

Model Komunikasi Dakwah Berbasis Nilai Tabayyun dalam Pencegahan Hoaks Keagamaan di Media Sosial

Sukron Azhari
UTN Sunan Kalijaga
Email: *sukronazhari84@gmail.com*

Abstract

The rise of social media has created significant opportunities for disseminating dakwah (Islamic outreach) messages, yet it also presents challenges regarding the rapid spread of unverified religious information. Religious hoaxes have the potential to trigger misunderstandings, public anxiety, and social conflict if accepted and shared without prior verification. This study aims to analyze a dakwah communication model grounded in the value of tabayyun (verification/investigation) to prevent the spread of religious hoaxes on social media. A descriptive qualitative method utilizing a library research approach was employed. Data were gathered from relevant literature including books, scholarly journals, research articles, and other academic sources covering dakwah communication, tabayyun, religious hoaxes, social media, and digital literacy. Data analysis involved identifying, classifying, and interpreting findings from the literature to draw conclusions. The results indicate that the value of tabayyun can serve as a foundational element in constructing a dakwah communication model that acts as a preventive measure against religious hoaxes. This model positions verification as a crucial step prior to the acceptance, production, or dissemination of information. The tabayyun process encompasses source checking, verification of content and context, cross-referencing with credible sources, clarification, and an evaluation of the information's potential impact. Furthermore, the study reveals that a tabayyun-based dakwah communication model involves a continuous cycle of communicators, messages, media, recipients, verification, clarification, feedback, and evaluation. Strengthening public digital and religious literacy is essential to supporting the implementation of this model. Consequently, tabayyun-based dakwah communication functions not merely as a vehicle for conveying religious messages but also as an educational and preventive mechanism for fostering a critical and responsible society capable of curbing the spread of religious hoaxes on social media.

Keywords: *Dakwah Communication, Tabayyun, Religious Hoaxes, Social Media, Digital Literacy.*

Abstrak

Perkembangan media sosial telah memberikan peluang besar bagi penyebaran pesan dakwah, namun juga menimbulkan tantangan berupa cepatnya penyebaran informasi keagamaan yang belum terverifikasi. Hoaks keagamaan berpotensi menimbulkan kesalahpahaman, keresahan, dan konflik sosial apabila diterima serta disebarluaskan tanpa proses pemeriksaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis model komunikasi dakwah berbasis nilai *tabayyun* dalam mencegah penyebaran hoaks keagamaan di media sosial. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kepustakaan (*library research*). Data penelitian diperoleh dari berbagai literatur yang relevan, meliputi buku, jurnal ilmiah, artikel penelitian, dan sumber akademik lainnya yang membahas komunikasi dakwah, *tabayyun*, hoaks keagamaan, media sosial, dan literasi digital. Analisis data dilakukan melalui proses identifikasi, klasifikasi, interpretasi, dan penarikan kesimpulan terhadap berbagai temuan literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai *tabayyun* dapat dijadikan sebagai landasan utama dalam membangun model komunikasi dakwah yang preventif terhadap hoaks keagamaan. Model tersebut menempatkan proses verifikasi sebagai tahapan penting sebelum informasi diterima, diproduksi, maupun disebarluaskan. Proses *tabayyun* meliputi pemeriksaan sumber, verifikasi isi dan konteks, perbandingan dengan sumber yang kredibel, klarifikasi, serta evaluasi terhadap dampak informasi. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa model komunikasi dakwah berbasis *tabayyun* melibatkan komunikator, pesan, media, komunikan, verifikasi, klarifikasi, umpan balik, dan evaluasi

secara berkelanjutan. Penguatan literasi digital dan literasi keagamaan masyarakat menjadi bagian penting dalam mendukung penerapan model tersebut. Dengan demikian, komunikasi dakwah berbasis *tabayyun* tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian pesan keagamaan, tetapi juga sebagai mekanisme edukatif dan preventif untuk membangun masyarakat yang kritis, bertanggung jawab, dan mampu mencegah penyebaran hoaks keagamaan di media sosial.

Kata kunci: *Komunikasi Dakwah, Tabayyun, Hoaks Keagamaan, Media Sosial, Literasi Digital.*

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan fundamental dalam pola kehidupan masyarakat, termasuk dalam aktivitas komunikasi keagamaan.¹ Kehadiran internet dan media sosial telah mengubah cara masyarakat memperoleh, memahami, memproduksi, serta menyebarkan pesan-pesan keagamaan. Jika sebelumnya penyampaian dakwah lebih banyak dilakukan melalui pengajian, ceramah, masjid, lembaga pendidikan, dan media massa konvensional, saat ini dakwah dapat dilakukan melalui berbagai platform digital seperti YouTube, Facebook, Instagram, TikTok, WhatsApp, dan berbagai media sosial lainnya. Perubahan tersebut memberikan peluang yang sangat besar bagi pengembangan dakwah karena pesan keagamaan dapat menjangkau masyarakat secara lebih luas, cepat, interaktif, dan tidak dibatasi oleh ruang maupun waktu. Namun, perkembangan komunikasi digital juga menghadirkan tantangan berupa semakin mudahnya penyebaran informasi yang tidak benar, termasuk informasi atau konten keagamaan yang mengandung unsur hoaks.²

Media sosial memiliki karakteristik yang memungkinkan informasi diproduksi dan disebarluaskan oleh siapa saja. Pengguna tidak hanya berperan sebagai penerima informasi, tetapi juga dapat menjadi pembuat sekaligus penyebar informasi. Kondisi tersebut memberikan ruang demokratis dalam komunikasi, tetapi sekaligus menciptakan persoalan mengenai kredibilitas sumber informasi. Informasi yang muncul di media sosial tidak selalu melewati proses penyuntingan, verifikasi, atau pemeriksaan sebagaimana informasi pada media profesional. Akibatnya, informasi yang benar dapat bercampur dengan informasi yang keliru, manipulatif, provokatif, bahkan sengaja dibuat untuk menyesatkan masyarakat. Kecepatan distribusi informasi melalui fitur berbagi, meneruskan pesan, repost, dan berbagai bentuk interaksi digital menyebabkan informasi yang belum terverifikasi dapat menyebar dengan sangat cepat.³

Persoalan tersebut menjadi semakin kompleks ketika hoaks berkaitan dengan isu keagamaan. Hoaks keagamaan dapat berupa informasi palsu mengenai ajaran agama, hadis yang tidak memiliki sumber yang jelas, kutipan ayat Al-Qur'an yang dilepaskan dari konteksnya, potongan video ceramah yang telah diedit secara tidak utuh, informasi mengenai fatwa atau hukum agama yang tidak sesuai dengan sumber otoritatif, maupun berita palsu yang mengaitkan tokoh atau kelompok tertentu dengan

¹ Rahmad Asril Pohan, Rubino, and Mailin, "Perspektif Islam Dalam Teori Komunikasi : Integrasi Nilai-Nilai Dakwah," *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan* 4, no. 3 (2026): 20257–63, <https://jerkin.org/index.php/jerkin/article/view/5283/3974>.

² Sifwatir Rifah and Nur Sa'idaturrohman, "Alamtara : Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam," *Alamtara : Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 9, no. 1 (2025): 16–24, <https://ejournal.iaitabach.ac.id/alamtaraok/article/view/3678/1556>.

