): 166–92.
- Spadaro, A. *Cybertheology: Thinking Christianity in the Era of the Internet*. New York: Fordham University Press, 2014.
- Sunstein, Cass R. "Sunstein on the Internet and Political Polarization." University of Chicago Law School, 2007. <https://www.law.uchicago.edu/news/sunstein-internet-and-political-polarization>.
- Thompson, Erick J. "Commentary on Matthew 22:15-22." Working Preacher, 2017. <https://www.workingpreacher.org/commentaries/revised-common-lectionary/ordinary-29/commentary-on-matthew-2215-22-4>.