

STRATEGI MANAJEMEN KOMUNIKASI KRISIS MENGHADAPI ISU SENSITIF DALAM DAKWAH DI ERA *POST-TRUTH*

Saima Wanita¹, Rahmi²

¹Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang

²Universitas Islam Negeri Imam Bonjol PaPadang

Email : saimawanita4@gmail.com

rahminurdin37@gmail.com

Article Info

Article history:

Received May 28, 2024

Revised: May 29, 2024

Accepted June, 15 2024

Available online July 15, 2024

Abstrak

Dalam era *post-truth*, emosi dan pendapat yang dirasakan sangat mempengaruhi keputusan yang diambil oleh individu. Ini dapat menyebabkan masalah komunikasi, terutama dalam lembaga dakwah. Penulis dalam artikel ini memaparkan tentang manajemen komunikasi krisis dapat diupayakan oleh lembaga dakwah sebagai cara untuk menangani masalah sensitif di tengah arus informasi yang cepat dan seringkali salah interpretasi. Pentingnya dilakukan penelitian ini didasarkan dengan semakin buruknya persepektif masyarakat dalam menerapkan aktivitas spiritualnya, sehingga perlu dirancang strategi yang tepat untuk dilakukan dan disosialisasikan. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif desain tinjauan literatur dan menganalisis terkait konsep komunikasi krisis, strategi lembaga dakwah, dan masalah yang muncul dalam era *post-truth* terhadap dakwah islam melalui pengumpulan data-data dari berbagai jurnal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya *post-truth* membawa ancaman akan terbentuknya sebuah aktivitas keagamaan masyarakat yang hanya didasari dengan kepercayaan pribadi sesuai dengan kondisi emosionalnya, sehingga diperlukannya sebuah pengaturan terhadap aktivitas komunikasi masyarakat.

Kata Kunci : Komunikasi Krisis, Isu Sensitif, Era *post-truth*.

Abstrack

In the post-truth era, emotions and opinions that are felt greatly influence the decisions made by individuals. This can lead to communication problems, especially in da'wah institutions. The author in this article explains that crisis communication management can be pursued by da'wah institutions as a way to deal with sensitive issues in the midst of a rapid and often misinterpreted flow of information. The importance of conducting this research is based on the deteriorating perspective of the community in implementing their spiritual activities, so it is necessary to design the right strategy to be carried out and socialized. In this study, the author uses a qualitative research method of literature review design and analyzes related to the concept of crisis communication, da'wah institution strategies, and problems that arise in the post-truth era towards Islamic da'wah through the collection of data from various journals. The results of the study show that the existence of post-truth brings the threat of the formation of a religious activity of the community that is only based on personal beliefs according to their emotional condition, so that an arrangement is needed for community communication activities.

Keywords: Crisis Communication, Sensitive Issues, Post-truth Era.

1. INTRODUCTION/PENDAHULUAN (Cambria font, 12pt, Spacing 1.15)

Kemajuan teknologi yang semakin mengguncangkan dunia dalam segala aspek kehidupan manusia (Setiawan et al., 2025) . Muncul nya *Artificial Intelligency (AI)* membawa sejumlah pengaruh yang cukup besar dalam media informasi dan komunikasi. Adanya perkembangan ini telah membawa dunia ke Era *post-truth*, era ini dapat dikatakan sebagai fenomena krisis *epistemic* karena tidak adanya landasan terkait keyakinan pengetahuan kevalidan informasi yang didapatkan oleh masyarakat (Hoggan-Kloubert & Hoggan, 2023).

Sebuah fenomena yang dikenal sebagai "*fenomena post-truth*" ini dapat terjadi ketika kebenaran faktual menjadi kurang penting bagi opini publik dibandingkan dengan emosi dan keyakinan pribadi. Era ini ditandai dengan pengurangan kebenaran faktual dan dominasi informasi yang didasarkan pada keyakinan serta emosi yang tidak berdasarkan pada data akurat.(Salma Nabila Rianissa, 2025). Hal ini menyebabkan sering kali informasi diterima hanya dengan mengandalkan emosional pribadi dan tetap mempertahankan perspektif diri sendiri, kemudian disebarluaskan untuk menguatkan pandangan mereka melalui media sosial dan penyebaran berita, sehigga memicu adanya *feedback* yang terpolarisasi.Sejumlah platform menjadi wadah yang memberikan pengaruh secara signifikan untuk memperparah situasi dari *post-truth* ini, seperti media sosial yang biasa digunakan dalam aktivitas sehari-hari yaitu facebook, instagram, Whatsapp, X, dan media lainnya yang menjadi faktor pendorong kemungkinan tersebarluasnya informasi palsu dan kesenjangan informasi akibat munculnya konten-konten yang terbaca oleh algoritma media sosial sesuai dengan kebutuhan emosional pengguna (Nugroho, 2022).

Tujuan dari penelitian ini ialah memahami kondisi masyarakat muslim yang terpapar dengan munculnya era *post-truth* ini kemudian mencari solusi alternatif agar meminimalisir kemungkinan terjadi akan hadirnya krisis komunikasi yang melibatkan pemahaman dalam pelaksanaan aktivitas keagamaan yang dianggap rentan menjadi tujuan utama untuk memecahbelah sebuah kelompok masyarakat. Hal ini diperlukan adanya kolaborasi yang harus dilaksanakan dengan upaya memanfaatkan proses manajemen komunikasi krisis dengan membentuk sebuah strategi yang efektif untuk memberikan pengaturan yang sistematis sehingga dapat menjadi benteng dalam menghadapi maraknya isu sensitif yang memberikan pengaruh negatif terhadap keefektifan dakwah pada era *post-truth* (Wartono et al., 2024).

