

Konseptualisasi Strategi Komunikasi Islam dalam Merespons Isu Negatif terhadap Lembaga Pendidikan Keislaman di Era Digital

Ratna Rintaningrum^{1*}, Makmur², Meilida Eka Sari³, Sofyan Munawar⁴, Septiana Wulandari⁵, Yunita Abdullah Aji⁶

¹ Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Indonesia

² Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Poso, Indonesia

³ Universitas Islam Nusantara (UIN) Al-Azhaar Lubuklinggau, Indonesia

⁴ Universitas Darunnajah, Indonesia

⁵ Universitas Baturaja, Indonesia

⁶ Universitas Islam Al-Aziziyah Indonesia (UNISAI), Indonesia

*Email: rintaningrumits@gmail.com¹, drmakmur1984@gmail.com²,
meilidaekasari@gmail.com³, sofyan_munawar@darunnajah.ac.id⁴,
septianawulandari83@gmail.com⁵, yunitaummiulya@gmail.com⁶

ABSTRACT

The digital era presents significant challenges for Islamic educational institutions in maintaining their image and credibility amidst the rapid flow of information. Negative issues circulating in digital public spaces often shape harmful public opinion, even before official clarifications are made. This article aims to conceptually examine Islamic communication strategies used to respond to negative issues directed at Islamic educational institutions, with a focus on Islamic communication principles and adaptation to the characteristics of digital media. This study employs a descriptive qualitative method through a literature review of Islamic communication theories, crisis management, and digital media dynamics. The findings indicate that an ideal Islamic communication strategy includes proactive engagement, the use of positive narratives, ethical utilization of social media, and strengthening institutional communication based on Islamic values such as honesty, wisdom, and politeness. The main challenges include the spread of hoaxes, public distrust, and limited digital communication capacity within pesantren environments. Therefore, strengthening human resource capacity and transforming communication management based on Islamic values are essential in facing the era of information openness. This article recommends a model of strategic Islamic communication as a guide for Islamic educational institutions in preserving their reputation while fulfilling their da'wah mission in the digital era.

Key Words: Islamic Communication, Strategy, Negative Issues, Digital Era.

ABSTRAK

Era digital menghadirkan tantangan serius bagi lembaga pendidikan Islam dalam menjaga citra dan kredibilitasnya di tengah derasnya arus informasi. Isu-isu negatif yang beredar di ruang publik digital sering kali membentuk opini yang merugikan, bahkan sebelum klarifikasi resmi diberikan. Artikel ini bertujuan untuk mengkaji secara konseptual strategi komunikasi Islam yang dapat digunakan untuk merespons isu negatif terhadap lembaga pendidikan keislaman, dengan fokus pada prinsip-prinsip komunikasi Islami dan adaptasi terhadap karakteristik media digital. Penelitian ini menggunakan metode

kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi pustaka terhadap literatur komunikasi Islam, manajemen krisis, dan dinamika media digital. Hasil kajian menunjukkan bahwa strategi komunikasi Islam ideal mencakup sikap proaktif, penggunaan narasi positif, pemanfaatan media sosial secara etis, serta penguatan komunikasi kelembagaan yang berbasis nilai-nilai Islam seperti kejujuran, kebijaksanaan, dan kesantunan. Tantangan utama meliputi penyebaran hoaks, krisis kepercayaan publik, dan minimnya kapasitas komunikasi digital di lingkungan pesantren. Oleh karena itu, penguatan kapasitas SDM dan transformasi manajemen komunikasi berbasis nilai Islam menjadi kunci menghadapi era keterbukaan informasi. Artikel ini merekomendasikan model komunikasi strategis Islami sebagai pedoman bagi lembaga pendidikan keislaman dalam menjaga reputasi sekaligus menjalankan misi dakwah di era digital.

Kata Kunci: Komunikasi Islam, Strategi, Isu Negatif, Era Digital

PENDAHULUAN

Lembaga pendidikan keislaman, khususnya pesantren, madrasah, dan institusi dakwah, merupakan pilar penting dalam membangun moralitas dan peradaban bangsa Indonesia (Sujana, 2019). Dalam sejarahnya, lembaga-lembaga ini tidak hanya berfungsi sebagai tempat transmisi ilmu-ilmu keislaman, tetapi juga menjadi benteng penjaga nilai-nilai keadaban, moderasi, dan kebangsaan. Namun di tengah transformasi sosial (Zulfikar, 2022) dan perkembangan teknologi komunikasi yang begitu pesat, lembaga pendidikan Islam menghadapi tantangan baru yang sangat kompleks, terutama dalam bentuk stigma dan isu negatif yang berkembang di ruang publik digital (Alfath, 2020). Tuduhan radikalisme, intoleransi, hingga penyebaran ajaran yang dianggap eksklusif sering kali dialamatkan tanpa didasari verifikasi dan pemahaman yang mendalam. Dalam konteks ini, muncul kebutuhan mendesak untuk merumuskan strategi komunikasi Islam yang tidak hanya reaktif, tetapi juga strategis, proaktif, dan tetap berpijak pada nilai-nilai syariat serta etika dakwah (Syobah et al., 2023); (Jumriah Komala Sari et al., 2024).

Di era digital, opini publik tidak lagi hanya dibentuk oleh lembaga-lembaga formal atau media konvensional, tetapi juga oleh pengguna media sosial yang memiliki akses langsung untuk menyebarkan informasi, opini, bahkan disinformasi. Lembaga pendidikan Islam sering kali menjadi sasaran framing negatif yang dibangun melalui narasi-narasi tertentu, baik yang muncul dari luar komunitas Islam maupun dari internal umat yang kurang memahami hakikat pesantren dan fungsinya dalam membangun masyarakat. Ketika isu negatif berkembang secara viral, ketidaksiapan lembaga dalam mengelola komunikasi publik dapat memperburuk citra dan menggerus kepercayaan masyarakat. Oleh karena itu, pendekatan komunikasi yang strategis dan berbasis nilai-

nilai Islam perlu dikembangkan untuk menjaga integritas lembaga, sekaligus memberikan edukasi yang mencerahkan bagi umat (Nor Ipansyah et al., 2024); (Muhsinin, 2013).

