
Academia Open



By Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Academia Open

Vol. 11 No. 1 (2026): June
DOI: 10.21070/acopen.11.2026.14361

Table Of Contents

| | |
|---|---|
| Journal Cover | 1 |
| Author[s] Statement | 3 |
| Editorial Team | 4 |
| Article information | 5 |
| Check this article update (crossmark) | 5 |
| Check this article impact | 5 |
| Cite this article..... | 5 |
| Title page | 6 |
| Article Title | 6 |
| Author information | 6 |
| Abstract | 6 |
| Article content | 8 |

Originality Statement

The author[s] declare that this article is their own work and to the best of their knowledge it contains no materials previously published or written by another person, or substantial proportions of material which have been accepted for the published of any other published materials, except where due acknowledgement is made in the article. Any contribution made to the research by others, with whom author[s] have work, is explicitly acknowledged in the article.

Conflict of Interest Statement

The author[s] declare that this article was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Copyright Statement

Copyright © Author(s). This article is published under the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0) licence. Anyone may reproduce, distribute, translate and create derivative works of this article (for both commercial and non-commercial purposes), subject to full attribution to the original publication and authors. The full terms of this licence may be seen at <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode>

Academia Open

Vol. 11 No. 1 (2026): June
DOI: 10.21070/acopen.11.2026.14361

EDITORIAL TEAM

Editor in Chief

Mochammad Tanzil Multazam, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Managing Editor

Bobur Sobirov, Samarkand Institute of Economics and Service, Uzbekistan

Editors

Fika Megawati, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Mahardika Darmawan Kusuma Wardana, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Wiwit Wahyu Wijayanti, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Farkhod Abdurakhmonov, Silk Road International Tourism University, Uzbekistan

Dr. Hindarto, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Evi Rinata, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

M Faisal Amir, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Dr. Hana Catur Wahyuni, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Complete list of editorial team ([link](#))

Complete list of indexing services for this journal ([link](#))

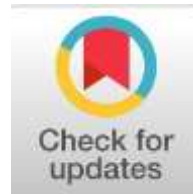
How to submit to this journal ([link](#))

Academia Open

Vol. 11 No. 1 (2026): June
DOI: 10.21070/acopen.11.2026.14361

Article information

Check this article update (crossmark)



Check this article impact (*)



Save this article to Mendeley



(*) Time for indexing process is various, depends on indexing database platform

Verification Based Digital Da'wah Communication for Public Literacy: Komunikasi Dakwah Digital Berbasis Verifikasi untuk Literasi Publik

Abdillah fairuzzaman, fhair7@gmail.com (*)

Program Pascasarjan Prodi Komunikasi Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Indonesia

Mustari Mustafa, mustari.mustafa@uin-alauddin.ac.id

Program Pascasarjan Prodi Komunikasi Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Indonesia

Haidir Fitrah Siagian, hfitra.siagian@uin-alauddin.ac.id

Program Pascasarjan Prodi Komunikasi Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Indonesia

Firdaus Muhammad, firdaus.muhammad@uin-alauddin.ac.id

Program Pascasarjan Prodi Komunikasi Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Indonesia

Rahmawati Haruna, rahmawati.haruna@uin-alauddin.ac.id

Program Pascasarjan Prodi Komunikasi Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Indonesia

(*) Corresponding author

Abstract

General Background: The expansion of social media has transformed religious communication into a rapid, open, and contested public space where hoaxes and negative framing can disturb institutional credibility and social harmony. **Specific Background:** This study examines the South Sulawesi Indonesian Ulema Council's Instagram-oriented digital da'wah communication in addressing religious misinformation, negative framing, and public misunderstanding. **Knowledge Gap:** Existing discussion requires a more focused explanation of how religious institutions organize issue monitoring, information validation, collective decision-making, and message framing in digital crisis contexts. **Aims:** The study aims to analyze organizational communication patterns, verification procedures, digital da'wah message construction, and challenges faced in managing social media problems. **Results:** The findings show that the institution applies issue monitoring, factual verification, collective deliberation, and educational message framing; negative framing is managed through selective response, authority-based clarification, and contextual education; major challenges include uneven digital da'wah literacy among young preachers, viral culture, limited monitoring capacity, and the demand to act as a moral regulator. **Novelty:** The study presents a verification-driven institutional communication model that integrates gatekeeping, religious authority, deliberation, and public education. **Implications:** The findings offer practical guidance for religious institutions in managing ethical, planned, and credible social media communication to suppress disinformation and public conflict.

Highlights

- Issue monitoring and factual checking guide institutional responses to hoaxes.
- Collective deliberation supports authoritative clarification of negative framing.
- Viral culture and uneven young preacher competence remain central challenges.

Keywords

Academia Open

Vol. 11 No. 1 (2026): June
DOI: 10.21070/acopen.11.2026.14361

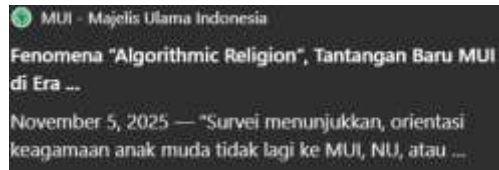
Digital Da'wah; Communication Strategy; Hoax Management; Negative Framing; Public Literacy

Published date: 2026-05-23

Academia Open

Vol. 11 No. 1 (2026): June
DOI: 10.21070/acopen.11.2026.14361

Gambar 4 Tantangan MUI Di Era Digital



Terjadi pergeseran otoritas keagamaan di era digital, di mana masyarakat tidak lagi sepenuhnya merujuk pada lembaga formal seperti Majelis Ulama Indonesia, tetapi juga kepada influencer agama di media sosial. Fenomena ini diperkuat oleh temuan bahwa generasi muda cenderung mempelajari agama melalui algoritma media sosial dibandingkan lembaga keagamaan tradisional. Penelitian juga menunjukkan bahwa influencer keagamaan memiliki pengaruh signifikan terhadap praktik dan gaya hidup religius masyarakat, sehingga memunculkan rekonfigurasi otoritas keagamaan. Kondisi ini berimplikasi pada menurunnya dominasi lembaga formal dalam menentukan rujukan keagamaan, sekaligus membuka ruang bagi disinformasi dan otoritas keagamaan yang tidak selalu terverifikasi.[8]

Gambar 5 Framing Negatif



Gambar 6 Aliran Sesat



Framing negatif berdampak pada stabilitas sosial. Kasus penyerangan pengajian di Gowa dipicu hoaks tentang "penyebaran aliran sesat" yang tidak diverifikasi. Di tingkat politik, isu agama kerap dieksploitasi untuk kepentingan elektoral, seperti framing fatwa MUI sebagai "alat politik tertentu". Hal ini mengancam netralitas MUI Sul-Sel sebagai lembaga independent.[5]

