

---

---

## Komunikasi Penyiaran Islam di Era Post-Truth: Tantangan dan Peluang dalam Menyampaikan Pesan Dakwah

Mhd Tafsir Tambunan <sup>1</sup>, Mulkan Darajat <sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Al Washliyah Labuhanbatu, Indonesia

Email Correspondence: tafsirtambunan152@gmail.com

---

### Kata Kunci :

Komunikasi Penyiaran Islam, Post-Truth, Dakwah Digital, Literasi Media, Strategi Adaptif

### Abstrak

Fenomena post-truth telah mengubah pola komunikasi global dengan menempatkan opini emosional lebih dominan daripada kebenaran objektif. Kondisi ini menghadirkan tantangan serius bagi komunikasi penyiaran Islam karena pesan dakwah yang berlandaskan Al-Qur'an dan Hadis sering terpinggirkan oleh narasi sensasional dan hoaks yang menyebar cepat di ruang digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi tantangan serta peluang komunikasi penyiaran Islam di era post-truth, sekaligus menawarkan strategi adaptif yang relevan. Dengan menggunakan metode penelitian kepustakaan (library research), data diperoleh dari literatur akademik, jurnal ilmiah, buku, artikel digital, serta laporan riset yang dianalisis menggunakan teknik analisis isi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tantangan utama mencakup bias konfirmasi, polarisasi algoritma media sosial, degradasi otoritas keagamaan, rendahnya literasi media, serta derasnya disinformasi digital. Namun, era post-truth juga membuka peluang baru bagi dakwah Islam melalui media digital yang lebih luas, interaktif, dan kreatif. Strategi adaptif seperti penggunaan bahasa yang sederhana namun substansial, pemanfaatan teknologi visual, kecepatan respons terhadap isu aktual, serta penguatan literasi media menjadi solusi yang ditawarkan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa post-truth tidak hanya membawa ancaman, tetapi juga menyediakan peluang strategis untuk memperkuat dakwah Islam, asalkan komunikasi penyiaran Islam mampu bertransformasi menjadi lebih kontekstual, literatif, dan inovatif dalam menjawab dinamika zaman.

---

### Keywords :

Islamic Broadcasting Communication, Post-Truth, Digital Da'wah, Media Literacy, Adaptive Strategy

### Abstract

*The post-truth phenomenon has transformed global communication patterns by placing emotional opinions above objective truth. This condition poses significant challenges for Islamic broadcasting*

---

*communication, as da'wah messages based on the Qur'an and Hadith are often overshadowed by sensational narratives and hoaxes that spread rapidly in digital spaces. This study aims to identify both the challenges and opportunities of Islamic broadcasting communication in the post-truth era, while offering relevant adaptive strategies. Employing a library research method, data were collected from academic literature, scholarly journals, books, digital articles, and research reports, then analyzed using content analysis techniques. The findings reveal that the main challenges include confirmation bias, algorithmic polarization in social media, the degradation of religious authority, low levels of media literacy, and the prevalence of digital disinformation. However, the post-truth era also presents new opportunities for Islamic da'wah through broader, interactive, and creative digital media. Adaptive strategies such as using simple yet substantial language, employing visual technology, ensuring rapid responses to current issues, and strengthening media literacy are proposed as effective solutions. The study concludes that post-truth should not be viewed merely as a threat but also as a strategic opportunity to strengthen Islamic da'wah, provided that Islamic broadcasting communication transforms into a more contextual, literate, and innovative approach in addressing contemporary challenges.*



© 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC-BY-SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).

## PENDAHULUAN

Era post-truth ditandai dengan maraknya situasi ketika kebenaran objektif sering kali dikesampingkan dan digantikan oleh opini yang didasarkan pada emosi, persepsi subjektif, serta kepentingan tertentu (Agustina et al; 2023). Dalam konteks kehidupan sosial, fenomena ini menyebabkan masyarakat lebih mudah percaya pada informasi yang sesuai dengan preferensi pribadi mereka ketimbang pada fakta yang terverifikasi (Setia and Dilawati; 2024). Hal ini berdampak serius pada berbagai aspek kehidupan, termasuk aspek keagamaan yang selama ini seharusnya didasarkan pada kebenaran yang mutlak. Bagi umat Islam, kondisi post-truth ini menjadi tantangan besar, karena pesan dakwah yang berbasis nilai-nilai Islam sering kali harus bersaing dengan arus informasi yang penuh distorsi. Media sosial, yang semestinya dapat menjadi sarana dakwah efektif, justru menjadi ruang yang penuh dengan bias, hoaks, dan ujaran kebencian. Kondisi ini memunculkan kekhawatiran bahwa dakwah Islam yang berlandaskan pada nilai kebenaran Al-Qur'an dan Hadis dapat terkaburkan oleh narasi palsu yang lebih cepat menyebar dan lebih menarik perhatian public (Bustomi et al; 2023).

Kecenderungan masyarakat dalam era post-truth untuk mengedepankan emosi dibandingkan rasionalitas mengakibatkan pesan-pesan dakwah yang sarat nilai kebenaran sering kali tidak mendapat perhatian besar. Fenomena ini dapat dilihat dari maraknya penyebaran hoaks keagamaan yang menyasar emosi umat, sehingga

menimbulkan polarisasi bahkan konflik di tengah masyarakat (Fawzi, Ross, and Magdy; 2025). Penyiaran Islam yang selama ini berperan dalam memberikan pencerahan dan edukasi, justru harus berhadapan dengan deras arus disinformasi yang menguasai ruang publik. Hal ini memperlihatkan bahwa komunikasi penyiaran Islam perlu mengadopsi strategi komunikasi baru agar tetap relevan dan diterima audiens yang kini lebih banyak mengakses informasi melalui platform digital (Chalim et al; 2025). Jika tantangan ini tidak diantisipasi, maka pesan dakwah berpotensi terpinggirkan oleh narasi post-truth yang lebih emosional dan sensasional.

Realitas di era digital menunjukkan bahwa konten yang sensasional lebih sering viral dibandingkan dengan konten yang edukatif. Fakta ini menyebabkan pesan dakwah yang menekankan nilai-nilai kebenaran sering kali kalah bersaing dengan informasi provokatif yang membangkitkan emosi (Sui, Hawkins, and Wang; 2023). Kondisi ini semakin diperparah dengan adanya algoritma media sosial yang bekerja berdasarkan preferensi pengguna, sehingga menciptakan "echo chamber" atau ruang gema (Hosseini and Staab; 2023). Dalam ruang gema ini, informasi yang sejalan dengan keyakinan individu terus diperkuat, sedangkan informasi yang berbeda dianggap tidak relevan. Akibatnya, pesan dakwah Islam yang berusaha menekankan nilai objektif bisa terisolasi dan hanya menjangkau kelompok tertentu. Fenomena ini menggambarkan betapa seriusnya tantangan komunikasi penyiaran Islam dalam menyampaikan pesan dakwah di era post-truth yang penuh bias dan fragmentasi informasi.

