

**ANALISIS *FRAMING* VIDEO *MEME* ISLAMI DI INSTAGRAM AKUN
@QONUUN**

**(Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
Medan Untuk Memenuhi Salah satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi (S.I.Kom)**

SKRIPSI

Diajukan ke Fakultas Ilmu Sosial untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat–Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom)

Oleh:

DEDE HANDAYANI TARIGAN

NIM. 0603153004

Program Studi Ilmu Komunikasi



**FAKULTAS ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA
MEDAN**

2019

**ANALISIS *FRAMING* VIDEO *MEME* ISLAMI DI INSTAGRAM AKUN
@QONUUN**
**(Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
Medan Untuk Memenuhi Salah satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi (S.I.Kom))**

SKRIPSI

Diajukan ke Fakultas Ilmu Sosial untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat–Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom)

Oleh:

DEDE HANDAYANI TARIGAN

NIM. 0603153004

Program Studi Ilmu Komunikasi



Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Muhammad Dalimunte S.Ag.,SS.,M.Hum
NIP. 197103281999031003

Nursapia Harahap, MA
NIP. 197111041997032002

**FAKULTAS ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA
MEDAN
2019**

**ANALISIS *FRAMING* VIDEO *MEME* ISLAM DI INSTAGRAM AKUN
@QONUUN**
**(Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
Medan Untuk Memenuhi Salah satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi (S.I.Kom))**

SKRIPSI

Diajukan ke Fakultas Ilmu Sosial untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat–Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom)

Oleh:

**DEDE HANDAYANI TARIGAN
NIM. 0603153004**

Program Studi Ilmu Komunikasi



Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Muhammad Dalimunte S.Ag.,SS.,M.Hum
NIP. 197103281999031003

Nursapia Harahap, MA
NIP. 197111041997032002

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Dr. Hasan Sazali, MA
NIP. 19760222007011018

**FAKULTAS ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA
MEDAN
2019**

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal

Lamp

Kepada

Yth Dosen Fakultas Ilmu Sosial

UIN Sumatera Utara Medan

di Medan

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Dede Handayani Tarigan

NIM : 0603153004

Judul Skripsi : Analisis *Framing* Video *Meme* Islami di Instagram Akun Qonuun

Sudah dapat diajukan ke Fakultas Ilmu Sosial Jurusan/Prodi Ilmu Komunikasi UIN Sumatera Utara sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Medan, November 2019

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Muhammad Dalimunte S.Ag,SS,M.Hum
NIP. 19710328199031003

Nursapiah Harahap, MA
NIP. 197111041997032002

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “**Analisis Framing Video Meme Islami Di Akun Instagram Qonuun**” an Dede Handayani Tarigan, Nim 0603153004, Program Studi Ilmu Komunikasi telah dimunaqasyahkan dalam sidang Munaqasyah Fakultas Ilmu Sosial UIN Sumatera Utara Medan pada tanggal 12 November 2019.

Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Program Studi Ilmu Komunikasi.

Medan, 12 November 2019

Ketua,

Sekretaris,

Dr. Hasan Sazali, MA
NIP. 19760222007011018

Nursapia Harahap, MA
NIP. 197111041997032002

Anggota,

1. Dr. Muhammad Dalimunte S.Ag.,SS.,M.Hum
NIP. 197103281999031003

2. Nursapiah Harahap, MA
NIP. 197111041997032002

3. Dr. Anang Anas Azhar, MA
NIP. 197410042014111001

4. Nurhanifah, MA
NIP. 197507222006042001

Mengetahui,
Dekan FIS UIN SU

Prof. Dr. Ahmad Qorib, MA
NIP. 195804141987031002

MOTTO

**“Sesungguhnya Allah Tidak Akan Mengubah Suatu Kaum Sehingga Mereka
Mengubah Keadaan Yang Ada Pada Diri Mereka Sendiri”**

(Q.S Ar Ra’ad: 11)

**“Apabila Kita Takut Gagal, Itu Berarti Kita Telah Membatasi
Kemampuan Kita”**

-Henry Ford-

SURAT PERNYATAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Dede Handayani Tarigan

NIM : 0603153004

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Analisis *Framing* Video *Meme* Islami di Instagram Akun @Qonuun

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya serahkan ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dari ringkasan-ringkasan yang sudah saya jelaskan sumbernya.

Apabila terjadi kesalahan dan kekliruan didalamnya sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Medan, 12 November 2019

Yang membuat pernyataan

Dede Handayani Tarigan

NIM 0603153004

ABSTRAK

Nama : Dede Handayani Tarigan
Nim : 0603153004
Program studi : Ilmu Komunikasi

Penelitian ini bertujuan, untuk mengetahui bagaimana akun Instagram Qonuun membingkai fenomena menjelang Pilpres 2019 terkait tagar #2019BukanBapak dalam mengkonstruksi postingan videonya. Penelitian ini berlandaskan paradigma konstruktivis dengan pendekatan kualitatif. Adapun metode penelitian yang digunakan adalah analisis *framing* model Robert N. Entman. Dengan model ini akan terlihat pilihan kata, seleksi isu, dan penonjolan aspek tertentu dari suatu isu yang dikonstruksikan oleh Instagram *qonuun* dalam pemberitaan Tagar #2019BukanBapak. Penelitian menggunakan analisis *framing* model Robert N. Entman yaitu mengamati teks menggunakan empat struktur analisis *framing*, yaitu *define problem* (mengidentifikasi masalah), *diagnosa causes* (penyebab masalah), *moral evaluation* (penilaian moral), dan *treatment recommendation* (memberi solusi). Hasil analisis *framing* terhadap teks Instagram *Qonuun* memperlihatkan gerakan dalam mengekspresikan reaksi politik masyarakat sebagai intelektual muslim dalam mengkritik pemerintahan. Dikemas dalam bentuk video *meme* Islami dengan judul postingan #2019BukanBapak dengan menanamkan konsep Islami. Solusi yang diberikan dalam hal pembedingkaian video *meme* Islami ini adalah agar media pada umumnya dapat memberikan ruang yang setara saat memproduksi berita dengan isu sensitif, terutama tentang politik. Qonuun mengkonstruksi pemberitaan gerakan tagar #2019BukanBapak dengan menggunakan elemen-elemen *framing*, seperti bahasa, gambar, judul, dan menggunakan main cuplik animasi kartun yang menarik perhatian khalayak.

Kata kunci : Analisis *framing*, *Meme* Islami, Instagram Qonuun

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin Puji syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah swt., karena atas limpahan rahmat, taufik dan hidayah-Nya, petunjuk serta pertolongan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini sebagaimana yang diharapkan. Dan tidak lupa shalawat dan salam penulis hadiahkan kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW yang telah membawa risalah Islam berupa ajaran yang haq lagi sempurna bagi manusia dan merupakan contoh tauladan dalam kehidupan manusia menuju jalan yang diridhoi Allah SWT.

Skripsi ini berjudul “Analisis *Framing Video Meme* Islami di Instagram Akun @Qonuun”. Disusun dalam rangka memenuhi tugas-tugas dan melengkapi syarat-syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial UIN Sumatera Utara Medan.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan yang terdapat dalam penulisan skripsi ini. Selama penyusunan skripsi ini kesulitan dan hambatan yang harus dihadapi dan dialami, baik menyangkut pengaturan waktu, pengumpulan data, maupun biaya yang tidak sedikit. Namun, kerja keras dan kesungguhan hati serta dorongan, bimbingan dan motivasi dari berbagai pihak terkhusus doa dan nasehat yang tulus diberikan dari kedua orang tua ayah tercinta Abdul Aziz Tarigan dan ibunda tersayang Fauziah Surbakti, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Kiranya isi skripsi ini bermanfaat dalam memperkaya khazanah ilmu pengetahuan dan penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi para pembacanya.

Skripsi yang berhasil penulis selesaikan sebagai tugas akhir ini tentu bukanlah pencapaian murni dari diri sendiri melainkan ada bantuan, dukungan, serta bait-bait doa dari orang-orang yang mencurahkan untuk penulis. Unruk itu penulis juga dengan sepenuh hati mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak **Prof. Dr. KH. Saidurrahman, M.Ag** selaku Rektor UIN Sumatera Utara.
2. Bapak **Prof. Dr. Ahmad Qorib, MA** selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial UIN Sumatera Utara.

3. Bapak **Dr. Hasan Sazali, MA** selaku Ketua Jurusan Program Studi Ilmu Komunikasi UIN Sumatera Utara Medan.
4. Ibu **Dr. Nursapia Harahap, MA** selaku Sekretaris Jurusan Program Studi Ilmu Sosial UIN Sumatera Utara Medan serta selaku Dosen Penasehat Akademik, juga selaku Pembimbing Skripsi II yang senantiasa memberikan banyak bimbingan, nasihat, saran, dan arahan kepada penulis selama dalam menyelesaikan skripsi..
5. Bapak **Dr. Muhammad Dalimunte, M.Hum** selaku Dosen Pembimbing Skripsi I penulis, yang dengan keikhlasan dan kebaikannya membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak/Ibu dosen serta staf pegawai Fakultas Ilmu Sosial UIN Sumatera Utara Medan yang telah memberikan pelayanan, bantuan, bimbingan maupun mendidik penulis selama mengikuti perkuliahan, terkhusus untuk **Kak Liana** dan **Bang Rizky**.
7. Akun Instagram *Qonuun*, yang telah menyajikan produk *framing* konten kreatornya secara menarik sehingga dapat dijadikan objek penelitian penulis.
8. Teristimewa penulis sampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada kedua orang tua penulis yang luar biasa yaitu Ayahanda tercinta **Abdul Aziz Tarigan** dan Ibunda tercinta **Fauziah Surbakti** yang keduanya sangat luar biasa atas semua nasehat dalam segala hal serta do'a tulus dan limpahan kasih dan sayang yang tiada henti serta senantiasa memberikan dorongan secara moril maupun materil hingga membuat penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah limpahkan kasih sayang dan hidayah-Nya selalu untuk keduanya Aamiin.
9. Saudara-saudariku, kakak tersayang dan adik **Kak Yuni, Kak Hadijah dan Kak Winda**, serta adik **Faisal** yang senantiasa memberikan motivasi, semangat dan masukkan kepada penulis dalam menyelesaikan perkuliahan dan skripsi ini.
10. Orang terdekat dan teman revisianku Kunc Family **Dahlia Atriyani, Maya Sucianti, S.I.Kom, M.Feriyansyah, Rangga Bargara dan Sony Adiputra**

yang telah banyak memberikan dorongan, semangat, pengertian, motivasi, dan mendengar keluhan kepada saya selama penyusunan skripsi ini.

11. Saudara Keponakan terbaik dan pengertian **Rizpy Ananda Surbakti** yang telah banyak menemani kesana-kesini dalam proses menyelesaikan skripsi ini.
12. Seluruh teman seataap jurusan, teman-teman angkatan I tahun 2015 tanpa terkecuali beberapa diantaranya **Firda, Rizka, Ainur, Ayu, Desy, Witri, Putri, Shinta, Fitri, Dayi, Nurhasanah, Al, Zhulfahmi, Razi, Alan, Yogo dan Latif** yang senantiasa menemani dalam suka duka perkuliahan dan berjuang bersama untuk menuntut ilmu.

Sekali lagi peneliti ucapkan terima kasih atas bantuan yang telah diberikan dari semua pihak. Tak mungkin penulis dapat membalas kebaikan saudara dan teman semua satu persatu kebaikan yang telah diberikan. Semoga kita mendapatkan balasan dari Allah SWT atas perbuatan baik yang kita lakukan. *Amin amin amin ya rabbal'alam.*

Medan, 12 November 2019

Penulis,

Dede Handayani Tarigan
NIM. 0603153004

DAFTAR ISI

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	9
C. Rumusan Masalah	10
D. Tujuan Penelitian	10
E. Manfaat Penelitian	10
F. Definisi Konseptual	11
G. Sistematika Pembahasan	13
BAB II KAJIAN TEORI	
A. Konstruksi Realitas Sosial Media Massa	14
B. <i>Instagram</i>	24
C. <i>Meme</i> Islami	26
D. Konseptualisasi <i>Framing Model Robert N Entman</i>	33
E. Berita dalam Pandangan Islam	36
F. Kajian Terdahulu	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Pendekatan dan Jenis penelitian	39
B. Waktu Penelitian	40
C. Pemilihan Subyek Penelitian	40

D. Tahap-Tahap Penelitian	40
E. Teknik Pengumpulan Data	40
F. Teknik Analisis Data	42
G. Keabsahan Data	44

BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum <i>Meme</i> Islami akun <i>Qonuun</i> di Instagram	45
B. <i>Framing Video Meme</i> Islami Postingan #2019BukanBapak di Instagram akun <i>Qonuun</i>	50
C. Konstruksi Sosial Media Massa Postingan #2019BukanBapak di Instagram akun <i>Qonuun</i>	59

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	64
B. Saran	65

DAFTAR PUSTAKA	66
-----------------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Analisis Video <i>Framing</i> Robert N. Entman.....	50
---	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 <i>Screen Shoot</i> Postingan-Postingan Video <i>Meme</i> Islami di Instagram <i>Qonuun</i>	45
Gambar 4.2 <i>Screen Shoot</i> Video <i>Meme</i> Islami Judul #2019BukanBapak di Instagram <i>Qonuun</i>	48
Gambar 4.3 <i>Screen Shoot</i> Caption Postingan Video <i>Meme</i> Islami Tagar #2019BukanBapak di Instagram <i>Qonuun</i>	49
Gambar 4.4 <i>Screen Shoot</i> Dialog Video <i>Meme</i> Islami Tagar #2019BukanBapak di Instagram <i>Qonuun</i>	52
Gambar 4.5 <i>Screen Shoot</i> Video <i>Meme</i> Islami Tagar #2019BukanBapak di Instagram <i>Qonuun</i> Pada Kolom Komentar	55

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Teknologi informasi dan komunikasi kian maju. Begitu juga dengan media massa yang semakin berkembang dan canggih. Media massa adalah alat-alat dalam komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara serempak, cepat kepada audience yang luas dan umum. Kelebihan media massa dibanding dengan jenis komunikasi lain adalah ia bisa mengatasi hambatan ruang dan waktu. Bahkan media massa mampu menyebarkan pesan hampir seketika pada waktu yang takterbatas (Nurudin, 2014: p.9). Media massa yang kini tren yaitu media online. Online artinya informasi dapat diakses di mana saja dan kapan saja selama ada jaringan koneksi internet.