Komunikasi Islam memiliki kekayaan konsep yang relevan untuk menjawab tantangan komunikasi kontemporer. Prinsip tabayyun (klarifikasi), hikmah (kebijaksanaan), mau'izah hasanah (nasihat yang baik), dan mujadalah bil-lati hiya ahsan (dialog dengan cara yang terbaik), merupakan dasar-dasar komunikasi yang sangat kontekstual untuk merespons isu-isu negatif dengan elegan dan solutif. Konsep-konsep tersebut tidak hanya mengajarkan cara berbicara dan menyampaikan pesan dengan santun, tetapi juga menekankan pentingnya ketepatan strategi dalam memilih waktu, media, dan pendekatan dalam menyampaikan kebenaran. Dalam konteks lembaga pendidikan Islam, prinsip-prinsip ini harus dikembangkan menjadi model komunikasi yang sistematis, terencana, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi dan pola pikir masyarakat.

Sayangnya, hingga saat ini belum banyak kajian yang mengarah pada konseptualisasi strategi komunikasi Islam secara sistematis dan aplikatif dalam konteks manajemen isu sosial keumatan. Sebagian besar respon terhadap isu negatif masih bersifat reaktif dan insidental, belum berbasis analisis mendalam tentang karakter isu, psikologi audiens, serta dinamika media. Padahal, Islam sebagai agama yang sempurna telah memberikan prinsip-prinsip dasar komunikasi yang apabila dikembangkan dalam pendekatan manajemen strategis, dapat menjadi solusi yang kokoh dalam menghadapi tantangan komunikasi zaman ini. Terlebih di era disrupsi informasi, kecepatan dan keakuratan dalam menyampaikan pesan harus disertai dengan keteguhan nilai, agar lembaga pendidikan Islam tidak terjebak dalam perang narasi yang justru mengaburkan wajah asli Islam yang rahmatan lil 'alamin.

Strategi komunikasi Islam idealnya bukan hanya bertujuan untuk mempertahankan citra atau menangkis isu negatif, tetapi juga untuk membentuk opini publik yang positif, membangun narasi keislaman yang inklusif, serta memperluas pemahaman masyarakat tentang peran sentral lembaga Islam dalam pembangunan bangsa. Ini menuntut adanya kerangka komunikasi yang mengintegrasikan nilai-nilai keislaman dengan pendekatan manajemen strategis komunikasi. Artinya, strategi komunikasi harus didesain dengan memperhatikan dimensi perencanaan, analisis situasi, pengelolaan pesan, pemilihan kanal/media, dan evaluasi, serta semua proses tersebut harus dilandasi oleh etika Islam dan orientasi dakwah yang konstruktif (Muhsinin, 2013).

Dalam kajian ini, penulis berusaha mengkonstruksi kerangka konseptual strategi komunikasi Islam dalam merespons isu negatif terhadap lembaga pendidikan keislaman di era digital. Kajian ini bersifat normatif-deskriptif, yaitu menjelaskan bagaimana strategi komunikasi ideal dapat dirumuskan berdasarkan prinsip-prinsip Islam, dengan mempertimbangkan konteks sosial, budaya, dan teknologi saat ini. Kajian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan ilmu komunikasi Islam, sekaligus menjadi referensi praktis bagi para pengelola lembaga pendidikan keislaman, aktivis dakwah, dan tokoh umat dalam membangun komunikasi yang cerdas, strategis, dan bernilai dakwah (Budiantoro & Saputri, 2021).

Dengan demikian, artikel ini bertujuan untuk mengisi kekosongan literatur terkait manajemen komunikasi Islam dalam konteks krisis opini publik terhadap lembaga pendidikan Islam. Di saat yang sama, tulisan ini juga menjadi refleksi atas perlunya revitalisasi peran dakwah *bil hikmah* dalam dunia komunikasi modern, yang penuh tantangan namun juga terbuka terhadap peluang besar untuk menyampaikan nilai-nilai Islam dengan lebih efektif dan menyentuh hati umat. Kajian ini juga membuka ruang diskusi tentang pentingnya lembaga Islam membangun public relations berbasis syariah, yang tidak hanya menjaga reputasi institusi, tetapi juga turut serta dalam mencerdaskan umat melalui komunikasi yang jujur, bijak, dan membangun persatuan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi pustaka (*library research*) yang bersifat deskriptif-analitis (Marendah, 2023). Pendekatan ini dipilih karena sesuai untuk mengkaji konsep, prinsip, dan strategi komunikasi Islam secara mendalam, terutama dalam merespons isu-isu negatif terhadap lembaga pendidikan keislaman di era digital. Penelitian ini bertujuan merumuskan kerangka konseptual strategi komunikasi Islam yang ideal dan kontekstual, dengan menggali sumber-sumber primer dan sekunder yang relevan dari literatur keislaman klasik maupun kontemporer, jurnal ilmiah, buku-buku komunikasi, dokumen kelembagaan, serta data dari media digital.

