



Digital Islamic Propagation Communication Strategies in Countering Religious Disinformation in the Post-Truth Era: A Literature Study

Mastori¹
Ace Thoyib Bahtiar²
Chandra Gunawan³
Ridho Dale⁴

^{1,3,4} Universitas Islam As-Syafi'iyah, Jakarta
² Sekolah Tinggi Agama Islam-PTDII, Jakarta

mastori.fai@uia.ac.id
Suksesmulya99@gmail.com
chandragunawan020@gmail.com
daleridho05@gmail.com

ABSTRACT

One of the negative impacts of the development of digital technology is the weakening of authoritative facts and the increasing dominance of opinion in the public sphere. This situation strengthens the spread of religious disinformation in digital media, which has the potential to shift the authenticity of Islamic thought. Departing from this fact, this study seeks to analyze how da'wah communication strategies can function as a mechanism to counter religious disinformation in the post-truth context. This study uses a qualitative method with a literature study approach to articles or books published between 2016 and 2024. The data was obtained through a systematic search process in the Google Scholar database, books, and various research results. The literature selection was based on the following criteria: relevance to the theme of digital da'wah communication, media literacy, and post-truth studies; and publications that provide empirical findings or theoretical frameworks related to countering disinformation. The analysis results show three main findings: first, implementing effective digital da'wah communication practices in the post-truth era consistently utilizes the principle of ttabayyun as an information verification mechanism; second, increasing digital literacy among da'i and audiences has been proven to be a factor that directly reduces vulnerability to misinformation and disinformation; Third, creative, data-driven da'wah content that adheres to digital communication ethics has a higher level of reach and public trust. This third finding demonstrates that digital da'wah communication plays a crucial role as a social instrument for maintaining the integrity of religious information amidst the dominance of opinion in the post-truth era.

Keywords: *Da'wah Communication, Post-Truth, Disinformation*

Digital Islamic Propagation Communication Strategies in Countering....
Mastori, Ace Thoyib Bahtiar, Candra Gunawan, Ridho Dale



ABSTRAK

Salah satu dampak negatif perkembangan teknologi digital adalah melemahnya otoritas fakta dan meningkatnya dominasi opini dalam ruang publik. Situasi ini memperkuat penyebaran disinformasi keagamaan di media digital yang berpotensi menggeser otentisitas pemikiran Islam. Berangkat dari fakta tersebut, penelitian ini berusaha menganalisis bagaimana strategi komunikasi dakwah dapat berfungsi sebagai mekanisme penangkal disinformasi keagamaan dalam konteks *post-truth*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi literatur terhadap artikel-artikel atau buku yang terbit dalam rentang tahun 2016–2025. Data tersebut diperoleh melalui proses pencarian sistematis pada database Google Scholar, google book dan berbagai hasil penelitian. Pemilihan literatur dilakukan berdasarkan kriteria: relevansi dengan tema komunikasi dakwah digital, literasi media, dan kajian *post-truth*; serta publikasi yang menyediakan temuan empiris atau kerangka teoretis terkait penanggulangan disinformasi. Hasil analisis menunjukkan tiga temuan utama: *pertama*, praktik komunikasi dakwah digital yang efektif pada era post truth secara konsisten memanfaatkan prinsip *ttabayyun* sebagai mekanisme verifikasi informasi; *kedua*, peningkatan literasi digital pada da'i dan audiens terbukti menjadi faktor yang secara langsung mengurangi kerentanan terhadap misinformasi dan disinformasi; *ketiga*, konten dakwah yang kreatif, berbasis data, dan mengikuti etika komunikasi digital memiliki tingkat keterjangkauan dan kepercayaan publik yang lebih tinggi. Ketiga temuan tersebut menunjukkan bahwa komunikasi dakwah digital berperan penting sebagai instrumen sosial untuk mempertahankan integritas informasi keagamaan di tengah dominasi opini pada era *post-truth*.

Kata kunci : *Komunikasi Dakwah, Post-Truth, Disinformasi.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar terhadap lanskap komunikasi dakwah di Indonesia. Dakwah yang sebelumnya dilakukan secara tatap muka kini bertransformasi ke ruang digital melalui media sosial seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan Facebook. Era keterhubungan tanpa batas ini memungkinkan informasi menyebar cepat, tetapi sekaligus membuka ruang luas bagi manipulasi kognitif. Data menunjukkan bahwa walaupun arus perubahan sangat deras, era digital tidak serta merta menggantikan televisi sebagai sumber informasi, termasuk tentang agama. Televisi tetap vital dalam konstruksi dan penyebaran informasi keagamaan di masyarakat Indonesia. Survei yang dilakukan oleh PPIM pada tahun 2018 menunjukkan bahwa 33,73% Generasi Z (muda) mengakses televisi sebagai sumber pengetahuan



agama (Fauzy & Jannah, 2021).

Sayangnya, hasil survei status literasi digital yang diterbitkan kominfo pada 2023 mengungkap bahwa 40,3% responden “antara yakin dan tidak yakin” terhadap kemampuan mereka dalam mengidentifikasi konten hoaks. Dalam konteks ini, *post-truth* bukan sekadar ketidaktahuan terhadap fakta, melainkan lebih pada ketidakpedulian publik untuk memverifikasi kebenaran. Hal ini dikarenakan pertimbangan informasi yang sesuai dengan preferensi emosional dianggap lebih ‘benar’ daripada data yang diverifikasi. Penggunaan personalisasi algoritma pada beberapa media yang menciptakan *echo chambers*, memperkuat keyakinan tertentu. Akibatnya, pengguna cenderung hanya terekspos pada informasi yang sejalan dengan pandangan mereka, meminimalisasi keberagaman wacana dan menutup ruang dialog rasional.

Dampak dari *post-truth* sangat signifikan bagi kehidupan sosial dan politik. Polarisasi meningkat, kepercayaan publik terhadap institusi resmi menurun, dan ruang publik menjadi penuh dengan konflik persepsi. Konten-konten manipulatif juga mempengaruhi proses politik, seperti kampanye politik berbasis disinformasi dan penciptaan sentimen kebencian terhadap kelompok tertentu. Bagi kegiatan dakwah, transformasi media ini memiliki dampak positif bagi kemudahan akses, baik bagi da’i dalam menyampaikan dakwah maupun madh’u sebagai penerima dakwah (Zaman dkk., 2023). Karena itu, kondisi ini mampu menjadi peluang bagi penyebaran nilai-nilai Islam di tengah masyarakat secara cepat dan masif.