Media online yaitu segala jenis atau format media yang hanya bisa diakses melalui jaringan internet berisikan teks, foto, video, dan suara. Ketersediaan berbagai layanan informasi dan hiburan diinternet dapat dimanfaatkan untuk berbagai kepentingan manusia. Misalnya, dalam hal interaksi sosial, akses ilmu pengetahuan, kepentingan ekonomi, aktivitas politik, kegiatan budaya dan sebagainya (Halik, 2013: p.254)

Munculnya media online telah membawa perubahan dalam segala aspek komunikasi manusia salah satunya dalam komunikasi massa. Media massa yang berevolusi menjadi media massa online memiliki kelebihan dalam proses

penyampaian berita, di mana berita dapat disampaikan dengan lebih cepat dan juga memiliki tampilan audio visual yang menarik.

Salah satu media online yang populer saat ini adalah media sosial. Media sosial sudah menjadi kebutuhan penting bagi masyarakat untuk bersosialisasi, bertukar pikiran dan mengungkapkan pendapatnya. Media sosial dapat diakses masyarakat dengan koneksi internet melalui telepon pintar atau smartphone dalam genggam tangan. Penggunaan media sosial saat ini sudah banyak digunakan oleh politisi dan partai politik sebagai sarana untuk mengungkapkan pendapat dan kepentingan mereka.

Media juga mampu mengkonstruksi atas peristiwa yang akan diberitakan ke masyarakat secara luas. Tentang konstruksi realitas, prinsipnya setiap upaya menceritakan (konseptualisasi sebuah peristiwa, keadaan, atau benda tak terkecuali mengenai hal-hal yang berkaitan dengan kasus yang diangkat adalah usaha mengkonstruksi realitas. Karena sifat dan faktanya bahwa pekerjaan media massa adalah mengkonstruksi realitas yang ada yang akan diberitakan. Media massa menyusun realitas dari berbagai peristiwa yang terjadi hingga menjadi cerita atau wacana bermakna (Hamad, 2009: p.19)

Antara media massa dan politik memiliki hubungan yang saling mempengaruhi. Aktivitas politik diketahui dan dikontrol secara nyata oleh publik melalui konsumsi berita di media massa. Media massa menyebarkan informasi politik kepada masyarakat dalam rangka menambah pengetahuan, meningkatkan wawasan, membangkitkan kesadaran dan menumbuhkan rasa kritis (Skripsi Abdul, 2013: p.160).

Di sisi lain, media bukanlah saluran yang bebas, ketika media memberitakan suatu isu. Isu atau peristiwa tersebut tidak disampaikan dengan apa adanya atau bukan cermin realitas. Media justru mengkonstruksi realitas yang ada. Banyak laporan berita yang sudah dibingkai atas kepentingan tertentu oleh media yang bersangkutan (Dedi, 2012: p.22).

Media memilih bagian-bagian yang penting dari peristiwa yang ingin diberitakan dan tidak ingin diberitakan atau dianggap bukan berita. Konstruksi yang dilakukan oleh media menunjukkan bahwa media bersikap cenderung subjektif terhadap pemberitaan. Dalam penyampaian berita kepada khalayak, media memiliki peran yang *multiface* (beragam wajah) yakni, media mengungkap fakta atau peristiwa yang bisa membawa manfaat atau sebaliknya. Oleh karena itu, Islam menyeru kepada umat muslim agar cermat memilih dan memilah sajian informasi. Perlunya *tabayyun*/cek dan ricek dalam menerima informasi yang telah disediakan media massa, karena belum tentu apa yang diberitakan media disampaikan apa adanya atau sesuai fakta.

Dalam mengkonstruksi realitas yang dalam banyak kasus, media tidak menampilkan kenyataan apa adanya dari realitas suatu peristiwa yang sesungguhnya terjadi di lapangan. Sebagaimana dalam Firman Allah SWT dalam Q.S al-maidah (5)/8:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ ۚ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا ۗ
اعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Terjemahannya:

“Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) Karena Allah, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah, Karena adil itu lebih dekat kepada takwa. Dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.

Ayat di atas menjelaskan bahwa Allah memerintahkan kepada orang-orang mukmin agar dapat melaksanakan amal dan pekerjaan mereka dengan cermat jujur dan ikhlas karena Allah. Dalam menyampaikan suatu berita, media harus adil menerangkan apa yang sebenarnya terjadi dalam realita tanpa membedakan siapa orangnya, yang dapat menguntungkan lawan dan merugikan sahabat dan kerabat (Departemen Agama RI, 1996: p.385).

Tokoh politik pun tak mau kalah dalam perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Mereka menggunakan media sosial sebagai komunikasi politik. Salah satunya media sosial twitter. Khalayak mengeluarkan pendapat di twitter kemudian ditandai dengan tanda pagar atau tagar (#). Tanda pagar biasanya disebut tagar (#) atau Hashtag awalnya digunakan di media sosial twitter. Namun saat ini, sudah merambah ke media sosial lainnya seperti Instagram, facebook, dan media sosial lain sebagainya.

Hashtag atau tanda pagar berupa kalimat atau kata tanpa spasi. Hashtag difungsikan untuk menggolongkan tema atau topik yang lebih spesifik dalam media sosial dan mempermudah orang lain untuk mencari topik yang saling berhubungan.

Sebagai negara demokrasi, masyarakat dapat mengeluarkan pendapatnya. Saat ini, pemberitaan politik di Indonesia makin memuncak dan memanas. Semua

elemen masyarakat menginginkan terpilihnya pemimpin yang baik pada pemilihan presiden 2019.

Tanda pagar #2019GantiPresiden bukan sebagai ujaran kebencian, hanya aspirasi masyarakat saja dalam menghadapi pesta demokrasi mendatang. Media sosial dianggap memiliki peranan yang cukup besar pada kehidupan demokratis di negeri ini. Bahkan mampu menjadi mediator suatu praktik demokrasi dimana semua orang dapat terlibat dalam percakapan urusan publik dan melahirkan sebuah opini publik.

Opini tentang tagar #2019gantipresiden semakin populer dan diberitakan dimana-mana. Setiap pemberitaan mengenai politik dengan menggunakan gerakan #2019GantiPresiden memudahkan pembaca dalam memilah isu tersebut. Kebebasan media memberi ruang yang luas kepada publik untuk mengetahui berbagai macam informasi atau peristiwa khususnya tentang perkembangan politik, salah satunya postinga *meme* Islami di Instagram akun *qonuun* mengangkat pemberitaan mengenai gerakan #2019bukanbapak

Dalam tradisi jurnalisme, sebuah karya jurnalistik berupa pemberitaan media dikerjakan oleh wartawan di sebuah instirusi resmi media. sebuah peristiwa baru atau realitas sampai kepada publik ketika realitas tersebut diolah dan dilaporkan oleh wartawan ke lapangan, disunting oleh editor, dan akhirnya dikemas untuk siap dipublikasikan, baik dalam bentuk audio, visual, maupun audio-visual.

Dalam mengkonstruksi realitas, pada kenyataanya media tidak sekadar mempresentasikan realitas, tetapi sekaligus juga memproduksinya. Peristiwa yang disampaikan kepada publik melalui media pada dasarnya merupakan representasi

yang dibentuk oleh (kepentingan) media; yang dalam banyak kasus media tidak menampilkan kenyataan apa adanya dari realitas suatu peristiwa yang sesungguhnya terjadi di lapangan.

Ketika memproduksi sebuah realitas yang dianggap memiliki nilai penting oleh kebijakan media dibanding realitas lainnya, bersamaan dengan itu akan ada penekanan, penonjolan, maupun argumentasi dalam rangka mengonstruksi sebuah realitas menjadi berita yang akan dipublikasikan. (Nasrullah, 2018: p.77)

Qonuun merupakan akun media sosial di Instagram yang memiliki ideologi dalam mengonstruksi pemberitaan. Akun *qonuun* menggunakan media sosial Instagram berbentuk *meme* Islami yang dikemas dalam bentuk video untuk menggambarkan hal-hal yang berkaitan dengan agama Islam. Mengupload video tentang ajaran Islam, larangan dan fakta-fakta yang ada kemudian di kaitkan dengan syariat-syariat Islam.

Di dalam video tersebut, *framing* berita secara menarik yang di kemas *qonuun* dengan memodif isi video dengan main cuplik tokoh kartun animasi populer yang akan menarik perhatian bagi pengguna media sosial Instagram.

Pemahaman akan realitas yang dianggap objektif pun terbentuk, melalui proses eksternalisasi dan objektifikasi, individu dibentuk sebagai produk sosial. Sehingga dapat dikatakan, setiap individu memiliki pengetahuan dan identitas sosial sesuai dengan peran institusional yang terbentuk atau yang diperankannya.

Pengemasan konten kreator yang dibuat didalam video *meme* Islami di instagram *qonuun* membuka wawasan dan memaksa khalayak untuk memiliki

cara pandang yang sama dengannya. Setiap media memang berupaya untuk menciptakan produk terbaiknya. Tentu saja dengan gayanya sendiri.

Media memberitakan suatu isu atau peristiwa yang telah dikonstruksinya. Menurut survey Indo Barometer (IB) dalam evaluasi 3.5 tahun Joko Widodo – Jusuf Kalla : Quo Vadis Nawa Cita (data survei nasional : 15-22 April 2018) kepuasan publik terhadap kinerja Joko Widodo sebagai presiden sebesar 68,6 persen, sementara masyarakat yang menyatakan kurang puas atau tidak puas sama sekali sebanyak 29,4 persen, dan sisanya 1,9 persen tidak tahu atau tidak menjawab.

Masyarakat Indonesia masih menginginkan Joko Widodo sebagai Presiden. Menurut Survey IB sebanyak 55,5 persen publik menginginkan Joko Widodo kembali menjadi Presiden RI untuk periode selanjutnya sedangkan masyarakat yang tidak menginginkan kembali sebesar 30,2 persen dan sisanya 14,3 persen tidak menjawab atau tidak tahu.

Melihat hasil survei oleh Indo Barometer yang merupakan sebuah lembaga penelitian yang bergerak terutama di bidang survei pemilihan umum di Indonesia, ternyata warga Indonesia masih menginginkan kembali kepemimpinan Joko Widodo untuk bertarung pada pemilihan presiden pada tahun 2019. Belakangan, gerakan #2019Gantipresiden makin populer. Lembaga Lingkaran Survei Indonesia (LSI) merilis hasil survei pilpres setelah Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) serentak 2018.

Hasil survey yang dilakukan oleh Indo Barometer (IB) dalam persetujuan publik terhadap gerakan #2019GantiPresiden yaitu sebanyak 61,1 persen tidak

menyetujui gerakan tersebut, sedangkan yang setuju sebanyak 34,1 persen dan sisanya 4,7 persen tidak menjawab atau tidak tau. .

Gerakan tanda pagar #2019GantiPresiden masih digunakan saat pendaftaran calon presiden dan wakil presiden. Media juga turut memberitakan gerakan tersebut yang terjadi di masyarakat. Melihat konstruksi yang dilakukan oleh media online mengenai gerakan #2019gantipresiden, maka menarik untuk diteliti lebih mendalam *framing* pemberitaan oleh akun *qonuun* dalam postingannya yang berjudul #2019BukanBapak menggunakan analisis teks media framing.

Media memiliki fungsi sebagai alat penyampai pesan baik berita (teks, foto, video) maupun informasi tentang berbagai hal. Namun, menuliskan berita secara netral dan berimbang adalah hal yang mustahil bagi media. Sebab ada banyak faktor yang mempengaruhi seperti dari pemilik media ataupun wartawannya. Hal itu dapat diketahui dari narasumber berita, isu-isu yang diberitakan, posisi berita surat kabar, dan sebagainya, (Sobur, 2009: p.40).

Melalui berita kita mengetahui apa yang dilakukan oleh elit politik baik di kehidupannya maupun kegiatannya. Tetapi yang kita lihat, yang kita ketahui, dan apa yang kita rasakan tergantung pada jendela yang kita pakai. Pandangan lewat jendela, tergantung pada apakah jendela yang kita pakai besar atau kecil. Jendela yang lebih besar dapat melihat lebih luas, sementara jendela yang kecil membatasi pandangan kita. Dalam berita, jendela itu yang disebut sebagai *frame* atau bingkai (Eriyanto, 2002: p.4). Media massa baik berupa teks atau video menghadirkan sebuah cerita dengan mengemas atau membingkai (*framing*) cerita tersebut dari realitas suatu peristiwa.

Konten kreator yang dilakukan *qonuun* lewat Instagram memiliki karakteristik humoris, ideologi dan agama. Postingan *meme* video yang di upload sebanyak 103 dan *followers* sebanyak 85,1k (85.100). Akun Qonuun menjadikan Instagram sebagai platform dalam postingannya, karena menurutnya *instagram* adalah salah satu media sosial yang menyediakan banyak sekali konten-konten negatif sehingga harus dilawan dengan menyediakan konten positif. Menebarkan manfaat untuk “Kebangkitan umat”.