Prosedur penelitian dilakukan dengan mengumpulkan berbagai literatur yang berkaitan dengan prinsip komunikasi Islam, strategi manajemen isu, pendekatan dakwah *bil hikmah*, serta teori-teori komunikasi strategis. Literatur yang dikaji mencakup karya ulama klasik seperti Al-Ghazali dan Ibn Qayyim al-Jauziyah mengenai etika komunikasi, hingga teori-teori kontemporer dalam komunikasi krisis dan public relations berbasis

nilai. Selain itu, penulis juga menganalisis fenomena digital terkini terkait persepsi publik terhadap lembaga pendidikan Islam dengan menggunakan data sekunder seperti laporan media, unggahan media sosial, dan tanggapan masyarakat yang relevan.

Data yang diperoleh dianalisis secara kualitatif dengan pendekatan induktif, yaitu menyusun pemahaman dari data literatur untuk merumuskan konsep yang bersifat generalisasi teoritis (Sugiono, 2016). Teknik analisis dilakukan dengan menelaah, menginterpretasi, dan mensintesis nilai-nilai Islam yang dapat diaplikasikan dalam konteks manajemen komunikasi strategis. Hasil analisis kemudian dikembangkan menjadi sebuah model konseptual yang diharapkan dapat menjadi rujukan teoritis dan praktis dalam membangun strategi komunikasi Islam yang efektif, solutif, dan berorientasi dakwah dalam menghadapi tantangan isu negatif di era digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tantangan Komunikasi Lembaga Pendidikan Islam di Era Digital

Lembaga pendidikan Islam memiliki peran strategis dalam membentuk karakter, akhlak, dan spiritualitas generasi Muslim. Dalam perjalanannya, lembaga-lembaga ini kerap menjadi garda terdepan dalam menjaga nilai-nilai keislaman, memperkuat peradaban umat, dan menegakkan prinsip moral di tengah masyarakat. Namun, di era digital yang ditandai oleh arus informasi yang sangat cepat dan tidak terbendung, tantangan yang dihadapi oleh lembaga pendidikan Islam dalam ranah komunikasi semakin kompleks. Transformasi digital bukan hanya menghadirkan peluang untuk dakwah dan pendidikan, tetapi juga membuka ruang bagi munculnya disinformasi, misinformasi, hingga fitnah yang merusak citra lembaga keislaman (Ummah, 2022).

Salah satu tantangan terbesar adalah fenomena framing negatif di media sosial dan media massa terhadap lembaga pendidikan Islam, khususnya pesantren. Dalam sejumlah kasus, media kerap menyoroti kasus-kasus kekerasan, pelecehan, atau radikalisme dengan mengaitkan langsung institusi pesantren, meskipun belum ada pembuktian hukum yang valid. Pemberitaan semacam ini berpotensi membentuk opini publik yang keliru dan menggerus kepercayaan masyarakat terhadap pesantren. Sayangnya, banyak lembaga pendidikan Islam belum memiliki sistem komunikasi krisis yang kuat untuk segera merespons dan mengklarifikasi isu tersebut secara profesional (Udin et al., 2021).

Selain itu, tantangan lain muncul dari keterbatasan kapasitas internal lembaga dalam memanfaatkan teknologi digital untuk membangun komunikasi publik yang efektif. Banyak pesantren dan madrasah belum memiliki tim komunikasi atau humas yang

terlatih dalam pengelolaan media sosial, pembuatan konten digital, maupun manajemen reputasi daring. Hal ini menyebabkan mereka tertinggal dalam menyampaikan narasi positif dan kurang responsif terhadap isu-isu aktual yang beredar di masyarakat. Ketika isu negatif mencuat, respon yang muncul justru bersifat defensif, emosional, bahkan tidak berbasis data, sehingga memperburuk keadaan (Gustina & Djannah, 2015).

Era digital juga melahirkan tantangan baru berupa kehadiran warganet yang aktif, kritis, dan tidak jarang reaktif. Perkembangan user-generated content (konten yang dibuat oleh pengguna) seperti video viral, status media sosial, dan komentar digital, menjadi medan baru dalam pertarungan narasi dan persepsi. Isu kecil yang tidak ditangani dengan tepat bisa berkembang menjadi krisis reputasi karena viralitas yang tidak terkendali. Sayangnya, sebagian lembaga pendidikan Islam masih memandang dunia digital sebagai sesuatu yang sekunder, sehingga mereka tidak siap menghadapi tekanan publik dalam bentuk digital crowd atau serangan buzzer.

Tantangan lainnya adalah rendahnya literasi digital di kalangan pengelola lembaga pendidikan Islam, baik dari sisi manajemen maupun tenaga pendidik (Karimuddin Abdullah Lawang et al., 2022); (Muhammad Yasir et al., 2024); (Ibnu Mukti et al., 2022). Banyak di antara mereka belum memahami bagaimana algoritma media sosial bekerja, bagaimana cara membangun engagement dengan audiens digital, atau bagaimana menyampaikan klarifikasi yang tepat waktu dan elegan. Akibatnya, pesan yang disampaikan sering tidak efektif, tidak menarik, bahkan tidak menjangkau kelompok sasaran yang tepat. Dalam kondisi seperti ini, narasi-narasi negatif lebih mudah mendominasi karena tidak ada narasi tandingan yang kuat dan meyakinkan.

Lebih dari itu, tantangan komunikasi juga berkaitan dengan sensitivitas isu agama dan keumatan yang dibawa oleh lembaga pendidikan Islam. Isu-isu seperti intoleransi, radikalisme, atau kekerasan seksual dalam konteks keagamaan sangat sensitif dan mudah memicu reaksi emosional dari masyarakat. Dalam situasi seperti ini, lembaga pendidikan Islam memerlukan pendekatan komunikasi yang tidak hanya informatif, tetapi juga persuasif dan menyejukkan. Sayangnya, pendekatan semacam ini sering kali diabaikan karena lemahnya koordinasi internal, kurangnya pelatihan komunikasi strategis, dan ketiadaan kebijakan komunikasi resmi di banyak lembaga.