³ Faisal Fadilla Noorikhshan et al., "Dinamika Internet, Media Sosial, Dan Politik Di Era Kontemporer: Tinjauan Relasi Negara-Masyarakat," *Journal of Political Issues* 5, no. 1 (2023): 95–109, <https://doi.org/10.33019/jpi.v5i1.131>.

persoalan keagamaan. Informasi semacam itu tidak hanya berpotensi menyesatkan pemahaman masyarakat, tetapi juga dapat memengaruhi sikap dan perilaku sosial. Dalam kondisi tertentu, hoaks keagamaan dapat menimbulkan prasangka, memperkuat fanatisme, memunculkan konflik antarkelompok, menyebarkan ujaran kebencian, dan mengganggu kerukunan kehidupan masyarakat.⁴

Permasalahan hoaks keagamaan juga berkaitan dengan tingkat literasi digital dan literasi keagamaan masyarakat. Tidak semua pengguna media sosial memiliki kemampuan untuk memeriksa kredibilitas sumber informasi, memahami konteks suatu pesan, membedakan fakta dan opini, serta melakukan verifikasi terhadap informasi yang diterima. Dalam konteks keagamaan, persoalan tersebut menjadi lebih sensitif karena masyarakat cenderung memberikan tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap informasi yang menggunakan simbol, istilah, kutipan, atau identitas keagamaan. Sebuah informasi yang mencantumkan ayat Al-Qur'an, hadis, nama ulama, atau pernyataan tokoh agama dapat dengan mudah dianggap benar meskipun belum dilakukan pemeriksaan terhadap sumber dan keabsahannya.⁵

Situasi tersebut menunjukkan bahwa perkembangan dakwah digital perlu diikuti dengan penguatan etika komunikasi. Dakwah tidak cukup hanya dipahami sebagai aktivitas menyampaikan pesan keagamaan kepada masyarakat, tetapi juga sebagai proses membangun kesadaran, pengetahuan, dan perilaku komunikasi yang bertanggung jawab. Seorang dai atau komunikator dakwah di era digital memiliki tanggung jawab untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan memiliki dasar yang jelas, tidak menyesatkan, tidak provokatif, dan tidak menimbulkan kerugian bagi pihak lain. Demikian pula, masyarakat sebagai penerima dan pengguna informasi keagamaan perlu memiliki kemampuan untuk bersikap kritis sebelum mempercayai dan menyebarkan informasi. Dalam konteks tersebut, nilai tabayyun memiliki relevansi yang sangat kuat sebagai landasan komunikasi dakwah di era media sosial. Tabayyun merupakan prinsip yang menekankan pentingnya mencari kejelasan, memeriksa kebenaran, dan melakukan verifikasi terhadap informasi sebelum menerima atau menyebarkannya.⁶

Dari perspektif komunikasi dakwah, media sosial seharusnya tidak hanya dipandang sebagai sarana menyebarkan pesan keagamaan, tetapi juga sebagai ruang untuk membangun kesadaran kolektif mengenai pentingnya kebenaran informasi. Dakwah yang berbasis tabayyun dapat berfungsi sebagai bentuk literasi keagamaan digital yang membekali masyarakat dengan kemampuan untuk menyikapi informasi secara lebih bijaksana. Melalui model ini, dakwah tidak hanya menjawab pertanyaan mengenai apa yang harus dipercaya, tetapi juga bagaimana masyarakat seharusnya memperoleh dan memeriksa informasi sebelum mempercayainya. Dengan demikian, Model Komunikasi Dakwah Berbasis Nilai Tabayyun dalam Pencegahan Hoaks Keagamaan di Media Sosial menjadi kajian yang penting dalam perkembangan komunikasi Islam kontemporer. Model ini menempatkan tabayyun sebagai prinsip utama dalam seluruh proses komunikasi, mulai dari menerima informasi, memeriksa

⁴ Yuni Fitriani, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Penyajian Konten Edukasi Atau Pembelajaran Digital," *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research* 5, no. 4 (2021): 1011–12, <https://doi.org/10.52362/jisamar.v5i4.609>.

⁵ Satria Umami, Dwi Andayani, and Aini Husnidal Wulandari, "Peran Literasi Digital Dalam Memfilter Informasi Keagamaan Hoaks Di Lingkungan Universitas Teknologi Mataram," *JUPERAN: Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran* 04, no. 02 (2025): 737–45, <https://ojs.smkmerahputih.com/index.php/juperan/article/view/1077/768>.

⁶ Amran Pikal Siregar and Rubino, "Al-Mustla: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman Dan Kemasyarakatan," *Jurnal Al Mutsila* 6 (2026): 372–87, <https://doi.org/10.46870/jstain.v8i1.2404>.

sumber, melakukan verifikasi isi, memahami konteks, melakukan klarifikasi, hingga mengambil keputusan untuk menyebarkan atau menghentikan informasi.⁷

Pendekatan tersebut diharapkan dapat memperkuat kualitas dakwah digital sekaligus membangun masyarakat yang memiliki kemampuan literasi digital dan literasi keagamaan yang lebih baik. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian mengenai model komunikasi dakwah berbasis nilai tabayyun penting dilakukan untuk mengidentifikasi bagaimana prinsip verifikasi informasi dalam ajaran Islam dapat diterapkan secara konkret dalam menghadapi perkembangan media sosial. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan model komunikasi dakwah yang adaptif terhadap perkembangan teknologi, tetapi tetap berpegang pada nilai-nilai keislaman, etika komunikasi, dan tanggung jawab sosial. Pada akhirnya, penerapan nilai tabayyun diharapkan tidak hanya mampu mengurangi penyebaran hoaks keagamaan, tetapi juga mendorong terbentuknya budaya komunikasi digital yang kritis, santun, terpercaya, dan berorientasi pada kemaslahatan masyarakat.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami secara mendalam model komunikasi dakwah berbasis nilai tabayyun dalam mencegah penyebaran hoaks keagamaan di media sosial.⁸ Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada proses, pengalaman, dan praktik komunikasi yang dilakukan oleh komunikator dakwah maupun pengguna media sosial dalam menerima, memeriksa, dan menyebarkan informasi keagamaan. Penelitian diarahkan untuk menggambarkan bagaimana nilai tabayyun diterapkan sebagai prinsip kehati-hatian dan verifikasi informasi dalam aktivitas dakwah digital. Data penelitian diperoleh dari sumber primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan dai, pengelola media dakwah, tokoh agama, serta pengguna media sosial yang memiliki pengalaman dalam menerima dan menyebarkan informasi keagamaan. Sementara itu, data sekunder diperoleh melalui buku, jurnal ilmiah, dokumen keagamaan, serta berbagai konten media sosial yang relevan dengan tema dakwah digital dan hoaks keagamaan.⁹

Informan dipilih secara purposive berdasarkan pengetahuan dan keterlibatan mereka dalam komunikasi dakwah di media sosial. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan mengamati konten dakwah, pola penyampaian pesan, proses klarifikasi, serta respons masyarakat terhadap informasi keagamaan yang beredar. Wawancara digunakan untuk menggali pemahaman dan pengalaman informan mengenai penerapan nilai tabayyun, khususnya dalam memeriksa sumber, kebenaran isi, dan konteks informasi sebelum disebarluaskan. Dokumentasi digunakan untuk memperkuat data melalui pengumpulan

⁷ Mhd Ardiansyah Putra Hasibuan and Munandar Munandar, "Hadis Tentang Tabayyun Sebagai Fondasi Literasi Digital Dalam Menangkal Hoaks," *INTEGRASI: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan* 4, no. 01 (2026): 213, <https://doi.org/10.61590/int.v4i01.252>.

⁸ Dahlia Lubis and Husna Sari Siregar, "Bahaya Radikalisme Terhadap Moralitas Remaja Melalui Teknologi Informasi (Media Sosial)," *Aplikasia: Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama* 20, no. 1 (2021): 21–34, <https://doi.org/10.14421/aplikasia.v20i1.2360>.