Selain faktor algoritma media sosial, fenomena post-truth juga diperparah oleh rendahnya literasi media masyarakat. Banyak umat Islam yang belum mampu membedakan antara informasi benar dan informasi palsu, sehingga mudah terjebak dalam arus disinformasi (Ali and Qazi; 2022). Hal ini menjadi tantangan bagi para pendakwah dan praktisi komunikasi penyiaran Islam, karena mereka dituntut tidak hanya menyampaikan pesan dakwah, tetapi juga meningkatkan kemampuan literasi digital umat. Dakwah tidak lagi cukup hanya berfokus pada penyampaian pesan keagamaan, melainkan juga harus mengedukasi masyarakat agar lebih kritis dalam menerima informasi. Jika literasi media tidak ditingkatkan, maka pesan dakwah Islam akan terus terdistorsi oleh narasi post-truth yang menyesatkan (khairunnisa; 2025).

Dengan demikian, fakta realitas masalah yang dihadapi komunikasi penyiaran Islam di era post-truth bukan hanya terletak pada kompetisi dengan informasi palsu, tetapi juga menyangkut persoalan fundamental terkait perilaku masyarakat dalam mengonsumsi informasi. Era ini menunjukkan bahwa kebenaran tidak lagi menjadi ukuran utama, melainkan sejauh mana informasi tersebut mampu menyentuh sisi emosional dan personal audiens (Munusamy et al; 2024). Kondisi ini jelas menantang komunikasi penyiaran Islam, yang sejatinya mengusung nilai kebenaran sebagai dasar dakwah. Oleh karena itu, penting bagi akademisi, praktisi, dan para dai untuk merumuskan strategi komunikasi yang mampu menembus sekat-sekat post-truth, agar pesan dakwah Islam tetap relevan, kredibel, dan dapat diterima oleh masyarakat luas.

Fenomena post-truth pertama kali dipopulerkan oleh Ralph Keyes pada tahun 2004 melalui bukunya "The Post-Truth Era". Konsep ini kemudian semakin populer setelah tahun 2016, ketika Oxford Dictionaries menetapkan "post-truth" sebagai word of the year. Dalam kajian akademik, era post-truth dipahami sebagai kondisi ketika fakta objektif kurang berpengaruh dalam membentuk opini publik dibandingkan dengan daya tarik emosi dan keyakinan personal (Beaupre; 2025). Literatur menyebutkan bahwa post-truth memiliki implikasi serius bagi demokrasi, media, dan kehidupan sosial. Namun, dalam konteks keagamaan, termasuk Islam, kajian mengenai dampak post-truth terhadap penyiaran dakwah masih terbatas. Mayoritas penelitian lebih banyak membahas post-truth dalam ranah politik, kebijakan publik, serta media massa sekuler, bukan pada aspek komunikasi penyiaran Islam (Lutfi and Ja'far; 2023).

Literatur dakwah Islam sendiri selama ini banyak membahas mengenai efektivitas media sosial sebagai sarana dakwah. Berbagai penelitian menekankan pentingnya penggunaan platform digital seperti YouTube, Instagram, maupun podcast sebagai media penyebaran pesan keagamaan (Hidayat and Nuri; 2024). Akan tetapi, sebagian besar kajian ini masih fokus pada strategi pemanfaatan media, tanpa secara mendalam mengaitkan fenomena post-truth yang telah mengubah perilaku audiens dalam mengonsumsi informasi. Dengan kata lain, ada kesenjangan dalam literatur yang perlu diisi, yaitu bagaimana strategi komunikasi penyiaran Islam dapat dirumuskan secara khusus untuk menghadapi dinamika era post-truth (Naila and Rohimi; 2024). Selain itu, literatur komunikasi menunjukkan bahwa masyarakat kini cenderung terjebak dalam bias konfirmasi, yakni hanya mempercayai informasi yang sesuai dengan pandangan pribadi. Hal ini relevan dengan teori agenda setting yang menegaskan bahwa media berperan dalam menentukan isu-isu penting bagi publik (Talukder and Rahaman; 2023). Namun, penelitian terkait dakwah Islam belum banyak mengkaji bagaimana bias konfirmasi dalam era post-truth dapat menghambat penyiaran pesan dakwah. Kesenjangan ini menunjukkan bahwa studi dakwah Islam perlu lebih serius mengintegrasikan perspektif komunikasi modern dengan realitas digital yang kompleks.

Literatur yang lain juga menyebutkan bahwa perkembangan teknologi digital membuka peluang baru dalam penyiaran dakwah, namun sekaligus melahirkan risiko distorsi pesan. Konten dakwah yang seharusnya menekankan nilai kebenaran dan kebijaksanaan sering kali direduksi menjadi potongan pendek yang lebih mementingkan aspek viral daripada substansi. Sayangnya, literatur keislaman belum banyak mengkaji secara sistematis bagaimana fenomena post-truth memperburuk reduksi pesan dakwah ini. Hal ini menimbulkan kesenjangan akademik yang penting untuk dijawab melalui penelitian kepustakaan mengenai strategi dakwah di era post-truth (Truth and Vision; 2024). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kesenjangan utama dalam literatur adalah kurangnya penelitian yang secara spesifik membahas keterkaitan antara post-truth dengan komunikasi penyiaran Islam. Sementara literatur komunikasi dan media banyak menyoroti fenomena post-truth

dari sisi politik atau sosial, literatur dakwah masih minim dalam membahas bagaimana era post-truth memengaruhi efektivitas penyampaian pesan Islam. Hal inilah yang menjadi ruang kosong bagi penelitian ini untuk memberikan kontribusi akademik, yaitu mengkaji tantangan sekaligus peluang komunikasi penyiaran Islam di tengah derasnya arus informasi yang sarat emosi dan bias post-truth.

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana komunikasi penyiaran Islam beradaptasi dalam menghadapi tantangan era post-truth. Fokus penelitian diarahkan pada pemahaman bahwa dakwah Islam tidak hanya menghadapi kompetisi dengan informasi lain, tetapi juga harus mampu menembus sekat emosional audiens yang cenderung lebih mempercayai opini daripada fakta. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menggali strategi komunikasi yang relevan, inovatif, dan sesuai dengan prinsip Islam dalam merespons fenomena tersebut. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi tantangan spesifik yang dihadapi komunikasi penyiaran Islam dalam konteks post-truth. Tantangan tersebut meliputi derasnya arus hoaks, rendahnya literasi digital umat, hingga munculnya bias konfirmasi yang mempersempit jangkauan pesan dakwah. Dengan mengidentifikasi tantangan ini secara sistematis, penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas tentang posisi dakwah Islam di tengah lanskap komunikasi modern.

Penelitian ini juga bertujuan untuk menemukan peluang yang bisa dimanfaatkan komunikasi penyiaran Islam di era post-truth. Meskipun era ini penuh dengan tantangan, namun perkembangan teknologi digital juga membuka ruang bagi para dai untuk menjangkau audiens lebih luas dengan format pesan yang lebih kreatif. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berhenti pada analisis tantangan, tetapi juga berfokus pada peluang strategis yang dapat memperkuat dakwah Islam di era digital. Tujuan lainnya adalah untuk memperkaya khazanah literatur akademik mengenai dakwah Islam dengan perspektif komunikasi kontemporer. Penelitian ini mencoba mengisi kekosongan literatur yang sebelumnya belum banyak membahas integrasi antara fenomena post-truth dan penyiaran Islam. Dengan pendekatan kepustakaan, penelitian ini mengompilasi dan menganalisis literatur terkait untuk menghasilkan temuan yang dapat memperluas wacana akademik di bidang komunikasi Islam.