2. LITERATURE REVIEW (Cambria font, 12pt, Spacing 1.15)

Manajemen Komunikasi Krisis

Proses mengatur dan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki organisasi melalui kolaborasi anggota untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien dikenal sebagai manajemen (Febrina et al., 2021). Krisis merupakan kondisi yang terkait

dengan persepsi yang tidak terduga (Aqida Nuril Salma, 2020). Karena krisis dianggap berupa ancaman, maka harus segera ditangani agar dapat kembali seperti biasa. Krisis menimbulkan keterkejutan, mengancam terhadap suatu prinsip, dan membutuhkan waktu sesegera mungkin untuk membuat keputusan penanganan (Melly, 2013). Dari penelitian sebelumnya seperti Coombs (2010) berpendapat bahwa krisis memungkinkan adanya dampak negatif dan dampak positif, adapun dampak negatifnya apabila krisis tidak ditanggapi secara cepat maka akan memberikan keterpurukan terhadap objek bahkan lebih parah dari sebelumnya, sedangkan apabila krisis ditanggapi secara langsung maka akan memberikan reputasi yang baik terhadap objek tersebut. Pendapat Lukaszewski (dalam Iriantara : 2004) menunjukkan betapa pentingnya mengelola krisis dan berkomunikasi dengan pihak-pihak yang ada. Krisis dapat mencakup kekurangan dan ketidakpastian komunikasi sebagai aktivitas fungsi manajemen komunikasi dengan memberi saran kepada manajemen untuk menerapkan pendekatan komunikasi yang memungkinkan dakwah dapat menyesuaikan diri dengan keadaan di sekitarnya. Menyediakan informasi yang selalu tersedia adalah salah satu upaya untuk menyediakan informasi secara teratur kepada masyarakat.

Era *post-truth*

Kehadiran teknologi sebagai kemajuan kini telah menghasilkan tinjauan digital, yang menuntut adanya hubungan yang berskala besar dan fleksibel terhadap perubahan yang terjadi kapan saja (Hakiki, M., 2024). Perubahan dunia manusia dari yang konvensional menuju digital sudah sangat dipengaruhi oleh teknologi sebagai alat yang menghubungkan, serta mengembangkan potensi manusia. Salah satu produk dari perkembangan teknologi ialah media sosial. Media sosial kini sudah menjangkau ke seluruh penjuru masyarakat. Seiring dengan itu, muncul lah fenomena yang eksis disebut dengan *post-truth*. *post-truth* merupakan situasi dimana emosi dan keyakinan pribadi lebih dominan memengaruhi opini publik daripada fakta objektif (Djaelani, 2024). Pada penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Salma (Rachmawati : 2023) baru baru ini terkait Fenomena *post-truth* kini memiliki konsekuensi yang cukup drastis terhadap proses pemerintahan demokratis. Disinformasi dan hoaks dapat dengan mudah menyebar, mengganggu pemilihan umum yang adil, dan menurunkan kepercayaan masyarakat terhadap demokrasi (Rianissa, 2025). Segala sesuatu berupa informasi yang didapatkan, kini akan diterima sesuai dengan perasaan emosional pribadi. Dengan adanya media sosial, tentu memperkuat situasi *post-truth*. Masyarakat rentan mempercayai informasi yang tertera di media sosial apabila informasi tersebut dirasa sesuai dengan kepercayaan mereka. Hal ini menyebabkan algoritma membaca dan akan menampilkan terus menerus berita yang pada akhirnya mengakibatkan disinformasi (Ilmiah et al., 2021).

Dakwah era *post-truth*

Sebagian besar ahli setuju bahwa munculnya internet dan sosial media telah membawa zaman ke era *post-truth* yang menyebabkan studi manajemen krisis dan komunikasi menjadi lebih rumit. Mereka juga percaya bahwa krisis akan membuat setiap

lembaga dakwah lebih rentan mengalami krisis dari sebelumnya. Media sosial kerap menjadi lahan utama untuk menyebarkan adanya isu-isu sensitif keagamaan, hal ini menjadi sebuah tantangan baru dalam menanggulangi tersebarnya berita palsu yang menyebabkan adanya kesalahpahaman dan hilangnya kepercayaan masyarakat terhadap lembaga dakwah maupun dai yang menyebarkan ajaran dakwah. Ternyata, di era *post-truth* ini dan penyebaran informasi di ruang publik, nilai-nilai moral semakin berubah, perilaku menyimpang semakin canggih, dan penghargaan manusia sebagai manusia semakin menurun (Thadi & Mukhlizar, 2021). Oleh karena itu, ulama, ustadz, da'i maupun lembaga dakwah harus berperan dalam memberikan lecutan untuk mendistribusikan nilai-nilai agama, kemanusiaan, dan kemuliaan hidup kepada umat manusia dengan cara yang moderat. Sebuah penelitian yang dilakukan oleh UIN Syarif Hidayatullah Jakarta pada tahun 2022 menemukan bahwa media sosial menyumbang 70% hoaks agama yang tersebar di Indonesia. Pada konteks agama, era *post-truth* telah mengubah posisi para penguasa dalam hal agama. Sekarang, mereka tidak dapat mengontrol bagaimana warga negara mereka beragama. Pemuka agama juga mengalami pergeseran yang signifikan di mana mereka tidak lagi dikontrol oleh penguasa dan mereka memiliki otoritas yang bebas. Siapa pun dapat menyampaikan informasi-informasi baik itu berdasarkan fakta ataupun tidak, kehadiran media sosial menjadikan setiap individu mampu berekspresi dan menyampaikan argumennya.