MUI Sul-Sel merespons tantangan ini dengan program literasi digital untuk Da'i muda dan kolaborasi dengan Kominfo untuk memblokir 150 akun penyebar hoaks. Namun, efektivitasnya masih terbatas karena keterbatasan keterlibatan dari beberapa pihak terkait serta kendala dalam pemenuhan sumber daya yang diperlukan.[9]

Berdasarkan Techniques for Effective Communication, R. Wayne Pace, Brent D. Paterson, dan M. Dallas Burnet, MUI Sul-Sel perlu mengadopsi strategi rebuild response dengan meningkatkan transparansi dan dialog dua arah. Teori difusi inovasi Rogers, menekankan perlunya adaptasi pesan ke format digital yang sesuai karakter generasi muda, seperti podcast dan konten visual. Sayangnya, 60% konten MUI Sul-Sel masih berbentuk teks panjang yang kurang menarik.[7]

Disinformasi agama berpotensi memicu konflik horizontal karena dapat melahirkan ujaran kebencian dan intoleransi di masyarakat. Hal ini sejalan dengan temuan berbagai studi yang menunjukkan bahwa narasi kebencian berbasis agama di media sosial berkontribusi terhadap meningkatnya polarisasi sosial di Sulawesi Selatan. MUI Sul-Sel harus memperkuat peran sebagai moderator diskusi publik dengan melibatkan pemangku kepentingan multisektor, termasuk akademisi dan aktivis media.[10]

Penelitian ini mengkaji strategi komunikasi Majelis Ulama Indonesia dalam menghadapi isu melalui media digital dan merumuskan model komunikasi krisis bagi lembaga keagamaan. Hasilnya diharapkan menjadi acuan menangkalkan hoaks, menjaga harmoni social, serta memperkuat kajian komunikasi digital dan literasi publik.

METODE

A. Etika Penelitian

Etika penelitian berkaitan dengan beberapa norma, yaitu norma sopan santun yang memperhatikan kesepakatan dan

kebiasaan dalam tatanan masyarakat, norma hukum mengenai pengenaan sanksi ketika terjadi pelanggaran dan, norma moral yang meliputi itikat dan kesadaran yang baik dan jujur dalam penelitian.

B. Jenis dan Lokasi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena sesuai untuk memahami fenomena komunikasi modern secara mendalam, alami, dan kontekstual.[11]

2. Lokasi Penelitian

Lokasi yang dilakukan pada penelitian ini bertempat di Majelis Ulama Indonesia Sulawesi Selatan Jl. Masjid Raya, Bontoala, Kota Makassar, Sulawesi Selatan.

3. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan komunikasi. Adapun dalam penelitian ini menggunakan pendekatan komunikasi yang dimana pendekatan ini digunakan untuk mengetahui strategi komunikasi yang dilakukan oleh MUI Sulawesi Selatan dalam menghadapi permasalahan di media sosial.

C. Sumber Data

1. Sumber Data Primer

Data primer yang diperoleh peneliti bersumber dari Majelis Ulama Indonesia Sulawesi Selatan. Metode yang digunakan dalam memperoleh data tersebut adalah dengan melakukan observasi atau pengamatan langsung dan dengan metode wawancara.

2. Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Oleh karena itu, data dapat dikumpulkan baik secara online maupun offline, dan dapat berupa catatan, dokumen, jurnal, buku, atau referensi ilmiah apa pun yang relevan dengan subjek penelitian.

D. Pengumpulan Data

1. Observasi

Pengumpulan data melalui pengamatan dan pencatatan keadaan atau perilaku objek sasaran dikenal sebagai observasi.[12] Teknik observasi mencakup pengamatan dan catatan fenomena yang diselidiki secara sistematis.

2. Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan data dengan cara tanya jawab lisan satu arah, di mana orang yang diwawancarai mengajukan pertanyaan dan orang yang diwawancarai memberikan jawaban.[13]

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mengambil gambar bersama dengan informan yang bertujuan untuk mengumpulkan data-data berupa foto mengenai informasi dalam penelitian.[14]

E. Instrumen Penelitian

1. Pedoman wawancara, merupakan pedoman untuk melakukan wawancara dengan jenis wawancara terstruktur yang mengumpulkan daftar pertanyaan untuk mengumpulkan data.
2. Buku catatan mencatat hasil penelitian dan mengumpulkan informasi tentang metode fatwa yang relevan.
3. Alat perekam yang digunakan untuk merekam diskusi dan wawancara antara peneliti dan informan atau pihak yang diwawancarai.

F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

1. Teknik Pengolahan

Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan melalui analisis induktif yakni menganalisis data yang dikumpulkan dan kemudian menciptakan pola hubungan khusus.[15]

2. Analisis Data

Analisis data kualitatif dilakukan secara intraktif dan berlangsung terus menerus sampai data selesai. Aktifitas yang dilakukan termasuk reduksi data, menyajikan data, dan mengambil kesimpulan.[11] dijabarkan sebagai berikut :

[ISSN 2714-7444 \(online\)](https://doi.org/10.21070/acopen.11.2026.14361), <https://acopen.umsida.ac.id>, published by [Universitas Muhammadiyah Sidoarjo](https://www.muhammadiyah.or.id)

Copyright © Author(s). This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY).

a. Reduksi Data

Reduksi data adalah jenis analisis yang bertujuan untuk mempertajam, memilih, memfokuskan, dan menyusun data sehingga kesimpulan akhir dari penelitian dapat dibuat dan diverifikasi.

b. Penyajian Data

Penyajian data adalah sekumpulan informasi yang terorganisir yang memungkinkan pengambilan keputusan dan penarikan kesimpulan dengan teks yang bersifat naratif.[16]

c. Penarikan Kesimpulan

Peneliti kualitatif mulai mencari pola, penjelasan, alur sebab akibat, dan proposisi selama tahap reduksi data dan analisis data. Pada tahap pertama, hasilnya longgar dan terbuka, kemudian menjadi lebih rinci dan mengakar.[16]

G. Pengujian Keabsahan

Faktor keabsahan data sangat penting dalam penelitian kualitatif. Hasil penelitian tidak berguna jika tidak dipercaya dan tidak mendapatkan pengakuan. Jika laporan penelitian kualitatif sejalan dengan subjek penelitian, hasil atau data penelitian dapat dianggap valid.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Strategi Komunikasi MUI Sul-Sel dalam Menghadapi Berita Hoaks di Media Sosial

1. Identifikasi dan Monitoring Isu sebagai Tahap Awal Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi Majelis Ulama Indonesia (MUI) Sulawesi Selatan dalam menghadapi berita hoaks di media sosial menunjukkan adanya sistem pengelolaan informasi yang terstruktur dan berbasis mekanisme kelembagaan. Dalam konteks era digital yang ditandai dengan percepatan arus informasi, hoaks dapat menyebar dengan cepat dan berpotensi memicu kesalahpahaman sosial maupun religius. Oleh karena itu, MUI Sul-Sel tidak merespons setiap isu secara spontan, melainkan melalui proses identifikasi dan monitoring yang dilakukan oleh tim media sebagai unit awal pengelolaan informasi organisasi.

