



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

**IMPAK DAN RESPON CIVITAS AKADEMIKA UIN
SUNAN AMPEL SURABAYA TERHADAP
PEMBERITAAN DAN DAKWAH NEGATIF DI MEDIA
SOSIAL**

Skripsi

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Surabaya, Guna memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos)

Oleh

**Muhammad Ikhsanuddin Nur Ismail
NIM. B01217041**

Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel

Surabaya

2021

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Ikhsanuddin Nur Ismail

NIM : B01217041

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul **Impak dan Respon Civitas Akademika UIN Sunan Ampel Surabaya Terhadap Pemberitaan dan Dakwah Negatif di Media Sosial** belum pernah diajukan kepada lembaga pendidikan tinggi mana pun untuk mendapatkan gelar akademik apapun. Skripsi tersebut benar-benar hasil karya mandiri penulis dan bukan merupakan jiplakan atau plagiasi atas karya orang lain.

Apabila ternyata di kemudian hari ditemukan pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas karya ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Surabaya, Mei 2021

Yang membuat pernyataan.



Muhammad Ikhsanuddin Nur Ismail
NIM. B01217041

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Nama : Muhammad Ikhsanuddin Nur Ismail

NIM : B01217041

Jurusan : Komunikasi

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fokus : Jurnalistik

Judul : Impak Dan Respon Civitas Akademika UIN Sunan
Ampel Surabaya Terhadap Pemberitaan Dan Dakwah Negatif
Di Media Sosial

Surabaya, Mei 2021
Telah disetujui oleh

Dosen Pembimbing



Dr. M. Anis Bachtiar M.Fil.I
NIP. 196912192009011002

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

IMPAK DAN RESPON CIVITAS AKADEMIKA UIN SUNAN
AMPEL SURABAYA TERHADAP PEMBERITAAN DAN
DAKWAH NEGATIF DI MEDIA SOSIAL

SKRIPSI

Disusun oleh
Muhammad Ikhsanuddin Nur Ismail
B01217041

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata Satu

Pada tanggal 5 Juli 2021

Tim Penguji

Penguji 1


Dr. Anis Bachtiar, M.Fil.I
NIP.196912192009011002

Penguji 2


Dr. H. Abdullah Sattar, S.Ag, M.Fil.I
NIP. 196512171997031002

Penguji 3


Dr. H. Sunarto AS, MEI
NIP.195912261991031001

Penguji 4


Drs. Prihananto, M.Ag
NIP.196812301993031003

Surabaya, 5 Juli 2021

Dekan




Dr. H. Abdul Halim, M.Ag
NIP. 196307251991031003



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Muhammad Ikhsanuddin Nur Ismail
NIM : B01217041
Fakultas/Jurusan : Dakwah dan Komunikasi/Komunikasi Penyiaran Islam
E-mail address : ikhsanuddinnurismail@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Impak dan Respon Civitas Akademika UIN Sunan Ampel Surabaya Terhadap

Pemberitaan dan Dakwah Negatif di Media Sosial

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 26 Oktober 2021


Penulis

(Muhammad Ikhsanuddin Nur Ismail)

ABSTRAK

Muhammad Ikhsanuddin Nur Ismail (B01217041). *Impak Dan Respon Civitas Akademika UIN Sunan Ampel Surabaya Terhadap Pemberitaan Dan Dakwah Negatif Di Media Sosial.*

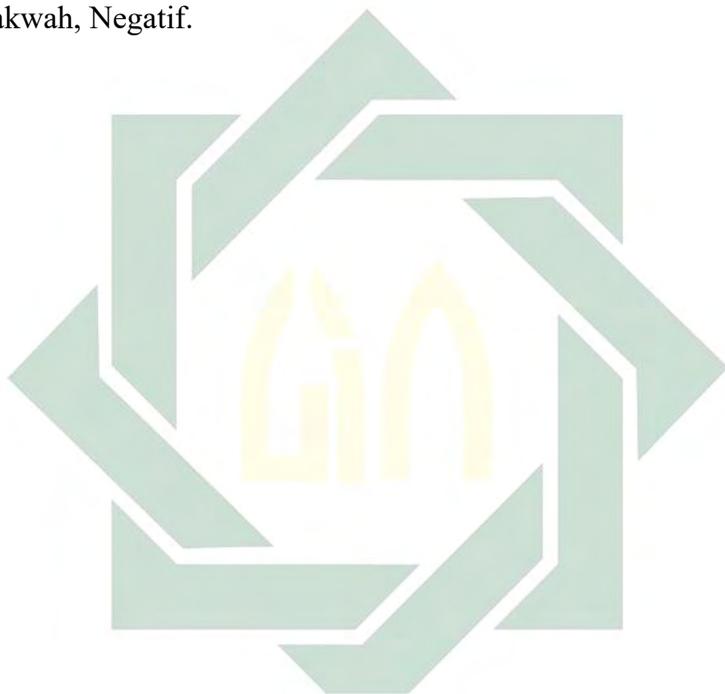
Seiring berjalannya waktu, akses untuk mendapatkan informasi sangatlah mudah. Meskipun begitu, kita perlu meneliti kembali pesan yang kita dapat agar tidak menimbulkan *hoax* dan stigma di kalangan masyarakat. Media sosial merupakan media yang rawan dalam penyebaran berita *hoax* dan dakwah negatif, dan media sosial juga merupakan media yang paling diminati para milenial dan orang tua yang ingin mendapatkan informasi secara praktis. Maka sebab itu, tak dapat dipungkiri juga Civitas Akademika UIN Sunan Ampel Surabaya akan terkena dampak dari hadirnya berita maupun dakwah negatif yang bertebaran di media sosial, sebab setiap individu Civitas Akademika UIN Sunan Ampel memiliki perbedaan dari latar belakang, pemikiran dan lingkungan.

Hadirnya penelitian ini adalah untuk mengungkapkan bagaimana impak dan respon Civitas Akademika UIN Sunan Ampel Surabaya terhadap fenomena pemberitaan dan dakwah yang memiliki unsur negatif yang sedang melenggang bebas di media sosial dalam kehidupan mereka.

Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dan pendekatan fenomenologi, peneliti berhasil mengungkapkan bahwasannya Civitas Akademika UIN Sunan Ampel Surabaya termasuk dalam kategori masyarakat yang waspada terhadap berita *hoax* dan dakwah negatif, hal ini buktikan dengan sedikitnya pengaruh pada diri Civitas Akademika UIN Sunan Ampel Surabaya.

Rekomendasi untuk peneliti selanjutnya adalah melakukan penelitian kembali dengan menggunakan metode dan teori yang baru serta meng*upgrade* data paling mutakhir setelah pandemi covid-19 berakhir.

Kata kunci: Media sosial, Impak, Respon, Berita, Dakwah, Negatif.



ABSTRACT

Muhammad Ikhsanuddin Nur Ismail (B01217041). Impact and Response of the Academic Community of UIN Sunan Ampel Surabaya to Negative News and Da'wah on Social Media..

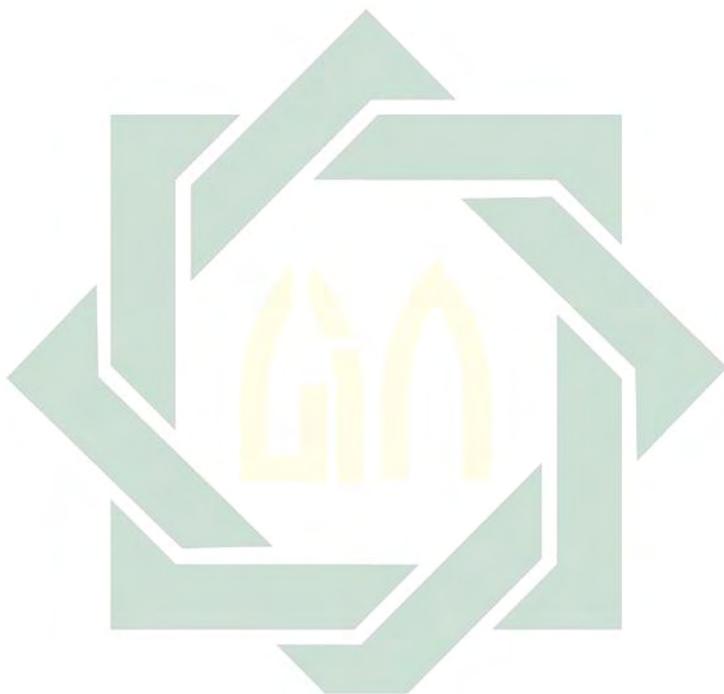
Over time, access to information is very easy. Even so, we need to re-examine the messages we get so as not to cause hoaxes and stigma in the community. Social media is a media that is prone to spreading hoax news and negative da'wah, and social media is also the most popular media for millennials and parents who want to get practical information. Therefore, it cannot be denied that the residents of UIN Sunan Ampel Surabaya will be affected by the presence of negative news and preaching spread on social media, because each individual citizen of UIN Sunan Ampel has differences in background, thought and environment.

The presence of this research is to reveal how the impact and response of the UIN Sunan Ampel campus residents to the phenomenon of news and da'wah which has negative elements that are freely roaming on social media in their lives.

By using qualitative research methods and a phenomenological approach, researchers managed to reveal that the residents of UIN Sunan Ampel Surabaya are included in the category of citizens who are aware of hoax news and negative da'wah, this is proven by the least influence on the residents.

Recommendations for further researchers are to conduct research again using new methods and theories and upgrade the most recent data after the covid-19 pandemic ends.

Keywords: Social media, Impact, Response, News, Da'wah, Negativity.



ملخص

تأثير واستجابة تأثير (B01217041)، محمد احسان الدين نور اسماعيل للأخبار UIN Sunan Ampel Surabaya واستجابة المجتمع الأكاديمي لجامعة السلبيية والدعوة على وسائل التواصل الاجتماعي.

بمرور الوقت ، أصبح الوصول إلى المعلومات أمرًا سهلاً للغاية. ومع ذلك نحن بحاجة إلى إعادة فحص الرسائل التي نحصل عليها حتى لا نتسبب في خدع ، ووصمة عار في المجتمع. وسائل التواصل الاجتماعي هي وسيلة تميل لنشر الأخبار الكاذبة والوعظ السلبي ، كما أن وسائل التواصل الاجتماعي هي أيضًا أكثر وسائل الإعلام شعبية لجيل الألفية والآباء الذين يرغبون في الحصول على معلومات عملية سيتأثرون UIN Sunan Ampel Surabaya لذلك ، لا يمكن إنكار أن سكان بوجود أخبار وخطابات سلبية منتشرة على وسائل التواصل الاجتماعي ، لأن كل فرد لديه اختلافات في الخلفية والفكر والبيئة UIN Sunan Ampel من مواطني

UIN إن وجود هذا البحث هو الكشف عن مدى تأثير واستجابة سكان حرم UIN Sunan Ampel Surabaya لظاهرة الأخبار والوعظ التي لها عناصر سلبية UIN Sunan Ampel Surabaya تتجول بحرية على وسائل التواصل الاجتماعي في الحياة

من خلال استخدام أساليب البحث النوعي والمنهج الظاهراتي ، تمكن مدرجون UIN Sunan Ampel Surabaya الباحثون من الكشف عن أن سكان في فئة المواطنين الذين هم على دراية بالأخبار الكاذبة والوعظ السلبي ، وهو ما يثبت ذلك بأقل تأثير على السكان

التوصيات لمزيد من الباحثين هي إجراء البحوث مرة أخرى باستخدام طرق ونظريات جديدة ورفع مستوى أحدث البيانات بعد انتهاء جائحة كوفيد-19

، الكلمات المفتاحية: وسائل التواصل الاجتماعي ، التأثير ، الاستجابة ، الأخبار ، الدعوة ، السلبيية

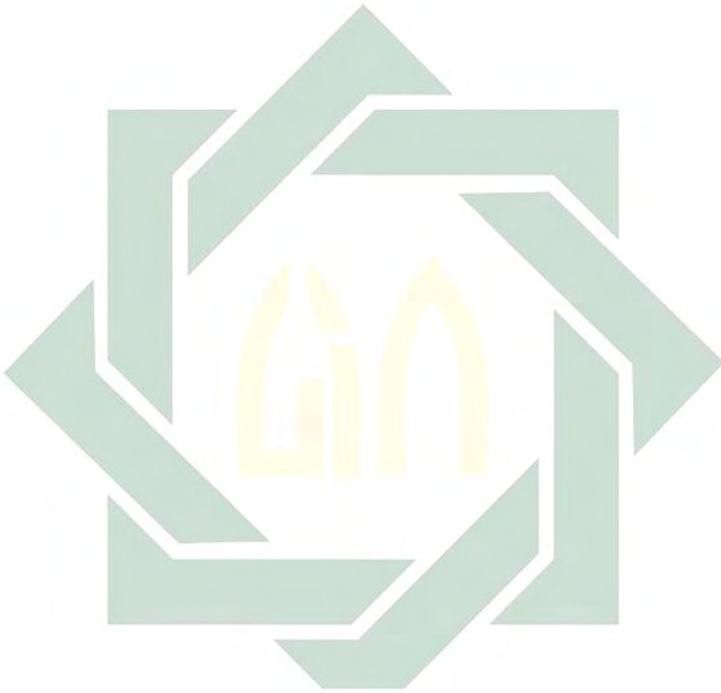
DAFTAR ISI

JUDUL PENELITIAN.....	I
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	II
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI..	KESALAHAN! BOOKMARK TIDAK DITENTUKAN.
MOTTO	III
PERNYATAAN ORIENTASI SKRIPSI.....	V
ABSTRAK.....	VI
ملخص.....	X
KATA PENGANTAR	XI
DAFTAR ISI.....	XIII
DAFTAR TABEL.....	XV
DAFTAR GAMBAR.....	XVI
BAB I.....	1
A. LATAR BELAKANG.....	1
B. RUMUSAN MASALAH	10
C. TUJUAN PENELITIAN	10
D. MANFAAT PENELITIAN	11
E. DEFINISI KONSEP	12
F. SISTEMATIKA PEMBAHASAN.....	17
BAB II.....	19
A. KAJIAN PUSTAKA.....	19
1. Berita Hoax	19
2. Dakwah Negatif	27
3. Media Sosial.....	29
4. Teori Peluru Dalam Media Massa	36
5. Konsep Teori Jarum Hipodermik atau Peluru.....	43

B.	KERANGKA PIKIR PENELITIAN	43
C.	PENELITIAN TERDAHULU YANG RELAVAN.....	44
BAB III	46
A.	PENDEKATAN DAN JENIS PENELITIAN	46
B.	LOKASI PENELITIAN.....	48
C.	JENIS DAN SUMBER DATA.....	49
D.	TAHAP-TAHAP PENELITIAN.....	50
E.	TEKNIK PENGUMPULAN DATA.....	52
F.	TEKNIK VALIDASI DATA.....	54
G.	TEKNIK ANALISIS DATA	54
BAB IV	58
A.	GAMBARAN UMUM SUBYEK PENELITIAN	58
B.	PENYAJIAN DATA.....	70
C.	ANALISIS DATA	94
BAB V	99
A.	KESIMPULAN.....	99
B.	SARAN DAN REKOMENDASI	99
C.	KETERBATASAN PENELITIAN	100
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN	106

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 “Tabel Penelitian Terdahulu”	45
Tabel 4.1 “Tabel Efek dari hasil respon masing-masing responden”	95



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 "Hoax yang beredar di Media Sosial Facebook" ..	3
Gambar 1.2 "Hasil fakta yang telah ditemukan di Youtube" ...	4
Gambar 1.3 "Pamflet "Klepon Tidak Islami" yang sempat trending di Media Sosial Twitter	5
Gambar 1.4 "Cuplikan layar dari potongan video ceramah Ustadz Zainal Abidin mengenai lagu balonku yang beredar di Twitter dan Youtube"	7
Gambar 1.5 "Salah satu reaksi warga Twitter pada postingan mengenai kajian Ustadz Zainal Abidin"	8
Gambar 1.6 "Cuplikan layar dari Channel Youtube Ustadz Maaher At-Thuwailibi"	8
Gambar 2.1 "Ilustrasi anak menonton kartun yang menayangkan kekerasan"	40
Gambar 2.2 "Remaja menikmati konten di media sosial"	41
Gambar 2.3 "Ilustrasi Teori Peluru/Jarum Hipodermik"	43
Gambar 2.4 "Kerangka Pikir Penelitian"	43
Gambar 3.1 "Analisis Data Model Miles dan Huberman"	56
Gambar 4.1 Peta Profile UINSA	59
Gambar 4.2 "Berita Hoax tentang PKS melakukan kampanye poligami yang beredar di Facebook"	82
Gambar 4.3 "Potongan video dakwah Ustadz Zainal Abidin yang menggegerkan warga Twitter"	86
Gambar 4.4 "Video perseteruan antara Ustadz Maaher At-Thuwailibi dan Abu Janda di Youtube"	90

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring berjalannya waktu, akses untuk mendapatkan informasi sangatlah mudah. Tak jarang membuat para pembaca dan pendengar merasa tak perlu lagi mengetahui lebih jauh, karena sudah dijelaskan secara gamblang dan mudah dimengerti. Akan tetapi meskipun kita telah dimudahkan dalam mencari informasi, kita perlu teliti kembali dalam mencerna dan menerima banyaknya pemberitaan maupun dakwah agar tidak menimbulkan *hoax* dan stigma di kalangan masyarakat.

Berita disampaikan kepada masyarakat untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, maka tak heran berita merupakan hal sekunder yang amat diperlukan oleh masyarakat. Dalam hal ini membuat berita seolah menjadi barang dagangan, maka sebab itu berita dibedakan berdasarkan dengan kebutuhan masyarakat, hal ini dikemukakan oleh A.H. Maslow yang membaginya menjadi dua yaitu, *Deficiency needs* dan *Being needs*. Untuk *Deficiency needs* merupakan kebutuhan yang menyangkut naluri alamiah untuk hidup, contohnya seperti, seks dan cara bertahan hidup beraspek konflik. Sedangkan *Being needs* sendiri merupakan kebutuhan untuk mengisi dan mengembangkan kehidupan, contohnya seperti, tentang seni budaya, politik dan ekonomi.³

³ Jacob Oetama, *Pers Indonesia : Berkomunikasi dalam Masyarakat Tidak Tulus*, (Jakarta: Penerbit Buku Kompas, 2004), h.278-279

Namun dibalik itu semua, pengaruh berita terutama berita *hoax* terhadap kehidupan itu sangat besar dan dapat mendatangkan malapetaka besar dikemudian hari. Kehadiran berita negatif berbau *hoax* dan stigma telah beredar sejak lama, ditambah lagi dengan hadirnya sosial media yang membuka sarana timbal balik yang memudahkan para pembaca dapat berinteraksi dan beragumen dengan asyiknya di kolom komentar. Media sosial merupakan *platform* yang memiliki potensi besar dalam hal membuat dan penyebaran informasi-informasi *hoax*. Media sosial sendiri merupakan *platform* digital paling populer di Indonesia. Terlihat dari banyaknya masyarakat Indonesia dalam mengaksesnya, per bulan Januari 2020, dari 175,4 juta pengguna Internet di Indonesia, 160 juta diantaranya merupakan pengguna aktif media sosial.⁴

Pengguna media sosial di Indonesia hampir rata di setiap daerah. Baik itu pengguna *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, atau akun media sosial yang lain. Dengan banyaknya masyarakat pengguna media sosial tentu membuat penyebaran informasi melalui media sosial tersebut sangatlah efektif dan cepat. Namun dibalik cepatnya penyebaran sebuah informasi melalui media sosial, membuat informasi yang disebar tersebut belum tentu berdasarkan fakta. Karena jika melalui media sosial siapa saja bisa membuat dan menyebarkan sebuah informasi kapan saja dan di mana saja ke media sosial.⁵ Isu-isu SARA paling banyak dimanfaatkan oleh penyebar *hoax* untuk

⁴ *Data Pengguna Internet dan Media Sosial di Indonesia* menurut Hootsuite, <https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia>, diakses pada tanggal 14 Oktober 2020

⁵ Nurudin,dkk. *Literasi Media dan Peradaban Masyarakat*, (Malang : Universitas Muhammadiyah Malang dan Intrans Publishing Group, 2020), h.62

mempengaruhi opini publik, hal ini disampaikan langsung pada penelitian Astrini (2017) yang berjudul *Hoax dan Banalitas Kejahatan*.⁶

Salah satu *hoax* yang beredar di masyarakat saat ini yaitu adanya kampanye tentang Dua anak cukup, satu istri tidak cukup yang digaungkan oleh salah satu partai dan hal tersebut beredar dikalangan pengguna *facebook*, pada nyatanya saat ditelisik lebih jauh untuk mencari fakta, hal ini tidak temukan. Hasil gambar yang beredar saat ini merupakan sebuah editan yang dilakukan oleh oknum tidak bertanggung jawab, bisa dilihat fakta yang terjadi yaitu sebenarnya gambar ini berasal dari sebuah video yang diunggah ke *youtube* oleh *channel* partai tersebut dan hanya bertuliskan nomor urut dari partai itu sendiri.