Selain tekanan eksternal, tantangan komunikasi juga muncul dari internal lembaga itu sendiri. Kultur organisasi yang kaku, dominasi pola komunikasi satu arah, serta rendahnya keterbukaan terhadap kritik menjadi penghambat besar dalam membangun komunikasi yang sehat dan adaptif. Ketika terjadi isu, lembaga cenderung bersikap

tertutup dan tidak mau membuka ruang dialog dengan publik, media, atau bahkan wali murid. Hal ini memperkuat citra eksklusif dan menumbuhkan ketidakpercayaan masyarakat. Padahal, transparansi dan akuntabilitas adalah kunci utama dalam membangun reputasi positif di era digital (Khalisatun Nuriyah et al., 2024).

Tantangan lainnya juga menyangkut keberagaman audiens digital. Komunikasi di era digital tidak lagi bersifat lokal atau regional, melainkan global dan lintas komunitas. Lembaga pendidikan Islam dituntut untuk mampu menyampaikan pesan-pesan keislaman secara inklusif, moderat, dan universal agar dapat diterima oleh audiens lintas latar belakang. Jika tidak, narasi-narasi yang eksklusif dan terlalu normatif akan ditinggalkan dan dianggap tidak relevan. Di sinilah dibutuhkan keterampilan komunikasi lintas budaya, literasi media, dan penguasaan platform digital sebagai bagian dari strategi dakwah dan pendidikan yang lebih luas.

Di tengah berbagai tantangan tersebut, penting untuk disadari bahwa komunikasi bukan sekadar alat penyampaian pesan, tetapi juga instrumen pengelolaan persepsi dan pembentuk kepercayaan publik. Tanpa strategi komunikasi yang tepat, lembaga pendidikan Islam berisiko terperangkap dalam krisis citra yang berlarut-larut. Oleh karena itu, dibutuhkan upaya serius untuk membangun kesadaran, kapasitas, dan sistem komunikasi strategis berbasis nilai-nilai Islam. Komunikasi harus dikelola secara profesional, sistemik, dan terintegrasi dengan fungsi pendidikan, dakwah, dan pelayanan sosial yang menjadi misi utama lembaga pendidikan Islam (Hardiyanto & Pulungan, 2019); (Muljawan, 2019).

Penanggulangan terhadap tantangan-tantangan ini memerlukan kolaborasi antara praktisi komunikasi, akademisi, dan para pemangku kebijakan di lingkungan pendidikan Islam. Pelatihan komunikasi digital, pendampingan media sosial, penyusunan protokol komunikasi krisis, hingga pengembangan konten edukatif yang kreatif perlu menjadi agenda bersama. Lebih dari itu, integrasi nilai-nilai Islam dalam praktik komunikasi harus menjadi ruh utama, sehingga strategi yang dibangun bukan hanya efektif secara teknis, tetapi juga bernilai ibadah dan memberi pencerahan.

Dengan memahami secara utuh tantangan komunikasi lembaga pendidikan Islam di era digital, diharapkan muncul kesadaran baru untuk memperkuat aspek komunikasi sebagai bagian dari sistem manajemen lembaga yang tidak bisa diabaikan. Inilah landasan penting bagi pengembangan model strategi komunikasi Islam yang mampu merespons isu negatif secara bijak, membela kebenaran dengan elegan, dan mendidik umat di tengah kompleksitas zaman digital yang serba cepat dan penuh distraksi.

Nilai-nilai Komunikasi Islam sebagai Fondasi Strategi Responsif

Komunikasi dalam Islam bukan sekadar aktivitas menyampaikan pesan, tetapi merupakan bagian integral dari akhlak dan ibadah. Nilai-nilai Islam mengajarkan bahwa setiap ucapan, tulisan, dan tindakan komunikasi harus mencerminkan kejujuran (*ṣidq*), kesantunan (*ḥilm*), tanggung jawab (*amānah*), dan kemaslahatan (*maṣlahah*). Dalam konteks lembaga pendidikan Islam, nilai-nilai ini tidak hanya penting dalam proses pembelajaran dan dakwah, tetapi juga menjadi fondasi dalam merespons berbagai isu sosial, terutama saat menghadapi tuduhan atau persepsi negatif dari publik. Strategi komunikasi yang responsif, bila dibangun di atas nilai-nilai Islam, akan menghadirkan kejelasan, kedamaian, dan kepercayaan, bukan sekadar klarifikasi semata (Sirajuddin Jamaluddin, 2021).

Nilai kejujuran atau *ṣidq* merupakan inti dari komunikasi Islam. Rasulullah SAW dikenal sebagai al-Amīn, orang yang terpercaya, karena beliau selalu berkata jujur meskipun dalam situasi yang sulit. Dalam menghadapi isu negatif, lembaga pendidikan Islam harus menempatkan kejujuran sebagai prinsip utama. Klarifikasi atau respons terhadap tuduhan publik tidak boleh didasarkan pada rekayasa informasi atau pemutarbalikan fakta, melainkan harus disampaikan secara terbuka, transparan, dan faktual. Dengan kejujuran, lembaga tidak hanya mempertahankan reputasi, tetapi juga membangun integritas jangka panjang di mata masyarakat.