Tahap monitoring ini berfungsi sebagai mekanisme deteksi dini terhadap isu yang berkembang di masyarakat. Proses ini tidak hanya bertujuan mengetahui keberadaan suatu informasi, tetapi juga menilai relevansi dan urgensinya sebelum diteruskan kepada otoritas keilmuan. Dengan demikian, komunikasi organisasi dibangun atas dasar kehati-hatian dan selektivitas, sehingga respons yang diberikan memiliki legitimasi dan akurasi.

Temuan tersebut diperkuat oleh pernyataan narasumber berikut.

“Kalau ada persoalan karena tim media duku yang tangkap, lalu disampaikan ke kami. Kalau berhubungan dengan hukum agaman, dilempar ke komisi fatwa.”

Pernyataan narasumber ini menegaskan bahwa strategi komunikasi MUI dimulai dari fungsi identifikasi isu yang dijalankan oleh tim media sebagai garda terdepan organisasi dalam membaca dinamika informasi publik. Peneliti menilai mekanisme ini menunjukkan pembagian komunikasi yang jelas antara tim media dan otoritas keilmuan. Tim media berfungsi sebagai penyaring awal untuk memastikan isu yang diteruskan relevan

Praktik ini sejalan dengan konsep environmental scanning dalam strategi komunikasi organisasi, yaitu pemantauan isu guna mencegah respons relatif terhadap informasi yang belum terverifikasi. Jika dikaitkan dengan teori two-step flow of communication, tim media berperan sebagai perantara awal yang menghubungkan arus informasi publik dengan opinion leader, yaitu ulama dalam Komisi Fatwa. Struktur ini memastikan bahwa pesan yang keluar dari organisasi telah melalui validasi akademik dan religius. Peneliti menilai bahwa pola ini memperkuat legitimasi komunikasi MUI sekaligus menjadi strategi efektif dalam meredam hoaks yang berkaitan dengan isu keagamaan.

Selain itu, mekanisme identifikasi isu yang dilakukan secara sistematis memberikan kontribusi praktis dalam pengembangan strategi komunikasi dakwah digital. Proses monitoring yang terstruktur memungkinkan MUI merespons isu secara lebih cepat, selektif, dan berbasis validasi sehingga dapat meminimalkan penyebaran disinformasi di ruang publik digital. Temuan ini dapat menjadi model komunikasi krisis bagi lembaga keagamaan maupun organisasi lain karena menekankan verifikasi informasi, pengendalian komunikasi, dan penyaringan isu sebelum dipublikasikan.

Setelah menjelaskan peran tim media sebagai tahap awal identifikasi isu, temuan berikut menunjukkan bahwa proses monitoring tidak berhenti pada penangkapan informasi semata, tetapi dilanjutkan dengan seleksi terhadap relevansi persoalan. Selektivitas ini menjadi bagian penting dari strategi komunikasi agar organisasi tidak terlibat dalam respons terhadap isu yang tidak memiliki dasar yang jelas.

“Tim media itu yang pertama melihat isu di masyarakat. Mereka saring dulu apakah ini perlu dibahas atau tidak.”

Kutipan ini memperlihatkan bahwa monitoring isu di lingkungan MUI dilakukan melalui proses seleksi awal yang bertujuan

menentukan tingkat kepentingan suatu informasi. Peneliti menilai langkah tersebut sebagai upaya organisasi mengendalikan arus komunikasi melalui seleksi isu sebelum dipublikasikan. Praktik ini sejalan dengan konsep Gatekeeping, yaitu penyaringan informasi untuk menjaga validitas pesan dan mencegah penyebaran informasi yang belum pasti. Melalui mekanisme itu, Majelis Ulama Indonesia menempatkan akurasi dan kehati-hatian sebagai prinsip utama komunikasi dakwah agar tidak menimbulkan kebingungan di masyarakat. Peneliti menilai bahwa strategi ini memperlihatkan integrasi antara etika komunikasi dan pengelolaan informasi yang profesional. Dalam praktik komunikasi organisasi modern, prinsip gatekeeping seperti ini juga relevan diterapkan pada organisasi non-keagamaan untuk menjaga reputasi institusi serta mencegah penyebaran informasi yang dapat memicu konflik sosial maupun kesalahpahaman publik.

Temuan berikut memperkuat gambaran bahwa proses monitoring isu tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga mempertimbangkan konteks sosial dan potensi dampak informasi terhadap masyarakat. Oleh karena itu, setiap isu dianalisis terlebih dahulu sebelum diputuskan untuk diteruskan ke tahap pembahasan yang lebih lanjut.

“Tidak semua informasi langsung kali tanggap. Dilihat dulu konteksnya sebelum diteruskan.”

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa strategi komunikasi Majelis Ulama Indonesia dibangun atas prinsip kehati-hatian dan analisis konteks sebelum merespons isu guna menjaga konsistensi peran, reputasi lembaga, serta mencegah kesalahpahaman dakwah digital. Pendekatan ini menunjukkan bahwa MUI bersifat reponsif sekaligus reflektif dalam menghadapi dinamika media social.

Berdasarkan analisis tersebut, identifikasi dan monitoring isu menjadi dasar strategi komunikasi MUI Sul-Sel dalam menghadapi hoaks melalui penempatan informasi. Gatekeeping, dan validasi opinion leader untuk menjaga akurasi serta legitimasi pesan publik.

2. Verifikasi Substansi sebagai Mekanisme Penyaringan Informasi

Temuan penelitian menunjukkan bahwa setelah isu diidentifikasi tim media, MUI Sulawesi Selatan melakukan verifikasi substansi sebelum dibahas di forum Komisi Fatwa. Di Tengah maraknya hoaks, MUI menerapkan analisis factual agar tidak semua isu langsung direspons, guna menjaga kredibilitas lembaga dan stabilitas informasi publik.

