

Komunikasi Publik Kebijakan Haji dalam Ekosistem Media Digital: Studi Kasus Tata Kelola Informasi Kementerian Haji

Abdul Rahman Syahputra, Hasan Sazali
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia
Email: abdul4004253032@uinsu.ac.id

Abstract

This study aims to analyze Hajj policy communication within the digital media ecosystem, strategies for pilgrim information services, information crisis management and public communication transparency, as well as the relationship between the state and religion in religious public services. The research employs a qualitative approach using library research and a case study perspective. Data were collected from scholarly journals, books, policy documents, and reports from relevant international organizations, and subsequently analyzed through content analysis and thematic analysis. The findings indicate that digital media play a significant role in enhancing the effectiveness of Hajj policy communication by providing information that is faster, more accessible, and more responsive. Effective information service strategies are characterized by the integration of information systems, the utilization of digital technology, and communication that is oriented toward the needs of pilgrims. Information crisis management and public communication transparency are essential factors in maintaining public trust in the administration of Hajj services. Furthermore, the relationship between the state and religion in religious public services is increasingly strengthened through digital governance that promotes transparency, participation, and accountability. This study emphasizes that policy communication and digital governance constitute fundamental pillars in realizing effective Hajj administration that is centered on the needs and services of pilgrims.

Keywords: *Hajj Policy Communication, Digital Media, Information Governance, Public Communication, Religious Services.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis komunikasi kebijakan haji dalam ekosistem media digital, strategi pelayanan informasi jamaah, manajemen krisis informasi dan transparansi komunikasi publik, serta relasi negara dan agama dalam layanan publik keagamaan. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode *library research* dan perspektif studi kasus. Data diperoleh dari jurnal ilmiah, buku, dokumen kebijakan, dan laporan organisasi internasional yang relevan, kemudian dianalisis menggunakan analisis isi dan analisis tematik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media digital berperan penting dalam meningkatkan efektivitas komunikasi kebijakan haji melalui penyediaan informasi yang lebih cepat, mudah diakses, dan responsif. Strategi pelayanan informasi yang efektif ditandai oleh integrasi sistem informasi, pemanfaatan teknologi digital, dan komunikasi yang berorientasi pada kebutuhan jamaah. Manajemen krisis informasi dan transparansi komunikasi publik menjadi faktor penting dalam menjaga kepercayaan masyarakat terhadap penyelenggaraan haji. Relasi negara dan agama dalam layanan publik keagamaan semakin diperkuat melalui tata kelola digital yang mendukung transparansi, partisipasi, dan akuntabilitas. Penelitian ini menegaskan bahwa komunikasi kebijakan dan tata kelola digital merupakan fondasi penting dalam mewujudkan penyelenggaraan haji yang efektif dan berorientasi pada pelayanan jamaah.

Kata Kunci: Komunikasi Kebijakan Haji, Media Digital, Tata Kelola Informasi, Komunikasi Publik, Layanan Keagamaan.

A. Pendahuluan

Penyelenggaraan ibadah haji merupakan salah satu bentuk layanan publik keagamaan yang memiliki kompleksitas tinggi karena melibatkan aspek administratif, diplomatik, sosial, ekonomi, kesehatan, keamanan, dan komunikasi public¹. Setiap tahun jutaan umat Islam dari berbagai negara melakukan perjalanan ke Arab Saudi untuk melaksanakan ibadah haji sehingga membutuhkan sistem tata kelola informasi yang terintegrasi, akurat, dan responsive². Transformasi digital yang berlangsung secara global telah mengubah pola komunikasi antara pemerintah, penyelenggara layanan publik, dan masyarakat³. Informasi mengenai kebijakan haji kini tidak lagi disampaikan melalui saluran birokrasi konvensional, tetapi juga melalui media sosial, portal digital, aplikasi layanan, platform video, dan berbagai ekosistem komunikasi berbasis internet⁴.

Perkembangan teknologi digital menghadirkan peluang sekaligus tantangan dalam komunikasi kebijakan haji. Kemudahan akses informasi memungkinkan jamaah memperoleh informasi secara cepat mengenai kuota, visa, akomodasi, transportasi, kesehatan, jadwal keberangkatan, hingga regulasi terbaru yang diterapkan pemerintah⁵. Lingkungan digital juga meningkatkan risiko penyebaran misinformasi, disinformasi, hoaks, dan spekulasi yang berpotensi memengaruhi persepsi publik terhadap tata kelola haji. Laporan World Economic Forum menempatkan misinformasi dan disinformasi sebagai salah satu risiko global utama yang dapat mengganggu stabilitas sosial dan kepercayaan publik dalam berbagai sektor, termasuk layanan publik dan kebijakan pemerintahan⁶.

Fenomena terkini menunjukkan bahwa isu komunikasi publik dalam penyelenggaraan haji semakin mendapatkan perhatian. Perubahan kebijakan kuota, regulasi kesehatan pascapandemi, digitalisasi layanan haji, penggunaan aplikasi elektronik untuk manajemen jamaah, serta berbagai isu terkait pelayanan di tanah suci sering menjadi perbincangan luas di

¹ Desi Hasbiyah et al., "Public Service Communication Management in Hajj Administration: A Systematic Literature Review," *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 2025, <https://doi.org/10.37641/jimkes.v13i2.4253>.

² Farhan Indra, "Transforming Public Communication in Hajj Services: A Contextual Model of KBIHU-Based Information Strategies in North Sumatra," *MUHARRIK: Jurnal Dakwah Dan Sosial*, 2025, <https://doi.org/10.37680/muharrrik.v8i1.7728>.

