



STRATEGI KOMUNIKASI DALAM PENYELENGGARAAN IBADAH HAJI UNTUK MENANGKAL DISINFORMASI DAN HOAKS

Anton Bahtiar Rifa'i

Universitas Bina Bangsa, Serang, Indonesia

anton.bahtiar.rifai@binabangsa.ac.id

Diterima: 28 November 2024

Direvisi: 15 Maret 2024

Diterbitkan: 1 Mei 2024

Abstract: Every year, the Indonesian Ministry of Religion recruits journalists from various mass media as Hajj Media Center (MCH) officers. In addition to conveying news regarding the implementation of the Hajj pilgrimage, the existence of MCH is a form of openness to public information from the Ministry of Religion as the organizer of the Hajj pilgrimage. MCH is also required to be able to counter disinformation and hoax related to the implementation of the Hajj pilgrimage. Using qualitative descriptive methods, this research is intended to observe the role of MCH in countering disinformation and hoax, especially those circulating on social media. The research results show that MCH still needs to optimize its communication strategy in countering disinformation and hoax.

Keywords: Hajj; MCH; Hoax; Disinformation

Abstrak: Setiap tahun, Kementerian Agama RI merekrut para jurnalis dari berbagai media massa sebagai petugas Media Center Haji (MCH). Selain untuk menyampaikan berita seputar pelaksanaan ibadah haji, keberadaan MCH merupakan wujud keterbukaan informasi publik dari Kementerian Agama selaku penyelenggara ibadah haji. MCH juga dituntut untuk bisa menangkal disinformasi dan hoaks terkait penyelenggaraan ibadah haji. Dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif, penelitian ini dimaksudkan untuk mengamati peran MCH dalam menangkal disinformasi dan hoaks, terutama yang beredar di media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa MCH masih harus mengoptimalkan strategi komunikasi dalam menangkal disinformasi dan hoaks.

Kata Kunci: Haji; MCH; Hoax; Disinformasi

Copyright © 2024, Author

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



Pendahuluan

Prosesi ibadah haji, setiap tahun, diikuti jutaan warga muslim dari berbagai negara. Jumlah jemaah haji Indonesia merupakan yang terbesar di dunia. Kuota haji Indonesia pada 2023 mencapai 221.000 jemaah. Ini merupakan kuota haji terbesar di dunia, disusul Pakistan dengan 179.210 jemaah dan India dengan 175.025 jemaah. Kementerian Agama (Kemenag) RI, selaku penyelenggara ibadah haji bagi jemaah haji Indonesia, tentu memiliki

tanggung jawab besar. Selain melayani jemaah haji Indonesia, Kemenag juga mengelola dana publik yang terbilang besar. Pada 2023, besaran biaya penyelenggaraan ibadah haji (BPIH) mencapai Rp 90.050.637,26 per jemaah. Dengan jumlah jemaah yang mencapai 221.000 orang, berarti ada lebih dari Rp 18 triliun dana publik yang dikelola oleh Kementerian Agama. Tentu ini menuntut suatu pertanggungjawaban.

Salah satu wujud pertanggungjawaban terhadap publik bisa direalisasikan melalui keterbukaan informasi publik. Ini merupakan suatu keniscayaan di era demokrasi. Keterbukaan informasi publik mewakili spirit penguatan demokrasi, di mana masyarakat dilibatkan dalam suatu kebijakan publik. Kewajiban Badan Publik untuk memberikan keterbukaan informasi diatur dalam UU No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik. Semangat dari regulasi tersebut adalah bahwa keterbukaan informasi bukan sekadar menyampaikan informasi kepada publik, melainkan wujud pertanggungjawaban dari pelaksanaan kebijakan publik. Kemenag merealisasikan keterbukaan informasi publik dengan menerbitkan Keputusan Menteri Agama (KMA) Nomor 92 Tahun 2019 tentang Pedoman Layanan Informasi Publik Bagi Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi Kementerian Agama dan Atasan Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi Kementerian Agama.