Menurut peneliti, konten kreator berbentuk video yang diposting akun *qonuun* menarik untuk diteliti, karena video ini mengangkat sebuah isu/peristiwa yang tak habis untuk diperbincangkan. Video yang mengangkat bagaimana opini tentang tagar #2019BukanBapak semakin populer dan diberitakan dimana-mana. Kebebasan media memberi ruang yang luas kepada publik untuk mengetahui berbagai macam informasi atau peristiwa khususnya tentang perkembangan politik.

Tagar #2019BukanBapak yang di kemas dalam bentuk video *meme* Islami yang membuat sebuah pembingkaiian pesan melalui video yang memaksa khalayak untuk memiliki cara pandang yang sama dengannya. Dalam membuat sebuah berita (teks, foto, video), media harus mampu mengedepankan aspek berimbang. Dari video yang disajikan peneliti melihat pembingkaiian tersendiri yang dibuat oleh media untuk diteliti terkait pesan dalam video tersebut.

Melihat konstruksi yang dilakukan oleh media online mengenai gerakan #2019gantipresiden, maka menarik untuk diteliti lebih mendalam tentang

postingan video *meme* Islami di Instagram akun *qonuun* berjudul #2019BukanBapak menggunakan analisis teks media framing.

B. Batasan Istilah

Meme berada di media baru secara kreatif memodifikasi dirinya dalam varian yang beragam. Secara lentur mode komunikasi yang satu ini mudah dikembangkan, terus berubah dan direspon secara aktif oleh masyarakat luas. Berbagai isu sosial, politik, agama, berkembang menjadi diskursus publik melalui *meme* di media sosial. Penyebaran *meme* beribu jumlah, Penelitian mengenai *meme* sejauh ini sudah cukup banyak, namun yang meneliti *meme* yang bermuatan konten Islami berbentuk video main cuplik animasi kartun dan *mem-framing* berita isu/peristiwa yang sedang berkembang lewat konten video di Instagram belum ditemukan.

Penulis membatasi penelitian ini agar penelitian yang dilakukan lebih terarah dan terperinci. Berdasarkan latar belakang, maka penelitian ini dibatasi pada akun *Instagram @qonuun* dan mengambil konten video terkait tagar #2019BukanBapak.

C. Rumusan Masalah

Permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan menjadi :

1. Bagaimana analisis *framing* video *meme* Islami *qonuun* dalam mengkonstruksi pemberitaan di Instagram

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana analisis *framing* video akun *meme* Islami *qonuun* dalam mengkonstruksi pemberitaan di Instagram

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan menjadi perkembangan Ilmu Komunikasi dalam ruang lingkup komunikasi massa menggunakan Analisis Framing model Robert N Entman serta komunikasi politik dan sifat media online yang menyajikan isu politik dan agama Islam berupa konten video.

2. Secara Praktis :

Peneliti mengharapkan para pembaca yang mengkaji tentang media online *meme* Islami, penelitian ini akan bermanfaat sebagai sumber referensi dan tambahan informasi pada penelitian yang akan dilakukan.

D. Definisi Konseptual

1. Analisis *Framing*

Analisis *framing* merupakan sebuah perangkat analisis yang digunakan untuk menganalisis sebuah pesan yang disampaikan oleh sebuah media. Analisis *framing* ini melihat bagaimana sebuah media melakukan pembingkai berita (berupa teks, foto, video) untuk menyampaikan pesannya.

Robert N Entman memandang analisis *framing* sebagaimana lebih mengarah pada seleksi isu dan penonjolan aspek tertentu dalam isu. Dalam konsepsi Entman, *Framing* pada dasarnya merujuk pada pemberian definisi, penjelasan, evaluasi, dan rekomendasi dalam suatu wacana untuk

menekankan kerangka berpikir tertentu terhadap wacana yang diwacanakan (Eriyanto, 2002: p.222).

Media adalah sarana atau alat bagaimana pesan dari komunikator ke komunikan (khalayak) media ketika melakukan sebuah konstruksi. Konstruksi atau bingkai media sebenarnya bertujuan untuk membuat individu memilih informasi yang ingin dilihatnya. Dari ungkapan tersebut sudah jelas bahwa pembingkai yang dilakukan media dengan melibatkan wartawan sebagai agen konstruksi bertujuan untuk mengarahkan opini publik. Kaum konstruksionis menganggap realitas itu bersifat subjektif. Realitas itu hadir karena dihadirkan oleh konsep subjektif wartawan. Realitas terciptas lewat konstruksi, sudut pandang tertentu dari wartawan.

2. Akun Instagram *Qonuun*

Instagram sebagai media *sharing* yang dapat memberikan inspirasi penggunaannya dan juga dapat meningkatkan kreatifitas. Alasan khalayak menggunakan Instagram sebagai salah satu akun media sosial yang dimilikinya adalah karena ingin mendapatkan informasi dan perhatian, meminta pendapat dan menumbuhkan citra positif.

Akun *qonuun* membentuk opini tentang tagar #2019BukanBapak yang dikemas dalam bentuk video *meme* Islami lewat media sosial Instagram. Setiap pemberitaan mengenai politik dengan menggunakan gerakan #2019BukanBapak memudahkan pembaca dalam memilah isu tersebut. Kebebasan media memberi ruang yang luas kepada publik untuk

mengetahui berbagai macam informasi atau peristiwa khususnya tentang perkembangan politik tentang tagar #2019BukanBapak menggunakan analisis teks media *framing*.

D. Sistematika Pembahasan

Peneliti membuat sistematika pembahasan agar penelitian yang dilakukan dapat dengan mudah dipahami isinya baik oleh peneliti sendiri serta pembaca, sistematika pembahasan tersebut terdiri dari:

BAB I : Pendahuluan. Bab ini berisi tentang latar belakang masalah penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II : Kajian Teori. Bab ini berisi terdiri dari kajian teoritik dan penelitian terdahulu.

BAB III : Metodologi Penelitian. Bab ini berisi tentang pendekatan dan jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, pemilihan subyek penelitian, tahap-tahap penelitian, teknik pengumpulan data, teknik pemeriksaan dan keabsahan data.

BAB IV : Temuan dan Pembahasan

BAB V : Penutup. Bab ini berisi tentang kesimpulan penelitian dan saran.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Konstruksi Realitas Sosial Media Massa

Pengertian konstruksi dalam kamus besar Bahasa Indonesia, diartikan sebagai susunan (model, tata letak) suatu bangunan atau susunan dan hubungan kata dalam kelompok kata. Sedangkan menurut kamus komunikasi, definisi konstruksi adalah suatu konsep, yakni abstraksi sebagai generalisasi dari hal-hal yang khusus, yang dapat diamati dan diukur (KBBI online, akses: 24 juli 2019).

Istilah konstruksi atas realitas sosial (*social construction of reality*) menjadi terkenal sejak diperkenalkan oleh Peter L Barger dan Thomas Luckman melalui bukunya yang berjudul *The Sosial Construction of Reality : A Treatise in the Sociological of Knowledge*. Menggambarkan proses sosial melalui tindakan dan interaksinya, di mana individu menciptakan secara terus menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami Bersama secara subyektif.

Berger dan Luckmann mulai menjelaskan realitas sosial dengan memisahkan pemahaman ‘kenyataan’ dan pengetahuan. Realitas diartikan sebagai kualitas yang terdapat di dalam realitas – realitas yang diakui sebagai memiliki keberadaan (being) yang tidak tergantung kepada kehendak kita sendiri. Sedangkan pengetahuan didefinisikan sebagai kepastian bahwa realitas-realitas itu nyata (real) dan memiliki karakteristik yang spesifik (Burhan, 2006: p.13).

Peter L Barger dan Thomas Luckman menggambarkan bahwa realitas sosial dikonstruksi melalui proses eksternalisasi, objektivasi dan internalisasi. Eksternalisasi merupakan usaha pencurahan atau ekspresi diri manusia ke

dalam dunia, baik dalam kegiatan mental maupun fisik. Objektivasi merupakan hasil yang telah dicapai baik mental maupun fisik dari kegiatan eksternalisasi manusia tersebut. Hasil dari eksternalisasi kebudayaan misalnya, manusia menciptakan alat demi kemudahan hidupnya atau kebudayaan non-materil dalam bentuk bahasa.

Internalisasi merupakan proses penyerapan kembali dunia objektif ke dalam kesadaran sedemikian rupa sehingga subjektif individu dipengaruhi oleh struktur dunia sosial (Puji, 2016: p.39) Berger dan Luckman mengatakan bahwa eksternalisasi adalah produk-produk sosial dari eksternalisasi manusia mempunyai suatu sifat yang sui generis dibandingkan dengan konteks organismis dan konteks lingkungannya. Tahap Eksternalisasi ini berlangsung ketika produk sosial tercipta di dalam masyarakat, kemudian individu mengeksternalisasikan (penyesuaian diri) ke dalam dunia sosio-kulturalnya sebagai bagian dari produk manusia (Burhan, 2006: p.16)

Tahap selanjutnya objektivasi. Individu melakukan objektivasi terhadap produk sosial, baik penciptanya maupun individu lain. Kondisi ini berlangsung tanpa harus mereka saling bertemu. Artinya objektivasi itu bisa terjadi melalui penyebaran opini sebuah produk sosial yang berkembang di masyarakat melalui diskursus opini masyarakat tentang produk sosial dan tanpa harus menjadi tatap muka antar individu dan pencipta produk sosial itu. Hal terpenting dari objektivasi adalah pembuatan signifikasi, yakni pembuatan tanda-tanda oleh manusia.

Menurut Berger dan Luckmann, sebuah tanda (*sign*) dapat dibedakan dari objektivasi-objektivasi lainnya, karena tujuannya yang eksplisit untuk digunakan

sebagai isyarat atau indeks bagi pemaknaan subyektif. Dengan demikian, obyektivasi juga dapat digunakan sebagai tanda, meskipun semula tidak dibuat untuk maksud itu. Internalisasi dalam arti umum merupakan dasar; pertama, bagi pemahaman mengenai 'sesama saya', yaitu pemahaman individu dan orang lain; kedua, bagi pemahaman mengenai dunia sebagai sesuatu yang maknawi dari kenyataan sosial (Burhan, 2006: p.19).

Realitas sosial yang dimaksud oleh Berger dan Luckmann ini terdiri dari realitas objektif, realitas simbolis, dan realitas subjektif. Realitas objektif adalah realitas yang terbentuk dari pengalaman di dunia objektif yang berada di luar diri individu, dan realitas ini dianggap sebagai kenyataan. Realitas simbolis merupakan ekspresi simbolis dari realitas objektif dalam berbagai bentuk. Sedangkan realitas subjektif adalah realitas yang terbentuk sebagai proses penyerapan kembali realitas objektif dan simbolis ke dalam individu melalui proses internalisasi. Menurut Berger dan Luckmann, Konstruksi sosial tidak berlangsung dalam ruang hampa, namun sarat dengan kepentingan-kepentingan (Burhan, 2006: p.196).

Pada kenyataannya saat ini, masyarakat semakin modern, begitu pun media massa. Teknologi informasi dan komunikasi semakin maju dan mempermudah manusia dalam berkomunikasi, teori dan pendekatan konstruksi sosial atas realitas Peter L Berger dan Luckmann tak mampu menjawab perubahan zaman karena masyarakat transisi modern di Amerika telah habis dan berubah menjadi masyarakat modern dan postmodern, demikian hubungan – hubungan sosial antara individu dengan kelompoknya, pimpinan dengan kelompoknya, orang tua

dengan anggota keluarganya menjadi sekunder-rasional. Dengan demikian, sifat dan kelebihan media massa telah memperbaiki kelemahan proses konstruksi sosial atas realitas yang berjalan lambat itu.

Substansi teori konstruksi sosial media massa adalah pada sirkulasi informasi yang cepat dan luas sehingga konstruksi sosial berlangsung dengan sangat cepat dan sebarannya merata. Realitas yang terkonstruksi itu juga membentuk opini massa, massa cenderung apriori dan opini massa cenderung sinis (Burhan, 2006: p.207). Opini publik sebagai proses yang menggabungkan pikiran, perasaan, dan usul yang diungkapkan oleh warga negara secara pribadi (Dan Nimmo, 2006: p.3).

Konstruksi sosial media massa adalah mengoreksi substansi kelemahan dan melengkapi “konstruksi sosial atas realitas”, dengan menempatkan seluruh kelebihan media massa dan efek media pada keunggulan konstruksi sosial media massa atas konstruksi sosial atas realitas.

1. Tahap Konstruksi Sosial Media Massa

Konten konstruksi sosial media massa dan proses kelahiran konstruksi sosial media massa melalui tahap-tahap sebagai berikut:

a. Tahap Menyiapkan Materi Konstruksi

Menyiapkan materi konstruksi sosial media massa adalah tugas redaksi media massa, tugas itu didistribusikan pada desk editor yang ada di setiap media massa. Masing-masing media memiliki desk yang berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan dan visi suatu media. Isu- isu penting setiap hari menjadi fokus media

massa, terutama yang berhubungan tiga hal, yaitu kedudukan (tahta), harta, dan perempuan. Ada tiga hal penting dalam penyiapan materi konstruksi sosial :

1) Keberpihakan Media Massa kepada Kapitalisme.