Gambar 1.1 " *Hoax* yang beredar di Media Sosial Facebook"

⁶ Janner Simarmata,dkk. *Hoax dan Media Massa* : Saring Sebelum Sharing, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2019), h.22



Gambar 1.2 “Hasil fakta yang telah ditemukan di Youtube”

Tak hanya itu juga *hoax* tentang Covid 19 pun masih banyak beredar berdasarkan penemuan kominfo yang menemukan sebanyak 1.096 isu *hoax* khususnya untuk berita tentang Covid-19 per bulan April 2020, 759 diantaranya berasal dari *Facebook*, dan disusul oleh *Twitter* sebanyak 321 isu, Instagram 10 isu, dan 6 isu di *Youtube*. Hal ini bisa dinyatakan bahwa *Facebook* merupakan media sosial paling banyak berperan dalam penyebaran *Hoax*.⁷

Hal ini tak hanya berlangsung di area pemberitaan, bahkan sekarang ini hal negatif di media sosial mulai merambah kedalam bagian paling vital dari sebuah kehidupan, yaitu melalui kebutuhan rohani, hal ini dimulai adanya dakwah yang membawa efek negatif pada kehidupan. Padahal pada hakekatnya, dakwah merupakan suatu kegiatan yang mengajak umat ke jalan yang benar dan membawa kebaikan untuk keberlangsungan hidup di dunia

⁷ Tim CNN Indonesia, *Kominfo Catat 1.096 Hoaks di Medsos, Terbanyak Facebook*, <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20200408155307-185-491726/kominfo-catat-1096-hoaks-di-medsos-terbanyak-facebook>, diakses pada 15 Oktober 2020

maupun di akhirat sesuai dengan syariat Islam.⁸ Sebagaimana juga yang telah dijelaskan dalam surah Ali Imran ayat 104:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ - ١٠٤

*Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung.*⁹

Sebagai suatu kegiatan yang paling berpengaruh bagi keberlangsungan kehidupan, seharusnya dakwah membawa kesejukan dan memberi pengetahuan keagamaan kepada umat. Namun belakangan ini, banyak sekali ditemukan dakwah yang dirasakan oleh masyarakat membawa dampak negatif. seperti halnya contoh pada gambar berikut:



Gambar 1.3 “Pamflet “Klepon Tidak Islami” yang sempat trending di Media Sosial Twitter

⁸ Evra Willya, dkk. *Senarai Penelitian: Islam Kontemporer Tinjauan Multikultural*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), h.56

⁹ Qur'an Kemenag, *Surat Ali Imran ayat 104*, <https://quran.kemenag.go.id/sura/3/104>, diakses pada 14 Januari 2021

Banyak orang lebih terpaku pada dakwah maupun gambar yang membawa pesan yang mengataskan keislaman khususnya yang dirasa kurang berbobot dan tidak ada nilainya, hal ini muncul ketika ada sebuah foto yang mengatakan klepon merupakan makanan yang Islami, dengan membawa nama sang pembawa pesan dibawahnya, namun ketika dicari siapa sang pembawa pesan itu sama sekali tidak bisa ditemukan, dengan munculnya hal ini membuat wajah dakwah kita menjadi jelek, ditambah dengan komentar para pengguna sosial media yang mencibir pernyataan itu. Hingga akhirnya beberapa pakar keagamaan mengonfirmasi bahwasannya klepon merupakan makanan halal tergantung dengan cara pembuatan yang hal pula, dan tak hanya itu saja beberapa pakar seperti Ustadz Wahyul contohnya, memberi tahu masyarakat agar bisa memilah dalam menerima informasi dan beliau juga berpesan, "Kalau tidak terlalu paham tentang ilmu agama ya jangan berbicara seakan-akan dirinya ahli agama, nanti bisa ngawur dan ricuh umat ini." ¹⁰

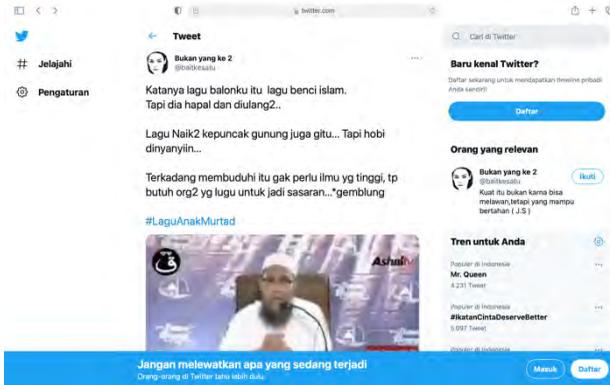
Tak hanya sampai disitu saja pada bulan sebelumnya, dakwah yang disampaikan oleh Ustadz Zainal Abidin mengenai lagu balonku merupakan lagu yang mengajarkan kebencian pada Islam mengundang kontroversi dan hal ini sempat mencuat ke publik melalui *twitter* pada Juni 2020 dengan #LaguAnakMurtad, lalu disusul dengan klepon tidak Islami pada Juli 2020. Video asli beliau pada saat

¹⁰ Tim CNN Indonesia, *Pendapat Ulama soal Klepon Islami*, https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20200721151237-262-527185/pendapat-ulama-soal-klepon-islami?utm_source=twitter&utm_medium=oa&utm_content=cnnindonesia&utm_campaign=cmsocmed, diakses pada 19 Oktober 2020

menyampaikan ceramahnya saat ini sudah di *take down* oleh *youtube* dan menyisakan video klarifikasi beliau mengenai ceramahnya itu. Tak kunjung habis, hadirnya Ustadz Maaher At- Thuwailibi dalam *platform* media sosial semakin menambah panjang daftar beredarnya Ustadz yang tidak menyampaikan islam dengan cara yang santun dan menyejukkan, dalam beberapa video-video ceramah beliau banyak sekali perkataan-perkataan yang memiliki potensi untuk menghasut umat dan memperbolehkan menggunakan kata-kata yang tidak senonoh untuk diucapkan oleh seorang yang memiliki gelar Ustadz. Dan hal ini langsung mencuat pada bulan Desember 2020 yang lalu, banyak reaksi masyarakat membanjiri komentar entah di *Twitter* dan *Youtube*. Dengan ini bisa disimpulkan Masyarakat lebih suka mengekspos hal tersebut ketimbang lebih baik mencari tahu ataupun mencari hal yang sebenarnya lebih diperlukan.



Gambar 1.4 “Cuplikan layar dari potongan video ceramah Ustadz Zainal Abidin mengenai lagu balonku yang beredar di Twitter dan Youtube”



Gambar 1.5 “Salah satu reaksi warga Twitter pada postingan mengenai kajian Ustadz Zainal Abidin”



Gambar 1.6 “Cuplikan layar dari Channel Youtube Ustadz Maaher At-Thuwailibi”

Sebenarnya kepercayaan Masyarakat terhadap Da'i membawa harapan lebih untuk menyampaikan Materi Dakwahnya dengan pembahasan yang lebih rasional dan berbobot, namun dengan kejadian diatas masyarakat mulai kehilangan rasa percaya pada Da'i karena ulah nyeleneh generasi baru. Hal ini berimpak pada keberlangsungan

Dakwah sendiri, kalau Dakwah sendiri sudah tidak dipercaya, kemana lagi umat harus mencari ilmu.

Mahasiswa merupakan insan muda yang sangat intelek dan berwawasan luas, generasi pembawa perubahan untuk kehidupan kedepannya. Akan tetapi dimasa-masa umur sendiri, Mahasiswa tergolong menjadi generasi yang sedang mencari jati diri dan ingin mengetahui banyak hal yang perlu diketahui, apalagi sekarang mereka dimudahkan dengan mencari sendiri informasi yang mereka perlukan di internet, Hal ini menjadikan Mahasiswa dapat rentu dalam mencerna dan menerima informasi baru dan dapat menyimpulkan sendiri tanpa bimbingan yang mengakibatkan konflik seperti. SARA maupun stigma lainnya.

Dan hadirnya peran Dosen dan Civitas Akademika UIN Sunan Ampel lainnya sebagai penyelamat dari Mahasiswanya dengan memberikan ilmu dan kekuatan agar tidak terjebak pada hal negatif. Didalam sebuah Universitas, tak hanya Mahasiswa saja yang selalu dijadikan harapan untuk membangun *image* dalam menyongsong masa depan. Akan tetapi semua Civitas Akademika yang ada harus juga bisa membuat sebuah perubahan seperti, Dosen dan para pejabat-pejabat Universitas yang dianggap Mahasiswanya sebagai suri tauladan.

Civitas Akademika UIN Sunan Ampel sendiri merupakan salah satu representatif dari banyaknya Civitas Akademika universitas lain yang menggunakan internet sebagai sumber informasi mereka dalam memperbaharui informasinya. Mereka banyak menemukan sekali informasi baru melalui media sosial, seperti, *Instagram*, *Twitter*, *Facebook* dan *Youtube*. Tak dipungkiri juga Civitas Akademika UIN Sunan Ampel Surabaya akan terkena dampak dari hadirnya berita maupun dakwah negatif yang

bertebaran di media sosial, sebab setiap individu Civitas Akademika UIN Sunan Ampel sendiri memiliki perbedaan dari latar belakang, pemikiran dan lingkungan.

Maka sebab itu sebelum mengamini suatu pemberitaan maupun dakwah yang kita temukan, kita harus mempelajari apakah pemberitaan ataupun dakwah yang kita terima itu berpotensi negatif/tidak dengan cara meneliti dan mencari sumber terpercaya, tidak asal ditelan mentah-mentah dan khususnya mahasiswa yang merupakan generasi pembawa perubahan diharapkan dapat melakukan pemutusan rantai berita negatif yang beredar di Masyarakat dengan cara mengedukasi Masyarakat melalui perbaikan literasi.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Impak Berita dan Dakwah Negatif di Media Sosial terhadap Civitas Akademika UIN Sunan Ampel Surabaya?
2. Bagaimana Respon Civitas Akademika UIN Sunan Ampel Surabaya terhadap Berita dan Dakwah Negatif di Media Sosial?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Impak Berita dan Dakwah Negatif di Media Sosial terhadap Civitas Akademika UIN Sunan Ampel Surabaya
2. Untuk mengetahui Respon Civitas Akademika UIN Sunan Ampel Surabaya terhadap Berita dan Dakwah Negatif di Media Sosial

D. Manfaat Penelitian

Sebagai hasil dari karya kreatifitas akademis, penulis berharap agar penelitian ini akan memberikan manfaat yang lebih bagi penulis sendiri maupun bagi masyarakat luas. Adapun manfaat yang diharapkan antara lain:

1. Manfaat Secara Teoritis :
 - a. Bagi pembaca, penulis berharap dengan hadirnya penelitian ini secara teori ataupun lapangan dapat membuka cakrawala baru, mampu meningkatkan diri serta menambah pengetahuan pembaca mengenai ilmu bijak menggunakan media sosial.
 - b. Bagi peneliti, penulis berharap agar penelitian ini dapat bermanfaat dalam menambah pengetahuan peneliti tentang impak maupun respon mengenai bobroknya media sosial dalam menangani *hoax* dan hal negatif lainnya.
2. Manfaat Secara Praktis :
 - a. Hasil dari penelitian ini kedepannya bisa menjadi koleksi pribadi penulis maupun pembaca.
 - b. Untuk kampus sendiri, khususnya di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya Prodi Komunikasi Penyiaran Islam, hasil penelitian ini bisa digunakan sebagai bahan literatur tambahan untuk pembinaan maupun pengembangan Prodi.

E. Definisi Konsep

1. IMPAK

Impak menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia memiliki arti yaitu pengaruh atau dampak yang kuat.¹¹ Pengaruh sendiri datang dari individu yang dimulai dari berubahnya pola kehidupannya oleh suatu hal. Seperti halnya dalam mencari informasi, dulu apabila ingin mendapatkan informasi orang-orang harus menunggu kabar dikeesokan harinya, berbeda dengan sekarang, saat ini media dapat mengupdate informasi secara *real time* melalui media sosial. Namun, pengaruh media sosial dibalik itu semua ada pengaruh positif yang ditimbulkan seperti lebih update informasi tanpa terikat waktu sedangkan negatifnya lebih menjurus kearah pemalsuan informasi dan privasi yang tidak terkontrol.¹²

2. RESPON

Respon menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia memiliki arti yaitu tanggapan atau reaksi.¹³ Respon datang dari reaksi individu dalam menanggapi suatu kejadian. Semisal pada kasus media sosial, apabila seseorang merasa mendapatkan tanggapan yang baik dan nyaman di media sosial, maka ia dengan nyaman selalu memosting apa yang dia sukai agar diapresiasi

¹¹ Kemendikbud, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/impak>, diakses pada 21 Oktober 2020

¹² Nurudin,dkk. *Relasi Kuat antara Generasi Millenial dan Media*, (Malang : Universitas Muhammadiyah Malang dan Intrans Publishing Group, 2020), h.70

¹³ Kemendikbud, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/respons>, diakses pada 21 Oktober 2020

oleh banyak orang, begitu sebaliknya apabila seseorang mendapatkan tanggapan yang buruk dan tidak menyenangkan, maka orang tersebut akan terpacu untuk membuktikan bahwasannya tanggapan orang lain itu salah.¹⁴

Dengan adanya respon di media sosial ini dapat memicu terjadinya fenomena *cancel people* dikalangan masyarakat luas, hal ini sering terjadi pada saat seseorang melakukan kesalahan, dan kesalahannya dibuka ke ranah publik.

3. BERITA NEGATIF

Berita negatif adalah berita yang mengandung kesesatan dalam mencari fakta. Seperti halnya berita *hoax*, berita bohong yang dibuat seolah-olah sebagai berita yang benar.¹⁵

Namun sangat disayangkan, dikalangan warga internet sendiri berita *hoax* sering kali diasumsikan sebagai berita yang saya tidak suka. Berita *hoax* bukan sesuatu yang baru dalam peradaban informasi manusia. Berita *hoax* ini sudah ada sejak tahun 1439 ketika Johannes Gutenberg berhasil menghadirkan mesin cetak. Sebelum hadirnya internet, berita *hoax* bahkan menjadi hal paling berbahaya dari sekarang karena sulit untuk dicari kebenarannya.¹⁶

¹⁴ Nurudin,dkk. *Terpenjara Komodifikasi Media*, (Malang : Universitas Muhammadiyah Malang dan Intrans Publishing Group, 2020), h.109

¹⁵ Mac Aditiawarman,dkk. *Hoax dan Hate Speech di Dunia Maya*, (Padang: Lembaga Kajian Aset Budaya Indonesia Tonggak Tuo, 2019), h.2

¹⁶ Janner Simarmata,dkk. *Hoax dan Media Massa : Saring Sebelum Sharing*, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2019), h.3

Dalam prakteknya dalam media sosial, berita *hoax* banyak berasal dari berita tentang politik maupun hiburan, banyak sekali respon masyarakat dalam menanggapi berita tersebut.

4. DAKWAH NEGATIF

Dakwah Negatif menurut Ibu Jiphie Gilia Indriyani, Dosen Sastra Bahasa Indonesia UIN Sunan Ampel Surabaya ialah dakwah memiliki kejelasan nilai dan landasan berpijaknya, maka disertakan nama Islam dibelakangnya tapi kalau dakwah negatif ini tidak memiliki kejelasan berpijaknya, tidak jelas sumbernya. biasanya mengajak kepada keburukan.

Sedangkan menurut Bapak Anis Bachtiar, Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya adalah konteks kata dakwah mengandung makna kebaikan karena melaksanakan amar ma'ruf nahi mungkar, akan tetapi kalau dilakukan dengan cara-cara yang tidak baik maka akan merubah orientasi dari makna dakwah ke arah negatif, seperti muncul istilah propaganda dan misionaris.

Dari sisi Mahasiswa, Arta Laras Angelina juga memberikan pendapatnya, dakwah negatif itu dakwah yang isinya membuat orang merasa dia di jalan jihad, padahal sebenarnya malah merugikan sesama makhluk hidup atau juga dakwah yang menjadi propaganda para audiensnya merasa bahwa ia paling benar dan semua orang yang tidak sejalan dengannya adalah salah dan berdosa.

5. CIVITAS AKADEMIKA UIN SUNAN AMPEL

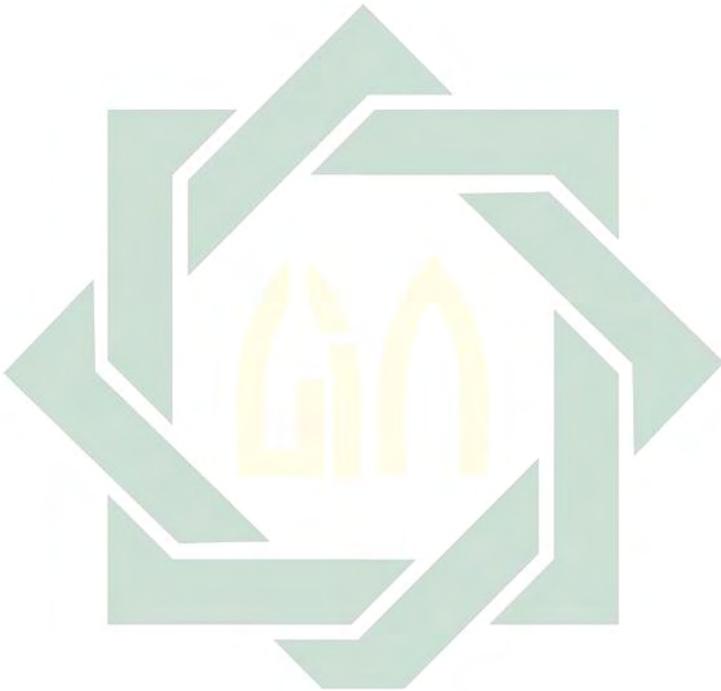
Civitas Akademika UIN Sunan Ampel merupakan subjek pada penelitian ini. Karena peneliti menganggap bahwa mereka cukup relevan dalam memaknai fenomena ini. Tak hanya itu, Civitas Akademika UIN Sunan Ampel datang dari berbagai macam latar belakang, mulai dari pendidikan, motivasi dan kehidupan sosial. Tak dapat dipungkiri masih banyak sekali perbedaan didalam diri Civitas Akademika UIN Sunan Ampel sendiri tanpa harus mencari respon dari Individu lain diluaran sana.

Semua Civitas Akademika UIN Sunan Ampel hampir bisa dikatakan adalah pengguna aktif media sosial, hal ini memudahkan mereka dalam mengakses informasi dan komunikasi.

6. MEDIA SOSIAL

Media sosial adalah *platform* digital yang diciptakan dan dimanfaatkan untuk berkomunikasi atau bertukar informasi dengan menggunakan jaringan internet sebagai penghubungnya. Dalam prakteknya media sosial memang mampu menyampaikan informasi dan berkomunikasi lebih cepat dan stabil, tentunya akan sangat membantu untuk memudahkan dalam hal komunikasi dan informasi. Namun, menurut Ardianto dalam bukunya yang bertajuk Komunikasi 2.0, bahwa media sosial online, disebut jejaring sosial online bukan media massa online karena media sosial memiliki kekuatan sosial yang sangat mempengaruhi opini publik yang berkembang di masyarakat. Penggalangan dukungan atau gerakan massa bisa terbentuk karena kekuatan media online karena apa yang ditampilkan dalam media

sosial, terbukti mampu membentuk opini, sikap dan perilaku publik atau masyarakat. Inilah alasan mengapa media ini disebut media sosial bukan media massa.¹⁷



¹⁷ Errika Dwi Setya Watie, *THE MESSENGER, Volume III, Nomor 1, Edisi Juli 2011 : Komunikasi dan Media Sosial*, (Semarang : Universitas Semarang, 2011), h.71

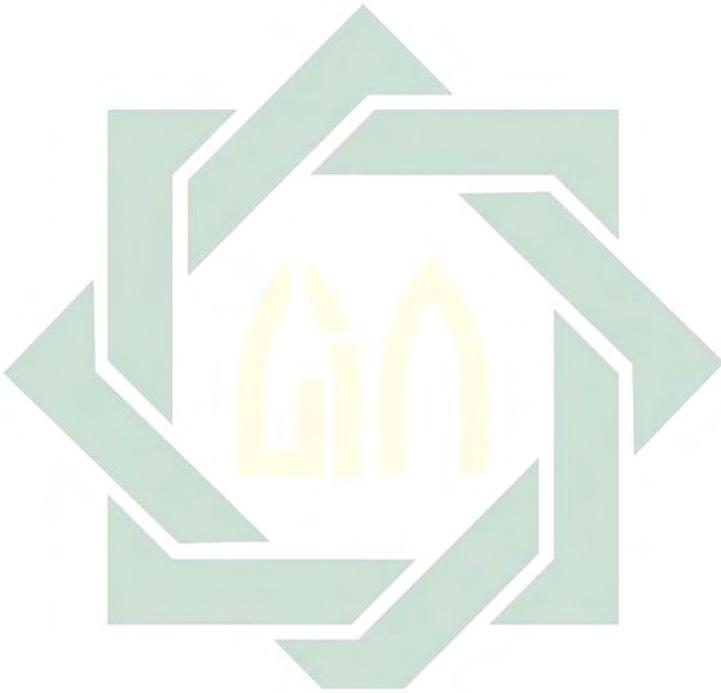
F. Sistematika Pembahasan

Secara garis besar, agar penyusunan hasil penelitian dapat disampai dengan baik maka diperlukan sistematika pembahasan yang akan dimuat pada penelitian kualitatif ini, berikut diantaranya:

- a. BAB I : Pendahuluan, pada bagian ini akan terdapat beberapa sub bab yang terdiri dari enam bagian yaitu, latar belakang yang menjadi maksud dasar dari penelitian ini dengan menyajikan fenomena lapangan dan contoh, rumusan masalah yang menjabarkan pokok permasalahan yang akan dianalisis , tujuan yang memberikan maksud diadakannya penelitian ini, manfaat yang memberikan faedah secara teoritis dan praktis, definisi konsep penelitian yang menjabarkan konsep mendasar dari penelitian serta sistematika pembahasan penelitian.
- b. BAB II : Kajian Pustaka, pada bagian ini akan terdapat penjelasan mengenai teori yang digunakan dalam penelitian dan memadukan dengan penelitian terdahulu yang relevan .
- c. BAB III : Metode Penelitian, pada bagian yang memiliki 6 sub bab ini akan menghadirkan pembahasan mengenai metode yang gunakan dalam mengambil sample dan mencari data untuk penelitian yang terdiri dari pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, jenis dan sumber data, tahap-tahap penelitian, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.
- d. BAB IV : Analisis Data dan Pembahasan, pada bagian ini akan dijelaskan hasil temuan dilapangan serta pembahasan yang berisikan bagian umum tentang subyek penelitian, penyajian data serta

penjabaran hasil penelitian yang akan dibahas secara terperinci.

- e. BAB V : Penutup dan Kesimpulan, pada bab ini akan dijelaskan kesimpulan dari semua hal yang telah didapat dan juga beberapa saran untuk pembaca maupun peneliti berikutnya.