Selain kejujuran, nilai kesantunan (*ḥilm*) sangat penting dalam membentuk respons komunikasi yang elegan dan penuh hikmah. Islam mengajarkan bahwa sekalipun berada dalam posisi benar, umat Islam tidak boleh bersikap kasar atau provokatif dalam berkomunikasi. Dalam Surah An-Nahl ayat 125, Allah memerintahkan untuk berdakwah "dengan hikmah dan pelajaran yang baik." Artinya, lembaga pendidikan Islam harus mampu merespons isu negatif dengan tenang, tidak terburu-buru, dan tidak terpancing emosi. Kesantunan dalam memilih kata, nada, dan medium komunikasi akan menunjukkan kedewasaan lembaga dalam mengelola konflik, sekaligus menenangkan publik yang sedang resah atau termakan isu (Muchith, 2015); (Udin et al., 2021).

Nilai tanggung jawab atau *amānah* dalam komunikasi Islam mengandung makna bahwa setiap pesan publik memiliki dampak moral dan sosial yang harus dipertanggungjawabkan. Dalam merespons isu negatif, lembaga pendidikan Islam tidak boleh abai terhadap konsekuensi dari setiap pernyataan atau sikap yang mereka ambil. Pernyataan yang terlalu reaktif, menuduh balik, atau membela diri tanpa bukti dapat memperkeruh suasana dan memperburuk persepsi publik. Oleh karena itu, diperlukan

kecermatan dalam menyusun narasi publik yang tidak hanya mewakili institusi, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai Islam yang mengedepankan keadilan, kebaikan, dan solusi.

Nilai masalah atau kemaslahatan publik juga merupakan prinsip penting dalam komunikasi Islam. Setiap strategi responsif yang dikembangkan lembaga pendidikan Islam harus mempertimbangkan dampak luas terhadap umat, bukan hanya kepentingan internal institusi. Dalam banyak kasus, membungkam isu atau membiarkannya berkembang tanpa klarifikasi justru menimbulkan keresahan dan keraguan di tengah masyarakat. Oleh karena itu, komunikasi yang tepat waktu, penuh empati, dan bernada solutif sangat dibutuhkan agar publik tidak kehilangan kepercayaan, dan umat tetap merasa terlindungi oleh lembaga yang mereka hormati.

Nilai *ta'aruf* dan *ta'awun* (saling mengenal dan saling tolong-menolong) dalam komunikasi juga menjadi dasar penting dalam membangun dialog dengan berbagai pihak. Dalam merespons isu negatif, lembaga pendidikan Islam tidak bisa bekerja sendiri. Mereka perlu membangun sinergi dengan media, tokoh masyarakat, pemerintah, dan organisasi kemasyarakatan untuk menyampaikan klarifikasi secara lebih luas dan objektif. Kolaborasi ini harus dilakukan dengan semangat saling memahami, bukan saling menyalahkan. Ketika komunikasi dijalankan atas dasar kebersamaan dan keterbukaan, publik akan lebih mudah menerima penjelasan yang diberikan (Saefrudin, 2020).

Selain itu, nilai *husn az-zann* (berprasangka baik) juga harus menjadi budaya komunikasi internal lembaga pendidikan Islam. Dalam menghadapi tuduhan atau tekanan publik, penting untuk menjaga prasangka baik terhadap niat pihak lain, termasuk media atau masyarakat yang mengkritik. Tindakan ini bukan bentuk kelemahan, tetapi wujud kedewasaan spiritual dan intelektual dalam berinteraksi. Dengan sikap ini, lembaga bisa lebih fokus pada substansi masalah dan menghindari konflik yang tidak perlu (Hidayat & Nizar, 2021).

Integrasi nilai-nilai tersebut dalam praktik komunikasi akan membentuk strategi yang tidak hanya bersifat reaktif, tetapi juga proaktif dan edukatif. Komunikasi yang responsif bukan berarti sekadar menjawab serangan, tetapi mampu mengubah krisis menjadi kesempatan untuk berdakwah, memperbaiki kelemahan, dan membangun kepercayaan publik. Sebagai contoh, ketika muncul isu negatif terhadap sebuah pesantren, respons yang baik bukan hanya berupa klarifikasi resmi, tetapi juga penyampaian narasi alternatif yang mengedukasi masyarakat tentang kontribusi pesantren dalam membina generasi, menjaga tradisi keilmuan, dan mendidik umat.

Strategi semacam ini harus dirancang secara sistemik dan berkelanjutan. Lembaga pendidikan Islam idealnya memiliki pedoman komunikasi berbasis nilai Islam, protokol penanganan krisis, serta pelatihan khusus bagi tim humas atau media center. Dalam dunia yang terhubung secara digital, kecepatan dan ketepatan dalam merespons menjadi krusial. Namun, lebih dari itu, ruh dari setiap respons publik harus tetap berada dalam koridor nilai-nilai Islam: jujur, lembut, bertanggung jawab, dan penuh hikmah.

Dengan membangun strategi komunikasi yang berakar pada nilai-nilai Islam, lembaga pendidikan Islam dapat lebih tangguh menghadapi gempuran isu negatif. Mereka tidak hanya mempertahankan reputasi, tetapi juga berkontribusi dalam menciptakan ruang publik yang lebih sehat, damai, dan bermartabat. Strategi komunikasi semacam ini akan menjadikan lembaga pendidikan Islam sebagai model bagi institusi lain, sekaligus menjadi instrumen dakwah yang relevan di tengah dinamika zaman digital.

Strategi Respons Komunikasi Islam dalam Mengelola Isu Negatif di Era Digital

Era digital telah membawa kemajuan luar biasa dalam teknologi informasi, namun bersamaan dengan itu juga menghadirkan tantangan serius bagi lembaga pendidikan Islam, khususnya ketika berhadapan dengan isu negatif yang menyebar cepat melalui media sosial dan platform digital lainnya. Dalam konteks ini, strategi respons komunikasi Islam menjadi kebutuhan mendesak, bukan hanya untuk menyelamatkan citra lembaga, tetapi juga sebagai wujud tanggung jawab dakwah dan edukasi kepada umat. Strategi yang dimaksud harus tidak semata-mata bersifat reaktif, melainkan proaktif, berbasis nilai Islam, serta mampu beradaptasi dengan dinamika digital (Qudratullah, 2016).