“Dibahas dulu reliabilitasnya seperti apa, masalahnya apa,

memenuhi syarat atau tidak untuk dibahas.”

Kutipan tersebut menunjukkan bahwa verifikasi substansi dilakukan melalui analisis fakta dan konteks sebelum respons diberikan. Langkah ini mencerminkan komunikasi yang rasional dan hati-hati serta sejalan dengan konsep gatekeeping untuk menjaga akurasi informasi. Penerapan mekanisme ini menunjukkan komitmen Majelis Ulama Indonesia dalam menjaga integritas komunikasi keagamaan, sekaligus memastikan klarifikasi hoaks dilakukan secara edukatif dan terukur. Setelah memastikan bahwa suatu isu memiliki relevansi untuk dibahas, proses verifikasi dilanjutkan dengan penilaian terhadap validitas informasi. Tahap ini menekankan pentingnya pemisahan antara fakta dan rumor agar organisasi tidak terjebak dalam penyebaran disinformasi.

“Kalau persoalan itu belum jelas atau hanya rumor,

biasanya tidak kami lanjutkan”

Pernyataan ini menunjukkan bahwa Majelis Ulama Indonesia menerapkan verifikasi ketat sebagai bentuk pengendalian risiko komunikasi guna menjaga kredibilitas lembaga. Dalam dakwah digital, penyaringan rumor juga mencerminkan tanggung jawab etis agar pesan agama tidak menimbulkan kesalahpahaman social.

Tahap verifikasi substansi juga mencakup upaya memastikan bahwa informasi yang akan disampaikan telah melalui pemeriksaan fakta secara menyeluruh. Hal ini menjadi fondasi penting agar klarifikasi yang diberikan tidak menimbulkan interpretasi yang keliru di masyarakat.

“Harus dipastikan dulu faktanya supaya tidak salah

Memberikan penjelasan ke masyarakat.”

Kutipan ini menegaskan bahwa verifikasi fakta merupakan inti dari strategi komunikasi MUI dalam menghadapi hoaks. Peneliti menilai organisasi berupaya mencegah kesalahan komunikasi dengan memastikan setiap informasi telah melalui validasi ketat. Dalam teori komunikasi, Langkah ini mencerminkan prinsip akurasi pesan sebagai dasar kepercayaan publik dan tanggung jawab social organisasi.

Jika dikaitkan dengan teori komunikasi dakwah, verifikasi fakta mencerminkan nilai kehati-hatian dalam penyampaian pesan agama agar tidak menimbulkan distorsi makna. Peneliti menilai strategi ini memadukan etika dakwah dengan komunikasi modern berbasis validasi informasi. Verifikasi substansi dilakukan melalui penyaringan dan pengecekan fakta untuk menjaga kualitas pesan, mencegah hoaks, dan mempertahankan kredibilitas MUI Sul Sel sebagai otoritas keagamaan.

3. Musyawarah Kolektif sebagai Strategi Legitimasi Keputusan

Temuan penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi MUI Sulawesi Selatan dalam menghadapi isu hoaks dan

framing negatif di media sosial tidak berhenti pada tahap identifikasi dan verifikasi substansi. Tahap berikutnya adalah musyawarah ulama untuk menetapkan sikap dan Menyusun pesan kelembagaan. Forum ini mempertemukan pertimbangan keilmuan, social, dan dakwah sebelum Keputusan disampaikan kepada publik. Dalam komunikasi organisasi keagamaan, musyawarah juga berfungsi sebagai sarana legitimasi social dan moral. Penelitian ini menemukan bahwa setiap isu yang telah lolos tahap verifikasi akan dibawa ke forum kolektif untuk dibahas secara sistematis. Proses ini memastikan bahwa pesan yang dihasilkan memiliki dasar keilmuan yang kuat sekaligus mencerminkan kesepakatan bersama.

Peneliti memandang bahwa strategi ini memperlihatkan orientasi komunikasi yang berbasis kolektivitas, kehati-hatian, dan tanggung jawab moral. Musyawarah menjadi jembatan antara kajian substansi dan penyampaian pesan publik, sehingga respons yang diberikan tidak bersifat individual, melainkan representasi institusi.

Temuan tersebut diperkuat oleh pernyataan narasumber berikut.

“Kalau sudah masuk forum, semua dibahas bersama supaya keputusan itu menjadi tanggung jawab kolektif.”

Kutipan ini menunjukkan bahwa musyawarah diposisikan sebagai mekanisme pembagian tanggung jawab komunikasi. Peneliti menilai bahwa keputusan yang dihasilkan melalui forum kolektif memiliki legitimasi yang lebih kuat dibandingkan keputusan individual, karena mencerminkan konsensus ulama.

Dalam komunikasi organisasi, praktik ini mencerminkan pengambilan Keputusan kolektif untuk meningkatkan ketepatan dan penerimaan publik. Dalam dakwah, musyawarah merefleksikan nilai syura sekaligus mencegah ambiguitas pesan.

“Forum ini penting untuk menyamakan pemahaman supaya tidak ada perbedaan saat disampaikan ke masyarakat.”

Pernyataan ini menunjukkan bahwa musyawarah berfungsi menyelaraskan pesan untuk mencegah inkonsistensi komunikasi dan kebingungan publik. Dalam strategi komunikasi, konsistensi peran penting untuk membangun kepercayaan dan memperkuat citra organisasi sebagai sumber informasi yang terpercaya. Peneliti menilai forum musyawarah juga menjadi control internal untuk menjaga keselarasan narasi dan mengevaluasi dampak social sebelum Keputusan disampaikan kepada publik.

“Kami mempertimbangkan dampaknya juga, jangan sampai penjelasan malah memicu salah paham.”

Kutipan ini memperlihatkan bahwa proses musyawarah tidak hanya berorientasi pada aspek keilmuan, tetapi juga mempertimbangkan konsekuensi komunikasi di ruang publik. Peneliti menilai bahwa evaluasi dampak sosial merupakan bagian dari strategi komunikasi preventif.

Dalam komunikasi publik, prinsip *audience centered communication* menekankan penyesuaian pesan dengan kondisi audiens untuk meminimalkan konflik dan salah paham. Dalam dakwah digital, hal ini mencerminkan integrasi etika dakwah dan komunikasi modern. Musyawarah ulama berperan sebagai legitimasi, harmonisasi pesan, serta evaluasi dampak social, yang selaras dengan teori komunikasi organisasi dan pengambilan Keputusan kolektif yang menekankan consensus, konsistensi pesan, dan penguatan kredibilitas dalam merespons hoaks secara bertanggung jawab.