³ Muhammad Farid Aljawi and Faisal Santiago, "Reconstructing the Governance of Hajj and Umrah Administration in Indonesia," *Greenation International Journal of Law and Social Sciences*, 2025, <https://doi.org/10.38035/gijlss.v3i3.567>.

⁴ A Fathonah, A Rozaq, and Mustofa Hilmi, "The Utilization of Social Media as an Information Platform for Hajj by the Ministry of Religious Affairs (A Descriptive Analysis of the Instagram Account @informasihaji)," *Dinasti International Journal of Education Management And Social Science*, 2024, <https://doi.org/10.38035/dijemss.v5i5.2945>.

⁵ S Alsulaiman and Terry Rentner, "When All Goes as Planned: A Case Study of Hajj and the Best Crisis Communication Strategies for Practitioners Planning Mega-Events," *Humanities and Social Sciences Communications* 11 (2024), <https://doi.org/10.1057/s41599-024-04108-9>.

⁶ Alya Rahmayani Siregar and Syukur Kholil, "Pemanfaatan Media Digital Dalam Komunikasi Organisasi Penyelenggaraan Ibadah Haji Di Sumatera Utara," *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 2024, <https://doi.org/10.47467/reslaj.v6i10.2762>.

media digital. Informasi yang berkembang secara cepat sering kali memunculkan ketidakpastian di kalangan jamaah apabila tidak diimbangi dengan komunikasi resmi yang transparan dan mudah dipahami. Situasi tersebut memperlihatkan bahwa keberhasilan penyelenggaraan haji tidak hanya ditentukan oleh aspek teknis dan administratif, tetapi juga oleh efektivitas komunikasi kebijakan yang dilakukan institusi penyelenggara.

Komunikasi publik kebijakan haji memiliki posisi strategis dalam membangun pemahaman, kepatuhan, dan kepercayaan jamaah terhadap kebijakan yang diterapkan pemerintah⁷. Komunikasi kebijakan dipahami sebagai proses penyampaian informasi, penjelasan, persuasi, dan dialog antara pembuat kebijakan dengan masyarakat yang menjadi sasaran kebijakan. Dalam konteks haji, komunikasi publik berfungsi menjelaskan tujuan kebijakan, mengurangi ketidakpastian informasi, meningkatkan kesiapan jamaah, serta memfasilitasi hubungan yang konstruktif antara pemerintah dan masyarakat⁸.

Tata kelola informasi menjadi aspek penting dalam komunikasi kebijakan haji karena berkaitan langsung dengan kualitas pelayanan publik. Jamaah membutuhkan informasi yang akurat, tepat waktu, mudah diakses, dan konsisten sepanjang proses penyelenggaraan ibadah haji. Literatur mengenai digital government menjelaskan bahwa kualitas informasi publik berpengaruh terhadap tingkat kepuasan masyarakat, efektivitas layanan, dan legitimasi institusi public⁹. Kapasitas lembaga penyelenggara dalam mengelola arus informasi menjadi faktor penting dalam menjaga kualitas pelayanan jamaah di era digital.

Manajemen krisis informasi juga menjadi tantangan utama dalam penyelenggaraan haji. Karakteristik media digital memungkinkan informasi menyebar secara masif dalam waktu yang sangat singkat. Isu mengenai keterlambatan keberangkatan, perubahan regulasi, kondisi kesehatan jamaah, insiden pelayanan, maupun kebijakan pemerintah dapat berkembang menjadi krisis komunikasi apabila tidak dikelola secara cepat dan professional¹⁰. Teori Situational Crisis Communication Theory menjelaskan bahwa respons komunikasi yang tepat mampu mengurangi dampak krisis serta menjaga reputasi organisasi di mata public. Relevansi

⁷ U Khadijah, Evi Novianti, and R Anwar, "SOCIAL MEDIA IN GUIDING AND MARKETING RELIGIOUS TOURISM: THE CASE OF UMRAH AND HAJJ SERVICES," *Sosiohumaniora*, 2022, <https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v24i1.36579>.

⁸ Khalwa Rofida Taqqiya and Airlangga Bramayudha, "Communication Management via WhatsApp in Hajj and Umrah Travel Agencies: A Qualitative Study in Indonesia," *PROGRESIF: Jurnal Dakwah, Sosial, Dan Komunikasi*, 2025, <https://doi.org/10.63199/progresif.v2i2.61>.

⁹ Muhammad Nauval Hazieq, Wardatul Hamro, and Abdul Hafiz, "Inovasi Layanan Manajemen Haji Dan Umroh : Memanfaatkan Media Sosial Untuk Edukasi Dan Informasi Jamaah," *Bridge : Jurnal Publikasi Sistem Informasi Dan Telekomunikasi*, 2024, <https://doi.org/10.62951/bridge.v2i3.133>.

¹⁰ Eva Shinta Aisyah Ahmadi and Sudahri, "Analysis of Communication Strategies of Hajj and Umrah Travel Agencies in Building Pilgrims' Trust Through Digital Media: A Case Study of PT. Assunnayah Al-Jauhari," *Illomata International Journal of Social Science*, 2025, <https://doi.org/10.61194/ijss.v6i2.1710>.

teori tersebut semakin kuat dalam konteks pelayanan haji yang melibatkan kepentingan publik yang sangat luas.