Sedangkan tujuan secara praktis, penelitian ini adalah untuk memberikan rekomendasi strategis bagi para praktisi dakwah dan pengelola media Islam. Rekomendasi tersebut diharapkan dapat menjadi pedoman dalam merumuskan konten dakwah yang mampu bersaing di tengah derasnya arus informasi post-truth. Dengan demikian, penelitian ini bukan hanya relevan secara teoritis bagi dunia akademik, tetapi juga bermanfaat secara praktis bagi para dai, lembaga penyiaran Islam, dan komunitas dakwah di era digital. Penelitian ini penting dilakukan karena era post-truth telah mengubah lanskap komunikasi global, termasuk dalam penyiaran dakwah Islam. Dalam situasi ketika opini emosional lebih dominan daripada fakta, pesan dakwah berpotensi kehilangan pengaruhnya jika tidak dikemas dengan strategi komunikasi yang tepat. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki urgensi tinggi untuk

memastikan bahwa nilai-nilai Islam tetap dapat disampaikan secara efektif kepada masyarakat yang kini hidup dalam budaya informasi yang bias.

Dari perspektif akademik, penelitian ini penting karena dapat mengisi kekosongan literatur yang belum banyak membahas relasi antara post-truth dan komunikasi penyiaran Islam. Keterbatasan literatur ini membuat wacana akademik seakan terpisah antara kajian dakwah Islam dengan fenomena kontemporer yang sedang terjadi. Dengan menghadirkan penelitian ini, diharapkan akan ada integrasi pemahaman yang lebih komprehensif, sehingga akademisi dapat melihat dakwah Islam bukan hanya dalam kerangka tradisional, tetapi juga dalam konteks modern. Penelitian ini juga penting karena dapat membantu praktisi dakwah dalam menyusun strategi komunikasi yang lebih efektif. Dengan memahami tantangan dan peluang di era post-truth, para dai dan lembaga penyiaran Islam dapat menyesuaikan metode komunikasi mereka agar pesan dakwah tetap relevan. Tanpa penelitian semacam ini, ada risiko besar bahwa dakwah Islam akan tertinggal dan tidak mampu bersaing dengan narasi-narasi emosional yang menguasai ruang publik digital.

Selain itu, penelitian ini memiliki relevansi sosial yang tinggi karena menyangkut literasi digital masyarakat Muslim. Dengan meningkatnya penyebaran hoaks dan misinformasi keagamaan, masyarakat membutuhkan bimbingan untuk lebih kritis dalam menerima informasi. Penelitian ini dapat memberikan dasar teoretis sekaligus rekomendasi praktis untuk meningkatkan literasi media umat Islam, sehingga mereka lebih mampu membedakan antara pesan dakwah yang benar dengan informasi palsu yang menyesatkan. Akhirnya, pentingnya penelitian ini juga terletak pada kontribusinya terhadap dakwah Islam itu sendiri. Dakwah yang berlandaskan kebenaran tidak boleh kalah oleh arus informasi palsu. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat ditemukan strategi komunikasi yang membuat pesan dakwah lebih menarik, relevan, dan tetap berpegang pada nilai-nilai Islam. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menjadi kontribusi akademik, tetapi juga sebuah ikhtiar untuk memastikan bahwa dakwah Islam tetap mampu memberikan pencerahan di era post-truth.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan metode kepustakaan (*library research*) dengan menelaah berbagai literatur akademik, buku, jurnal ilmiah, laporan riset, serta publikasi digital yang relevan dengan tema komunikasi penyiaran Islam, fenomena post-truth, dan strategi dakwah. Data yang dikaji terdiri dari sumber primer berupa teori komunikasi, khususnya "Agenda Setting" McCombs dan Shaw (1972), serta literatur tentang literasi media; dan data sekunder berupa artikel populer, berita, maupun kajian keagamaan kontemporer. Dengan teknik analisis isi (*content analysis*), seluruh data ditelaah untuk menemukan pola, hubungan, dan tema utama yang menggambarkan tantangan sekaligus peluang komunikasi penyiaran Islam di era post-truth (khairunnisa; 2025).

Proses penelitian dilakukan secara sistematis melalui identifikasi masalah, pengumpulan literatur, kategorisasi data, hingga penarikan kesimpulan. Fokus utama diarahkan pada bagaimana pesan dakwah Islam berhadapan dengan arus disinformasi, bias konfirmasi, serta banjir informasi di era digital, sekaligus bagaimana peluang media modern dapat dimanfaatkan sebagai sarana dakwah. Analisis mendalam terhadap literatur menghasilkan pemahaman bahwa strategi komunikasi adaptif dan penguatan literasi media menjadi kunci untuk menjaga relevansi dan efektivitas dakwah Islam (Zamzami, Tresia Putri, and Junaedi; 2024). Dengan pendekatan ini, penelitian tidak hanya bersifat deskriptif, tetapi juga aplikatif karena memberikan rekomendasi strategis bagi akademisi dan praktisi dakwah dalam menghadapi tantangan post-truth.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Tantangan Dakwah Di Era Post-Truth**

Fenomena post-truth menghadirkan tantangan serius bagi penyiaran Islam karena realitas informasi kini lebih sering dibentuk oleh narasi emosional dibandingkan fakta objektif. Publik cenderung lebih cepat merespons berita yang menyentuh perasaan, meskipun kebenarannya diragukan. Kondisi ini melemahkan posisi pesan dakwah yang berbasis pada Al-Qur'an dan Hadis, sebab penyampaiannya sering dianggap tidak cukup menarik dibandingkan narasi provokatif. Dalam hal ini, tantangan utama bagi komunikasi penyiaran Islam adalah bagaimana mengemas pesan kebenaran agar tetap dapat bersaing di tengah arus informasi yang dipenuhi dengan sensasionalisme. Hal ini membutuhkan strategi komunikasi yang tidak hanya menekankan substansi, tetapi juga memperhatikan aspek retorika, gaya penyampaian, dan penggunaan media yang sesuai dengan preferensi audiens masa kini (Hosseini and Staab; 2023).

Tantangan lain yang signifikan adalah munculnya bias konfirmasi di masyarakat. Audiens hanya mau menerima informasi yang sesuai dengan pandangan mereka, sementara informasi lain cenderung diabaikan meskipun valid. Bias ini membuat pesan dakwah Islam yang mengajarkan keseimbangan dan kebenaran universal sulit diterima oleh kelompok yang sudah terpolarisasi. Misalnya, kelompok tertentu lebih suka mendengar dakwah yang memperkuat identitas kelompoknya, bukan dakwah yang mendorong toleransi dan kebersamaan. Akibatnya, pesan universal Islam terfragmentasi, dan dakwah menjadi rentan dimanfaatkan untuk kepentingan tertentu. Tantangan ini memperlihatkan pentingnya kemampuan penyiaran Islam untuk menembus sekat-sekat psikologis dan sosial yang terbentuk di era post-truth (Lutfi and Suhermanto Ja'far; 2023).