BAB II KAJIAN TEORITIK

A. Kajian Pustaka

1. Berita Hoax

a. Definisi Berita Hoax

Hoax adalah berita palsu yang tidak diketahui kebenarannya, biasanya di sebar oleh para oknum tak bertanggung jawab yang mencari keuntungan dan diteruskan oleh individu satu ke individu lainnya hal ini disebabkan karena kurangnya literasi media masyarakat.¹⁸

Selain itu, Pellegrini (2008) mencoba menjelaskan definisi hoax dengan lebih mengembangkan sudut pandangnya dengan sudut pandang McDougall. Pengertian hoax adalah kebohongan yang dibuat untuk menyembunyikan atau mengalihkan seseorang dari kebenaran. Ini untuk kepentingan perseorangan atau kelompok.¹⁹

Sedangkan Chen et al, menyatakan bahwa berita *hoax* mampu mendistorsi informasi dan sangat berbahaya karena dapat menyesatkan pemahaman masyarakat dengan membuat berita *hoax* sebagai

¹⁸ Nurudin,dkk. *Literasi Media dan Peradaban Masyarakat*, (Malang : Universitas Muhammadiyah Malang dan Intrans Publishing Group, 2020), h.126

¹⁹ Janner Simarmata,dkk. *Hoax dan Media Massa : Saring Sebelum Sharing*, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2019), h.3

kebenaran. Hoax dapat mempengaruhi banyak orang dan menodai impresi dan integritas.²⁰

Berita *Hoax* adalah sebuah pernyataan yang tampak sama dengan informasi aktual, namun ternyata mengandung kebohongan serta fitnah yang dirancang untuk menyudutkan seseorang maupun institusi. Seringkali berita *Hoax* sengaja dimanfaatkan untuk menanam kebencian ataupun mempropaganda seseorang maupun kelompok tertentu.²¹

b. Unsur- Unsur Berita Hoax

Untuk menulis suatu berita *hoax*, unsur yang digunakan sama persis menulis berita pada umumnya, Unsur-unsur berita itu diketahui sebagai 5W + 1 H, istilah tersebut merupakan singkatan dari (1) *What*: apa yang sedang terjadi; (2) *Where*: dimana insiden tersebut terjadi; (3) *When*: kapan insiden tersebut terjadi; (4) *Who*: siapa saja yang terseret dalam insiden itu; (5) *Why*: mengapa insiden itu bisa terjadi; dan (6) *How* : bagaimana proses hukum setelah insiden tersebut.

Dan dalam Bahasa Indonesia istilah 5W + 1 H yang digunakan adalah 3A-3M, sebuah singkatan dari Apa, si-Apa, meng-Apa, bila-Mana, di-Mana, dan

²⁰ Idnan A. Idris, *Klarifikasi Al-Quran Atas Berita Hoaks*, (Jakarta, Kompas Gramedia, 2018), h.22

²¹ Mac Aditiawarman, dkk. *Hoax dan Hate Speech di Dunia Maya*, (Padang: Lembaga Kajian Aset Budaya Indonesia Tonggak Tuo, 2019), h.2

bagai-Mana. Sebuah berita sebaiknya telah memenuhi keenam unsur tersebut.²²

Namun dalam penulisan berita *hoax* ada perbedaan yang mencolok yaitu dengan tambahan unsur provokasi dan mengocoh pandangan seseorang.

c. Struktur Berita Hoax

Sama seperti halnya berita pada umumnya, berita *hoax* juga memiliki struktur dalam penulisan beritanya yakni judul (*headline*), teras berita (*lead*) dan tubuh atau isi berita (*body*). Berikut uraiannya:

- 1) Judul berita (*headline*), ialah suatu komponen utama yang dibaca dari sebuah berita. Berisi beberapa kalimat pendek dan merepresentasikan isi pokok pemberitaan.
- 2) Teras berita (*lead*), ialah inti dari sebuah berita yang mengacu pada unsur 5W+1H. Di dalam *lead* berisi laporan kejadian yang ditulis secara singkat, padat dan jelas.
- 3) Tubuh atau isi berita (*body*), ialah keseluruhan dari berita yang memaparkan penjelasan secara rinci guna memperjelas realitas yang belum diungkap dalam *lead* yang telah disajikan sebelumnya.²³

²² Khoirul Muslimin, *Jurnalistik Dasar : Jurus Jitu Menulis Berita*, Feature Biografi, Artikel Populer, dan Editorial, (Jepara: UNISNU PRESS, 2019), h.17

²³ Kustiadi Suhandang, *Pengantar Jurnalistik Seputar Organisasi, Produk dan Kode Etik*, (Bandung: Nuansa, 2004), h.115-138.

d. Ciri-Ciri Berita Hoax

Menurut Wina Armada Sukardi, setidaknya ada tujuh karakter berita *hoax* yang perlu diwaspadai oleh masyarakat.

- 1) Berita *hoax* biasanya memberitakan secara sensasional. Maksudnya, artikel yang dibuat mampu meningkatkan kadar emosi seseorang. Sehingga pembaca mudah terpengaruh dan menganggap bahwa berita itu benar adanya.
- 2) Beritanya mengandung unsur provokatif dan tendensius. Biasa kata yang digunakan adalah "Sebarkan!" atau 'Lawan!'.
- 3) Tidak aktual, berita lama bisa digoreng atau dibahas kembali seolah kejadiannya baru saja terjadi.
- 4) Sumber berita yang dikutip tidak terkenal.
- 5) Terdapat kata-kata yang mendiskriminasi, terutama SARA.
- 6) Tampak dari gaya penulisannya yang disusupi berbagai macam isyarat. Contoh, adanya penggunaan huruf besar dan kecil yang diletakkan pada posisi yang tidak tepat dan beberapa tanda baca sebagai penegas.
- 7) Ada beberapa fakta yang sudah dimodifikasi.²⁴

²⁴ Nurudin,dkk. *Literasi Media dan Peradaban Masyarakat*, (Malang : Universitas Muhammadiyah Malang dan Intrans Publishing Group, 2020), h.126

e. Karakteristik Bahasa dalam Berita Hoax

Untuk mengidentifikasi sebuah berita termasuk *hoax* atau tidak bisa dilihat karakteristik berikut untuk menghindari kita dari korban berita *hoax*:

- 1) Pembuka yang digunakan seakan menghasut pembaca untuk memublikasikan berita tersebut serta berniat memainkan emosi pembaca.

Pada bagian pembuka berita *hoax* biasanya diawali oleh kalimat ajakan, peringatan maupun pernyataan yang bersifat emosional untuk memainkan perasaan pembaca. Tujuannya adalah untuk membuktikan kepada pembaca bahwa berita tersebut penting untuk dicermati dan dipublikasikan.

- 2) Isi yang dibawakan menggunakan bahasa yang bombastis namun tidak tersusun dengan baik.

Pada bagian isi, susunan kalimat dan pemilihan kata yang digunakan selalu yang bombastis, sesasional, dan memiliki karakter kata yang provokatif namun tidak terstruktur dengan baik. Terkadang isi yang dipakai adalah hasil dari terjemahan oleh Google Translate tanpa adanya perbaikan sehingga tidak dapat dipahami oleh pembaca dan lebih cenderung menggunakan huruf kapital yang berlebihan.

- 3) Penutup yang berkali-kali menghasut pembaca untuk menyebarkan berita tersebut secara besar-besaran.

Dibagian ini, umumnya berita *hoax* ditutup dengan kalimat ajakan kepada pembaca untuk memublikasikan berita tersebut secara besar-besaran. Meskipun pada bagian pembuka sudah hadir kalimat seruan untuk memublikasikannya, namun pada bagian penutup diulang kembali.

- 4) Penggunaan sumber yang sebenarnya tidak kredibel untuk lebih meyakinkan pembaca.

Berita-berita *hoax* terkadang terlalu sering menautkan sumber yang tidak kredibel atau setelah dilakukan konfirmasi ternyata tidak benar. Tujuan dengan adanya sumber adalah agar masyarakat semakin percaya bahwa berita tersebut adalah benar.²⁵

f. Jenis-Jenis Berita Hoax

Dikutip dari tulisan Sobih AW Adnan pada laman *medcom.id*, setidaknya ada sekitar 7 Jenis Berita *Hoax* yang sering beredar dikalangan masyarakat, yaitu:

- 1) *Satire* atau parodi

Hadirnya *satire* dalam kanca pemberitaan memiliki tujuan sebagai bentuk protes terhadap suatu individu maupun kelompok dalam memperhatikan fenomena yang sedang terjadi. kemasam yang digunakan dalam menghadirkan *satire* ini adalah yang berunsur parodi, ironi, bahkan sarkasme.

²⁵ M. Imelda Kusumastuty, *Struktur Wacana dan Karakteristik Bahasa Berita Hoaks dalam Whatsapp Messenger*, (Yogyakarta: Sekolah Tinggi Bahasa Asing LIA Yogyakarta), h.561-563

Sebenarnya, *satire* bukanlah konten yang membahayakan. Namun sayangnya, sebagian masyarakat awam masih banyak yang berfikir bahwa konten *satire* merupakan hal yang sangat serius dan mempercayainya sebagai kebenaran.

2) *Misleading content* (konten menyesatkan)

Misleading content merupakan upaya seseorang maupun kelompok dalam memutar balikan fakta yang ada untuk menyudutkan seseorang maupun kelompok dan mengharapkan dengan konten tersebut dapat menggiring opini publik.

Pada jenis ini para pembuat berita *hoax* memeralat data asli seperti, gambar, deklarasi resmi dan sebagainya untuk menjadi acuannya, namun telah dimodifikasi sedemikian rupa sehingga tidak memiliki hubungan dengan konteks aslinya.

3) *Imposter content* (konten tiruan)

Imposter content merupakan konten palsu yang dibuat berdasarkan aslinya dan ditiru sedemikian rupa dengan menumpang ketenaran pada suatu individu atau institusi. Informasi tersebut biasanya mencatat pernyataan tokoh terkenal dan memiliki pengaruh besar dalam masyarakat.

4) *Fabricated Content* (konten palsu)

Fabricated content merupakan sebuah konten yang hasilnya 100% tidak berdasarkan fakta dan tidak dapat dipertanggung jawabkan.

Dan dengan hal ini *Fabricated content* masuk dalam kategori konten palsu paling berbahaya.

5) *False connection* (koneksi yang salah)

Pada jenis ini kita bisa langsung mengidentifikasi bagaimana berita ini ditulis, terdapat kesalahan yang terjadi yaitu, adanya ketidaksinkronan antara judul berita dengan isi berita. Konten ini biasanya dibuat dan disebarluaskan untuk mencari keuntungan semata.

6) *False context* (konteks keliru)

Konten ini disuguhkan dengan menggunakan penjelasan dan konteks yang salah. Pada umumnya, *false context* memuat pernyataan, foto, atau video peristiwa yang pernah terjadi pada suatu tempat maupun orang, akan tetapi secara isi yang ditulis tidak sesuai dengan kebenaran yang ada.

7) *Manipulated content* (konten manipulasi)

Pada konten ini umumnya berisi dari hasil modifikasi dari informasi yang sudah diberitakan sebelumnya oleh media besar dan memiliki kredibel lalu disebarluaskan kepublik sebagai berita benar.²⁶

²⁶ Sobih AW Adnan, *Mengenal Tujuh Jenis Hoaks*, <https://www.medcom.id/telusur/cek-fakta/4KZ6rAqK-mengenal-7-jenis-hoaks>, diakses pada 19 Januari 2021

2. Dakwah Negatif

Definisi dakwah yang sebenarnya menurut pandangan Muhammad al-Râwi; dakwah merupakan panduan lengkap mengenai perilaku manusia dan aturan hak dan kewajiban. Selain itu, Muhammad al-Khadlar Husain memiliki pandangan lain mengenai dakwah, menurutnya dakwah adalah untuk mengajak manusia kepada kebaikan dan membimbing manusia untuk menegakkan yang benar dan melarang yang salah demi mencapai kehidupan yang bahagia dunia dan akhirat.²⁷

Namun semakin maju era yang ditempuh dalam menyiarkan dakwah makin banyak rintangan yang harus ditempuh agar eksistensinya tidak tenggelam dalam perubahan-perubahan yang sedang dan akan berlangsung.²⁸ Dengan itu mau tak mau para ulama mulai berlari menuju *platform* media sosial seperti, *Youtube* misalnya, untuk menyentuh lebih banyak mad'u dan pastinya membawa dakwah ke ranah era modern. Namun dampak negatif dari revolusi informasi tersebut telah menyerang dunia dakwah, yang kental dengan nilai-nilai luhur agama. Hal ini terlihat ketika dakwah dibawa kedalam sentuhan teknologi, kita ditunjukkan dengan gambaran era jahiliyah modern yang menggunakan topeng dan jargon dakwah.²⁹

²⁷ M. Tata Taufik, *Dakwah Era Digital*, (Kuningan: Pustaka Al-Ikhlash,2020), h.10

²⁸ Mokhammad Abdul Aziz, "Netizen Jurnalisme dan Tantangan Dakwah di Media Baru" *Islamic Communication Journal Volume 3, Nomor 2*, Juli-Desember 2018, h.133

²⁹ Moh. Nashih Nasrullah, *Berdalih Dakwah, Padahal Bukan*, <https://republika.co.id/berita/pnryus318/berdalih-dakwah-padahal-bukan>, diakses pada 2 November 2020

Dakwah yang seharusnya membawa ketenangan dan menyejukkan, seperti yang tercermin dalam surah An Nahl ayat 125:

أُدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ
إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ – ١٢٥

*Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk.*³⁰

Malah terjadi sebaliknya, yaitu menggunakan ayat-ayat Al Qur'an dan logika dari diri sang da'i sebagai alat untuk membid'ahkan, mengkafirkan, dan menyela sesuka hati. Hal ini tergambarkan dalam surah At Taubah ayat 9:

– اِشْتَرَوْا بِآيَاتِ اللَّهِ ثَمَنًا قَلِيلًا فَصَدُّوا عَنْ سَبِيلِهِ إِنَّهُمْ سَاءَ مَا كَانُوا يَعْمَلُونَ
٩

*Mereka memperjualbelikan ayat-ayat Allah dengan harga murah, lalu mereka menghalang-halangi (orang) dari jalan Allah. Sungguh, betapa buruknya apa yang mereka kerjakan.*³¹

Meskipun tak banyak jumlah da'i yang melakukannya, Namun, hal ini akan menjadi cikal bakal dari kerusakan dakwah itu sendiri. Ditambah wawasan masyarakat

³⁰ Qur'an Kemenag, Surat An Nahl ayat 125, <https://quran.kemenag.go.id/sura/16/125>, diakses pada 12 Februari 2021

³¹ Qur'an Kemenag, Surat At Taubah ayat 9, <https://quran.kemenag.go.id/sura/9/9>, diakses pada 12 Februari 2021

mengenai dakwah yang membawa potensi keburukan sangat rendah. Yang terpenting dari mereka mengenai dakwah adalah membahas Agama, entah bagaimana cara da'i menyampaikannya mereka tidak peduli dan hal itu selalu diamini.

3. Media Sosial

a. Definisi Media Sosial

Media Sosial adalah bagian dari platform digital yang bertindak sebagai arena online, interaksi sosial, network serta media pertemanan antar orang diseluruh dunia. Sarana ini juga dimanfaatkan sebagai tempat bertukar informasi, saling komentar dan sebagainya.³²

Dalam pandangan lain, B.K. Lewis mengungkapkan bahwasanya media sosial merupakan label dari teknologi digital khususnya di bidang komunikasi yang memungkinkan orang untuk terkoneksi, berinteraksi, menghasilkan, dan berbagi isi pesan.³³ Contoh media sosial: *Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, LinkedIn, Flickr.*

Tampaknya media sosial sendiri merupakan hal penting yang harus dimiliki manusia pada era 4.0 ini. Hal ini terbukti dari jumlah pengguna media sosial didunia yang

³² Redi Panuju, *Pengantar Studi (Ilmu) Komunikasi: Komunikasi sebagai Kegiatan Komunikasi sebagai Ilmu*, (Jakarta: Kencana, 2018), h.195

³³ Nurudin,dkk. *Media Sosial, Identitas, Transformasi, dan Tantangannya*, (Malang : Universitas Muhammadiyah Malang dan Intrans Publishing Group, 2020), h.136

telah mencapai 3,8 Miliar.³⁴ Bahkan banyak orang mengatakan bahwasannya tidak ada media lain yang dapat membawa perubahan seperti media sosial. Anggapan itu muncul dikarenakan media sosial sendiri selalu menyediakan informasi yang mereka inginkan. Berita yang ada dikoran, hiburan yang ada di televisi, dan semua yang berhubungan sekarang ada digenggaman mereka.³⁵

b. Fungsi Media Sosial

Sebagai *New Media* paling multifungsi dan digemari oleh semua kalangan, Media sosial memiliki beberapa fungsi yang cukup berarti dalam keberlangsungan komunikasi sebagai berikut :

- 1) Media sosial adalah media yang dirancang dan diciptakan menggunakan internet dan teknologi web untuk memperluas interaksi sosial manusia.
- 2) Media sosial berhasil berkembang dalam praktik komunikasi satu arah dengan media penyiaran dari satu perusahaan media ke banyak *audience* (“*one to many*”) menjadi metode komunikasi dialog antar banyak *audience* (“*many to many*”).
- 3) Media sosial dapat mendukung demokratisasi dalam pandangan serta arahan. Hal tersebut mengubah

³⁴ *Data Pengguna Internet dan Media Sosial di Dunia* menurut Hootsuite, <https://datareportal.com/reports/digital-2020-global-digital-overview>, diakses pada tanggal 23 Januari 2021

³⁵ Nurudin,dkk. *Peradaban Media Sosial di Era Industri 4.0*, (Malang : Universitas Muhammadiyah Malang dan Intrans Publishing Group, 2020), h.21-22

manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri.³⁶

c. Jenis Media Sosial

Sebagai media yang tergolong diminati oleh masyarakat masa kini, ternyata media sosial sendiri memiliki beberapa jenis. Pada artikel Horizon Bisnis, Kaplan dan Haenlein mencoba membuat klasifikasi media sosial dan membaginya menjadi enam, yaitu:

- 1) Proyek Kerjasama Website
Memberikan penggunanya hak untuk menambah, mengubah ataupun menghapus konten yang ada pada situs webnya. Misalnya: Wikipedia.
- 2) Blog dan Microblog
Pengguna dapat berpendapat dan mengaplikasikan gagasan pikirannya melalui tulisan kemudian mengunggahnya ke situs web berbasis blog, hal ini seperti menulis buku *diary*. Misalnya: Blogspot, Wixsite, Wordpress.
- 3) Konten
Pengguna bisa mengunggah dan memublikasikan hasil karya mereka dalam berbagai format konten media seperti, video, gambar, rekaman suara, *e-book*, dan lainnya. Misalnya: *Youtube, Soundcloud, Tumblr, Patreon, Instagram*.

³⁶ Fahlepi Roma Doni, *Perilaku Penggunaan Media Sosial Pada Kalangan Remaja*, (Purwokerto: Jurnal BSI, 2017), h.16

4) Situs Jejaring Sosial

Situs web yang memungkinkan penggunaanya untuk terhubung secara fleksibel antara satu sama lainnya dengan membuat informasi pribadi dan berbagi informasi memanfaatkan fitur post, comment, messenger. Informasi ini bisa berupa teks, foto, atau video. Contohnya: *Facebook, Twitter*.

5) Virtual Game World

Dunia tiruan dalam bentuk 3 Dimensi ini membuat para penggunaanya dapat mendesain karakter yang diinginkan dan akan keluar pada peta dunia yang telah didesain sebelumnya serta saling berinteraksi antara satu dengan lainnya seperti halnya di dunia nyata, namun dengan sedikit sentuhan fantasi. Contohnya: Game Online berjenis RPG, MMORPG, JRPG.

6) Virtual Social World

Dunia Sosial *Virtual* ini hadir untuk memberikan sensasi baru kepada penggunaanya yang membuatnya merasa hidup seperti di dunia nyata dan saling berhubungan antara satu dengan lainnya. Dunia Sosial *Virtual* ini bisa dikatakan lebih bebas daripada *Virtual Game World*. Contohnya: *Second Life dan The Sims Play*.³⁷

d. Karakteristik Media Sosial

Sebagai New Media yang sedang mencuat, Media Sosial hadir dengan memiliki beberapa perbedaan karakter yang

³⁷ Nurudin,dkk. *Media Sosial, Identitas, Transformasi, dan Tantangannya*, (Malang : Universitas Muhammadiyah Malang dan Intrans Publishing Group, 2020), h.78-79

sebelumnya tidak dimiliki oleh media lain, ada beberapa ciri khusus serta batasan-batasan yang hanya dimilikinya.

Berikut beberapa karakteristik yang dimiliki oleh media sosial yang telah dijabarkan oleh Nasrullah, “jaringan (*network*), informasi (*information*), arsip (*archive*), interaksi (*interactivity*), simulasi sosial (*simulation of society*), dan konten oleh pengguna (*user-generated content*)”. Berikut pemaparan dari masing-masing karakteristik:

1) Jaringan (*Network*)

Berdasarkan istilah teknologi, jaringan memiliki makna yang berarti infrastruktur yang mengkoneksikan komputer maupun perangkat keras lainnya.

2) Informasi (*information*)

Informasi merupakan identitas paling primer di media sosial. Karena tidak tampak serupa dengan media lainnya yang berada di Internet, para pengguna media sosial mampu menciptakan hal yang mewakili personalitasnya, membuat konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi yang ada. Bahkan, dengan informasi yang ada tersebut menjadikannya barang jual dan penyokong dalam masyarakat informasi (*information society*). Informasi dibuat, ditukar dan dinikmati oleh setiap individu.

3) Arsip (*archive*)

Arsip dalam media sosial merupakan salah satu karakter yang menunjukkan bahwa data yang telah tercatat didalam sistem dapat dibuka kapan saja, dimana saja melalui *device* apa saja. Setiap data yang telah dimuat oleh sistem media sosial tidak akan lenyap meskipun itu sudah melewati pergantian hari, bulan, sampai tahun.

4) Interaksi (*interactivity*)

Pembawaan paling mendasar dari keberadaan media sosial adalah terbentuknya sebuah koneksi antar pengguna. Gane & Beer menyatakan bahwa “interaksi merupakan proses yang terjadi diantara pengguna dan perangkat teknologi.” Keberadaan teknologi dan perangkatnya telah menjadi elemen penting yang tidak bisa dilepaskan dari kehidupan sehari-hari, bahkan telah menjadi semacam ungkapan yang disebut *technologies have become integral parts of our everyday lives*.