4. Penyusunan Framing Pesan sebagai Strategi Edukasi Publik

Temuan penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi MUI Sulawesi Selatan dalam menghadapi hoaks dan isu sensitif di media sosial tidak hanya berfokus pada klarifikasi substansi, tetapi juga pada bagaimana pesan tersebut dibingkai dan disampaikan kepada publik. Framing pesan disusun agar klarifikasi bersifat edukatif dan tidak menimbulkan salah tafsir. Dalam komunikasi digital, MUI menyesuaikan Bahasa, struktur, dan media dengan audiens sehingga klarifikasi hoaks juga berfungsi sebagai literasi publik. Ini menunjukkan bahwa dakwah digital membutuhkan pendekatan persuasive edukatif, dengan pesan hasil musyawarah yang dikemas sederhana tanpa mengurangi substansi keagamaan.

Temuan tersebut diperkuat oleh pernyataan narasumber berikut

“Bahasanya harus disederhanakan supaya masyarakat mudah memahami maksud penjelasannya.”

Kutipan ini menunjukkan bahwa penyusunan framing pesan dilakukan dengan mempertimbangkan tingkat pemahaman audiens. Peneliti menilai bahwa penyederhanaan bahasa bukan berarti mengurangi substansi, melainkan strategi adaptasi komunikasi agar pesan dapat diterima secara luas. Dalam teori framing, penyederhanaan pesan bertujuan memperjelas persepsi dan menghindari ambiguitas, selaras dengan *audiende adaptation* yang menyesuaikan pesan dengan karakter penerima.

Dalam dakwah digital, ini menjembatani Bahasa keagamaan akademik dengan Bahasa publik yang komunikatif. Strategi ini dinilai efektif dalam klarifikasi hoaks karena tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga menjelaskan alasannya, sekaligus menjaga stabilitas social dan mencegah konflik interpretasi.

“Kami berusaha menyampaikan penjelasan yang menenangkan, supaya tidak memperkeruh situasi.”

Pernyataan ini menegaskan bahwa framing pesan tidak hanya berorientasi pada isi, tetapi juga pada dampak emosional komunikasi. Peneliti melihat bahwa pendekatan menenangkan merupakan strategi komunikasi preventif untuk meredam potensi konflik akibat hoaks.

Dalam komunikasi publik, strategi ini berkaitan dengan emotional untuk membangun kepercayaan dan mengurangi resistensi publik. Dalam komunikasi dakwah, pendekatan tersebut mencerminkan prinsip hikmah dan mau izhah hasanah serta menunjukkan adaptasi lembaga di ruang digital dengan tetap menekankan fungsi edukasi publik.

“Tujuan kami bukan sekedar membantu hoaks, tapi memberi pemahaman supaya masyarakat tidak mudah terpengaruh.”

Kutipan ini menunjukkan bahwa framing pesan berorientasi pada penguatan literasi informasi jangka Panjang, di mana klarifikasi hoaks diposisikan sebagai sarana edukasi, bukan sekedar respons sesaat. Dalam komunikasi edukatif, pesan informatif reflektif meningkatkan kemampuan audiens dalam memilah informasi, sejalan dengan communication for empowerment untuk memperkuat daya kritis masyarakat. Dalam dakwah digital, framing berfungsi menyederhanakan informasi, mesntabilkan emosi publik, serta menegaskan peran Majelis Ulama Indonesia sebagai agen literasi keagamaan dan digital. Praktik ini selaras dengan teori framing komunikasi dan komunikasi edukatif yang menekankan penyesuaian pesan dengan karakteristik audiens. Dalam perspektif komunikasi dakwah digital, strategi framing memperlihatkan integrasi antara nilai normatif dan teknik komunikasi modern untuk meredam hoaks secara konstruktif.

B. Respons MUI Sul-Sel terhadap Framing Negatif di Media Sosial

1. Selektivitas Respons terhadap Framing Negatif

Selektivitas respons merupakan temuan penting yang menunjukkan bahwa MUI Sulawesi Selatan tidak menanggapi framing negatif secara impulsif atau reaktif. Organisasi menilai urgensi isu, dampak social, dan relevansi keagamaan sebelum memberi respons resmi. Pendekatan ini mencerminkan strategi komunikasi yang rasional dan protektif demi kepentingan lembaga serta kemaslahatan publik, karena tidak semua framing negatif di media social berdampak substantif. Oleh karena itu, MUI menempatkan selektivitas sebagai instrumen pengendalian komunikasi untuk mencegah organisasi terseret dalam polemik yang tidak produktif. Strategi ini memperlihatkan kesadaran bahwa setiap respons organisasi berpotensi memperkuat eksposur isu. Dengan demikian, kehati-hatian dalam merespons justru menjadi bagian dari strategi komunikasi defensif yang bertujuan menjaga stabilitas persepsi publik.

“Tidak semua tuduhan langsung kami tanggapi. Kami lihat dulu apakah itu memang perlu dibahas atau tidak,”

Pernyataan ini menegaskan fungsi gatekeeping dalam komunikasi organisasi, di mana seleksi isu bukan sekedar administrasi, tetapi strategi mengelola arus informasi agar rasional dan berorientasi pada kepentingan publik. Dalam teori gatekeeping, penyaringan informasi menjaga kualitas pesan serta mencegah penguatan isu tidak relevan. Hal ini menunjukkan bahwa respons komunikasi MUI bersifat sistematis, bukan reaksi emosional.

Pendekatan ini juga mencerminkan penerapan prinsip agenda setting, di mana organisasi menentukan isu mana yang layak menjadi prioritas komunikasi. Dengan tidak merespons setiap framing negatif, MUI menghindari pemborosan energi komunikasi serta menjaga fokus pada isu yang benar-benar memerlukan klarifikasi.

“Kalau itu hanya opini yang tidak berdasar, biasanya kami tidak ikut memperbesar masalahnya.”

Kutipan ini menegaskan strategi komunikasi untuk mengendalikan eskalasi konflik informasi, di mana Keputusan tidak memperbesar isu menjadi bentuk komunikasi preventif guna memutus viralitas framing negatif. Dalam perspektif spiral of silence, respons berlebihan terhadap opini minor dapat memperkuat persepsi publik, sehingga selektivitas menjadi mekanisme perlindungan reputasi.

Pendekatan ini menunjukkan pemahaman MUI terhadap psikologi audiens digital, di mana perhatian publik dipengaruhi intensitas eksposur, sehingga pembatasan respons menjaga keseimbangan antara transparansi dan stabilitas komunikasi.

“Kami focus pada isu yang memang bisa memengaruhi pemahaman masyarakat.”