3. METHOD/METODE (Cambria font, 12pt, Spacing 1.15)

Penelitian ini dianggap sangat *urgent* menimbang saat ini teknologi dapat mempercepat segala proses di era *post-truth* ini sehingga menyebabkan adanya disinformasi yang mendorong munculnya isu-isu sensitif terkait etnis dan keagamaan sehingga dikhawatirkan dapat mengancam perpecahan dikalangan umat islam (Azhari, 2023). Isu-isu sensitif yang semakin liar ini tentu akan merusak reputasi keyakinan masyarakat memaknai setiap informasi yang disampaikan, yang apabila kondisi seperti ini jika terus-menerus berkembang akan menyebabkan adanya krisis komunikasi dalam dakwah tersebut. Jenis penelitian ini ialah penelitian deskriptif yang dimaksudkan untuk memberikan gambaran kondisi masyarakat islam saat ini yang sudah dipengaruhi dengan peningkatan teknologi dalam kehidupan yang terpapar akan adanya fenomena baru berupa "*post-truth*" tersebut sehingga perlunya fokus terhadap masyarakat digalakkan lewat pengaturan komunikasi yang tepat. Sumber data yang dianalisis dari beberapa jurnal melalui *google scholar* dengan fokus pembahasan manajemen komunikasi, dan era *post-truth*, seperti Jurnal Ilmu Komunikasi ULTIMACOMM, *Journal of Visions and Ideas* Pengorganisasian Media Dakwah., Jurnal Dakwah Dan Komunikasi, Jurnal Pemikiran, Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial, Hukum Dan Pengajarannya *Journal of Islamic Communication* dan media *online* lainnya sebagai tinjauan literatu.

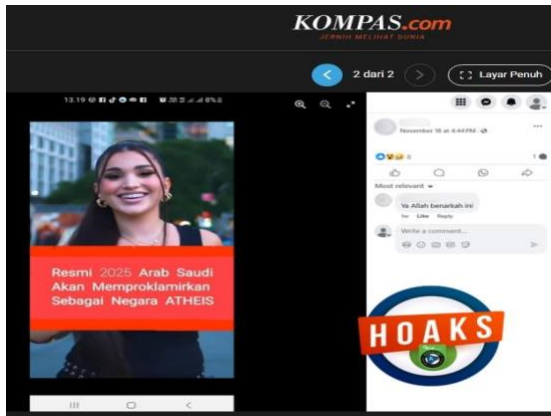
Proses analisis literatur dilakukan secara sistematis yaitu proses mengidentifikasi tema dan tujuan Penelitian ini untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang berbagai cara pelaku dakwah dapat menangani masalah disinformasi dan sensitif. Proses selanjutnya melibatkan mencari informasi yang relevan dari berbagai sumber data yaitu jurnal ilmiah, dan artikel. Pencarian ini dilakukan dengan kata kunci yang sesuai untuk

memastikan bahwa penelitian ini akan mencakup literatur terkini dan memiliki hubungan langsung dengan topik yang diteliti. Setelah sumber informasi ditemukan, metodologi sistematis digunakan untuk memilih literatur yang relevan dan berkualitas tinggi. Kriteria yang digunakan termasuk keakuratan, keragaman metode, dan relevansi dengan subjek penelitian. Selanjutnya, informasi dari literatur ini dikumpulkan dan disusun untuk dilakukan analisis lebih lanjut. Data dikumpulkan untuk membuat kesimpulan penting dan menunjukkan perbedaan dalam pendekatan komunikasi krisis yang digunakan oleh berbagai lembaga dakwah. Selain itu, data diinterpretasikan untuk meningkatkan pemahaman tentang kualitas metode yang digunakan yaitu metode penelitian kualitatif dengan pendekatan tinjauan literature, kemudian terakhir dari penelitian ini adalah menyusun kesimpulan. Kesimpulan ini menjelaskan temuan utama dari analisis literatur dan memberikan rekomendasi untuk praktisi manajemen dan komunikasi tentang cara menangani krisis yang sensitif di era *post-truth*. Rekomendasi yang diberikan didasarkan pada literatur yang ada dan dapat diterapkan dalam dunia nyata. Diharapkan bahwa penelitian ini akan membantu memperkaya literatur tentang strategi komunikasi krisis dan memberi penggerak dakwah arahan untuk mengelola masalah sensitif dengan lebih responsif dan efektif.

4. RESULTS/HASIL PENELITIAN (Cambria font, 12pt, Spacing 1.15)

Penelitian ini dilakukan ditengah maraknya tingkat hoax dalam hal penyampaian informasi dakwah sehingga menghasilkan penelitian tinjauan berikut yaitu, pertama media sosial pemasok isu sensitif, Isu sensitif yang terjadi di media sosial kini semakin menambah kericuhan dalam kepercayaan masyarakat terhadap pesan dakwah yang disampaikan oleh baik itu individu ataupun lembaga dakwah (Muhammad Agung Setiawan, 2023). Dengan tidak terbatasnya ruang lingkup publik saat ini, siapa saja bisa mengirimkan informasi kapan pun dan dimanapun. Hal ini bukan hanya memberikan kemudahan terhadap akses informasi, tetapi membawa sebuah tantangan baru akibat banjirnya informasi, tentu saja ini berpengaruh terhadap informasi dakwah islam. Kedua, Watak Muslim Di Era *post-truth* ini lebih cenderung mementingkan adanya peran perasaan sering kali lebih penting daripada fakta. Ini karena adanya kepentingan pribadi dan keuntungan yang dapat diperoleh dari menipu kebenaran. Fenomena *post-truth* kini sudah menjarah dikalangan masyarakat. fenomena yang menjangkit masyarakat modern karena mampu mempengaruhi melalui media sosial yang berbasis internet (Chair & Adzfar, 2021). Ketiga, urgensi keterampilan literasi dakwah di era *post-truth* yang harus dimiliki oleh da'i (penggerak dakwah, lembaga) dan mad'u (penerima pesan dakwah) sebagai benteng meminimalisir kemungkinan salah perspektif masyarakat dalam melakukan aktivitas spiritualnya. Keempat, penting ada strategi yang harus digalakkan dalam merespons atau menangani jika terdapat krisis komunikasi ditengah-tengah masyarakat.

