

BAB 5 PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai peran Humas Kementerian Agama Republik Indonesia melalui Tim Dokumentasi, Peliputan, dan Manajemen Isu dalam menangani kasus hoaks haji gratis tahun 2025, dapat disimpulkan bahwa Kementerian Agama telah menerapkan strategi komunikasi krisis yang selaras dengan prinsip-prinsip Teori Komunikasi Krisis Situasional (SCCT). Hal ini tercermin dari tiga unsur utama dalam SCCT. Pada aspek atribusi tanggung jawab krisis, Kemenag berada pada tingkat tanggung jawab yang minim hal ini dilakukan dengan meluruskan informasi bahwa Kemenag tidak menyelenggarakan program haji gratis dan mengedukasi masyarakat untuk mendapatkan informasi dari kanal resmi Kemenag. Strategi komunikasi krisis yang diterapkan Kemenag melibatkan tahapan yang terstruktur dan terkoordinasi. Tahapan dimulai dari *media monitoring* dan *audience listening*, tim lalu melakukan analisa tingkat eskalasi isu pada isu yang beredar. Dilanjutkan dengan pelaporan ke Kementerian Komunikasi dan Digital (Komdigi) melalui kanal pengaduan konten. Dan terakhir, dilakukan pembuatan konten klarifikasi dan edukasi dalam berbagai format seperti pemberitaan, infografis, dan video yang dipublikasikan di kanal-kanal resmi Kemenag.

Sementara itu, pada unsur sejarah krisis, fenomena hoaks haji gratis merupakan kasus yang bersifat berulang, walaupun begitu, Kemenag memiliki rekam jejak yang cukup positif dalam menangani krisis serupa. Selanjutnya, dalam unsur reputasi organisasi sebelumnya, Kemenag memiliki reputasi yang relatif positif di mata publik, hal ini sejalan dengan bagaimana publik kerap mengandal Kemenag dalam penyebaran informasi yang kredibel. Sesuai dengan unsur-unsur tersebut, menempatkan kasus hoaks haji gratis ke dalam klaster korban (*victim cluster*), di mana publik meyakini bahwa Kemenag adalah korban dari penyalahgunaan identitas dan kredibilitas institusi. Kemenag juga menunjukkan penggunaan strategi memperkuat (*bolstering strategy*), strategi ini dilakukan melalui pengingat akan prosedur resmi pendaftaran.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa terdapat keterkaitan antara bentuk-bentuk hoaks haji gratis yang beredar masuk ke dalam tiga jenis utama hoaks, yaitu berita palsu (*fake news*), dari konten diciptakan seolah-olah program oleh Kemenag. Strategi *clickbait* terlihat dari penggunaan judul dramatis, dan narasi urgensi seperti kuota yang terbatas. Kemudian propaganda melalui syarat-syarat yang terkesan mudah dengan keuntungan besar. Dengan demikian, strategi penanganan yang diterapkan oleh Humas Kementerian Agama melalui Tim Dokumentasi, Peliputan dan Manajemen Isu dalam mengatasi hoaks haji gratis tahun 2025 telah berjalan dengan cukup baik dan dapat dikatakan responsif.

5.2. Saran

5.2.1. Saran Praktis

1. Pertama, Humas Kementerian Agama perlu mengembangkan sistem strategi penanganan hoaks yang lebih preventif dan konsisten melalui strategi-strategi komprehensif kedepannya. Kemenag juga perlu memperkuat koordinasi strategis dengan kanal-kanal resmi di media sosial untuk mempercepat proses penghapusan konten dan akun. Kemenag juga perlu mempertimbangkan untuk mengembangkan mekanisme sanksi atau tindakan hukum yang lebih tegas terhadap penyebar hoaks seperti melalui koordinasi pihak kepolisian dan Kementerian Komunikasi dan Digital (Komdigi), sehingga dapat memberikan efek jera dan mengurangi penyebaran hoaks di masa mendatang.
2. Kedua, bagi masyarakat pengguna media sosial, diharapkan untuk meningkatkan kesadaran dan literasi digital di era digital. Publik harus dapat mengkonfirmasi informasi di kanal resmi sebelum mempercayai dan menyebarkan konten-konten hoaks serupa, tidak mudah tergiur dengan tawaran pendaftaran tidak kredibel. Selain itu, masyarakat yang memiliki pemahaman lebih baik tentang literasi digital tinggi diharapkan dapat berperan sebagai bagian untuk melakukan edukasi di lingkungan, sehingga tercipta media sosial yang lebih sehat dan cerdas dalam mengonsumsi informasi.

5.2.2. Saran Teoritis

Bagi para peneliti di bidang ilmu komunikasi, diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi dalam pengembangan kajian komunikasi krisis,

khususnya dalam konteks penanganan hoaks di era digital dan peran humas pemerintahan dalam melakukan penanganan dan edukasi kepada publik. Penelitian ini diharapkan dapat mengeksplorasi aspek-aspek lain dari Teori Komunikasi Krisis Situasional (SCCT) dan manajemen krisis kedepannya. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada pengembangan dalam ilmu komunikasi, khususnya dalam ranah komunikasi krisis dan memberikan penerapan berkelanjutan bagi pengembangan strategi komunikasi yang lebih efektif kedepannya.