Pernyataan ini menunjukkan komunikasi yang berorientasi edukatif dan menjaga pemahaman publik. Dalam teori agenda setting, selektivitas isu menjadi strategi untuk memfokuskan klarifikasi pada persoalan yang benar-benar berdampak social.

Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa selektivitas respons merupakan strategi komunikasi defensif yang terukur. Integrasi teori gatekeeping, agenda setting, dan spiral of silence memperlihatkan bahwa MUI mengelola framing negatif melalui penyaringan isu yang rasional demi menjaga kredibilitas lembaga dan stabilitas persepsi publik.

2. Klarifikasi Berbasis Otoritas dan Legitimasinya

Temuan penelitian menunjukkan bahwa klarifikasi framing negatif dilakukan melalui mekanisme kolektif berbasis legitimasi keilmuan dan kelembagaan. Strategi ini memperkuat kepercayaan publik, mengurangi salah tafsir, dan membangun narasi yang lebih kredibel.

“Kalau perlu diluruskan, kami bawa ke komisi supaya penjelasannya punda dasar.”

Kutipan ini menunjukkan bahwa klarifikasi dilakukan melalui mekanisme kelembagaan yang sistematis. Dalam teori kredibilitas sumber, legitimasi komunikator menjadi faktor utama dalam penerimaan pesan. Peneliti menilai bahwa pelibatan Komisi Fatwa memperkuat otoritas pesan sekaligus memastikan bahwa klarifikasi tidak bersifat spekulatif.

Pendekatan ini mencerminkan komunikasi organisasi yang berbasis kompetensi, di mana setiap respons didukung oleh otoritas akademik. Hal ini memperlihatkan komitmen MUI terhadap akurasi dan tanggung jawab moral dalam penyampaian informasi.

“Kami tidak ingin klarifikasi hanya oopini pribadi, tapi Keputusan lembaga,”

Pernyataan ini menegaskan pentingnya konsistensi pesan dalam komunikasi institusional. Peneliti melihat bahwa keputusan kolektif mengurangi risiko bias personal serta meningkatkan legitimasi organisasi. Dalam teori komunikasi organisasi, konsistensi pesan memperkuat identitas kelembagaan dan meningkatkan kepercayaan publik.

Pendekatan kolektif ini juga menunjukkan bahwa klarifikasi merupakan representasi posisi resmi organisasi, bukan interpretasi individu. Dengan demikian, pesan yang disampaikan memiliki bobot otoritatif yang lebih kuat.

“Semua penjelasan harus punya dalil supaya tidak disalahartikan.”

Kutipan ini memperlihatkan integrasi komunikasi dakwah dalam strategi klarifikasi. Peneliti menilai bahwa dasar normatif memperkuat legitimasi moral pesan. Dalam teori komunikasi dakwah, kredibilitas komunikator dan dasar dalil merupakan faktor utama penerimaan audiens. Pendekatan ini memastikan bahwa klarifikasi tidak hanya rasional, tetapi juga sesuai dengan norma keagamaan.

Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa klarifikasi berbasis otoritas merupakan strategi komunikasi yang memperkuat legitimasi institusi. Integrasi teori kredibilitas sumber dan komunikasi dakwah memperlihatkan bahwa MUI membangun respons framing negatif melalui fondasi keilmuan dan normatif.

3. Pendekatan Edukatif dalam Mengelola Persepsi Publik

Temuan penelitian memperlihatkan bahwa respons terhadap framing negatif diarahkan untuk meningkatkan literasi publik, bukan sekadar membantah narasi yang keliru. Pendekatan edukatif menunjukkan bahwa komunikasi organisasi tidak berhenti pada klarifikasi, tetapi berorientasi pada pembentukan pemahaman yang lebih luas.

Dalam lingkungan digital yang rawan distorsi makna, edukasi menjadi strategi preventif untuk membangun ketahanan informasi masyarakat. Peneliti menilai bahwa pendekatan ini memperlihatkan peran MUI sebagai agen literasi keagamaan sekaligus pengelola persepsi sosial.

“Kami ingin masyarakat paham, bukan hanya tahu membantahnya.”

Kutipan ini menunjukkan orientasi komunikasi yang menekankan pemahaman jangka panjang. Dalam teori komunikasi persuasif, pemahaman mendalam meningkatkan penerimaan pesan. Peneliti melihat bahwa strategi ini memperkuat hubungan antara organisasi dan publik melalui edukasi.

“Kadang framing itu muncul karena salah paham, jadi kami jelaskan konteksnya.”

Pernyataan ini menegaskan pentingnya klarifikasi kontekstual. Dalam teori framing, konteks menentukan interpretasi pesan. Peneliti menilai bahwa edukasi konteks membantu publik memahami isu secara proporsional.

“Harapannya masyarakat tidak mudah terprovokasi.”

Kutipan ini menunjukkan tujuan preventif komunikasi. Dalam strategi komunikasi, edukasi meningkatkan kemampuan audiens memilah informasi. Peneliti melihat bahwa strategi ini memperkuat stabilitas sosial melalui penguatan kapasitas kritis masyarakat. Dalam artikel yang di buat oleh Syamsul Bahri Abd Hamid tentang teknologi boleh masuk dalam rumah kita tetapi jangan memberikan teknologi membuat diri kita terhasut di dalamnya karena berita yang beredar di dalam media sosial tidak bisa menjamin kebenarannya.

Secara keseluruhan, pendekatan edukatif menunjukkan bahwa MUI tidak hanya merespons framing negatif, tetapi juga membangun literasi publik sebagai strategi jangka panjang.

C. Tantangan MUI Sul-Sel dalam Menghadapi Kesenjangan Kompetensi Da'i Muda dalam Dakwah Digital

1. Ketimpangan Literasi Dakwah Digital pada Da'i Muda

Temuan penelitian menunjukkan bahwa salah satu tantangan utama yang dihadapi MUI Sulawesi Selatan dalam konteks dakwah digital adalah ketimpangan literasi komunikasi di kalangan da'i muda. Perkembangan media sosial telah membuka ruang dakwah yang luas, namun tidak seluruh pelaku dakwah memiliki kesiapan konseptual, metodologis, dan etika komunikasi yang memadai. Kondisi ini berpotensi menyebabkan penyederhanaan dan distorsi pesan agama.

Dalam dakwah digital, kompetensi komunikator menjadi factor penting karena mencakup pemahaman agama, etika komunikasi, dan konteks social digital. Oleh karena itu, tantangan Majelis Ulama Indonesia bukan hanya mengawasi pesan, tetapi juga membangun profesionalisme dakwah digital.