Pada penyelenggaraan ibadah haji tahun 2023, Kemenag membentuk Media Center Haji (MCH), yang bertugas menyampaikan informasi seputar penyelenggaraan ibadah haji. Untuk itu, Kemenag merekrut petugas dari kalangan jurnalis untuk bergabung dalam MCH. Seperti dikutip situs resmi Kemenag, pada 2023 ada 65 insan media yang menjadi petugas MCH dan bertugas di Arab Saudi. Mereka terbagi dalam tiga daerah kerja (daker), yaitu daker Makkah, daker Madinah, dan daker Bandara. Berita seputar pelaksanaan ibadah haji yang dikelola petugas MCH dipublikasikan melalui media massa tempat masing-masing jurnalis bekerja, baik media massa nasional, daerah, maupun media ormas Islam. Adapun media-media tersebut terbagi dalam kategori media televisi, radio, cetak, dan online. Langkah Kemenag ini tentu layak mendapat sambutan positif. Keberadaan MCH merupakan suatu ikhtiar untuk memberikan keterbukaan informasi secara transparan kepada publik terkait penyelenggaraan ibadah haji. Walaupun, pada praktiknya, upaya ini tentu menghadapi banyak tantangan. Tantangan itu antara lain terkait berubahnya kebiasaan masyarakat dalam mengakses informasi.

Perubahan cara masyarakat dalam mengakses informasi tergambar dalam kajian *Reuters Institute Digital News Report 2023*. Dalam kajian itu, Indonesia menjadi salah satu negara yang dijadikan tempat penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media online dan media sosial merupakan sumber berita dan informasi yang paling populer di kalangan masyarakat Indonesia.¹ Mayoritas berita dan informasi tersebut diakses secara daring melalui telepon seluler (*smartphone*). Kebiasaan ini tak lepas dari penetrasi internet di Indonesia, yang setiap tahun jumlahnya makin meningkat. Berdasarkan survei Asosiasi Pengguna Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet pada 2023 mencapai 215 juta orang.² Ini berarti setara dengan 77 persen jumlah penduduk Indonesia.

¹ “Indonesia | Reuters Institute for the Study of Journalism,” diakses 23 September 2023, <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2023/indonesia>.

² APJII, “Survei Internet APJII 2023,” diakses 24 November 2023, <https://survei.apjii.or.id/>.

Media sosial menawarkan kemudahan dan kecepatan informasi. Dalam penyebaran informasi, media sosial telah memangkaskan batas ruang dan waktu. Berbagai informasi baru dengan mudah tersaji di media sosial secara cepat. Namun di sisi lain, kebiasaan masyarakat mengakses informasi melalui media sosial memunculkan kerawanan, yaitu potensi penyebaran disinformasi dan berita hoaks. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), disinformasi diartikan sebagai penyampaian informasi yang salah untuk membingungkan orang lain secara sengaja. Sedangkan hoaks berarti informasi bohong. Rasywir dan Purwarianti menjabarkan berita hoaks sebagai publikasi yang tampak seperti berita faktual, namun berisi kebohongan, fitnah, dan tidak memiliki pola yang dapat diidentifikasi.³ Sebagai gambaran, sejak Agustus 2018 hingga Maret 2023, Kementerian Komunikasi dan Informasi telah mengidentifikasi 11.357 isu hoaks. Data ini jelas menunjukkan bahwa masyarakat sangat berpotensi terpapar disinformasi dan hoaks. Dengan gambaran tersebut, jelas bahwa di era kekinian Kemenag memiliki tantangan dalam menyampaikan informasi seputar haji. Tantangan itu antara lain, MCH harus berpacu menghadapi kecepatan informasi yang dihasilkan media sosial. Selain itu, MCH juga harus mampu melawan disinformasi dan berita hoaks, terutama terkait penyelenggaraan ibadah haji, yang potensial tersebar di media sosial. Keterlibatan insan pers sebagai petugas MCH menarik untuk dianalisa. Karena, dengan demikian, penyampaian berita dan informasi terkait penyelenggaraan ibadah haji tunduk pada kaidah-kaidah jurnalistik, yang di dalamnya juga ada kepatuhan pada kode etik jurnalistik. Untuk itu, penulis akan meneliti bagaimana posisi MCH dalam menangkalkan penyebaran disinformasi dan berita hoaks seputar penyelenggaraan ibadah haji.