Kondisi post-truth juga diperparah oleh sifat algoritma media sosial yang memperkuat polarisasi informasi. Algoritma bekerja dengan memperlihatkan konten yang sesuai dengan preferensi pengguna, sehingga audiens jarang menemukan informasi yang berbeda dari keyakinannya (Fitriansyah; 2023). Akibatnya, pesan dakwah Islam yang berusaha memberikan perspektif baru sering kali tidak sampai

kepada kelompok audiens yang sebenarnya membutuhkan. Dalam konteks penyiaran Islam, hal ini berarti pesan dakwah yang menekankan persatuan dan kebenaran justru terjebak pada lingkaran terbatas (Murniati; 2025). Hal ini menimbulkan tantangan serius karena dakwah kehilangan daya jangkau universalnya, padahal Islam mengajarkan pesan yang berlaku untuk seluruh umat manusia.

Selain polarisasi, fenomena post-truth menimbulkan tantangan berupa degradasi otoritas keagamaan. Sebelumnya, masyarakat cenderung mempercayai ulama dan lembaga dakwah resmi sebagai sumber utama kebenaran agama. Namun, di era digital, otoritas tersebut mulai tergeser oleh figur-figur baru yang lebih populer di media sosial, meskipun tidak memiliki kapasitas keilmuan yang memadai. Popularitas lebih sering dijadikan ukuran kredibilitas, bukan lagi keilmuan. Akibatnya, pesan dakwah yang benar kadang tidak terdengar, sementara pesan yang dangkal namun populer justru mendapat perhatian luas. Tantangan ini menunjukkan bahwa penyiaran Islam perlu membangun kembali otoritasnya dengan memanfaatkan strategi komunikasi digital yang tepat (Fauzi; 2023).

Fenomena banjir informasi atau "information overload" juga menjadi tantangan lain yang diidentifikasi dalam penelitian ini. Audiens dibombardir oleh ribuan konten setiap harinya, sehingga mereka sulit membedakan mana yang benar-benar penting. Pesan dakwah Islam yang seharusnya menuntun kehidupan masyarakat bisa tenggelam dalam banjir informasi yang tidak relevan. Dalam kondisi ini, perhatian publik lebih mudah diarahkan pada isu-isu sensasional ketimbang nilai-nilai keagamaan yang memerlukan refleksi mendalam. Oleh karena itu, penyiaran Islam di era post-truth dituntut untuk menghadirkan pesan dakwah yang mampu menonjol di tengah lautan informasi, tanpa kehilangan esensi ajaran Islam (Hamidah; 2023).

Fakta lain yang ditemukan adalah masih rendahnya literasi digital masyarakat Muslim. Banyak audiens tidak terbiasa melakukan verifikasi informasi, sehingga mudah termakan berita palsu yang dibalut dengan narasi keagamaan. Hal ini memperkuat tantangan bagi penyiaran Islam, karena pesan dakwah yang benar bisa kalah dengan hoaks yang lebih cepat menyebar. Literasi digital yang rendah ini juga berdampak pada melemahnya daya kritis masyarakat dalam menilai otoritas dakwah. Maka, komunikasi penyiaran Islam tidak bisa hanya menyampaikan pesan keagamaan, tetapi juga harus membekali umat dengan keterampilan literasi media agar lebih bijak dalam mengonsumsi informasi (Sundari et al; 2025).

Untuk lebih memahami pembahasan tersebut berikut paparan singkat dalam bentuk tabel beberapa tantangan dakwah di era post-truth

Table 1. Tantangan Dakwah Di Era Post-Truth

Tantangan	Deskripsi Singkat
Bias konfirmasi	Audiens hanya menerima informasi sesuai keyakinannya
Polarisasi algoritma	Algoritma media sosial memperkuat “echo chamber”
Degradasi otoritas	Figur populer di medsos menggantikan otoritas ulama
Banjir informasi	Pesan dakwah tenggelam oleh konten sensasional
Rendahnya literasi media	Masyarakat mudah termakan hoaks keagamaan

Dengan demikian, tantangan komunikasi penyiaran Islam di era post-truth mencakup bias konfirmasi, polarisasi algoritma, degradasi otoritas keagamaan, banjir informasi, serta rendahnya literasi digital. Semua tantangan ini menuntut adanya strategi baru dalam menyampaikan pesan dakwah. Dakwah tidak lagi bisa disampaikan secara konvensional tanpa memperhatikan dinamika informasi digital. Sebaliknya, dakwah harus bertransformasi menjadi proses komunikasi yang kontekstual, kreatif, dan berbasis literasi digital. Tantangan ini sekaligus menjadi dasar untuk merumuskan strategi komunikasi penyiaran Islam yang lebih efektif dan adaptif.

### Disinformasi Digital dan Hoaks Keagamaan

Salah satu temuan penting dari penelitian ini adalah besarnya ancaman disinformasi digital terhadap penyiaran Islam. Banyak sekali konten keagamaan yang sengaja diproduksi untuk menyesatkan audiens dengan tujuan politik, ekonomi, maupun ideologis. Disinformasi semacam ini sering menggunakan simbol-simbol Islam untuk membangun kepercayaan palsu di kalangan masyarakat awam. Dampaknya, pesan dakwah yang seharusnya mencerahkan justru tertutupi oleh narasi palsu yang menyesatkan. Hal ini memperlihatkan bahwa dakwah Islam tidak hanya bersaing dengan narasi sekuler, tetapi juga harus melawan arus informasi keagamaan yang dipelintir (Sundari et al; 2025).

Hoaks keagamaan menjadi fenomena yang semakin mengkhawatirkan di era post-truth. Berita palsu yang menggunakan dalil agama sering kali lebih cepat menyebar karena membangkitkan emosi keagamaan audiens. Misalnya, isu-isu tentang penodaan agama, konflik antarumat, atau fatwa palsu yang disebarluaskan melalui media sosial. Masyarakat yang kurang literasi digital cenderung langsung mempercayai informasi semacam ini tanpa melakukan verifikasi. Penyiaran Islam yang seharusnya menjadi benteng kebenaran justru sering terlambat merespons karena hoaks menyebar jauh lebih cepat daripada klarifikasi. Kondisi ini menegaskan perlunya sistem penyiaran dakwah yang lebih responsif dan berbasis verifikasi (Munabiah Lestari and Saidah; 2023).

Selain hoaks, fenomena “Deepfake” dan manipulasi visual juga semakin menambah tantangan dakwah. Teknologi ini memungkinkan pembuatan video atau

audio palsu yang sangat meyakinkan, sehingga audiens sulit membedakannya dengan konten asli. Dalam konteks dakwah, "Deepfake" berpotensi digunakan untuk mendiskreditkan ulama atau menyebarkan ajaran yang menyimpang dengan mengatasnamakan tokoh agama. Hal ini membahayakan otoritas keilmuan dalam Islam dan dapat menimbulkan krisis kepercayaan masyarakat terhadap lembaga dakwah. Oleh karena itu, penyiaran Islam harus mulai mempertimbangkan penggunaan teknologi verifikasi konten untuk menjaga kredibilitas pesan dakwah (Putra, Sania, and Mitrin; 2024).

Disinformasi digital juga memperburuk hubungan antar kelompok umat Islam. Konten yang dimanipulasi sering kali memunculkan perpecahan dengan cara memperkuat perbedaan mazhab atau pandangan keagamaan tertentu. Dalam situasi ini, penyiaran Islam berisiko dimanfaatkan oleh pihak-pihak yang ingin memperuncing konflik internal umat. Padahal, salah satu tujuan utama dakwah adalah menjaga persatuan dan ukhuwah Islamiyah. Oleh karena itu, strategi dakwah perlu lebih menekankan pesan moderasi, toleransi, dan persatuan untuk melawan narasi yang berusaha memecah belah umat melalui disinformasi (Mandala, Witro, and Juraidi; 2024).

