AL-HIKMAH Jurnal Dakwah
P-ISSN: 1978-5011 | E-ISSN: 2502-8375

ANALISIS TANTANGAN DAN PELUANG DAKWAH DIGITAL DALAM MENANGKAL HOAKS DAN DISINFORMASI KEAGAMAAN

(Kajian Literatur Berbasis Teori Komunikasi Dakwah)

Siti Trizuwani[1], Robaiyadi[2], Canra Krisna Jaya[3]
[1, 2 dan 3] Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta
E-mail: [1]sititrizuwani24@mhs.uinjkt.ac.id , [2]robaiyadi24@mhs.uinjkt.ac.id, [3]canra@uinjkt.ac.id

Diterima tanggal: 13 Juni 2025 *Selesai tanggal: 24 Oktober 2025*

ABSTRACT:

The development of digital technology has significantly changed the patterns of religious communication in the modern era. Social media has become a new space for preachers to spread religious messages with a wider and faster reach. However, this progress also presents a major challenge in the form of rampant hoaxes and religious disinformation that can cause unrest and division among the people. This article is a literature review that aims to analyze the challenges and opportunities of digital da'wah in dealing with the phenomenon of religious hoaxes using Agenda Setting Theory, Uses and Gratifications Theory, and Da'wah Communication Theory. Through a synthesis of previous studies, this review finds that dai play an important role as agents of digital literacy who are able to instill the value of tabayyun (information verification) in society. Adaptive communication strategies, collaboration with religious authorities, and principles based on rahmatan lil 'alamin (a blessing for all) da'wah are the keys to success in dealing with religious disinformation in the digital space. Thus, this study reinforces the view that digital da'wah is not merely an activity of spreading religious messages, but also a form of literacy and community empowerment towards a healthy and ethical information ecosystem.

[Perkembangan teknologi digital telah mengubah secara signifikan pola komunikasi dakwah di era modern. Media sosial kini menjadi ruang baru bagi para dai untuk menyebarkan pesan keagamaan dengan jangkauan yang lebih luas dan cepat. Namun, kemajuan ini juga menghadirkan tantangan besar berupa maraknya hoaks dan disinformasi keagamaan yang dapat menimbulkan keresahan dan perpecahan umat. Artikel ini merupakan kajian literatur yang bertujuan untuk menganalisis tantangan dan peluang dakwah digital dalam menghadapi fenomena hoaks keagamaan dengan menggunakan Teori Agenda Setting, Uses and Gratifications, dan Teori Komunikasi Dakwah**.** Melalui sintesis berbagai penelitian terdahulu, kajian ini menemukan bahwa dai berperan penting sebagai agen literasi digital yang mampu menanamkan nilai *tabayyun* (verifikasi informasi) dalam masyarakat. Strategi komunikasi yang adaptif, kolaboratif dengan otoritas keagamaan, serta berbasis prinsip dakwah *rahmatan lil 'alamin* menjadi kunci keberhasilan dalam menghadapi disinformasi keagamaan di ruang digital. Dengan demikian, kajian ini memperkuat pandangan bahwa dakwah digital bukan sekadar aktivitas penyebaran pesan agama, tetapi juga bentuk literasi dan pemberdayaan masyarakat menuju ekosistem informasi yang sehat dan beretika].

Kata Kunci: *Komunikasi Dakwah; Era Digital; Disinformasi Keagamaan*

PENDAHULUAN

Perkembangan pesat teknologi digital telah membawa perubahan fundamental dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam praktik keagamaan dan penyebaran pesan Islam. Media sosial

seperti Facebook, Instagram, YouTube, dan TikTok kini menjadi sarana utama dalam komunikasi dakwah yang memungkinkan penyebaran pesan keagamaan secara lebih cepat, luas, dan mudah diakses oleh berbagai kalangan. Di Indonesia, negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, transformasi digital ini memberikan peluang besar bagi para dai untuk menjangkau audiens yang lebih luas, khususnya generasi muda yang sangat akrab dengan teknologi digital.

Namun, kemajuan ini juga membawa tantangan serius, salah satunya adalah maraknya hoaks dan disinformasi keagamaan yang tersebar di berbagai platform digital. Hoaks keagamaan kerap dikemas dengan narasi yang emosional dan provokatif sehingga mudah dipercaya oleh masyarakat awam, berpotensi menimbulkan keresahan, perpecahan, dan konflik sosial antar umat. Tingginya tingkat keterpaparan masyarakat terhadap informasi yang kurang valid, ditambah dengan rendahnya literasi digital keagamaan, semakin memperburuk kondisi ini.