Transparansi informasi menjadi prinsip fundamental dalam tata kelola layanan publik keagamaan. Transparansi memungkinkan masyarakat memperoleh akses terhadap informasi yang berkaitan dengan kebijakan, penggunaan anggaran, mekanisme pelayanan, serta proses pengambilan keputusan. Literatur tata kelola publik menunjukkan bahwa transparansi berkontribusi terhadap peningkatan akuntabilitas, partisipasi publik, dan kepercayaan masyarakat terhadap institusi pemerintah. Keterbukaan informasi dalam penyelenggaraan haji menjadi kebutuhan penting mengingat tingginya perhatian masyarakat terhadap layanan keagamaan yang diselenggarakan negara.

Relasi negara dan agama dalam layanan publik keagamaan turut menjadi dimensi penting yang perlu dikaji. Penyelenggaraan haji merupakan bentuk keterlibatan negara dalam memfasilitasi pelaksanaan ibadah umat Islam. Hubungan tersebut tidak hanya berkaitan dengan aspek administratif, tetapi juga menyangkut legitimasi, representasi kepentingan umat, dan tanggung jawab negara dalam menjamin pelayanan keagamaan yang berkualitas. Perspektif governance menunjukkan bahwa efektivitas layanan publik keagamaan dipengaruhi oleh kemampuan negara membangun komunikasi yang inklusif, partisipatif, dan berorientasi pada kebutuhan masyarakat.

Kajian terdahulu mengenai penyelenggaraan haji sebagian besar berfokus pada manajemen pelayanan, kualitas layanan jamaah, kebijakan kuota, sistem informasi haji, diplomasi haji, dan kepuasan jamaah. Penelitian mengenai komunikasi publik kebijakan haji dalam ekosistem media digital masih relatif terbatas. Kajian yang ada umumnya menempatkan media digital sebagai sarana penyebaran informasi tanpa mengkaji secara mendalam tata kelola komunikasi kebijakan, strategi pelayanan informasi jamaah, manajemen krisis informasi, transparansi digital, serta relasi negara-agama dalam penyelenggaraan layanan publik keagamaan. Keterbatasan tersebut menunjukkan adanya research gap yang memerlukan kajian lebih komprehensif.

Penelitian ini menjadi penting karena perkembangan media digital telah mengubah cara masyarakat memperoleh, memverifikasi, dan menilai informasi mengenai kebijakan haji. Keberhasilan tata kelola informasi tidak hanya memengaruhi efektivitas pelayanan jamaah, tetapi juga berpengaruh terhadap legitimasi kebijakan, reputasi institusi penyelenggara, dan tingkat kepercayaan publik. Kajian mengenai komunikasi publik kebijakan haji dalam ekosistem media digital diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai strategi komunikasi yang efektif dalam layanan publik keagamaan.

Penelitian ini bertujuan untuk: 1) menganalisis komunikasi kebijakan haji dalam ekosistem media digital; 2) mengidentifikasi strategi pelayanan informasi jamaah yang diterapkan dalam tata kelola informasi; 3) menganalisis manajemen krisis informasi dan transparansi komunikasi publik; dan 4) menjelaskan relasi negara dan agama dalam penyelenggaraan layanan publik keagamaan melalui perspektif komunikasi kebijakan dan tata kelola digital. Pendekatan library research digunakan untuk mensintesis berbagai literatur ilmiah, kebijakan, dan hasil penelitian terkini sehingga menghasilkan pemahaman konseptual yang komprehensif mengenai komunikasi publik kebijakan haji di era digital.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode library research dan perspektif studi kasus yang berfokus pada tata kelola informasi Kementerian Haji dalam mengelola komunikasi publik kebijakan haji di ekosistem media digital. Pendekatan ini digunakan untuk memahami secara mendalam strategi komunikasi kebijakan, pelayanan informasi jamaah, manajemen krisis informasi, transparansi, serta relasi negara dan agama dalam layanan publik keagamaan. Data penelitian bersumber dari literatur sekunder berupa artikel jurnal nasional dan internasional bereputasi, buku akademik, regulasi, dokumen kebijakan, laporan organisasi internasional, publikasi resmi pemerintah, serta berbagai dokumen yang relevan dengan komunikasi publik, digital government, komunikasi krisis, pelayanan publik, dan penyelenggaraan haji. Literatur diperoleh melalui penelusuran pada database seperti Scopus, Web of Science, ScienceDirect, SpringerLink, dan Google Scholar.

Pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi, sedangkan analisis data menggunakan analisis isi (content analysis) dan analisis tematik (thematic analysis). Analisis difokuskan pada tema komunikasi kebijakan haji, tata kelola informasi digital, pelayanan informasi jamaah, manajemen krisis informasi, transparansi, dan relasi negara-agama. Keabsahan data dilakukan melalui triangulasi sumber dengan membandingkan berbagai hasil penelitian dan dokumen yang relevan. Hasil analisis disajikan secara deskriptif untuk menghasilkan pemahaman yang komprehensif mengenai komunikasi publik kebijakan haji dalam era digital.