Sejumlah penelitian terdahulu telah menyinggung isu dakwah di era digital dengan beragam perspektif. Khoirul Umam dalam penelitiannya menyoroti tentang epistemologi *wasathiah* dalam memperkuat pengetahuan Islam, memperkuat literasi digital dan meningkatkan pemikiran kritis di era *post truth* (Addzaky dkk., 2024). Aulia dalam risetnya menyoroti inovasi pada pemanfaatan teknologi digital dalam menyebarkan pesan Islam yang efektif. Dikatakan bahwa penggunaan teknologi bukan saja memperluas jangkauan audiens tetapi juga meningkatkan interaksi dan keterlibatan masyarakat dalam konten dakwah (Aulia, 2025).



Thadi & Mukhlizar mengangkat urgensi literasi dakwah digital pada era *post-truth*, karakter Islam dan dampak nyata bagi perubahan komunikasi dakwah (Thadi & Mukhlizar, 2021). Sementara penelitian Naqqiyah berfokus pada kredibilitas da'i di era *post-truth* yang tidak hanya ditentukan oleh keilmuan, tetapi juga kemampuan komunikasi digital serta integritas moral (Naqqiyah & Nurdin, 2019).

Secara keseluruhan, penelitian-penelitian tersebut belum mengintegrasikan analisis teori komunikasi dakwah dengan fenomena *post-truth* secara komprehensif, terutama terkait strategi spesifik untuk menangkal disinformasi keagamaan. Kekosongan inilah yang menjadi celah penelitian (*research gap*) yang hendak diisi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi dakwah yang efektif dalam menangkal disinformasi keagamaan di era *post-truth* melalui kajian terhadap karakter komunikasi dakwah digital, pola disinformasi keagamaan, dan pendekatan strategis yang dapat diterapkan oleh para da'i dan lembaga dakwah.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi pustaka. Data diperoleh melalui penelusuran literatur terkait dakwah digital, komunikasi Islam, literasi media, dan *post-truth* pada database Google Scholar, DOAJ, Scopus, SINTA, serta repositori perguruan tinggi. Literatur dibatasi pada publikasi tahun 2016–2024, dan dipilih berdasarkan empat kriteria: relevansi tema, kredibilitas akademik, keterhubungan dengan isu disinformasi, serta ketersediaan data atau kerangka teoretis. Dari proses seleksi, terkumpul 52 sumber. Analisis dilakukan secara deskriptif-analitis melalui tahapan reduksi, klasifikasi, dan interpretasi konsep untuk memetakan hubungan antara teori komunikasi dakwah dan dinamika penyebaran informasi digital di era *post-truth*.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada teori komunikasi dakwah Islam (Masruroh, 2021) yang menekankan prinsip *bil hikmah*, *mau'izhah hasanah*, dan *mujadalah billati hiya ahsan* sebagai pendekatan utama. Teori ini dipadukan dengan teori literasi media yang menjelaskan pentingnya kemampuan individu dalam memahami, mengevaluasi, dan memverifikasi informasi, serta teori konstruksi sosial media digital (Susanto, 2025) yang menggambarkan bagaimana



realitas sosial dibentuk oleh interaksi di ruang digital. Ketiga teori ini menjadi landasan konseptual dalam merumuskan strategi dakwah yang tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga membangun kesadaran kritis terhadap kebenaran informasi keagamaan.

Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian komunikasi dakwah dengan menambahkan dimensi epistemologis dan digital yang relevan dengan tantangan zaman. Dakwah yang selama ini dilihat hanya pada aspek penyampaian pesan secara tradisional, kajian ini memperhatikan juga bagaimana pengetahuan, legitimasi, dan otoritas keagamaan dibangun. Dengan demikian, studi ini menawarkan perspektif baru tentang interaksi antara dakwah, literasi digital, dan persepsi masyarakat terhadap informasi keagamaan. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi para da'i, lembaga dakwah, dan pendidik Islam dalam merancang strategi dakwah digital yang efektif, etis, dan berbasis literasi. Melalui pendekatan yang berimbang antara teknologi, moralitas, dan keilmuan, dakwah Islam diharapkan mampu menjadi kekuatan pencerah di tengah kabut disinformasi dan budaya *post-truth* yang melanda masyarakat modern. Hasil kajian ini diharapkan mampu menjadi rujukan bagi pengembangan teori komunikasi dakwah yang adaptif terhadap dinamika masyarakat dan transformasi teknologi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Dakwah di Era *Post-Truth*

Kata *post truth* merupakan istilah asing yang berasal dari bahasa Inggris. Berakar dari kata *post* yang berarti sesudah atau kemudian dan *truth* yang berarti kebenaran. Secara sederhana, *post truth* berarti era di mana manusia tidak mendahulukan pencarian kebenaran. *Post truth* berkaitan dengan postmodernisme. Di dalam keduanya terdapat banyak penemuan-penemuan yang dilakukan oleh manusia terutama mengenai penemuan teknologi yang ikut mempengaruhi hal-hal yang dianggap benar.

Secara genealogis, istilah *post truth* pertama kali dicetuskan oleh Steve Tesich dalam esainya yang berjudul "The Government of Lies" yang dimuat di majalah The



Nation pada tahun 1992 (Syarif dkk., 2020). Perkembangan kebenaran menuju *post truth* juga bukanlah sesuatu yang instan tetapi melalui sebuah proses evolusi yang cukup lama sehingga perlu kajian yang cukup mendalam bagaimana proses tersebut, juga hal-hal yang dimaksud ke dalam isi dari konsepsi mengenai kebenaran dan pasca kebenaran (Ar Razy & Zakaria, 2021). Bagi generasi yang masuk pada era *post truth* sangat mengagungkan *viralitas* dan *up to date*. Artinya tidak tahu atau tidak mengikuti perkembangan tren merupakan tanda keterbelakangan (Sari, 2023).

Menurut Waston, *post truth* berkaitan erat dengan politik. Baginya, *post truth* berkaitan dengan pergeseran paradigma terkait cara kekuasaan dikomunikasikan (Waston, t.t.). Pergeseran ini menunjukkan adanya fenomena perubahan dari model komunikasi yang hierarkis dan *top-down* menuju pola yang dialogis, partisipatif dan berbasis media digital. Kekuasaan dalam menguasai opini publik akhirnya bergeser dari kekuasaan formal menuju kemampuan dalam membangun narasi, mempengaruhi opini publik dan mengelola persepsi melalui komunikasi terbuka. Sebagai contoh, sebuah penelitian yang menganalisis konten terhadap 997 hoax pada tahun 2018 telah menemukan bahwa setengah dari hoax yang beredar di masyarakat adalah hoax politik (49,94%), diikuti oleh hoax pada tema agama sebesar 11,94% (Safitri dkk., 2022).