Langkah awal dalam strategi respons adalah membangun sistem monitoring informasi digital secara aktif dan terstruktur. Lembaga pendidikan Islam perlu memiliki tim khusus yang memantau narasi publik yang berkembang di media sosial, media online, maupun forum-forum diskusi digital. Monitoring ini tidak hanya bertujuan mendeteksi isu negatif sejak dini, tetapi juga untuk memahami pola penyebaran, aktor yang terlibat, serta persepsi publik. Dengan pemantauan yang baik, lembaga dapat menyusun respons yang relevan, tidak emosional, dan berbasis data (Khalisatun Nuriyah et al., 2024).

Strategi kedua adalah menyiapkan respons yang cepat, tepat, dan terukur. Kecepatan dalam memberikan klarifikasi menjadi kunci penting dalam era digital, di mana berita hoaks atau tuduhan tidak berdasar dapat menyebar dalam hitungan menit. Namun, kecepatan ini tidak boleh mengorbankan akurasi dan kehati-hatian. Oleh karena itu, lembaga harus memiliki protokol komunikasi krisis, yaitu langkah-langkah sistematis yang bisa diaktifkan ketika muncul isu yang berpotensi merusak reputasi. Protokol ini

meliputi: penunjukan juru bicara resmi, penyusunan narasi tanggapan yang sesuai nilai Islam, pemilihan kanal komunikasi yang tepat (seperti rilis pers, video klarifikasi, atau live streaming), dan evaluasi dampak dari respons tersebut (Bahri & Arafah, 2021).

Ketiga, strategi komunikasi harus dibangun di atas pendekatan narasi alternatif yang positif dan edukatif. Alih-alih hanya membantah tuduhan atau membela diri, lembaga pendidikan Islam sebaiknya menyampaikan narasi yang lebih luas: tentang visi misi lembaga, program pengembangan karakter, kontribusi dalam masyarakat, dan kisah-kisah inspiratif dari alumni maupun santri. Strategi ini sejalan dengan pendekatan *tabyīn* dalam Islam, yaitu menjelaskan dengan terang dan santun. Melalui narasi yang edukatif, publik akan memperoleh gambaran utuh dan objektif, serta tidak mudah termakan oleh framing negatif yang bersifat sepihak (Ummah, 2022).

Strategi keempat adalah melibatkan tokoh publik dan alumni sebagai duta komunikasi. Seringkali, klarifikasi dari internal lembaga kurang cukup meyakinkan publik jika tidak didukung oleh suara dari pihak ketiga yang kredibel. Oleh karena itu, lembaga dapat mengajak tokoh ulama, influencer muslim, dosen, alumni berprestasi, atau tokoh masyarakat untuk memberikan testimoni dan pernyataan dukungan secara publik. Partisipasi mereka akan memperkuat citra lembaga dan membangun kembali kepercayaan publik yang sempat goyah akibat isu negatif (Suryana, 2018).

Kelima, dalam merespons isu digital, pemanfaatan media sosial secara strategis dan bijak sangat diperlukan. Lembaga pendidikan Islam tidak bisa lagi mengandalkan media konvensional seperti brosur atau baliho, melainkan harus aktif di platform digital seperti Instagram, YouTube, Facebook, X (Twitter), dan TikTok. Konten yang dibuat harus bersifat visual, ringkas, dan mengandung nilai dakwah serta pembelaan yang tidak konfrontatif. Misalnya, membuat video singkat yang menampilkan suasana belajar mengajar di pesantren, testimoni wali santri, atau video edukatif tentang nilai-nilai Islam dalam membentuk karakter. Media sosial dapat menjadi alat dakwah sekaligus alat klarifikasi yang kuat, jika dikelola secara konsisten dan profesional (Ummah, 2022).

Strategi keenam adalah penguatan internal lembaga dalam menghadapi krisis komunikasi. Respons yang baik hanya bisa dilakukan jika seluruh unsur internal lembaga memahami peran mereka. Oleh karena itu, perlu dilakukan pelatihan komunikasi kepada guru, pengurus pesantren, staf administrasi, bahkan santri, agar mereka tidak memberikan pernyataan yang kontraproduktif saat menghadapi isu. Selain itu, internalisasi nilai-nilai komunikasi Islam seperti kejujuran, kesabaran, dan sikap santun dalam menyikapi kritik harus menjadi bagian dari budaya organisasi lembaga pendidikan Islam (Zulfikar, 2022).

Strategi ketujuh adalah mengambil hikmah dari krisis untuk perbaikan kelembagaan. Dalam banyak kasus, isu negatif yang menyerang lembaga tidak sepenuhnya tidak berdasar. Terkadang terdapat kelalaian, ketidaktepatan kebijakan, atau kurangnya transparansi yang menjadi celah bagi munculnya opini publik negatif. Oleh karena itu, setiap krisis harus dijadikan momentum untuk melakukan introspeksi, audit internal, dan perbaikan sistem manajemen. Sikap terbuka terhadap kritik, disertai kesediaan memperbaiki diri, merupakan bagian dari ajaran Islam tentang islah dan tawbah yang relevan dalam konteks manajemen modern (Taufiq, 2017).