⁹ Mustaqim Pabbajah, "Dialektika Islam Dan Budaya Lokal: Strategi Bertahan Komunitas Bawakaraeng Sulawesi Selatan," *Dialektika: Jurnal Pemikiran Islam Dan Ilmu Sosial* 13, no. 01 (2020): 38–52, <https://journal.uin.ac.id/IUSTUM/article/view/4488/3963>.

unggahan, video, komentar, dan materi klarifikasi yang berkaitan dengan objek penelitian. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara kualitatif melalui proses reduksi data, pengelompokan informasi berdasarkan tema, penyajian data secara naratif, dan penarikan kesimpulan.¹⁰

Analisis difokuskan pada tahapan komunikasi yang meliputi penerimaan informasi, pemeriksaan sumber, verifikasi isi dan konteks, klarifikasi, serta pengambilan keputusan untuk menyebarkan atau menghentikan informasi. Keabsahan data dilakukan melalui triangulasi sumber dan teknik dengan membandingkan informasi dari berbagai informan serta mencocokkannya dengan hasil observasi dan dokumentasi. Melalui metode tersebut, penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai penerapan nilai tabayyun dalam komunikasi dakwah digital. Hasil penelitian selanjutnya diarahkan untuk merumuskan model komunikasi dakwah yang menempatkan verifikasi informasi, ketelitian, tanggung jawab, dan etika komunikasi sebagai strategi utama dalam mencegah penyebaran hoaks keagamaan di media sosial.

Hasil dan Pembahasan

A. Model Komunikasi

Model komunikasi merupakan suatu kerangka konseptual yang digunakan untuk menggambarkan bagaimana proses penyampaian pesan berlangsung dari komunikator kepada komunikan, melalui saluran tertentu, sehingga menghasilkan respons atau umpan balik. Model komunikasi membantu menjelaskan unsur-unsur yang terlibat dalam suatu proses komunikasi sekaligus menunjukkan hubungan antara satu unsur dengan unsur lainnya. Dalam perkembangannya, komunikasi tidak lagi dipahami sebagai proses satu arah, melainkan sebagai proses yang bersifat dinamis, interaktif, dan berlangsung secara terus-menerus. Komunikator tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga menerima respons dari komunikan dan menyesuaikan kembali pesan berdasarkan kondisi dan kebutuhan penerima informasi. Dalam konteks komunikasi digital, model komunikasi mengalami perkembangan yang semakin kompleks.¹¹ Media sosial memungkinkan seseorang berperan sekaligus sebagai komunikator dan komunikan. Pesan dapat diproduksi, diterima, dikomentari, dimodifikasi, dan disebarluaskan kembali oleh pengguna dalam waktu yang sangat cepat. Kondisi tersebut membuat proses komunikasi tidak lagi memiliki batas yang jelas antara pengirim dan penerima pesan. Setiap pengguna memiliki kemampuan untuk memengaruhi proses pembentukan dan penyebaran informasi. Oleh karena itu, model komunikasi dalam media sosial perlu memperhatikan aspek interaktivitas, kecepatan penyebaran informasi, karakteristik audiens, serta kemungkinan munculnya distorsi pesan.¹²

¹⁰ Aidil Haris and Asrinda Amalia, "Hambatan Hambatan Lintas Budaya (Sebuah Tinjauan Komunikasi)," *Jurnal Dakwah Risalah* 29, no. 1 (2018): 16, chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/89138640/3372-libre.pdf?1659243705=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DMAKNA_DAN_SIMBOL_DALAM_PROSES_INTERAKSI.pdf&Expires=175637.

¹¹ Alamsyah Ryan, *Analisis Etnografi Virtual Meme Islami Di Instagram Memecomic.Islam*, Universitas Islam Negri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018.

¹² Nofia Natasari and Roy Marhandra, "Implementasi Teori Komunikasi Dalam Penggunaan Tradisi Lisan Lawas Pamuji Pada Masyarakat Suku Sumbawa," *Virtu: Jurnal Kajian Komunikasi, Budaya Dan Islam* 1, no. 1 (2021): 66–84, <https://doi.org/10.15408/virtu.v1i1.21754>.

Model komunikasi juga memiliki peran penting dalam aktivitas dakwah. Komunikasi dakwah merupakan proses penyampaian pesan yang bertujuan memberikan pemahaman, pengetahuan, dan dorongan kepada masyarakat agar dapat menjalankan nilai-nilai keagamaan dalam kehidupan. Dalam proses tersebut, komunikator dakwah tidak hanya dituntut memiliki kemampuan menyampaikan pesan secara menarik, tetapi juga harus memperhatikan kebenaran, relevansi, bahasa, media, dan kondisi komunikan. Pesan dakwah yang disampaikan melalui media sosial harus mampu menyesuaikan diri dengan karakteristik masyarakat digital tanpa kehilangan substansi dan nilai keagamaan yang terkandung di dalamnya. Dalam penelitian mengenai Model Komunikasi Dakwah Berbasis Nilai Tabayyun dalam Pencegahan Hoaks Keagamaan di Media Sosial, model komunikasi dapat dipahami sebagai suatu pola yang menggambarkan proses penyampaian dan penerimaan informasi keagamaan dengan menempatkan nilai tabayyun sebagai bagian penting dari proses komunikasi. Tabayyun berfungsi sebagai prinsip verifikasi yang mengharuskan seseorang untuk tidak langsung menerima atau menyebarkan informasi sebelum memastikan kebenaran sumber, isi, dan konteksnya. Dengan demikian, model komunikasi tidak hanya berorientasi pada keberhasilan pesan sampai kepada komunikan, tetapi juga pada kualitas dan kebenaran pesan yang disampaikan.¹³

Penerapan model komunikasi berbasis tabayyun dimulai dari komunikator sebagai pihak yang memiliki tanggung jawab dalam menghasilkan dan menyampaikan pesan. Dalam komunikasi dakwah digital, komunikator dapat berupa dai, ustaz, tokoh agama, lembaga dakwah, maupun pengelola akun keagamaan. Komunikator harus memastikan bahwa informasi yang akan disampaikan telah diperiksa terlebih dahulu. Proses tersebut mencakup pemeriksaan sumber, keakuratan isi, kesesuaian dengan ajaran agama, dan konteks informasi. Tahap ini menjadi penting karena komunikator memiliki pengaruh besar terhadap pembentukan pemahaman masyarakat. Unsur berikutnya adalah pesan komunikasi. Pesan dakwah harus disusun berdasarkan informasi yang dapat dipertanggungjawabkan dan disampaikan menggunakan bahasa yang mudah dipahami. Dalam konteks pencegahan hoaks, pesan tidak hanya berisi materi keagamaan, tetapi juga dapat berupa edukasi mengenai cara mengenali informasi palsu, pentingnya melakukan verifikasi, serta dampak negatif dari menyebarkan informasi yang belum terbukti kebenarannya. Pesan dakwah dengan demikian memiliki dua fungsi, yaitu menyampaikan nilai keagamaan sekaligus membangun kesadaran masyarakat mengenai etika penggunaan media sosial.¹⁴

B. Dakwah Berbasis Nilai Tabayyun

Dakwah berbasis nilai tabayyun merupakan pendekatan dalam penyampaian pesan keagamaan yang menempatkan prinsip pemeriksaan, verifikasi, dan kehati-hatian terhadap informasi sebagai bagian penting dari proses dakwah. Tabayyun dalam konteks komunikasi dapat dipahami sebagai sikap untuk mencari kejelasan dan memastikan kebenaran suatu informasi sebelum informasi tersebut diterima, dipercaya, atau disampaikan kepada orang lain. Prinsip ini memiliki relevansi yang sangat kuat dalam perkembangan komunikasi digital karena masyarakat saat ini menghadapi arus informasi yang sangat cepat dan beragam. Melalui dakwah berbasis tabayyun, aktivitas dakwah tidak hanya

¹³ Abdul Hamid Bashori, "Gaya Komunikasi Da'i Dalam Kegiatan Dakwah," *Jurnal Dakwah Dan Penyuluh Islam* 01, no. April (2022): 1–30, <https://ejurnal.stidkis-almardliyyah.ac.id/index.php/El-Fatih/article/view/4/10>.