Dari hasil kajian tersebut, dapat disimpulkan bahwa disinformasi digital merupakan salah satu ancaman terbesar bagi efektivitas komunikasi penyiaran Islam. Ancaman ini mencakup hoaks, manipulasi visual, dan propaganda yang memanfaatkan simbol agama. Tanpa upaya serius untuk mengatasi hal ini, pesan dakwah Islam akan terus tertutupi oleh arus informasi palsu. Oleh karena itu, penyiaran Islam harus mengintegrasikan pendekatan literasi media, teknologi verifikasi, serta pesan moderasi untuk melindungi audiens dari jebakan disinformasi digital.

### **Peluang Dakwah melalui Media Digital**

Meskipun era post-truth penuh tantangan, penelitian ini juga menunjukkan adanya peluang besar bagi penyiaran Islam untuk memperluas jangkauan dakwah melalui media digital. Platform seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan podcast Islami memberikan ruang baru bagi dai untuk menyampaikan pesan dakwah dengan cara yang kreatif dan interaktif. Audiens, khususnya generasi milenial dan Gen Z, cenderung lebih terbuka terhadap konten keagamaan yang dikemas dalam format audio-visual modern. Hal ini menunjukkan bahwa dakwah Islam tidak harus kalah dalam arus post-truth, justru dapat memanfaatkan media digital untuk menguatkan pengaruhnya (Hotmian; 2024).

Peluang lain yang muncul adalah kemampuan media digital untuk menjangkau audiens lintas geografis. Dakwah Islam kini tidak terbatas pada ruang masjid atau siaran televisi nasional, tetapi bisa diakses secara global oleh siapa pun yang memiliki koneksi internet. Hal ini memungkinkan pesan dakwah menyentuh masyarakat Muslim di berbagai belahan dunia, sekaligus menjadi sarana dialog antarbudaya. Dengan memanfaatkan media digital, penyiaran Islam dapat

memperluas cakrawala dakwah sehingga lebih inklusif dan berpengaruh secara global (Naufal Taufikul Hakim Azhar et al; 2024).

Media digital juga memberikan peluang untuk melakukan segmentasi audiens yang lebih tepat sasaran. Melalui analisis data digital, lembaga dakwah dapat mengetahui preferensi audiens dan menyesuaikan pesan sesuai dengan kebutuhan mereka. Misalnya, konten dakwah untuk remaja dapat berbeda format dan bahasanya dengan konten dakwah untuk kalangan profesional. Segmentasi ini memungkinkan dakwah Islam lebih relevan dan personal, sehingga meningkatkan efektivitas penyiaran. Dalam konteks post-truth, segmentasi audiens juga membantu dakwah lebih mudah menembus bias informasi yang memecah belah masyarakat (Rifka Alkhilyatul Ma'rifat, I Made Suraharta; 2024).

Selain segmentasi, media digital juga memungkinkan interaksi dua arah antara dai dan audiens. Audiens tidak hanya menjadi penerima pasif, tetapi juga dapat mengajukan pertanyaan, memberikan tanggapan, atau berdiskusi langsung melalui fitur komentar dan siaran langsung. Interaksi ini memberikan peluang untuk membangun hubungan yang lebih erat dan kepercayaan antara dai dan audiens. Hal ini penting untuk memperkuat kredibilitas dakwah di era ketika otoritas agama sering dipertanyakan. Dengan membangun komunikasi yang partisipatif, penyiaran Islam dapat menunjukkan bahwa dakwah adalah proses dialog, bukan sekadar monolog (Praselanova and Qurny; 2025).

Era digital juga membuka peluang kolaborasi dakwah antar lembaga dan komunitas. Misalnya, dai dari berbagai negara dapat bekerja sama dalam membuat konten dakwah global yang menekankan persatuan umat Islam. Kolaborasi ini tidak hanya memperkuat pesan dakwah, tetapi juga memperlihatkan wajah Islam yang damai dan universal. Kolaborasi lintas platform juga memungkinkan pesan dakwah menjangkau audiens yang lebih luas, sehingga dapat melawan dominasi narasi palsu di era post-truth. Dengan demikian, peluang digital dapat menjadi modal penting untuk memperkuat pesan dakwah di tingkat lokal maupun global (Putri Handayani et al; 2025).

Untuk memperjelas apa saja peluang dakwah yang dapat dilakukan sesuai dengan pembahasan tersebut melalui media digital adalah sebagai berikut :

Table 2. Peluang Dakwah Melalui Media Digital

<b>Peluang</b>	<b>Bentuk Implementasi</b>
<b>Akses global</b>	Dakwah lintas negara via platform online
<b>Segmentasi audiens</b>	Penyesuaian konten sesuai usia/segmen
<b>Interaktivitas</b>	Fitur live, komentar, dan Q&A
<b>Kreativitas media</b>	Pemanfaatan video pendek, animasi, infografis
<b>Kolaborasi</b>	Kerja sama antar lembaga dakwah internasional

Maka dari itu dengan memanfaatkan teknologi digital secara optimal, penyiaran Islam dapat mengubah tantangan post-truth menjadi peluang strategis. Dakwah Islam dapat hadir dengan format yang lebih menarik, relevan, dan interaktif tanpa harus kehilangan substansi kebenaran. Peluang ini menunjukkan bahwa meskipun post-truth penuh risiko, ia juga menghadirkan ruang kreatif yang belum pernah ada sebelumnya bagi dakwah Islam. Hal ini menegaskan bahwa era post-truth bukan semata ancaman, tetapi juga momentum untuk memperkuat komunikasi penyiaran Islam.

### **Strategi Komunikasi Penyiaran Islam yang Adaptif**

Salah satu strategi adaptif yang direkomendasikan dari penelitian ini adalah penggunaan bahasa komunikasi yang sederhana, emosional, namun tetap substansial. Penyiaran Islam perlu menyesuaikan gaya bahasanya agar lebih dekat dengan audiens modern yang terbiasa dengan komunikasi cepat dan ringan. Namun, kesederhanaan bahasa tidak boleh mengorbankan kebenaran substansi. Strategi ini penting agar dakwah tetap menarik di era post-truth tanpa kehilangan nilai dasar Islam (Maulana; 2024).

Strategi lain adalah pemanfaatan teori agenda setting dalam penyiaran Islam. Media dakwah perlu menetapkan isu-isu prioritas yang dianggap penting, seperti toleransi, persatuan, dan literasi digital. Dengan menetapkan agenda, dakwah Islam dapat mengarahkan perhatian publik pada isu-isu yang lebih konstruktif daripada terjebak pada narasi palsu yang penuh konflik. Hal ini sejalan dengan prinsip Islam yang mendorong penyebaran pesan kebaikan dan menjauhi fitnah (Ulyan; 2023).