"Salah satu peran jurnalistik adalah untuk mengusir takhayul dengan fakta." Kalimat tersebut ditulis Goenawan Mohammad dalam buku "Bredel 1994". Dan di era kekinian, ketika banyak warga yang menyandarkan kebutuhannya pada media sosial, kata-kata yang ditulis mantan Pemimpin Redaksi Majalah *Tempo* itu masih tetap kontekstual. Berita hoaks yang diproduksi media sosial adalah "takhayul" yang harus diusir dengan perangkat jurnalistik. Karena itu, pers punya tanggung jawab untuk menghindarkan masyarakat dari disinformasi dan berita hoaks.⁴

Penggunaan media sosial, bagaimanapun, merupakan sebuah keniscayaan dari kemajuan zaman. Kemajuan teknologi komunikasi berbasis internet telah mendorong masyarakat untuk terbiasa menggunakan media sosial. Seperti diungkapkan Cheng (2018) dalam Azwar (2022), kemunculan teknologi baru mengubah secara drastis cara masyarakat dalam berkomunikasi.⁵ We Are Social (2023), seperti dikutip Katadata edisi 16 Juni 2023, mempublikasikan data yang menunjukkan bahwa, hingga Januari 2023 jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia mencapai 167 juta orang. Sementara *Reuters Institute Digital News Report* (2023) melaporkan, Whatsapp menjadi media sosial yang paling banyak

³ Errissya Rasywir dan Ayu Purwarianti, "Eksperimen pada Sistem Klasifikasi Berita Hoax Berbahasa Indonesia Berbasis Pembelajaran Mesin," *Jurnal Cybermatika* 3, no. 2 (2016): 1–8.

⁴ Ayu Utami dkk., *Bredel 1994: Kumpulan Tulisan Tentang Pembredelan Tempo, Detik, Editor* (Jakarta: Aliansi Jurnal Independen, 1994).

⁵ Azwar Azwar, "Tindakan Komunikatif Komunitas Virtual Untuk Mengurangi Disinformasi Pemberitaan Politik Di Media Sosial," *JWP (Jurnal Wacana Politik)* 7, no. 2 (3 Oktober 2022): 157–68, <https://doi.org/10.24198/jwp.v7i2.40336>.

digunakan masyarakat Indonesia dalam mengakses berita, yakni 51 persen. Kemudian disusul Youtube, Facebook, Instagram dan TikTok, masing-masing 48 persen, 38 persen, 37 persen dan 22 persen.

Ironisnya, di tengah besarnya jumlah pengguna media sosial di Indonesia, angka kemunculan berita bohong juga cukup tinggi. Langkah Kementerian Komunikasi dan Informasi (Kominfo) yang memblokir 565.449 konten hoaks di media sosial sepanjang tahun 2021 menunjukkan penyebaran hoaks dan disinformasi di media sosial sangat masif. Penyebaran informasi yang menyesatkan di media sosial merupakan tren yang terus berlanjut. Seperti dirilis situs resmi Kementerian Kominfo, pada triwulan pertama 2023 Kementerian Kominfo telah mengidentifikasi 425 hoaks di website dan platform digital. Laporan Kementerian Kominfo bersama Katadata Insight Center (2023) memperlihatkan bahwa media sosial merupakan media yang paling banyak menyebarkan hoaks. Facebook merupakan platform media sosial yang di dalamnya banyak ditemukan hoaks, yakni 55,9 persen. Hoaks juga ditemukan di berita online (16 persen), Whatsapp (13,9 persen), serta Youtube (13,1 persen).