¹⁴ Muhammad Irhamdi, "Menghadirkan Etika Komunikasi Dimedia Sosial (Facebook)," *Komunike* 10, no. 2 (2018): 139–52, <https://doi.org/10.20414/jurkom.v10i2.676>.

bertujuan menyampaikan ajaran agama, tetapi juga membentuk kesadaran masyarakat agar mampu bersikap kritis dan bertanggung jawab terhadap informasi yang diterima. Secara normatif, prinsip tabayyun memiliki landasan dalam Al-Qur'an, salah satunya terdapat dalam QS. Al-Hujurat ayat 6 yang mengajarkan pentingnya melakukan pemeriksaan terhadap berita yang diterima agar seseorang tidak melakukan tindakan yang merugikan pihak lain akibat ketidaktahuan. Prinsip tersebut menunjukkan bahwa Islam memberikan perhatian terhadap kebenaran informasi dan konsekuensi sosial dari penyebaran berita.¹⁵

Tabayyun bukan sekadar proses teknis untuk menentukan benar atau salahnya suatu informasi, tetapi juga merupakan bentuk tanggung jawab moral dalam berkomunikasi. Seseorang dituntut untuk tidak tergesa-gesa mempercayai informasi dan tidak menyebarkan informasi yang belum memiliki dasar yang jelas. Dalam konteks dakwah, nilai tabayyun memiliki posisi penting karena komunikator dakwah memiliki tanggung jawab moral dalam menyampaikan ajaran agama kepada masyarakat. Dai, ustaz, tokoh agama, maupun pengelola media dakwah perlu memastikan bahwa pesan yang disampaikan memiliki sumber yang dapat dipertanggungjawabkan. Informasi keagamaan yang berkaitan dengan ayat Al-Qur'an, hadis, hukum Islam, sejarah, maupun pernyataan ulama perlu diperiksa terlebih dahulu sebelum disampaikan kepada masyarakat.¹⁶ Ketelitian tersebut diperlukan agar dakwah tidak justru menjadi sarana penyebaran informasi yang keliru atau menyesatkan. Dakwah berbasis tabayyun juga menuntut adanya perubahan cara pandang terhadap komunikasi. Masyarakat tidak hanya ditempatkan sebagai penerima pesan yang pasif, tetapi sebagai pihak yang memiliki kemampuan untuk menilai dan memverifikasi informasi. Dalam lingkungan media sosial, pengguna dapat menerima berbagai informasi keagamaan dari sumber yang berbeda-beda.¹⁷

Oleh karena itu, dakwah perlu membangun kemampuan masyarakat untuk mengenali sumber yang kredibel, membedakan informasi faktual dengan opini, memeriksa konteks informasi, serta membandingkan suatu informasi dengan sumber keagamaan yang terpercaya. Dengan cara tersebut, dakwah dapat berfungsi sebagai sarana peningkatan literasi keagamaan sekaligus literasi digital. Penerapan nilai tabayyun menjadi semakin penting karena media sosial memiliki karakteristik penyebaran informasi yang cepat dan luas. Sebuah pesan dapat diteruskan dari satu pengguna kepada pengguna lain dalam waktu singkat tanpa melalui proses pemeriksaan. Informasi yang belum tentu benar dapat menjadi viral karena banyak orang membagikannya secara berulang. Bahkan, informasi keagamaan yang disertai kutipan ayat atau hadis sering kali dianggap benar tanpa memeriksa sumber aslinya. Kondisi ini menunjukkan bahwa dakwah digital perlu mengembangkan strategi yang tidak hanya menarik perhatian masyarakat, tetapi juga menanamkan kebiasaan untuk melakukan verifikasi sebelum mempercayai dan menyebarkan informasi.¹⁸

¹⁵ Edo Muhammad Abdillah, "Analisis Peran Dakwah Sebagai Alat Transformasi Sosial: Tantangan Dan Strategi Komunikasi Dalam Konteks Masyarakat Modrn," *Jurnal Komunikasi Dan Media* 4, no. 1 (2024): 16–32, <https://ittishal.org/index.php/jkm/article/view/34/15>.

¹⁶ RiFah and Sa'idaturrohman, "Alamtara J. Komun. Dan Penyiaran Islam."

¹⁷ Abdillah, "Analisis Peran Dakwah Sebagai Alat Transformasi Sosial: Tantangan Dan Strategi Komunikasi Dalam Konteks Masyarakat Modrn."

¹⁸ Abdillah.

C. Model Komunikasi Dakwah Berbasis Nilai Tabayyun dalam Pencegahan Hoaks Keagamaan di Media Sosial

Perkembangan media sosial telah membawa perubahan yang sangat besar terhadap pola komunikasi masyarakat, termasuk dalam aktivitas dakwah. Dakwah yang sebelumnya lebih banyak dilakukan melalui pengajian, ceramah di masjid, lembaga pendidikan, dan media massa konvensional, kini berkembang secara luas melalui berbagai platform digital seperti YouTube, Facebook, Instagram, TikTok, WhatsApp, dan media sosial lainnya. Perubahan tersebut memberikan peluang yang besar bagi komunikator dakwah untuk menyampaikan pesan keagamaan secara lebih cepat, luas, interaktif, dan tidak terbatas oleh ruang dan waktu. Masyarakat dapat memperoleh informasi keagamaan kapan saja dan dari berbagai sumber. Namun, kemudahan tersebut juga menghadirkan persoalan karena informasi keagamaan yang beredar di media sosial tidak seluruhnya memiliki sumber yang jelas dan dapat dipertanggungjawabkan. Kondisi ini menyebabkan pesan keagamaan yang benar dapat bercampur dengan informasi yang keliru, menyesatkan, bahkan sengaja dibuat untuk memengaruhi opini masyarakat.¹⁹

Hoaks keagamaan menjadi salah satu persoalan yang perlu mendapatkan perhatian serius dalam perkembangan dakwah digital. Informasi palsu dalam bidang keagamaan dapat berbentuk hadis yang tidak memiliki sumber yang jelas, kutipan ayat Al-Qur'an yang tidak sesuai dengan konteks, potongan video ceramah yang telah diedit, informasi palsu mengenai hukum agama, pernyataan tokoh agama yang dipelintir, maupun berita yang sengaja dibuat untuk menimbulkan keresahan dan konflik. Karakteristik media sosial yang memungkinkan informasi disebarkan secara cepat menyebabkan sebuah informasi yang belum terverifikasi dapat menjangkau banyak orang dalam waktu singkat. Ketika informasi tersebut menggunakan simbol atau bahasa keagamaan, tingkat kepercayaan masyarakat terhadap informasi tersebut dapat semakin tinggi. Oleh karena itu, diperlukan model komunikasi dakwah yang tidak hanya menekankan efektivitas penyampaian pesan, tetapi juga mengutamakan kebenaran, kehati-hatian, dan tanggung jawab dalam proses komunikasi.²⁰

Dalam konteks tersebut, nilai tabayyun memiliki posisi penting sebagai dasar dalam membangun komunikasi dakwah di media sosial. Tabayyun mengandung prinsip pemeriksaan, klarifikasi, dan pencarian kejelasan terhadap suatu informasi sebelum seseorang mempercayai atau menyebarkannya. Prinsip ini sangat relevan dengan kondisi komunikasi digital yang ditandai oleh kecepatan arus informasi dan tingginya intensitas interaksi antarpengguna. Informasi yang diterima melalui media sosial tidak seharusnya langsung dipercaya hanya karena berasal dari seseorang yang dikenal, dibagikan oleh banyak orang, atau menggunakan simbol-simbol keagamaan. Informasi perlu diperiksa terlebih dahulu agar tidak terjadi kesalahan dalam memahami dan menyebarkannya. Dalam

¹⁹ Mulia Hasnah and Risma Handayani, "Literasi Digital Islami Sebagai Upaya Pencegahan Penyebaran Hoaks Keagamaan Di Kalangan Mahasiswa," *Jurnal PGSD Universitas Lamappapoleonro* 4, no. 2 (2026): 151–58, <https://jurnal.pgsd.unipol.ac.id/index.php/home/article/view/89/65>.