5) Simulasi sosial (*simulation of society*),

Ketika melakukan interaksi dengan para pengguna lainnya melalui antar muka yang ada di media sosial, pengguna harus melakukan dua tahap. Pertama, pengguna harus terkoneksi dengan internet untuk masuk ke dunia maya. Untuk mengaksesnya, pengguna diharuskan memasukkan nama pengguna (*username*) dan kata sandi (*password*). Kedua, ketika sudah berada di dalamnya, pengguna terkadang menyertakan data diri sekaligus menuntun bagaimana individu tersebut dapat mengenali dirinya di dunia maya.

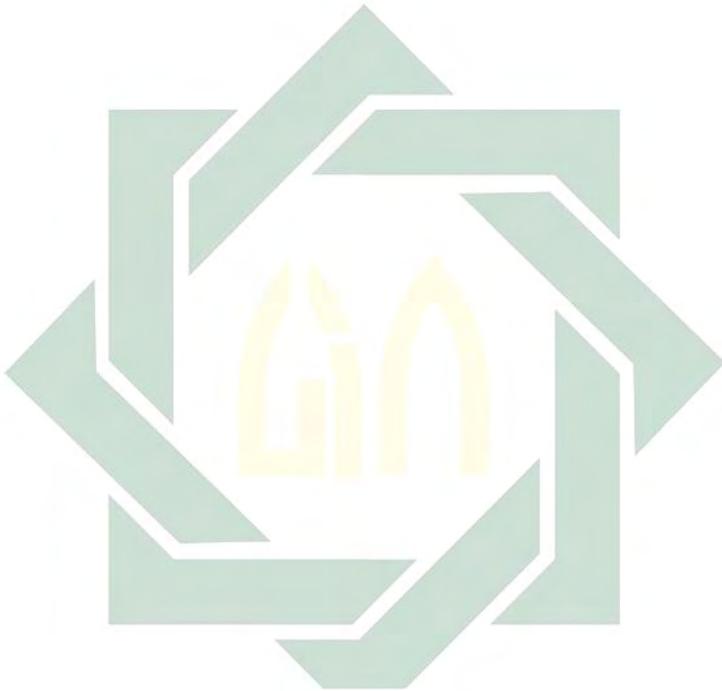
6) Konten oleh pengguna (*user generated content*)

Dengan adanya konten oleh pengguna ini menunjukkan bahwa di media sosial karya atau ide yang telah dibuat dan diunggah sepenuhnya milik pengguna hal ini berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun.

7) Penyebaran (*share/sharing*)

Sebagai karakter lain dari media sosial, medium penyebaran ini tidak selalu menghadirkan konten yang terstruktur dan dikonsumsi oleh penggunanya, akan tetapi juga dipublikasikan sekaligus dimaksimalkan oleh

para penggunanya. Hal penyebaran ini bisa terjadi melalui dua media, yaitu melalui konten dan melalui alat.³⁸



³⁸ Neng Dewi Kurnia,dkk, *Hubungan Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dengan Kemampuan Literasi Media Di Upt Perpustakaan Itenas*, (Bandung: Jurnal Universitas Pendidikan Indonesia, 2018), h.4-5

4. Teori Peluru Dalam Media Massa

Teori peluru atau sebutan lain dari jarum suntik adalah teori pertama tentang pengaruh komunikasi massa terhadap khalayaknya. Teori ini pertama kali diciptakan oleh Wilbur Schramm. Teori ini baru dikemukakan setelah sebuah acara yang disebut "*The Invasion From Mars*" disiarkan oleh Radio CBS di AS pada tahun 1950. Isi teori ini menunjukkan bahwa manusia termasuk rentan terhadap pengaruh informasi yang ditransmisikan secara massal. Dia juga menyebutkan bahwa jika pesannya benar, Anda akan mendapatkan efek yang diinginkan.

Teori ini lebih berlandaskan pada nurani daripada bukti ilmiah. Peneliti ilmu sosial sudah sangat tua dan memiliki sedikit bukti empiris. Selain itu, kehadiran teori ini justru karena pengaruh propaganda, yang diperkuat dengan banyaknya kampanye periklanan yang berhasil secara efektif mempengaruhi opini publik dan perilaku konsumen selama Perang Dunia Pertama.³⁹

Asal mula model jarum suntik ini adalah aliran satu tahap, yakni dari media langsung ke khalayak sebagai massa. Model ini mengasumsikan bahwa media bersifat langsung, cepat, dan memiliki pengaruh yang kuat terhadap komunikasi atas khalayak.⁴⁰

Dibalik konsepsi ini, sesungguhnya terdapat dua pemikiran yang mendasarinya :

- a. Citra masyarakat modern adalah sebagai kumpulan individu yang relatif terisolasi dan bertindak sesuai

³⁹ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2013), h. 166

⁴⁰ Wiryanto, *Teori Komunikasi Massa*, (Jakarta: Grasindo, 2000), h.20-21

dengan kepentingan pribadinya dan tidak terpengaruh oleh batasan maupun koneksi sosial.

- b. Terdapat suatu pandangan mengenai visi media yang berlaku adalah semacam gerakan untuk memobilisasi perilaku sosial untuk memenuhi tujuan dari berbagai kekuatan yang ada di masyarakat.⁴¹

Menurut Wilbur Schramm sendiri, teori ini adalah sebuah proses dimana seorang komunikator dapat menembakkan peluru komunikasi yang fantastis kepada audiens pasif yang tidak bersenjata. Namun, dalam beberapa karya-karya yang diterbitkannya pada awal 1970-an, Schramm mendesak para penikmat teori nya untuk memandang bahwa teori peluru itu sebenarnya tidak ada, karena audiens yang ditargetkan oleh media itu ternyata tidaklah pasif. Klaim Schramm untuk mengubah teorinya didukung oleh Paul Lazarsfeld dan Raymond Bauer. Lazarsfeld mengatakan bahwa jika penonton terkena peluru komunikasi, mereka tidak akan langsung terjebak. Terkadang efek yang terjadi berbeda dengan tujuan si penembak yaitu media.

Pada kesempatan yang sama, Raymond berpendapat bahwa target audiens tidak pasif. Mereka secara aktif mencari apa yang mereka inginkan di media. Setelah mereka menemukannya, dengan segera mereka mencoba memahami pesan yang diterima untuk memenuhi selera dan kebutuhan mereka. Sejak tahun 1960, banyak penelitian yang gagal untuk mengkonfirmasi keberadaan teori peluru, dan kini muncul model baru yang diberi nama efek terbatas, pada studi yang dilakukan oleh Howland dan teori tersebut

⁴¹ Yetty Oktarina, *Komunikasi dalam Perspektif Teori dan Praktik*, (Yogyakarta: Deepublish,2017), h.95

mengatakan bahwa informasi komunikasi dapat secara efektif menyebarkan informasi namun tidak mengubah perilaku, dan kemudian Cooper dan Johada mengklaim bahwa persepsi selektif akan mengurangi efektivitas informasi, serta penelitian oleh Lazarsfeld dan teman-teman, mereka percaya bahwa orang-orang yang menjadi sasarannya jarang terpengaruh oleh komunikasi massa.

Dari berbagai penjelasan di atas, kita sekarang tahu bahwa teori peluru atau jarum suntuk ini terlalu sederhana. Penyebaran informasi secara massal tidak mempengaruhi semua orang secara sama. Dampak yang ditimbulkan kepada seseorang akan tergantung pada beberapa faktor, termasuk sifat kepribadian mereka sendiri dan berbagai aspek situasi dan latar belakang. Namun keberadaan teori peluru ini merupakan teori komunikasi massa yang dapat dipahami, yang kehadirannya berasal dari efek propaganda yang sebenarnya setelah Perang Dunia Pertama. Orang-orang terlalu naif dan percaya pada kebohongan. Teori ini mungkin tidak berkerja dengan baik saat ini, tetapi masih akurat pada saat itu.

Mungkin saat ini teori peluru belum mati, namun ia muncul dalam bentuk yang sedikit dimodifikasi dalam karya-karya filsuf Prancis, Jacques Ellour. Ellour berkeyakinan bahwa propaganda jauh lebih efektif daripada analisis Amerika. Secara khusus, ia mengklaim bahwa publisitas adalah bagian dari lingkungan umum dan tidak dapat direplikasi di laboratorium. Ellour mengklaim bahwa propaganda ada di mana-mana dalam kehidupan orang-orang sehingga kebanyakan dari kita tidak menyadarinya, tetapi propaganda dapat mengontrol nilai-nilai kita. Inti dari nilai-nilai tersebut tentu saja nilai-nilai "cara hidup Amerika".

Di media sosial sendiri, khususnya di Indonesia, bisa dilihat contoh penggunaan penipuan dan istilah negatif untuk menyebarkan pemahaman atau opini, yang dibagikan secara luas di platform media sosial seperti *Facebook* dan *YouTube*. Pembuat konten menyebutkan banyak kesalahan tapi berkedok kebenaran. Meskipun begitu, sebenarnya itu disambut hangat oleh penikmatnya. Namun, berita ini tidak berdampak langsung, hanya beberapa orang saja yang terpengaruh. Di masa depan, berita palsu dan propaganda negatif akan menyebar dalam bentuk pesan yang benar, dan publik akan mengakui bahwa beberapa dari mereka mungkin terpengaruh oleh penyebaran rumor.

Selain itu, di media lain di Indonesia, terdapat contoh penggunaan publisitas dalam iklan TV untuk produk kecantikan. Pengiklan memamerkan banyak manfaat yang terkandung dalam produknya untuk menarik perhatian audiens, meskipun hal yang disampaikan benar, namun pesan unggulan yang disampaikan tidak berdampak langsung, hanya beberapa orang dengan jenis kulit yang tepat. Dari sini, iklan menembakkan peluru atau publisitas berupa informasi tentang keunggulan produknya dan diterima oleh khalayak, yang mungkin sebagian terpengaruh oleh pembelian produk kecantikan tersebut. Penonton mungkin disesatkan oleh siaran manajer media. Karena teori ini berasumsi bahwa media menganggap ini adalah cara untuk menarik pemirsa, atau dapat dirancang dengan cara yang diinginkan media. Dalam teori peluru, itu memiliki efek langsung pada ketidaksadaran penonton.

Seberapa kuatkah media? Menurut teori ini, media mewakili kekuatan pendorong yang kuat dan biasanya dirasakan oleh publik. Dorongan ini memicu impuls, emosi, atau proses lain yang sebenarnya di luar kendali setiap manusia. Karena teori ini menunjukkan bahwa massa

tidak mampu membenahi insentif media. Teori ini disebut juga teori jarum suntik atau peluru oleh Rahmat (2009), dan apabila dianalogikan dengan komunikasi informasi, seperti obat yang disuntikkan di bawah kulit pasien dengan jarum. Neumann menyebut teori ini "konsep media yang kuat."

Berbagai perilaku yang ditampilkan dalam suatu konten atau pesan dengan cara apapun akan mendorong masyarakat untuk menirunya. Padahal, mereka tahu bahwa apa yang dihadirkan hanyalah untuk memberikan rasa yang bermakna semata. Namun, karena dampak yang ditimbulkan terlalu besar, penonton tidak bisa lepas dari pengaruh ini. Televisi paling sering dituduh sebagai aktor yang dapat mempengaruhi banyak sikap dan perilaku seluruh masyarakat, sedangkan jejaring sosial adalah media baru yang dapat mempengaruhi sikap dan perilaku generasi muda.⁴²



Gambar 2.1 “Ilustrasi anak menonton kartun yang menayangkan kekerasan”

⁴² Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2013), h. 166



Gambar 2.2 “Remaja menikmati konten di media sosial”

Manfaat dan Fungsi

1. Teori Peluru (Bullet Theory) Berdasarkan teori ini, media massa diibarat seperti peluru yang ditembakkan ke tengah warga media massa dan dapat dilihat sebagai jarum suntik yang mengalirkan obat ke pada tubuh manusia. Media berperan secara otomatis buat memasukkan pesan pesan ke eksklusif dan warga umum.
2. Pendekatan Rangsangan-Tanggapan Berdasarkan teori ini media massa berperan untuk menerima & melihat rangsangan yang membuat reaksi menurut massa . Artinya, media massa bisa berperan menjadi pemberi keterangan pada massa , sebagai akibatnya media ikut menambah Wawasan pada tengah tengah massa .
3. Kelebihan & Kekurangan Teori Peluru (Bullet Theory)
Pada dasarnya seluruh teori mempunyai keunggulan serta kelemahan dan tentunya beberapa teori tadi hanya mampu berkembang pada masanya dan akan mengalami penyempurnaan misalnya teori ini yang akan terus mengalami perkembangan.

Kelebihan teori peluru:

- a. Media memainkan peran penting dan dapat mempengaruhi emosi, persepsi dan perilaku audiens.
- b. Dalam hal ini, pemerintah adalah penguasa dan dapat menggunakan media untuk kepentingan birokrasi (negara otoriter).
- c. Penonton lebih rentan.
- d. Pesannya lebih mudah dipahami.
- e. Hampir tidak ada kontrol, karena masyarakat masih dalam keadaan homogen.

Kekurangan teori peluru:

- a. Keberadaan masyarakat yang homogen dapat menghancurkan keberadaan teori ini dan tingkat pendidikan masyarakat menjadi meningkat.
- b. Semakin banyak alat komunikasi memungkinkan orang untuk membuat keputusan yang tepat bagi mereka.
- c. Adapun peran kelompok terkait juga menjadi dasar diterima atau ditolaknya pemberitaan media.⁴³

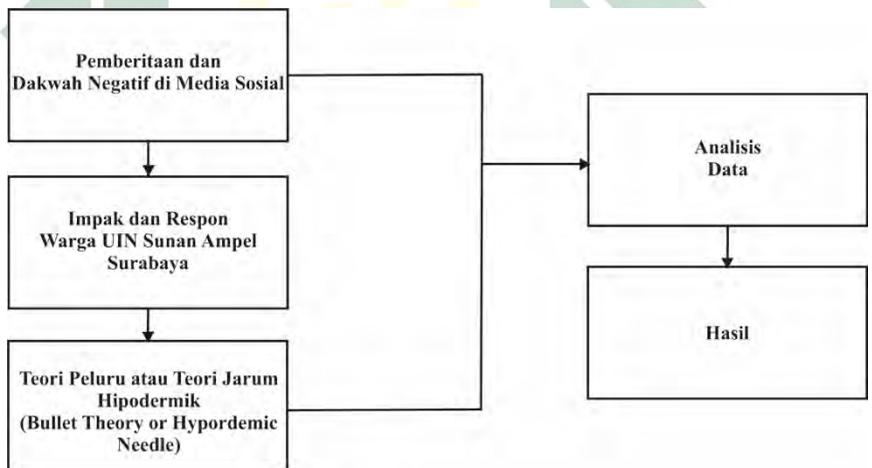
⁴³ Khomsahrial Romli, *Komunikasi Massa*, (Jakarta: Grasindo,2016), h.19-30

5. Konsep Teori Jarum Hipodermik atau Peluru



Gambar 2.3 “Ilustrasi Teori Peluru/Jarum Hipodermik”

B. Kerangka Pikir Penelitian



Gambar 2.4 “Kerangka Pikir Penelitian”

C. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Untuk menentukan judul penelitian ini, peneliti memperoleh dan meninjau literatur dari katalog yang telah disediakan di website digilib.uinsby.ac.id. Namun tidak ditemukan adanya penelitian yang melakukan *update* data mengenai “Impak dan Respon Civitas Akademika UIN Sunan Ampel Surabaya terhadap Pemberitaan dan Dakwah Negatif di Media Sosial”.

Dari hasil penelusuran yang dilakukan, peneliti mendapatkan beberapa penelitian yang membahas topik yang sama, namun dengan pandangan yang berbeda. Dalam hal ini peneliti merujuk pada tesis dan skripsi dengan judul “Kompetensi Literasi Media dalam terpaan dakwah pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya” oleh Mirza Azkia Muhammad Adiba dan “Analisis Perilaku Literasi Digital Keagamaan Pada Mahasiswa Uin Sunan Ampel Surabaya” oleh Rizki Ramadhani mengenai urusan tentang tingkat literasi media mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya khususnya pada ruang lingkup dakwah, sedangkan untuk pemberitaan saya merujuk pada skripsi dengan judul “Pengaruh berita politik surat kabar Jawa Pos terhadap tingkat partisipasi mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya” oleh Atika Hariyani dan “Analisis resepsi mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri Surabaya tentang berita *hoax* di media sosial” oleh Muhammad Rizky Santoso untuk mengetahui seberapa tingkat pengaruh dan pendapat mahasiswa, khususnya dikalangan mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya dalam menyikapi sebuah pemberitaan. Berikut detail dari peneliti yang akan disajikan dalam bentuk tabel:

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Sumber	Perbedaan	Persamaan	Hasil Penelitian
1	Mirza Azkia Muhammad Adiba (F02717224)	Kompetensi Literasi Media dalam terpaan dakwah pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya (2019)	Tesis Pascasarjana UIN Sunan Ampel Surabaya	Dari sisi pembahasan yang tidak lebih mendalam dan penyampaian data akan berbeda	Fenomena yang digunakan dan pembahasan yang ingin diangkat	Dapat meinterpretasikan bagaimana keadaan mahasiswa UIN Sunan Ampel dalam menghadapi terpaan dakwah yang ada.
2	Atika Hariyani (B06206029)	Pengaruh berita politik surat kabar Jawa Pos terhadap tingkat partisipasi mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya (2010)	Skripsi IAIN Sunan Ampel Surabaya	Dari sisi pembahasan yang mungkin lebih luas karena sumber yang digunakan tidak akan berpacu pada satu media dan penyampaian data akan berbeda	Pembahasan yang ingin diangkat	Dapat menginterpretasi bagaimana berita politik jawa pos mempengaruhi Mahasiswa IAIN Sunan Ampel Surabaya.
3	Rizki Ramadhani (H76216074)	Analisis Perilaku Literasi Digital Keagamaan Pada Mahasiswa Uin Sunan Ampel Surabaya (2020)	Skripsi UIN Sunan Ampel Surabaya	Dari sisi pembahasan yang tidak lebih mendalam dan penyampaian data akan berbeda	Fenomena yang digunakan dan pembahasan yang ingin diangkat	Dapat menginterpretasikan bahwa Mahasiswa UINSA secara umum sudah mampu dalam menerapkan perilaku literasi digital keagamaan.
4	Muhammad Rizky Santoso (B96214131)	Analisis resepsi mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri Surabaya tentang berita Hoaks di media sosial (2018)	Skripsi UIN Sunan Ampel Surabaya	Dari sisi pembahasan mungkin lebih mendalam karena berfokus pada satu subjek, namun dalam interpretasi terasa kurang luas karena subjek yang hanya berfokus pada warga UIN Sunan Ampel Surabaya	Fenomena yang digunakan dan pembahasan yang ingin diangkat namun dengan sedikit peluasan pada subjek penelitian	Mampu menginterpretasikan opini dari berbagai mahasiswa di Perguruan Tinggi Negeri di Surabaya

Tabel 2.1 “Tabel Penelitian Terdahulu”

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Jenis yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Merujuk pada pandangan dari Strauss dan Corbin tentang penelitian kualitatif, mereka percaya bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang tidak menggunakan metode statistik atau kuantitatif untuk penemuan. Dalam pengertian ini, penelitian kualitatif adalah studi tentang kehidupan seseorang, cerita, hubungan, dan fungsi organisasi, gerakan sosial, dan hubungan timbal balik.⁴⁴

Kemudian, pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah fenomenologi. Menurut definisinya, fenomenologi merupakan pendekatan untuk memahami atau mempelajari pengalaman hidup manusia.⁴⁵

Dalam pemanfaatan pendekatan ini fenomenolog wajib dapat menelaah apa yang sedang terjadi sekitarnya, hal itu merupakan salah satu cara fenomenologik menekankan berbagai aspek subyektif dari perilaku manusia dan hal itu diawali dengan sikap diam, selanjutnya fenomenolog berupaya menguasai bagaimana subyek memberi makna terhadap peristiwa yang terjadi disekitarnya. Fenomenolog

⁴⁴ Salim, Syahrin, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Citapustaka Media, 2007), h.41

⁴⁵ Helaluddin, *Mengenal Lebih Dekat dengan Pendekatan Fenomenologi: Sebuah Penelitian Kualitatif*, (Banten: UIN Sultan Maulana Hasanuddin, 2018), h.7

yakin bahwa seseorang bisa mendefinisikan pengalamannya dengan cara berinteraksi dengan orang lain.⁴⁶

Menurut pandangan Brouwer, para ahli fenomenologi akan senang melihat peristiwa atau fenomena. Observasi kasus merupakan dasar dan prasyarat yang dibutuhkan untuk setiap kegiatan ilmiah. Ini bukan sains, tetapi opini, metode analitis. Dengan memikirkan kasus, ahli fenomenologi mengajak orang untuk melihat fenomena dengan mata kepala sendiri atau menggunakan kata-kata untuk membuktikannya. Untuk menghadapi sebuah kasus, kita harus memiliki kesabaran untuk menontonnya, mendengarkannya, dan memahami bahasa yang diungkapkannya.⁴⁷

Pada dasarnya, studi fenomenologi sendiri adalah mencari jawaban mengenai suatu arti dari sebuah fenomena. Terdapat dua hal pokok yang menjadi fokus dalam penelitian fenomenologi, yaitu:

1. *Textural description*

Apa yang sedang dirasakan oleh subjek penelitian tentang sebuah fenomena. Apa yang dirasakan merupakan aspek objektif, data yang bersifat faktual, hal yang terjadi secara empiris.

