

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Realitas menjamurnya media pemberitaan *online* membuka jalan sebuah berita menyebar dengan sangat cepat. Kondisi yang demikian kadangkala juga menyulut kekhawatiran dan kegelisahan khalayak, karena tidak semua informasi menggunakan prinsip komunikasi Islam yang dibangun dalam narasi yang “menyejukkan”. Begitu juga dengan munculnya pemberitaan terkait fenomena wabah Covid-19.

Pada awal 2020 dunia digemparkan dengan munculnya berita tentang adanya virus baru yang dikenal dengan istilah Virus Corona atau Covid-19 berasal dari Wuhan, China. Virus ini dengan cepat melumpuhkan perekonomian China dan menimbulkan banyak korban. Melalui kontak fisik, benda dan udara, virus ini menyebar secara global dan terus bertambah setiap harinya. Hingga kini terkonfirmasi sebanyak 82.269.333 (82 juta) kasus, 58.281.435 (58 juta) pasien sembuh, dan 1.794.726 meninggal dunia.¹

Karena penularannya yang relatif cepat inilah Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) mengumumkan virus corona sebagai Darurat Kesehatan Publik Internasional dari Kepedulian Internasional (PHEIC/Public Health Emergency of International Concern) pada 30 Januari 2020. Kemudian menetapkan wabah tersebut sebagai pandemi global pada 11 Maret 2020. Status Pandemi ini menjadi tanda bahwa penyebaran Covid-19 berlangsung sangat cepat hingga hampir tidak ada negara di dunia yang mampu memastikan diri dapat terbebas dari wabah corona.²

Di Indonesia sendiri, pasien pertama yang dikabarkan positif terinfeksi berjumlah 2 orang berasal dari Daerah

¹ Dandy Bayu Bramastya, “Update Corona di Dunia 30 Desember: 82 Juta Kasus,” *Kompas.com*, 2020, <https://www.kompas.com/tren/read/2020/12/30/083000665/update-corona-di-dunia-30-desember--82-juta-kasus-spanyol-akan-lacak-orang>.

² Nur Hidayah, “Dari Jabariyah, ke Qadariyah, hingga Islam Progresif: Respons Muslim atas Pandemi COVID-19 di Indonesia,” *sosial dan budaya Syar’i* 7, no. 5 (2020): 424.

Depok, Jawa Barat. Dalam kurun waktu kurang dari seminggu setelah terdapat pasien corona, pemberitaan di media dipenuhi dengan informasi mengenai perkembangan virus tersebut, keterangan pasien, upaya pencegahan serta kemungkinan-kemungkinan yang akan terjadi baik dari segi kesehatan, ekonomi, dan sosial.³ Hingga pada saat ini Indonesia menjadi negara dengan total 751.270 kasus dengan 22.329 pasien meninggal.⁴ Kenaikan pasien menyentuh angka 370.000 x lipat.

Masifnya berita dan pembahasan virus corona di media massa baik cetak, elektronik maupun media *online* serta sosial secara tidak langsung mempengaruhi warga, menimbulkan kepanikan dan kekhawatiran masyarakat.⁵ Terlebih sirkulasi massal disinformasi melalui berita hoax dan fitnah menyebar, viral dan dikonsumsi secara besar-besaran sehingga mengacau keseimbangan keaslian ekosistem berita. Membuka jalan kacaunya masyarakat merespon pandemi ini dan berdampak pada terhambatnya upaya pemerintah merubah pemahaman dan perilaku masyarakat.

Dampak paling buruk dari pengkonsumsian berita disinformatif yakni beralihnya masyarakat ke pengobatan yang tidak efektif dan berpotensi membahayakan nyawa, timbulnya reaksi berlebihan seperti pembelian produk tertentu secara panik, serta munculnya ketidakpercayaan kepada otoritas karena adanya informasi yang keliru mengenai bagaimana mereka bekerja dalam pandemi ini.⁶ Hal ini menjadi masalah serius dalam masyarakat karena akan menimbulkan banyak kerugian.

Salah satu pengaruh yang signifikan akan kekhawatiran masyarakat terhadap wabah ini adalah dengan pemborongan

³ Heny Triyaningsih, "Efek Pemberitaan Media Massa Terhadap Persepsi Masyarakat Pamekasan Tentang Virus Corona" 1, no. 1 (2020): 2.

⁴ Firdaus Anwar, "Update Corona di Indonesia: Tambah 8.072 Kasus di Hari Pertama 2021," *detikHealth*, 2021, <https://health.detik.com/berita-detikhealth/d-5317575/update-corona-di-indonesia-tambah-8072-kasus-di-hari-pertama-2021>, diakses 01 Januari 2021.