Selain itu, perubahan pola komunikasi di era *post truth* juga terjadi pada ranah keagamaan. Kondisi ini menciptakan lanskap komunikasi baru yang lebih kompleks dibandingkan dengan era pra-digital. Penelitian terhadap 2206 responden ditemukan sebanyak 25% responden terindikasi mengalami kecanduan internet. Siswa SMA dan mahasiswa cenderung memiliki risiko kecanduan 1,7% lebih tinggi. YouTube dan Instagram merupakan aplikasi media sosial yang cenderung menimbulkan risiko kecanduan bagi responden (Ismail dkk., 2021).

Fenomena disinformasi di era *post truth* ini telah menjadi persoalan serius yang berdampak luas terhadap kehidupan sosial dan keberagamaan umat. Munculnya media baru telah membuka peluang dan ruang bagi kaum muda untuk menjalankan bisnis maupun dakwah secara daring (Pitchan dkk., 2022). Dalam konteks dakwah, disinformasi berarti segala bentuk penyebaran informasi yang menyesatkan tentang



ajaran Islam, tokoh agama, maupun lembaga keagamaan, baik secara sengaja maupun tidak disengaja. Pola penyebarannya mengikuti logika algoritmis media sosial yang mengutamakan kecepatan, keterlibatan, dan sensasi dibandingkan akurasi.

Dalam konteks ini, dakwah Islam dihadapkan pada situasi paradoksal yakni semakin banyak media untuk menyebarkan kebaikan namun juga memunculkan resiko yang besar pula seperti penyimpangan pesan keagamaan. Sebagaimana disebut dalam penelitian bahwa video Islami di YouTube terus tumbuh tanpa penurunan, dari 6,04% pada tahun 2011 menjadi 13,11% pada tahun 2019, lebih dari dua kali lipat dalam delapan tahun (Al-Zaman, 2022). Pola tantangan disinformasi keagamaan, setidaknya dapat dilihat melalui tiga bentuk utama, yaitu :

- a) Disinformasi naratif, yaitu penyebaran narasi keagamaan yang dimanipulasi untuk kepentingan tertentu. Kondisi ini pada akhirnya menciptakan krisis etika dan kemanusiaan yang berdampak pada praktik dakwah yang terjebak pada narasi provokatif (Sofyan dkk., 2025). Disinformasi semacam ini terjadi misalnya melalui potongan ceramah ulama yang disunting keluar dari konteks sehingga menimbulkan kesalahpahaman teologis.
- b) Disinformasi visual, berupa gambar, meme, atau video yang dikaitkan dengan ajaran Islam tanpa dasar ilmiah, tetapi mudah viral karena daya emosionalnya. Masyarakat cenderung mudah percaya dengan informasi-informasi palsu, penipuan daring, konten berbahaya dan pelanggaran privasi. Untuk itu, diperlukan pendekatan yang lebih komprehensif terhadap program literasi digital, termasuk mengintegrasikan pendidikan dan dakwah literasi digital ke dalam kurikulum formal dan meningkatkan infrastruktur teknologi, terutama di daerah tertinggal (Bulya & Izzati, 2024).
- c) Disinformasi otoritas, yaitu klaim palsu yang mengatasnamakan ulama atau lembaga keagamaan untuk memperoleh legitimasi. Tantangan ini juga dialami oleh negara lain seperti Bangladesh. Sebagai negara Muslim terbesar keempat di dunia dengan komunitas pengguna media sosial yang terus berkembang, Bangladesh telah mengalami misinformasi keagamaan daring yang sering terjadi (Al-Zaman, 2024).



Dampak disinformasi keagamaan tidak hanya bersifat kognitif, tetapi juga sosial dan ideologis. Secara ideologis, disinformasi menyebabkan kerusakan epistemologis, di mana umat kehilangan kemampuan membedakan antara kebenaran wahyu dan opini personal. Menurut Al Attas, kerusakan adab sering kali bermula dari kerusakan epistemologis atau pengetahuan (Setiawan, t.t.). Dampak sosialnya adalah terjadinya keretakan sosial antarumat meningkat. Hal ini dikarenakan disinformasi sering kali dimanfaatkan untuk memperkuat polarisasi antara kelompok Islam moderat dan konservatif. Kelompok moderat merasa bertanggung jawab membentung kelompok yang disebut konservatif. Demikian pula sebaliknya. (Sholikhah, 2022).

Selain itu, disinformasi bagi dakwah juga menciptakan krisis kepercayaan terhadap lembaga dakwah resmi. Masyarakat menjadi skeptis terhadap fatwa dan klarifikasi yang dikeluarkan lembaga seperti MUI, karena lebih mempercayai narasi alternatif yang beredar di media. Sekalipun, fatwa MUI juga dapat diperdebatkan. Oleh karena itu, memahami pola dan dampak disinformasi keagamaan menjadi langkah awal dalam merumuskan strategi dakwah yang solutif. Dakwah kontemporer harus berperan aktif sebagai sarana *counter-narrative* yang membongkar kebohongan yang tersebar dengan cara yang ilmiah dan beretika. Kebohongan, baik dalam bentuk berita maupun pemikiran, dapat dilakukan oleh person, organisasi bahkan pemerintah.

Secara konseptual, dakwah *counter narrative* berpangkal pada prinsip amar ma'ruf nahi munkar yang berbasis literasi media dan analisa kritis terhadap isu publik. Tujuannya adalah membantah *hoax* dan propaganda. Dengan demikian, masyarakat dapat membedakan antara kebenaran dan manipulasi informasi. Dalam al-Qur'an, pendekatan ini sejalan dengan prinsip *tabayyun*. Praktik dari prinsip ini adalah melakukan verifikasi sebelum menyebarkan berita. Implementasi ini penting agar penyebaran *hoax* yang masif dapat dicegah sedini mungkin (Anwar, 2021).

Secara epistemologis, dakwah tidak lagi dapat dipisahkan dari dinamika komunikasi massa dan studi literasi digital. Penyebaran hoaks dan ujaran kebencian kerap memanfaatkan celah ketidaktahuan masyarakat terhadap fakta dan logika kebenaran. Terlebih kebenaran yang bersumber dari al-Qur'an dan sunnah. Oleh karena



itu, pendakwah di era modern saat ini perlu menguasai metodologi verifikasi data, prinsip etika komunikasi, serta kemampuan membaca wacana publik secara kritis untuk melawan hoax (Octalia & Mughni, 2018). *Counter-narrative* dalam konteks ini bukanlah upaya membalas dengan narasi tandingan yang emosional, melainkan upaya membangun narasi pencerahan yang menegaskan kejujuran, keadilan, dan keutuhan sosial.