B. Pembahasan

1. Komunikasi Kebijakan Haji dalam Ekosistem Media Digital

Komunikasi kebijakan haji mengalami transformasi signifikan seiring perkembangan teknologi digital, mengubah paradigma dari komunikasi birokratis formal satu arah menjadi komunikasi yang lebih terbuka, cepat, interaktif, dan berbasis

partisipasi publik.¹¹ Perubahan ini terjadi seiring meningkatnya ekspektasi masyarakat terhadap kualitas layanan informasi publik yang cepat, mudah, akurat, dan dapat diakses kapan saja melalui perangkat digital. Karakteristik masyarakat digital yang terbiasa dengan komunikasi *real-time* mendorong institusi penyelenggara haji mengembangkan sistem komunikasi yang responsif terhadap kebutuhan informasi jamaah sebelum, selama, dan setelah pelaksanaan ibadah haji.¹² Komunikasi kebijakan tidak lagi dipandang sebagai aktivitas pendukung administrasi, melainkan sebagai bagian integral dari tata kelola pelayanan publik keagamaan.

Fungsi utama komunikasi kebijakan adalah membangun pemahaman publik terhadap tujuan, substansi, dan mekanisme implementasi kebijakan.¹³ Dalam konteks haji, komunikasi mencakup penyampaian informasi mengenai kuota, pendaftaran, pelunasan biaya, prosedur keberangkatan, persyaratan kesehatan, akomodasi, transportasi, perlindungan jamaah, hingga perubahan regulasi. Pemanfaatan media digital seperti website resmi, aplikasi layanan, media sosial, dan platform video memungkinkan informasi disebarluaskan secara *real-time* tanpa batasan jarak dan waktu.¹⁴ Kemampuan ini sangat penting mengingat jumlah calon jamaah yang terus meningkat serta kompleksitas informasi yang harus disampaikan kepada publik.

Media sosial memberikan dimensi baru dalam komunikasi kebijakan haji sebagai ruang diskusi publik yang memungkinkan komunikasi dua arah antara pemerintah dan masyarakat.¹⁵ Interaktivitas ini berkontribusi terhadap peningkatan partisipasi publik dan menjadi sumber data penting bagi institusi untuk melakukan evaluasi dan perbaikan kebijakan secara berkelanjutan. Tantangan utamanya adalah meningkatnya arus misinformasi, disinformasi, dan hoaks yang berpotensi memengaruhi persepsi

¹¹ Nurul Qoyimah, Ana Nadhya Abrar, and Nyarwi Ahmad, "Examining Communication Factor and Public Perception of BPKH in Managing Hajj Funds," *International Journal of Social Science and Human Research* 8, no. 10 (2025), <https://doi.org/10.47191/ijssshr/v8-i10-20>.

¹² Tomy Cahyo Gutomo and Harliantara Harliantara, "Human Interest Feature as Public Communication Strategy Hajj Pilgrimage 2024," *Representamen* 11, no. 1 (2025), <https://doi.org/10.30996/representamen.v11i01.11661>.

¹³ Ardiyamsi Sarmoko Saridi, Yoga Setyo Wibowo, and Era Anggela, "Strategi Komunikasi, Inovasi, Dan Mitigasi Penyelenggaraan Ibadah Haji Dan Umrah Di Masa Pandemi," *Jurnal SMART (Studi Masyarakat, Religi, Dan Tradisi)* 7, no. 2 (2021), <https://doi.org/10.18784/smart.v7i2.1371>

¹⁴ A. Fathonah, A. Rozaq, and Mustofa Hilmi, "The Utilization of Social Media as an Information Platform for Hajj by the Ministry of Religious Affairs (A Descriptive Analysis of the Instagram Account @informasihaji)," *Dinasti International Journal of Education Management and Social Science* 5, no. 5 (2024), <https://doi.org/10.38035/dijemss.v5i5.2945>.

¹⁵ U. Khadijah, Evi Novianti, and R. Anwar, "Social Media in Guiding and Marketing Religious Tourism: The Case of Umrah and Hajj Services," *Sosiohumaniora* 24, no. 1 (2022), <https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v24i1.36579>.

masyarakat terhadap penyelenggaraan haji.¹⁶ World Economic Forum menempatkan misinformasi sebagai salah satu risiko global utama yang dapat mengganggu stabilitas sosial dan kepercayaan publik. Kemampuan institusi mengelola komunikasi secara efektif menjadi indikator penting keberhasilan tata kelola haji di era digital yang transparan, partisipatif, dan responsif terhadap dinamika lingkungan digital kontemporer.

2. Strategi Pelayanan Informasi Jamaah dalam Tata Kelola Informasi Digital

Pelayanan informasi merupakan komponen fundamental dalam tata kelola komunikasi kebijakan haji yang berfungsi sebagai jembatan antara kebijakan pemerintah dan kebutuhan masyarakat. Kompleksitas penyelenggaraan haji menyebabkan kebutuhan informasi jamaah berlangsung berkelanjutan sejak pendaftaran hingga kepulangan, mencakup prosedur administrasi, persyaratan dokumen, pembayaran, bimbingan manasik, jadwal keberangkatan, layanan kesehatan, transportasi, akomodasi, dan kebijakan baru selama pelaksanaan ibadah.¹⁷ Kualitas pelayanan informasi ditentukan oleh akurasi, relevansi, aksesibilitas, ketepatan waktu, konsistensi, dan responsivitas terhadap kebutuhan pengguna. Aksesibilitas memungkinkan seluruh kelompok masyarakat memperoleh layanan informasi tanpa hambatan geografis maupun teknologis.¹⁸

Perkembangan teknologi digital mengubah strategi pelayanan informasi dari model konvensional menuju model berbasis platform digital yang lebih fleksibel dan efisien. Website resmi, aplikasi mobile, media sosial, *chatbot*, dan layanan berbasis kecerdasan buatan memungkinkan informasi disampaikan secara lebih cepat dan luas.¹⁹ Sistem berbasis digital juga memungkinkan komunikasi *real-time* mengenai perubahan kebijakan, jadwal keberangkatan, kondisi kesehatan, dan situasi di tanah suci. Strategi pelayanan informasi yang efektif harus berorientasi pada kebutuhan pengguna (*user-centered communication*), dengan bahasa sederhana, tampilan jelas, infografis, video edukasi, dan fitur interaktif untuk mengurangi kesenjangan informasi akibat perbedaan tingkat pendidikan, usia, dan literasi digital di kalangan jamaah.