⁵ Triyaningsih, "Efek Pemberitaan Media Massa Terhadap Persepsi Masyarakat Pamekasan Tentang Virus Corona," 3.

⁶ Anang Dwi Santoso Oemar Madri Bafadhal, "Memetakan Pesan Hoaks Berita Covid-19 Di Indonesia Lintas Kategori, Sumber, Dan Jenis Disinformasi," *ilmu komunikasi* 6, no. 2 (2020): 236.

barang-barang sembako dan bahan makanan lainnya. Dilansir dari CNN Indonesia yang diunggah pada 2 Maret 2020, warga berbondong-bondong membeli sembako imbas kepanikan dari pemberitaan virus corona yang mulai menyabar di Indonesia. Bukan hanya sembako, warga juga memborong *hand sanitizer* dan masker di apotek modern setempat.⁷ Hal ini menjadikan peningkatan permintaan secara tajam. Kenaikan permintaan tersebut berpotensi memicu kelangkaan barang yang bisa berakhir pada kenaikan harga.

Berbagai persoalan yang timbul akibat menyebarnya disinformasi berita seperti berita bohong atau hoax adalah salah satu contoh dari pengabaian prinsip-prinsip komunikasi Islam dalam berkomunikasi diberbagai media khususnya media *online*. Penyebaran berita bohong merupakan salah satu imbas dari pengabaian terhadap prinsip *qaulan sadida*, yakni prinsip yang mengharuskan berkomunikasi dengan ucapan yang benar, jujur, dan bukan dusta. Selain itu, menyebarnya berita bohong juga didorong oleh komunikator yang lalai terhadap prinsip *qaulan ma'rufa* yang mengharuskan untuk menyampaikan informasi yang baik serta membawa manfaat bukan untuk menghasut dan membuat pecah belah di kalangan umat. Dengan maksud lain, masyarakat menjadi rusak apabila isi pesan komunikasi tidak benar.⁸

Penarapan prinsip-prinsip komunikasi Islam adalah salah satu indikator dalam pemberitaan. Komunikasi Islam berfokus pada teori-teori komunikasi yang dikembangkan oleh para teoritikus Muslim, yang mengupayakan penyebaran informasi dan berita dengan menggunakan bahasa yang lebih ramah, santun, damai, dan dialogis. Tujuan akhirnya yakni menjadikan komunikasi Islam sebagai komunikasi alternatif, terlebih dalam menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan yang selaras dengan fitrah penciptaan manusia. Kesesuaian nilai-nilai komunikasi dengan dimensi penciptaan fitrah kemanusiaan itu memberi manfaat pada kesejahteraan manusia berupa hidup damai, anti kekerasan, dan anti konflik.

⁷ Adhi Wicaksono, "Kepanikan Virus Corona Melanda, Warga borong sembako," *CNN Indonesia*, 2020, <https://m.cnnindonesia.com/ekonomi/20200302172337-92-479834/kepanikan-virus-corona-melanda-warga-borong-sembako>, diakses 01 Januari 2021.

⁸ Muh. Syawir Dahlan, "Etika Komunikasi Dalam Al-Qur'an Dan Hadis," *Jurnal Dakwah Tabligh* 15, no. 1 (2014): 119.

Sehingga dalam pandangan ini, komunikasi Islam merupakan proses penyampaian atau tukar menukar informasi dengan menggunakan prinsip serta kaidah komunikasi dalam Al-Qur'an.⁹

Dewasa ini, media Islam telah berkontribusi penting dalam menyebarkan informasi dengan nuansa keislaman dan aktivitas dakwah secara proposional, serta berperan aktif 'mencerdaskan' umat.¹⁰ Direktorat Jendral Bimbingan Masyarakat Islam Kementerian Agama Republik Indonesia menyusun tujuh standar literasi Media Islam Daring, diantaranya: prinsip produksi berita daring, etika distribusi berita, jaminan akurasi dan komitmen antihoaks, spirit amar makruf nahi mungkar, asas hikmah dalam dakwah, prinsip dalam interaksi digital, dan prinsip kemerdekaan pers.¹¹ Standar tersebut disusun atas upaya dalam melakukan kontrol terhadap kualitas pemberitaan yang dilakukan oleh pegiat Media Islam *Online*. Hal ini juga sebagai upaya untuk meningkatkan kredibilitas Media Islam *Online* dalam penyebaran amar makruf nahi mungkar ditengah dominasi pers Barat.