Kebohongan yang tersebar di ruang publik, baik terkait agama, politik, maupun sosial, menuntut respons dakwah yang proporsional. Seorang da'i harus mampu mengonfrontasi isu-isu palsu dengan pendekatan ilmiah melalui pemaparan data, sumber, dan analisis yang dapat dipertanggungjawabkan sekaligus menjaga adab dan keanggunan moral dalam berkomunikasi. Sikap ini menegaskan bahwa dakwah tidak dimaksudkan untuk menyerang atau mempermalukan pihak lain, tetapi untuk menegaskan kebenaran secara objektif dan konstruktif. Pendekatan semacam ini sesuai dengan prinsip *al-hikmah* dalam QS. An-Nahl: 125, yang mengajarkan agar seruan dakwah dilakukan dengan kebijaksanaan dan argumentasi terbaik.

Dari sudut pandang sosiologis, peran dakwah sebagai *counter-narrative* menjadi penting untuk melawan distorsi nilai agama di media digital. Banyak narasi keislaman yang tereduksi menjadi simbolik dan populis tanpa menyentuh substansi ajaran. Melalui pendekatan ilmiah, dakwah dapat menegaskan kembali bahwa Islam adalah agama yang mengedepankan rasionalitas dan keseimbangan antara akal dan wahyu. Dengan begitu, dakwah bukan sekadar alat penyampaian pesan keimanan, tetapi juga perangkat kritis dalam membangun kesadaran kolektif dan literasi sosial umat.

Lebih jauh, *counter-narrative* yang dikembangkan secara etis akan memperkuat citra Islam sebagai agama yang terbuka terhadap dialog dan pembelajaran. Pendakwah yang beretika tidak menggunakan ujaran sarkastik atau provokatif, melainkan menghadirkan wacana tandingan yang mencerahkan dan menenangkan. Etika dalam dakwah menjadi jaminan bahwa upaya meluruskan kebohongan tidak bergeser menjadi propaganda baru yang justru merusak nilai kejujuran. Dalam hal ini, dakwah berfungsi sebagai medium rekonstruksi moral publik — mempertemukan kebenaran wahyu



dengan tanggung jawab ilmiah manusia.

Dengan demikian, dakwah kontemporer harus bertransformasi menjadi gerakan intelektual dan moral yang berpijak pada ilmu, etika, dan hikmah. Selain berperan untuk menyampaikan pesan-pesan Islam yang rahmatan lil 'alamin juga untuk menjaga integritas informasi dan menegakkan kebenaran di tengah kabut disinformasi global. Disinformasi biasanya berkaitan dengan upaya sengaja untuk membingungkan atau memanipulasi masyarakat melalui pengiriman berita atau informasi bohong (Cherilyn & Julie, 2019). Dakwah yang demikian tidak hanya relevan dengan perkembangan zaman, tetapi juga menjadi manifestasi nyata dari Islam sebagai agama ilmu, keadilan, dan pencerahan peradaban.

Strategi Dakwah untuk Menangkal Disinformasi Keagamaan

Dalam menghadapi *disinformasi*, khususnya berkaitan dengan di era *post-truth*, dakwah Islam harus bertransformasi menjadi gerakan komunikasi yang cerdas, kolaboratif, dan berbasis literasi media. Strategi dakwah yang efektif tidak hanya berorientasi pada penyampaian pesan, tetapi juga pada pembentukan kesadaran kritis masyarakat terhadap kebenaran informasi. Menurut Safei, tugas utama dakwah saat ini adalah menumbuhkan kesadaran kritis dalam memahami masalah dan menemukan berbagai alternatif jawaban (Safei, 2016). Dalam konteks ini, terdapat tiga pendekatan strategis yang dapat diterapkan :

Pertama, strategi literasi digital. Pendekatan ini menekankan pentingnya peningkatan literasi digital, baik pada da'i maupun masyarakat secara umum. Strategi dakwah ini menekankan pentingnya edukasi umat agar tidak mudah termakan oleh informasi palsu yang marak di era digital. Literasi digital Islami menjadi fondasi utama dalam membangun ketahanan umat terhadap disinformasi dan fitnah daring. Literasi ini mencakup tiga dimensi yang saling berkaitan yaitu dimensi kognitif, afektif dan spiritual.

Aspek kognitif berkaitan dengan pemahaman tentang cara kerja algoritma media sosial, kemampuan mengenali sumber informasi yang kredibel, serta kemampuan



membedakan antara fakta, opini, dan hoaks. Da'i harus memahami cara kerja algoritma media dan teknik verifikasi sumber atau filter informasi, dan etika penyebaran informasi agar tidak terjebak dalam penyebaran hoaks. Ini termasuk kemampuan memantau pembaruan algoritma. Untuk itu, program pelatihan literasi media berbasis dakwah dapat diselenggarakan oleh lembaga Islam, kampus, dan komunitas digital untuk meningkatkan kemampuan *critical thinking* umat. Pendekatan ini menjadikan dakwah sebagai proses edukasi publik yang berkelanjutan, bukan sekadar penyampaian dogma keagamaan.

Sedangkan dimensi afektif berarti kesadaran moral dan emosional bahwa menyebarkan informasi palsu termasuk dosa besar. Rasulullah ﷺ telah memperingatkan dalam hadisnya: *"Cukuplah seseorang dikatakan pendusta ketika ia menceritakan setiap yang ia dengar."* (HR. Muslim). Hadis ini menegaskan pentingnya tabayyun dan tanggung jawab moral dalam berbagi informasi. Adapun dimensi spiritual berkaitan dengan pembiasaan diri agar setiap aktivitas digital bernilai ibadah, termasuk dalam mengunggah, membagikan, dan mengomentari konten keagamaan di media sosial.

Pendakwah dapat mengimplementasikan strategi ini dengan menyelenggarakan pelatihan literasi digital berbasis masjid, pesantren, atau lembaga dakwah. Selain itu, pembentukan komunitas *fact-checking* yang berlandaskan nilai-nilai Islam dapat menjadi wadah kolaboratif untuk memerangi hoaks dengan cara yang santun dan beretika. Para da'i juga perlu memproduksi konten edukatif yang mengajarkan prinsip tabayyun, tanggung jawab sosial, dan etika bermedia dalam perspektif Islam, sehingga umat dapat menjadi pengguna digital yang kritis sekaligus berakhlak.

Selain strategi edukatif tersebut, penerapan strategi komunikasi Qur'ani juga menjadi langkah penting dalam menghadapi disinformasi. Klarifikasi terhadap berita palsu sering kali justru memperkeruh suasana jika dilakukan dengan nada emosional atau menghakimi. Oleh karena itu, prinsip komunikasi Qur'ani menawarkan pendekatan yang bijak, etik dan konstruktif (Lubis, 2024). Pendakwah hendaknya menggunakan hikmah dalam menanggapi isu—yakni kebijaksanaan dalam menimbang waktu, cara, dan konteks untuk merespons suatu kebohongan. Tidak semua isu perlu dijawab secara



langsung, apalagi dengan kemarahan.