Sebagaimana diketahui, saat ini hampir tidak ada lagi media massa yang tidak dimiliki oleh kapitalis. Dalam arti, media massa digunakan oleh kekuatan-kekuatan kapital untuk menjadikan media massa sebagai mesin penciptaan uang dan pelibatkandaa modal. Dengan demikian, media massa tidak bedanya dengan supermarket, pabrik kertas, pabrik uranium, dan sebagainya. Semua elemen media massa, termasuk orang-orang media massa berpikir untuk melayani kapitalisnya, ideologi mereka adalah membuat media massa yang laku di masyarakat.

2) Keberpihakan Semu kepada Masyarakat.

Bentuk dari keberpihakan ini adalah dalam bentuk empati, simpati dan berbagai partisipasi kepada masyarakat, namun ujung-ujungnya adalah juga untuk "menjual berita" dan menaikkan rating untuk kepentingan kapitalis.

3) Keberpihakan kepada Kepentingan Umum.

Bentuk keberpihakan kepada kepentingan umum dalam arti sesungguhnya sebenarnya adalah visi setiap media massa, namun akhirakhir ini visi tersebut tak pernah menunjukkan jati dirinya, namun slogan-slogan tentang visi ini tetap terdengar. Jadi, dalam menyiapkan materi konstruksi, media massa memposisikan diri pada tiga hal tersebut di atas, namun pada umumnya keberpihakan kepada

kepentingan kapitalis menjadi sangat dominan mengingat media massa adalah mesin produksi kapitalis yang mau ataupun tidak harus menghasilkan keuntungan (Burhan, 2006: p.209-210).

Dengan demikianlah, apabila keberpihakan media massa pada masyarakat, maka sudah tentu keberpihakan itu harus menghasilkan uang untuk kapitalis pula.

b. Tahap Sebaran Konstruksi

Sebaran konstruksi media massa dilakukan melalui strategi media massa. Konsep konkret strategi sebaran media massa masing-masing media berbeda, namun prinsip utamanya adalah real-time. Media elektronik memiliki konsep realtime yang berbeda dengan media cetak.

Karena sifat sifatnya yang langsung (live), maka yang dimaksud dengan real-time oleh media elektronik adalah seketika disiarkan, seketika itu juga pemberitaan sampai ke pemirsa atau pendengar. Namun, bagi varian-varian media cetak, yang dimaksud dengan real time terdiri dari beberapa konsep hari, minggu, atau bulan seperti terbitan harian, terbitan mingguan, atau terbitan beberapa mingguan atau bulanan. Prinsip dasar dari sebaran konstruksi sosial media massa adalah semua informasi harus sampai pada pemirsa atau pembaca secepatnya dan setepatnya berdasarkan pada agenda media. apa yang dipandang penting oleh media, menjadi penting pula bagi pemirsa atau pembaca (Burhan, 2006: p.211)

c. Pembentukan Konstruksi Realitas

1) Tahap Pembentukan Konstruksi Realitas

Pembentukan konstruksi realitas melalui tiga tahap yang berlangsung secara generik. Pertama, konstruksi realitas membenaran, kedua,

kesediaan dikonstruksi oleh media massa, dan ketiga sebagai pilihan konsumtif.

Pertama, konstruksi realitas membenaran sebagai suatu bentuk konstruksi media massa yang terbentuk di masyarakat yang cenderung membenarkan apa saja yang ada (tersaji) di media massa sebagai suatu realitas kebenaran. Khalayak langsung percaya dengan apa yang disajikan pada media massa tanpa menyaring berita tersebut terlebih dahulu.

Kedua, kesediaan dikonstruksi oleh media massa, yaitu sikap generik dari tahap pertama. Bahwa pilihan orang untuk menjadi pembaca dan pemirsa media massa adalah karena pilihannya untuk bersedia pikiran-pikirannya dikonstruksi oleh media massa.

Ketiga, menjadikan konsumsi media massa sebagai pilihan konsumtif, di mana seseorang secara habit tergantung pada media massa. Media massa adalah bagian kebiasaan hidup yang tak bisa dilepaskan (Burhan, 2006: p.212)

2) Pembentukan Konstruksi Citra

Konstruksi citra yang dimaksud bisa berupa bagaimana konstruksi citra pada sebuah pemberitaan ataupun bagaimana konstruksi citra pada sebuah iklan. Konstruksi citra pada sebuah pemberitaan biasanya disiapkan oleh orang-orang yang bertugas di dalam redaksi media massa, mulai dari wartawan, editor, dan pimpinan redaksi. Sedangkan konstruksi

citra pada sebuah iklan biasanya disiapkan oleh para pembuat iklan, misalnya copywriter.

Pembentukan konstruksi citra adalah bangunan yang diinginkan oleh tahap konstruksi. Di mana bangunan konstruksi citra yang dibangun oleh media massa ini terbentuk dalam dua model, yakni model *good news* dan model *bad news*. Model *good news* adalah sebuah konstruksi yang cenderung mengkonstruksi suatu pemberitaan sebagai pemberitaan yang baik. Sedangkan model *bad news* adalah sebuah konstruksi yang cenderung mengkonstruksi kejelekan atau memberi citra buruk pada objek pemberitaan sehingga terkesan lebih jelek, lebih buruk, lebih jahat, dari sesungguhnya sifat jelek, buruk, dan jahat yang ada pada objek pemberitaan itu sendiri (Burhan, 2006: p.212)

d. Tahap Konfirmasi.

Konfirmasi adalah tahapan ketika media massa maupun pembaca dan pemirsa memberi argumentasi dan akuntabilitas terhadap pilihannya untuk terlibat dalam tahap pembentukan konstruksi. Bagi media, tahapan ini perlu sebagai bagian untuk memberi argumentasi terhadap alasan-alasannya konstruksi sosial, sedangkan bagi pemirsa dan pembaca, tahapan ini juga sebagai bagian untuk menjelaskan mengapa ia terlibat dan bersedia hadir dalam proses konstruksi sosial (Burhan, 2006: p.216)

2. Realitas Media: Realitas yang Dikonstruksi oleh Media Massa

Media massa pada hakikatnya adalah mengkonstruksikan realita yang ada.

Isi media adalah hasil para pekerja media mengkonstruksikan berbagai realitas yang dipilihnya, diantaranya realitas politik. Media massa telah mengkonstruksikan pemberitaan untuk ditampilkan pada khalayak. Realitas media adalah realitas yang dikonstruksi oleh media dalam dua model; pertama adalah model peta analog dan kedua adalah model refleksi realitas.

a. Model Peta Analog

Model peta analog yaitu model di mana realitas sosial dikonstruksi oleh media berdasarkan sebuah model analogi sebagaimana suatu realitas itu terjadi secara rasional.

b. Model Refleksi Realitas

Model refleksi realitas yaitu model yang merefleksikan suatu kehidupan yang terjadi dengan merefleksikan suatu kehidupan yang pernah terjadi di dalam masyarakat (Burhan, 2006: p.216-218).

Media massa terbagi menjadi dua yaitu media cetak dan elektronik. Media cetak yaitu sarana media massa yang dicetak dan diterbitkan secara berkala seperti surat kabar, majalah. Media elektronik adalah sarana media massa yang mempergunakan alat-alat elektronik modern, misalnya radio, televisi dan film.

Informasi sudah menjadi kebutuhan manusia yang penting untuk mencapai tujuan. Melalui informasi dari media massa, khalayak dapat mengetahui peristiwa yang terjadi di sekitarnya, memperluas cakrawala pengetahuannya, sekaligus memahami kedudukan serta perannya dalam masyarakat.

Perkembangan media massa sebagai sarana informasi di Indonesia, tidak terlepas dari jalannya perkembangan dan perubahan zaman di segala sektor

kehidupan masyarakat. Kecenderungan misi media massa yang ditujukan untuk mendukung dan mengkritisi perubahan, menempatkan media massa pada posisi terpenting.

Media massa, pada hakikatnya berupaya memotivasi masyarakat untuk berpartisipasi aktif dan kritis dalam menyoroiti berbagai persoalan di masyarakat. Pers menjadi mediator antara pemerintah dengan masyarakat. Pers menjadi agen pembaruan dalam segala kompleksitasnya yang berorientasi pada kebenaran (Wawan, 2008: p.11).

Sebelum mengakses informasi media massa, khalayak perlu mengidentifikasi media massa untuk menghubungkan dengan kebutuhan dan kepentingan pribadi dalam mengakses media massa. Oleh karena itu, setiap media massa memiliki karakteristik tersendiri. Adapun karakteristik media massa antara lain :

- a. Bersifat melembaga, artinya pihak yang mengelola media terdiri dari banyak orang, yakni mulai dari pengumpulan, pengelolaan sampai pada penyajian informasi.
- b. Bersifat satu arah, artinya komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjadinya dialog antara pengirim dan penerima. Kalaupun terjadi reaksi atau umpan balik, biasanya memerlukan waktu dan tertunda.
- c. Meluas dan serempak, artinya dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak karena memiliki kecepatan.

- d. Bersifat terbuka, artinya pesannya dapat diterima oleh siapa saja dan dimana saja tanpa mengenal usia, jenis kelamin, dan suku bangsa (Apriadi, 2013: p.41)

B. Instagram

Instagram secara sederhana dapat didefinisikan sebagai aplikasi mobile berbasis iOS, Android dan Windows Phone dimana pengguna dapat membidik, meng-*edit* dan mem-*posting* foto atau video ke halaman utama Instagram dan jejaring sosial lainnya. Foto atau video yang dibagikan nantinya akan terpampang di *feed* pengguna lain yang menjadi *follower* anda. Sistem pertemanan di instagram menggunakan istilah *following* dan *follower*. *Following* berarti anda mengikuti pengguna, sedangkan *follower* berarti pengguna lain yang mengikuti anda. Selanjutnya, setiap pengguna dapat berinteraksi dengan cara memberikan komentar dan memberikan respon suka terhadap foto yang dibagikan.

Instagram awalnya dikembangkan oleh *startup* bernama Burbn, Inc yang dimotori oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger. Di tangan keduanya instagram sukses membuat raksasa jejaring sosial Facebook bertekuk lutut sehingga membelinya seharga \$1 miliar, akuisisi itu terjadi pada 9 April 2012. (Skripsi Ali Ma'ruf, 2017: p.28).

Instagram adalah tampilan antar mukanya yang sangat sederhana dan mudah dimengerti. Sehingga orang awam pun akan mudah menelusuri tiap menunya. Kesederhanaan dan tampilan cantik ini adalah salah satu resep sukses Intagram. Aplikasi ini hanya punya lima menu utama yang semuanya terletak di bagian

bawah yaitu : *Home Page, Popular, Take Photo, News Feed* dan *Profile*.
(Bambang, 2012: p.28)

Instagram disukai karena kemudahan dan kecepatannya dalam berbagi foto ditambah beberapa filter bergaya retro yang menarik. Instagram memberikan cara baru berkomunikasi di jejaring sosial melalui foto. (Bambang, 2012: p.16). Dalam hal ini, Instagram bersifat *real time*. Hampir setiap detik terus ribuan bahkan jutaan foto disebar. Instagram dapat diakses setiap waktu, bisa setiap waktu sesuai kehendak pengguna akun. Mengembangkan sebuah jejaring yang tidak terbatas, dapat menyebarkan ide dan gagasan, sebagai sarana aktualisasi diri. Berbeda dengan situs jejaring sosial lainnya, Instagram memiliki kekuatan sebagai berikut :

- a) *Take photo dan video* atau Posting adalah tools untuk mengambil gambar atau video dari galeri *handphone* kita maupun langsung.
- b) *Comment* adalah memberi tanggapan atas kiriman kita atau kita memberi tanggapan atas kiriman orang lain.
- c) *Caption* berfungsi layaknya deskripsi.
- d) *Hashtag* adalah sebuah label (tag) berupa kata yang diberi awalan simbol bertanda pagar (#) yang berfungsi untuk mengelompokkan foto dalam satu label. Agar lebih mudah dicari dan ditemukan.
- e) *Tag* adalah mencantumkan atau meandai teman atau akun lain dalam sebuah posting atau kiriman.
- f) *Mention* adalah fitur yang memungkinkan untuk memanggil pengguna lain untuk saling menyapa atau memanggil.

g) *Collection* adalah fitur yang memungkinkan untuk menandai sekaligus menyimpan foto dari akun lain, sehingga memungkinkan kita dengan mudah mengakses foto tersebut kembali.

Fitur Instagram diakses belum mencakup semua fitur dari Instagram. Fitur di atas adalah fitur yang paling sering digunakan akun Qonoon, hal itu agar peneliti lebih terfokus pada fitur-fitur yang menonjol atau sering digunakan dalam mengunggah konten ke dalam jaringan Instagram yang berisikan tentang berbagai macam informasi, atau juga konten-konten yang digunakan untuk berinteraksi antar sesama pengguna Instagram itu sendiri. Hadirnya Instagram sebagai media atau juga perantara antar komunikator dengan komunikan, konsep pertukaran informasi bisa lebih kuat. Media yang digunakan untuk menyampaikan pesan sudah ditentukan dengan tujuan agar lebih fokus.

Dengan fokus kepada Instagram disertai dengan fitur-fiturnya, akan memudahkan peneliti untuk mendapatkan data yang diinginkan. Juga sebagai salah satu cara untuk meningkatkan hasil penelitian ini sendiri. Pemanfaatan fitur juga dipandang sebagai salah satu cara untuk bertukar informasi antar pengguna Instagram itu sendiri. Sebagai contoh, apabila sebuah unggahan dalam caption diberi hashtag #qonoon, ruang lingkup dari interaksi yang dilakukan tentang Qonoon tersebut. Atau juga sebuah akun bisa berinteraksi dengan akun pengguna yang telah diikutinya.