¹⁶ O. Gazzaz, "The Role of Digital Public Relations in Shaping the Mental Image of the Services of the Ministry of Hajj and Umrah," *Journal of Cultural Analysis and Social Change* 11, no. 1 (2025), <https://doi.org/10.64753/jcasc.v11i1.4045>.

¹⁷ Ahmad Tamrin Sikumbang, Syukur Kholil, Rubino Rubino, and Farhan Indra, "Communication System in the Organization of the Hajj Worship in North Sumatra, Indonesia," *Khazanah Sosial* 4, no. 3 (2022), <https://doi.org/10.15575/ks.v4i3.17337>.

¹⁸ Ida Nuraini Dewi Kodrat Ningsih and Narayana Mahendra Prastya, "Kebijakan Redaksi Media Di Indonesia Dalam Pemberitaan Haji Tahun 2020," *Islamic Communication Journal* 5, no. 2 (2020), <https://doi.org/10.21580/icj.2020.5.2.6434>.

¹⁹ Dalilah Husna Maulida, Aqila Qisty, Ridwan, Eki Agustin, and Latif, "Optimalisasi Media Informasi Dalam Meningkatkan Layanan Calon Jemaah Haji Di Kementerian Agama Kabupaten Sukabumi," *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar* 11, no. 2 (2026), <https://doi.org/10.23969/jp.v11i02.44675>

Keberagaman profil jamaah menuntut penyelenggara menyediakan berbagai alternatif saluran komunikasi secara inklusif melalui strategi komunikasi multikanal (*multichannel communication*).²⁰ Aspek penting lainnya adalah integrasi data dan koordinasi antarinstansi untuk menghindari fragmentasi informasi. Integrasi sistem informasi memungkinkan seluruh pemangku kepentingan menggunakan sumber data yang sama sehingga mengurangi risiko perbedaan informasi yang diterima masyarakat.²¹ Personalisasi layanan melalui sistem notifikasi digital, pengingat jadwal, informasi kesehatan personal, dan layanan konsultasi daring semakin memperkuat kualitas pelayanan. Lima karakteristik utama strategi pelayanan informasi yang efektif adalah integrasi sistem informasi, penggunaan teknologi digital adaptif, komunikasi berpusat pada pengguna, koordinasi antarinstansi kuat, serta penyediaan informasi cepat dan transparan yang menjadi fondasi tata kelola informasi haji modern.²²

3. Manajemen Krisis Informasi dan Transparansi Komunikasi Publik

Manajemen krisis informasi menjadi aspek strategis dalam tata kelola komunikasi kebijakan haji di era digital. Perkembangan media sosial menciptakan lingkungan informasi yang dinamis dan sulit dikendalikan sepenuhnya, di mana informasi dapat menyebar luas dalam hitungan menit tanpa batas geografis.²³ Penyelenggaraan haji memiliki sensitivitas tinggi karena berkaitan dengan kepentingan keagamaan jutaan umat Islam, sehingga berbagai isu seperti perubahan regulasi mendadak, persoalan kuota, keterlambatan keberangkatan, gangguan transportasi, masalah akomodasi, dan kondisi kesehatan jamaah mudah memperoleh perhatian publik. Krisis sering kali berkembang akibat kegagalan komunikasi dalam mengelola persepsi publik, bukan semata-mata karena kesalahan institusi.

Teori *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT) menjelaskan bahwa keberhasilan manajemen krisis sangat dipengaruhi oleh kemampuan organisasi memberikan respons yang cepat, akurat, konsisten, dan empatik.²⁴ Kecepatan respons

²⁰ Muhammad Nauval Hazieq, Wardatul Hamro, and Abdul Hafiz, "Inovasi Layanan Manajemen Haji Dan Umroh: Memanfaatkan Media Sosial Untuk Edukasi Dan Informasi Jamaah," *Bridge: Jurnal Publikasi Sistem Informasi Dan Telekomunikasi* 2, no. 3 (2024), <https://doi.org/10.62951/bridge.v2i3.133>.

²¹ Muhammad Farid Aljawi and Faisal Santiago, "Reconstructing the Governance of Hajj and Umrah Administration in Indonesia," *Greenation International Journal of Law and Social Sciences* 3, no. 3 (2025), <https://doi.org/10.38035/gijlss.v3i3.567>.

²² Desi Hasbiyah, M. Mulyana, Hageem Che-Ni, and K. Saleem, "Public Service Communication Management in Hajj Administration: A Systematic Literature Review," *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* 13, no. 2 (2025), <https://doi.org/10.37641/jimkes.v13i2.4253>.

²³ Eva Shinta Aisyah Ahmadi and Sudahri, "Analysis of Communication Strategies of Hajj and Umrah Travel Agencies in Building Pilgrims' Trust Through Digital Media: A Case Study of PT. Assunnayah Al-Jauhari," *Ilomata International Journal of Social Science* 6, no. 2 (2025), <https://doi.org/10.61194/ijss.v6i2.1710>.