Dalam konteks ini, peran dai tidak lagi sekadar menjadi penyampai pesan agama secara konvensional, tetapi juga sebagai agen literasi digital yang harus mampu mengedukasi umat agar lebih kritis dan bijak dalam menerima serta menyebarkan informasi keagamaan. Dengan menggunakan strategi komunikasi yang tepat dan adaptif terhadap dinamika media digital, dakwah digital berpotensi menjadi media efektif untuk menangkal hoaks sekaligus memperkuat pemahaman keagamaan yang moderat dan rahmatan lil 'alamin. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tantangan dakwah di era digital dalam menghadapi hoaks dan disinformasi keagamaan serta bagaimana para dai dapat mengoptimalkan peran dan strategi komunikasi dakwahnya agar tetap relevan dan kredibel dalam menghadapi dinamika informasi yang cepat dan kompleks di era digital.

Permasalahan utama dalam kajian ini adalah bagaimana tantangan dan peluang yang dihadapi para dai dalam menghadapi maraknya hoaks dan disinformasi keagamaan di era digital, serta bagaimana strategi komunikasi dakwah dapat dioptimalkan untuk menjaga kredibilitas dan efektivitas pesan dakwah di tengah arus informasi yang cepat dan kompleks. Untuk menjawab persoalan tersebut, penelitian ini dilakukan melalui kajian literatur (literature review) dengan menggunakan pendekatan teori komunikasi**,** khususnya *Agenda Setting Theory*, *Uses and Gratifications Theory*, dan *Teori Komunikasi Dakwah*, guna memberikan pemahaman konseptual mengenai strategi dakwah digital yang relevan dalam menghadapi fenomena disinformasi keagamaan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode kajian literatur (literature review). Kajian ini dilakukan dengan menelaah berbagai sumber ilmiah yang relevan dengan tema dakwah digital, literasi keagamaan, serta fenomena hoaks dan disinformasi keagamaan di media sosial.

Sumber data dalam penelitian ini bersifat sekunder, yang diperoleh dari berbagai referensi seperti artikel jurnal nasional dan internasional, buku, laporan lembaga resmi (antara lain Kementerian Komunikasi dan Informatika, MAFINDO, dan Siberkreasi), serta hasil penelitian

terdahulu yang terbit pada periode 2018–2025. Pemilihan literatur dilakukan secara purposif, yaitu berdasarkan kesesuaiannya dengan fokus penelitian.

Data yang telah dikumpulkan dianalisis secara kualitatif deskriptif melalui tiga tahap, yaitu: (1) reduksi data**,** dengan menyeleksi literatur yang relevan dengan topik dakwah digital dan hoaks keagamaan; (2) penyajian data**,** dengan mengelompokkan temuan sesuai tema teori komunikasi dakwah, *Agenda Setting Theory*, dan *Uses and Gratifications Theory*; serta (3) penarikan kesimpulan, dengan mensintesis hasil kajian untuk menggambarkan tantangan dan peluang dai dalam menghadapi hoaks dan disinformasi keagamaan di era digital.

Pendekatan ini dipilih karena dianggap paling sesuai untuk menggali pemahaman konseptual secara mendalam terhadap fenomena sosial-keagamaan tanpa harus melakukan pengumpulan data lapangan, sehingga hasil kajian dapat memperkaya literatur mengenai strategi komunikasi dakwah di era digital.

PEMBAHASAN

Fenomena Hoaks dan Disinformasi Keagamaan di Era Digital

Data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) mencatat bahwa sejak 2018 hingga 2023, terdapat lebih dari 11.000 konten hoaks yang diverifikasi, dengan isu agama termasuk kategori paling sering muncul (Kementerian Kominfo RI, 2023). Bahkan survei (MAFINDO, 2022) menunjukkan bahwa 35% hoaks di Indonesia berkaitan dengan isu keagamaan, seringkali dikaitkan dengan politik identitas atau tafsir keagamaan yang keliru.[2] Angka ini memperlihatkan bahwa isu keagamaan masih menjadi ruang rawan manipulasi karena menyentuh aspek emosional dan sensitif masyarakat. Ketika hoaks keagamaan tersebar luas, dampaknya tidak hanya sebatas salah informasi, tetapi juga bisa memecah belah ukhuwah dan memperburuk konflik sosial.