C. *Meme* Islami

Meme merupakan kata yang dipopulerkan oleh Richard Dawkins yang digunakannya untuk menceritakan bagaimana prinsip Darwinian untuk

menjelaskan penyebaran ide ataupun fenomena budaya. Richard Brodie mengembangkan teori ini dalam penelitiannya *Virus of The Mind : The New Science of The Meme* yang menyebutkan bahwa *meme* adalah suatu unit informasi yang tersimpan di benak seseorang, yang mempengaruhi kejadian di lingkungannya sedemikian rupa sehingga tertular luas di benak orang lain.

Pengertian tersebut dapat membawa kita pada kesimpulan bahwa *meme* merupakan suatu informasi yang berupa, ide, ideologi, gambar, musik, video maupun susunan kata serta *hashtag* yang menjadi populer karena tersebar begitu cepat an mampu mendiami benak masyarakat selayaknya virus.

Limor Shifman dalam buku Etnografi Virtual karya Rulli Nasrullah menjelaskan lebih lugas tentang pengertian *meme*.

(1) *a group of digital items sharing common characteristic of content, form, and/or stance, whice (2) were created with a warneses of each other, and (3) were circulated, imitated, and/or transformed via the internet by many users.*

(2) Kelompok unsur digital yang berbagi karakteristik umum dari konten, bentuk, dan/atau sikap, yang (2) dimana dibuat dengan kesadaran satu sama lain, dan (3) diedarkan. Ditiru, dan/atau diubah melalui internet oleh banyak pengguna.

Riset yang dilakukan oleh Limor menunjukkan bahwa *meme* menjadi viral karena beberapa alasan. Pertama, ada nilai positif dalam sindiran yang terkandung dalam *meme* dan nilai itu disampaikan secara humor atau candaan yang ada kecenderungan tidak menyinggung secara langsung kepada pembacanya. Kedua,

visual *meme* kadang memberikan respon, baik positif maupun negatif. Ketiga, aspek viral dari *meme* kadang memberikan provokasi kepada pembaca. Secara sederhana dan jelas. Keempat, melibatkan atas kredibilitas dan figur publik memberikan dorongan viral terhadap *meme*. Kelima, posisi atau *positioning* dari *meme* yang diunggah terkait dengan konteks yang tengah marak di masyarakat. Jika teks *meme* mewakili konteks yang ramai dibicarakan di dunia *offline*, penyebaran *meme* tersebut pun akan semakin ramai di dunia *online*. Keenam, partisipasi (*participation*) dari pengguna media *online* dalam menyebarkan, membicarakan, dan memproduksi ulang *meme*.

Dawkins juga memberi contoh *meme*, yaitu nada, kaitan dari susunan kata, kepercayaan, gaya berpakaian dan perkembangan teknologi. Teori *mem* menjelaskan bahwa *meme* berkembang dengan cara seleksi alam. Melalui proses variasi, mutasi, kompetisi, dan warisan budaya yang mana memengaruhi kesuksesan reproduksi di setiap individu. Dengan demikian, *meme* menyebar dan (untuk tujuan yang lebih baik bahkan lebih buruk) akan bermutasi “Ilmuan memetika mempunyai pendapat bahwa *meme* yang mempunyai ketahanan terbaik akan menyebar dengan efektif dan memengaruhi si objek (seorang individu). (akses 2 maret 2019).

Munculnya *meme* tidak hanya dilihat dari segi bentuk baru ekspresi khalayak semata, tetapi juga menjadi bentuk baru dalam seni (*art*, menjadi artefak budaya, dan ia adalah komoditas konten yang diproduksi-dikonsumsi).

Sebagai manifestasi, *meme* merupakan kultur yang dapat diamati dan sebagai fenomena eksternal. Sebuah objek yang ada di visual *meme* merupakan

manifestasi atau gambaran dari apa yang sedang terjadi serta merupakan realitas *offline*. Visual *meme* dapat diindikasikan sebagai segala sesuatu, partikel nyata terkait waktu dan tempat yang terhubung dengan realitas. Oleh sebab itu, *meme* merupakan kebiasaan yang diadakan oleh pengguna internet dalam mengungkapkan ekspresi atau emosinya, baik menggunakan *meme* yang sudah beredar di *online* maupun kreasi sendiri dengan bantuan teknologi kemudian diunggah di media sosial.

Meme Islami merupakan sebuah tulisan atau gambar atau foto yang dibuat berdasarkan kreatifitas seseorang yang membuat *meme* tersebut dengan tujuan dasarnya untuk menghibur. Namun perkembangannya *meme* dari waktu ke waktu sudah beragam manfaatnya, dapat dijadikan sebuah opini masyarakat tentang sesuatu, memberikan unsur pendidikan, bahkan dapat menjadi senjata untuk mempropaganda sesuatu lewat olokan dan sindiran-sindiran dengan tujuan menyebarkan pesan-pesan dan memiliki keinginan untuk merubah sikap dan pendapat dari orang lain. (Skripsi Ryan Alamsyah, 2018: p.37).

Ekspresi atau cerita yang ditunjukkan dalam *meme* menegaskan bahwa di media sosial memungkinkan pengguna untuk membuat konten yang baru yang melibatkan teknologi di dalamnya. Ekspresi ini bisa berupa penggunaan wajah seseorang atau binatang dan bisa juga berupa kartun yang dikombinasikan dengan kata-kata atau kalimat tertentu sebagai satire atau sindiran. (Rulli Nasrullah, 2017: p.114).

Meme merupakan sebuah simbol atau lambang wujud dari hasil kreatifitas maupun curahan hati seorang penulis yang coba disampaikan pada khalayak,

menurut Prof. Dukyer sebagaimana dikutip oleh Santoso “lambang digunakan untuk mempengaruhi perasaan atau pikiran manusia sedemikian rupa”. *Meme* digunakan sebagai media tabligh bagi kalangan muslim yang disebut *meme* Islami. Karena sifat *meme* yang berada di media sosial, maka tidak terikat apapun siapa yang harus menulis *meme* Islami dengan catatan isi *meme* tersebut harus sesuai dengan keterangan yang ada di ajaran agama Islam. Transformasi *meme* dengan isi yang beragam membuat *meme* Islami harus terus ada dan di kembangkan dengan tujuan memberikan pesan yang mengajak kepada kebaikan sebagai pengingat bagi sesama muslim maupun seluruh umat manusia. (Skripsi Ryan Alamsyah, 2018: p.37).

Sementara itu, menurut Fabian Tridananto *meme* Islami merujuk pengertian dari *meme* itu sendiri, adalah ide atau perilaku yang menyebar secara viral dari satu orang ke orang lainnya. Maka akun Qonun memilih instagram sebagai platform konten kreatornya yang bertujuan untuk menyebar ide, perilaku dan untuk menjelaskan sebuah permasalahan yang telah memiliki gambaran yang jelas, dan bermaksud menggali lebih dalam. Mencoba mencari tahu secara akurat mengenai satu topik masalah, menghubungkan topik-topik yang berbeda namun memiliki keterkaitan.

Komputer maupun gadget merupakan bagian dari komunikasi penting bagi semua manusia, adanya media sosial khususnya instagram membuat komunikasi menjadi mudah baik mengirim pesan, foto dan lain-lain. Sehingga perkembangan *meme* di Indonesia sangat lancar dan diterima baik oleh masyarakat dengan tujuan ada hiburan ketika membacanya. Meskipun *meme* bukan berasal dari Indonesia,

meme yang dijadikan sebagai media penyampai pesan kebaikan begitu besar peluangnya mengingat ruang lingkungannya adalah dunia maya, maka penyebarluasan *meme* akan sangat cepat dengan dibantu pula oleh beberapa blog di internet yang memfokuskan pada pembuatan *meme* seperti Sahabat Islami.

Efektifitas tabligh di media sosial internet atau *cyberspace* cukup efektif setidaknya dalam hal penyampaian pesan yang bersifat interaktif dan simbolik. Dakwah melalui media sosial dengan pesan yang dipakai adalah *meme*, dapat diterima oleh semua golongan namun terbatas pada lingkungan, persebaran yang dilakukan hanya berbasis jaringan internet sehingga kaum-kaum minoritas yang khususnya belum mengetahui media sosial akan sulit terjangkau. Namun di era modernisasi sekarang sudah bukan hal yang mustahil lagi dikarenakan kebanyakan kaum muda sudah tahu dan memiliki akun media sosial masing-masing. (skripsi Ryan Alamsyah, 2018: p.38)

Dengan berbagai potensinya, internet dapat dipandang sebagai salah satu andalan bagi umat Islam untuk bersaing dalam pertempuran wacana pada tingkat global. Mengenai hal ini, seorang kawan penulis pernah berkomentar, “umat Islam boleh saja tertinggal dalam pengawasan media massa, semacam televisi dan surat kabar, tapi tidak demikian jika melihat perkembangan Islam dalam bentuk kajian ataupun komunitas di internet. (Fakhruroji, 2017: p.130)

Meme Islami hadir sebagai bagian terobosan dari penyebaran ajaran Islam yaitu sebagai media untuk bertabligh, bahasa yang ringan, lebih dapat diterima dan diperhatikan oleh pengguna media sosial khususnya instagram. *Meme* Islami setidaknya mampu mempengaruhi sifat psikologis pengguna instagram atau lebih

umumnya yang membaca *meme* Islami termotivasi untuk bisa menjalankan kehidupan sebaik-baiknya di media sosial khususnya instagram.

Realitas *online* ini menunjukkan bahwa *meme* dalam cara visualnya tersendiri merupakan cerminan realitas yang ideal ditengah masyarakat. *Meme* juga menjadi mediun untuk menyampaikan pesan secara *online*. Bahasa *meme* memang berbeda dengan bahasa-bahasa yang muncul di internet. Ini menunjukkan bahwa ada bahasa visual secara *online* yang menurut Richard Dawkins, dan bisa mewakili keinginan entitas yang dalam hal ini adalah pengguna internet. (Rulli Nasrullah, 2017: p.126).

Aspek valensi yakni berkenaan dengan menyenangkan atau tidak cara pemeberitaan bagi suatu peristiwa. Setelah media menentukan agendanya, opini publik di masyarakat terbentuk berdasarkan agenda tersebut. Media massa disebut sebagai alat komunikasi yang memiliki pengaruh besar untuk membentuk opini publik. Media massa membentuk agenda, kemudian menonjolkan isu-isu tertentu dan membingkai pesan dengan satu tujuan yakni membentuk opini publik. (Arifin (dalam Tamburaka, 2012: p.103), menyebutkan opini publik paling tidak memiliki tiga unsur yaitu :

1. Harus ada isu peristiwa atau kata-kata penting dan menyangkut kepentingan umum yang disiarkan oleh media massa.
2. Harus ada sejumlah orang yang mendiskusikan isu tersebut dan menghasilkan kata sepakat, mengenai sikap dan pendapat mereka.
3. Pendapat mereka itu harus diekspresikan atau dinyatakan dalam bentuk lisan, tertulis, dan gerak-gerik.

Baik media *online* maupun media konvensional atau bahkan media massa lainnya, memiliki agenda tersendiri dalam memberikan informasi untuk menjadi opini publik. Meskipun informasi yang disampaikan merupakan bentuk dari konstruksi realitas yang dibangun dari sebuah ideologi. Masyarakat yang dianggap memiliki keterbutuhan terhadap informasi haruslah memahami bahwa pemberitaan yang disajikan tidak terlihat sebagaimana adanya, melainkan terdapat penonjolan-penonjolan isu yang memiliki alokasi lebih besar di dalam sebuah berita ketimbang isu lainnya. Hal inilah yang perlu menjadi perhatian dari para pembaca, untuk memaknai berita secara lebih kritis.

D. Konseptualisasi Analisis Framing Robert N Entman

Paradigma konsep analisis *framing* ini memandang realitas kehidupan sosial bukanlah realitas yang natural, tetapi hasil dari konstruksi. Karenanya, konsentrasi analisis pada paradigma konstruksionis adalah menemukan bagaimana peristiwa atau realitas tersebut dikonstruksi, dengan cara apa konstruksi itu dibentuk. Dalam studi komunikasi, paradigma konstruksionis ini seringkali disebut sebagai paradigma produksi dan pertukaran makna (Eriyanto, 2002: p.43).

Pada dasarnya, analisis *framing* adalah versi terbaru dari pendekatan analisis wacana, khususnya untuk menganalisis teks media. Gagasan mengenai *framing* pertama kali dilontarkan oleh Beterson tahun 1995. Mulanya, *frame* dimaknai sebagai struktur konseptual atau perangkat kepercayaan yang mengorganisir pandangan politik, kebijakan dan wacana serta menyediakan kategori-kategori standar untuk mengapresiasi realitas. Konsep ini kemudian dikembangkan lebih jauh oleh Goffman pada tahun 1974, yang mengandaikan

frame sebagai kepingan-kepingan perilaku (*strips of behavior*) yang membimbing individu dalam membaca realitas (Sobur, 2006: p.162)

Dalam konsep komunikasi, *framing* digunakan untuk membedah sebuah berita yang ditampilkan oleh media massa dengan melihat isu-isu apa saja yang ditonjolkan dan tidak digunakan atau dibuang. Dengan cara itu, dapat dilihat keberpihakan media massa dalam menyampaikan berita.

Analisis *framing* digunakan untuk membedah cara-cara atau ideologi media saat mengkonstruksi fakta. Analisis ini mencermati strategi seleksi, penonjolan dan pertautan fakta ke dalam berita agar lebih bermakna, lebih menarik, lebih berarti atau diingat untuk menggiring interpretasi khalayak sesuai perpektifnya. Dengan kata lain, *Framing* adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita (Sobur, 2002: p.162).