Penyiaran Islam juga perlu memanfaatkan teknologi visual dan audio modern untuk memperkuat daya tarik pesan dakwah. Penggunaan infografis, animasi, dan video pendek dapat membantu menjelaskan konsep-konsep Islam dengan cara yang lebih mudah dipahami. Strategi ini penting agar pesan dakwah dapat bersaing dengan konten populer lainnya di media sosial. Dalam konteks post-truth, teknologi visual yang kreatif juga dapat membantu melawan dominasi konten palsu yang sering kali lebih menarik secara emosional (Rejeki et al; 2024).

Selain kreativitas, strategi adaptif juga mencakup peningkatan kecepatan respons terhadap isu-isu aktual. Dakwah Islam perlu hadir dengan klarifikasi yang cepat ketika muncul hoaks atau disinformasi keagamaan. Respons cepat akan meningkatkan kepercayaan publik terhadap otoritas dakwah. Dalam era post-truth, keterlambatan respons dapat membuat hoaks menyebar luas dan sulit dilawan. Oleh karena itu, penyiaran Islam perlu membangun sistem monitoring informasi yang efektif untuk merespons isu dengan segera (Rachmawati; 2023).

Adapun sebagai kesimpulan dari strategi yang dapat dilakukan agar lebih adaptif dan mampu mengikuti perkembangan zaman yang demikian terus mendorong perkembangan teknologi khususnya media adalah sebagai berikut :

Table 3. Strategi Adaptif Dakwah Menggunakan Media

Strategi	Implementasi
<b>Bahasa sederhana namun substansial</b>	Menggunakan gaya tutur ringan tanpa mengurangi isi
<b>Agenda setting</b>	Menonjolkan isu persatuan, toleransi, dan literasi digital
<b>Teknologi visual &amp; audio</b>	Infografis, podcast, animasi edukatif
<b>Respons cepat</b>	Tim monitoring isu untuk klarifikasi hoaks
<b>Kolaborasi</b>	Dai bermitra dengan pakar IT & komunikasi

Akhirnya, strategi adaptif juga harus memasukkan aspek kolaborasi dengan pakar teknologi dan komunikasi. Penyiaran Islam tidak dapat berjalan sendiri dalam menghadapi tantangan post-truth, melainkan harus menggandeng berbagai pihak untuk membangun ekosistem dakwah digital yang kuat. Kolaborasi ini mencakup pengembangan aplikasi dakwah, sistem verifikasi konten, serta pelatihan literasi media bagi dai dan masyarakat. Strategi kolaboratif ini menjadi kunci agar dakwah Islam dapat bertahan sekaligus berkembang di era post-truth.

### Peran Literasi Media dalam Dakwah

Literasi media adalah salah satu fondasi penting untuk memperkuat dakwah Islam di era post-truth. Literasi media membantu masyarakat memahami cara kerja media, membedakan fakta dari opini, serta memverifikasi kebenaran informasi. Dalam konteks penyiaran Islam, literasi media tidak hanya mendukung audiens, tetapi juga memperkuat posisi dai sebagai komunikator yang kredibel. Dengan literasi yang baik, audiens tidak akan mudah terjebak dalam arus informasi palsu yang menyesatkan (Ardina Rasiani et al; 2025).

Literasi media juga penting untuk membangun kesadaran kritis masyarakat dalam menghadapi fenomena hoaks keagamaan. Masyarakat yang memiliki keterampilan literasi digital akan lebih hati-hati sebelum mempercayai dan menyebarkan informasi. Hal ini akan memperkecil ruang gerak disinformasi di ruang publik. Oleh karena itu, penyiaran Islam perlu menyisipkan materi literasi media dalam program dakwahnya. Dakwah tidak hanya menyampaikan ajaran agama, tetapi juga membekali umat dengan keterampilan menghadapi tantangan informasi modern (Wahyuningsih, Hakki, and Susanti; 2025).

Selain bagi audiens, literasi media juga penting bagi para dai itu sendiri. Dai yang memahami literasi digital akan lebih bijak dalam memilih platform, format, dan gaya komunikasi yang sesuai dengan karakter audiens. Mereka juga lebih mampu mengenali potensi manipulasi informasi dan mengantisipasinya. Dengan demikian, literasi media menjadi bekal ganda: pertama untuk memperkuat audiens, dan kedua untuk meningkatkan profesionalisme para dai dalam berdakwah di era digital (Collins et al; 2021).

Dengan memperkuat literasi media, penyiaran Islam dapat berfungsi ganda, sebagai sarana penyampaian pesan keagamaan sekaligus sebagai agen edukasi digital. Fungsi ganda ini sangat penting di era post-truth, karena dakwah tidak bisa dilepaskan dari dinamika media. Dengan literasi media yang baik, dakwah Islam dapat berperan sebagai filter nilai yang melindungi masyarakat dari jebakan informasi palsu. Oleh karena itu, literasi media harus menjadi prioritas dalam strategi komunikasi penyiaran Islam.

### **Implikasi Akademik dan Praktis**

Dari sisi akademik, penelitian ini memberikan kontribusi penting dengan mengintegrasikan fenomena post-truth ke dalam kajian komunikasi penyiaran Islam. Sebelumnya, kajian dakwah cenderung terpisah dari isu kontemporer dalam media dan komunikasi. Dengan penelitian ini, wacana dakwah Islam diperkaya dengan perspektif baru yang relevan dengan tantangan global. Implikasi akademik ini mendorong pengembangan teori dakwah yang lebih kontekstual dan responsif terhadap perubahan zaman (Thadi and Mukhlizar; 2021).

Dari sisi praktis, penelitian ini memberikan rekomendasi konkret bagi para dai, lembaga dakwah, dan pengelola media Islam. Rekomendasi tersebut mencakup penggunaan strategi komunikasi adaptif, pemanfaatan teknologi digital, peningkatan literasi media, serta kolaborasi lintas sektor. Dengan menerapkan rekomendasi ini, dakwah Islam dapat lebih efektif menjawab tantangan post-truth sekaligus memanfaatkan peluang digital. Implikasi praktis ini sangat relevan bagi para praktisi yang ingin menjaga relevansi dakwah di era modern.

Akhirnya, penelitian ini menegaskan bahwa tantangan post-truth tidak boleh dianggap sebagai ancaman semata, tetapi juga sebagai peluang strategis. Dakwah Islam dapat tetap bertahan bahkan berkembang jika mampu menyesuaikan diri dengan dinamika informasi modern. Dengan mengintegrasikan strategi adaptif, literasi media, dan teknologi digital, komunikasi penyiaran Islam dapat menjadi kekuatan yang membimbing umat di tengah derasnyanya arus informasi palsu. Oleh karena itu, implikasi penelitian ini adalah pentingnya kolaborasi antara akademisi dan praktisi untuk memastikan bahwa dakwah Islam tetap menjadi cahaya kebenaran di era post-truth.