Uni Eropa (2018) merumuskan disinformasi sebagai segala bentuk kepalsuan, ketidaktepatan, dan penyimpangan informasi yang didesain, disajikan, dan disebarkan secara sengaja untuk menyebabkan kerusakan atau untuk keuntungan tertentu. Sedangkan hoaks, dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), diartikan sebagai informasi bohong. Namun, pakar komunikasi dari Universitas Indonesia, Muhammad Alwi Dahlan, menegaskan bahwa hoaks tak sekadar informasi bohong biasa, melainkan ada unsur kesengajaan. Menurut Muhammad Alwi Dahlan, seperti dikutip Mauludi (2019), hoaks merupakan manipulasi berita yang dilakukan secara sengaja dengan tujuan memberikan pemahaman yang salah. Dalam berita hoak terdapat penyelewengan fakta.⁶

Pola pemberitaan pers diharapkan mampu menangkal penyebaran disinformasi dan hoaks. Media pers memiliki standar baku dalam memverifikasi fakta dan berita, sehingga bisa menutup peluang munculnya disinformasi dan hoaks dalam pemberitaan. Ini karena media pers memiliki peran *gatekeeper*. Dalam konteks komunikasi massa, *gatekeeper* adalah pihak yang memantau arus informasi, sehingga informasi yang disampaikan kepada khalayak adalah informasi yang benar, akurat, penting, dan tidak berisi fitnah. Dengan demikian, penyebaran informasi bohong, fitnah, tidak akurat, dan bersifat menyerang suatu kelompok, bisa dicegah. Sehingga, menurut Ardianto, Komala, dan Karlinah (2019), *gatekeeper* pada media massa menentukan penilaian apakah suatu informasi penting atau tidak.⁷ Sekretaris Dewan Kehormatan PWI Pusat Wina Armada Sukardi, seperti dikutip beritasatu.com edisi 8 Februari 2017, menyatakan bahwa bagi pers, akurasi lebih utama dan penting dibanding kecepatan di tengah perkembangan teknologi. Menurutnya, dalam pergolakan zaman dewasa ini, pers harus tetap tunduk dan taat kepada

⁶ Sharul Mauludi, *Seri Cerdas Hukum: Awas Hoax! Cerdas Dalam Menghadapi Pencemaran Nama Baik, Ujaran Kebencian dan Hoaks* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2019).

⁷ Elvinaro Ardianto, Lukiat Komala, dan Siti Karlinah, *Komunikasi Massa Sebuah Pengantar* (Bandung: Refika Offset, 2019).

kode etik jurnalistik. Pernyataan ini menyiratkan bahwa pers bisa diandalkan untuk menangkal hoaks.⁸

Langkah Kemenag menggandeng insan pers untuk bergabung sebagai petugas Media Center Haji (MCH) bisa dimaknai sebagai upaya untuk menegakkan prinsip jurnalistik dan kode etik pers dalam pemberitaan penyelenggaraan ibadah haji. Sehingga, secara akurasi, proses keterbukaan informasi publik terkait penyelenggaraan ibadah haji menjadi lebih bisa dipertanggungjawabkan.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, dan penulis menggunakan jenis deskriptif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll., secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.⁹ Sedangkan penelitian deskriptif hanyalah memaparkan situasi atau peristiwa.¹⁰ Penelitian ini tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediktif. Metode kualitatif deskriptif dimaksudkan untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu. Penelitian deskriptif hanya memaparkan situasi atau peristiwa, yaitu melalui penelitian survei atau penelitian observasional, sehingga dalam penelitian ini peneliti menggambarkan variabel demi variabel, mengumpulkan data melalui observasi dan suasana alamiah.¹¹

Dalam meneliti posisi Media Center Haji (MCH), peneliti ikut terlibat dalam keseharian rutinitas kerja tim MCH di daerah kerja (daker) Madinah, Arab Saudi, dari tanggal 20 Mei 2023 hingga 20 Juli 2023. Dalam hal ini, peneliti mengamati proses perencanaan, peliputan di lapangan, serta publikasi pemberitaan di media massa yang dilakukan tim MCH.