2. *Structural description*

Bagaimana subjek merasakan dan menginterpretasikan pengalamannya. Deskripsi ini terdapat beberapa isi aspek subjektif. Aspek ini menyangkut pendapat, penilaian, perasaan,

⁴⁶ Sahrim, Syahrin, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Cita Pustaka Media, 2012), h.87

⁴⁷ O. Hasbiansyah, *Pendekatan Fenomenologi: Pengantar Praktik Penelitian Dalam Ilmu Sosial Dan Komunikasi*, (Bandung: Jurnal Komunikasi UNISBA, 2008), h. 163

harapan, serta respons subjektif lainnya dari subjek penelitian berkaitan dengan hal yang dialaminya tersebut.⁴⁸

Penelitian kualitatif memiliki beberapa keunggulan yaitu, penelitian yang memecahkan masalah kompleks, mengungkapkan pertanyaan rinci tentang pengalaman dan realitas seseorang untuk evaluasi, dan meneliti beberapa latar belakang fenomena yang tidak dapat diselidiki oleh penelitian kuantitatif.⁴⁹

Pemilihan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi merupakan metode yang tepat untuk diaplikasikan dalam penelitian ini, karena peneliti ingin menjabarkan bagaimana pengaruh dan respon yang didapat dan disampaikan oleh Civitas Akademika UIN Sunan Ampel Surabaya terhadap maraknya kepercayaan terhadap berita *hoax* dan dakwah negatif sehingga hadir beberapa *miss communication* antara individu satu dengan yang lainnya. Selain itu ada beberapa aspek metode yang dianggap cukup untuk menghadirkan hasil analisis yang akurat.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan penggambaran mengenai tempat penelitian itu dilakukan. Lokasi yang diambil dalam penelitian ini adalah salah satu Universitas Islam Negeri yang berdiri di atas tanah 8 Hektar di Jalan Ahmad Yani No.117 Surabaya, yaitu Universitas Islam Negeri Sunan

⁴⁸ O. Hasbiansyah, *Pendekatan Fenomenologi: Pengantar Praktik Penelitian Dalam Ilmu Sosial Dan Komunikasi*, (Bandung: Jurnal Komunikasi UNISBA, 2008), h. 171

⁴⁹ Lexy J. Moloeng, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2016), h.7

Ampel Surabaya. Alasan ditunjuknya Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya sebagai tempat penelitian ini adalah selain karena tempatnya yang cukup *reliable* dimasa pandemi, para Civitas Akademika nya memiliki keberagaman latar belakang, cara berfikir, cara mengintepretasikan pendapatnya, dan tentunya mereka masuk ke dalam kategori yang diperlukan dalam penelitian ini.

C. Jenis dan Sumber Data

Terdapat dua jenis data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu data primer dan data sekunder. Setelah itu, setiap tipe data memiliki sumbernya sendiri.

- A. Data primer merupakan data dasar yang digunakan dalam penelitian, data tersebut dapat berupa verbal atau lisan, verbal, gerak tubuh atau perilaku informan yang dapat dipercaya..⁵⁰

Oleh sebab itu sumber data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah beberapa contoh berita hoax dan dakwah negatif yang ditemukan dimedia sosial seperti, *Facebook*, *Youtube*, *Instagram* dan *Twitter* dan hasil wawancara dengan Civitas Akademika UIN Sunan Ampel Surabaya yang dilakukan secara *offline* bertemu langsung dan dialihkan dengan mengisi jawaban ke Google Form dan *online* melalui chat via Whatsapp dan dialihkan ke Google Form untuk mengisi jawaban.

⁵⁰ Sandu Siyoto dan Muhammad Ali Sodik, Dasar Metodologi Penelitian, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), h.28

- B. Sumber data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini, terdapat beberapa dokumen pendukung yang terkait dengan penelitian ini. Sumber data sekunder adalah buku, majalah, internet, dan penelitian kepustakaan lainnya..

D. Tahap-tahap Penelitian

Tahap penelitian merupakan suatu proses kegiatan yang bertujuan untuk menemukan kebenaran tentang fenomena yang akan dihadapi, tentunya harus melalui tahapan-tahapan tertentu.⁵¹ Ketika melakukan penelitian kualitatif, tahapan penelitian ini harus diperhatikan dan diikuti. Fase-fase ini dimulai dengan proses dimana peneliti mengumpulkan data dan mengolah data untuk analisis data. Di bawah ini adalah penjelasan dari setiap tahap:

1. Tahap Pengumpulan Data

Tahap ini merupakan langkah awal sebelum peneliti memulai penelitiannya. Pada tahap ini, peneliti diharuskan untuk menyusun rencana penelitian. Sebagai berikut:

- a. Melakukan observasi terhadap objek penelitian
Hal ini ditujukan untuk melihat fenomena yang terjadi disekitar serta perilaku dari objek penelitian.
- b. Membuat kriteria sample responden
Hal ini ditujukan untuk mempermudah peneliti untuk mencari responden serta hasil yang

⁵¹ Albi Anggito dan Johan Setiawan, Metode Penelitian Kualitatif, (Sukabumi: CV Jejak, 2018), 165

diinginkan oleh peneliti. Berikut kriteria yang digunakan oleh peneliti :

- 1) Civitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya (Mahasiswa, Dosen, Staf)
- 2) Pengguna aktif media sosial
- 3) Latar belakang pendidikan sekolah formal dan sekolah islam.

c. Informan kunci dan pendukung

Informan kunci adalah informan yang ahli dan mempunyai informasi penting mengenai penelitian. Sedangkan informan pendukung adalah informan yang mendukung untuk memberikan pendapat sebagai pelengkap analisis dan pembahasan.

Terdapat informan kunci dalam penelitian ini, yaitu Ibu Jiphie yang memiliki bidang kebahasaan . Sedangkan informan pendukung ada di Mahasiswa dan Staf UIN Sunan Ampel karena pendapat mereka dapat menunjang data dari informan kunci.

2. Tahap Proses Pengerjaan

Tahap ini merupakan proses pengerjaan data yang diperoleh sebelumnya oleh peneliti, pengumpulan data ini berasal dari sumber data primer dan sekunder.

Pada proses pengerjaan, peneliti melakukan pengumpulan data dan mereduksinya agar peneliti mudah saat melakukan analisis data.

3. Tahap Analisis Data

Tahapan ini merupakan tahapan terakhir dalam rangkaian tahapan penelitian kualitatif. Pada tahap ini, peneliti menggunakan analisis yang digunakan untuk mengklasifikasikan dan mengelompokkan data.

Setelah data yang ditemukan telah terkumpul dan dipilih, maka langkah selanjutnya adalah menganalisis dengan teori yang telah ditentukan dan disajikan sesuai prosedur penelitian.

E. Teknik Pengumpulan Data

Data merupakan bagian penting dari sebuah penelitian dan diperoleh melalui metode pengumpulan data. Karena tujuan penelitian sendiri adalah untuk mendapatkan informasi.⁵²

Berikut teknik yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data:

1. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan informasi dan data, yang dilakukan melalui proses penelitian dan pencatatan terstruktur terhadap fenomena yang sedang diteliti.⁵³ Observasi dapat dilakukan secara langsung maupun tidak langsung. Langsung disini berarti

⁵² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Method)*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 308

⁵³ Djaali dan Pudji Muljono, *Pengukuran dalam Bidang Pendidikan*, (Jakarta: Grasindo, 2000), h.16

peneliti langsung terjun ke lapangan untuk penelitian. Secara tidak langsung berarti peneliti dapat melakukan penelitian tanpa harus melakukan perjalanan lokal dan mengandalkan metode lain yaitu audio, video, dan audiovisual..

Pada penelitian ini, data yang digunakan sebagai objek penelitian kali ini adalah beberapa konten berita hoax dan dakwah negatif di Media Sosial.

2. Wawancara

Menurut Kerlinger, wawancara ialah salah satu metode untuk menggali informasi secara tatap muka di mana satu orang (*interviewer*), bertanya kepada satu orang yang diwawancarai (*responden*), beberapa pertanyaan maupun *statment* yang dibuat untuk memperoleh jawaban yang berhubungan dengan masalah penelitian.⁵⁴ Wawancara bisa dilakukan secara langsung maupun tidak langsung. Meskipun berarti sama, tapi metode yang dilakukan berbeda. Secara langsung artinya peneliti melakukan wawancara yang dilakukan secara bertatap muka langsung. Sedangkan tidak langsung, peneliti melakukan metode lain untuk melakukan wawancara tanpa harus bertemu dengan memanfaatkan Internet sebagai media untuk wawancara, yaitu memanfaatkan aplikasi pesan maupun mengisi formulir online.

Data wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah, hasil wawancara online dari beberapa sample Civitas Akademika UIN Sunan Ampel Surabaya.

⁵⁴ Fadhallah, *Wawancara*, (Jember: UNJ Press, 2021), h.1

3. Dokumentasi

Metode dokumentasi umumnya digunakan untuk mencari data tentang hal-hal yang berupa catatan, buku, surat kabar, prasasti, internet, dan agenda.⁵⁵

Pada penelitian ini, dokumentasi yang digunakan berasal dari jepretan gambar maupun video yang beredar di Media Sosial *Facebook, Twitter, Youtube* dan beberapa literatur pendukung seperti, buku, artikel, data statistik.

F. Teknik Validasi Data

Teknik verifikasi data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan triangulasi data. Triangulasi adalah metode verifikasi data yang digunakan oleh hal lain. Tidak ada data untuk ditinjau atau dibandingkan dengan data.⁵⁶ Triangulasi data adalah menggali data tentang orang tertentu, waktu tertentu, dan lokasi tertentu dari sumber data yang berbeda dari sumber data sebelumnya. Ketiga sumber data ini saling terkait dan ketiganya akan mewakili data yang berbeda dalam fenomena yang sama.⁵⁷

G. Teknik Analisis Data

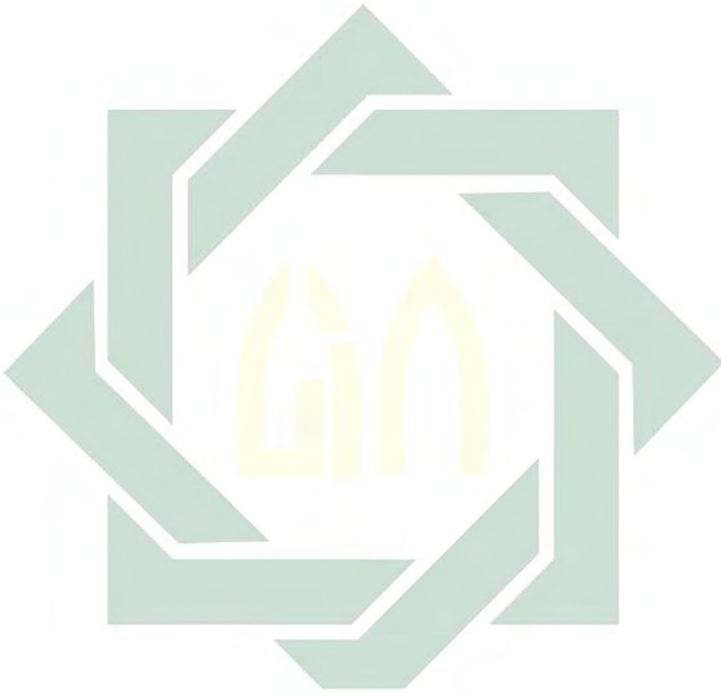
Analisis data model Miles dan Hubermann dalam penelitian kualitatif terjadi selama dan setelah

⁵⁵ Sandu Siyoto dan Muhammad Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Sleman: Literasi Media Publishing, 2015), h.77

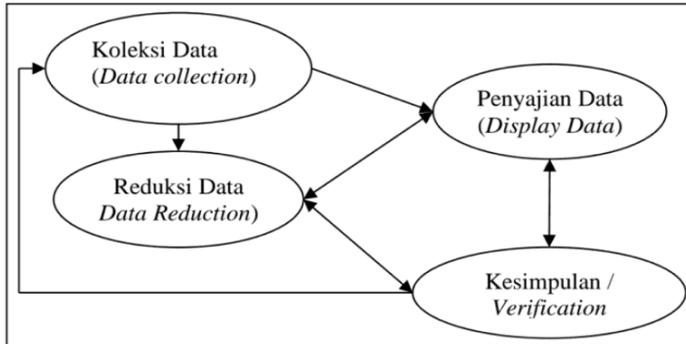
⁵⁶ Lexy J. Moloeng, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2016), h.330

⁵⁷ Dede Rosyada, *Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu Pendidikan*, (Jakarta: Kencana, 2020), h.236

pengumpulan data. Misalnya, dalam wawancara, peneliti menganalisis jawaban responden. Sekali lagi, sampai mendapatkan informasi yang dapat divalidasi diperoleh.



Berikut proses analisis model Miles dan Huberman.



Gambar 3.1 “Analisis Data Model Miles dan Huberman”

Analisis data dibagi menjadi tiga tahap, yang merupakan proses siklus interaktif. Peneliti perlu bersiap untuk menempatkan antara empat sumbu pada saat mengumpulkan data. Berikut ini adalah proses siklus interaktif, termasuk operasi pelipatan, pelaporan, dan penyimpulan data.. Berikut penjelasan dari masing-masing proses :

1. Reduksi Data

Reduksi data ini digapai dengan menggabungkan data yang ada berdasarkan pertanyaan penelitian. Melalui kombinasi ini, peneliti dapat dengan mudah mengidentifikasi unit analisis data dalam penelitiannya. Tujuan reduksi data adalah untuk menyederhanakan data sehingga peneliti dapat memahami data yang dikumpulkan dan memudahkan peneliti untuk mengumpulkan data tambahan. Anda juga dapat menggunakan hasil restorasi sebagai titik awal bagi peneliti untuk melakukan penelitian yang lebih rinci. Jika perlu, lakukan pencarian mendalam.

2. Penyajian Data

Setelah mengolah data dengan reduksi data, langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Dalam penelitian kualitatif, data dapat disajikan dalam bentuk deskripsi singkat, diagram, hubungan antar kategori, dll. Dalam hal ini, Myers dan Huberman mengungkapkan salah satu cara paling umum dalam menyajikan data dalam penelitian ini adalah dengan teks naratif bersifat kualitatif. Kemudian data yang disajikan dalam bentuk deskripsi sesuai dengan bidang penelitian. Penyajian data ini dirancang untuk membantu peneliti memahami data dan menarik kesimpulan.

3. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan dilakukan berdasarkan interpretasi terhadap data yang dikumpulkan oleh peneliti. Kesimpulan diambil secara bertahap. Pertama menarik kesimpulan awal, tetapi seiring bertambahnya data, harus diverifikasi berdasarkan data yang ada. Kemudian dapat mencoba memverifikasi data dengan mencari pendapat dari pihak lain yang terlibat dalam penelitian, atau dengan menyamakan data dari beberapa sumber dengan data dari sumber lain. , Peneliti sampai pada kesimpulan akhir untuk menggambarkan hasil penelitian..

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Subyek Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, dengan ditunjuknya tempat penelitian ini, peneliti mampu Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya sendiri, universitas ini berdiri atas gagasan berbagai tokoh masyarakat muslim yang berada di Jawa timur pada dekade 1950 an tentang rencana pendirian perguruan tinggi agama Islam yang bernaung dibawah departemen agama. Dalam rangka mewujudkan gagasan itu pada tahun 1961 diadakan sebuah pertemuan di Jombang untuk membahas pembangunan. Professor Soenarjo, selaku rektor dari universitas Islam negeri Sunan Kalijaga memberikan ide-ide yang dibutuhkan sebagai landasan pembangunan universitas agama Islam yang dimaksud. Dari hasil pertemuan tersebut tercetus 3 poin keputusan penting, yaitu:

- 1) Membentuk panitia pendirian IAIN
- 2) Mendirikan fakultas Syariah di Surabaya
- 3) Dan mendirikan fakultas tarbiyah di Malang.

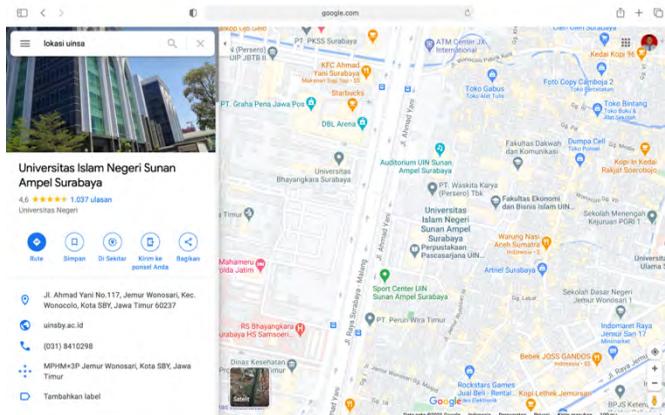
Pada 9 Oktober 1961, dibentuklah Yayasan Badan Wakaf Kesejahteraan Fakultas Syariah dan Fakultas Tarbiyah untuk merancang rencana kerja dan

- 1) Mengadakan persiapan pendirian IAIN Sunan Ampel yang terdiri dari Fakultas Syariah di Surabaya dan Fakultas Tarbiyah di Malang.^[1]_{:SEP}

- 2) Menyediakan tanah untuk pembangunan Kampus IAIN seluas 8 Hektar yang terletak di Jalan A. Yani No. 117 Surabaya.
- 3) Menyediakan rumah dinas bagi para Guru Besar.

Pada tanggal 28 Oktober 1961, Menteri Agama mengeluarkan Surat Keputusan No. 17 Tahun 1961 untuk mendirikan Fakultas Hukum Syariah di Surabaya dan Fakultas Tarbiyah di Malang. Kemudian pada tanggal 1 Oktober 1964, sesuai dengan SK Menteri Agama Nomor 66 Tahun 1964 dibuka Fakultas Ushuluddin di Kediri.

Berawal dari 3 fakultas tersebut, akhirnya Menteri Agama menyadari perlunya dan bermaksud untuk menerbitkan SK No. 20 Tahun 1965 untuk mendirikan IAIN Sunan Ampel yang berkedudukan di Surabaya. Tak membutuhkan waktu lama untuk IAIN Sunan Ampel bertransformasi, dalam rentang 3 atau 4 tahun antara tahun 1966-1970, IAIN Sunan Ampel sudah mempunyai 18 (delapan belas) fakultas yang tersebar di 3 (tiga) provinsi: Jawa Timur, Kalimantan Timur dan Nusa Tenggara Barat.



Gambar 4.1 Peta Profile UINSA

UIN Sunan Ampel Surabaya merupakan universitas yang tergolong memiliki lokasi yang cukup esensial dimana sekelilingnya terdapat lokasi-lokasi primer seperti, Rumah Sakit Bayangkara, Universitas Bhayangkara, DBL, Graha Pena, Jatim Expo, Pabrik kulit, serta Maspion Square.

Seiring berkembangnya dunia pendidikan dan teknologi, IAIN Sunan Ampel Surabaya berhasil bertransformasi menjadi UIN Sunan Ampel Surabaya pada tahun 2013 dengan 9 Fakultas dan 44 Program Studi, 33 di Program Sarjana (S1), 8 di Program Pascasarjana (S2), 3 di Program Doktor (S3). Berikut daftar program studi yang ditawarkan oleh UIN Sunan Ampel Surabaya:

1. Fakultas Adab dan Humaniora:
 - a. Prodi Bahasa dan Sastra Arab
 - b. Prodi Sejarah dan Kebudayaan Islam
 - c. Prodi Sastra Inggris.
2. Fakultas Dakwah dan Komunikasi:
 - a. Prodi Ilmu Komunikasi
 - b. Prodi Komunikasi Penyiaran Islam
 - c. Prodi Pengembangan Masyarakat Islam
 - d. Prodi Bimbingan Konseling Islam
 - e. Prodi Manajemen Dakwah.
3. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam:
 - a. Prodi Ekonomi Syariah
 - b. Prodi Ilmu Ekonomi
 - c. Prodi Akutansi
 - d. Prodi Manajemen.

4. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik:
 - a. Prodi Ilmu Politik
 - b. Prodi Hubungan Internasional
 - c. Prodi Sosiologi.

5. Fakultas Psikologi dan Kesehatan:
 - a. Prodi Psikologi.

6. Fakultas Sains dan Teknologi:
 - a. Prodi Ilmu Kelautan
 - b. Prodi Matematika
 - c. Prodi Teknik Lingkungan
 - d. Prodi Biologi
 - e. Prodi Teknik Arsitektur
 - f. Prodi Sistem Informasi.

7. Fakultas Syariah dan Hukum:
 - a. Prodi Ahwal al-Syahshiyah (Hukum Keluarga Islam)
 - b. Prodi Siyasaah Jinayah (Hukum Tatanegara dan Hukum Pidana Islam)
 - c. Prodi Muamalah (Hukum Bisnis Islam).

8. Fakultas Tarbiyah dan Keguruan:
 - a. Prodi Pendidikan Agama Islam
 - b. Prodi Pendidikan Bahasa Arab
 - c. Prodi Manajemen Pendidikan Islam
 - d. Prodi Pendidikan Matematika
 - e. Prodi Pendidikan Bahasa Inggris
 - f. Prodi Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah
 - g. Prodi Pendidikan Raudhotul Athfal.

9. Fakultas Ushuluddin dan Filsafat:
 - a. Prodi Aqidah Filsafat

- b. Prodi Perbandingan Agama
- c. Prodi Tafsir
- d. Prodi Hadist

10. Pascasarjana (S2/Magister):

- a. Prodi Pendidikan Agama Islam
- b. Prodi Pendidikan Bahasa Arab
- c. Prodi Ilmu Al-Qur‘an dan Tafsir
- d. Prodi Studi Ilmu Hadis
- e. Prodi Hukum Tatanegara (Siyasah)
- f. Prodi Ekonomi Syari‘ah
- g. Prodi Filsafat Agama
- h. Prodi Komunikasi Penyiaran Islam.

11. S3/Doktor:

- a. Prodi Pendidikan Agama Islam
- b. Prodi Dirasah Islamiyah
- c. Prodi Hukum Tatanegara (Sisayah)

Objek dari penelitian ini adalah Civitas Akademika UIN Sunan Ampel Surabaya. Civitas Akademika UIN Sunan Ampel Surabaya yang dimaksud adalah Dosen, Staf serta Mahasiswa. UIN Sunan Ampel Surabaya sendiri setidaknya memiliki 544 Dosen, 17907 Mahasiswa⁵⁸ serta 364 staf⁵⁹. Civitas Akademika UIN Sunan Ampel sendiri datang dari berbagai macam latar belakang pendidikan, sosial dan budaya serta motivasi dalam diri individunya. Tak hanya itu, dari segi pemikiran, gaya hidup dan lainnya pun Civitas Akademika UIN Sunan Ampel memiliki perbedaan. Dengan ini peneliti tertarik untuk menelitinya.