Table 1. Produk *post-truth*

Gambar	Sumber	Keterangan
	Liputan6.com	Gambar 1 : 21 september 2024, Media sosial (X) memberikan berita hoax yang memicu adanya unsur provokator antar umat muslim di indonesia.
	Kompas.com	Gambar 2 : Tangkapan layar konten hoaks di sebuah akun Facebook, 18 November 2024, mengenai Arab Saudi akan menjadi negara atheis pada 2025.
	Detik.com	Gambar 3: Gus miftah seorang habib kontroversial yang klarifikasi setelah dihujat netizen.

	Jagatnu.com	Gambar 4: Upaya lembaga dakwah untuk mensosialisasikan Literasi Digital.
---	-------------	---

5. DISCUSSION/PEMBAHASAN (Cambria font, 12pt, Spacing 1.15)

Dewasa ini, era *post-truth* memang bukan hal yang mengejutkan bagi khalayak ramai. Sejak hadirnya perkembangan teknologi yang menghubungkan seluruh elemen aktivitas sehari-hari manusia terhadap media sosial, pemeran dakwah juga tak terlepas dari keterlibatan dalam menggunakannya (Rizqy et al., 2023). Saat krisis terjadi, teknologi komunikasi baru telah mengubah cara orang mengirimkan informasi (Syuhada, 2018). Pemeran dakwah dapat menggunakan teknologi ini untuk berkomunikasi dengan jamaah atau audiens dengan jangkauan luas. Dalam sepuluh tahun terakhir, ketersediaan media baru telah meningkat pesat, yang memungkinkan organisasi untuk menggunakan berbagai metode komunikasi selama masa krisis. Para pelaku dakwah sekarang dapat berkomunikasi dengan audiens dengan menggunakan sumber daya internet selain media konvensional, Website yayasan atau lembaga adalah cara yang efektif dan mudah diakses untuk memberikan informasi tentang krisis yang sedang berlangsung kepada berbagai khalayak (Akhyar & Pratiwi, 2019). Walaupun memberikan kemudahan akses komunikasi baik itu kepada pelaku dakwah atau masyarakat yang menerima pesan dakwah melalui media sosial, namun media sosial juga sembari memberikan ancaman berupa kekhawatiran adanya penyebaran informasi palsu yang mengatasnamakan agama (Rizqy et al., 2023). Konten-konten yang menampilkan adanya kebohongan terhadap ajaran, tak jarang diterima langsung tanpa memperhatikan fakta dan data yang ada, akhirnya kepercayaan masyarakat seolah menurun terhadap lembaga dakwah maupun ulama (Effendy et al., 2024).

Sejak munculnya fenomena ini mendapatkan respon yang berbagai macam dari berbagai kalangan, salah satu tantangan di era ini ialah kebohongan sudah sangat merambat keseluruh aspek kehidupan, khususnya emosional masyarakat islam. Dari artikel yang sudah dianalisis bahwa era *post-truth* menyebabkan krisis komunikasi yang tidak dapat dianggap sepele. Munculnya berita-berita hoax di media sosial beberapa diantaranya memiliki unsur provokatif yang berakibat konflik.

Isu sensitif yang terjadi di media sosial kini semakin menambah kericuhan dalam kepercayaan masyarakat terhadap pesan dakwah yang disampaikan oleh baik itu individu ataupun lembaga dakwah (Muhammad Agung Setiawan, 2023). Dalam kasus hoax yang menyebutkan bahwa warga arab Saudi mengatakan bahwa islam di indonesia

mudah dibodohi dengan habib-habib palsu tentu membawa sebuah konflik bagi masyarakat yang menganut agama islam di indonesia terhadap warga arab Saudi. Sebagaimana yang sudah diketahui bahwa kedua negara tersebut dengan mayoritas muslim, yang mana jika hoax seperti ini bukan pertama kali muncul, namun jika seperti ini terus menerus hadir dikalangan masyarakat dikhawatirkan terjadinya perpecahan umat muslim. Kasus lainnya yang berujung viral pasalnya tak jarang berasal dari para tokoh agama yang seharusnya memberikan contoh yang baik, namun malah menjadi kecaman bagi masyarakat yang rentan memilih informasi sesuai dengan yang mereka yakini. Semakin banjirnya arus informasi yang tersebar dimedia, terkait kasus kasus yang menjadi isu keagamaan membuat masyarakat menjadi sulit membedakan mana pesan yang benar berdasarkan fakta hukum islam dengan informasi palsu, alhasil masyarakat rentan mengambil keputusan yang salah tanpa didukung dengan adanya fakta dan data sehingga masyarakat kerap terpolarisasi. Adanya polarisasi pendapat merujuk pada fenomena di mana pandangan dan sikap individu atau kelompok dalam masyarakat terpecah menjadi dua kutub atau lebih, seringkali karena perbedaan pemahaman terhadap teks keagamaan. Hal ini dapat menyebabkan ketegangan dan konflik di antara berbagai kelompok yang memiliki interpretasi berbeda dari ajaran agama. Selain dari adanya polarisasi, terkadang masyarakat percaya akan adanya isu sensitif yang ditujukan kepada pendakwah yang konvensional. Salah satu tokoh agama yang bergelut pada dunia dakwah yaitu Miftah Maulana Habiburrahman atau kerap disebut dengan Gus Miftah, juga seorang tokoh pendakwah yang mulai dikenal di media sosial karena beberapa aksi ceramahnya yang dianggap tidak lazim seperti berceramah di klub malam (Kosmawijaya, 2019) video yang viral pada tahun 2024 memperlihatkan gus miftah yang menoyor istrinya, dan aksi gus miftah yang mengolok seorang penjual teh es dan menertawakan nya di suatu pengajian yang disaksikan khalayak ramai. Dengan beredarnya beberapa video gus miftah yang melakukan tindakan tidak sejalan dengan status yang disandanginya sebagai seorang tokoh agama, yang seharusnya menjadi cerminan bagi masyarakat namun malah sontak membuat geger masyarakat yang awalnya menerima dakwah yang disampaikan oleh gus miftah kini menuai banyak kritikan pedas dan menyebabkan beberapa perspektif lain yang menimbulkan citra dakwah menjadi buruk sehingga masyarakat menjadi enggan menerima ataupun menjalankan ajaran-ajaran agama yang sebelumnya disampaikan pada saat sebelum adanya isu sensitif terkait video gus miftah yang viral di media sosial. Hal ini bukan hanya terjadi pada kasus gus miftah saja, namun juga isu sensitif lainnya yang disebabkan dari oknum-oknum yang terlabeli dengan status religi namun memiliki sifat yang tidak sesuai dengan aturan agama.

