

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Hampir dapat dipastikan bahwa setiap orang yang mempunyai *smartphone*, juga memiliki akun media sosial, seperti instagram, twitter, facebook, youtube, tik-tok dan lain sebagainya. Keadaan yang seperti ini sebuah kelaziman pada era digital seperti sekarang ini. Jika dibandingkan dulu ketika hendak berkenalan dilakukan secara konvensional yaitu berkenalan dengan saling tukar kartu nama, saat ini ketika kita bertemu dengan orang baru cenderung untuk bertukar akun di media sosial atau membuat pertemanan di media sosial.

Kemajuan teknologi dan evolusi yang terjadi di bidang internet seperti sekarang ini menyebabkan tidak hanya munculnya media baru saja, akan tetapi berbagai macam aspek pada kehidupan manusia juga ikut mengalami perubahan, seperti komunikasi dan interaksi. Dunia saat ini seolah-olah tidak memiliki batasan, tidak ada rahasia yang bisa ditutupi. Kita dapat mengetahui aktivitas orang lain melalui media sosial, sementara kita tidak mengenal bahkan kita tidak pernah bertemu dengan orang tersebut.

Perkembangan teknologi informasi secara cepat membawa perubahan pada tatanan dalam masyarakat. Terjadinya pergeseran pola perilaku masyarakat baik budaya, etika dan norma yang ada dengan lahirnya media sosial. Indonesia merupakan negara yang penduduknya terbesar keempat di dunia dengan berbagai agama, ras, suku yang beraneka ragam memiliki banyak sekali potensi perubahan sosial. Dari berbagai kalangan dan usia hampir semua masyarakat Indonesia memiliki dan menggunakan media sosial sebagai salah satu sarana guna memperoleh dan menyebarkan informasi ke publik. (Cahyono, 2016)

Riset yang dipublikasikan oleh Crowdtap, Ipsos MediaCT, dan The Wall Street Journal pada tahun 2014 melibatkan 839 responden dari usia 16 hingga 36 tahun menunjukkan bahwa jumlah waktu yang dihabiskan khalayak untuk mengakses internet dan media sosial mencapai 6 jam 46 menit per hari, melebihi aktivitas untuk mengakses media tradisional (Nasrullah, 2015).

Media sosial telah banyak merubah dunia. Memutarbalikkan banyak pemikiran dan teori yang dimiliki. Tingkatan atau level komunikasi melebur dalam satu wadah yang disebut jejaring sosial/media sosial. Konsekuensi yang muncul pun juga wajib diwaspadai, dalam arti media sosial semakin membuka kesempatan tiap individu yang terlibat di dalamnya untuk bebas mengeluarkan pendapatnya. Akan tetapi kendali diri seharusnya juga dimiliki, agar kebebasan yang dimiliki juga tidak melanggar batasan dan tidak menyinggung pihak lain (Watie, 2016).

Berbagai akses informasi dan hiburan dari berbagai pelosok dunia dapat diakses melalui satu pintu saja. social media yang terkoneksi dengan internet dapat menembus batas dimensi kehidupan, ruang dan waktu penggunaannya, sehingga social media dapat digunakan oleh siapapun, kapanpun dimanapun. Dengan menggunakan fasilitas yang disediakan oleh media sosial penggunaannya melalui koneksi internet dapat mengakses langsung pencari informasi, pengguna social media dapat menemukan banyak sekali pilihan informasi yang diperlukan dengan mengetikkan kata kunci di *form* yang disediakan oleh pembuat media sosial tersebut.

Saat ini dunia lagi di landa dengan kedatangan pandemi *Coronavirus disease 2019* (COVID-19). Kemunculannya pada Desember 2019 yang diduga berasal dari Wuhan, Tiongkok. Hingga saat ini data dari WHO (World Health

Organization) per tanggal 30 Desember 2020 menunjukkan terdapat 222 negara telah terjangkit dengan virus ini, dengan jumlah kasus di dunia yang terkonfirmasi sebanyak 80.453.105, dan sudah memakan korban yang terkonfirmasi meninggal dunia dengan jumlah 1.775.776 kasus.