⁵⁸ Data Dosen dan Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya TA 2019/2020, https://pddikti.kemdikbud.go.id/data_pt/RTQxRkQ0QigtQkQ2NC00RTRGLTg0QzQtQzhBQzAzQzc1RjI4, diakses pada 24 Maret 2021

⁵⁹ Data Staf UIN Sunan Ampel Surabaya, <https://pegawai.uinsby.ac.id>, diakses pada 24 Maret 2021

Alasan paling nyata dijadikannya sebagai subyek dalam penelitian ini adalah dilihat dari kacamata pengetahuan dan pemahaman mereka terhadap impak berita dan dakwah negatif di Media Sosial dalam kehidupan mereka serta respon mereka dalam memaknai fenomena tersebut. Tak bisa dipungkiri, mungkin ada beberapa individu yang masih belum bisa menginteprestasikan pengalamannya terhadap hal tersebut.

Didalam penelitian ini peneliti merasa kesulitan dalam menggaet lebih banyak respon pada kondisi pandemi Covid-19 saat ini. Beberapa responden seperti, mahasiswa pada saat didatangi langsung untuk mengisi respon cukup susah, ditambah untuk meminta respon kepada petugas keamanan pun sama hasilnya karena harus menjaga ketat pengawasan dan hal ini membuat suasana kampus yang semula tenang dan damai menjadi lebih ketat dari berbagai aspek. Dan mahasiswa yang ditemukan juga hampir sama fakultas, prodi maupun semesternya.

2. Profile Responden

a. Yuni Kusumah Ningsih

Wanita asal Sidoarjo ini merupakan Mahasiswi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel yang sedang menempuh pendidikan pada program studi Bimbingan Konseling Islam. Dia merupakan seorang yang cukup aktif menggunakan *Facebook*.

Pemilihan Yuni sebagai responden dari penelitian ini adalah karena latar belakang pendidikan yang saat ini ia tempuh dan keaktifannya di media sosial

menjadi parameter, berbeda dengan program studi lainnya, peneliti merasa ada sedikit keunikan apabila mengambil perspektif dari Mahasiswi Bimbingan Konseling Islam.

b. Arta Laras Angelina

Mahasiswi Ilmu Komunikasi asal Surabaya ini dikenal sebagai aktivis pers yang bernaung dibawah Pers Mahasiswa Solidaritas sebagai Koordinator Redaktur Online pada 2019 dan organisasi lainnya seperti, UINSA Student Forum. Dia dikenal cukup aktif dalam bermedia sosial khususnya di *Instagram*.

Pemilihan Arta sebagai responden tampak jelas karena keaktifannya dalam organisasi pers mahasiswa membuat ia sangat paham dalam proses berjalannya media dan juga keaktifannya di media sosial.

c. Ibnu Arofi

Pria yang merupakan mahasiswa program studi Manajemen Zakat Dan Wakaf ini dikenal sebagai mahasiswa yang memiliki tingkat penggunaan media sosial yang sangat pasif ketimbang mahasiswa yang lainnya, meskipun demikian, ia dikenal aktif sebagai pengguna media sosial yang memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk mencari informasi terkini.

Pemilihan Ibnu sebagai responden adalah dari latar belakang pendidikan yang ia tempuh saat ini, sebagai mahasiswa ekonomi, ia memiliki pandangan yang berbeda dengan mahasiswa se fakultas, namun ada beberapa point yang dimiliki olehnya yang membuat peneliti cukup *concern* terhadap pengalamannya.

d. Fera Nur Dian

Wanita asal Gresik ini merupakan mahasiswa dari Fakultas Tarbiyah dan Keguruan program studi Pendidikan Agama Islam, sebelum memasuki UIN Sunan Ampel Surabaya Fera merupakan siswa dari MAN 2 Gresik, dan saat duduk dibangku kuliah, ia bergabung dengan PMII cabang Surabaya Selatan. Tak hanya itu ia juga dikenal sangat aktif diberbagai platfrom media sosial seperti, *Instagram* dan *Tiktok*.

Pemilihan Fera sebagai respon adalah latar belakang pendidikan yang ia miliki saat ini dan sebelumnya dan keaktifannya dalam bermedia sosial dianggap mampu mengintepretasikan pengalamannya tersebut dengan ilmu yang ia miliki.

e. M. Kharis Thofani

Pria asal Surabaya ini merupakan mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Filsafat program studi Perbandingan Agama-Agama, ia cukup dikenal sebagai pengguna yang pasif di media sosial, namun kepasifannya tidak membuatnya berfikiran tertutup untuk tidak menggunakan media sosial sebagai media informasinya.

Pemilihan Kharis sebagai respon salah satunya adalah mengenai tingkat keaktifannya dimedia sosialnya dan latar belakang pendidikan yang ia tempuh untuk mengintepretasikan pengalamannya berdasarkan ilmu yang dimilikinya.

f. Wahyu Adji Nugraha

Pria yang dikenal dengan nama Wahyu ini merupakan Mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum program studi Ilmu Falak semester 2, status kemahasiswaan yang disandanginya ini tidak menutup matanya terhadap berita dan dakwah yang beredar di media sosialnya. Dia dikenal cukup aktif di media sosial seperti, *Instagram* dan *Youtube*.

Dipilihnya Wahyu sebagai responden adalah tingkat literasi mediana yang cukup baik ketimbang yang mahasiswa seprodinya, namun ada beberapa point yang menarik mengenai pengaruh terhadap dirinya.

g. Esti Tyastirin, M.KM.

Wanita asal Bandung ini dikenal sebagai Dosen di Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sunan Ampel Surabaya program studi Biologi, tak hanya menjadi dosen di fakultasnya, ia juga dikenal sebagai dosen di fakultas Dakwah dan Komunikasi, beliau sempat dikenal saat mengajar mata kuliah Bahasa Indonesia. Sebagai dosen di Fakultas yang notabene sains dan teknologi beliau dituntut lebih melek media, terutama media sosial, beliau dikenal sebagai pengguna paling aktif di seluruh media sosial, mulai dari *Whatsapp*, *Youtube*, *Facebook* dan *Telegram*.

Pemilihan Ibu Esti sebagai responden adalah dilihat dari keterbukaan beliau terhadap media sosial serta latar belakang pengajaran beliau pada matakuliah Bahasa Indonesia dan program kerjanya di Fakultas Sains dan Teknologi yang mampu membantu beliau

untuk menginterpretasikan pendapatnya terhadap fenomena tersebut.

h. Jiphie Gilia Indriyani, M.A.

Wanita yang lahir di Jogjakarta ini merupakan salah satu dosen di salah satu program studi di Fakultas Adab dan Humaniora, tak hanya sebagai dosen, beliau juga dikenal sebagai bagian dari kebidangan literasi di UIN Sunan Ampel Surabaya. Keaktifannya dibidang literasi memberikan pintu untuk mengetahui tingkat literasi masyarakat luas dan lingkungan UIN Sunan Ampel Surabaya. Beliau dikenal cukup aktif diberbagai media sosial seperti, *Instagram, Twitter, Pinterest*.

Alasan dipilihnya Ibu Jiphie sebagai responden adalah Program kerja beliau di UIN Sunan Ampel Surabaya sebagai dosen di prodi Sastra Indonesia dan kontribusi beliau didalam bidang literasi di UIN Sunan Ampel Surabaya.

i. Moch. Arif Nur Cholis

Pria asal Lamongan, Jawa Timur ini merupakan salah satu anggota keamanan yang ada di UIN Sunan Ampel Surabaya, memiliki latar belakang pendidikan keagamaan sebelumnya di SMK Islam Tikung Lamongan, membuatnya mampu mengintepretasikan fenomena ini sesuai pandangannya. Ia dikenal cukup aktif di Instagram, Facebook, Telegram.

Alasan dijadikannya Pak Arif sebagai adalah latar belakang pendidikan sebelumnya serta profesi yang ia sandang saat ini membuat peneliti tertarik apakah

satuan keamanan kampus mampu mengintepretasikan fenomena tersebut.

j. Arisho Dewi

Wanita asal Sidoarjo yang merupakan alumni dari SMA Muhammadiyah 1 Taman ini merupakan mahasiswa semester 8 dari Fakultas Saintek program studi Matematika. Ia dikenal cukup eksis diberbagai media sosial seperti, *Instagram*, *Whatsapp* dan *Tiktok*.

Alasan dipilihnya Arisho adalah adanya keunikan yang terjadi ketika mendapatkan responnya serta ada beberapa poin *complex* dari pertanyaan yang dianggap penting namun ia tidak mampu mengintepretasikan pengalamannya.

k. Muhammad Hanif Zuhri

Pria asal Surabaya ini sebelumnya merupakan alumni D1 Sistem Informasi Institut Sepuluh November Surabaya, lalu ia melanjutkan pendidikannya di UIN Sunan Ampel Surabaya di program studi Ilmu Politik. Ia dikenal cukup aktif di *Instagram*, *Facebook*, *Whatsapp*.

Alasan dipilihnya Hanif sebagai responden adalah latar belakang pendidikan yang ia tempuh sekarang dan sebelumnya serta kemampuan ia dalam mengintepretasikan pengalamannya.

l. Seftezha Nissa Kusuma

Wanita asal Surabaya ini merupakan mahasiswi dari Fakultas Adab dan Humaniora program studi Sastra

Inggris ia merupakan alumni SMA Negeri 1 Taman ia juga dikenal cukup aktif *Instagram, Tiktok, Twitter*.

Alasan dijadikannya Seftezha sebagai responden adalah keaktifannya diseluruh media sosial yang ia punya lalu cara ia mengintepretasikan pengalamannya terhadap fenomena tersebut.

m. Inthomy Hadi Wiyono

Pria yang dikenal dengan panggilan Inthomy ini adalah mahasiswa Fakultas Psikologi yang lahir di Pasuruan, Jawa Timur ini merupakan alumni dari SMA Kemala Bhayangkari 1 Surabaya. Ia cukup dikenal ekspresif di media sosial *Whatsapp, Instagram, Twitter* dan *Youtube*.

Ketertarikan peneliti untuk mengambil Inthomy sebagai responden adalah latar belakang pendidikan yang ia tempuh saat ini di UIN Sunan Ampel Surabaya. Ia cukup dikenal ekspresif di media sosial *Whatsapp, Instagram, Twitter* dan *Youtube*.

B. Penyajian Data

1. Penggunaan Media Sosial Civitas Akademika UIN Sunan Ampel Surabaya sebagai media informasi

a. Alasan Penggunaan Media Sosial sebagai Media Informasi Civitas Akademika

Dalam penggunaan media sosial sebagai media informasi, pada saat peneliti memberikan pertanyaan alasan mengapa memilih media sosial sebagai media informasi, hampir semua Civitas Akademika UIN Sunan Ampel mengungkapkan kepraktisan dan kecanggihan media sosial dalam mencari berbagai hal informasi yang dibutuhkan. Seperti, Yuni, Arisho, Hanif dan Ibnu, yang beropini mengenai media sosial yang mudah dan kekinian.

“Ya, karena di jaman sekarang peran media sosial sangatlah penting. Mengingat di era digital saat ini kebanyakan orang lebih tertarik untuk membuka media sosial entah hanya untuk bersenang senang, belajar, membaca berita, atau mencari informasi yang dibutuhkan.”⁶⁰

“Ya, karena memang lebih mudah dan memang lebih bervariasi kontennya.”⁶¹

“Ya, karena banyak sumber dari informasi yang kita dapatkan.”⁶²

⁶⁰ Wawancara Bersama Yuni Via Google Form, tanggal 3 Maret 2021

⁶¹ Wawancara Bersama Arisho Via Google Form, tanggal 29 April 2021

⁶² Wawancara Bersama Hanif Via Google Form, tanggal 29 April 2021

“Iya, karena mengikuti perkembangan zaman.”⁶³

Sedangkan Arta, Fera memiliki kesamaan opini mengenai kemudahan akses informasi melalui media sosial.

“Ya, karna lebih mudah dan paling dekat sama kehidupanku dan update informasi di sana juga sangat cepat.”⁶⁴

“Ya, karena media sosial termasuk menyajikan informasi yang up to date.”⁶⁵

“Iya, karena di media sosial informasi begitu cepat dan update.”⁶⁶

“Ya. Karena mudah diakses, namun jangan lupa memilih sumber yang kredibel.”⁶⁷

Sedangkan Kharis dan Wahyu lebih memberikan opini mengenai kecepatan dan kapabilitas dalam update informasi di media sosial

“Iya. Karna sangat cepat dalam menyampaikan sebuah informasi dan juga eranya yang sudah berubah menjadi era digital.”⁶⁸

“Iya, karena sebagian besar informasi yang dibutuhkan ada di sosial media”⁶⁹

⁶³ Wawancara Bersama Ibnu Via Google Form, tanggal 18 Maret 2021

⁶⁴ Wawancara Bersama Arta Via Google Form, tanggal 3 Maret 2021

⁶⁵ Wawancara Bersama Seftezha Via Google Form, tanggal 29 April 2021

⁶⁶ Wawancara Bersama Inthomy Via Google Form, tanggal 29 April 2021

⁶⁷ Wawancara Bersama Fera Via Google Form, tanggal 4 Maret 2021

⁶⁸ Wawancara Bersama Kharis Via Google Form, tanggal 17 Maret 2021

⁶⁹ Wawancara Bersama Wahyu Via Google Form, tanggal 18 Maret 2021

Sedangkan Bu Esti, Bu Jiphie dan Pak Arif lebih memberikan opini mengenai keefisiensi dalam penggunaan media sosial.

“Internet secara umum iya... Karena lebih praktik.”⁷⁰

“Ya. Karena kurang memungkinkan membaca koran saat ini.”⁷¹

“Karena lebih memudahkan kita untuk mencari informasi.”⁷²

2. Literasi mengenai Berita Hoax dan Dakwah Negatif Civitas Akademika UIN Sunan Ampel

a. Pengetahuan mengenai Berita Hoax dan Dakwah Civitas Akademika

Sebagai bagian internal kampus yang memiliki kemampuan dalam berteknologi, Civitas Akademika UIN Sunan Ampel Surabaya sudah membiasakan diri untuk melakukan apapun di media sosial mulai dari mencari hiburan serta informasi. Namun dibalik itu semua, bagaimana pengetahuan mereka mengenai ciri dari berita hoax dan dakwah negatif. Seperti, Yuni, Arta, Fera dan Hanif mereka memiliki pendapat yang sama dan paham mengenai ciri dari berita hoax dan dakwah negatif.

⁷⁰ Wawancara Bersama Ibu Esti Via Google Form, tanggal 24 Maret 2021

⁷¹ Wawancara Bersama Ibu Jiphie Via Google Form, tanggal 1 April 2021

⁷² Wawancara Bersama Pak Arif Via Google Form, tanggal 29 April 2021

“Kalimatnya mengandung unsur yang negatif seperti, adu domba, menyudutkan orang tertentu, berisi berita yang melebih lebihkan, atau mengandung SARA.”⁷³

“Bisa dibilang begitu, apabila berita dirasa janggal dan kurang kredibel bisa di curigai hoax.”⁷⁴

“Ya, tau, pokoknya bahasa yang digunakan selalu mengandung unsur hiperbola dan mengandung banyak penekanan dalam pengucapan”⁷⁵

“Ya tau, bahasa yang digunakan terlalu berlebihan dan mengandung ajakan untuk menyebarkan.”⁷⁶

Sedangkan kharis mendefinisikan ciri berita hoax dan dakwah negatif sebagai hal yang tidak sesuai dan tidak masuk nalar manusia pada umumnya.

“Hal yang tidak masuk akal.”⁷⁷

Sementara Ibnu dan Arisho dengan jawaban singkatnya mengatakan tidak mengetahui ciri dari berita hoax dan dakwah negatif.

“Tidak.”⁷⁸

⁷³ Wawancara Bersama Yuni Via Google Form, tanggal 3 Maret 2021

⁷⁴ Wawancara Bersama Fera Via Google Form, tanggal 4 Maret 2021

⁷⁵ Wawancara Bersama Arta Via Google Form, tanggal 3 Maret 2021

⁷⁶ Wawancara Bersama Hanif Via Google Form, tanggal 29 April 2021

⁷⁷ Wawancara Bersama Kharis Via Google Form, tanggal 17 Maret 2021

⁷⁸ Wawancara Bersama Ibnu Via Google Form, tanggal 18 Maret 2021

“Tidak.”⁷⁹

Lalu menurut Wahyu, Bu Esti, Bu Jiphie, Pak Arif, Seftezha, Inthomy ciri berita hoax dan dakwah negatif lebih mengedepankan Hate speech dan provokatif

“Biasanya mengandung ujaran kebencian terhadap pihak/kelompok lain.”⁸⁰

“Mengandung ajakan kebencian, sara atau menyinggung agama (tidak sesuai ajaran Islam).”⁸¹

“Ya. Sumbernya tidak jelas, kalimat provokatif, cenderung menyalahkan.”⁸²

“Ciri cirinya adalah kurang jelasnya fakta yang ada dan sumber informasi yang kurang jelas.”⁸³

“Ya, tulisannya suka provokatif dan suka memancing emosi.”⁸⁴

“Iya, salah satu ciri-cirinya adalah judul berita maupun dakwah sangat provokatif.”⁸⁵

- b. Tanggapan Civitas Akademika terhadap berita hoax dan dakwah negatif

⁷⁹ Wawancara Bersama Arisho Via Google Form, tanggal 29 April 2021

⁸⁰ Wawancara Bersama Wahyu Via Google Form, tanggal 18 Maret 2021

⁸¹ Wawancara Bersama Ibu Esti Via Google Form, tanggal 24 Maret 2021

⁸² Wawancara Bersama Ibu Jiphie Via Google Form, tanggal 1 April 2021

⁸³ Wawancara Bersama Pak Arif Via Google Form, tanggal 29 April 2021

⁸⁴ Wawancara Bersama Seftezha Via Google Form, tanggal 29 April 2021

⁸⁵ Wawancara Bersama Inthomy Via Google Form, tanggal 29 April 2021

Banyaknya berita hoax dan dakwah negatif yang melenggang bebas di media sosial membuat sebagian Civitas Akademika UIN Sunan Ampel gusar akan kehadirannya dan menjauhinya, hal ini dikarenakan literasi media Civitas Akademika UIN Sunan Ampel Surabaya sudah memadai seperti, Bu Jiphie, Arta, Yuni dan Fera misalnya, yang segera memutus rantai penyebarannya dan memberitahu bahaya berita hoax yang ada.

“Tidak diteruskan ke orang lain, jika bisa direport, akan saya report.”⁸⁶

“Tidak melanjutkan membaca dan tidak menyebarkannya.”⁸⁷

“Mencoba untuk tidak menyebar luaskan berita tersebut dan mengingatkan orang sekitar agar tidak mudah terpengaruh dengan berita di sosial media, alangkah lebih baik jika lebih teliti dalam menyaring informasi khususnya yang belum jelas asal usul nya.”⁸⁸

“Mengkonfirmasi, kalau benar hoax di skip dan memberi tau orang sekitar agar tidak mudah termakan berita hoax.”⁸⁹

Sedangkan Kharis, Arisho, Hanif, Seftezha dan Ibnu lebih tidak merespon dan tidak peduli apabila berita hoax dan dakwah negatif lewat dimedia sosialnya.

“Cuek aja.”⁹⁰

⁸⁶ Wawancara Bersama Ibu Jiphie Via Google Form, tanggal 1 April 2021

⁸⁷ Wawancara Bersama Arta Via Google Form, tanggal 3 Maret 2021

⁸⁸ Wawancara Bersama Yuni Via Google Form, tanggal 3 Maret 2021

⁸⁹ Wawancara Bersama Fera Via Google Form, tanggal 4 Maret 2021

⁹⁰ Wawancara Bersama Kharis Via Google Form, tanggal 17 Maret 2021

“Biarkan.”⁹¹

“Diemin aja.”⁹²

“Tidak menghiraukan.”⁹³

“Untuk biasanya tidak merespon dakwah yang membawa efek negatif.”⁹⁴

Sedangkan Ibu Esti, Wahyu dan Pak Arif lebih memilih mencari tahu lebih dahulu untuk memastikan berita dan dakwah yang ditemuinya merupakan Hoax atau membawa unsur negatif.

“Memastikan terlebih dahulu kebenarannya.. Mencari berita atau info lain yang terkait.”⁹⁵

“Mencari jawaban sebenarnya dengan menanyakan kepada orang yang memiliki ilmu pengetahuan di bidang itu.”⁹⁶

“Ya seharusnya orang yang ada disekitar yang mendengarnya ataupun yang nonton Lewat video harusnya lebih teliti dan bijak dalam menggali informasi atau fakta yang ada jangan hanya mendengarkan dari satu mulut saja karena semua orang pemahamannya berbeda

⁹¹ Wawancara Bersama Arisho Via Google Form, tanggal 29 April 2021

⁹² Wawancara Bersama Hanif Via Google Form, tanggal 29 April 2021

⁹³ Wawancara Bersama Seftezha Via Google Form, tanggal 29 April 2021

⁹⁴ Wawancara Bersama Ibnu Via Google Form, tanggal 18 Maret 2021

⁹⁵ Wawancara Bersama Ibu Esti Via Google Form, tanggal 24 Maret 2021

⁹⁶ Wawancara Bersama Wahyu Via Google Form, tanggal 18 Maret 2021

ada yang memahami luarnya saja ada yang memahami dalamnya saja tanpa tahu yang terjadi sebenarnya.”⁹⁷

Sedangkan Inthomy lebih memilih untuk mengadakan konten tersebut.