Perkembangan teknologi digital telah memungkinkan setiap orang untuk mendapatkan pesan dakwah kapan saja dan di mana saja. Akibatnya, setiap orang, tidak peduli apakah mereka memahami agama atau tidak, memiliki kekuatan untuk menyebarluaskan informasi dengan cara yang berbahaya bagi mereka sendiri. Di era *post-truth* isu sensitif tersebut tak lagi dapat diredam, masyarakat sudah dominan terhubung dengan media sosial sehingga penyebaran isu-isu sensitif dengan mudah menyebar tanpa batas, yang memperkeruh adanya krisis dalam dakwah. Sangat penting bahwa pengendalian krisis ini harus dikomunikasikan dengan pihak berwenang baik

internal maupun eksternal. Berdasarkan pandangan penelitian sebelumnya, dalam penelitian ini penulis ingin memaparkan bahwa isu sensitif di era *post-truth* ini dapat dihadapi dengan strategi manajemen komunikasi krisis. Strategi alternatif tersebut harus disesuaikan dengan kondisi dan keadaan zaman, seperti perubahan teknologi yang signifikan sehingga strategi yang dilakukan dapat relevan dengan permasalahan yang ada pada masyarakat. Dalam konteks dakwah, Penulis memaparkan melalui penelitian ini bahwa *post-truth* akan mempengaruhi kepercayaan masyarakat terhadap da'i yang dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah melalui media sosial. Situasi tersebut akan menjadi blunder bagi masyarakat, ditengah maraknya para pendakwah yang melakukan berbagai aktivitas diluar menyampaikan pesan dakwah tetapi mengatasnamakan agama. Hal ini menciptakan adanya isu sensitif yang menciptakan ruang gema di mana orang cenderung hanya terpapar pada informasi yang mendukung pendapat mereka sendiri tanpa mempertimbangkan pendapat orang lain (Aminudin, 2022) . Akibatnya, masyarakat semakin terpolarisasi dan rentan terhadap manipulasi informasi yang salah, yang menyebabkan kesalahan dalam memahami pesan dakwah yang diterima (Lumintang, 2020). Namun kemungkinan lainnya, masyarakat jadi enggan menerima dakwah dari seseorang yang tidak berkenan dihati mereka, tanpa memperhatikan kebenaran yang harusnya dapat diterapkan. Namun, adanya kebebasan penyampaian opini ini lah yang kemudian dapat menimbulkan akan praktik penyelewengan ajaran yang bahkan tidak memiliki dalil yang kuat sehingga tidak jarang masyarakat menerima bahkan menormalisasikan aktivitas spiritual mereka sesuai dengan dakwah yang didapatkan dari media sosial namun tidak memperhatikan kebenaran pesan dakwah tersebut atau dapat diistilahkan mempraktikan ajaran tanpa ada rujukan terhadap hukum islam. situasi *post-truth* saat ini tentu akan membawa sebuah ancaman atas kondisi spiritual masyarakat, hal ini tidak dapat dianggap enteng. Bayangkan sebuah pesan dakwah yang harusnya tidak sesuai dengan syariat hanya karna disampaikan oleh seorang yang menurut sekelompok masyarakat menyentuh emosional mereka maka ajaran tersebut dinormalisasikan atau lebih dikhawatirkan akan semakin maraknya sekte-sekte ajaran sesat. Sebagaimana film dengan judul bidaah yang berasal dari Malaysia, baru-baru ini menggemparkan jagat media perfilman terkhusus di indonesia, meskipun film ini masih diklaim fiktif belaka tak banyak kasus serupa yang juga terjadi dimasa sekarang.

Pemanfaatan adanya keilmuan manajemen komunikasi dirasa mampu dijadikan sebagai alternatif dari adanya krisis dalam dakwah di era *post-truth*. Dominannya emosional pribadi dalam menerima segala bentuk pesan dakwah yang didapat di media sosial kini menjadi fokus tersendiri yang tidak dapat disepelekan. Setidaknya dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis ada Tiga strategi yang dapat diupayakan untuk menangani adanya krisis dalam dakwah. Pertama, Strategi Responsif untuk menyesuaikan diri dengan perubahan atau tantangan yang terjadi di lingkungannya dengan cepat dan efektif. Strategi ini berarti memahami perubahan tersebut, mempelajari efeknya, dan mengambil tindakan yang tepat untuk meresponsnya. Tentunya strategi ini perlu dilakukan apabila isu sensitif terjadi dalam dakwah. Seorang pendakwah perlu memberikan suatu penjelasan ataupun klarifikasi terkait adanya isu sensitif dikalangan masyarakat dengan merujuk pada data yang merujuk kepada hukum