“Ikuti saja yang sudah ada. Jangan ikut-ikutan hal yang tidak jelas.”

Kutipan ini mengindikasikan bahwa MUI melihat adanya kecenderungan sebagian da'i muda mengikuti tren komunikasi digital tanpa dasar metodologis yang kuat. Peneliti menilai bahwa pernyataan ini mencerminkan kekhawatiran terhadap praktik dakwah yang lebih menekankan popularitas daripada kedalaman substansi. Dalam teori komunikasi dakwah, kredibilitas pesan sangat bergantung pada integritas komunikator. Oleh karena itu, ajakan untuk mengikuti pedoman yang telah mapan merupakan bentuk strategi pengendalian kualitas pesan dakwah.

Sebelum masuk pada kutipan berikutnya, penting dipahami bahwa literasi dakwah digital mencakup kemampuan mengelola pesan secara etis dan bertanggung jawab. Ketidaksiapan dalam aspek ini dapat memperbesar risiko penyebaran narasi yang tidak proporsional.

“Dakwah itu harus punya dasar, bukan sekedar ikut tren.”

Pernyataan ini menegaskan bahwa MUI menempatkan landasan keilmuan sebagai prasyarat utama dalam komunikasi dakwah. Peneliti melihat bahwa fenomena dakwah digital sering kali dipengaruhi logika algoritma media sosial yang mendorong konten sensasional. Dalam teori media sosial, dinamika viralitas dapat menggeser orientasi pesan dari edukatif menjadi performatif. Oleh karena itu, penekanan pada dasar keilmuan berfungsi sebagai penyeimbang antara tuntutan popularitas dan tanggung jawab moral.

Sebelum melanjutkan, dapat ditegaskan bahwa kompetensi dakwah digital bukan hanya persoalan retorika, tetapi integrasi antara substansi, etika, dan strategi komunikasi.

“Kalau tidak hati-hati, masyarakat bisa salah paham,”

Kutipan ini menunjukkan bahwa kesenjangan literasi dakwah berdampak pada meningkatnya risiko salah tafsir. Ketika pesan tidak disertai kejelasan konteks. Dalam teori framing komunikasi, cara penyajian pesan menentukan interpretasi audiens, sehingga MUI menekankan penguatan kapasitas da'i muda untuk mencegah distorsi makna.

Temuan ini menegaskan bahwa ketimpangan literasi dakwah digital merupakan tantangan structural yang memerlukan pendekatan edukatif dan regulative. Integrasi komunikasi dakwah dan literasi media menunjukkan bahwa kualitas komunikator menjadi fondasi efektivitas pesan keagamaan.

2. Pengaruh Budaya Viral terhadap Orientasi Dakwah

Temuan penelitian juga memperlihatkan bahwa budaya viral dalam media sosial menjadi tantangan signifikan bagi praktik dakwah digital. Logika algoritma media sosial sering mendorong produksi konten yang sensasional, singkat, dan provokatif, yang tidak selalu sejalan dengan prinsip kehati-hatian dalam penyampaian ajaran agama. Kondisi ini menciptakan dilema antara kebutuhan menjangkau audiens luas dan menjaga kedalaman substansi dakwah.

Peneliti memandang bahwa budaya viral berpotensi menggeser orientasi dakwah dari edukasi menuju performativitas. Dalam konteks komunikasi strategis, tekanan popularitas dapat memengaruhi struktur pesan dan gaya penyampaian, sehingga nilai pedagogis berisiko tereduksi.

“Kadang orang lebih cari yang viral dari pada yang benar.”

Pernyataan ini menunjukkan ketegangan antara popularitas dan kebenaran substansi. Dalam uses and gratifications, audiens cenderung memilih konten yang menarik secara emosional, sehingga dakwah perlu memadukan daya Tarik visual dan kedalaman materi. Viralitas bukan masalah instrinsik, melainkan tantangan dalam menyeimbangkan efektivitas penyebaran dan integritas pesan.

“Kalau hanya mengejar sensasi, pesan agama bisa disalahartikan.”

Kutipan ini menyoroti risiko distorsi makna akibat penyederhanaan pesan. Dalam teori framing, penyajian yang sensasional dapat mengubah persepsi audiens terhadap substansi pesan. Peneliti melihat bahwa kehati-hatian dalam framing menjadi strategi penting agar dakwah tetap berada dalam koridor edukatif.

Sebelum masuk ke kutipan berikutnya, penting dipahami bahwa strategi komunikasi dakwah harus mempertimbangkan dinamika algoritma tanpa mengorbankan nilai normatif.

“Dakwah itu bukan hiburan semata.”

Pernyataan ini menegaskan bahwa dakwah digital harus menyeimbangkan daya Tarik komunikasi dan kedalaman pesan tanpa mengabaikan tanggung jawab moral komunikator. Secara keseluruhan, budaya viral menuntut adaptasi strategi dakwah tanpa mengurangi integritas substansi.

3. Peran MUI sebagai Regulator Moral dan Edukator Dakwah Digital

Temuan penelitian menunjukkan MUI berperan sebagai rujukan moral edukatif dalam mengatasi kesenjangan kompetensi dakwah digital melalui pedoman, fatwa, dan literasi keagamaan bagi da'i muda. Peran ini menegaskan MUI tidak hanya sebagai pengawas, tetapi juga fasilitator peningkatan kualitas komunikasi dakwah. Fungsi tersebut mencerminkan strategi komunikasi organisasi untuk memperkuat kapasitas komunitas dakwah sekaligus menjaga konsistensi pesan keagamaan di ruang publik digital.

“Kami memberikan rujukan supaya dakwah tetap sesuai koridor.”

Kutipan ini menunjukkan fungsi regulatif MUI dalam menjaga kualitas pesan. Dalam teori komunikasi organisasi, keberadaan pedoman memperkuat standar komunikasi dan mengurangi risiko distorsi.

Sebelum melanjutkan, penting dipahami bahwa regulasi dalam konteks ini bersifat edukatif, bukan represif.

“Da'I muda perlu bimbingan agar tidak salah arah.”

Pernyataan ini menegaskan pendekatan pembinaan sebagai strategi peningkatan kompetensi. Peneliti menilai bahwa komunikasi dakwah digital memerlukan transfer pengetahuan dan etika agar komunikator mampu menyesuaikan pesan dengan konteks digital.

“Fatwa dan maklumat jadi pegangan dalam menyampaikan pesan.”