Hasil dan Pembahasan

Kementerian Agama merekrut para jurnalis untuk menjadi petugas Media Center Haji (MCH) melalui seleksi yang ketat. Para calon petugas MCH harus lolos seleksi administrasi, *computer assisted test* (CAT), serta tes wawancara. Pada 2023, ada 65 orang yang lolos menjadi petugas MCH. Mereka terdiri dari jurnalis TV, jurnalis media cetak, jurnalis radio, jurnalis media online, jurnalis media ormas Islam, dan pegawai humas Kemenag. Para petugas MCH terbagi dalam tiga daerah kerja (daker), yakni Daker Makkah, Daker Madinah, dan Daker Bandara. Pada penelitian ini, penulis melakukan pengamatan di daker Madinah. Ada 22 Petugas MCH yang bertugas di Daker Madinah, terdiri dari empat jurnalis TV, lima jurnalis media cetak, satu jurnalis radio, sembilan jurnalis media online, satu jurnalis media ormas Islam, dan dua pegawai Humas Kemenag.

⁸ BeritaSatu.com, "Kemkominfo: Pers Harus Berperan Kurangi Berita Hoax," beritasatu.com, diakses 23 September 2024, <https://www.beritasatu.com/news/413259/kemkominfo-pers-harus-berperan-kurangi-berita-hoax>.

⁹ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2017).

¹⁰ Jalaluddin Rakhmat dan Idi Subandy Ibrahim, *Metode Penelitian Komunikasi : Dilengkapi Contoh Analisis Statistik dan Penafsirannya* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017).

¹¹ Rachmat Krisyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2006).

Petugas MCH Daker Madinah bertanggung jawab meliput dan memberitakan segala hal terkait pelaksanaan ibadah haji di Madinah, terutama mengenai pelayanan terhadap jemaah haji Indonesia. Dan pada saat puncak ibadah haji, mereka juga memiliki tanggung jawab dalam pemberitaan mengenai pelaksanaan ibadah haji di Arafah, Muzdalifah, dan Mina (Armuzna). Ini dilakukan melalui suatu mekanisme rutin yang mencakup perencanaan, peliputan, dan publikasi berita. Setiap hari, para petugas MCH mendapat tugas peliputan dari Kepala Seksi MCH. Masing-masing petugas MCH juga menerima tugas dari redaksi media tempatnya bekerja, sesuai kebutuhan redaksional media. Selain melaksanakan penugasan, setiap petugas MCH memiliki kebebasan untuk membuat inisiatif peliputan, dengan tema dan angle berita tertentu. Karena itu, tim MCH rutin melaksanakan rapat untuk menampung berbagai usulan. Setelah melakukan peliputan, para jurnalis mengolah berita seputar haji, kemudian dipublikasikan di masing-masing media. Kementerian Agama sendiri sudah menjamin bahwa para jurnalis yang tergabung dalam MCH akan tetap berpegang pada kode etik jurnalistik.