²⁴ S. Alsulaiman and Terry Rentner, "When All Goes as Planned: A Case Study of Hajj and the Best Crisis Communication Strategies for Practitioners Planning Mega-Events," *Humanities and Social Sciences Communications* 11 (2024), <https://doi.org/10.1057/s41599-024-04108-9>.

menjadi faktor penting karena ruang digital tidak memberikan banyak waktu bagi institusi untuk menunda komunikasi. Ketika informasi resmi tidak segera tersedia, ruang komunikasi publik akan diisi oleh rumor, opini, dan spekulasi. Akurasi informasi menentukan efektivitas manajemen krisis karena kesalahan informasi pada tahap awal dapat memperburuk situasi. Konsistensi pesan antar berbagai platform komunikasi juga penting untuk menghindari kebingungan masyarakat.²⁵ Dimensi empati menjadi unsur penting dalam komunikasi krisis penyelenggaraan haji karena berbagai persoalan sering melibatkan aspek kemanusiaan yang sensitif.

Pemantauan media digital secara berkelanjutan menjadi komponen utama dalam strategi manajemen krisis informasi melalui deteksi dini isu yang berkembang.²⁶ Pendekatan *issue management* menjelaskan bahwa organisasi yang mampu mengidentifikasi isu pada tahap awal cenderung lebih berhasil mengendalikan krisis dibandingkan organisasi yang bersifat reaktif. Transparansi komunikasi publik menjadi prinsip fundamental dalam tata kelola pemerintahan modern yang mencakup keterbukaan informasi mengenai kuota, biaya penyelenggaraan, mekanisme pendaftaran, prosedur pelayanan, penggunaan anggaran, dan penanganan permasalahan selama ibadah haji.²⁷ Transparansi memiliki hubungan erat dengan legitimasi institusi, di mana masyarakat cenderung memberikan kepercayaan lebih tinggi kepada institusi yang bersikap terbuka. Perkembangan media digital semakin memperkuat urgensi transparansi karena masyarakat memiliki akses luas terhadap berbagai sumber informasi sehingga institusi publik tidak dapat lagi mengandalkan pola komunikasi tertutup.²⁸ Manajemen krisis dan transparansi merupakan dua elemen saling berkaitan yang memungkinkan institusi membangun sistem komunikasi lebih adaptif, akuntabel, dan responsif terhadap dinamika lingkungan digital.

4. Relasi Negara dan Agama dalam Layanan Publik Keagamaan Perspektif Komunikasi Kebijakan dan Tata Kelola Digital

²⁵ Alya Rahmayani Siregar and Syukur Kholil, "Pemanfaatan Media Digital Dalam Komunikasi Organisasi Penyelenggaraan Ibadah Haji Di Sumatera Utara," *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal* 6, no. 10 (2024), <https://doi.org/10.47467/reslaj.v6i10.2762>.

²⁶ Anton Bahtiar Rifa'i, "Strategi Komunikasi Dalam Penyelenggaraan Ibadah Haji Untuk Menangkal Disinformasi Dan Hoaks," *Multazam: Jurnal Manajemen Haji Dan Umrah* 4, no. 1 (2024), <https://doi.org/10.32332/multazam.v4i1.8171>.

²⁷ Khalwa Rofida Taqqiya and Airlangga Bramayudha, "Communication Management via WhatsApp in Hajj and Umrah Travel Agencies: A Qualitative Study in Indonesia," *PROGRESIF: Jurnal Dakwah, Sosial, Dan Komunikasi* 2, no. 2 (2025), <https://doi.org/10.63199/progresif.v2i2.61>.

²⁸ Farhan Indra, "Transforming Public Communication in Hajj Services: A Contextual Model of KBIHU-Based Information Strategies in North Sumatra," *MUHARRIK: Jurnal Dakwah Dan Sosial* 8, no. 1 (2025), <https://doi.org/10.37680/muharrik.v8i1.7728>.

Penyelenggaraan ibadah haji merupakan manifestasi nyata relasi antara negara dan agama dalam layanan publik yang memiliki dimensi spiritual sekaligus memerlukan dukungan kelembagaan, regulasi, diplomasi internasional, manajemen administrasi, pelayanan kesehatan, transportasi, perlindungan jamaah, dan sistem komunikasi publik terorganisasi.²⁹ Keterlibatan negara mencerminkan fungsi negara modern yang bertanggung jawab tidak hanya dalam bidang politik dan ekonomi, tetapi juga dalam penyediaan layanan publik keagamaan yang berkualitas, inklusif, dan berorientasi pada kepentingan masyarakat. Literatur hubungan negara dan agama menjelaskan bahwa keterlibatan negara dalam pelayanan keagamaan merupakan bagian dari tanggung jawab konstitusional untuk melindungi kebebasan beragama dan menjamin pelaksanaan hak-hak keagamaan warga negara.³⁰

Perspektif tata kelola publik modern menjelaskan hubungan negara dan masyarakat dalam layanan keagamaan mencakup komunikasi, representasi, partisipasi, transparansi, dan akuntabilitas.³¹ Komunikasi kebijakan memiliki fungsi strategis menjembatani kepentingan negara dan aspirasi masyarakat, membantu masyarakat memahami tujuan kebijakan, prosedur pelaksanaan, hak dan kewajiban jamaah, serta perubahan regulasi. Perkembangan teknologi digital memperkuat peran komunikasi dengan mengubah pola interaksi masyarakat dan institusi publik melalui akses langsung ke website resmi, media sosial, aplikasi layanan, dan berbagai platform digital lainnya.³² Teknologi digital juga menciptakan ruang partisipasi publik yang lebih besar bagi jamaah untuk menyampaikan aspirasi, kritik, keluhan, dan masukan, menunjukkan pergeseran dari komunikasi hierarkis menuju komunikasi yang lebih partisipatif dan kolaboratif.³³