Konsep framing oleh Robert N Entman, digunakan untuk “menggambarkan proses seleksi dan menonjolkan aspek tertentu dari realitas oleh media” (Eriyanto, 2002: p.220). Framing dapat dipandang sebagai penempatan informasi dalam konteks yang khas, sehingga isu tertentu mendapatkan alokasi lebih besar daripada isu yang lain.

Framing memberi tekanan pada bagaimana teks komunikasi ditampilkan dan bagian mana yang ditonjolkan atau dianggap penting oleh pembuat teks. Kata penonjolan itu sendiri dapat didefinisikan : membuat informasi lebih terlihat jelas, lebih bermakna atau lebih mudah diingat khalayak, lebih terasa dan tersimpan dalam memori dibandingkan dengan yang disajikan secara biasa.

Konsepsi Entman, framing pada dasarnya merujuk pada pemberian definisi, penjelasan, evaluasi, dan rekomendasi dalam suatu wacana untuk menekankan kerangka berpikir tertentu terhadap wacana yang diwacanakan. *Frame* berita timbul dalam dua level. Pertama, konsepsi mental digunakan untuk memproses informasi dan sebagai karakteristik dari teks berita. Kedua, perangkat spesifik arti narasi berita yang dipakai untuk membangun pengertian mengenai peristiwa. *Frame* berita dibentuk dari kata kunci, metafora, konsep, symbol, citra yang ada dalam narasi berita. Karenanya, *frame* dapat dideteksi dan diselidiki dari kata dan gambar itu ditekankan dalam teks sehingga lebih menonjol dibandingkan bagian lain dalam teks (Eriyanto, 2002: p.224).

Dalam model Entman, dalam membingkai sebuah berita memiliki empat elemen yaitu:

1. *Define problems* (pendefinisian masalah) adalah elemen yang pertama kali dapat dilihat mengenai framing. Ini merupakan master frame atau bingkai yang paling utama. Ia menekankan bagaimana peristiwa dipahami oleh wartawan. Ketika ada masalah atau peristiwa, bagaimana peristiwa atau isu tersebut dipahami. Peristiwa yang sama bisa dipahami secara berbeda menyebabkan realitas bentukan yang berbeda.

2. *Diagnose causes* (Memperkirakan penyebab masalah), merupakan elemen framing untuk membingkai siapa yang dianggap sebagai aktor dari suatu peristiwa. Penyebab di sini bisa berarti apa (what), tetapi bisa juga berarti siapa (who). Bagaimana peristiwa dipahami, tentu saja menentukan apa dan siapa yang dianggap sebagai sumber masalah. Karena itu, masalah yang dipahami secara

berbeda, penyebab masalah secara tidak langsung juga akan dipahami berbeda pula.

3. *Make moral judgement* (membuat pilihan moral) adalah elemen framing yang dipakai untuk membenarkan atau memberi argumentasi pada pendefinisian masalah yang sudah dibuat. Ketika masalah sudah didefinisikan, penyebab masalah sudah ditentukan, dibutuhkan sebuah argumentasi yang kuat untuk mendukung gagasan tersebut. Gagasan yang dikutip berhubungan dengan sesuatu yang familiar dan dikenal oleh khalayak.

4. *Treatment recommendation* (menekankan penyelesaian). Elemen ini digunakan untuk menilai apa yang dikehendaki oleh wartawan. Jalan apa yang dipilih untuk menyelesaikan masalah. Penyelesaian itu tentu saja sangat tergantung bagaimana peristiwa itu dilihat dan siapa yang dipandang sebagai penyebab masalah (Eriyanto, 2002: p.227).

D. Berita Dalam Pandangan Islam

Berita merupakan konstruksi yang dilakukan oleh wartawan maupun media massa. Dalam konteks media massa, pesan-pesan komunikasi hendaknya mudah dipahami oleh khalayak yang terdiri atas pengalaman dan pengetahuan yang berdeda-beda. Al-Qur'an telah menjelaskan sebaiknya kita memberi informasi dengan perkataan yang benar. Proses komunikasi dalam pertukaran informasi dengan mengandung unsur yang dapat dipercaya dan benar.

Hal ini terdapat dalam Al-Qur'an surat Al-Ahzab ayat 70 ;

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَفُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Terjemahnya :

Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan Katakanlah perkataan yang benar. (Q.S. Al.Ahzab ayat 70)

Ayat diatas menjelaskan bahwa pesan komunikasi hendaknya disampaikan secara jelas dan mengandung unsur kebenaran. Informasi yang benar akan memberi kejelasan, menambah wawasan serta pengetahuan kepada khalayak untuk mengetahuinya.

Media massa dalam pembuatan menkonstruksi informasi untuk khalayak terdapat maksud dan tujuan tertentu. Jika kita mendapatkan suatu informasi juga hendaknya diteliti dan dicermati terlebih dahulu jangan langsung percaya. Kita sebaiknya menyaringnya terlebih dahulu. Sebagaimana diterangkan dalam Q.S Al-Hujurat ayat 6 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصِحُّوا عَلَىٰ
مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

Terjemahnya :

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.

Dalam ayat diatas menjelaskan bahwa telitilah berita itu dengan cermat, tidak tergesa-gesa menghukumi perkara dan tidak meremehkan urusan sehingga benar-benar menghasilkan keputusan yang benar.

F. Kajian Terdahulu

Dalam penelitian ini ada beberapa penelitian yang relevan. Diantaranya:

Konstruksi Pemberitaan Gerakan #2019Gantipresiden yang ditulis oleh Siti Pratiwi dalam penelitiannya adalah tentang menganalisis perbandingan konstruksi pemberitaan pada media berita online Detik.com dan Kompas.com, melihat bagaimana cara masing-masing kedua media online tersebut membingkai pemberitaan tersebut.

Konstruksi Pemberitaan 100 Hari Pemerintahan Joko Widodo-Jusuf Kalla dalam Perspektif Jurnalisme Islam dalam penelitiannya mengungkap pengaruh ideologi dalam mengkonstruksi pemberitaan media menurut perspektif jurnalisme Islam.

Analisis Etnografi Virtual Meme Islami di Instagram Memecomik.Islam yang ditulis oleh Ryan Alamsyah dalam penelitiannya tentang analisis level-level media siber, konsep ini memberikan arahan secara tradisional tentang aspek-aspek sosial dari realitas yang ada di internet dengan melihat atau melibatkan fitur-fitur teknologi.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, memusatkan perhatian pada prinsip-prinsip umum yang mendasari perwujudan sebuah makna dari gejala-gejala sosial di masyarakat. Objek analisis dalam pendekatan kualitatif adalah makna dari gejala-gejala sosial dan budaya dengan menggunakan kebudayaan dari masyarakat bersangkutan untuk memperoleh gambaran mengenai kategorisasi tertentu, (Bungin, 2006: p.302). dan penelitian ini bersifat kualitatif dalam pelaksanaannya lebih dilakukan pada pemaknaan teks.

Analisis ini tidak digunakan untuk mencari data frekuensi, akan tetapi untuk menganalisis dari data yang tampak, maka analisis ini digunakan untuk memahami fakta dan bukan untuk menjelaskan fakta tersebut.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian analisis teks media framing. analisis *framing* model Robert N Entman untuk melihat proses seleksi dan penonjolan aspek tertentu dari realitas oleh media. *Framing* adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menseleksi isu dan menulis berita (Eriyanto, 2002: p.79).

Peneliti menggunakan analisis *framing* pemberitaan tentang popularitas #2019BukanBapak pada media sosial Instagram *qonuun* sebagai landasan untuk menganalisis *framing* pemberitaan yang dikemas dalam bentuk video tersebut.

B. Waktu Penelitian

Waktu yang diperlukan untuk penelitian ini kurang lebih 4 Bulan, yaitu dari pengajuan judul sampai penulisan laporan penelitian. Lamanya waktu penelitian terhitung Bulan Juli – September. Konten video *qonuun* berisi konten politik, hijrah dan nasihat, peneliti mengambil tentang konten politik terkait menjelang pilpres 2019 dimulai postingan Bulan Januari sampai April dimana munculnya postingan-postingan terkait masa menjelang pilpres 2019. Dalam penelitian ini, peneliti tidak memiliki lokasi fisik dikarenakan objek yang diteliti berupa video.

C. Pemilihan Subyek Penelitian

Subjek yang akan diteliti adalah konten kreator berupa video *meme* Islami di Instagram *qonuun* dalam postingan tagar #2019BukanBapak. Objek penelitiannya adalah cara pembingkai video berita tersebut.

D. Tahap-Tahap Penelitian

Tahapan yang akan dilakukan antara lain dengan menonton keseluruhan postingan video terkait masa menjelang pilpres 2019 secara utuh untuk dapat memahami videonya. Selanjutnya menganalisis video sesuai dengan perangkat analisis yang digunakan lalu menguraikannya. Hingga nanti diakhir penelitian memberikan kesimpulan dari hasil analisis yang didapatkan.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Pengamatan observasi adalah alat pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati secara sistematis gejala-gejala yang diselidiki. Observasi dilakukan untuk mengamati data teks. Dalam hal

ini berbentuk dialog, gambar, musik, animasi, dalam video tayangan tersebut. Dari observasi dapat diperoleh data yang lebih jelas tentang masalahnya dan mungkin petunjuk-petunjuk tentang memecahkannya. Metode observasi ini digunakan untuk mendapatkan data atau informasi tentang video-video di Instagram akun *qonuun*.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah setiap catatan tertulis tentang berbagai kegiatan atau peristiwa pada waktu yang lalu. Dokumen dapat digunakan dalam penelitian sebagai sumber data karena dalam banyak hal dokumen sebagai sumber data yang dimanfaatkan untuk menguji, menafsirkan bahkan untuk meramalkan dan dokumen juga merupakan keperluan peneliti, karena alasan-alasan yang dapat dipertanggungjawabkan sebagai berikut :

- a. Dokumen digunakan karena merupakan sumber yang stabil, kaya dan mendorong.
- b. Sebagai bukti untuk suatu pengujian.
- c. Dokumen berguna sesuai dengan penelitian kualitatif karena sifatnya yang alamiah, sesuai dengan konteks, dan berada pada konteks.
- d. Dokumen harus dicari dan ditemukan.
- e. Hasil pengkajian isi akan membuka kesempatan untuk lebih memperluas tubuh pengetahuan terhadap sesuatu yang diselidiki. (Moleong, 2010: p.216-217)

Dalam mendapatkan dokumentasi yang berupa Video-video yang berisikan tentang isu politik menjelang pilpres 2019 peneliti mengunduh (download) video berjudul #2019BukanBapak di Instagram *qonuun* tersebut, sehingga peneliti bisa melanjutkan penelitian yang akan peneliti teliti setelah mendapatkan dokumen utama.

F. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif pada dasarnya analisis data menggunakan pemikiran logis, dengan inklusi, deduksi, analogi dan sejenisnya, artinya tulisan dalam terperinci kemudian di reduksi. Dan di rangkum dan difokuskan hal-hal yang penting saja berdasarkan tujuan penelitian ini difokuskan hanya pada aspek *framing*. (Fuadi, 2018: p.51)

Analisis kualitatif menggunakan pendekatan logika induktif, di mana silogisme dibangun berdasarkan pada hal-hal khusus atau data di lapangan dan bermuara pada hal-hal umum. Dengan demikian pendekatan kualitatif menggunakan logika berpikir piramida terbalik (Burhan, 2006: p.312).

Teknik analisis yang akan digunakan peneliti yaitu analisis teks media framing. Analisis teks media framing merupakan versi terbaru dalam pendekatan analisis wacana. Dalam perspektif komunikasi, analisis framing dipakai untuk membedah cara-cara atau ideologi media dalam mengkonstruksi fakta.

Menggunakan analisis *framing* model Robert N Entman. Entman melihat framing dalam dua dimensi besar yaitu seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek aspek tertentu dari realitas atau isu. Penonjolan adalah proses membuat

informasi menjadi lebih bermakna, lebih menarik, berarti, atau lebih diingat oleh khalayak.

Realitas yang disajikan secara menonjol atau mempunyai kemungkinan lebih besar untuk diperhatikan dan mempengaruhi khalayak dalam memahami suatu realitas (Eriyanto, 2002: p.221).

Dalam model Entman, dalam membingkai sebuah berita memiliki empat elemen yaitu:

1. *Define problems* (pendefinisian masalah) adalah elemen yang pertama kali dapat kita lihat mengenai framing. Ini merupakan master frame atau bingkai yang paling utama. Menekankan bagaimana peristiwa dipahami oleh wartawan. Bagaimana peristiwa atau isu tersebut dipahami ketika terjadi masalah. Peristiwa yang sama bisa dipahami secara berbeda dan bingkai berbeda ini menyebabkan realitas bentukan yang berbeda.

2. *Diagnose causes* (Memperkirakan penyebab masalah), merupakan elemen framing untuk membingkai siapa yang dianggap sebagai aktor dari suatu peristiwa. Penyebab di sini bisa berarti apa (what), tetapi bisa juga berarti siapa (who). Bagaimana peristiwa dipahami, tentu saja menentukan apa dan siapa yang dianggap sebagai sumber masalah. Karena itu, masalah yang dipahami secara berbeda, penyebab masalah secara tidak langsung juga akan dipahami berbeda pula.

3. *Make moral judgement* (membuat pilihan moral) adalah elemen framing yang dipakai untuk membenarkan atau memberi argumentasi pada pendefinisian masalah yang sudah dibuat. Ketika masalah sudah didefinisikan, penyebab

masalah sudah ditentukan, dibutuhkan sebuah argumentasi yang kuat untuk mendukung gagasan tersebut.