Penelitian Sundari dkk. (2024) juga menemukan bahwa pelajar SMP di Bengkulu banyak terpapar informasi agama yang salah di media sosial karena rendahnya literasi digital keagamaan. Fakta ini menunjukkan bahwa disinformasi agama bukan hanya masalah kalangan dewasa, tetapi juga generasi muda yang cenderung lebih aktif di dunia digital. Generasi muda, yang menjadi pengguna utama platform seperti TikTok, Instagram, dan YouTube, seringkali menerima informasi agama dari potongan video singkat tanpa melakukan verifikasi mendalam. Jika dibiarkan, hal ini berpotensi membentuk pola pikir keagamaan yang dangkal, bahkan salah kaprah dalam memahami ajaran Islam.

Lebih jauh, fenomena ini memperlihatkan adanya keterkaitan erat antara budaya digital dan penyebaran hoaks. Menurut (Thadi & Mukhlizar, 2021) era post-truth menjadikan masyarakat lebih mudah percaya pada informasi yang sesuai dengan emosi atau keyakinan mereka, ketimbang kebenaran faktual. Artinya, konten dakwah yang dibungkus dengan narasi provokatif, meski tidak benar, lebih mudah viral dibandingkan konten ilmiah yang mendalam. Hal ini menjadi tantangan serius bagi para dai, karena kebenaran agama seringkali dikaburkan oleh algoritma media sosial yang mengutamakan sensasi dan keterlibatan (engagement).

Hal ini menjadi tantangan serius bagi para dai, karena kebenaran agama seringkali dikaburkan oleh algoritma media sosial yang mengutamakan sensasi dan keterlibatan (engagement).Selain itu, penelitian (Marlenda & Bashori, 2025) menegaskan pentingnya literasi digital berbasis Al-Qur'an dalam menghadapi fenomena hoaks keagamaan. Literasi ini tidak hanya berarti kemampuan teknis menggunakan teknologi, tetapi juga kemampuan kritis dalam menilai keaslian, sumber, dan kesesuaian konten dengan nilai-nilai Islam. Jika literasi ini rendah, maka umat akan lebih mudah terjebak pada narasi yang seolah-olah Islami, padahal menyimpang dari prinsip dakwah yang rahmatan lil-'alamin. Dengan demikian, upaya dakwah di era digital harus disertai penguatan kapasitas umat dalam menyaring informasi.

Fenomena hoaks dan disinformasi keagamaan juga berkaitan erat dengan kepercayaan publik terhadap institusi dakwah formal. Ketika masyarakat lebih mempercayai informasi dari ustadz atau influencer non-formal di media sosial, posisi lembaga dakwah tradisional seperti majelis taklim atau masjid bisa terpinggirkan. Ini diperparah dengan munculnya "ustadz instan" yang memanfaatkan media sosial untuk popularitas, tanpa dasar ilmu agama yang kuat. Jika tren ini tidak diantisipasi, maka dakwah di era digital bisa terjebak pada kontestasi popularitas semata, bukan penyampaian kebenaran. Oleh karena itu, peran dai profesional, akademisi, dan lembaga keagamaan menjadi penting dalam melawan narasi keliru sekaligus menjaga otoritas keilmuan agama di ruang digital.

Peran Dai dalam Komunikasi Dakwah Digital

Dalam konteks komunikasi dakwah, dai bukan sekadar penyampai pesan agama, tetapi juga figur otoritatif yang dipercaya masyarakat. Menurut (Bungin, 2017) dalam teori komunikasi dakwah, dai berperan sebagai komunikator utama yang harus mampu mengemas pesan agama agar tersampaikan secara benar, relevan, dan sesuai dengan kebutuhan audiens.

Namun, tantangan muncul ketika pesan dakwah harus bersaing dengan arus informasi keagamaan yang salah namun lebih cepat viral di media sosial. Misalnya, riset Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) mencatat bahwa 35% hoaks yang beredar di Indonesia selama 2018–2023 berasal dari isu agama, yang sering kali dikemas dengan narasi emosional dan provokatif sehingga lebih menarik perhatian publik dibanding ceramah konvensional.