Terakhir, strategi respons komunikasi Islam yang efektif harus didukung oleh etika dakwah dan visi jangka panjang. Respons terhadap isu negatif tidak boleh berhenti pada klarifikasi satu kali, tetapi harus dilanjutkan dengan membangun relasi jangka panjang dengan masyarakat, media, dan stakeholder lainnya. Lembaga pendidikan Islam harus hadir sebagai sumber kebenaran, keteladanan, dan solusi di tengah masyarakat. Dengan demikian, lembaga tidak hanya bertahan dari badai isu, tetapi juga tumbuh sebagai kekuatan moral yang berkontribusi besar dalam membangun peradaban Islam yang *rahmatan lil 'ālamīn* (Ummah, 2022).

Dengan mengintegrasikan prinsip-prinsip komunikasi Islam ke dalam strategi respons digital, lembaga pendidikan Islam akan lebih siap menghadapi dinamika zaman yang semakin kompleks. Mereka tidak hanya mampu menjernihkan kabar bohong atau tuduhan yang menyudutkan, tetapi juga mampu mengubah krisis menjadi peluang dakwah dan pembelajaran. Inilah makna sejati dari komunikasi Islam yang tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga transformasional: mencerdaskan umat, menjaga kehormatan lembaga, dan menebarkan kemaslahatan melalui lisan, tulisan, dan tindakan yang penuh hikmah.

PENUTUP

Dalam era digital yang sarat dengan arus informasi cepat dan tak terbendung, lembaga pendidikan Islam menghadapi tantangan besar dalam menjaga citra dan kredibilitasnya. Kemunculan isu-isu negatif terhadap pesantren atau institusi keislaman lainnya sering kali menyebar secara masif melalui media sosial, memunculkan persepsi publik yang tidak selalu sejalan dengan realitas. Di sinilah urgensi strategi komunikasi Islam menjadi sangat penting sebagai bentuk pertahanan, klarifikasi, sekaligus dakwah.

Hasil pembahasan menunjukkan bahwa tantangan komunikasi lembaga pendidikan Islam di era digital tidak hanya menyangkut aspek teknis penyampaian pesan,

tetapi juga berkaitan erat dengan bagaimana nilai-nilai Islam dapat diimplementasikan dalam menyusun narasi, merespons kritik, dan mengelola persepsi publik. Keterbukaan informasi, derasnya hoaks, serta karakter interaktif media sosial menjadikan lembaga Islam harus lebih adaptif, profesional, dan strategis dalam mengelola komunikasi kelembagaan.

Strategi komunikasi Islam yang ideal dalam menghadapi isu negatif tidak cukup hanya reaktif atau defensif, melainkan perlu bersifat proaktif, preventif, dan edukatif. Ini meliputi kemampuan monitoring isu digital secara real time, penyiapan protokol komunikasi krisis, penyampaian narasi alternatif yang positif, pelibatan tokoh eksternal dan alumni sebagai juru bicara kredibel, hingga pemanfaatan media sosial secara kreatif namun beretika. Strategi tersebut harus tetap berakar kuat pada prinsip-prinsip komunikasi dalam Islam, seperti kejujuran (*ṣidq*), kebijaksanaan (*ḥikmah*), santun dalam berdakwah (*mau 'izah ḥasanah*), dan kesabaran dalam menghadapi fitnah.

Selain itu, krisis komunikasi yang muncul juga dapat menjadi peluang refleksi dan perbaikan internal bagi lembaga. Evaluasi terhadap manajemen kelembagaan, pelatihan komunikasi digital, serta peningkatan kapasitas sumber daya manusia menjadi bagian dari strategi jangka panjang yang berkelanjutan. Dengan demikian, lembaga pendidikan Islam tidak hanya mampu menjawab isu negatif dengan baik, tetapi juga dapat tumbuh menjadi institusi yang semakin kuat, adaptif, dan dicintai oleh masyarakat.