Indonesia juga merupakan salah satu negara yang jumlah terkonfirmasi kasusnya cukup tinggi, yaitu per tanggal 16 Desember 2020 sebanyak 636.154 kasus yang terkonfirmasi dan kasus terkonfirmasi meninggal dunia 19.248. Grafik pertumbuhan masyarakat di Indonesia yang terkonfirmasi terus naik hingga saat ini. Sudah banyak upaya yang dilakukan oleh pemerintah, diantaranya pada awal-awal kedatangan Covid-19 ke Indonesia pada bulan Februari- April, pemerintah telah melaksanakan program PSBB (pembatasan sosial berskala besar). Namun tetap saja upaya tersebut tidaklah berjalan maksimal, hingga kini penyebaran *Coronavirus disease* (COVID-19) masih tinggi.

Pandemi Covid-19 yang terjadi pada saat ini telah mempengaruhi kehidupan manusia dalam berbagai aspek, seperti aspek ekonomi, aspek sosial dan juga terjadi pada aspek keagamaan. Dampak yang dapat dirasakan pada aspek sosial adalah adanya aturan jaga jarak sosial (*Social distancing*) dan jaga jarak fisik (*Physical distancing*) yang dibuat oleh pemerintah. Selain itu juga adanya pembatasan kegiatan perkumpulan dan pembatasan kegiatan pendidikan. (Suherdina, 2020)

Pada aspek ekonomi, dampak yang dapat dirasakan oleh adanya Covid-19 adalah terjadinya penurunan kegiatan di bidang ekonomi karena adanya aturan yang mengharuskan masyarakat melakukan pembatasan bekerja di kantor, kemudian pemerintah mengeluarkan kebijakan *Lockdown* dimana terjadinya

penutupan pusat-pusat perbelanjaan yang akibatnya terjadi pertumbuhan ekonomi yang melambat.

Adapun dampak yang dapat dirasakan oleh adanya pandemi Covid-19 pada kehidupan beragama masyarakat adalah adanya aturan pembatasan terhadap kegiatan keagamaan di tempat-tempat ibadah yang dikeluarkan oleh pemerintah. Aturan ini diterapkan setelah mendapat pertimbangan dari tokoh-tokoh agama dan lembaga keagamaan yang ada di Indonesia.

Informasi tentang pemberitaan Covid-19 yang diberitakan oleh media-media bersifat global dan masif. Termasuk penyebaran informasi dan berita hoaks. Sedemikian masifnya penyebaran informasi tersebut membuat WHO (World Health Organization) sempat mengatakan bahwa telah terjadi pandemi informasi (infodemik) atas isu Covid-19 di dunia.

Demikian pula halnya di Indonesia. Pada awal-awal pemberitaan tentang pandemi coronavirus Covid-19, informasi dan pemberitaan yang beredar di Indonesia pun simpang siur dengan berbagai versi. Situasi penuh ketidakpastian yang memunculkan sikap stigma negatif, pasif, dan netral yang tidak dapat dikendalikan, terutama saat perbincangan tersebut hadir di media daring (online) maupun media sosial. (Nurhajati, 2020)

Dilansir dari laporan isu hoax Kementerian Komunikasi dan Informatika RI dari bulan Januari hingga Maret tercatat kurang lebih ada 147 pemberitaan berita hoax tentang Covid-19 di media sosial maupun media online. Berbagai isu yang diangkat dalam pemberitaan tersebut antara lain adalah, Covid-19 merupakan Konspirasi global, kepentingan ekonomi, kepentingan politik, dan isu yang berkaitan dengan agama, terkhusus agama Islam. (KOMINFO, 2020)