Lebih jauh, survei (Alvara Research Center, 2022) menemukan bahwa 61,6% generasi milenial dan Gen Z lebih sering mengakses kajian agama melalui media sosial ketimbang majelis taklim atau ceramah tatap muka. Fakta ini menunjukkan bahwa dai kini tidak cukup hanya hadir di mimbar, tetapi harus aktif juga di ruang digital. Jika dai tidak masuk dalam ruang ini, maka ruang dakwah akan dikuasai oleh konten-konten yang tidak terjamin keilmuannya. Dengan kata lain, otoritas keagamaan di era digital bergeser dari yang berbasis institusi (ulama, pesantren, masjid) ke arah yang berbasis popularitas (influencer, youtuber, tiktoker).

Selain itu, penelitian (Ibad, 2024) tentang literasi dakwah digital di platform TikTok menemukan bahwa dai yang

menggunakan pendekatan kreatif seperti konten singkat, visual menarik, dan bahasa yang ringan lebih mudah diterima oleh audiens muda.[4] Ini memperlihatkan bahwa peran dai sebagai komunikator dakwah tidak hanya dituntut untuk menyampaikan kebenaran agama, tetapi juga beradaptasi dengan logika algoritma media sosial yang menekankan kecepatan, daya tarik, dan keterlibatan (engagement).

Dai juga memiliki tanggung jawab sosial untuk menjadi filter informasi keagamaan. Penelitian Sundari dkk. (2024) menegaskan bahwa rendahnya literasi digital keagamaan di kalangan pelajar membuat mereka rentan menerima konten dakwah yang salah.[5] Oleh karena itu, dai harus hadir tidak hanya sebagai penyampai dakwah normatif, tetapi juga sebagai edukator yang membekali audiens dengan kemampuan kritis untuk memverifikasi informasi. Ini relevan dengan konsep tabayyun dalam Al-Qur'an (QS. Al-Hujurat: 6) yang menekankan pentingnya memeriksa kebenaran suatu berita sebelum mempercayainya.

Dengan demikian, peran dai sebagai komunikator dakwah di era digital semakin kompleks: mereka dituntut tidak hanya berilmu, tetapi juga melek digital, kreatif, responsif terhadap isu kontemporer, serta berbasis data dalam menyampaikan pesan. Kegagalan memenuhi tuntutan ini dapat menyebabkan publik lebih mempercayai "ustaz instan" atau konten viral yang tidak otoritatif. Sebaliknya, dai yang mampu mengintegrasikan otoritas keilmuan dengan strategi komunikasi digital akan tetap menjadi rujukan utama umat dalam menghadapi derasnya arus hoaks dan disinformasi keagamaan.

Tantangan Dai dalam Menghadapi Hoaks dan Disinformasi Agama

Fenomena hoaks keagamaan di media sosial dapat dijelaskan melalui Agenda Setting Theory. Teori ini menekankan bahwa media tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga menentukan isu mana yang dianggap penting oleh publik. (Chairunisa et al., 2024) Dalam konteks dakwah, hoaks keagamaan sering menjadi viral karena dibungkus dengan framing emosional, seperti isu sesat, kafir, atau bid'ah. Konten semacam ini cenderung memancing kemarahan, ketakutan, atau rasa ingin tahu, sehingga algoritma media sosial menaikkan posisinya ke puncak perhatian publik.

Di sinilah tantangan dai menjadi sangat kompleks. Mereka dituntut tidak hanya menguasai ilmu agama, tetapi juga melek digital, kreatif dalam memproduksi konten, serta responsif terhadap isu-isu aktual. Selain itu, dai harus mampu menghadirkan konten dakwah yang menarik dan kompetitif, karena audiens digital cenderung lebih menyukai pesan yang singkat, visual, dan relevan dengan kehidupan sehari-hari. Tanpa inovasi dalam komunikasi dakwah, pesan kebenaran akan kalah bersaing dengan narasi provokatif yang lebih cepat viral.