Dalam konteks komunikasi publik, reaksi emosional justru sering memperkeruh suasana dan mengaburkan pesan kebenaran yang ingin disampaikan. Seorang pendakwah yang bijak memahami bahwa setiap isu memiliki konteks sosial, psikologis, dan ideologis yang berbeda, sehingga membutuhkan pendekatan yang proporsional. Merespons dengan emosi hanya akan memunculkan resistensi, sedangkan sikap tenang dan argumentatif membuka ruang dialog yang lebih sehat dan produktif.

Selanjutnya, klarifikasi sebaiknya disampaikan melalui *mau'izhah hasanah*, yakni nasihat yang baik, penuh kasih sayang, dan argumentatif, bukan dengan sindiran atau penghinaan. Pendekatan ini sejalan dengan perintah Allah dalam QS. *An-Nahl: 125* yang menyerukan agar menyeru manusia dengan cara hikmah dan pelajaran yang baik. Dalam kaitannya dengan komunikasi dakwah klarifikasi bukan sekadar membantah atau meluruskan informasi yang salah, melainkan juga membimbing audiens menuju pemikiran atau pemahaman yang benar tanpa menyinggung atau mempermalukan pihak lain. Dengan menggunakan *mau'izhah hasanah*, seorang pendakwah mampu mengubah suasana konflik menjadi ruang dialog yang penuh adab dan pengertian.

Bahasa yang santun, diksi yang menenangkan, serta argumentasi yang berbasis dalil dan logika akan lebih mudah diterima oleh hati yang terbuka. Sebaliknya, klarifikasi yang dilakukan dengan nada marah atau menyudutkan justru dapat menimbulkan resistensi dan memperkuat kesalahpahaman. Karena itu, strategi *mau'izhah hasanah* tidak hanya efektif secara psikologis, tetapi juga mencerminkan keindahan akhlak Islam. Melalui cara ini, pendakwah tidak hanya meluruskan informasi, tetapi juga menyentuh nurani dan membangun kesadaran moral, sehingga pesan kebenaran dapat diterima dengan lapang dada dan penuh keikhlasan.

Ketika harus berdialog langsung dengan pihak penyebar disinformasi, maka pendekatan *mujadalah billati hiya ahsan* perlu diterapkan—yakni dialog yang santun dan pencerahan yang berorientasi pada kebenaran, bukan perdebatan yang menjatuhkan. Seorang da'i atau komunikator Islam yang menerapkan metode ini harus



menguasai ilmu, logika, dan etika komunikasi, agar dapat mengarahkan pembicaraan secara konstruktif. Logika mengarahkan agar da'i mampu berpikir cepat dalam membuat analisa dalam debat (Madani dkk., 2025).

Selain itu, sikap rendah hati, kesediaan mendengar, serta kemampuan menyampaikan dalil dengan argumentatif namun lembut akan menumbuhkan suasana saling menghargai. Dengan demikian, prinsip *mujadalah billati hiya ahsan* (berdebat dengan cara yang baik) tidak hanya berfungsi sebagai metode klarifikasi, tetapi juga sebagai pendidikan moral publik yang menampilkan wajah Islam yang damai, dialogis, dan penuh kebijaksanaan. Pendekatan ini pada akhirnya menjadikan dakwah bukan sebagai arena konfrontasi, melainkan sebagai ruang transformasi kesadaran menuju kebenaran dan kedamaian sosial.

Pendekatan komunikasi Qur'ani semacam ini bukan hanya menekan eskalasi konflik di ruang digital, tetapi juga menanamkan budaya berdakwah yang cerdas, damai, dan beretika. Berdasarkan analisis terhadap pendekatan dakwah Nabi, ada lima faktor keberhasilan dakwah: ilmu, iman, amal, kepemimpinan, dan sarana (Mubarak dkk., 2023). Dengan demikian, dakwah Islam di era digital menjadi sarana penting untuk membangun ekosistem informasi yang berbasis pada lima faktor keberhasilan dakwah tersebut.

Kedua, strategi naratif-humanistik menekankan penggunaan narasi empatik dan kisah nyata dalam menyampaikan pesan Islam. Strategi ini menempatkan manusia sebagai pusat dakwah, dengan menekankan kekuatan narasi sebagai medium penyampai nilai dan kebenaran. Kekuatan naratif ini bahkan ditunjukkan oleh Al-Qur'an sendiri dalam berbagai ayat-ayatnya. Di dalamnya terkandung ajaran yang bersifat hukum dan moral yang disampaikan melalui kisah, dialog dan perumpamaan yang menggugah hati dan akal. Kisah para nabi, umat terdahulu, dan peristiwa sejarah disajikan bukan sekadar untuk dikenang, melainkan untuk diambil hikmah dan pelajaran hidup. Dengan pendekatan ini, Al-Qur'an menanamkan nilai-nilai keadilan, kejujuran, kesabaran, dan keteguhan dalam beriman.



Rasulullah sendiri mendapatkan informasi kisah-kisah umat terdahulu dari wahyu sebagaimana disebut dalam al-Qur'an : *demikianlah kami kisahkan kepada mu (Muhammad) sebagian kisah umat yang telah lalu dan telah kami berikan dari sisi kami suatu peringatan (Al-qur'an)* (Prianto dkk., 2020). Metode ini menunjukkan bahwa Islam sejak awal telah menggunakan narasi sebagai alat transformasi moral dan spiritual.

Di era *post-truth*, pendekatan naratif ini perlu dihidupkan kembali agar pesan dakwah tidak tenggelam dalam arus informasi yang dangkal dan emosional. Adapun pendekatan humanis maknanya adalah para da'i menempatkan manusia sebagai pusat dari setiap tindakan mereka dalam praktik dakwahnya (Irmansyah & M.M, 2024). Sebagaimana yang ditunjukan oleh Rasulullah dalam penaklukan Mekah tanpa darah tertumpah dan penyebaran Islam yang mengedepankan kedamaian. Pendakwah hadir bukan sekadar membawa ayat dan nasihat, melainkan membawa empati, harapan, dan semangat untuk bangkit dari keterpurukan.

Pendekatan humanis ini sejalan dengan misi profetik Islam yang menempatkan kasih sayang (*rahmah*) sebagai esensi dakwah, sebagaimana Allah menegaskan bahwa Nabi Muhammad diutus sebagai *rahmatan lil 'alamin* — rahmat bagi seluruh alam. Dalam situasi bencana, misalnya, nilai tersebut terwujud dalam bentuk solidaritas sosial, pelayanan spiritual, serta pendampingan emosional terhadap korban. Dakwah yang demikian berfokus pada upaya menumbuhkan ketahanan sosial dan kepercayaan diri masyarakat yang terdampak.