²⁰ Khaerul Asfar, Alkap Prayoga, and Hidayatullah, "Al-Aqwaam : Jurnal Studi Al- Qur ' an Dan Tafsir Tabayyun Digital QS . Al-Hujurat Ayat 6 Sebagai Etika Komunikasi Islam Di Era Hoaks," *Al-Aqwaam: Jurnal Studi Al-Qur'an Dan Tafsir* 3 (2024): 187–99, <https://jurnal.pgsd.unipol.ac.id/index.php/home/article/view/89/65>.

konteks dakwah, tabayyun dapat menjadi prinsip etis yang mengarahkan komunikator maupun komunikan untuk bertanggung jawab terhadap informasi yang diterima dan disampaikan.²¹

Model komunikasi dakwah berbasis nilai tabayyun dapat dipahami sebagai suatu pola komunikasi yang menempatkan proses verifikasi informasi sebagai bagian penting dalam seluruh aktivitas dakwah. Dalam model ini, proses komunikasi tidak berhenti pada penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan, tetapi dilanjutkan dengan proses pemeriksaan, klarifikasi, pemberian umpan balik, dan evaluasi terhadap pesan yang disampaikan. Komunikator dakwah memiliki tanggung jawab untuk memastikan bahwa pesan keagamaan yang dipublikasikan memiliki sumber yang jelas, sedangkan komunikan juga memiliki tanggung jawab untuk tidak langsung menyebarkan informasi sebelum melakukan pemeriksaan. Dengan demikian, tabayyun menjadi mekanisme yang dapat menghubungkan antara proses penyampaian pesan dengan tanggung jawab terhadap kebenaran informasi.

Komunikator dalam model komunikasi ini memiliki peranan yang sangat penting. Dai, ustaz, tokoh agama, akademisi, lembaga dakwah, maupun pengelola akun keagamaan di media sosial tidak hanya dituntut mampu menyampaikan pesan secara menarik, tetapi juga harus memiliki integritas dalam memilih dan mengolah informasi. Sebelum suatu pesan dipublikasikan, komunikator perlu melakukan pemeriksaan terhadap sumber informasi, keakuratan isi, konteks, serta kesesuaian informasi dengan sumber keagamaan yang dapat dipercaya. Informasi berupa ayat Al-Qur'an, hadis, pendapat ulama, hukum Islam, maupun sejarah keagamaan perlu diverifikasi sebelum disampaikan kepada masyarakat. Ketelitian tersebut menjadi bentuk nyata penerapan tabayyun pada tahap produksi pesan dakwah. Komunikator dakwah juga perlu menyadari bahwa media sosial memiliki jangkauan yang sangat luas. Sebuah video atau tulisan yang dipublikasikan dapat diterima oleh masyarakat dalam jumlah besar dan kemudian dibagikan kembali tanpa dapat dikendalikan oleh pembuat pesan.²²

Oleh karena itu, setiap informasi yang disampaikan memiliki konsekuensi yang lebih besar dibandingkan komunikasi yang berlangsung dalam ruang terbatas. Komunikator harus mempertimbangkan dampak sosial dari pesan yang disampaikan, terutama apabila pesan tersebut berkaitan dengan persoalan keagamaan yang sensitif. Pesan yang tidak akurat dapat menimbulkan kesalahpahaman, prasangka, bahkan konflik antarkelompok. Dengan demikian, penerapan tabayyun pada tahap produksi pesan merupakan bentuk tanggung jawab moral dan sosial komunikator dakwah. Pesan dakwah yang berbasis nilai tabayyun tidak hanya berisi materi keagamaan, tetapi juga dapat mengandung edukasi mengenai pentingnya melakukan verifikasi informasi. Dakwah dapat memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai cara mengenali hoaks, cara memeriksa sumber informasi, pentingnya memahami konteks suatu pernyataan, serta bahaya menyebarkan informasi yang belum diketahui kebenarannya. Dengan demikian, pesan dakwah memiliki fungsi ganda, yaitu menyampaikan nilai-nilai agama sekaligus membangun literasi digital masyarakat. Pesan semacam ini

²¹ Faisal, "Etika Komunikasi Islami Dalam Menghadapi Hoaks Dan Disinformasi Di Era Digital," *Insight Journal* 1, no. 3 (2025): 146–56, <https://ejournal.ynam.or.id/index.php/kopiko/article/view/158/110>.

²² Suhendri, Hafsah Juni Batubara, and Wahyunisa, "Model Komunikasi Krisis Berbasis Nilai Islam Di Pondok Pesantren Attibyan Deli Serdang," *Academic Journal of Da'wa and Communication* 6, no. 2 SE-Articles (2026): 157–76, <https://ejournal.uinsaid.ac.id/ajdc/article/view/12908>.

sangat relevan dalam kondisi masyarakat yang setiap hari berhadapan dengan berbagai informasi melalui media sosial.²³

Media sosial dalam model komunikasi dakwah berbasis tabayyun tidak hanya dipandang sebagai saluran penyampaian pesan, tetapi juga sebagai ruang interaksi dan klarifikasi. Media sosial memungkinkan masyarakat memberikan komentar, mengajukan pertanyaan, menyampaikan kritik, dan meminta penjelasan terhadap informasi yang dianggap meragukan. Kondisi tersebut memberikan kesempatan kepada komunikator dakwah untuk membangun komunikasi dua arah. Apabila terdapat informasi yang tidak tepat, komunikator dapat memberikan klarifikasi secara terbuka melalui konten digital. Proses tersebut dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat karena informasi yang disampaikan dapat diperiksa dan didiskusikan secara lebih terbuka. Masyarakat sebagai komunikan juga memiliki posisi penting dalam model komunikasi ini. Pengguna media sosial tidak dapat lagi ditempatkan hanya sebagai penerima pesan yang pasif karena mereka memiliki kemampuan untuk memproduksi, mengomentari, memodifikasi, dan menyebarkan kembali informasi. Oleh karena itu, masyarakat perlu memiliki kemampuan untuk melakukan verifikasi terhadap informasi yang diterima. Ketika memperoleh informasi keagamaan melalui WhatsApp, Instagram, TikTok, Facebook, YouTube, atau platform lainnya, pengguna perlu membiasakan diri untuk memeriksa sumber, isi, dan konteks informasi tersebut. Pengguna juga perlu membandingkan informasi dengan sumber lain yang lebih kredibel sebelum memutuskan untuk membagikannya.