Keseluruhan konseptualisasi strategi ini menegaskan bahwa komunikasi Islam bukan hanya alat klarifikasi, tetapi juga sarana dakwah dan pendidikan publik. Maka, di tengah arus digital yang tidak kenal batas, lembaga pendidikan Islam dituntut untuk tidak sekadar mempertahankan reputasi, tetapi juga menjadi garda terdepan dalam menyebarkan nilai-nilai keislaman yang *rahmatan lil 'ālamīn* melalui komunikasi yang bijak, berbasis nilai, dan berorientasi pada kemaslahatan umat.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfath, K. (2020). Pendidikan Karakter Disiplin Santri Di Pondok Pesantren Al-Fatah Temboro. *Al-Manar*, 9(1), 125–164. <https://doi.org/10.36668/jal.v9i1.136>
- Bahri, S., & Arafah, N. (2021). Analisis Manajemen SDM Dalam Mengembangkan Strategi Pembelajaran Di Era New Normal. *Tafkir: Interdisciplinary Journal of Islamic Education*, 1(1), 20–40. <https://doi.org/10.31538/tijie.v1i1.2>
- Budiantoro, W., & Saputri, K. D. (2021). Pengembangan Dakwah Multikultural di Era Digital. *ICODEV: Indonesian Community Development Journal*, 2(1), 13–22. <https://doi.org/10.24090/icodev.v2i1.5294>
- Gustina, E., & Djannah, S. N. (2015). Sumber Informasi Dan Pengetahuan Tentang Menstrual Hygiene Pada Remaja Putri. *Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 10(2), 147. <https://doi.org/10.15294/kemas.v10i2.3375>
- Hardiyanto, S., & Pulungan, D. (2019). Komunikasi Efektif Sebagai Upaya Penanggulangan Bencana Alam di Kota Padangsidempuan. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 30–39. <https://doi.org/10.30596/interaksi.v3i1.2694>
- Hidayat, F., & Nizar, M. (2021). Model Addie (Analysis, Design, Development, Implementation and Evaluation) Dalam Pembelajaran Pendidikan Agama Islam. *Jurnal Inovasi Pendidikan Agama Islam (JIPAI)*, 1(1), 28–38. <https://doi.org/10.15575/jipai.v1i1.11042>
- Ibnu Mukti, Karimuddin Abdullah Lawang, Muhammad Kharazi, Teungku Amiruddin, & Multazimatul Ula. (2022). *Pelaksanaan Kewajiban Privat Untuk Meningkatkan Mutu Santri Dalam Memahami Ilmu Munakahat (Pengabdian di Dayah Putri Muslimat Samalanga Bireuen)*. 1, 141–157. <https://doi.org/https://doi.org/10.54621/jkdm.v1i1.508>
- Jumriah Komala Sari, M. Abzar Duraesa, Muhammad Tahir, & Sitti Syahar Inayah. (2024). Strategi Komunikasi Islam Dalam Konteks Dakwah. *JSIM: Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, 5(5), 2721–2246. <https://doi.org/10.36418/syntax-imperatif.v5i5.510>
- Karimuddin Abdullah Lawang, Dian Saputra, Ibnu Mukti, & Yulia Sikunanti. (2022). *Peningkatan Kemampuan Santriwati dalam Kegiatan Ekstrakurikuler di Dayah Jamiah Al-Aziziyah Batee Ilike Samalanga*. 1(2), 373–387.
- Khalisatun Nuriyah, Abu Hasan Agus R M, Putri Fahmadia Dinda Maulida Thohir, Nadira Rusdiah, & Kikik Windia Sari. (2024). Adaptasi Strategi Pembelajaran Responsif terhadap Dinamika Siswa. *Jurnal Basicedu*, 8(5), 3843–3851. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v8i5.8674>
- Marendah, R. K. E. (2023). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Muchith, M. S. (2015). Membangun Komunikasi Edukatif. *AT-TABSIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 3(1), 178. <https://doi.org/10.21043/at-tabsyir.v3i1.1657>
- Muhammad Yasir, Asep Suhana, Diauddin Ismail, Muzakir Muhammad Amin, & Karimuddin Abdullah Lawang. (2024). Peningkatan Kualitas Tenaga Pengajar Pondok Pesantren Melalui Sosialisasi Pemahaman tentang Peraturan Perundang-Undangan. *IKHLAS: Jurnal Pengabdian Dosen Dan Mahasiswa*, 3(2), 30–37. <https://doi.org/10.58707/ikhlas.v3i2.988>
- Muhsinin, M. (2013). Model Pendidikan Karakter Berbasis Nilai-Nilai Islam Untuk Membentuk Karakter Siswa Yang Toleran. *Edukasia: Jurnal Penelitian Pendidikan Islam*, 8(2), 205–228. <https://doi.org/10.21043/edukasia.v8i2.751>
- Muljawan, A. (2019). Model Dan Strategi Manajemen Lembaga Pendidikan Islam.

- Jurnal Asy-Syukriyyah*, 20(2), 51–69. <https://doi.org/10.36769/asy.v20i2.81>
- Nor Ipansyah, Jalaluddin, Bahran, Akhmad Sukris Sarmadi, Nadiyah, Rusdiah, & Karimuddin Abdullah Lawang. (2024). Implementasi Nilai Dakwah Melalui Toleransi Beragama di Pondok Pesantren. *Hanifiya: Jurnal Studi Agama-Agama*, 19(1), 71–91. <https://doi.org/10.21111/attadib.v19i1.11968>
- Qudratullah, Q. (2016). Peran Dan Fungsi Komunikasi Massa. *Jurnal Dakwah Tabligh*, 17(2), 41–46. <https://doi.org/10.24252/jdt.v17i2.6024>
- Saefrudin. (2020). Nilai Pendidikan Islam Prespektif KH. Salahudin Wahid. *Jurnal Al-Fikri*, 3(1).
- Sirajuddin Jamaluddin, P. D. (2021). *Educational Values in the Biography of al-Khulafaurrasyidin and Its Application in Adult Education in Indonesia*. 4(1). <https://jurnal.umpar.ac.id/index.php/athfal/article/view/1460>
- Sugiono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D* (Bandung: Alfabeta).
- Sujana, I. W. C. (2019). Fungsi Dan Tujuan Pendidikan Indonesia. *Adi Widya: Jurnal Pendidikan Dasar*, 4(1), 29. <https://doi.org/10.25078/aw.v4i1.927>
- Suryana. (2018). Pelayanan Publik : Kewajiban dan Kendalanya. *Ilmiah Magister Ilmu Administrasi (JIMIA)*, 1, 1–13.
- Syobah, S. N., Nugraha, A. B., Juwita, R., & Abdullah, K. (2023). Keefektifan Komunikasi Interpersonal dalam Menyelesaikan Konflik Suami Istri. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 118–129. <https://doi.org/10.30596/ji.v7i1.13307>
- Taufiq, B. (2017). Identifikasi Nilai-nilai Pendidikan Islam Dalam Pemberdayaan Masyarakat Pada PNPM Mandiri. *Jurnal Penelitian*, 11(1), 69. <https://doi.org/10.21043/jupe.v11i1.2171>
- Udin, J., Ghulam, Z., & Ghofur, A. (2021). Analisis Wacana Strategi Dakwah Sultan Agung Adi Prabu Hanyokrokusumo. *Dakwatuna: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam*, 7(1), 62. <https://doi.org/10.54471/dakwatuna.v7i1.923>
- Ummah, N. H. (2022). Pemanfaatan Sosial Media dalam meningkatkan Efektivitas Dakwah di Era Digital. *Junal Manajemen Dakwah*, 10, 151–169.
- Zulfikar, A. Y. (2022). *Transformasi Sosial dan Perubahan Dayah di Aceh*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.