Kualitas relasi negara dan masyarakat dalam layanan keagamaan sangat dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan publik terhadap institusi penyelenggara. Kepercayaan publik dibangun melalui kemampuan institusi menyediakan pelayanan profesional, informasi akurat, serta komunikasi terbuka dan responsif.³⁴ Transparansi menjadi faktor penting dalam memperkuat legitimasi layanan publik keagamaan karena

²⁹ Desi Hasbiyah, M. Mulyana, Hageem Che-Ni, and K. Saleem, "Public Service Communication Management in Hajj Administration: A Systematic Literature Review."

³⁰ Farhan Indra, "Transforming Public Communication in Hajj Services: A Contextual Model of KBIHU-Based Information Strategies in North Sumatra."

³¹ Muhammad Farid Aljawi and Faisal Santiago, "Reconstructing the Governance of Hajj and Umrah Administration in Indonesia."

³² A. Fathonah, A. Rozaq, and Mustofa Hilmi, "The Utilization of Social Media as an Information Platform for Hajj by the Ministry of Religious Affairs."

³³ Ardiyamsi Sarmoko Saridi, Yoga Setyo Wibowo, and Era Anggela, "Strategi Komunikasi, Inovasi, Dan Mitigasi Penyelenggaraan Ibadah Haji Dan Umrah Di Masa Pandemi."

³⁴ Eva Shinta Aisyah Ahmadi and Sudahri, "Analysis of Communication Strategies of Hajj and Umrah Travel Agencies in Building Pilgrims' Trust Through Digital Media."

memungkinkan masyarakat memperoleh akses informasi mengenai kuota, biaya, prosedur, penggunaan anggaran, dan keputusan selama penyelenggaraan haji.³⁵ Perspektif tata kelola digital (*digital governance*) menjelaskan transformasi hubungan negara dan masyarakat melalui teknologi sebagai sarana meningkatkan efektivitas, efisiensi, transparansi, dan partisipasi dalam tata kelola publik.³⁶ Integrasi berbagai layanan dalam sistem terhubung meningkatkan kualitas pelayanan sekaligus memperkuat kemampuan negara memenuhi kebutuhan masyarakat secara lebih cepat dan tepat. Keberhasilan penyelenggaraan layanan publik keagamaan di era digital bergantung pada kemampuan institusi mengintegrasikan komunikasi kebijakan, teknologi digital, dan prinsip tata kelola yang baik secara simultan,³⁷ menghasilkan model pelayanan adaptif, responsif, dan akuntabel yang memperkuat legitimasi negara dan hubungan negara-umat dalam kerangka pelayanan publik berorientasi kemaslahatan masyarakat.

C. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi kebijakan haji di era digital mengalami transformasi dari pola komunikasi birokratis satu arah menuju komunikasi yang lebih terbuka, interaktif, dan partisipatif. Pemanfaatan media digital berperan penting dalam meningkatkan efektivitas penyebaran informasi kebijakan haji, pelayanan informasi jamaah, serta akses masyarakat terhadap layanan publik keagamaan. Strategi pelayanan informasi yang berbasis teknologi digital, terintegrasi, dan berorientasi pada kebutuhan jamaah mampu meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan publik. Manajemen krisis informasi yang cepat, akurat, dan transparan berkontribusi dalam menjaga kepercayaan masyarakat serta memperkuat legitimasi institusi penyelenggara haji. Relasi negara dan agama dalam penyelenggaraan haji menunjukkan bahwa komunikasi kebijakan dan tata kelola digital menjadi instrumen penting dalam mewujudkan layanan publik keagamaan yang efektif, akuntabel, transparan, dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat.

Penelitian ini menggunakan metode library research sehingga temuan yang dihasilkan bersifat konseptual dan didasarkan pada analisis berbagai literatur tanpa data lapangan secara langsung. Kajian juga belum mengeksplorasi pengalaman jamaah dan praktik komunikasi pada lembaga penyelenggara haji tertentu. Penelitian selanjutnya perlu menggunakan pendekatan empiris untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai komunikasi kebijakan haji dalam ekosistem media digital.

³⁵ Khalwa Rofida Taqqiya and Airlangga Bramayudha, "Communication Management via WhatsApp in Hajj and Umrah Travel Agencies."

³⁶ Muhammad Nauval Haziq, Wardatul Hamro, and Abdul Hafiz, "Inovasi Layanan Manajemen Haji Dan Umroh: Memanfaatkan Media Sosial Untuk Edukasi Dan Informasi Jamaah."

³⁷ Nurul Qoyimah, Ana Nadhya Abrar, and Nyarwi Ahmad, "Examining Communication Factor and Public Perception of BPKH in Managing Hajj Funds."