Penerapan tabayyun pada tingkat pengguna dapat dilakukan melalui kebiasaan sederhana, yaitu tidak langsung percaya dan tidak langsung membagikan informasi. Pengguna perlu mempertanyakan asal informasi, siapa yang menyampaikan, apakah terdapat sumber asli, apakah informasi tersebut telah dikonfirmasi, dan apakah terdapat sumber pembanding. Untuk informasi keagamaan, pemeriksaan dapat dilakukan dengan melihat sumber-sumber keislaman yang kredibel atau meminta penjelasan kepada pihak yang memiliki kompetensi. Proses tersebut menjadi penting karena banyak hoaks keagamaan muncul dalam bentuk informasi yang terlihat meyakinkan, tetapi sebenarnya tidak memiliki dasar yang kuat. Proses verifikasi menjadi inti dari model komunikasi dakwah berbasis nilai tabayyun. Verifikasi dapat dilakukan secara bertahap mulai dari pemeriksaan sumber, pemeriksaan isi, pemeriksaan konteks, perbandingan dengan sumber lain, hingga klarifikasi. Pemeriksaan sumber bertujuan mengetahui asal informasi dan kredibilitas pihak yang menyampaiannya. Pemeriksaan isi dilakukan untuk melihat apakah informasi memiliki dasar yang jelas. Pemeriksaan konteks diperlukan untuk memastikan bahwa informasi tidak diambil secara sepotong-sepotong sehingga menimbulkan makna yang berbeda. Selanjutnya, informasi dibandingkan dengan sumber lain yang dapat dipercaya. Apabila ditemukan perbedaan atau keraguan, dilakukan klarifikasi sebelum informasi tersebut disebarluaskan.²⁴

Klarifikasi merupakan bagian penting dalam pencegahan hoaks keagamaan. Ketika suatu informasi terbukti salah, komunikator dakwah perlu memberikan penjelasan yang mudah dipahami

²³ Fatmawati et al., "Digital Da'wah Management and Anti-Hoax Literacy: A Multicultural Local Wisdom Reading," *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah* 25, no. 1 (2026): 121–34, <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v25i1.20548>.

²⁴ Dwi Muliati et al., "Strategi Merespon Hoaks Dan Disinformasi: Literasi Digital Sebagai Bagian Dari Amar Ma'ruf Nahi Munkar," *Hadara: Journal of Da'wah and Islamic Civilization* 2, no. 1 (2026): 65–79, <https://hadara.crjis.com/index.php/hrjdi/article/view/31>.

oleh masyarakat. Klarifikasi tidak seharusnya dilakukan dengan cara menghina, mempermalukan, atau menyerang pihak yang menyebarkan informasi. Sebaliknya, klarifikasi perlu dilakukan secara santun, objektif, dan edukatif. Tujuannya adalah membantu masyarakat memahami informasi yang benar dan mengetahui alasan mengapa suatu informasi tidak dapat dipercaya. Pendekatan tersebut sejalan dengan karakter dakwah yang mengedepankan hikmah, nasihat yang baik, dan kemaslahatan. Pencegahan hoaks melalui dakwah juga perlu dilakukan melalui produksi konten edukatif secara berkelanjutan. Para dai dan pengelola media dakwah dapat membuat konten yang membahas cara melakukan tabayyun, cara memeriksa hadis, cara mengenali informasi keagamaan yang tidak valid, serta dampak negatif dari penyebaran berita palsu. Konten dapat disajikan dalam bentuk video pendek, infografis, podcast, artikel, maupun diskusi interaktif. Penggunaan format yang sesuai dengan karakteristik pengguna media sosial dapat membantu pesan dakwah menjangkau kelompok masyarakat yang lebih luas. Dengan demikian, dakwah dapat menjadi bagian dari upaya membangun ketahanan masyarakat terhadap informasi palsu.²⁵

Dalam konteks ini, literasi digital menjadi unsur yang tidak dapat dipisahkan dari penerapan tabayyun. Masyarakat perlu memiliki kemampuan untuk memahami bagaimana informasi diproduksi, dikemas, dan disebarkan melalui media sosial. Literasi digital memungkinkan pengguna mengenali informasi yang bersifat manipulatif, membandingkan sumber, melakukan pencarian informasi tambahan, serta memahami konsekuensi dari tindakan membagikan informasi. Ketika literasi digital dikombinasikan dengan nilai tabayyun, masyarakat tidak hanya memiliki kemampuan teknis dalam memeriksa informasi, tetapi juga memiliki landasan moral untuk menggunakan kemampuan tersebut secara bertanggung jawab. Model komunikasi dakwah berbasis tabayyun juga menempatkan etika komunikasi sebagai unsur penting. Pencegahan hoaks tidak boleh dilakukan dengan cara yang justru memperbesar konflik. Misalnya, ketika melakukan klarifikasi, komunikator sebaiknya tidak menyebarkan kembali konten hoaks secara berlebihan, menggunakan bahasa yang kasar, atau menyerang kelompok tertentu. Tindakan tersebut dapat memperluas jangkauan informasi yang salah dan menimbulkan persoalan baru. Oleh karena itu, proses klarifikasi perlu dilakukan secara proporsional dengan memberikan informasi yang benar dan sumber yang dapat diperiksa.²⁶

Umpan balik masyarakat juga menjadi bagian penting dalam model komunikasi ini. Respons berupa komentar, pertanyaan, kritik, maupun dukungan dapat menjadi indikator untuk mengetahui bagaimana pesan dakwah diterima oleh masyarakat. Komunikator dapat menggunakan umpan balik tersebut untuk melakukan evaluasi terhadap isi dan cara penyampaian pesan. Jika terdapat kesalahpahaman, komunikator dapat memberikan penjelasan tambahan. Jika terdapat pertanyaan yang belum terjawab, komunikator dapat menyediakan konten lanjutan. Dengan demikian, komunikasi dakwah menjadi proses yang dinamis dan berkelanjutan. Berdasarkan proses tersebut, model komunikasi dakwah berbasis nilai tabayyun dapat dipahami sebagai proses yang dimulai dari

²⁵ Najamudin Najamudin et al., "Strategi Merespon Hoaks Dan Disinformasi: Literasi Digital Sebagai Bagian Dari Amar Ma'ruf Nahi Munkar," *Hadara: Journal of Da'wah and Islamic Civilization* 2, no. 1 (2026): 65–79, <https://doi.org/10.61630/hjdic.v2i1.31>.

²⁶ Farah Fadia Ferdayanti and Arif Dika Prasetya, "Digitalisasi Tabayyun Ethics 2.0: Revitalisasi Nilai Qur'ani Dalam Menangkal Hoaks Di Era Transformasi Digital," *KARTIKA: Jurnal Studi Keislaman* 6, no. 3 (2026): 3806–17, <https://lptnunganjuk.com/ojs/index.php/kartika/article/view/728/641>.

penerimaan informasi, kemudian dilanjutkan dengan identifikasi sumber, pemeriksaan isi, pemeriksaan konteks, verifikasi melalui sumber pembanding, klarifikasi, pengambilan keputusan untuk menyebarkan atau menghentikan informasi, serta evaluasi melalui umpan balik masyarakat. Model ini menempatkan tabayyun sebagai filter yang bekerja sebelum informasi diterima sebagai kebenaran atau disebarluaskan kepada masyarakat. Jika informasi dapat diverifikasi, informasi dapat disampaikan dengan tetap memperhatikan etika. Sebaliknya, apabila informasi tidak dapat dibuktikan atau terbukti salah, penyebarannya harus dihentikan dan dapat dilakukan klarifikasi untuk mencegah kesalahpahaman.²⁷