Selain itu, pendekatan humanis menekankan pentingnya komunikasi empatik, mendengarkan keluh kesah korban dengan hati, bukan sekadar berbicara. Para da'i diharapkan mampu menjadi penenang di tengah kepanikan, dan menjadi teladan dalam kesabaran serta keikhlasan. Dengan demikian, praktik dakwah dalam konteks kebencanaan bertransformasi menjadi dakwah *bil hal* yang menyatukan spiritualitas, kemanusiaan, dan tindakan sosial. Pendekatan ini tidak hanya meneguhkan nilai Islam sebagai agama yang peduli terhadap kemanusiaan, tetapi juga memperlihatkan bahwa dakwah sejati adalah dakwah yang hidup dalam tindakan, bukan hanya dalam kata-kata.



Pendakwah dalam strategi naratif-humanistik tidak hanya menyampaikan dalil dan hukum, tetapi juga membungkus pesan tersebut dalam kisah nyata yang mengandung nilai-nilai kemanusiaan. Sebagai contoh, ketika membahas kejujuran di tengah maraknya hoaks, da'i dapat menuturkan kisah bagaimana Rasulullah dikenal sebagai *Al-Amin*, sosok yang dipercaya karena kejujurannya bahkan oleh musuh-musuhnya. Nabi dengan gelar al amin yang disandangnya, tidak pernah bohong, tidak pernah melontarkan omong kosong dan hoax (Bawazir, 2020). Narasi semacam ini menghidupkan nilai, bukan sekadar menyajikan doktrin. Cerita atau narasi yang menggugah empati akan lebih mudah diterima dalam masyarakat yang lelah dengan debat ideologis dan kebenaran yang dipolitisasi.

Aspek *humanistik* dalam strategi ini menuntut pendakwah memahami realitas psikologis dan sosial audiens. Dakwah tidak cukup hanya berbasis teks, tetapi juga konteks. Da'i perlu memahami penderitaan, keresahan, dan harapan masyarakat yang hidup di tengah dunia digital yang serba cepat dan penuh tekanan. Dengan empati dan pemahaman terhadap kondisi yang dialami oleh masyarakat, pesan dakwah akan lebih membumi dan menyentuh qalbu. Dalam konteks ini, da'i berperan sebagai *storyteller spiritual* yang mengajak manusia kembali kepada nilai-nilai kebenaran melalui kisah dan pengalaman yang relevan dengan kehidupan mereka. Strategi *storyteller* digunakan sangat halus namun berdampak kuat bagi perubahan perilaku audiens karena sifatnya yang tidak menggurui melainkan melalui dialog batin (Mafaza dkk., 2025). Metode ini sangat relevan dalam dakwah keluarga, khususnya dari orang tua terhadap anak.

Strategi naratif-humanistik juga mengandung unsur etis dan dialogis. Pendakwah perlu menghadirkan narasi yang jujur, tidak manipulatif dan terbuka terhadap dialog. Sebagaimana sabda Rasulullah : *celaka bagi orang yang berdusta demi orang tertawa. Celaka baginya, celaka baginya*. Dalam dunia *post-truth*, di mana setiap orang bisa menjadi 'penyiar kebenaran'-nya sendiri, kehadiran narasi yang autentik dan penuh ketulusan akan menjadi oase moral. Dengan memahami prinsip ini, pendakwah dengan sendirinya akan menghindari retorika yang provokatif atau penuh klaim sepihak. Karena perilaku buruk semacam itu justru memperkuat polarisasi dan memperburuk



iklim komunikasi publik. Sebaliknya, narasi dakwah harus dibangun di atas fondasi kasih sayang (*rahmah*), kejujuran (*shidq*), dan kebijaksanaan (*hikmah*) dengan tidak kehilangan sifat kritisnya terhadap kebatilan atau kemunkaran.

Di era digital, strategi naratif dapat dilakukan dengan memanfaatkan media digital, seperti melalui film pendek, podcast, animasi, atau cerita visual yang memadukan estetika dan nilai Islam. Konten dakwah menjelma menjadi narasi yang mampu menggugah hati, menginspirasi tindakan, dan memperkuat identitas keislaman di tengah derasnya arus relativisme moral. Dengan demikian, strategi naratif-humanistik menjadi jembatan antara kebenaran wahyu dan realitas manusia modern. Hal ini akan mampu mengembalikan ruh dakwah sebagai seni menyentuh hati, bukan sekadar memenangkan argumen. Dalam era *post-truth* yang penuh kebisingan informasi, pendekatan ini menjadi strategi yang sangat baik untuk menanamkan kembali nilai-nilai Islam secara menyeluruh, baik pada aspek rasional, emosional, dan spiritual, sekaligus memanusiakan dakwah di tengah tantangan peradaban digital.

Pertimbangan lain adalah bahwa di era *post-truth*, kebenaran yang disampaikan secara kaku dan formal sering kali kalah oleh narasi emosional yang menyentuh perasaan. Karena itu, da'i perlu mengemas dakwah dengan gaya bercerita yang inspiratif, menyertakan pengalaman sosial, serta menampilkan nilai-nilai universal Islam seperti kasih sayang, keadilan, dan toleransi. Dengan kata lain, komunikator dakwah seyogyanya mampu menyelami logika dan perasaan komunikan (Atabik, 2014). Strategi ini sesuai dengan metode *mau'izhah hasanah* dan *bil hikmah* dalam Al-Qur'an, yang mengutamakan kelembutan dan kebijaksanaan. Dakwah dengan pendekatan naratif juga dapat menjadi alat kontra-propaganda terhadap disinformasi, karena narasi kebenaran yang menyentuh hati lebih mudah diterima dibandingkan dengan perdebatan dogmatis.

Ketiga, strategi kolaboratif-teknologis menekankan pentingnya kerja sama antar aktor dakwah dan pemanfaatan teknologi digital secara profesional. Hal ini sangat bermanfaat bagi tercapainya audiens yang lebih luas, verifikasi konten yang lebih ketat dan memperkuat jaringan. Kolaborasi antara lembaga dakwah, akademisi, dan jurnalis



Muslim dapat menciptakan ekosistem informasi Islam yang kredibel. Misalnya, melalui pembentukan *platform fact-checking* keagamaan, pembuatan konten edukatif lintas ormas Islam, serta kampanye digital bertema *literasi dakwah sehat*. Platform telah menerapkan berbagai langkah untuk mengatasi misinformasi, seperti memberi label atau memeriksa fakta pada konten, mengurangi jangkauan informasi palsu, dan bermitra dengan organisasi pemeriksa fakta (La, 2024). Selain itu, teknologi kecerdasan buatan (AI) dapat dimanfaatkan untuk mendeteksi pola penyebaran hoaks keagamaan dan menganalisis kecenderungan wacana publik.