islam seperti dalil al-quran, tafsir hadis, dan lain sebagainya yang berbasis syariat agama. Mengingat kondisi sosial masyarakat yang tak lepas dari kemudahan akses informasi tentu perlu menggunakan teknologi untuk memaksimalkan strategi responsif dan mempercepat menanggapi apabila munculnya isu sensitif, para pelaku dakwah baik itu individu maupun lembaga dakwah perlu menggunakan media-media yang mampu menjangkau masyarakat luas seperti media sosial, web, atau layanan jejaring lainnya dengan tujuan meluruskan informasi yang salah dengan gaya komunikasi persuasif. Para penggerak dakwah seperti da'i, ustadz, maupun lembaga dakwah perlu memahami dan menggunakan teknologi komunikasi kontemporer jika mereka ingin menjangkau audiens yang lebih luas. Penyebaran pesan dakwah secara lebih efektif dan efisien dapat dicapai melalui penggunaan media sosial dan platform digital lainnya. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa era disrupsi telah mengubah cara orang berperilaku dan berkomunikasi, yang berarti bahwa adaptasi terhadap teknologi sangat penting. Penggunaan konten interaktif dan visual dapat meningkatkan keterlibatan dan pemahaman audiens terhadap pesan yang disampaikan. Penelitian menunjukkan bahwa pendekatan visual dan interaktif lebih efektif dalam menarik perhatian pemuda dibandingkan dengan pendekatan konvensional selain itu para da'i di era modern harus bersikap adil dan terbuka terhadap apa yang sebenarnya menjadi permasalahan dimasyarakat. Dengan begitu, mereka dapat lebih dekat dengan audiens dan terlibat dalam diskusi yang konstruktif. Hal ini penting untuk memastikan bahwa pesan dakwah diterima dengan baik oleh berbagai kalangan. Studi yang diterbitkan di Kepri Pos menunjukkan bahwa metode visual dan interaktif menarik perhatian remaja lebih baik daripada metode konvensional. Hal ini menunjukkan bahwa mengubah cara penyampaian pesan agar sesuai dengan keinginan audiens sangat penting dalam pendekatan dakwah. Alhasil dengan memberikan sebuah penjelasan terkait isu yang menyebar akan meredam huru-hara yang membuat kondisi masyarakat semakin ricuh. Studi yang diterbitkan dalam Journal of Islamic Studies (2021) menemukan bahwa metode dakwah yang berpusat pada dialog memiliki kemampuan untuk menurunkan ketegangan sosial yang disebabkan oleh masalah keagamaan hingga 45%. Dengan strategi responsif ini dapat dimanfaatkan untuk meminimalisir adanya kemungkinan krisis yang lebih parah yang menyimpulkan persepsi masyarakat menjadi lebih ricuh terhadap dakwah. Kedua, Strategi Preventif yang merupakan upaya untuk melakukan kegiatan dakwah dengan tujuan untuk mencegah atau mengurangi kemungkinan munculnya masalah atau penyimpangan dalam masyarakat. Strategi ini dapat digunakan oleh pelaku agama untuk menjaga iman dan moral umat sehingga mencegah masalah atau pelanggaran terjadi sebelum dilakukan. Mengedukasikan kepada masyarakat melalui sosialisasi pentingnya untuk meningkatkan literasi digital dan literasi dakwah agar lebih kritis terhadap informasi-informasi yang berasal dari sumber tidak jelas, seperti oknum tokoh agama yang membawa aliran-aliran tidak sesuai dengan syariat agama, dan tidak mudah terpengaruh hanya karena konten-konten yang ditampilkan menarik. Meningkatkan literasi digital di kalangan pendakwah dan masyarakat adalah strategi pencegahan yang efektif untuk menangani masalah sensitif dakwah di era *post-truth* (Transformatif & Di, 2024). Literasi digital memungkinkan orang untuk memahami,

menganalisis, dan mengevaluasi informasi yang tersebar di media digital, yang memungkinkan mereka untuk membedakan antara kebenaran dan kepercayaan palsu. Penelitian yang diterbitkan dalam JOISCOM (*Journal of Islamic Communication*) menyatakan bahwa literasi dakwah di era *post-truth* sangat penting bagi setiap pelaku dakwah. Penelitian tersebut menekankan pentingnya memiliki kepribadian yang kuat, sopan santun, etika, dan kemampuan untuk menggunakan teknologi digital dengan benar. Strategi preventif ini juga mencakup kemampuan yang harus dimiliki oleh penggerak dakwah untuk menyampaikan pesan dakwah yang menarik dan persuasif melalui berbagai platform media sosial dan berinteraksi dengan jamaah secara egaliter dan responsif. Jurnal yang sama menerbitkan hasil yang sejalan dengan pendekatan ini dan menekankan betapa pentingnya memiliki sikap yang berubah dan responsif terhadap gangguan informasi di era *post-truth*. Untuk mencegah penyebaran hoaks yang dapat menimbulkan masalah sensitif dalam dakwah, peningkatan literasi digital juga berfungsi sebagai upaya pencegahan. Dengan literasi digital yang baik, masyarakat dan pendakwah dapat lebih kritis dalam menerima dan menyebarkan informasi, sehingga dapat mengurangi dampak negatif dari informasi palsu. Studi baru menunjukkan bahwa literasi digital sangat penting untuk memerangi hoaks. Studi tersebut menekankan betapa pentingnya untuk belajar dan menyadari efek negatif dari berita palsu (Sabrina, 2019). Dalam Firman Allah.SWT

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

Artinya:

"Wahai orang-orang yang beriman! Jika seseorang yang fasik datang kepadamu membawa suatu berita, maka periksalah (tabayyun) dengan teliti, agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu." (Q.s. Al-Hujurat [49] : 6)

Dari ayat diatas menjelaskan kepada kaum muslim untuk berhati-hati saat mendengar berita, terutama jika itu datang dari orang yang fasik. Tujuannya adalah untuk menghindari adanya kesalahpahaman kemudian karena mendengar berita yang belum diteliti dengan benar.