Dengan demikian, tantangan dai dalam menghadapi hoaks dan disinformasi agama bukan sekadar soal menyampaikan ceramah, tetapi juga bagaimana menguatkan literasi digital umat, memperkuat otoritas dakwah, dan menciptakan strategi komunikasi yang adaptif. Jika tantangan ini dapat dijawab dengan tepat, maka dakwah digital akan menjadi sarana efektif untuk meluruskan pemahaman agama dan menjaga persatuan

umat. Hal ini menegaskan bahwa ketika hoaks menguasai ruang digital, ia berpotensi membentuk persepsi masyarakat tentang kebenaran agama. Tantangan terbesar terletak pada derasnya arus informasi yang bercampur antara yang benar dan salah, sehingga umat kerap kesulitan memilah mana yang layak dipercaya. Oleh karena itu, dai harus aktif masuk ke ruang digital untuk melakukan agenda setting alternatif, yakni menetapkan dakwah yang menyejukkan, rasional, dan berbasis ilmu sebagai isu penting di mata publik. (Amaly, N., & Armiah, 2021)

Di sisi lain, *Uses and Gratifications Theory* membantu menjelaskan mengapa masyarakat lebih memilih konten tertentu. Teori ini berangkat dari asumsi bahwa audiens adalah pihak aktif yang secara selektif mengonsumsi media sesuai dengan kebutuhan hiburan, identitas, interaksi sosial, maupun spiritualitas.[3] Dalam konteks dakwah digital, pengguna media sosial tidak hanya mencari informasi agama, tetapi juga hiburan dan penguatan identitas keislaman.

Penelitian (Marlenda & Bashori, 2025) menunjukkan bahwa masyarakat cenderung lebih tertarik pada konten dakwah yang sederhana, visual, dan relatable dengan kehidupan sehari-hari, dibandingkan ceramah panjang yang kaku.[4] Hal ini menegaskan bahwa strategi komunikasi dai harus menyesuaikan dengan preferensi audiens, misalnya melalui video singkat, infografis, atau narasi yang ringan namun tetap mendalam secara substansi.

Teori komunikasi memberi pemahaman bahwa tantangan dakwah di era digital bukan hanya soal isi pesan, tetapi juga bagaimana pesan itu diposisikan (agenda setting) dan bagaimana audiens memilih serta memaknainya (uses and gratifications). Jika dai tidak mampu menetapkan agenda dakwah yang sehat dan tidak adaptif terhadap kebutuhan audiens digital, maka ruang tersebut akan terus didominasi oleh konten keagamaan yang provokatif, dangkal, bahkan menyesatkan.

Peluang Dai dalam Menghadapi Hoaks dan Disinformasi Agama

Fenomena hoaks dan disinformasi keagamaan yang semakin marak di ruang digital menuntut dai untuk tidak hanya berperan sebagai penyampai pesan agama, tetapi juga sebagai menjadi contoh bagi jamaahnya. Oleh karena itu, strategi dakwah tidak bisa lagi berhenti pada ceramah konvensional, melainkan harus bertransformasi agar relevan dengan kondisi umat yang hidup dalam ekosistem digital. Hasil sintesis literatur menunjukkan bahwa terdapat empat strategi utama yang dapat digunakan dai untuk menghadapi hoaks dan disinformasi keagamaan, yaitu:

Pertama, meningkatkan literasi digital jamaah menjadi pondasi utama dalam menghadapi maraknya hoaks keagamaan. Literasi digital bukan hanya soal kemampuan teknis menggunakan gawai atau media sosial, tetapi juga mencakup keterampilan kritis dalam menilai kredibilitas informasi.

Program literasi digital yang dijalankan oleh (Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo), 2023) seperti Siberkreasi dan Digital Literacy Training, bisa diintegrasikan ke dalam kegiatan dakwah di masjid maupun majelis taklim. Dai dapat berperan sebagai fasilitator yang membantu jamaah mengenali ciri-ciri hoaks, memahami cara verifikasi melalui

sumber resmi, serta membekali mereka dengan etika bermedia sesuai nilai Islam. Dengan cara ini, dakwah tidak hanya berorientasi pada penyampaian materi agama, tetapi juga membangun kapasitas jamaah agar menjadi konsumen informasi yang kritis.

Penelitian Sundari dkk. (2024) menegaskan bahwa rendahnya literasi digital keagamaan di kalangan remaja menjadikan mereka sasaran empuk hoaks, sehingga intervensi dai dalam bidang ini menjadi semakin mendesak.

Kedua, dai perlu memproduksi konten dakwah yang kompetitif, khususnya dalam format yang sesuai dengan selera generasi digital. Media sosial seperti TikTok, Instagram Reels, dan YouTube Shorts kini menjadi arena utama pertarungan narasi keagamaan. Jika dai hanya mengandalkan ceramah panjang di mimbar, pesan dakwah akan sulit bersaing dengan konten provokatif yang dikemas ringkas dan emosional. Oleh karena itu, strategi dakwah perlu mengadopsi pendekatan komunikasi yang singkat, visual, menarik, namun tetap berbasis dalil yang kuat.