Secara umum, dengan mekanisme rutin seperti dipaparkan di atas, proses peliputan dan distribusi berita yang dilaksanakan petugas MCH berjalan dengan baik. Karena, berbagai kegiatan dan peristiwa yang diliput sudah terencana atau sudah bisa diprediksi. Namun, di saat tertentu, ada peristiwa tak terduga yang membuat tim MCH dituntut untuk meluruskan suatu informasi yang masih simpang siur. Pada awal Juni 2023, misalnya, sebuah video viral di media sosial dan di dalamnya disebutkan bahwa para jemaah haji dari Kloter 14 Embarkasi Makassar terlantar dan diusir dari sebuah hotel di Madinah. Di video itu terlihat para jemaah haji Indonesia, lengkap dengan koper-koper milik mereka, berada di ruang lobi dan selasar sebuah hotel di Madinah. Tak menunggu lama, Kemenag selaku penyelenggara ibadah haji mendapat kecaman warganet di media sosial. Meski belum mendapatkan informasi yang utuh, para warganet sudah langsung memberikan penilaian negatif terhadap Kemenag. Selain peristiwa tadi, saat puncak ibadah haji, kabar tak sedap berhembus ke Tanah Air mengenai jemaah haji Indonesia yang terlantar di Muzdalifah dan terlambat mendapat makan saat di Mina. Dan lagi-lagi, terutama di media sosial, ini menimbulkan kemarahan netizen yang mengecam Kementerian Agama selaku penyelenggara ibadah haji bagi jemaah Indonesia.

Belakangan, peneliti mendapatkan penjelasan dari pihak Kemenag terkait beredarnya video yang menyebutkan jemaah haji Indonesia asal Kloter 14 Embarkasi Makassar terlantar dan diusir dari hotel di Madinah. Menurut pihak Kemenag, yang terjadi sebenarnya bukan terlantar, melainkan para jemaah haji itu sedang dalam proses pemindahan hotel. Mereka terpaksa harus keluar dari hotel sebagai efek domino dari keterlambatan kedatangan pesawat yang mengangkut jemaah haji Indonesia, sementara waktu menginap jemaah di hotel terikat jadwal yang ketat. Tentu, ini di luar jangkauan Kemenag. Meski begitu, pihak Kemenag bergerak cepat membantu jemaah, sehingga jemaah bisa kembali mendapatkan penginapan di hotel.

Sedangkan jemaah haji Indonesia yang terlantar di Muzdalifah dan terlambat mendapat makan tak lepas dari wanprestasi yang dilakukan mashariq, perusahaan yang ditunjuk pemerintah Arab Saudi dalam melayani jemaah haji. Seperti diberitakan detik.com edisi 3 Juli 2023, layanan mashariq tersebut juga diprotes oleh Menteri Agama Yaquut Cholil

Qoumas. Kemenag pun langsung membentuk tim investigasi gabungan bersama pemerintah Arab Saudi.

Dengan fakta tersebut, dapat disimpulkan bahwa telah terjadi disinformasi dan penyebaran hoaks di media sosial. Pertama, dalam video yang sempat viral disebutkan bahwa jemaah haji Indonesia asal Kloter 14 Embarkasi Makassar terlantar dan diusir dari hotel di Madinah. Faktanya, para jemaah haji itu sedang dalam proses pemindahan hotel. Mereka harus pindah hotel sebagai dampak keterlambatan kedatangan pesawat yang mengangkut jemaah haji Indonesia ke Madinah. Opini yang beredar di media sosial menempatkan Kemenag sebagai pihak yang bersalah. Padahal faktanya, Kemenag juga termasuk pihak yang dirugikan oleh keterlambatan pesawat. Dan dalam hal ini, Kemenag langsung mengatasi masalah dengan mencarikan hotel lain untuk jemaah haji. Kedua, ketika jemaah haji Indonesia terlantar di Muzdalifah dan terlambat mendapat makan di Mina, opini yang beredar di media sosial menempatkan Kemenag sebagai penyebab kejadian tersebut. Padahal, hal tersebut merupakan tanggung jawab mashariq dan dalam hal ini mashariq telah melakukan wanprestasi.