Pemerintah perlu bekerjasama dengan ormas Islam dalam mitigasi wabah pandemi Covid-19 ini, karena ada dua alasan utama, pertama ormas Islam memiliki otoritas dalam meluruskan dan menjelaskan paham yang beredar pada masyarakat yang cenderung fatalistik ketika menghadapi bencana seperti Covid-19 ini. Dalam hal ini peran tokoh agama lebih mampu dalam hal menyampaikan informasi kepada masyarakat secara efektif karena bisa menggunakan idiom-idiom agama yang dipahami masyarakat dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah nya, misalnya menjelaskan tentang kegiatan ibadah yang bisa dilakukan secara sendiri-sendiri di rumah masing-masing demi menjaga kemaslahatan yang lebih besar. (Muhtada, 2020)

Alasan kedua, karena ormas Islam memiliki struktur organisasi yang tersebar di seluruh nusantara, bertingkat dari level paling rendah atau level ranting hingga ke level pusat atau nasional. Melalui hal tersebut mitigasi dalam menghadapi pandemi Covid-19 akan lebih mudah untuk disinergikan. Selain itu juga organisasi mempunyai badan otonom seperti organisasi pemuda, pelajar, wanita/ibu-ibu, pendidikan dan lainnya yang secara mandiri bisa mendukung tugas dan organisasi Islam sebagai payung besarnya.

Terdapat sebuah akun media sosial khususnya instagram yang menarik untuk diteliti. Yaitu akun instagram @dai\_dakwahtabligh. Akun ini dimiliki dan dikelola oleh anggota Jamaah Tabligh dengan jumlah *followers* sebanyak 62.942 *followers*. Jamaah Tabligh merupakan ormas Islam yang terkenal di Indonesia seperti ormas Muhammadiyah, Nu, dan ormas-ormas Islam lainnya. Jamaah Tabligh bukanlah ormas Islam yang berasal dari Indonesia, tetapi berasal dari India pada tahun 1926 yang didirikan oleh Muhammad Ilyas Al-Kandahlawi (1303-1364). Cikal bakal lahirnya dakwah Jamaah Tabligh adalah pada waktu

didapati kerusakan akidah dan akhlak umat Islam di India. Hidup mereka saat itu jauh dari syariat Islam, dan terjadinya kegiatan kemaksiatan dimana-mana, bid'ah bahkan kemusyrikan. Hal itulah yang melatarbelakangi berdirinya gerakan dakwah Islam Jamaah Tabligh yang hingga saat ini tetap eksis dan telah berkembang pesat di seluruh dunia seperti Amerika, Eropa, Asia dan Afrika.

Gerakan dakwah Jamaah Tabligh di Indonesia mendapati kemajuan dari tahun 1954 hingga sampai sekarang ini dakwah Jamaah Tabligh mendapatkan hasilnya. Hampir tidak ada satu wilayah di Indonesia yang belum tersentuh oleh kegiatan dakwah Jamaah Tabligh. (Hasanah, 2017) mengungkapkan bahwa di Indonesia anggota Jamaah Tabligh yang aktif sekitar 7,500 orang, dan yang tidak aktif berjumlah 10,000 orang yang tersebar di berbagai pelosok nusantara.

Jamaah Tabligh dikenal dengan kegiatan dakwahnya yaitu *khuruj*, kegiatan dakwah dijalan Allah dengan meninggalkan rumah, isteri dan anak demi mengajak kaum Muslimin untuk kembali kepada jalan Allah. Dakwah *khuruj* dibebankan kepada para anggota Jamaah Tabligh setidaknya dalam 40 hari terdapat 3 hari yang diluangkan untuk kegiatan dakwah *khuruj* tersebut. Tujuannya adalah mengingatkan kembali kepada khususnya kaum Muslimin untuk selalu berada pada syariat Allah, dan umumnya mengajak kepada manusia untuk taat dan patuh terhadap perintah-perintah Allah *subhanahu wa taala*.