Pelaku dakwah ataupun lembaga dakwah perlu melakukan dialog terbuka kepada masyarakat, dengan pendekatan dialogis ini diharapkan dapat mencegah adanya polarisasi ekstrem yang dapat memecah belah kelompok masyarakat. Selain itu Mengajak anggota masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam kegiatan keagamaan dan sosial yang positif juga dapat diupayakan untuk membangun komunitas yang kuat dan saling mendukung. Contohnya seperti mengadakan program penyuluhan yang membahas berbagai aspek kehidupan sehari-hari dari perspektif Islam, termasuk etika, moralitas, dan tanggung jawab sosial; dan melakukan kegiatan sosial yang melibatkan masyarakat, seperti bakti sosial atau penggalangan dana untuk membantu sesama, yang dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap pelaku dakwah tersebut. Ketiga, strategi reputasi dapat menjadi usaha untuk menghadapi isu sensitif yang terjadi di era

post-truth saat ini. Dalam dakwah, reputasi yang baik sangat penting karena dapat memengaruhi kepercayaan, penerimaan, dan dukungan masyarakat terhadap pesan dakwah yang disampaikan. Strategi reputasi merujuk pada upaya terencana dan sistematis untuk membangun, memelihara, dan meningkatkan citra positif seorang dai, lembaga dakwah, atau gerakan dakwah di mata masyarakat. Setiap Pelaku dakwah harus memperhatikan *image* nya sebagai tokoh agama dikhalayak ramai, dengan mengusahakan rekam jejak yang positif dan terpercaya tentu mendorong agar terhindarnya dari isu sensitif. Laporan dari Edelman Trust Barometer (2023) menyatakan bahwa 59% orang di seluruh dunia lebih percaya pada informasi yang berasal dari tokoh agama daripada media sosial tanpa sumber yang jelas. Namun, dimata masyarakat latar belakang dari penggerak dakwah dalam artian individu maupun lembaga, tentu sangat mempengaruhi tingkat keyakinan masyarakat terhadap pesan yang akan disampaikan nantinya. Hal ini dapat dikolaborasikan dengan lembaga keagamaan dan akademisi untuk memperkuat narasi yang benar dengan berbasis ilmiah sehingga menangkis adanya isu-isu sensitif dalam dakwah.

Penelitian ini berbeda dari penelitian sebelumnya yang rata-rata fokus terhadap era *post-truth* di bidang politik, pada penelitian ini penulis memberikan pandangan nya bahwa era *post-truth* juga sudah menyebar dalam aktivitas spiritual masyarakat islam di indonesia. Tentunya penelitian ini masih memiliki kekurangan, saran kepada peneliti selanjutnya ialah menggunakan metode yang bersentuhan langsung kepada pendapat masyarakat yang berdampak dari adanya fenomena ini, kemudian menyertakan lebih banyak data spesifik lainnya yang mendukung penelitian.

6. CONCLUSION/KESIMPULAN (Cambria font, 12pt, Spacing 1.15)

Manajemen komunikasi krisis dalam dakwah dapat dijadikan sebagai strategi dalam menghadapi isu sensitif di era *post-truth*. Era dimana semua orang dapat menggunakan hak yang sama untuk mengisi dan mengelola konten media sosial, pemerintah tidak lagi memiliki kekuatan untuk mengontrolnya, seperti yang terjadi dalam disrupsi dakwah yang tidak resmi. Media sosial sudah dominan digunakan oleh masyarakat, sehingga banjirnya isu-isu sensitif yang tak lagi mampu untuk dihindarkan. Perlu strategi yang harus diupayakan untuk mencegah atau meminimalisir perpecahan dikalangan masyarakat menjadi kelompok-kelompok sehingga tidak memicu adanya praktek-praktek agama yang tak sesuai dengan ajaran syariat agama. Selain itu, aktivitas dakwah telah dipengaruhi oleh era disrupsi. Segala aktifitas, tingkah laku dan tahap berkomunikasi manusia telah berubah, sehingga para da'I, ulama, ustadz ataupun lembaga dakwah lainnya harus menyesuaikan diri dengan teknologi komunikasi saat ini. Mereka harus memanfaatkan kemajuan teknologi digital untuk mengembangkan strategi dakwah yang fleksibel dan sensitif terhadap teknologi digital, dengan meningkatkan kemampuan literasi digital mereka dan bersikap egaliter dan berani tampil berbeda.

Strategi manajemen komunikasi krisis dalam dakwah dapat dilakukan dengan tiga strategi yaitu strategi responsif, strategi preventif, dan strategi reputasi. Pertama, Strategi responsif ialah upaya memberikan pergerakan atau tanggapan yang efektif dan sesega mungkin pada saat menghadapi isu sensitif yang dapat memanfaatkan media

teknologi oleh pelaku dakwah. Kedua, Strategi preventif yang merupakan upaya memberikan antisipasi lebih dini kepada masyarakat agar lebih bijak dan kritis dalam menerima informasi yang didapat baik itu lewat media ataupun secara tatap muka langsung dengan memfasilitasi dialog terbuka. Ketiga, Strategi reputasi ialah langkah yang dapat dilakukan oleh para pelaku dakwah baik itu ustadz, ulama, dan lembaga dakwah agar lebih memperhatikan aktivitas yang dilakukan di era transparansi seperti sekarang ini, karena setiap tokoh agama memiliki pandangan yang sangat kredibel dimata masyarakat hal itulah yang harus dijaga sehingga rekam jejak digital perlu diperhatikan agar tidak mengurangi kepercayaan masyarakat.