Kemenag sendiri telah menempatkan MCH di garda terdepan dalam meluruskan informasi. Upaya ini dilakukan melalui pemberitaan di berbagai media massa, baik yang terkait jemaah haji Indonesia yang disebut terlantar di Madinah, maupun terkait layanan jemaah haji Indonesia di Muzdalifah dan Mina. Dalam hal ini, peneliti mengamati langsung pola pemberitaan tim MCH dan memperoleh sejumlah kesimpulan. Pertama, pola pemberitaan dan penyampaian informasi seputar pelaksanaan ibadah haji, yang dilaksanakan tim MCH, masih cenderung bersifat konvensional. Proses pemberitaan masih mengandalkan media konvensional seperti media cetak, televisi, radio, dan online. Dengan pola ini, pemberitaan tim MCH tidak mampu mengimbangi kecepatan peredaran informasi di media sosial. Sehingga, ketika dituntut untuk meluruskan disinformasi dan berita hoaks yang beredar di media sosial, terjadi keterlambatan penyebaran informasi. Fenomena ini sesuai dengan teori yang pernah dikemukakan Deuze (2008) dalam Rahmatullah (2022), bahwa jurnalis tidak bisa mengontrol arus informasi publik di area digital, dan sering kalah dengan pendapat banyak publik.¹² Keadaan ini tentu tidak menguntungkan ketika MCH dituntut untuk menangkal hoaks yang beredar di media sosial.

Kedua, berita seputar haji, yang diproduksi MCH, sebenarnya sebagian didistribusikan juga di media sosial. Namun, ini sifatnya hanya memindahkan berita konvensional ke media sosial, dan belum menjadikan media sosial sebagai bagian dari strategi kecepatan informasi. Kenyataan ini menunjukkan bahwa Kemenag, melalui MCH, harus mulai memberdayakan media sosial sebagai bagian dari strategi komunikasi. Ini bisa dilakukan dengan merekrut para pegiat media sosial menjadi bagian dari MCH.

Ketiga, pola kerja MCH masih terpaku pada mekanisme rutin. Padahal, pada situasi tertentu, misalnya saat dituntut meluruskan hoaks yang beredar di media sosial, dibutuhkan suatu strategi komunikasi yang di luar mekanisme rutin. Strategi komunikasi mencakup upaya mengelola isu dan mendistribusikannya ke publik.

¹² Syukri Rahmatullah dan Retna Eni Dwi Yuliati, "Media Sosial Sebagai Sumber Berita Alternatif," September 2022, <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/65758>.

Dalam hal strategi komunikasi, MCH sebenarnya memiliki modal kuat dalam menangkal hoaks. Antara lain, dengan jaringan media massa yang kuat, MCH memiliki kemampuan untuk mengelolal isu, salah satunya melalui *agenda setting*. Pada isu-isu tertentu, tim MCH bisa menyiapkan *agenda setting*. Seperti dikemukakan Eriyanto (2018), *agenda setting* merupakan proses penciptaan isu yang dilakukan lewat liputan yang intensif atas suatu isu, kemudian diberi tempat yang menonjol di sebuah halaman media massa, dan saat bersamaan dibarengi dengan mengabaikan isu atau topik yang lain.¹³ Sementara McCombs dan Shaw menjelaskan agenda setting sebagai kemampuan media massa untuk menggeser agenda berita mereka ke dalam agenda publik (Griffin, 2010). Pemahaman ini menjelaskan bahwa media massa memiliki kekuatan untuk memengaruhi bahkan membentuk cara berpikir masyarakat yang terpapar informasi.

Terkait penyelenggaraan ibadah haji, *agenda setting* tentu berguna untuk menggiring suatu isu, lebih tepatnya mengarahkan pemahaman, agar audiens tidak terjerumus dalam disinformasi dan hoaks. Dan ini akan lebih efektif jika disidistribusikan juga di media sosial, dengan strategi mengedepankan kecepatan informasi tapi tetap berbasis akurasi. Dengan demikian, tim MCH bisa lebih optimal dalam menangkal disinformasi dan berita hoaks di media sosial.