“Jika menemukannya di media sosial, saya akan melaporkan berita maupun dakwah sesuai panduan dari media sosial tersebut.”⁹⁸

c. Upaya Civitas Akademika dalam pencegahan berita hoax dan dakwah negatif

Pencegahan berita hoax dan dakwah negatif dalam kalangan Civitas Akademika UIN Sunan Ampel Surabaya menjadi point penting dari serangkaian point yang ada, hal ini ditujukan untuk membawa UIN Sunan Ampel Surabaya menjadi kampus Anti Hoax. Untuk masalah pencegahan hampir semua responden dapat melakukan beberapa upaya. Seperti hal yang disampaikan oleh Ibu Jiphie, Ibu Esti, Fera, Kharis, Yuni, Wahyu, Pak Arif, Arisho, Hanif, Seftezha dan Inthomy mengenai bagaimana mengedukasi diri

“Jika mendapat berita yang tidak jelas sumbernya dan berisi hal-hal yang provokatif, hentikan penyebarannya sampai di anda saja, jangan dibagikan ke orang lain. Jika berita tersebut di sosial media, itu bisa dilaporkan.”⁹⁹

“Selalu motivasi diri untuk belajar. Di zaman milenial ini kurangi ketergantungan berita dari internet

⁹⁷ Wawancara Bersama Pak Arif Via Google Form, tanggal 29 April 2021

⁹⁸ Wawancara Bersama Inthomy Via Google Form, tanggal 29 April 2021

⁹⁹ Wawancara Bersama Ibu Jiphie Via Google Form, tanggal 1 April 2021

semata. Brainstorming dengan guru dan teman (terutama orang-orang soleh).”¹⁰⁰

“Banyak banyak menambah wawasan, dan sering mendengar dakwah dari guru yang tepat insyaAllah selamat.”¹⁰¹

“Cermati omongan nya. Jika membawa ke kebaikan ya tidak apa-apa. Jika membawa ke kekerasan atau anarkis maka jangan pernah di gubris. Karna akan membawa perpecahan negara.”¹⁰²

“Banyak banyak membaca, sebab semakin kita berilmu dan memiliki wawasan yang luas maka mampu membuat kita menjadi lebih extra berhati hati dan teliti. Kita dapat mengetahui mana berita yang berbobot dan dapat dipertanggungjawabkan isinya dan mana yang tidak.”¹⁰³

“Menambah ilmu pengetahuan dan lebih berpikir kritis terhadap sebuah permasalahan.”¹⁰⁴

“Ya harusnya lebih bijaklah dalam mencari informasi atau berita yang ada teliti dulu sumber masalahnya faktanya yang ada di lapangan.”¹⁰⁵

“Tidak membaca beritanya.”¹⁰⁶

¹⁰⁰ Wawancara Bersama Ibu Esti Via Google Form, tanggal 24 Maret 2021

¹⁰¹ Wawancara Bersama Fera Via Google Form, tanggal 4 Maret 2021

¹⁰² Wawancara Bersama Kharis Via Google Form, tanggal 17 Maret 2021

¹⁰³ Wawancara Bersama Yuni Via Google Form, tanggal 3 Maret 2021

¹⁰⁴ Wawancara Bersama Wahyu Via Google Form, tanggal 18 Maret 2021

¹⁰⁵ Wawancara Bersama Pak Arif Via Google Form, tanggal 29 April 2021

¹⁰⁶ Wawancara Bersama Arisho Via Google Form, tanggal 29 April 2021

“Cukup dilihat saja.”¹⁰⁷

“Mereport, mencari kebenaran terlebih dahulu.”¹⁰⁸

“Upaya agar tidak terpengaruh adalah dengan kita terus belajar kepada ustad-ustad yang moderat. Dan upaya untuk memberantasnya adalah dengan menyebarkan ajaran-ajaran agama Islam yang moderat.”¹⁰⁹

Sedangkan Arta dan Ibnu menyarankan upayanya untuk memberikan edukasi kepada masyarakat dan teman terdekat.

“Menedukasi masyarakat cara menyikapi berita hoax.”¹¹⁰

“Memberikan edukasi kepada masyarakat maupun teman sesama mahasiswa supaya tidak terpancing dengan berita dakwah yang negatif.”¹¹¹

3. Pengaruh Berita Hoax dan Dakwah Negatif Civitas Akademika UIN Sunan Ampel Surabaya

a. Pengaruh yang timbul dalam diri Civitas Akademika

Pengaruh datang dari sebuah kepekaan individu terhadap suatu hal. Dalam kesempatan yang sama, peneliti mencoba menanyakan seberapa terpengaruhnya kamu ketika melihat konten yang tidak bisa dipertanggung

¹⁰⁷ Wawancara Bersama Hanif Via Google Form, tanggal 29 April 2021

¹⁰⁸ Wawancara Bersama Seftezha Via Google Form, tanggal 29 April 2021

¹⁰⁹ Wawancara Bersama Inthomy Via Google Form, tanggal 29 April 2021

¹¹⁰ Wawancara Bersama Arta Via Google Form, tanggal 3 Maret 2021

¹¹¹ Wawancara Bersama Ibnu Via Google Form, tanggal 18 Maret 2021

jawabkan kebenarannya?. Maka dari itu akhirnya para responden memberikan tanggapannya. Seperti, Yuni, Ibu Jiphie, Arisho, Ibu Esti dan Pak Arif, Fera yang merasa meskipun mereka menemukan konten tersebut namun mereka biasa saja atau tidak terpengaruh.

“Biasa saja karena saya tidak terlalu mau ambil pusing, yang penting saya berhati hati dan memilah kembali mana yang baik untuk saya dan mana yang membawa efek buruk bagi saya.”¹¹²

“Tidak terpengaruh.”¹¹³

“Tidak terpengaruh.”¹¹⁴

“Saya tidak terpengaruh.”¹¹⁵

“Tidak terpengaruh karena saya mengerti bahwa berita itu tidak benar.”¹¹⁶

“Tidak ada. Karena saya sudah memiliki basic basic ilmu agama Islam yang washatiyah.”¹¹⁷

“Tidak berpengaruh banyak Saya tetap berpegang pada prinsip untuk selalu menelaah lagi info yang tidak jelas dan menarik bagi saya. Jika hanya sekedar berita viral, Tapi tidak menarik bagi saya, maka saya tidak ikut mengindahkannya.”¹¹⁸

¹¹² Wawancara Bersama Yuni Via Google Form, tanggal 3 Maret 2021

¹¹³ Wawancara Bersama Ibu Jiphie Via Google Form, tanggal 1 April 2021

¹¹⁴ Wawancara Bersama Arisho Via Google Form, tanggal 29 April 2021

¹¹⁵ Wawancara Bersama Hanif Via Google Form, tanggal 29 April 2021

¹¹⁶ Wawancara Bersama Seftezha Via Google Form, tanggal 29 April 2021

¹¹⁷ Wawancara Bersama Inthomy Via Google Form, tanggal 29 April 2021

¹¹⁸ Wawancara Bersama Ibu Esti Via Google Form, tanggal 24 Maret 2021

“Kalau saya pribadi orangnya tidak gampang terpengaruh dengan berita yang ada sebelum saya melihat sendiri dengan mata kepala saya sendiri.”¹¹⁹

“Biasa saja, cari kebenarannya, kalau cukup mengganggu bisa didiskusikan dengan orang terdekat.”¹²⁰

Sedangkan Arta dan Ibnu memberikan tanggapannya bahwa ia tidak terpengaruh namun ada emosi yang ditimbulkan oleh hadirnya konten tersebut.

“Tidak terpengaruh, hanya kesal.”¹²¹

“Tidak terpengaruh, tapi hal itu sangat mengganggu sekali, karena citra agama islam tercoreng dengan oknum ustad ustad yang provokasi.”¹²²

Berbeda dengan yang lainnya, hanya Wahyuulah merupakan satu-satunya responden memiliki pengaruh terhadap konten yang ia temukan tapi dia dapat mengendalikannya.

“Saya terkadang sedikit terpengaruh dengan konten yang tidak bertanggung jawab tetapi setelah saya melihat konten tersebut saya berusaha berpikir jernih dan positif.”¹²³

¹¹⁹ Wawancara Bersama Pak Arif Via Google Form, tanggal 29 April 2021

¹²⁰ Wawancara Bersama Fera Via Google Form, tanggal 4 Maret 2021

¹²¹ Wawancara Bersama Arta Via Google Form, tanggal 3 Maret 2021

¹²² Wawancara Bersama Ibnu Via Google Form, tanggal 18 Maret 2021

¹²³ Wawancara Bersama Wahyu Via Google Form, tanggal 18 Maret 2021

4. Tanggapan Civitas Akademika UIN Sunan Ampel Terhadap Beberapa Berita Hoax dan Dakwah Negatif Terkenal di Media Sosial

- a. Berita Hoax mengenai Kampanye Poligami yang diselenggarakan partai PKS



Gambar 4.2 “Berita Hoax tentang PKS melakukan kampanye poligami yang beredar di Facebook”

Dalam suatu kesempatan, partai PKS mengadakan suatu acara yang dinamakan Flashmob PKS yang diadakan di Rangkapan Jaya Baru, Depok, Jawa Barat pada Januari 2019, dalam rangka mengampanyekan PKS pada Pemilu 2019. Namun 1 tahun kemudian muncullah sebuah konten hoax yang diposting oleh Kmang Danu

Mahendra, hal itu membuat *Triggered* warga Facebook pada saat itu.¹²⁴

Namun dalam penelitian ini, peneliti ingin memberitahu bagaimana respon Civitas Akademika UIN mengenai berita ini apabila lewat di media sosial mereka. Seperti halnya Yuni, Pak Arif, Seftezha dan Inthomy yang lebih berpegang teguh pada pendiriannya untuk tidak berkomentar banyak mengenai hal yang dibicarakan.

“Tidak tertarik untuk ikut mengomentari karena malas ikut campur dan daripada saya mengurus hal hal yang seperti itu lebih baik saya membaca berita lain yang isinya lebih bermutu dan informatif.”¹²⁵

“Menurut saya pribadi ini kurang baik bagi saya karena disitu ada lambang salah satu partai politik akan tetapi kembali lagi untuk Masalah hoax tadi harus diteliti lagi apakah ini foto asli apakah hanya editan semata.”¹²⁶

“Tidak mendukung pihak manapun dan sebisanya tidak memberikan respon negatif maupun positif.”¹²⁷

“Biasa saja dalam menanggapi kampanye tentang poligami. Tidak pro maupun kontra lebih ke arah netral.”¹²⁸

¹²⁴ Tim Merdeka.com, *CEK FAKTA: Hoaks PKS Kampanyekan Satu Istri Tidak Cukup*, <https://www.merdeka.com/cek-fakta/cek-fakta-hoaks-pks-kampanyekan-satu-istri-tidak-cukup.html>, diakses 21 Oktober 2020

¹²⁵ Wawancara Bersama Yuni Via Google Form, tanggal 3 Maret 2021

¹²⁶ Wawancara Bersama Pak Arif Via Google Form, tanggal 29 April 2021

¹²⁷ Wawancara Bersama Seftezha Via Google Form, tanggal 29 April 2021

¹²⁸ Wawancara Bersama Inthomy Via Google Form, tanggal 29 April 2021

Sedangkan yang lainnya menumpahkan emosi dan ketidaksetujuan kepada berita tersebut apabila benar itu terjadi, seperti halnya Arta, Fera, Ibnu, Hanif.

“Kesal.”¹²⁹

“Miris jika benar demikian.”¹³⁰

“Kurang setuju dengan tanggapan twit dari akun tersebut dan postingan nya.”¹³¹

“Sedih.”¹³²

Sedangkan yang lainnya seperti, Kharis dan Bu Esti masih berfokus kepada gambar yang disematkan dalam postingan tersebut.

“Terserah individu aja. Kalo istrinya mau ya gapapa.”¹³³

“Ajaran poligami benar adanya dalam Islam. Namun jangan dilupakan adanya ketentuan dlm melaksanakan hal ini.”¹³⁴

Sedangkan Wahyu dan Bu Jiphie menanggapi bahwasannya hal ini membuat hanya untuk menggiring opini.

¹²⁹ Wawancara Bersama Arta Via Google Form, tanggal 3 Maret 2021

¹³⁰ Wawancara Bersama Fera Via Google Form, tanggal 4 Maret 2021

¹³¹ Wawancara Bersama Ibnu Via Google Form, tanggal 18 Maret 2021

¹³² Wawancara Bersama Hanif Via Google Form, tanggal 29 April 2021

¹³³ Wawancara Bersama Kharis Via Google Form, tanggal 17 Maret 2021

¹³⁴ Wawancara Bersama Ibu Esti Via Google Form, tanggal 24 Maret 2021

“Sebaiknya pengunggah berita lebih menggunakan kata - kata yang bijak dan di zaman sekarang untuk mencapai sebuah popularitas kebanyakan mereka menggunakan cara - cara yang berlebihan.”¹³⁵

“Pendapat pribadi yang disampaikan secara umum.”¹³⁶

Sedangkan Arisho lebih ketidak memberi respon dan tidak memihak kepada siapapun ketika melihat konten tersebut.

“Tidak tau, harus nangepinnya gimana.”¹³⁷

¹³⁵ Wawancara Bersama Wahyu Via Google Form, tanggal 18 Maret 2021

¹³⁶ Wawancara Bersama Ibu Jiphie Via Google Form, tanggal 1 April 2021

¹³⁷ Wawancara Bersama Arisho Via Google Form, tanggal 29 April 2021

- b. Dakwah Ustadz Zainal Abidin mengenai Lagu “Balonku Ada Lima” yang mengajarkan kebencian terhadap Islam.



Gambar 4.3 “Potongan video dakwah Ustadz Zainal Abidin yang menggegerkan warga Twitter”

Sebuah potongan video dakwah dari Ustadz Zainal Abidin ini sempat membuat geger warga Twitter pada pertengahan Juni 2020, dikarena sang Ustadz berspekulasi bahwasannya lagu “Balonku Ada Lima” dan “Naik ke Puncak Gunung” mengajarkan kepada anak-anak untuk membenci Islam. Dalam videonya, beliau mengatakan “Yang meletus balon apa?, Hijau (mengibaratkan Hijau adalah Islam), (sambil melanjutkan lirik selanjutnya) hatiku sangat kacau,loh Islam bikin kacau aja”, kemudian pada lagu Naik ke Puncak Gunung “Mereka diajari untuk mencintai Pohon Cemara, pohon Natal, dan beribadah seperti (menirukan cara berdo’a umat Kristen)”. Setelah video itu dipublish, video itu langsung membuat warga *Twitter* membuat sebuah *Thread* dengan #LaguAnakMurtad, dan mendapat banyak respon negatif seperti, candaan dan cacian. Dan di *Youtube* juga demikian,

hal ini mengundang 27.689 penonton dan 873 komentar warganet.¹³⁸

Namun dalam penelitian ini, peneliti ingin memberitahu bagaimana respon Civitas Akademika UIN mengenai video dakwah ini apabila lewat di media sosial mereka. Seperti halnya Hanif, Sefthezha, Inthomy, Arta dan Ibnu yang mengatakan bahwa hal tersebut berlebihan dan hanya mencari sensasi saja.

“Membuat perpecahan antar agama.”¹³⁹

“Saya tidak membenarkan berbagai pihak.”¹⁴⁰

“Konten yang tidak mendidik.”¹⁴¹

“Menurut saya hal tersebut terlalu berlebihan, dan karna saya tidak cocok dengan pendapatnya maka saya akan mengabaikannya.”¹⁴²

“Menurut saya apa yang disampaikan oleh oknum ustad tersebut dalam kajian dakwah nya hanya memeberikan dakwah yang tidak ada manfaat untuk umat islam sendiri, karena tidak ada manfaat bagi umat islam, sebagian oknum ustad yang seperti itu hanya berlatar belakang ingin sensasi aja.”¹⁴³

¹³⁸ NKRI Jaya, Lagu Balonku HARAM !!! Lagu Naik-Naik ke Puncak Gunung HARAM !!! Pohon Cemara HARAM !!!, https://www.youtube.com/watch?v=AD_L0jGUdyA, diakses pada 25 April 2021

¹³⁹ Wawancara Bersama Hanif Via Google Form, tanggal 29 April 2021

¹⁴⁰ Wawancara Bersama Seftezha Via Google Form, tanggal 29 April 2021

¹⁴¹ Wawancara Bersama Inthomy Via Google Form, tanggal 29 April 2021

¹⁴² Wawancara Bersama Arta Via Google Form, tanggal 3 Maret 2021

¹⁴³ Wawancara Bersama Ibnu Via Google Form, tanggal 18 Maret 2021

Sedangkan Yuni, Fera dan Wahyu, Pak Arif memiliki anggapan yang cukup netral

“Sejujurnya kurang setuju, tapi bisa diambil positifnya saja. Semua hal tergantung niat masing-masing, kalau saya hafal lagu itu tetapi tidak mempraktekkan gerakan yang dimaksud diatas. Lagipula lirik lagunya juga tidak bermakna negatif, jadi semua tergantung bagaimana kita melihat, dan bagaimana kita menilai. Sudut pandang seseorang berbeda, tetapi saya tidak menyalahkan juga sebab beliau berniat berdakwah.”¹⁴⁴

“Jujur baru dengar, kurang setuju namun tetap menghargai, perlu diingat bahwa Islam rahmatan lil alamin, tidak perlu memancing keributan.”¹⁴⁵

“Menurut saya, sebagai seorang muslim kita dilarang untuk suudzon atau berprasangka buruk kesesama manusia menurut saya ustadz itu hanya menghubungkan - hubungkan semua lirik di lagu anak-anak untuk menarik perhatian.”¹⁴⁶

“Kalau saya soal ini tidak banyak komentar karena saya saja belum ahli ibadah saya juga masih jauh dari kata sempurna tapi Kalau menurut saya sendiri ini terlalu mendekriminasi agama lain maupun islam yang ada di Indonesia karena lagu itu hanya untuk anak-anak hanya untuk menghibur semata membuat anak anak senang..jika anak salah dalam menafsirkan suatau ajaran itu kembali lagi kepada orang tuanya bagai mana mereka harus

¹⁴⁴ Wawancara Bersama Yuni Via Google Form, tanggal 3 Maret 2021

¹⁴⁵ Wawancara Bersama Fera Via Google Form, tanggal 4 Maret 2021

¹⁴⁶ Wawancara Bersama Wahyu Via Google Form, tanggal 18 Maret 2021

mengarahkan anaknya ke jalan yang baik untuk masa depannya.”¹⁴⁷

Sedangkan Kharis dan Bu Esti lebih mengingatkan agar jangan langsung menerima apa yang disampaikan serta harus tau asal usulnya si da’i.

“Jangan terlalu termakan oleh omongan ustadz yang gak tau asal usul nya.”¹⁴⁸

“Saya menghargai ilmu dan pendapat yg beliau sampaikan. Saya tidak akan menjadi antipati dengan lagu anak anak. Karena apa beliau sampaikan sifatnya hanya implisit, Meganalogikan hijau sebagai islam. Saya hanya melihat itu semua analogi yg dicocokkan. Jika seperti ini langsung diterima, tentunya semua lagu bisa dicari analogi dengan apapun yg terkait islam. Lalu disimpulkan semua lagu salah.”¹⁴⁹

Sedangkan Bu Jiphie mengungkapkan kekesalannya.

“Menyebalkan.”¹⁵⁰

Sedangkan Arisho lebih ketidak memberi respon dan tidak memihak kepada siapapun ketika melihat konten tersebut.

“Tidak tau, harus nangepinnya gimana.”¹⁵¹

¹⁴⁷ Wawancara Bersama Pak Arif Via Google Form, tanggal 29 April 2021

¹⁴⁸ Wawancara Bersama Kharis Via Google Form, tanggal 17 Maret 2021

¹⁴⁹ Wawancara Bersama Ibu Esti Via Google Form, tanggal 24 Maret 2021

¹⁵⁰ Wawancara Bersama Ibu Jiphie Via Google Form, tanggal 1 April 2021

¹⁵¹ Wawancara Bersama Arisho Via Google Form, tanggal 29 April 2021

c. Perseteruan Ustadz Maaher At-Thuwailibi dan Abu Janda



Gambar 4.4 “Video perseteruan antara Ustadz Maaher At-Thuwailibi dan Abu Janda di Youtube”

Hasil buah dari pertengkaran yang ditimbulkan oleh gesekan 2 kubu, membuat panas situasi perpolitikan Indonesia. Tak hanya politik, hal tersebut merembet ke ranah keagamaan sekalipun. Hadirnya Ustadz Maaher At-Thuwailibi contohnya, tak membawa keislaman kejalan yang lebih baik dengan tata tutur yang baik, malah melakukan sebaliknya. Ditambah konfliknya dengan pernyataan Abu Janda membuatnya menjadi Ustadz dengan tutur kata yang buruk, dan hal itu memancing emosi Netizen Indonesia pada tahun 2020.¹⁵²

Namun dalam penelitian ini, peneliti ingin memberitahu bagaimana respon Civitas Akademika UIN mengenai video ini apabila lewat di media sosial mereka. Seperti, Fera, Arta, Yuni dan Ibnu yang memiliki

¹⁵² Ustadz Maaher At-Thuwailibi Official, KEMBALI BERULAH, UST MAACHER 'TAMPAR' ABU JANDA AL-TOLOLI, <https://www.youtube.com/watch?v=QLpvzxy5xaM>, diakses 25 April 2021

pendapat yang sama mengenai ketidaksukaan dengan adanya pertikaian ini serta etika dan sopan santun.

“Saat melihatnya jadi banyak istighfar, saya diajarkan islam yang moderat. tidak mudah men-judge seperti nya lebih baik.”¹⁵³

“Saya kurang suka dengan perselisihan yang terjadi.”¹⁵⁴

“Sungguh tidak menunjukkan sikap sebagai pendakwah yang baik, saya tidak respect melihat para kyai atau ustad yang tidak bisa menjaga tutur kata dan sopan santun nya. Sebab mereka adalah sebagai panutan hendaknya memberikan contoh yang baik, tutur kata yang lembut dan sopan. Sungguh tidak pantas berdakwah atas nama Allah tetapi dengan kalimat yang kasar seperti itu. Membuat saya malas melihatnya.”¹⁵⁵

“Sebagai seorang awam, seperti nya tidak pantas lah seorang mubaligh menggunakan kata kata yang tidak pantas dan hanya membuat provokasi belaka.”¹⁵⁶

Sedangkan Kharis dan Arisho menganggap hal itu sudah seperti biasa, dan membiarkannya

“Biasa aja, sudah muak dengan kebiasaan itu.”¹⁵⁷

“Biasa aja, emang suka gitu jadi biarin aja.”¹⁵⁸

¹⁵³ Wawancara Bersama Fera Via Google Form, tanggal 4 Maret 2021

¹⁵⁴ Wawancara Bersama Arta Via Google Form, tanggal 3 Maret 2021

¹⁵⁵ Wawancara Bersama Yuni Via Google Form, tanggal 3 Maret 2021

¹⁵⁶ Wawancara Bersama Ibnu Via Google Form, tanggal 18 Maret 2021

¹⁵⁷ Wawancara Bersama Kharis Via Google Form, tanggal 17 Maret 2021

¹⁵⁸ Wawancara Bersama Arisho Via Google Form, tanggal 29 April 2021

Sedangkan Wahyu, Bu Esti, Bu Jiphie dan Pak Arif menanggapi dengan kekecewaan dan perilaku yang memalukan.