Penulis merekomendasikan bahwa setiap pelaku dakwah harus di upayakan untuk mendapatkan pelatihan yang memberikan wawasan terkait manajemen komunikasi krisis untuk antisipasi menghadapi misinformasi yang tak dapat dihindarkan. Lembaga keagamaan juga perlu memiliki program-program yang mendukung dalam upaya menghadapi isu sensitif seperti *hoax* dengan memberikan narasi yang jelas serta beradaptasi dengan kemajuan teknologi saat ini. Kemudian, perlu kolaborasi antara akademisi, lembaga dakwah, media dan ulama yang kuat untuk mampu menciptakan dakwah yang lebih berbasis pada kebenaran ilmiah sehingga tak mudah dipatahkan oleh adanya informasi-informasi palsu. Melakukan pendekatan sesuai dengan golongan yang di dakwahi juga akan memberikan dampak yang baik terhadap penanganan isu sensitif di era post-truth saat ini namun begitu dakwah dengan metode konvensional juga perlu diperhatikan guna mendukung praktik manajemen komunikasi krisis dalam dakwah.

REFERENCES/DAFTAR PUSTAKA

Journal article (single author)

- Djaelani, M. A. (2024). *Relevansi Pemikiran Pendidikan KH . Imam Zarkasyi dalam Pengembangan Kecerdasan Intrapersonal di Era Post- Truth*. 7(April), 3471–3477.
- Kosmawijaya, T. (2019). Da'i Diskotik: Dakwah Gus Miftah di Tempat Hiburan Malam Yogyakarta. *UINSA Surabaya*, 1–145.
- Muhammad Agung Setiawan. (2023). Framing Toleransi Beragama Pada Era Post Truth: Telaah Situs Online Alif.id. *Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah*, 13, 130–150. <https://doi.org/10.35905/komunida.v7i2.http>
- Nugroho, L. (2022). Peran Komunikasi Dalam Manajemen Konflik. *AL-IDZAAH: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 3(2), 1–11. <https://doi.org/10.24127/al-idzaah.v3i2.1717>
- Rianissa, S. N. (2025). *Disinformasi di Era Post-Truth : Ancaman terhadap Demokrasi dan Mobilitas Global*.
- Salma, A. N. (2020). Strategi Komunikasi Krisis pada Era Digital : Penggunaan Internet Dari C RISIS C OMMUNICATION S TRATEGY IN D IGITAL A GE : *Jurnal Penelitian Pers Dan Komunikasi Pembangunan*, 22(1), 19–36.
- Syuhada, K. D. (2018). Etika Media di Era “Post-Truth.” *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 6(1). <https://doi.org/10.7454/jki.v6i1.8789>

Journal article (2 authors)

- Akhyar, D. M., & Pratiwi, A. S. (2019). Media Sosial dan Komunikasi Krisis : Pelajaran dari Industri Telekomunikasi di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi ULTIMACOMM*, 11(1), 35–52
- Febrina, R., Sari, P., & Al-hadid, S. (2021). *Dakwah Masjid Di Masa Pandemi Covid-19*. 02(02), 393–418.
- Thadi, R., & Mukhlizar, M. (2021). Literasi Dakwah Di Era Post Truth. ... (*Journal of Islamic Communication*), 2(1), 31–38.
- Transformatif, P., & Di, M. (2024). *Tantangan dan penerapan literasi digital dalam pendidikan transformatif manusia di era post-truth*. 5(2), 418–430.

Journal article (3 or more authors)

- Effendy, E., Azizah, S., Sirait, S. R., & Akbar, R. M. (2024). *VISA: Journal of Visions and Ideas Pengorganisasian Media Dakwah*. 3(3), 592–599.
- Hoggan-Kloubert, T., & Hoggan, C. (2023). Post-Truth as an Epistemic Crisis: The Need for Rationality, Autonomy, and Pluralism. *Adult Education Quarterly*, 73(1), 3–20. <https://doi.org/10.1177/07417136221080424>
- Ilmiah, J., Hindu, K., Garbani, R. A., Widaswara, R. Y., Gede, I., & Wijaya, B. (2021). *SADHARANANIKARANA: Literasi Media Sosial Di Era Post Truth*. 3, 557–569. <https://e-journal.iahn-gdepudja.ac.id/index.php/SN>
- Rizqy, M., Nur Salsa Auliya Zachani, Meity Fajri Meity, & Suryandari, M. (2023). Pengaruh Media Teknologi Informasi Modern Terhadap Aktivitas Dakwah di Era Revolusi Industri 4.0. *ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum Dan Humaniora*, 1(1), 22–42. <https://doi.org/10.59246/aladalah.v1i1.146>
- Setiawan, P. R., Wandri, R., & Kunci, K. (2025). *INOVASI TEKNOLOGI MELALUI PEMBELAJARAN FLUTTER : MENYONGSONG ERA APLIKASI*. 2(February), 1–9.
- Wartono, T., Tahalele, O., Santosa, S., Iswanto, J., Sukaesih, A., & Munandar, H. (2024). Strategi Komunikasi Krisis Dalam Mengelola Isu Sensitif Dalam Bisnis Atau Organisasi. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran (JRPP)*, 7(3), 9925–9930. <http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jrpp/article/view/31440>

Webpage

- <https://www.liputan6.com/cek-fakta/read/5708712/cek-fakta-hoaks-artikel-antara-klaim-warga-arab-saudi-sebut-umat-islam-indonesia-mudah-dibodohi>
- https://www.kompas.com/cekfakta/read/2024/11/28/105000082/-hoaks-arab-saudi-akan-proklamasi-sebagai-negara-atheis-pada-2025?utm_source=Various&utm_medium=Referral&utm_campaign=Top_Desktop