Penelitian (Marlenda & Bashori, 2025) menunjukkan bahwa masyarakat cenderung lebih memilih konten dakwah yang sederhana, mudah dipahami, dan relatable dengan kehidupan sehari-hari, ketimbang ceramah formal yang kaku. Dengan memanfaatkan teknologi editing sederhana, dai dapat membuat video singkat yang berisi pesan Al-Qur'an atau hadits disertai ilustrasi menarik. Strategi ini tidak hanya meningkatkan daya saing dakwah, tetapi juga menjaga agar narasi kebenaran agama tetap hadir di ruang digital.

Ketiga, strategi dakwah digital harus melibatkan kolaborasi dengan otoritas resmi agar terhindar dari penyebaran informasi yang tidak terverifikasi. Lembaga seperti Majelis Ulama Indonesia (MUI), Nahdlatul Ulama (NU), Muhammadiyah, dan Kementerian Agama memiliki otoritas keilmuan dan legalitas yang dapat memperkuat kredibilitas dakwah. Kolaborasi ini dapat berupa penerbitan konten bersama, fatwa digital, hingga klarifikasi hoaks keagamaan yang marak di masyarakat.

Dengan demikian, dai tidak bekerja sendirian menghadapi derasnya arus informasi, tetapi mendapat legitimasi dari lembaga resmi. Menurut McCombs dan Shaw dalam Agenda Setting Theory, kolaborasi dengan otoritas dapat membantu menetapkan isu dakwah yang dianggap penting, sehingga narasi positif bisa mendominasi ruang publik. Melalui sinergi ini, dakwah digital bukan hanya bersifat individual, melainkan menjadi gerakan kolektif yang melibatkan akademisi, lembaga, dan masyarakat luas.

Keempat, prinsip Qur'ani tabayyun harus dihidupkan kembali sebagai strategi normatif dalam menghadapi hoaks. Konsep ini tertuang dalam Al-Qur'an surat Al-Hujurat ayat 6, yang menegaskan pentingnya memverifikasi suatu berita sebelum mempercayainya dan menyebarkannya. Sadik dalam kajian tafsir tematik menekankan bahwa tabayyun bukan hanya sekadar kewajiban individu, tetapi juga bagian integral dari etika komunikasi Islam. Jika prinsip ini dijadikan pijakan dakwah digital, maka dai memiliki legitimasi teologis untuk mengajak jamaah bersikap hati-hati dan kritis dalam menerima informasi. Dengan cara ini,

dakwah tidak hanya membangun kesalehan spiritual, tetapi juga menciptakan masyarakat yang lebih tahan terhadap manipulasi informasi. Tabayyun dapat dijadikan slogan dakwah digital yang disosialisasikan secara luas, sehingga menjadi budaya baru umat Islam dalam bermedia sosial.(Safruddin, R., Abubakar, A., Irham, M., & Alimin, 2025)

Akhirnya, keempat strategi tersebut harus dipandang sebagai satu kesatuan yang saling melengkapi. Literasi digital jamaah akan membekali mereka dengan keterampilan kritis, sementara konten dakwah yang kompetitif menjamin bahwa ruang digital tidak kosong dari pesan kebenaran. Kolaborasi dengan otoritas resmi memberikan legitimasi dan kepercayaan public. Sementara prinsip Qur'ani tabayyun mengikat seluruh strategi dalam kerangka normatif Islam.

Jika strategi ini dijalankan secara konsisten, maka dai tidak hanya mampu menghadapi tantangan hoaks dan disinformasi keagamaan, tetapi juga menjadikan dakwah digital sebagai ruang edukasi, pencerahan, dan persatuan umat. Dengan demikian, dakwah di era digital tidak hanya menjadi respons terhadap problem informasi, tetapi juga wahana untuk membangun masyarakat Muslim yang kritis, literat, dan tetap berpegang pada nilai-nilai kebenaran Islam. Menghidupkan nalar. Bernalar mengarah pada berpikir benar, jernih, lepas dari berbagai kepentingan, emosi dan keyakinan seseorang. Dengan bernalar mendidik manusia bersikap obyektif, tegas, dan berani.