Referensi

- Ahmadi, Eva Shinta Aisyah, and Sudahri. "Analysis of Communication Strategies of Hajj and Umrah Travel Agencies in Building Pilgrims' Trust Through Digital Media: A Case Study of PT. Assunnayah Al-Jauhari." *Ilomata International Journal of Social Science*, 2025. <https://doi.org/10.61194/ijss.v6i2.1710>.
- Aljawi, Muhammad Farid, and Faisal Santiago. "Reconstructing the Governance of Hajj and Umrah Administration in Indonesia." *Greenation International Journal of Law and Social Sciences*, 2025. <https://doi.org/10.38035/gijlss.v3i3.567>.
- Alsulaiman, S, and Terry Rentner. "When All Goes as Planned: A Case Study of Hajj and the Best Crisis Communication Strategies for Practitioners Planning Mega-Events." *Humanities and Social Sciences Communications* 11 (2024). <https://doi.org/10.1057/s41599-024-04108-9>.
- Fathonah, A, A Rozaq, and Mustofa Hilmi. "The Utilization of Social Media as an Information Platform for Hajj by the Ministry of Religious Affairs (A Descriptive Analysis of the Instagram Account @informasihaji)." *Dinasti International Journal of Education Management And Social Science*, 2024. <https://doi.org/10.38035/dijemss.v5i5.2945>.
- Gazzaz, O. "The Role of Digital Public Relations in Shaping the Mental Image of the Services of the Ministry of Hajj and Umrah." *Journal of Cultural Analysis and Social Change*, 2025. <https://doi.org/10.64753/jcasc.v11i1.4045>.
- Gutomo, Tomy Cahyo, and Harliantara Harliantara. "Human Interest Feature as Public Communication Strategy Hajj Pilgrimage 2024." *Representamen*, 2025. <https://doi.org/10.30996/representamen.v11i01.11661>.
- Hasbiyah, Desi, M Mulyana, Hageem Che-Ni, and K Saleem. "Public Service Communication Management in Hajj Administration: A Systematic Literature Review." *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 2025. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v13i2.4253>.
- Hazieq, Muhammad Nauval, Wardatul Hamro, and Abdul Hafiz. "Inovasi Layanan Manajemen Haji Dan Umroh : Memanfaatkan Media Sosial Untuk Edukasi Dan Informasi Jamaah." *Bridge : Jurnal Publikasi Sistem Informasi Dan Telekomunikasi*, 2024. <https://doi.org/10.62951/bridge.v2i3.133>.
- Indra, Farhan. "Transforming Public Communication in Hajj Services: A Contextual Model of KBIHU-Based Information Strategies in North Sumatra." *MUHARRIK: Jurnal Dakwah Dan Sosial*, 2025. <https://doi.org/10.37680/muharrrik.v8i1.7728>.
- Khadijah, U, Evi Novianti, and R Anwar. "SOCIAL MEDIA IN GUIDING AND MARKETING RELIGIOUS TOURISM: THE CASE OF UMRAH AND HAJJ SERVICES." *Sosiohumaniora*, 2022. <https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v24i1.36579>.
- Maulida, Dalilah Husna, Aqila Qisty, . Ridwan, Eki Agustin, Latif, Institut Madani, and Nusantara. "OPTIMALISASI MEDIA INFORMASI DALAM MENINGKATKAN LAYANAN CALON JEMAAH HAJI DI KEMENTERIAN AGAMA KABUPATEN SUKABUMI." *Pendas : Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 2026. <https://doi.org/10.23969/jp.v11i02.44675>.
- Ningsih, Ida Nuraini Dewi Kodrat, and Narayana Mahendra Prastya. "Kebijakan Redaksi Media Di Indonesia Dalam Pemberitaan Haji Tahun 2020." *Islamic Communication Journal*, 2020. <https://doi.org/10.21580/icj.2020.5.2.6434>.
- Qoyimah, Nurul, Ana Nadhya Abrar, and Nyarwi Ahmad. "Examining Communication Factor and Public Perception of BPKH in Managing Hajj Funds." *International Journal of Social Science and Human Research*, 2025. <https://doi.org/10.47191/ijsshr/v8-i10-20>.
- Rifa'i, Anton Bahtiar. "STRATEGI KOMUNIKASI DALAM PENYELENGGARAAN IBADAH HAJI UNTUK MENANGKAL DISINFORMASI DAN HOAKS." *Multazam : Jurnal Manajemen Haji Dan Umrah*, 2024. <https://doi.org/10.32332/multazam.v4i1.8171>.
- Saridi, Ardiyamsi Sarmoko, Yoga Setyo Wibowo, and Era Anggela. "Strategi Komunikasi,

- Inovasi, Dan Mitigasi Penyelenggaraan Ibadah Haji Dan Umrah Di Masa Pandemi.” *Jurnal SMART (Studi Masyarakat, Religi, Dan Tradisi)*, 2021. <https://doi.org/10.18784/smart.v7i2.1371>.
- Sikumbang, Ahmad Tamrin, Syukur Kholil, Rubino Rubino, and Farhan Indra. “Communication System in the Organization of the Hajj Worship in North Sumatra, Indonesia.” *Khazanah Sosial*, 2022. <https://doi.org/10.15575/ks.v4i3.17337>.
- Siregar, Alya Rahmayani, and Syukur Kholil. “Pemanfaatan Media Digital Dalam Komunikasi Organisasi Penyelenggaraan Ibadah Haji Di Sumatera Utara.” *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 2024. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v6i10.2762>.
- Taqqiya, Khalwa Rofida, and Airlangga Bramayudha. “Communication Management via WhatsApp in Hajj and Umrah Travel Agencies: A Qualitative Study in Indonesia.” *PROGRESIF: Jurnal Dakwah, Sosial, Dan Komunikasi*, 2025. <https://doi.org/10.63199/progresif.v2i2.61>.