“Sudah mulai muncul kezhaliman diantara para pemuka agama.”¹⁵⁹

“Kenapa mereka harus mengungkap ide gagasan, info atau apapun itu dengan nada yang kurang sopan, bahkan banyak kalimat yang tidak pantas. Bagi saya pribadi mereka yang berbicara seperti itu tidak jauh lebih baik dari yang sedang dibicarakan.”¹⁶⁰

“Emosi yang dijawab dengan emosi. Sama sama memalukan dalam menyampaikan argumentasi.”¹⁶¹

“Saya juga sangat khawatir karena dinegara ini adalah negara yang berdasarkan Pancasila tetapi masih ada saja oknum seperti si A tadi membuat pernyataan yang kurang baik yang saya khawatirkan nanti akan timbul kelompok kelompok baru yang akan menimbulkan konflik antar kelompok.”¹⁶²

“Konten yang tidak mendidik dan ke arah rasis dan pelecehan.”¹⁶³

Sedangkan Hanif mengingatkan sekali lagi jangan mudah terpancing dan tidak langsung membenarkan

¹⁵⁹ Wawancara Bersama Wahyu Via Google Form, tanggal 18 Maret 2021

¹⁶⁰ Wawancara Bersama Ibu Esti Via Google Form, tanggal 24 Maret 2021

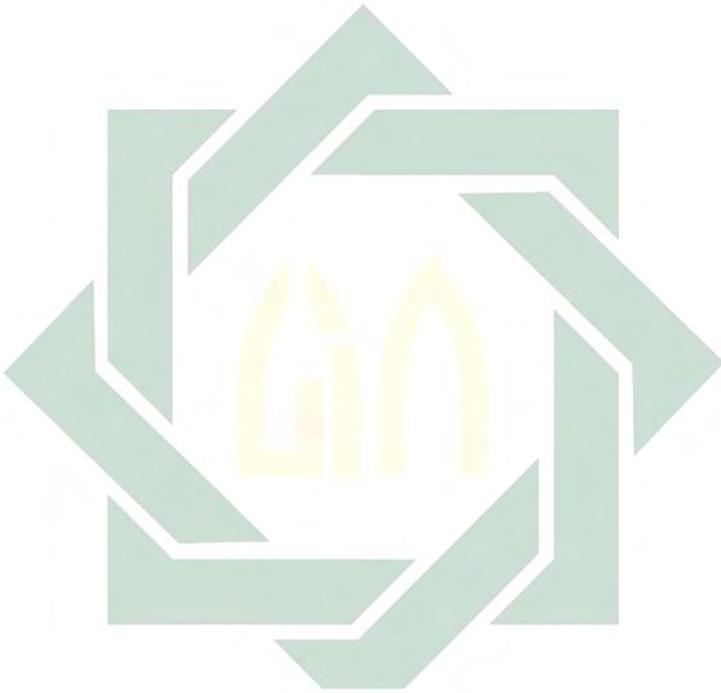
¹⁶¹ Wawancara Bersama Ibu Jiphie Via Google Form, tanggal 1 April 2021

¹⁶² Wawancara Bersama Pak Arif Via Google Form, tanggal 29 April 2021

¹⁶³ Wawancara Bersama Inthomy Via Google Form, tanggal 29 April 2021

“Cukup dilihat dan jangan terpancing oleh berita
hoax.”¹⁶⁴

“Tidak membenarkan video tersebut.”¹⁶⁵



¹⁶⁴ Wawancara Bersama Hanif Via Google Form, tanggal 29 April 2021

¹⁶⁵ Wawancara Bersama Seftezha Via Google Form, tanggal 29 April 2021

C. Analisis Data

1. Perspektif Teori Peluru/Jarum Suntik

Berdasarkan Teori yang peneliti pakai yaitu teori peluru atau Jarum Suntik dan hasil temuan dilapangan, peneliti menemukan banyak sekali perbedaan dalam hal impak maupun respon yang didapat dari responden. Namun dalam beberapa poin pertanyaan terdapat respon dan impak yang tidak selaras dengan apa yang disampaikan.

Dengan ini berikut tabel efek yang peneliti sajikan, untuk menampilkan keseluruhan data secara sederhana:

No.	Nama	Efek Kognitif	Efek Afektif	Efek Behavior
1.	Yuni Kusumaningsih	√	√	–
2.	Arta Laras Angelina	√	√	–
3.	Ibnu Arofi	–	√	–
4.	Fera Nur Dian	√	√	–
5.	M. Kharis Thofani	√	–	–
6.	Wahyu Adji Nugraha	√	√	√
7.	Esti Tyastirin, M.KM.	√	√	–
8.	Jiphie Gilia Indriyani, M.A	√	√	–
9.	Arif	√	√	–
10.	Arisho Dewi	–	–	–

11.	Muhammad Hanif Zuhri	√	√	–
12.	Seftezha Nissa Kusuma	√	√	–
13.	Inthomy Hadi Wiyono	√	√	–

Tabel 4.1 “Tabel Efek dari hasil respon masing-masing responden”

Efek kognitif merupakan dampak yang terjadi pada diri setiap manusia yang memiliki sifat informatif didalamnya. Dalam efek kognitif ini menjelaskan bagaimana media sosial dapat membantu mereka menemukan informasi yang berguna dan mengembangkan keterampilan intelektual dan pemahaman mereka tentang karakteristik berita yang menyesatkan dan dakwah negatif.

Efek Afektif ini adalah pengaruh yang menunjukkan emosi yang timbul dari diri individunya. Setelah individu telah mengetahui informasi yang diterimanya, diharapkan mereka dapat merasakannya. Semisal kita telah mendapat berita atau dakwah yang terindikasi hoax dan membawa efek negatif maka kita menimbulkan emosi seperti, kesal, miris, dan berbagai macam emosi lainnya.

Efek Behavioral adalah pengaruh yang muncul dari diri manusia setelah muncul emosi atau perasaan dalam bentuk suatu perilaku, tindakan, serta kegiatan. Seperti halnya, kita setelah melihat berita hoax atau dakwah yang terindikasi hoax dan membawa efek negatif, lalu kita percaya, menyebarkannya dan mengikutinya.

Untuk efek kognitif yang ditimbulkan pada sebuah media sosial adalah keramahan media sosial sebagai media informasi yang digandrungi para Civitas Akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, hal ini ditunjukkan dalam pernyataan semua responden, bahwa media sosial merupakan tempat yang update, mudah dan kekinian untuk mencari informasi. Namun perlu ditekankan lagi meskipun media sosial merupakan tempat yang digandrungi oleh Civitas Akademika, mengenai literasi tentang konten didalamnya khususnya konten berita hoax dan dakwah negatif beberapa responden memiliki kekurangan yaitu tidak memiliki pengetahuan basic mengenai ciri-ciri berita hoax dan dakwah negatif.

Untuk efek afektif, semua Civitas Akademika UIN Sunan Ampel Surabaya mampu menyampaikan kegelisahan maupun emosi lainnya ketika melihat konten-konten yang tidak bisa dipertanggungjawabkan melenggang bebas diplatform media sosial mereka. Namun ada beberapa responden yang memiliki sikap yang justru tak acuh dengan adanya berita hoax dan dakwah negatif di sekitar mereka, meskipun begitu mereka tetap berpegang teguh dengan pendirian agar tidak menyebarkan karena mereka mempunyai pedoman mengenai ciri-ciri berita hoax dan dakwah negatif.

Untuk efek behavioral Civitas Akademika UIN Sunan Ampel Surabaya bisa dibilang mereka mempunyai perilaku yang sering bertolak belakang dengan sikap dan emosi yang dirasakan. mungkin dari segi sikap mereka menolak namun dari segi tindakan mereka masih mengindahkan apa yang yang dimuat dalam berita hoax maupun sebaliknya. Jadi ada kebingungan yang terjadi saat mereka mengambil keputusan untuk berkata tidak atau iya, Seperti halnya mereka sudah mengetahui bahwa berita hoax adalah berita yang hanya

mencari sensasi, berita burung namun mereka tetap mengikuti berita tersebut dan ikut berkomentar mengenai konten tersebut.

Dengan demikian berita hoax dan dakwah negatif di media sosial tidak mampu mempengaruhi individu secara langsung karena setiap individu memiliki perbedaan pandangan serta pengetahuan. Jadi apabila media dikatakan merupakan hal utama yang dapat mempengaruhi pemikiran masyarakat untuk saat ini itu sudah tidak relevan lagi. Perkembangan zaman pun mempengaruhi pemikiran masing-masing individu sehingga teori peluru yang digunakan pada zaman dahulu sudah tidak relevan pada zaman sekarang, maka sebab itu teori peluru dianggap tidak sesuai lagi ketika zaman telah berubah.

2. Perspektif Keagamaan

Analisis berbasis perspektif keagamaan hadir untuk menganalisis serta memberi solusi atas penelitian yang telah dilakukan berdasarkan Al Qur'an serta Hadist.

Dalam perspektif Islam tentunya diajarkan juga bagaimana seorang muslim harus mengonfirmasi berita yang sekiranya masih dianggap kabar burung agar tidak mencelakakan orang lain dengan berita yang tidak benar. Hal ini disampaikan dalam Al Qur'an dalam Surah Al Hujurat ayat 6 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَنْ تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada

*suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu.*¹⁶⁶

Tak hanya mengajarkan tentang bagaimana kita harus selalu mengonfirmasi ketika kita mendapatkan berita hoax, Al-Qur'an juga memberitahu kita jangan sekali-sekali ikut andil dalam menyebarkan berita *hoax*, karena Allah mengancam keras apabila kita juga ikut andil dalam menyebarkan berita *hoax* tersebut. Hal ini disampaikan dalam Surah An-Nur ayat 14-15.

وَلَوْلَا فَضْلُ اللَّهِ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَتُهُ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ لَمَسَّكُمْ فِي مَا أَفَضْتُمْ فِيهِ
عَذَابٌ عَظِيمٌ

*Seandainya bukan karena karunia Allah dan rahmat-Nya kepadamu di dunia dan di akhirat, niscaya kamu ditimpa azab yang sangat berat disebabkan oleh pembicaraan kamu tentang (berita bohong) itu.*¹⁶⁷

إِذْ تَلَقَّوْنَهُ بِالسِّنِّتِمْ وَتَقُولُونَ بِأَفْوَاهِكُمْ مَا لَيْسَ لَكُمْ بِهِ عِلْمٌ وَتَحْسِبُونَهُ هينًا وَهُوَ
عِنْدَ اللَّهِ عَظِيمٌ

*(Ingatlah) ketika kamu menerima (berita bohong) itu dari mulut ke mulut; kamu mengatakan dengan mulutmu apa yang tidak kamu ketahui sedikit pun; dan kamu menganggapnya remeh, padahal dalam pandangan Allah itu masalah besar.*¹⁶⁸

¹⁶⁶ Qur'an Kemenag, Surat Al Hujurat ayat 6, <https://quran.kemenag.go.id/sura/49/6>, diakses pada 29 April 2021

¹⁶⁷ Qur'an Kemenag, Surat An Nur ayat 14, <https://quran.kemenag.go.id/sura/24/14>, diakses pada 29 April 2021

¹⁶⁸ Qur'an Kemenag, Surat An Nur ayat 15, <https://quran.kemenag.go.id/sura/24/15>, diakses pada 29 April 2021

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan, dengan demikian bisa disimpulkan bahwasannya Civitas Akademika UIN Sunan Ampel Surabaya dianggap mampu untuk menangani terpaan berita hoax dan dakwah negatif yang mereka temukan di media sosial dalam kehidupan mereka.

1. Sebagian besar Civitas Akademika UIN Sunan Ampel Surabaya telah memiliki dan memahami *basic* mengenai ciri-ciri berita hoax dan dakwah negatif, hal ini ditunjukkan dengan minimnya pengaruh yang ditimbulkan oleh berita hoax dan dakwah negatif dalam diri masing-masing Civitas Akademika.
2. Sebagian respon yang diberikan oleh Civitas Akademika UIN Sunan Ampel Surabaya memberikan arti bahwasannya mereka mampu menghadapi terpaan serta memutus rantai penyebaran berita hoax dan dakwah negatif.

B. Saran dan Rekomendasi

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah diteliti dan didapatinya “Impak dan Respon Civitas Akademika UIN Sunan Ampel Surabaya terhadap Pemberitaan dan Dakwah Negatif di Media Sosial”. Terdapat beberapa catatan dari peneliti terkait penelitian, sebagai berikut:

1. Kuatkan pendirian untuk tidak terpengaruh dengan kabar burung yang ada sebelum mencari tau kebenarannya.
2. Kepada civitas kampus ataupun bukan agar selalu mengajarkan kepada sesama mengenai literasi bermedia sosial yang bijak serta menyampaikan upaya yang harus dilakukan untuk memberantas rantai berita hoax dan dakwah negatif.

C. Keterbatasan Penelitian

Dalam proses penggarapan penelitian ini, terdapat keterbatasan peneliti serta kondisinya yang dapat mempengaruhi hasil dari penelitian yang berjudul “Impak dan Respon Civitas Akademika UIN Sunan Ampel Surabaya terhadap Pemberitaan dan Dakwah Negatif di Media Sosial”. diantaranya:

1. Kampus yang dijaga ketat oleh pengamanan sehingga peneliti bingung harus memutar otak untuk mendapatkan responden yang banyak serta jawaban yang sesuai diinginkan oleh peneliti.
2. Kurangnya relasi terutama pada dosen fakultas lain membuat penelitian terhambat disaat pandemi covid 19.
3. Mahasiswa yang ditemui langsung terkadang takut untuk diwawancara dan memberikan sedikit respon.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditiawarman, M., *Hoax dan Hate Speech di Dunia Maya*, Padang: Lembaga Kajian Aset Budaya Indonesia Tonggak Tuo, 2019.
- Adnan, S. A., *Mengenal Tujuh Jenis Hoaks*, diakses pada 19 Januari 2021 dari <https://www.medcom.id/telusur/cek-fakta/4KZ6rAqK-mengenal-7-jenis-hoaks>.
- Aziz, M. A., Netizen Jurnalisme dan Tantangan Dakwah di Media Baru, *Islamic Communication Journal Volume 3, Nomor 2*, 2018.
- Dikti, *Data Dosen dan Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya TA 2019/2020*, diakses pada 24 Maret 2021 dari https://pddikti.kemdikbud.go.id/data_pt/RTQxRkQ0QjgtQkQ2NC00RTRGLTg0QzQtQzhBQzAzQzc1RjI4.
- Doni, F. R., Perilaku Penggunaan Media Sosial Pada Kalangan Remaja, *Jurnal BSI*, 2017.
- Errika Dwi Setya Watie, Komunikasi dan Media Sosial, *THE MESSENGER Volume III, Nomor 1*, 2011.
- Evra Willya, *Senarai Penelitian: Islam Kontemporer Tinjauan Multikultural*, Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Fadhallah, *Wawancara*, Jember: UNJ Press, 2021.
- Genius, *Lirik A Dream Is A Wish Your Heart Makes*, diakses pada 27 Mei 2021 dari <https://genius.com/Ilene-woods-and-mice-chorus-a-dream-is-a-wish-your-heart-makes-lyrics>.
- Hasbiansyah, O., Pendekatan Fenomenologi: Pengantar Praktik Penelitian Dalam Ilmu Sosial Dan Komunikasi, *Jurnal Komunikasi UNISBA*, 2008.
- Helaluddin, *Mengenal Lebih Dekat dengan Pendekatan Fenomenologi: Sebuah Penelitian Kualitatif*, Banten: UIN Sultan Maulana Hasanuddin, 2018.
- Hootsuite, *Data Pengguna Internet dan Media Sosial di Indonesia*, diakses pada 14 Oktober 2020 dari <https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia>.

- Hootsuite, *Data Pengguna Internet dan Media Sosial di Dunia*, diakses pada 23 Januari 2021 dari <https://datareportal.com/reports/digital-2020-global-digital-overview>.
- Idris, I. A., *Klarifikasi Al-Quran Atas Berita Hoaks*, Jakarta: Kompas Gramedia, 2018.
- IMDB, *Cinderella (2015)*, diakses pada 27 Mei 2021 dari <https://www.imdb.com/title/tt1661199/>.
- Indonesia, T. C., *Kominfo Catat 1.096 Hoaks di Medsos Terbanyak Facebook*, diakses pada 15 Oktober 2020 dari <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20200408155307-185-491726/kominfo-catat-1096-hoaks-di-medsos-terbanyak-facebook>.
- Indonesia, T. C., *Pendapat Ulama soal Klepon Islami*, diakses pada 19 Oktober 2020 dari https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20200721151237-262-527185/pendapat-ulama-soal-klepon-islami?utm_source=twitter&utm_medium=oa&utm_content=cnnindonesia&utm_campaign=cmssocmed.
- Jaya, N., *Lagu Balonku HARAM !!! Lagu Naik-Naik ke Puncak Gunung HARAM !!! Pohon Cemara HARAM !!!*, diakses pada 25 April 2021 dari https://www.youtube.com/watch?v=AD_L0jGUdyA.
- Kemenag, Q., *Surat Al Hujurat ayat 6*, diakses pada 29 April 2021 dari <https://quran.kemenag.go.id/sura/49/6>.
- Kemenag, Q., *Surat An Nur ayat 14*, diakses pada 29 April 2021 dari <https://quran.kemenag.go.id/sura/24/14>.
- Kemenag, Q., *Surat An Nur ayat 15*, diakses pada 29 April 2021 dari <https://quran.kemenag.go.id/sura/24/15>.
- Kemenag, Q., *Surat An Nahl ayat 125*, diakses pada 12 Februari 2021 dari <https://quran.kemenag.go.id/sura/16/125>.
- Kemenag, Q., *Surat At Taubah ayat 9*, diakses pada 12 Februari 2021 dari <https://quran.kemenag.go.id/sura/9/9>.

- Kemenag, Q., *Surat Ali Imran ayat 104*, diakses pada 14 Januari 2021 dari <https://quran.kemenag.go.id/sura/3/104>.
- Kemendikbud, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Impak*, diakses pada 21 Oktober 2020 dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/impak>.
- Kemendikbud, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Respon*, diakses pada 21 Oktober 2020 dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/respons>.
- Kurnia, N. D., Hubungan Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dengan Kemampuan Literasi Media Di Upt Perpustakaan Itenas, *Jurnal Universitas Pendidikan Indonesia*, 2018.
- Kusumastuty, M. I., Struktur Wacana dan Karakteristik Bahasa Berita Hoaks dalam Whatsapp Messenger. *Jurnal Sekolah Tinggi Bahasa Asing LIA Yogyakarta*.
- Merdeka, T., *CEK FAKTA: Hoaks PKS Kampanyekan Satu Istri Tidak Cukup*, diakses pada 21 Oktober 2020 dari <https://www.merdeka.com/cek-fakta/cek-fakta-hoaks-pks-kampanyekan-satu-istri-tidak-cukup.html>.
- Moloeng, L. J., *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2016.
- Muljono, D., *Pengukuran dalam Bidang Pendidikan*, Jakarta: Grasindo, 2000.
- Muslimin, K., *Jurnalistik Dasar : Jurus Jitu Menulis Berita, Feature Biografi, Artikel Populer, dan Editorial*, Jepara: UNISNU PRESS, 2019.
- Nasrullah, M. N., *Berdalih Dakwah, Padahal Bukan*. diakses pada 2 November 2020 dari <https://republika.co.id/berita/pnryus318/berdalih-dakwah-padahal-bukan>.
- Nurudin, *Literasi Media dan Peradaban Masyarakat*, Malang: Universitas Muhammadiyah Malang dan Intrans Publishing Group, 2020.
- Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2013.

- Nurudin, *Media Sosial, Identitas, Transformasi, dan Tantangannya*, Malang : Universitas Muhammadiyah Malang dan Intrans Publishing Group, 2020.
- Nurudin, *Peradaban Media Sosial di Era Industri 4.0*, Malang: Universitas Muhammadiyah Malang dan Intrans Publishing Group, 2020.
- Nurudin, *Relasi Kuat antara Generasi Millennial dan Media*, Malang: Universitas Muhammadiyah Malang dan Intrans Publishing Group, 2020.
- Nurudin, *Terpenjara Komodifikasi Media*, Malang : Universitas Muhammadiyah Malang dan Intrans Publishing Group, 2020.
- Oetama, J., *Pers Indonesia : Berkomunikasi dalam Masyarakat Tidak Tulus*, Jakarta: Penerbit Buku Kompas, 2004.
- Official, U. M.-T., *KEMBALI BERULAH, UST MAAHER 'TAMPAR' ABU JANDA AL-TOLOLI*, diakses pada 25 April 2021 dari <https://www.youtube.com/watch?v=QLpvzxy5xaM>.
- Oktarina, Y., *Komunikasi dalam Perspektif Teori dan Praktik*, Yogyakarta: Deepublish, 2017.
- Panuju, R., *Pengantar Studi (Ilmu) Komunikasi: Komunikasi sebagai Kegiatan Komunikasi sebagai Ilmu*, Jakarta: Kencana, 2018.
- Romli, K., *Komunikasi Massa*, Jakarta: Grasindo, 2016.
- Rosyada, D., *Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu Pendidikan*, Jakarta: Kencana, 2020.
- Sahrim, S., *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Cita Pustaka Media, 2012.
- Salim, S., *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Citapustaka Media, 2007.
- Setiawan, A. A., *Metode Penelitian Kualitatif*, Sukabumi: CV Jejak, 2018.
- Simarmata, J., *Hoax dan Media Massa : Saring Sebelum Sharing*, Medan: Yayasan Kita Menulis, 2019.

- Sodik, S. S., *Dasar Metodologi Penelitian*, Sleman: Literasi Media Publishing, 2015.
- Sodik, S. S., *Dasar Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Method)*, Bandung: Alfabeta, 2017.
- Suhandang, K., *Pengantar Jurnalistik Seputar Organisasi, Produk dan Kode Etik*, Bandung: Nuansa, 2004.
- Surabaya, U. S., *Data Staf UIN Sunan Ampel Surabaya*, diakses pada 24 Maret 2021 dari <https://pegawai.uinsby.ac.id>.
- Taufik, M. T., *Dakwah Era Digital*, Kuningan: Pustaka Al-Ikhlash, 2020.
- Wiryanto, *Teori Komunikasi Massa*, Jakarta: Grasindo, 2000.