Perkembangan teknologi AI seperti pemrosesan bahasa alami (NLP), pembelajaran mesin (*machine learning*), dan pembelajaran mendalam (*deep learning*) memiliki potensi besar untuk mendeteksi dan menganalisis hoaks keagamaan di era digital. Misalnya, sistem-deteksi hoaks dapat memindai konten keagamaan yang tersebar di media sosial, mengidentifikasi pola linguistik atau struktural yang biasa muncul dalam informasi yang menyesatkan, dan kemudian menandainya untuk diperiksa lebih lanjut. Dalam sebuah studi yang dilakukan di Thailand, ditemukan bahwa berita palsu juga disebarkan secara luas di media sosial. Dengan lahirnya, artificial Intelligence atau kecerdasan buatan maka komputer dapat belajar dan memproses informasi sendiri sehingga mampu menyimpulkan apa yang telah diciptakan manusia. Pemrosesan bahasa alami (NLP) menganalisis berbagai data dan membuat model dari data tersebut menggunakan pembelajaran mesin (Kedthawon, 2024). Bahkan, model AI diklaim mampu mencapai akurasi tinggi (lebih dari 90 %) dalam mendeteksi berita palsu secara umum.

Strategi kolaboratif ini juga harus melibatkan lembaga negara seperti Kementerian Agama dan Kominfo dalam melakukan klarifikasi terhadap isu-isu sensitif. Sesuai dengan perannya, kemenag melakukan klairifikasi subtansi keagamaan, mediasi antar umat beragama dan edukasi masyarakat agar tidak terjerumus pada informasi palsu atau ajaran yang menyimpang. Untuk melakukan tugas ini, kemenag harus menggandeng ormas keagamaan serta aparat hukum bila diperlukan untuk memberikan pernyataan resmi yang menenangkan masyarakat sehingga tercegah dari



konflik. Sebaliknya, Kemenag tidak boleh membuat klasifikasi umat beragama yang berpotensi memecah belah umat.

Sementara Kominfo berfokus pada informasi digital dan media publik, melalui deteksi hoaks, penurunan konten provokatif dan publikasi klarifikasi resmi melalui platform seperti *turnbackhoax.id*. Secara isu hoaks yang beredar masuk ke dalam kategori politik, pemerintahan, kesehatan, kejahatan dan agama. Dari berbagai kategori tersebut, hoax dalam bidang politik adalah yang terbanyak (Haqqo & Ansoriyah, 2023).

Melalui deteksi hoaks, penurunan konten provokatif, dan publikasi klarifikasi resmi masyarakat diharapkan mampu membangun budaya literasi digital yang lebih kritis dan bertanggung jawab. Upaya ini tidak hanya berfungsi sebagai bentuk pengawasan terhadap arus informasi di dunia maya, tetapi juga menjadi instrumen penting dalam menjaga stabilitas sosial. Situs seperti *turnbackhoax.id* berperan aktif dalam memverifikasi kebenaran informasi yang tersebar luas di media sosial maupun portal berita tidak resmi. Melalui situs tersebut, Kominfo memastikan masyarakat menerima informasi yang benar. Kominfo juga mendorong literasi digital agar masyarakat mampu memilah informasi dan tidak ikut menyebarkan isu sensitif tanpa verifikasi.

Kolaborasi multi-level antara negara, ulama, akademisi, dan masyarakat sipil akan memperkuat ketahanan informasi keagamaan di Indonesia. Pendekatan semacam ini menjadikan dakwah tidak sekadar aktivitas individual, tetapi sebagai gerakan sosial yang memelihara kebenaran dan keadaban publik. Melalui integrasi ini ketiga strategi di atas maka dakwah Islam dapat berperan sebagai kekuatan penyeimbang di tengah krisis epistemik era *post-truth*. Namun demikian, kondisi ini membuka kesempatan sekaligus ancaman bagi dakwah Islam (Akmaliah, 2020). Dalam konteks ini, dakwah menjadi instrumen perlawanan terhadap manipulasi informasi yang mengancam moralitas publik. Transformasi ini menegaskan bahwa dakwah modern harus memadukan *hikmah*, *ilmu*, dan *teknologi* untuk menjaga kemurnian pesan Islam di tengah dunia digital yang serba cepat dan tidak pasti.



KESIMPULAN

Penelitian ini berhasil mencapai tujuan dengan menunjukkan bahwa strategi komunikasi dakwah digital yang efektif dalam menangkal disinformasi keagamaan di era post-truth harus berpijak pada tiga aspek utama: *pertama*, karakter komunikasi dakwah digital yang interaktif dan berbasis literasi media. *Kedua*, pemetaan pola disinformasi keagamaan yang berkembang di platform digital, dan *ketiga*, penerapan pendekatan strategis oleh da'i dan lembaga dakwah melalui verifikasi informasi, narasi alternatif yang kredibel, dan penguatan edukasi publik. Temuan ini memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan kajian komunikasi dakwah kontemporer, sekaligus kontribusi praktis bagi para da'i dalam merancang strategi dakwah yang lebih adaptif dan responsif di ruang digital. Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya mengandalkan studi literatur tanpa analisis empiris terhadap perilaku pengguna digital atau efektivitas strategi di lapangan. Ke depan, penelitian lanjutan dapat diarahkan pada studi kasus, survei perilaku audiens, atau analisis konten dakwah digital untuk memperdalam pemahaman tentang praktik terbaik dalam menghadapi disinformasi keagamaan di era post-truth.

DAFTAR PUSTAKA

- Addzaky, K. U., Hasanah, U., & Zain, Z. F. S. (2024). Developing Wasathiyah Epistemology: A Literature-Based Study of Moderate Islamic Knowledge in The Post-Truth Era. *HEUTAGOGIA: Journal of Islamic Education*, 4(2), 199–217.
- Akmaliah, W. (2020). The Demise of Moderate Islam: New media, contestation, and reclaiming religious authorities. *Indonesian Journal of Islam and Muslim Societies*, 10(1), 1–24. <https://doi.org/10.18326/ijims.v10i1.1-24>
- Al-Zaman, Md. S. (2022). Social mediatization of religion: Islamic videos on YouTube. *Heliyon*, 8(3), e09083. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e09083>
- Al-Zaman, Md. S. (2024). Social Media Users' Engagement with Religious Misinformation: An Exploratory Sequential Mixed-Methods Analysis. *Emerging Media*, 2(2), 181–209. <https://doi.org/10.1177/27523543241257715>



Anwar, R. N. (2021). Penyuluhan urgensi tabayun dalam menanggulangi penyebaran hoax di media sosial pada masa COVID-19. *Prosiding Penelitian Pendidikan Dan Pengabdian 2021*, 1(1), 1024–1030.