NU *Online*, merupakan respon dari Nahdhatul Ulama (NU) sebagai salah satu ormas terbesar di Indonesia untuk turut menyesuaikan diri terhadap perkembangan teknologi. Adanya NU *Online* dengan alamat website www.nu.or.id, NU tidak hanya mempunyai kontribusi dalam pemberitaan seputar keagamaan tetapi juga dalam pemberitaan terkait informasi politik, ekonomi, sosial-budaya, astronomi, ajaran keagamaan, kesejahteraan NU, termasuk fenomena wabah Covid-19.¹²

Berdasarkan data yang peneliti dapatkan, belum ada penelitian yang dilakukan untuk membedah penerapan prinsip-prinsip komunikasi Islam dalam pemberitaan Covid-19 pada situs NU *Online*. Ini menjadi semakin menarik

⁹ Nazarullah, "Teori-Teori Komunikasi Massa Dalam Perspektif Islam," *peurawi* 1, no. 1 (2018): 12.

¹⁰ Lukman Hakim, "Implementasi Jurnalisme Dakwah dalam Media *Online* Islam: Analisis Isi Berita VOA-Islam.com," *Komunikasi Islam* 10, no. 1 (2020): 174.

¹¹ Rila Setyaningsih, "Model Penguatan E-Dakwah di Era Disruptif melalui Standar Literasi Media Islam Daring," *Tsaqafah* 15, no. 1 (2019): 75–76.

¹² Rahmat Saputra dan Azyyati Mohd Nazim, "Strategi Dakwah Islam Melalui Media *Online* Nahdlatul Ulama," *Malaysian Journal For Islamic Studies* 2 lu(2017): 12.

dikarenakan wabah Covid-19 merupakan fenomena yang aktual, sedangkan NU *Online* merupakan situs berita yang eksistensinya sudah lama serta memiliki banyak pembaca. Maka dari itu, penulis hendak melakukan analisis tentang “Penerapan Prinsip Komunikasi Islam dalam Pemberitaan Covid-19 pada Situs NU *Online*”.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian berfungsi untuk memberikan batasan dari pembahasan-pembahasan dalam penelitian agar lebih terfokus, terarah, dan tidak melebar kepada pembahasan yang tidak ada kaitannya. Maka peneliti membatasi permasalahan yang akan dikaji dan fokus pada penerapan prinsip Komunikasi Islam yakni *qaulan sadida, qaulan baligha, qaulan ma'rufa, dan qaulan layyina*, dalam Pemberitaan Covid-19 pada Situs NU *Online*.

C. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana penerapan prinsip komunikasi Islam dalam Pemberitaan Covid-19 pada Situs NU *Online* pada tanggal 11-13 April 2021.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang telah dirumuskan, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis prinsip komunikasi Islam yang diterapkan dalam pemberitaan Covid-19 pada situs NU *Online*.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang bisa dipetik dari penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi suatu masukan dan tambahan dalam pengembangan penelitian bagi Jurusan Komunikasi khususnya dalam Program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, dalam penelitian komunikasi islam dalam pemberitaan di media *online*.

2. Manfaat Praktis

- a. Memperkaya Khasanah penelitian dibidang komunikasi Islam dan dapat memberikan masukan bagi siapapun yang membutuhkannya.
- b. Dapat memberikan masukan kepada media *online* sebagai perenungan dan juga pertimbangan dalam melaksanakan proses dakwah melalui media musik.
- c. Sebagai informasi kepada masyarakat bahwa pemberitaan yang dibangun dengan menggunakan prinsip-prinsip komunikasi Islam memiliki nilai lebih karena menerapkan prinsip kaidah komunikasi dalam Al-Qur'an.

F. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan skripsi dengan judul “ Penerapan Prinsip Komunikasi Islam dalam Pemberitaan Covid-19 pada Situs NU *Online*” adalah sebagai berikut:

1. Bagian Awal

Bagian awal dari penelitian meliputi: halaman judul, pengesahan, pernyataan keaslian penelitian, abstrak, motto penulis, persembahan, pedoman transliterasi Arab-latin, kata pengantar dan daftar isi.

2. Bagian Utama

Bagian utama penelitian ini berupa:

Bab I : Pendahuluan

Pada bab ini dikemukakan: latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II : Kerangka Teori

Bab ini berisi tentang teori-teori yang terkait dengan judul, penelitian terdahulu yang terkait dengan tema penelitian dan kerangka berfikir.

Bab III : Metode Penelitian

Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai jenis dan pendekatan penelitian, setting penelitian, subjek penelitian, sumber data, dan teknik pengumpulan data, pengujian keabsahan data, dan teknik analisis data.

- Bab IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan
Bab ini akan mendeskripsikan gambaran objek penelitian dan menguraikan hasil penelitian dari pelaksanaan, penyajian, dan analisis data hingga pembahasan.
- Bab V :Penutup
Halaman ini terdiri dari simpulan dan saran-saran sebagai perbaikan atas segala kekurangan.
3. Bagian Akhir
Bagian akhir ini berupa daftar pustaka, lampiran-lampiran, serta riwayat hidup penulis.