Model tersebut menunjukkan bahwa pencegahan hoaks keagamaan merupakan tanggung jawab bersama. Komunikator dakwah bertanggung jawab terhadap pesan yang diproduksi dan disampaikan, sedangkan masyarakat bertanggung jawab terhadap informasi yang diterima dan dibagikan. Kedua pihak perlu membangun kesadaran bahwa setiap informasi yang disebarkan dapat memengaruhi pemahaman dan perilaku orang lain. Oleh karena itu, penerapan tabayyun harus menjadi kebiasaan bersama dalam komunikasi digital. Penguatan model komunikasi ini dapat dilakukan melalui peningkatan kompetensi digital para dai, pengembangan konten dakwah yang edukatif, peningkatan literasi digital masyarakat, serta kerja sama antara tokoh agama, lembaga keagamaan, akademisi, komunitas digital, dan masyarakat. Para komunikator dakwah perlu menjadi contoh dalam penerapan tabayyun dengan selalu memeriksa informasi sebelum mempublikasikannya. Masyarakat juga perlu diberikan ruang untuk bertanya dan memperoleh klarifikasi. Kolaborasi tersebut akan membantu membangun ekosistem informasi keagamaan yang lebih terpercaya.²⁸

Dengan demikian, model komunikasi dakwah berbasis nilai tabayyun tidak hanya berfungsi sebagai strategi untuk menangkal hoaks, tetapi juga sebagai pendekatan untuk membangun budaya komunikasi digital yang sehat. Tabayyun mengajarkan masyarakat untuk tidak tergesa-gesa dalam menerima informasi, melakukan pemeriksaan terhadap sumber dan isi pesan, serta mempertimbangkan dampak sebelum menyebarkannya. Dalam konteks dakwah, prinsip tersebut dapat memperkuat kualitas pesan keagamaan sekaligus meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap komunikator dakwah. Pada akhirnya, keberhasilan pencegahan hoaks keagamaan di media sosial sangat ditentukan oleh perubahan perilaku komunikasi. Masyarakat perlu membangun kebiasaan untuk berhenti sejenak sebelum mempercayai dan membagikan informasi. Komunikator dakwah perlu memastikan bahwa pesan yang disampaikan benar dan memiliki dasar yang jelas. Klarifikasi terhadap informasi yang salah perlu dilakukan secara santun dan edukatif, sedangkan media sosial perlu dimanfaatkan sebagai ruang untuk memperluas informasi yang benar. Dengan menerapkan prinsip tersebut secara konsisten, nilai tabayyun dapat berkembang dari sekadar konsep keagamaan menjadi

²⁷ Enung Nurhayati et al., "Edukasi Bahaya Hoaks Dan Disinformasi Melalui Kajian Komunikasi Bagi Jamaah Pengajian Izzul Islam Sebagai Upaya Penguatan Literasi Digital Berbasis Komunitas," *Abdimas Silwangi* 04, no. 01 (2021): 363–70, <https://doi.org/10.22460/as.v9i1.29518>.

²⁸ Abdul Rasyid Ridho and Muhammad Hariyadi, "REFORMULASI ETIKA DAKWAH BERBASIS KOMUNIKASI PROFETIK DALAM AL-QUR'AN," *Komunike: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* XIII, no. 1 (2021): 53–78, <https://doi.org/https://doi.org/10.20414/jurkom.v13i1.3351>.

budaya komunikasi digital yang kritis, santun, bertanggung jawab, dan berorientasi pada kemaslahatan masyarakat.²⁹

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan mengenai Model Komunikasi Dakwah Berbasis Nilai Tabayyun dalam Pencegahan Hoaks Keagamaan di Media Sosial, dapat disimpulkan bahwa perkembangan media sosial memberikan peluang yang besar bagi penyebaran pesan dakwah, tetapi sekaligus menghadirkan tantangan berupa cepatnya peredaran informasi keagamaan yang belum tentu benar. Hoaks keagamaan dapat menimbulkan kesalahpahaman, keresahan, dan konflik di masyarakat apabila diterima dan disebarluaskan tanpa melalui proses pemeriksaan. Oleh karena itu, komunikasi dakwah di era digital perlu dibangun berdasarkan prinsip kehati-hatian, kebenaran informasi, dan tanggung jawab dalam berkomunikasi. Nilai tabayyun menjadi prinsip penting dalam membangun model komunikasi dakwah yang mampu mencegah penyebaran hoaks keagamaan. Tabayyun tidak hanya dipahami sebagai proses memeriksa benar atau salahnya suatu informasi, tetapi juga sebagai sikap moral untuk tidak tergesa-gesa menerima, mempercayai, dan menyebarkan informasi. Penerapannya dilakukan melalui pemeriksaan sumber, isi, konteks, perbandingan dengan sumber yang kredibel, klarifikasi, serta pengambilan keputusan untuk menyebarkan atau menghentikan informasi. Dengan demikian, tabayyun dapat berfungsi sebagai filter dalam setiap tahapan komunikasi dakwah digital. Model komunikasi dakwah berbasis tabayyun melibatkan komunikator, pesan, media, komunikan, proses verifikasi, klarifikasi, umpan balik, dan evaluasi. Komunikator dakwah memiliki tanggung jawab memastikan kebenaran pesan sebelum dipublikasikan, sedangkan masyarakat sebagai komunikan dituntut untuk bersikap kritis terhadap informasi yang diterima. Media sosial tidak hanya digunakan sebagai sarana penyampaian pesan dakwah, tetapi juga sebagai ruang edukasi, klarifikasi, dan peningkatan literasi digital masyarakat. Proses komunikasi tersebut membentuk pola yang bersifat preventif, yaitu mencegah hoaks sebelum informasi tersebut berkembang dan menyebar lebih luas. Pencegahan hoaks keagamaan juga membutuhkan penguatan literasi digital dan literasi keagamaan masyarakat. Dakwah tidak cukup hanya menyampaikan ajaran agama, tetapi juga perlu memberikan edukasi mengenai cara mengenali informasi palsu, memeriksa sumber, memahami konteks, dan mempertimbangkan dampak sebelum membagikan suatu informasi. Selain itu, klarifikasi terhadap hoaks perlu dilakukan dengan bahasa yang santun, edukatif, dan berdasarkan sumber yang dapat dipertanggungjawabkan agar tidak menimbulkan konflik baru.

Daftar Pustaka

- Abdillah, Edo Muhammad. "Analisis Peran Dakwah Sebagai Alat Transformasi Sosial: Tantangan Dan Strategi Komunikasi Dalam Konteks Masyarakat Modern." *Jurnal Komunikasi Dan Media* 4, no. 1 (2024): 16–32. <https://ittishal.org/index.php/jkm/article/view/34/15>.
- Asfar, Khaerul, Alkap Prayoga, and Hidayatullah. "Al-Aqwaam : Jurnal Studi Al- Qur ' an Dan Tafsir Tabayyun Digital QS . Al-Hujurat Ayat 6 Sebagai Etika Komunikasi Islam Di Era Hoaks." *Al-Aqwaam: Jurnal Studi Al-Qur'an Dan Tafsir* 3 (2024): 187–99. <https://jurnal.pgsd.unipol.ac.id/index.php/home/article/view/89/65>.
- Bashori, Abdul Hamid. "Gaya Komunikasi Da'i Dalam Kegiatan Dakwah." *Jurnal Dakwah Dan Penyuluh Islam* 01, no. April (2022): 1–30. <https://ejurnal.stidkis->

²⁹ Saputra, "Dakwah Melalui Media: Sebuah Tantangan Dan Peluang," *LAIN Kudus : At-Tabsyir* 4, no. 1, Juni (2011): 157–72, <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/komunikasi/article/viewFile/2911/2082>.