Ar Razy, M. R. O., & Zakaria, M. M. (2021). TRUTH & POST TRUTH DEWASA INI. *SOSFILKOM: Jurnal Sosial, Filsafat dan Komunikasi*, 15(02), 19–35. <https://doi.org/10.32534/jsfk.v15i02.2293>

Atabik, A. (2014). Konsep Komunikasi Dakwah Persuasif Dalam Perspektif Al-Qur'an. *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 2(2), 117–136.

Aulia, H. (2025). Inovasi Dalam Dakwah: Memanfaatkan Teknologi Untuk Menyebarkan Pesan Islam Secara Efektif. *JURNAL ILMU PENDIDIKAN*, 4(1), 59–72. <https://doi.org/10.58222/jurip.v4i1.1426>

Bawazir, F. (2020). *Telaga Cinta Rasulullah*. Razka Pustaka Book Store.

Bulya, B., & Izzati, S. (2024). Indonesia's Digital Literacy as a Challenge for Democracy in the Digital Age. *The Journal of Society and Media*, 8(2), 640–661. <https://doi.org/10.26740/jsm.v8n2.p640-661>

Cherilyn, I., & Julie, P. (2019). *Jurnalisme, Berita Palsu, and Disinformasi: Buku Pegangan untuk Pendidikan dan Pelatihan Jurnalisme*. UNESCO Publishing.

Fauzy, F. I., & Jannah, A. N. (2021). Islamic on Screen: Religious Narrative on Indonesia's Television. *Studia Islamika*, 28(2), 473–481. <https://doi.org/10.36712/sdi.v28i2.22205>

Haqqo, A., & Ansorih, S. (2023). Turnbackhoax. Id: Upaya pemutusan disinformasi berita-berita pemilu 2024. *Indonesian Journal of Applied Linguistics Review*, 4(1), 9–18.

Irmansyah, P., & M.M, A. F. F., S. E. (2024). *Manajemen Dakwah dalam Kondisi Bencana*. Publica Indonesia Utama.

Ismail, S. J. I., Kusnandar, T., Sanovia, Y., Mayasari, R., Negara, R. M., & Mahayana, D. (2021). Study of Internet and Social Media Addiction in Indonesia during Covid-19. *IJAIT (International Journal of Applied Information Technology)*, 69. <https://doi.org/10.25124/ijait.v4i02.3423>



Kedthawon, S. (2024). A Systematic Literature Review Using Artificial Intelligence and Fake News Detection. *Interdisciplinary Academic and Research Journal*, 4(1), 603–616. <https://doi.org/10.60027/iarj.2024.273480>

La, V.-P. (2024). *Fact Check Handbook: Navigating the Truth in the Age of Misinformation*. VnZone.

Lubis, Y. M. (2024). Ujaran Kebencian Di Era Digital (Perspektif Etika Komunikasi Al-Qur'an Dan Solusinya). *Busyro: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, 6(1), 1–17.

Madani, A. L., Zahra, L. A., & Salam, M. A. H. (2025). Filsafat, Etika Dan Komunikasi. *Inovasi Pendidikan Nusantara*, 6(1).

Mafaza, A. K., Al Ghoziyah, F. Z., Oktafiya, L. N., & Muharomah, Y. B. (2025). Analisis Komunikasi Dakwah Melalui Animasi Di Tiktok: Studi Kasus Pada Akun@Taarts_Tok. *As-Sulthan Journal of Education*, 1(4), 1030–1038.

Masruuroh, L. (2021). *Pengantar Teori Komunikasi Dakwah (Edisi Revisi)*. Scopindo Media Pustaka.

Mubarak, A., Bahri, E. S., & bin Mohammad Aslam, M. M. (2023). Determinants of the Success of Da'wah: Analysis of Indonesian Manuscripts. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 22(1), 13–33.

Naqqiyah, M. S., & Nurdin, A. (2019). Da'i credibility in the post-truth era: A study of da'i in Surabaya. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 13(2), 250–267.

Octalia, E., & Mughni, A. (2018). Dakwah Melawan Hoax Menuju Literasi Media. *Ath-Thariq: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 2(2), 373–387.

Pitchan, M. A., Baco, M. A., Hassan, F., & Ahmad Ghazali, A. H. (2022). Pengetahuan, Sikap, Amalan Terhadap Privasi Maklumat & Keselamatan Pembelian Barangan dalam Talian oleh Golongan Belia. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 38(4), 250–267. <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2022-3804-14>

Prianto, S., Hamisi, D., & Octaviana, E. (2020). Metode Pendidikan Agama Islam Dalam Al-Qur'an. *At Turots: Jurnal Pendidikan Islam*, 180–187.

Safei, H. A. A. (2016). *Sosiologi dakwah rekonsepsi, revitalisasi, dan inovasi*. Deepublish.



Safitri, P. N., Astuti, S. I., Hidayah, N., Suryani, C., Wasdiana, M. D., & Wahid, A. (2022). When Politics and Religion Become Disaster: An Annual Mapping of Hoax in Indonesia. *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(2), 343–357. <https://doi.org/10.31937/ultimacomm.v13i2.2104>

Sari, N. P., Gregorius Genep Sukendro, Roswita Oktavianti, Wulan Purnama. (2023). *Budaya Pop: Komunikasi dan Masyarakat*. Gramedia Pustaka Utama.

Setiawan, M. (t.t.). Kritik Epistemologi Barat: Karakteristik, Kelemahan dan Dampak Negatif yang Ditimbulkannya. *dalam http://eprints.iain-surakarta.ac.id/1625*.

Sholikhah, Z. (2022). Konsep Islam Moderat Sebagai Alternatif Dalam Proses Penanggulangan Paham Radikal Di Indonesia. *Al-Afkar, Journal For Islamic Studies*, 115–128.

Sofyan, A., Fadhila, P., Hidayah, N. M., & Siswanto, A. H. (2025). Basis Ontologi Dakwah sebagai Fondasi Kesadaran Humanistik dalam Era Post-Truth. *Menulis: Jurnal Penelitian Nusantara*, 1(6), 672–678.

Susanto, G. A. (2025). Tinjauan Kritis atas Berkembangnya Media Sosial dan Ancaman Terhadap Media Mainstream Menurut Manuel Castells. *Dekonstruksi*, 11(01), 6–16.

Syarif, Z., A. Mughni, S., & Hannan, A. (2020). Post-truth and Islamophobia narration in the contemporary Indonesian political constellation. *Indonesian Journal of Islam and Muslim Societies*, 10(2), 199–225. <https://doi.org/10.18326/ijims.v10i2.199-225>

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

Waston, M. (t.t.). *Filsafat Post-Truth: Krisis Kebenaran dan Tantangan Rasionalitas di Era Digital*. Muhammadiyah University Press.

Zaman, M., Ilman, M. R., & Maulidi, I. (2023). Transformasi Gaya Dakwah Islam di Era digital. *Meyarsa: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Dakwah*, 4(2), 165–177.