### **KESIMPULAN**

Penelitian kepustakaan ini menegaskan bahwa fenomena post-truth telah mengubah secara signifikan lanskap komunikasi, termasuk dalam penyiaran dakwah Islam. Realitas sosial yang lebih menekankan pada opini emosional dibandingkan fakta objektif menyebabkan pesan dakwah sering kali terpinggirkan oleh narasi sensasional. Tantangan yang diidentifikasi meliputi bias konfirmasi, polarisasi algoritma media sosial, degradasi otoritas keagamaan, serta derasnyanya arus disinformasi digital yang berwujud hoaks dan manipulasi konten. Fakta-fakta ini memperlihatkan bahwa dakwah Islam tidak lagi bisa disampaikan dengan cara

konvensional, melainkan membutuhkan strategi komunikasi yang relevan dengan kondisi audiens di era post-truth. Metode penelitian yang digunakan, yaitu kajian kepustakaan dengan analisis isi, memungkinkan peneliti untuk mengompilasi berbagai literatur yang membahas komunikasi penyiaran Islam, fenomena post-truth, dan pesan dakwah. Dari metode ini diperoleh pemahaman bahwa masalah utama dakwah di era post-truth bukan sekadar soal kompetisi dengan informasi palsu, tetapi juga terkait perilaku konsumsi informasi masyarakat yang cenderung emosional. Oleh karena itu, penelitian ini menekankan pentingnya penyiaran Islam untuk mengintegrasikan pendekatan komunikasi kontemporer dengan nilai-nilai Islam, sehingga dakwah tetap otentik namun sekaligus adaptif terhadap perubahan zaman.

Hasil dan pembahasan memperlihatkan dua sisi utama: tantangan dan peluang. Tantangan mencakup derasnya disinformasi digital, banjir informasi, serta rendahnya literasi media umat. Namun, di sisi lain, perkembangan teknologi digital juga membuka peluang besar bagi dakwah Islam untuk menjangkau audiens lebih luas, menyajikan konten yang lebih kreatif, dan membangun interaksi yang lebih partisipatif. Era post-truth memang berisiko, tetapi juga menyediakan ruang baru bagi dakwah Islam untuk menunjukkan relevansi dan daya tahannya. Dengan memanfaatkan peluang ini, dakwah Islam dapat mengimbangi bahkan melampaui narasi palsu yang berkembang. Strategi yang direkomendasikan penelitian ini adalah mengedepankan komunikasi adaptif yang menggabungkan kesederhanaan bahasa, kekuatan retorika, pemanfaatan teknologi visual, serta kecepatan respons terhadap isu-isu aktual. Selain itu, literasi media harus dijadikan pilar utama dalam dakwah, baik untuk audiens maupun dai itu sendiri. Literasi media berfungsi sebagai filter agar masyarakat tidak mudah terjebak pada informasi palsu, sekaligus membekali dai dengan kemampuan profesional dalam mengelola konten digital. Dengan strategi ini, penyiaran Islam dapat meneguhkan posisinya sebagai media pencerahan dan pembimbing masyarakat di tengah derasnya arus post-truth.

Sebagai penutup, penelitian ini memberikan kontribusi teoretis dan praktis yang signifikan. Secara teoretis, penelitian ini memperluas literatur komunikasi penyiaran Islam dengan memasukkan perspektif post-truth sebagai variabel penting dalam kajian dakwah kontemporer. Secara praktis, penelitian ini memberikan pedoman strategis bagi dai, lembaga dakwah, dan pengelola media Islam untuk lebih kreatif, inovatif, dan literatif dalam menyampaikan pesan kebenaran. Kesimpulan utama yang dapat ditarik adalah bahwa era post-truth tidak boleh dipandang hanya sebagai ancaman, melainkan juga sebagai peluang strategis untuk memperkuat dakwah Islam. Dengan komunikasi yang adaptif, literasi media yang kokoh, serta kolaborasi antar pemangku kepentingan, dakwah Islam akan tetap mampu memberikan cahaya kebenaran bagi umat di tengah derasnya arus informasi yang bias.

## REFERENSI

- 'Ulyan, Mohammad. 2023. "Digital Da'wah and Religious Authority: A Narrative Review of Islamic Preaching in the Social Media Era." *Sinergi International Journal of Islamic Studies* 1(3): 100–113. doi:10.61194/ijis.v1i3.591.
- Abu Amar Bustomi, Agus Sholahuddin, Tommy Hariyanto, Suadi, and Abdur Rofik. 2023. "Anti Hoax and Media Literacy in Pesantren in the Post-Truth Era." *International Journal of Humanities Technology and Civilization* 8(2): 99–108. doi:10.15282/ijhtc.v8i2.9859.
- Agustina, Isna Fitria, Zezen Zainul Ali, Sakirman, Helena Octavianne, and Muhammad Jamal. 2023. "Political Hoaxes in the Post-Truth Era: An Islamic Political Analysis." *Al-Istinbath: Jurnal Hukum Islam* 8(2): 645–66. doi:10.29240/jhi.v8i2.8457.
- Ali, Ayesha, and Ihsan Ayyub Qazi. 2022. "Digital Literacy and Vulnerability to Misinformation." *Journal of Quantitative Description: Digital Media* 2: 1–38. doi:10.51685/jqd.2022.025.
- Ardina Rasiani, Herlini Puspika Sari, Erna Wilis, and Urai Setiawarni. 2025. "Pendidikan Islam Di Era Post-Truth: Tantangan Dan Strategi Literasi Media Bagi Generasi Muda." *Jurnal IHSAN Jurnal Pendidikan Islam* 3(2): 381–90. doi:10.61104/ihsan.v3i2.947.
- Beaupre, Claude. 2025. "Post-Truth Politics vs. Newspaper Coverage: The COVID-19 Pandemic and Transnational Human Migration in Canada, the United States and the United Kingdom." *Frontiers in Political Science* 7(July): 1–16. doi:10.3389/fpos.2025.1419217.
- Chalim, Abdul, St. Rahmah, Randi Rudiana, and Jasafat Jasafat. 2025. "Digital Da'wah: Effective Strategies in Spreading Islam through Social Media." *Journal of Noesantara Islamic Studies* 2(1): 33–42. doi:10.70177/jnis.v2i1.1844.
- Collins, Sean P, Alan Storrow, Dandan Liu, Cathy A Jenkins, Karen F Miller, Christy Kampe, and Javed Butler. 2021. "No Title 濟無No Title No Title No Title." : 167–86.
- Fauzi. 2023. "Strategi Dakwah Di Era Digital Dalam Meningkatkan Pemahaman Agama Islam." *Liwaul Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah dan Masyarakat Islam* 13(1): 35–55. doi:10.47766/liwauldakwah.v13i1.2433.
- Fawzi, Mahmoud, Björn Ross, and Walid Magdy. 2025. "Fabricating Holiness: Characterizing Religious Misinformation Circulators on Arabic Social Media." <http://arxiv.org/abs/2508.07845>.
- Fitriansyah, Nuzul. 2023. "Volume 20 Nomor 1 2023 Mediating Alghorithm Mediating Da ' Wa : The New Prea Cher and Optimization of Social Media for Da ' Wa in the Case of Habib Ja ' Far." 20: 1–12.
- Hamidah, Kamilia. 2023. "Seizing Public Digital Dominance; The Phenomenon Of Mainstream Islamic Media Digital Battle." *Mu'ashir: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam* 1(1): 1–12. doi:10.35878/muashir.v1i1.749.
- Hidayat, Yogi Fery, and Nurkholis Nuri. 2024. "Transformation of Da'wah Methods