4. *Treatment recommendation* (menekankan penyelesaian). Elemen ini digunakan untuk menilai apa yang dikehendaki oleh wartawan. Jalan apa yang dipilih untuk menyelesaikan masalah. Penyelesaian itu tentu saja sangat tergantung bagaimana peristiwa itu dilihat dan siapa yang dipandang sebagai penyebab masalah (Eriyanto, 2002: p.225-227)

G. Teknik Keabsahan Data

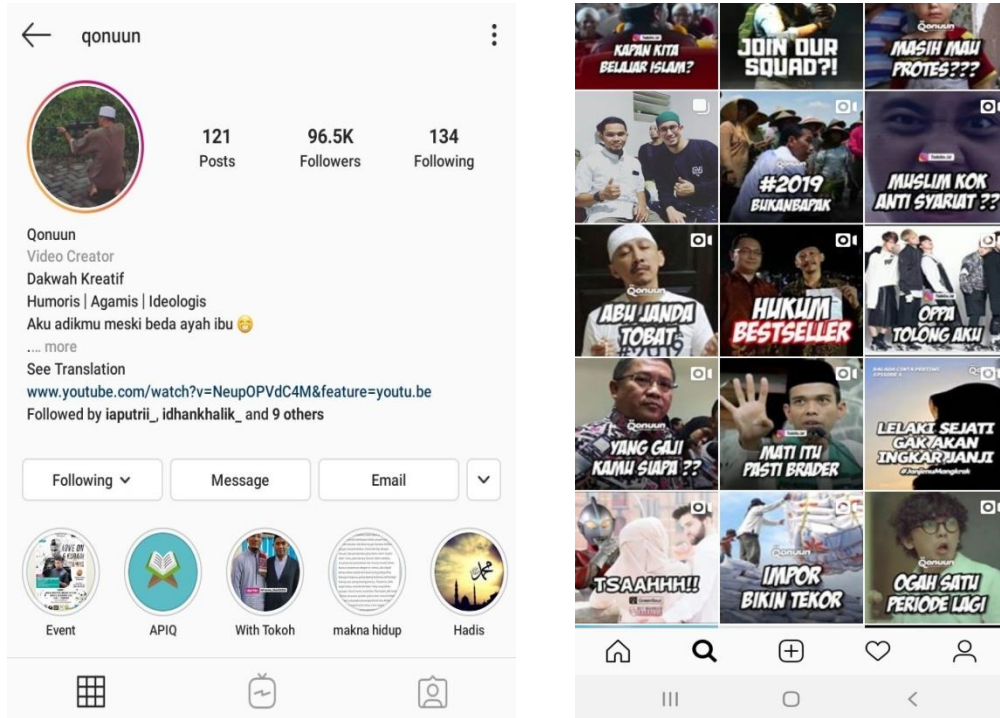
Untuk memperoleh datanya, peneliti mengobservasi untuk mengamati data teks. Dalam hal ini peneliti meneliti dialog, gambar, musik, animasi, dalam video tayangan video tersebut sebagai data primer atau sasaran utama dalam analisis, tanpa melakukan wawancara. Dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sebagai teknik keabsahan data.

Menurut Sugiyono (2013: p.330) triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan data dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber daya yang telah ada. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi teori (*theory triangulation*) dengan penggunaan perspektif untuk menafsirkan sebuah data yang dibantu dengan beragam teori untuk memberikan pemahaman saat memahami data. Data beragam teori dapat dihasilkan kesimpulan yang sama.

BAB IV

TEMUAN DAN PEMBAHASAN

A. Temuan



Gambar 4.1 *Screen Shoot* Tampilan Postingan-Postingan Video Meme Islami Di Instagram *Qonuun*

Akun @*Qonuun* adalah salah satu akun media sosial di Instagram yang awalnya berkontribusi di *channel* Youtube bernama *tabiin.id* yang sudah berproses sampai viral dan memiliki 10 ribu subscribers. Kemudian karna sudah berjalan di media *Channel* Youtube, Ust. Rujian Khairi selaku founder dalam akun *qonuun* dan timnya, berinisiatif main di Instagram karena melihat *style* Instagram hanya postingan gitu-gitu saja, maka punya ide untuk posting konten-konten terkait tentang tren dan isu berita yang berkembang. Awal ide bikin konten kreator ini mulanya terinspirasi dari akun Instagram @*shiffnun*.

Ustadz muda ini memandang bahwa Instagram adalah salah satu platform yang isinya menyediakan banyak sekali konten-konten negatif berupa gambar dan video sehingga harus dilawan dengan konten positif. Dalam akun qonuun yang menjadi dokumen medianya adalah *meme* Islami itu sendiri. *Meme* Islami dalam akun qonuun berbentuk visual dan audio visual, jadi gambar dan video. Menurutnya gambar sudah terlalu menjamur di Instagram dan video adalah hal yang paling mudah ditangkap pesannya oleh masyarakat.

Instagram sebagai salah satu wadah mempublikasikan produk *framing* beritanya berupa video. Akun *qonuun* memposting konten kreator berupa video berbentuk *meme* Islami yang salah satunya mengangkat isu/peristiwa yang berkembang. Yang menjadi menariknya *qonuun* mengemas video tersebut dengan main cuplik anime yang populer sehingga mereka yang suka, teretarik untuk mendengar sehingga pesanpun sampai. Konten yang diangkat dalam salurannya berupa konten yang bertemakan agama, ideologi dan humoris. Postingan video *qonuun* menghadirkan sebuah cerita dengan mengemas atau membingkai (*framing*) cerita tersebut dari realitas suatu peristiwa. Memberikan informasi dengan menanamkan ajaran dan nilai-nilai Islam di dalamnya dan menebarkan manfaat untuk kebangkitan umat.

Secara teknis, tidak mungkin bagi seseorang dalam memberikan informasi dengan mem-*framing* seluruh bagian berita. Artinya, hanya bagian dari kejadian-kejadian penting dalam sebuah berita saja yang menjadi objek *framing*. Namun, bagian-bagian kejadian penting ini sendiri merupakan salah satu aspek yang

sangat ingin diketahui khalayak. Aspek yang lainnya adalah peristiwa atau ide yang diberitakan.

Media baru merevitalisasi apa yang dinamakan sebagai ruang publik (*public sphere*). Partisipasi khalayak terhadap aspek sosial-politik menjadi nyata dan bukan hanya milik sebagian (penguasa) orang. Media baru memungkinkan pengguna untuk terlibat dalam demokrasi dan menjadi aktor dalam menjaga praktik-praktik berdemokrasi, termasuk menjadi saluran alternatif dalam memperoleh informasi sebagaimana media arus utama. Digital citizenship merupakan kemampuan khalayak di media baru yang bisa berpartisipasi dalam isu-isu seputar masyarakat di internet.

Konten *qonunun* mengikuti berita isu yang berkembang yang tak ada habisnya untuk diperbincangkan dalam kolom komentar. Salah satunya postingan video *meme* Islami yang berjudul #2019BukanBapak yang menjadi populer di masa pemilihan presiden 2019 dimana saat itu banyaknya postingan di media online dengan gerakan tagar #2019gantipresiden yang menjadi objek peneliti.



qonuun



154,390 views • Liked by idhankhalik_ and tabiin.id

qonuun Uninstall®

.... more

February 17 • See Translation

Gambar 4.2 Screen Shoot Video Meme Islami Judul #2019BukanBapak di

Instagram *Qonuun*



154,404 views • Liked by idhankhalik_ and tabiin.id
qonuun Uninstall®

•
Rasulullah saw sebagai penutup para Nabi dan Rasul hadir ke dunia ini untuk melakukan berbagai macam perbaikan

•
Perbaikan yang akan menjadikan peradaban manusia menjadi peradaban mulia, peradaban yang sesuai dengan fitrah manusia

•
Untuk mencapai peradaban itu, maka sebuah keniscayaan bagi Rasul untuk melakukan UNINSTALL terhadap keyakinan dan kebiasaan yang menyimpang

•
Rasulullah melakukan UNINSTALL terhadap berhala–berhala yang mengotiri ka'bah, terhadap keyakinan bathil kaum kuffar tentang konsep ketuhanan, dan terhadap praktek penyembahan pada selain Allah swt

•
Rasulullah juga melakukan UNINSTALL pada akhlak tercela, untuk poin ini sudah masyhur kita dengar bahwa Nabi saw tidak diutus melainkan untuk menyempurnakan akhlak

•
Sistem ekonomi pun tak lupa dirombak oleh nabi lewat bimbingan wahyu, Nabi saw melakukan CTRL + SHIFT + DEL pada file–file riba, dan UNINSTALL segala bentuk praktek kecurangan dalam jual beli (bisa buka QS Al Muthafifin)

•
Setelah UNINSTALL semua hal negatif diatas, maka Rasulullah saw melakukan INSTALL SISTEM ISLAM YANG KAFFAH pada seluruh lapisan masyarakat, hingga peradaban islam yang agung berdiri kokoh 13 Abad lamanya

•
Sebagai penutup, Yuk kita UNINSTALL hal–hal negatif lalu INSTALL segala hal yang positif

•
Saudaramu @qonuun

•
#Qonuun #tabiinID #uninstalljokowi #uninstallcebong #installkhilafah
#shutdownjokowi #debatpilpres2019

February 17 • See Translation

Gambar 4.3 Screen Shoot Caption Postingan Video Meme Islami Tagar

#2019BukanBapak di Instagram Qonuun

B. Framing Model Robert N. Entman dalam Postingan #2019BukanBapak di Instagram akun Qonuun

Pemberitaan tentang tagar #2019gantipresiden menyebar di media massa salah satunya media sosial Instagram menjelang pemilihan presiden 2019. Akun Instagram *qonuun* memberitakan lewat postingan video nya yang memframing cerita dengan ide dan cara pandang nya sendiri dengan main cuplik animasi yang menarik. Munculnya tagar tersebut yaitu bulan April 2018 hingga Oktober 2018. Bulan Agustus memasuki masa pendaftaran calon presiden dan calon wakil presiden untuk pemilihan umum 2019.

Tabel 4.1 Analisis Video

Judul Video : Tagar #2019BukanBapak
Dipublikasikan : 17 Februari 2019
Kategori Video : Hiburan
Durasi Video : 1 menit

Apa yang jadi masalah	Cara mengungkapkan berita bahwa gerakan tagar #2019BukanBapak sebagai bentuk ekspresi politik dalam menyambut pesta demokrasi mendatang.
Apa penyebabnya	Dialog tentang perbedaan pendapat dalam rangka perlu uninstall aplikasi perusak sistem yang ada di pemerintahan.
<i>Moral concern</i>	Menghadirkan harapan baru bagi Indonesia untuk menjadi lebih baik dan

	menghargai ekspresi politik masyarakat.
Saran/solusi	Mengingatkan kembali kepada seluruh masyarakat atau pihak perlunya perbaikan yang akan menjadikan peradaban manusia menjadi peradaban mulia sesuai dengan fitrahnya.

Sumber : Data Olahan Peneliti

Video *meme* Islami di Instagram *qonuun* yang berjudul #2019BukanBapak akan dianalisis *framing* Robert N. Entman. *Frame* berita timbul dalam dua level. Pertama, konsepsi mental yang digunakan untuk memproses informasi dan sebagai karakteristik dari teks berita. Kedua, perangkat spesifik dari narasi berita yang dipakai untuk membangun pengertian mengenai peristiwa. *Frame* berita dibentuk dari kata kunci, metafora, konsep, simbol, citra yang ada dalam narasi berita.

Karenanya, *frame* dapat dideteksi dan diselidiki dari kata, citra, dan gambar tertentu yang memberi makna tertentu dari teks baru. Kosa kata dan gambar itu ditekankan dalam teks sehingga lebih menonjol dibandingkan bagian lain dalam teks. Itu dilakukan lewat pengulangan, penempatan yang lebih menonjol atau menghubungkan dengan bagian lain dalam teks berita, sehingga bagian itu lebih menonjol, lebih mudah diingat, dilihat, dan lebih memengaruhi khalayak. Secara luas pendefinisian masalah ini menyertakan, di dalamnya, konsepsi dan skema interpretasi wartawan.

Analisis *framing* digunakan untuk membedah cara-cara atau ideologi media saat mengkonstruksi fakta. Analisis ini mencermati strategi seleksi, penonjolan

dan pertautan fakta ke dalam berita agar lebih bermakna, lebih menarik, lebih berarti atau diingat untuk menggiring interpretasi khalayak sesuai perpektifnya.

Empat elemen yang dimiliki oleh Robert. N. Entman dalam menganalisis *framing* :

1. *Problem Identification* (Identifikasi Masalah)



Gambar 4.4 Screen Shoot Dialog Video Meme Islami Tagar

#2019BukanBapak di Instagram *Qonuun*

Pembingkaiian yang dilakukan *qonuun* dalam postingan video *meme* Islami yang berjudul #2019BukanBapak bentuk dari reaksi kalangan milenial khususnya

pengguna media sosial Instagram atas isu berita tagar #2019gantipresiden yang populer menyebar ke media massa.

Video salah satu bentuk komunikasi yang memiliki kecepatan dalam hal menangkap berita. Dalam hal ini, *qonnuun* menerbitkan berita terkait gerakan tanda pagar #2019BukanBapak secara kreatif dan menanamkan nilai-nilai sesuai ajaran Islam sehingga khalayak dapat mengetahui informasi terbaru dan berkembang saat itu juga.

Pesan-pesan yang dikemasnya dalam bentuk animasi menjadi menarik terutama bagi generasi milenial karena memiliki daya pikat secara visual. konten kreator yang dibawakan berisikan keritikan terhadap pemerintah. Ia menekankan bagaimana peristiwa dipahami. Ketika ada masalah atau isu/peristiwa, bagaimana peristiwa atau isu tersebut dipahami. Peristiwa yang sama bisa dipahami secara berbeda menyebabkan realitas bentukan yang berbeda.