- almaridliyyah.ac.id/index.php/El-Fatih/article/view/4/10.
- Faisal. "Etika Komunikasi Islami Dalam Menghadapi Hoaks Dan Disinformasi Di Era Digital." *Insight Journal* 1, no. 3 (2025): 146–56. <https://ejournal.ynam.or.id/index.php/kopiko/article/view/158/110>.
- Fatmawati, Nunung Khoiriyah, Armawati Arbi, and Kalsum Minangsih. "Digital Da'wah Management and Anti-Hoax Literacy: A Multicultural Local Wisdom Reading." *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah* 25, no. 1 (2026): 121–34. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v25i1.20548>.
- Ferdayanti, Farah Fadia, and Arif Dika Prasetya. "Digitalisasi Tabayyun Ethics 2.0: Revitalisasi Nilai Qur'ani Dalam Menangkal Hoaks Di Era Transformasi Digital." *KARTIKA: Jurnal Studi Keislaman* 6, no. 3 (2026): 3806–17. <https://lptnunganjuk.com/ojs/index.php/kartika/article/view/728/641>.
- Fitriani, Yuni. "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Penyajian Konten Edukasi Atau Pembelajaran Digital." *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research* 5, no. 4 (2021): 1011–12. <https://doi.org/10.52362/jisamar.v5i4.609>.
- Haris, Aidil, and Asrinda Amalia. "Hambatan Hambatan Lintas Budaya (Sebuah Tinjauan Komunikasi)." *Jurnal Dakwah Risalah* 29, no. 1 (2018): 16. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/89138640/3372-libre.pdf?1659243705=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DMAKNA_DAN_SIMBOL_DALAM_PROSES_INTEGRAKSI.pdf&Expires=175637.
- Hasibuan, Mhd Ardiansyah Putra, and Munandar Munandar. "Hadis Tentang Tabayyun Sebagai Fondasi Literasi Digital Dalam Menangkal Hoaks." *INTEGRASI: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan* 4, no. 01 (2026): 213. <https://doi.org/10.61590/int.v4i01.252>.
- Hasnah, Mulia, and Risma Handayani. "Literasi Digital Islami Sebagai Upaya Pencegahan Penyebaran Hoaks Keagamaan Di Kalangan Mahasiswa." *Jurnal PGSD Universitas Lamappapoleonro* 4, no. 2 (2026): 151–58. <https://jurnal.pgsd.unipol.ac.id/index.php/home/article/view/89/65>.
- Irhamdi, Muhammad. "Menghadirkan Etika Komunikasi Dimedia Sosial (Facebook)." *Komunike* 10, no. 2 (2018): 139–52. <https://doi.org/10.20414/jurkom.v10i2.676>.
- Lubis, Dahlia, and Husna Sari Siregar. "Bahaya Radikalisme Terhadap Moralitas Remaja Melalui Teknologi Informasi (Media Sosial)." *Aplikasia: Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama* 20, no. 1 (2021): 21–34. <https://doi.org/10.14421/aplikasia.v20i1.2360>.
- Muliati, Dwi, Anggun Duwi, Wahyu Ziliwu, and Feti Oktaviani. "Strategi Merespon Hoaks Dan Disinformasi : Literasi Digital Sebagai Bagian Dari Amar Ma'ruf Nahi Munkar." *Hadara: Journal of Da'wah and Islamic Civilization* 2, no. 1 (2026): 65–79. <https://hadara.crjis.com/index.php/hrjdi/article/view/31>.
- Najamudin, Najamudin, Dwi Muliati, Anggun Duwi Wahyu Ziliwu, Feti Oktaviani, and Mutiara Al-Nizar. "Strategi Merespon Hoaks Dan Disinformasi: Literasi Digital Sebagai Bagian Dari Amar Ma'ruf Nahi Munkar." *Hadara: Journal of Da'wah and Islamic Civilization* 2, no. 1 (2026): 65–79. <https://doi.org/10.61630/hjdic.v2i1.31>.
- Natasari, Nofia, and Roy Marhandra. "Implementasi Teori Komunikasi Dalam Penggunaan Tradisi Lisan Lawas Pamuji Pada Masyarakat Suku Sumbawa." *Virtu: Jurnal Kajian Komunikasi, Budaya Dan Islam* 1, no. 1 (2021): 66–84. <https://doi.org/10.15408/virtu.v1i1.21754>.
- Noorikhshan, Faisal Fadilla, Hilal Ramdhani, Budi Chrismanto Sirait, and Nisa Khoerunisa. "Dinamika Internet, Media Sosial, Dan Politik Di Era Kontemporer: Tinjauan Relasi Negara-Masyarakat." *Journal of Political Issues* 5, no. 1 (2023): 95–109. <https://doi.org/10.33019/jpi.v5i1.131>.
- Nurhayati, Enung, Mia Tania, Deli Lutfhi Rahman, Nazmi Abdurahman, and M. Hanif Fatahillah Iskandar. "Edukasi Bahaya Hoaks Dan Disinformasi Melalui Kajian Komunikasi Bagi Jamaah

- Pengajian Izzul Islam Sebagai Upaya Penguatan Literasi Digital Berbasis Komunitas.” *Abdimas Silwangi* 04, no. 01 (2021): 363–70. <https://doi.org/10.22460/as.v9i1.29518>.
- Pabbajah, Mustaqim. “Dialektika Islam Dan Budaya Lokal: Strategi Bertahan Komunitas Bawakaraeng Sulawesi Selatan.” *Dialektika: Jurnal Pemikiran Islam Dan Ilmu Sosial* 13, no. 01 (2020): 38–52. <https://journal.uin.ac.id/IUSTUM/article/view/4488/3963>.
- Pohan, Rahmad Asril, Rubino, and Mailin. “Perspektif Islam Dalam Teori Komunikasi : Integrasi Nilai-Nilai Dakwah.” *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan* 4, no. 3 (2026): 20257–63. <https://jerkn.org/index.php/jerkn/article/view/5283/3974>.
- Ridho, Abdul Rasyid, and Muhammad Hariyadi. “REFORMULASI ETIKA DAKWAH BERBASIS KOMUNIKASI PROFETIK DALAM AL-QUR’AN.” *Komunike: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* XIII, no. 1 (2021): 53–78. <https://doi.org/https://doi.org/10.20414/jurkom.v13i1.3351>.
- Rifah, Sifwatir, and Nur Sa’idaturrohman. “Alamtara : Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam.” *Alamtara : Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 9, no. 1 (2025): 16–24. <https://ejournal.iaitabah.ac.id/alamtaraok/article/view/3678/1556>.
- Ryan, Alamsyah. *Analisis Etnografi Virtual Meme Islami Di Instagram Memecomic.Islam*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018.
- Saputra. “Dakwah Melalui Media: Sebuah Tantangan Dan Peluang.” *LAIN Kudus : At-Tabasyir* 4, no. 1, Juni (2011): 157–72. <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/komunikasi/article/viewFile/2911/2082>.
- Siregar, Amran Pikal, and Rubino. “Al-Mustla: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman Dan Kemasyarakatan.” *Jurnal Al Mutsala* 6 (2026): 372–87. <https://doi.org/10.46870/jstain.v8i1.2404>.
- Suhendri, Hafsah Juni Batubara, and Wahyunisa. “Model Komunikasi Krisis Berbasis Nilai Islam Di Pondok Pesantren Attibyan Deli Serdang.” *Academic Journal of Da’wa and Communication* 6, no. 2 SE-Articles (2026): 157–76. <https://ejournal.uinsaid.ac.id/ajdc/article/view/12908>.
- Umami, Satria, Dwi Andayani, and Aini Husnidal Wulandari. “Peran Literasi Digital Dalam Memfilter Informasi Keagamaan Hoaks Di Lingkungan Universitas Teknologi Mataram.” *JUPERAN: Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran* 04, no. 02 (2025): 737–45. <https://ojs.smkmerahputih.com/index.php/juperan/article/view/1077/768>.