Kutipan ini menunjukkan bahwa produk kelembagaan menjadi sumber legitimasi komunikasi dakwah dan memperkuat penerimaan publik. Majelis Ulama Indonesia berperan sebagai stabilisator dakwah digital melalui pendekatan edukatif, verifikasi, musyawarah, dan penyampaian pesan terukur berbasis legitimasi keilmuan.

Dalam perspektif teori strategi komunikasi organisasi, sikap tersebut mencerminkan pengelolaan pesan yang bertujuan menjaga stabilitas sosial dan kredibilitas institusi. Dalam kerangka teori komunikasi dakwah, ayat ini menguatkan pentingnya penyampaian pesan yang tegas namun tetap menghormati ruang sosial yang plural, sehingga dakwah digital tidak berubah menjadi konfrontasi, melainkan menjadi sarana edukasi dan pencerahan.

Integrasi antara prinsip Qur'ani dan praktik komunikasi MUI yang terungkap dalam wawancara menunjukkan bahwa strategi komunikasi dakwah di media sosial dibangun di atas keseimbangan antara ketegasan nilai agama dan etika komunikasi publik, sebagaimana ditekankan dalam teori komunikasi modern.

Penelitian ini menemukan kendala monitoring isu akibat keterbatasan SDM dengan literasi digital dan kemampuan analisis media social, sehingga identifikasi hoaks belum optimal. Diperlukan penguatan literasi digital kapasitas tim media, dan teknologi pemantauan agar respons organisasi lebih adaptif. Temuan ini relevan bagi organisasi keagamaan, Pendidikan, pemerintahan, dan social dalam menghadapi krisis komunikasi digital.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah disusun maka peneliti membuat 3 kesimpulan, yaitu :

1. Strategi komunikasi MUI Sulawesi Selatan dalam menghadapi berita hoaks di media sosial dilaksanakan melalui mekanisme yang sistematis dan berbasis legitimasi keilmuan. Setiap isu yang muncul terlebih dahulu diidentifikasi oleh tim media, kemudian diverifikasi dan dibahas secara kolektif oleh Komisi Fatwa sebelum dirilis kepada publik. Pola ini menunjukkan komunikasi MUI menekankan control informasi, kehati-hatian, dan akurasi dalam klarifikasi hoaks serta edukasi publik. Strategi serupa digunakan lembaga lain melalui monitoring media digital, verifikasi informasi, dan pelibatan otoritas keilmuan untuk menjaga kredibilitas dan menekan disinformasi.
2. Komunikasi MUI Sulawesi Selatan terhadap framing negatif di media social bersifat rasional, institusional, dan musyawarah. Isu disaring berdasarkan substansi dan pertimbangan keilmuan agar tetap objektif dan tidak memperkeruh situasi social. Strategi ini menjaga kredibilitas sekaligus meredam persepsi negatif, serta dapat menjadi rujukan komunikasi dialogis, edukatif, dan berbasis consensus dengan Bahasa sederhana, persuasive, dan kontekstual.
3. Tantangan MUI dalam dakwah digital meliputi literasi komunikasi, etika pesan, dan budaya viral pada da'I muda, sehingga diperlukan penguatan kapasitas agar dakwah tetap berbasis keilmuan, bermoral dan relevan dengan media. Lembaga keagamaan juga perlu pelatihan literasi digital, etika media social, dan pengelolaan konten kreatif, serta kolaborasi dengan akademisi, media, dan pemerintah untuk memperkuat dakwah digital yang adaptif, moderat. Dan responsive terhadap disinformasi di era komunikasi modern.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung penyusunan artikel ini, khususnya kepada pembimbing, informan penelitian, serta Majelis Ulama Indonesia atas bantuan, arahan, dan dukungan yang diberikan. Semoga artikel ini bermanfaat bagi pengembangan kajian komunikasi dan media sosial.

ISSN 2714-7444 (online), <https://acopen.umsida.ac.id>, published by [Universitas Muhammadiyah Sidoarjo](https://www.muhammadiyah.or.id)

Copyright © Author(s). This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY).

References

- [1] A. Suaedy et al., "Language, Authority, and Digital Media: The Impact on the Legitimacy of Fatwas," *Journal Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*, vol. 23, no. 1, 2023.
- [2] D. Samsuddin and I. M. Puteri, "Etika dan Strategi Komunikasi Dakwah Islam Berbasis Media Sosial di Indonesia," *Ath-Thariq Dakwah dan Komunikasi*, vol. 7, no. 2, 2023.
- [3] A. Hajar, "Strategi Komunikasi Persuasif dalam Menyampaikan Dakwah Melalui New Media," *Aksiologi: Jurnal Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 2021.
- [4] Komdigi, "Siaran Pers No. 02/HM/KOMINFO/01/2024 tentang Hingga Akhir Tahun 2023 Kominfo Tangani 12.547 Isu Hoaks," diakses 8 April 2025.
- [5] Kompasiana, "Bahaya Konten Media Sosial Sebagai Framing dalam Politik," diakses 25 Maret 2025.
- [6] N. R. S. Qodarotin et al., "Pemetaan Hoaks Keagamaan di Media (Studi Pada Rubrik Cek Fakta Liputan6.com dan Suara.com)," *Jurnal UIN Walisongo Semarang*, vol. 1, no. 2, 2023.
- [7] N. Hidayat, "Tantangan Dakwah NU di Era Digital dan Disrupsi Teknologi," *Jurnal Institut Agama Islam Sultan Muhammad Syarifuddin Sambas*, 2019.
- [8] A. Firdaus, "Analisis Framing Tentang Representasi Pesantren Dalam Film 3 (Tiga)," *Jurnal IAIN Jember*, 2016.
- [9] MinaNews.NET, "Kominfo MUI Sul-Sel akan Gelar Tiga Pelatihan Literasi Digital," diakses 25 Maret 2025.
- [10] M. Lestari et al., "Penanganan Hoaks Keagamaan di Sosial Media Melalui Literasi Digital Milenial," *Jurnal Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar*, 2023.
- [11] Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Cet. XI. Bandung: Alfabeta, 2014.
- [12] Nana Sudjana, *Penelitian dan Penilaian*. Bandung: Sinar Baru, 1989.
- [13] Abdurrahman Fatoni, *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: Rineka Cipta, 2011.
- [14] Gulo, *Metodologi Penelitian*, Cet. 1. Jakarta: Grasindo, 2022.
- [15] S. H. Subroto, *Pokok-Pokok Pengumpulan Data, Analisis Data, Penafsiran Data dan Rekomendasi dalam Penelitian Kualitatif*. Bandung: IKIP, 1999.
- [16] S. Salim and Syahrums, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Medan: Citapustaka Media, 2015.