Kesimpulan

Kementerian Agama mewujudkan keterbukaan informasi seputar penyelenggaraan ibadah haji, di antaranya dengan merekrut para jurnalis melalui wadah petugas Media Center Haji (MCH). Namun, di tengah derasnya arus informasi di media sosial, MCH mendapat sejumlah tantangan. Pertama, informasi yang disampaikan MCH harus berpacu dengan kecepatan informasi di media sosial. Kedua, MCH harus mampu menangkal disinformasi dan berita hoaks yang sangat potensial beredar di media sosial. Dari kedua tantangan tersebut, MCH masih harus memaksimalkan strategi komunikasi.

MCH sendiri sebenarnya memiliki modal untuk menangkal hoaks dan disinformasi. Modal itu adalah kemampuan mengelolal isu. Ini bisa diwujudkan dalam *agenda setting*. Untuk mengelola suatu isu, tentu diperlukan aktor yang memiliki profesionalitas di bidang strategi komunikasi. Karena itu, alangkah lebih baik jika Kemenag merekrut orang yang memiliki kemampuan dalam merancang strategi komunikasi. Selain, itu Kemenag juga perlu merekrut *influencer* dan *content creator* yang memiliki pengaruh kuat di media sosial. Bagaimanapun, dalam mendistribusikan informasi, Kemenag harus menyesuaikan diri dengan tren saat ini, di mana sebagian masyarakat menjadikan media sosial sebagai sumber informasi. Tentu ini dilakukan dengan tidak mengurangi peran media massa konvensional.

Daftar Pustaka

APJII. "Survei Internet APJII 2023." Diakses 24 November 2023. <https://survei.apjii.or.id/>.
Ardianto, Elvinaro, Lukiati Komala, dan Siti Karlinah. *Komunikasi Massa Sebuah Pengantar*. Bandung: Refika Offset, 2019.

¹³ Eriyanto Eriyanto, *Media dan Opini Publik* (Depok: Rajagrafindo Persada, 2018).

- Azwar, Azwar. "Tindakan Komunikatif Komunitas Virtual Untuk Mengurangi Disinformasi Pemberitaan Politik Di Media Sosial." *JWP (Jurnal Wacana Politik)* 7, no. 2 (3 Oktober 2022): 157–68. <https://doi.org/10.24198/jwp.v7i2.40336>.
- BeritaSatu.com. "Kemkominfo: Pers Harus Berperan Kurangi Berita Hoax." *beritasatu.com*. Diakses 23 September 2024. <https://www.beritasatu.com/news/413259/kemkominfo-pers-harus-berperan-kurangi-berita-hoax>.
- Eriyanto, Eriyanto. *Media dan Opini Publik*. Depok: Rajagrafindo Persada, 2018.
- "Indonesia | Reuters Institute for the Study of Journalism." Diakses 23 September 2023. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2023/indonesia>.
- Krisyantono, Rachmat. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media, 2006.
- Mauludi, Sharul. *Seri Cerdas Hukum: Awas Hoax! Cerdas Dalam Menghadapi Pencemaran Nama Baik, Ujaran Kebencian dan Hoaks*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2019.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2017.
- Rahmatullah, Syukri, dan Retna Eni Dwi Yuliati. "Media Sosial Sebagai Sumber Berita Alternatif," September 2022. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/65758>.
- Rakhmat, Jalaluddin, dan Idi Subandy Ibrahim. *Metode Penelitian Komunikasi : Dilengkapi Contoh Analisis Statistik dan Penafsirannya*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017.
- Rasywir, Errissya, dan Ayu Purwarianti. "Eksperimen pada Sistem Klasifikasi Berita Hoax Berbahasa Indonesia Berbasis Pembelajaran Mesin." *Jurnal Cybermatika* 3, no. 2 (2016): 1–8.
- Utami, Ayu, Stanley, Arief Budiman, Goenawan Muhammad, dan Julia I. Suryakusuma. *Bredel 1994: Kumpulan Tulisan Tentang Pembredelan Tempo, Detik, Editor*. Jakarta: Aliansi Jurnal Independen, 1994.