Akun instagram @dai\_dakwahtabligh per tanggal 27 Desember telah memposting sebanyak 4.511 postingan, baik berupa video, foto dan ig tv. Beberapa postingan @dai\_dakwah tabligh kerap disoroti oleh banyak orang, karena beberapa postingan mengenai isu-isu penyebaran virus corona di Indonesia terdapat kontroversi.

Berawal dari menjelajahi aktivitas akun instagram @dai\_dakwahtabligh dalam menyebarkan informasi seputar kegiatan dakwah Jamaah Tabligh, juga terdapat informasi yang berkaitan seputar isu-isu penyebaran virus corona di Indonesia yang terjadi saat ini. Berbagai postingan berupa foto, video, ig tv hadir setiap harinya. Tidak hanya itu, akun instagram @dai\_dakwahtabligh memiliki jumlah pengikut atau *followers* yang cukup banyak dan cukup aktif dalam memberikan informasi seputar dakwah dan isu-isu penyebaran virus corona. Respon pun beragam dari para pengikut atau *followers* dalam menyikapi postingan yang dilakukan oleh akun instagram @dai\_dakwahtabligh. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melihat bagaimana kontroversi yang dilakukan oleh @dai\_dakwahtabligh dalam upaya menyebarkan informasi terkait isu-isu penyebaran virus corona.

Penelitian ini berfokus pada analisis postingan-postingan terkait informasi penyebaran virus corona di Indonesia pada akun instagram @dai\_dakwahtabligh. Analisis pada penelitian ini dilihat dari model postingan atau model informasi yang disampaikan, maksud dan tujuan, kepentingan dari akun instagram tersebut, hingga adanya upaya dominasi kepada para pengikut atau kepada para pembaca, dilakukan melalui analisis teksnya.

Penelitian ini menggunakan analisis wacana kritis model Teun A. Van Dijk, dari hasil analisis peneliti menemukan bahwa postingan-postingan yang ada pada akun instagram@dai\_dakwahtabligh terdapat unsur penolakan terhadap kebijakan pemerintah dalam mitigasi penyebaran virus corona, kemudian terdapat juga unsur-unsur ideologi dan kepentingan tertentu.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1.2.1. Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Apa isi pesan anti covid yang ditampilkan akun instagram @dai\_dakwahtabligh.

1.2.2. Bagaimana isi pesan anti Covid-19 yang disampaikan pada akun instagram @dai\_dakwahtabligh dilihat dari metode analisis wacana kritis model Teun A. Van Dijk.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan yang hendak dicapai peneliti adalah untuk mengetahui isi pesan anti covid yang terdapat dalam akun instagram @dai\_dakwahtabligh.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1. Manfaat Teoritis**

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam menambah bahan keilmuan dalam bidang Ilmu Komunikasi, khususnya berhubungan dengan analisis wacana dan media massa.

#### **1.4.2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan referensi Jurnalis, Blogger, pengguna sosial media dalam memahami isi pesan yang ditampilkan pada sebuah media online.

### **1.5 Ruang Lingkup Batasan Penelitian**

Pada penelitian ini, pesan anti Covid-19 yang dimaksud adalah segala bentuk ungkapan yang terdapat pada postingan yang diunggah akun instagram @dai\_dakwahtabligh yang terdapat isu-isu penyebaran virus corona. Adapun



kategori pesan anti Covid-19 mengajak untuk tidak percaya adanya Covid-19, melaksanakan kegiatan kerumunan di tengah pandemi Covid-19, tidak mendukung kebijakan pemerintah dalam menangani penyebaran Covid-19, memberitakan informasi palsu atau *hoax*.

Penulis menyadari bahwa akun instagram @dai\_dakwahtabligh memiliki banyak sekali postingan yang di unggah. Maka oleh karena itu, untuk mengefisiensikan waktu penelitian, penulis membatasi penelitian ini hanya pada tema yang berkaitan dengan postingan isu-isu penyebaran Covid-19 dari periode Maret 2020 – Desember 2020.