Dengan nalar yang sehat, kita akan berhati-hati dalam menerima sebuah informasi. Langkah sederhananya, setiap informasi atau berita yang masuk ditimbang baik-baik, mulai dari asal-usul, kebenaran, manfaat, dan maslahatnya. Jika memang sudah diyakini informasi itu benar, penting dan bermanfaat, menyebarluaskannya tentu suatu kebaikan. Tetapi, jika tidak, kita harus segera menghapus dan tidak menyebar-kannya. Dengan begitu, kita telah turut serta menghentikan penyebaran hoaks. (Ayub Al Ansori, 2018)

Kemudian, jika kita pengguna media sosial, maka hindari akun tanpa nama atau tidak jelas namanya (anonim). Akun-akun anonim banyak berserakan di media social. Biasanya dengan akun-akun beginilah, pembuat konten hoaks menyebar luaskan informasinya. Dengan akun itu pula mereka merasa aman dan tidak diketahui orang lain. Ini penting kita ketahui agar kita dan masyarakat selamat dari informasi atau berita hoaks.

Sebaliknya kita perlu merujuk akun-akun yang normal, jelas, bisa diambil ilmunya, dan manfaat. Jika membutuhkan informasi penting terkait apapun khususnya keagamaan, agar terhindar dari akun-akun penyebar radikalisme agama, maka kita perlu merujuk pada akun yang bisa kita jamin komitmennya terhadap kebenaran, kejujuran, dan keadilan. Akun tanpa kebencian, caci maki, dan hoaks inilah yang harus kita jadikan sumber rujukan. Inilah tantangan besar kita agar lebih cerdas dalam memilih dan memilah informasi yang harus diikuti atau dikonfirmasi (tabayyun) kebenarannya. Agar kita terhindar dari pengaruh radikalisme agama melalui hoaks maka mari bersama-sama menjaga agama dan bangsa ini dengan upaya dan langkah-langkah di atas.

Dampak Hoaks dan Disinformasi terhadap Umat Islam

Penyebaran hoaks dan disinformasi memiliki dampak yang signifikan bagi umat Islam, baik secara sosial maupun keagamaan. Salah satu dampak yang paling serius adalah fitnah. Dalam Islam, fitnah adalah salah satu dosa besar yang dapat merusak kedamaian masyarakat dan menciptakan ketegangan antar individu atau kelompok. Selain itu, hoaks dan disinformasi juga dapat mengganggu pemahaman keagamaan umat Islam.

Di zaman digital, informasi yang salah, sering kali sulit dibedakan dari informasi yang benar. Berita palsu yang beredar, seperti klaim-klaim yang tidak berdasar mengenai ajaran Islam atau kehidupan Nabi Muhammad SAW, dapat menyebabkan umat Islam terpengaruh oleh pemahaman yang salah tentang agama mereka. Hal ini tentunya berdampak buruk pada pemahaman individu dan kolektif umat Islam yang dapat merusak inti ajaran agama yang sejatinya menjunjung tinggi kebenaran dan keadilan. (Collins et al., 2021)

Hoaks juga kerap menjadi alat untuk memecah belah umat. Dalam konteks Islam, ini dapat memperburuk hubungan antar kelompok yang berbeda dalam masalah fiqh, ideologi, atau politik. Penyebaran informasi palsu yang melibatkan suatu kelompok atau individu dapat memperburuk polarisasi di kalangan umat Islam. Hal ini sering kali menambah ketegangan dalam perbedaan pendapat, dan lebih jauh lagi, dapat mengancam kesatuan umat Islam secara keseluruhan.

Terakhir, hoaks dan disinformasi juga dapat merusak reputasi Islam di mata masyarakat internasional. Ketika umat Islam ikut serta dalam menyebarkan berita palsu, baik dengan sengaja maupun tidak, citra Islam sebagai agama yang menjunjung tinggi kebenaran dan keadilan akan tercoreng. Dalam suasana global yang penuh dengan pemberitaan negatif terhadap Islam, keterlibatan umat Islam dalam penyebaran hoaks hanya akan memperburuk persepsi masyarakat terhadap agama ini.

KESIMPULAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam cara dakwah disampaikan, terutama dengan meluasnya pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi dakwah. Namun, kemajuan ini juga menghadirkan tantangan serius berupa maraknya hoaks dan disinformasi keagamaan yang berpotensi menimbulkan keresahan, polarisasi sosial, dan konflik antarumat.