- in the Social Media Era: A Literature Review on the Digital Da'wah Approach." *IJoIS: Indonesian Journal of Islamic Studies* 4(2): 67–76. doi:10.59525/ijois.v4i2.493.
- Hosseini, Akram Sadat, and Steffen Staab. 2023. 1 ACM International Conference Proceeding Series Emotional Framing in the Spreading of False and True Claims. Association for Computing Machinery. doi:10.1145/3578503.3583611.
- Hotmian, Indra. 2024. "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Dakwah." *Qawwam : The Leader's Writing* 5(1): 7–12. doi:10.32939/qawwam.v5i1.331.
- khairunnisa, Aqodiah, Mapanyompa, Ida Astini Baiq, Ali Mustafa, Hayati Mardiyah. 2025. "Digital Da'wah Strategy in the Post-Truth Era: Responding to Misinformation with an Islamic Communication Approach." (May): 10–11.
- Lutfi, Muhammad, and Suhermanto Ja'far. 2023. "Islam, Cyberspace and Post-Truth: Epistemological Problems in the Digital Age." *Al-A'raf : Jurnal Pemikiran Islam dan Filsafat* 20(2): 261–86. doi:10.22515/ajpif.v20i2.7937.
- Mandala, Ican, Doli Witro, and Juraidi Juraidi. 2024. "Transformasi Moderasi Beragama Berbasis Digital 2024: Sebagai Bentuk Upaya Memfilter Konten Radikalisme Dan Ekstremisme Di Era Disrupsi." *Jurnal Bimas Islam* 17(1): 127–60. doi:10.37302/jbi.v17i1.1242.
- Maulana, Akbar. 2024. "Digitalisasi Dakwah Tiktok Era Modern Pada Akun Tiktok Husein Basyaiban (@Basyasman00)." *Mudabbir: Jurnal Manajemen Dakwah* 5(1): 1–10. doi:10.20414/mudabbir.v5i1.4890.
- Munabiah Lestari, Munabiah, and Musfiah Saidah. 2023. "Penanganan Hoaks Keagamaan Di Sosial Media Melalui Literasi Digital Milenial." *Meyarsa: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Dakwah* 4(1): 68–94. doi:10.19105/meyarsa.v4i1.6764.
- Munusamy, Shalini, Kalaivanan Syasyila, Azahah Abu Hassan Shaari, Muhammad Adnan Pitchan, Mohammad Rahim Kamaluddin, and Ratna Jatnika. 2024. "Psychological Factors Contributing to the Creation and Dissemination of Fake News among Social Media Users: A Systematic Review." *BMC Psychology* 12(1). doi:10.1186/s40359-024-02129-2.
- Murniati. 2025. "Abstrak Pendahuluan Metodologi." 1(1): 26–33.
- Naila, Tsania Mishbahun, and Primi Rohimi. 2024. "Digital Da'wah: The Role of Youtube in Enhancing Religious Literacy among Nahdlatul Ulama Youth." *Jurnal Fuaduna : Jurnal Kajian Keagamaan dan Kemasyarakatan* 8(2): 137–49. doi:10.30983/fuaduna.v8i2.9028.
- Naufal Taufikul Hakim Azhar, Moch Hakim Ibnu Ramadhan, Muhammad Fahmi Fathurrahman, and Nurti Budiyanti. 2024. "Islam Dan Dakwah Di Dunia Maya Peluang Dan Resiko Di Era Digital." *Indonesian Gender and Society Journal* 5(1): 1–7. doi:10.23887/igsj.v5i1.90254.
- Praselanova, Reiza, and Quiz Al Qurny. 2025. "Optimalisasi Media Sosial Sebagai Sarana Dakwah Interaktif Di Ma' Had Aly Ilmu Yaqin Makassar." 01(01): 9–17.
- Putra, N Doni Dwi, Sinta Sania, and Abdullah Mitrin. 2024. "Pengaruh Deepfake Terhadap Kredibilitas Media Tradisional: Tantangan Dan Implikasi Di Era

- Digital." *SAGARA KOMUNIKA: Communication* 1(1): 13–18.
- Putri Handayani, Elvina Irma Yanti, Asma Yuleha, Safira Sammah, and Muhammad Saleh. 2025. "Strategi Komunikasi Dakwah Kolaboratif Di Era Digital : Studi Kasus Kolaborasi Influencer Muslim Dan Lembaga Keislaman." *Populer: Jurnal Penelitian Mahasiswa* 4(1): 25–37. doi:10.58192/populer.v4i1.2938.
- Rachmawati, SNurkarimah Qodarotin R.S. Farida. 2023. "Pemetaan Hoaks Keagamaan Di Media." *Mu'ashir: Jurnal Dakwah & Komunikasi Islam* 1(2): 185–216.
- Rejeki, A S, M A K Prayoga, M A Al-Fauzan, and ... 2024. "Dakwah Video Pendek: Sebuah Analisis Peranan Dakwah Digital Terhadap Pemahaman Nilai-Nilai Islam Bagi Gen Z." *Relinesia: Jurnal Kajian Agama dan Multikulturalisme Indonesia* 3(2): 27–32. <https://www.jurnal.anfa.co.id/index.php/relinesia/article/view/1866%0Ahttps://www.jurnal.anfa.co.id/index.php/relinesia/article/download/1866/1728>.
- Rifka Alkhilyatul Ma' rifat, I Made Suraharta, Iryanto Irvan Jaya. 2024. "No Title 濟無No Title No Title No Title." 2(02): 306-12.
- Setia, Paelani, and Rika Dilawati. 2024. "Religiosity in the Digital Era and the Challenges of Hoaxes, Post-Truth and Radicalism on Social Media." *Jurnal Iman dan Spiritualitas* 4(1): 67–76. doi:10.15575/jis.v4i1.33230.
- Sui, Mingxiao, Ian Hawkins, and Rui Wang. 2023. "When Falsehood Wins? Varied Effects of Sensational Elements on Users' Engagement with Real and Fake Posts." *Computers in Human Behavior* 142(October 2022): 107654. doi:10.1016/j.chb.2023.107654.
- Sundari, Siti, Wahyu Hidayat, Rachmat Rifky Septian, and Hairiyanto. 2025. "Literasi Keagamaan Di Era Informasi : Tantangan Dan Peran Pendidikan Agama Islam Dalam Menyaring Hoaks Dan Misinformasi." *Akademika:Jurnal Keagamaan dan Pendidikan* 21(1): 38–50.
- Talukder, Md Ishtiaq Ahmed, and Mahabubur Rahaman. 2023. "The Role of Social Media and Confirmation Bias in Victimization: Information Consumption and Opinion Polarization." *International Journal of Emerging Trends in Social Sciences* 15(2): 53–67. doi:10.55217/103.v15i2.714.
- Thadi, R, and M Mukhlizar. 2021. "Literasi Dakwah Di Era Post Truth." *JOISCOM (Journal of Islamic Communication)* 2(1): 31–38.
- Truth, Post-, and Epistemological-ethical Vision. 2024. "J u r n a l I l m u – I l m u K e i s l a m a N." 195: 162–95.
- Wahyuningsih, Fitri, Saddam Hakki, and Riri Susanti. 2025. "Preaching Through Social Media in Islamic Religious Education : Analysis of Effectiveness and Challenges in Increasing Religious Awareness." 2(9): 400–410.
- Zamzami, Alza Nabel, Dely Tresia Putri, and Mahfud Junaedi. 2024. "The Islamic Religious Education in the Post-Truth Era." *The Future of Education Journal* 3(5): Page. <https://journal.tofedu.or.id/index.php/journal/index>.