Para dai tidak lagi hanya berperan sebagai penyampai pesan agama secara konvensional, melainkan juga sebagai agen literasi digital yang harus mampu mengedukasi umat agar kritis dalam menerima dan menyebarkan informasi keagamaan di ruang digital. Tantangan yang dihadapi dai sangat kompleks, mulai dari persaingan dengan konten viral berbau emosional, rendahnya literasi digital umat, hingga munculnya figur "ustadz instan" yang merusak otoritas keilmuan.

Strategi komunikasi dakwah yang adaptif, kreatif, dan berbasis data sangat penting untuk menghadapi fenomena ini. Dai perlu mengoptimalkan penggunaan media digital dengan memproduksi konten yang singkat, menarik, berbasis dalil, serta kolaborasi dengan lembaga keagamaan resmi untuk menjaga kredibilitas pesan

dakwah. Selain itu, penguatan prinsip tabayyun (konfirmasi informasi) menjadi pijakan normatif dalam menjaga keaslian informasi yang disebarkan.

Dengan konsistensi menjalankan strategi-strategi ini, dakwah digital dapat menjadi media efektif untuk meluruskan pemahaman agama, menangkal hoaks, dan memperkuat nilai keagamaan yang moderat dan rahmatan lil ‘alamin. Dakwah di era digital bukan hanya tanggung jawab individu dai, tetapi juga gerakan kolektif yang melibatkan lembaga keagamaan, pemerintah, dan masyarakat untuk menciptakan umat yang kritis, literat, dan berpegang teguh pada nilai kebenaran Islam.

DAFTAR PUSTAKA

Alvara Research Center. (2022). *Indonesia Generasi Z Report 2022*. https://alvara-strategic.com

Amaly, N., & Armiah, A. (2021). Peran Kompetensi Literasi Digital Terhadap Konten Hoaks dalam Media Sosial. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*. https://doi.org/https://doi.org/10.18592/alhadharah.v20i2.6019

Ayub Al Ansori. (2018). *Keterkaitan Radikalisme Agama dengan Fenomena Hoaks*. UI Cirebon. https://uicirebon.ac.id/keterkaitan-radikalisme-agama-dengan-fenomena-hoaks/?utm_source=

Bungin, B. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Rajawali Pers.

Chairunisa, P., Batubara, D. P., Saragih, O. A., & Ivanna, J. (2024). Peran Media Sosial dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Masyarakat di Desa Candirejo Kecamatan Biru-Biru Kabupaten Deli Serdang. *Journal on Education*, *6*(4), 20592–20598. https://doi.org/10.31004/joe.v6i4.6122

Collins, S. P., Storrow, A., Liu, D., Jenkins, C. A., Miller, K. F., Kampe, C., & Butler, J. (2021). *strategi efektif dalam mencegah penyebaran hadis palsu di Media Sosial*. 167–186.

Ibad, M. N. (2024). Strategi Literasi Dakwah Digital di Era Media Sosial Tik Tok : Tantangan dan Peluang. *Al-Qudwah: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, *1*(2), 102–114. https://doi.org/10.52491/alqudwah.v1i2.145

Kementerian Kominfo RI. (2023). *Laporan Isu Hoaks 2018–2023*. https://www.komdigi.go.id/berita/pengumuman/detail/siaran-pers-no-02-hm-kominfo-01-2024-tentang-hingga-akhir-tahun-2023-kominfo-tangani-12-547-isu-hoaks

Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo). (2023). *Kominfo dan Gerakan Siberkreasi Tingkatkan Literasi Digital Masyarakat*. https://gnld.siberkreasi.id/page/2/

MAFINDO. (2022). *Laporan Tahunan Hoaks 2022*. https://turnbackhoax.id/

Marlenda, M., & Bashori, B. (2025). Peran Literasi Digital dalam Dakwah Berbasis Al-Qur’an: Implementasi dan Tantangan di Media Sosial. *Al-Ukhwah - Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, *4*(1), 1–12. https://doi.org/10.47498/jau.v4i1.5131

Safruddin, R., Abubakar, A., Irham, M., & Alimin, M. (2025). Menggali Nilai Kejujuran Melalui Tafsir Bayani: Solusi Al-Qur'an Terhadap Hoaks di Era Digital. *Journal of Islamic Studies*. https://doi.org/https://doi.org/10.37274/mauriduna.v6i1.1324

Thadi, R., & Mukhlizar, M. (2021). Literasi Dakwah Di Era Post Truth. *JOISCOM (Journal of Islamic Communication)*, *2*(1), 31–38.