Media baru merevitalisasi apa yang dinamakan sebagai ruang publik (*public sphere*). Partisipasi khalayak terhadap aspek sosial-politik menjadi nyata dan bukan hanya milik sebagian (penguasa) orang. Media baru memungkinkan pengguna untuk terlibat dalam demmokrasi dan menjadi aktor dalam menjaga praktik-praktik berdemokrasi, termasuk menjadi saluran alternatif dalam memperoleh informasi sebagaimana media arus utama. Digital citizenship merupakan kemampuan khalayak di media baru yang bisa berpartisipasi dalam isu-isu seputar masyarakat di internet.

Memanfaatkan aplikasi instagram dimana instagram adalah sebagian dari produk perkembangan IT wacana yang terbaru bisa menjadi sarana penyampaian secara Islami. Adapun manfaat dari sosial media adalah untuk sebagian golongan masyarakat, baik dari segi orang tua, remaja, sampai anak-anak.

Media penyiaran agama Islam itu penting. Bahkan negara-negara muslim harus totalitas membentangkan dan membuka asal muasal traditional komunikasi. Pembentukan jejaring informasi dan untuk memadukan ide antara para ilmuwan bahkan intelektual muslim.

2. *Diagnose Causes* (Memperkirakan Penyebab Masalah)

Penyebab masalah dalam berita ini yaitu tanda tagar #2019BukanBapak yang menimbulkan perbedaan pendapat. *Qonuum* menuliskan narasi teks dalam postingan videonya mengimbau perlunya uninstall aplikasi perusak sistem yang ada.

“Aplikasi yang terjangkit virus atau yang habis masa trialnya di uninstall saja biar gak ngebek-ngebeki memori kita. Pertama perlunya uninstall budaya pemikiran ala amerika, china, korea dan teman-temannya. Tapi tentu budaya negatif yang bertentangan dengan aqidah kita saja. Seperti sekulerisme kapitalisme dan berbagai hiburan melalaikan versi neraka. Kedua uninstall hukum-hukum yang menentang syariatNya yaitu hukum yang tak mengacu pada hasil ijtihad para ulama mulia seperti hukum pengatur ekonomi yang masih setia berbasis riba. Terakhir perlunya unistall juga penguasa dan antek-anteknya yang telah

memperdaya dan menipu rakyatnya dengan janji-janji setia yang keluar dari mulut berbusa dan berbisa.”

Timbulnya perbedaan pendapat di dalam kolom komentar postingan video *meme* Islami tersebut yang menimbulkan pro dan kontra.



Gambar 4.6 *Screen Shoot Video Meme Islami Tagar #2019BukanBapak di Instagram Qonuun Pada Kolom Komentar*

Situasi tersebut merupakan sebagai provokasi untuk orang-orang yang beragama Islam di masa mendatang untuk menelusuri semua norma-norma yang berintikad nuansa Islami. Peluang yang harus digunakan pada aspek di dalam dunia instagram yaitu pada aspek positif IT memiliki muslihat yang wajib kita ketahui dan pahami.

IT yang lahir di Barat cenderung mengarah ke eskalasi unsur secara deskruktif ataupun penanganan secara khusus yang dipergunakan oleh klien asing. Adapun argumentasi yang paling berperan kenapa dunia orang Islam wajib memajukan potensi diri sendiri dalam sebuah IT. Di negara industri bukan sekedar melindungi otoritas politik dan ekonomi, namun mereka juga akan menggerogoti bahkan menjatuhkan dunia.

3. *Make Moral Judgement* (Membuat Pilihan Moral)

Nilai moral yang dapat kita ambil dari berita ini bahwa sebagai kalangan milenial yang menjadi agen perubahan dapat menyuarakan aspirasinya lewat media sosial salah satunya instagram. Gerakan #2019BukanBapak meningkatkan partisipasi politik masyarakat dan informasi mengenai politik.

Melalui *framing* berita yang dikemas *gonuun* bahwa masyarakat Indonesia saat ini sudah pintar dalam berpolitik atau demokrasi yang tengah terjadi. Seacara sosiologis, penerapan teknologi komunikasi dan informasi dalam kehidupan telah mengubah ragam interaksi masyarakat. Masyarakat dakwah kini bukan saja mereka yang berada di depan mata, melainkan juga mereka yang secara bersama-sama ada diruang abstrak yang disebut ruang maya.

Sebagai ciptaan manusia, masyarakat maya menggunakan seluruh metode kehidupan masyarakat nyata juga sebagai model yang dikembangkan di dalam segi-segi kehidupan maya. Seperti, membangun interaksi sosial dan kehidupan kelompok, membangun kebudayaan, membangun pranata sosial, membangun kekuasaan, wewenang dan kepemimpinan, membangun sistem kejahatan dan kontrol-kontrol sosial dan sebagainya.

Oleh sebab itu, penting dipahami bahwa aktivisme dakwah yang dimaksud adalah tindakan yang hanya menjadikan media sosial sebagai medium bagi gerakan sosial keagamaan dan menghadirkan harapan baru bagi Indonesia untuk menjadi lebih baik dan menghargai ekspresi politik masyarakat.

4. *Treatment Recommendation* (Menekankan Penyelesaian)

Realitas kuasa khalayak terhadap konten atau media tertentu membawa alternatif yang terbilang baru dan mulai banyak dikaji tidak hanya pada bidang ilmu komunikasi semata, tetapi juga merambah pada disiplin ilmu jurnalistik.

Seperti kajian internet, kajian budaya siber, maupun komunikasi termediasi komputer. Inilah sifat ilmu sejatinya yang selalu berkembang teknologi.

“Ibarat gadget yang butuh uninstall aplikasi tak berguna manusiapun juga perlu uninstall beberapa hal untuk kebaikan hidupnya agar selamat sejahtera di dunia sampai surga dan menggapai Ridho Allah sang pencipta alam semesta. Lalu diganti dengan pemimpin yang bertaqwa yang siap menginstall sistem Islam yang paripurna.”

Teks media yang di tulis dalam postingan *qonuuun* tersebut menjelaskan dakwah termediasi komputer sebagai proses transmisi, transformasi, dan internalisasi ajaran Islam dengan menggunakan metode, media, dan untuk mencapai tujuan tertentu.

Konten kreator mengangkat isu/peristiwa yang berkembang dengan *framing* berita lewat video *meme* Islami dapat dipahami melalui beberapa kata kunci, yaitu proses, usaha, transmisi, tujuan, metode dan media. kelima kata kunci itu penting untuk dijadikan pijakan awal bagi suatu kegiatan. Sebab kegiatan akan senantiasa mengalami berbagai perubahan pada setiap zamannya sesuai situasi dan kondisi sosial budaya yang berkembang.

Secara umum, aktivitas dakwah memiliki dua dimensi besar, yakni dimensi kerisalahan dan kerahmatan yang satu sama lain yang tidak bisa dipisahkan antara yang satu dengan yang lainnya. Dalam konteks yang lebih luas, dimensi kerisalahan lebih identik dengan penyampaian teks agama sebagai ajaran ideal bagi manusia, sedangkan dimensi kerahmatan lebih merupakan upaya implementasi agama sebagai praktik sosial-kebudayaan dalam kehidupan sehari-hari sebagai bentuk aktivisme.

Secara sempit, kedua dimensi ini dapat dipahami dengan dihubungkan pada tujuan jangka pendek dan jangka panjang. Dengan kata lain, penyampaian risalah Tuhan yang dilakukan dakwah pada dasarnya bertujuan untuk merealisasikan konsep "*rahmatan lil al-'alamin*", etos utama dalam ajaran Islam. Memperbaiki situasi ke arah yang lebih baik dalam rangka mencapai tujuan tertentu, yaitu hidup bahagia di dunia maupun akhirat.

Tabel 4.1 merupakan konseptualisasi analisis model *framing* Robert N. Entman bahwa *qonuun* memanfaatkan media sosial terutama instagram untuk menyebarkan dakwah kreatifnya lewat konten kreator dengan memanfaatkan gambar, video, warna dan infografis. Hal ini adalah penggabungan antara bentuk-bentuk kreatif dengan substansi konservatif. Dengan hal inilah *qonuun* berhasil menarik minat anak muda.

Cara *Qonuun* dalam memframing berita yang ia kemas dalam sebuah video *meme* Islami menanamkan ajaran Islam untuk orang-orang yang beragama Islam di masa mendatang dan memperjuangkan norma yang berlandaskan Islami. Gaya penyajian kontennya menggunakan tokoh kartun animasi yang populer.

C. Kontruksi Realitas Sosial Media Massa Postingan #2019BukanBapak Instagram *Qonuun*

Video yang diunggah pada tanggal 17 Februari 2019 telah dilihat sebanyak 154,386 kali dan di sukai sebanyak 18.026. Dalam menganalisis berita *qonuun* tersebut, konstruksi yang dilakukan oleh *qonuun* tentang pemberitaan gerakan tanda pagar #2019BukanBapak melalui tahapan-tahapan melihat media massa yang menyebarkan tagar #2019gantipresiden sehingga menceritakan berita tersebut yang dianggapnya penting dan menonjolkan isu tersebut.

Ia menggambarkan proses sosial melalui tindakan dan interaksinya, dimana *qonuun* menciptakan secara terus menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subyektif. Menguraikan tahapan konstruksi sosial realitas Massa

yang dilakukan *qonuun* terkait berita gerakan tanda pagar #2019BukanBapak yang dipostingnya :

a. Tahap Menyiapkan Materi Konstruksi

Menyiapkan materi konstruksi sosial media massa adalah tugas redaksi media massa untuk di distribusikan pada editor disetiap media massa. Masing-masing media memiliki desk yang berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan visi dan misi suatu media. isu-isu penting setiap hari menjadi fokus media massa, terutama yang berhubungan tiga hal, kedudukan, kekuasaan dan kebijakan pemerintah.

Pemberitaan gerakan #2019BukanBapak yang diposting *qonuun* pada 17 Februari 2019 mempunyai sudut pandang yang berbeda. *Qonuun* dan timnya sebagai agen konstruksi menentukan cara pandang yang diinginkannya. Akun *Qonuun* memberikan informasi mengenai perkembangan politik. Judul pemberitaan yang diterbitkan *qonuun* mudah dimengerti oleh khalayak karena sudah populer di media massa.

Fokus pengumpulan bahan berita yang dilakukan oleh *qonuun* berdasarkan pada unsur-unsur layak berita seperti unsur kebaruan, kedekatan dengan masyarakat, ketokohan dan lain-lain. Pada tahap ini, penyiapan materi yang dilakukan oleh *qonuun* cenderung adanya keberpihakan media massa kepada kapitalis dan semu kepada masyarakat.

b. Tahap Sebaran Konstruksi

Pada umumnya sebaran konstruksi sosial media massa menggunakan model satu arah, dimana media menyodorkan informasi sementara konsumen media tidak memiliki pilihan lain kecuali informasi itu. Prinsip dasar dari sebaran konstruksi sosial media massa adalah semua informasi harus sampai pada pembaca secepatnya dan setepatnya berdasarkan pada agenda media. apa yang dipandang penting oleh media menjadi penting pula bagi pembaca.

Qonuuun menjadi salah satu media sosial Instagram yang paling sering dikunjungi oleh khalayak dalam hal memberitakan isu/peristiwa yang berkembang. *Qonuuun* mengemasnya dalam bentuk video *meme* Islami dengan main cuplik animasi yang terkenal. Dengan ide konten kreator tersebut secara tidak langsung mereka yang nonton atau suka dengan tokoh kartun tersebut menarik untuk di lihat dan pesanpun sampai.

Video adalah salah satu bentuk komunikasi yang memiliki kecepatan dalam hal menangkap berita. Dalam hal ini, *qonuuun* menerbitkan berita terkait gerakan tanda pagar #2019BukanBapak secara kreatif dan menanamkan nilai-nilai sesuai ajaran Islam sehingga khalayak dapat mengetahui informasi terbaru dan berkembang saat itu juga.

Pada saat terjadi deklarasi gerakan tagar #2019GantiPresiden saat itu juga wartawan menyiapkan berita dan langsung menerbitkannya. Salah satu saluran komunikasi politik yaitu media massa sebagai sarana penyampaian informasi, menandakan *qonuuun* juga memberikan informasi

politik yang sedang terjadi. Penyebaran berita yang dilakukan *qonuun* melalui media sosial Instagram.

c. Tahap Pembentukan Konstruksi Realitas

Pemberitaan gerakan #2019BukanBapak yang dibuat oleh *qonuun* ada berbagai macam sudut pandang yang digunakan. Khalayak dapat memilih berita yang menarik menurutnya dan yang penting. Pembentukan konstruksi realitas *qonuun* dalam hal pemberitaan gerakan tanda pagar #2019BukanBapak cenderung sebagai gerakan ekspresi politik dalam menyambut pesta demokrasi mendatang.

d. Tahap konfirmasi

Qonuun dalam video pemberitaannya adanya fitur kolom komentar dalam setiap postingannya, sehingga semua orang atau warga internet dapat memberikan pendapatnya terkait berita tersebut. Pemberitaan gerakan tanda pagar #2019BukanBapak sejak bulan Februari hingga penetapan pasangan calon presiden. Hal ini menunjukkan, *qonuun* menggunakan model peta analog dimana realitas sosial gerakan #2019BukanBapak diberitakan secara berkelanjutan.

Pada tabel 4.1 menunjukkan perangkat *framing qonuun* pada *problem identification* bahwa #2019BukanBapak merupakan bentyk aspirasi anak muda millenial dalam mengekspresikan politik di media sosial Instagramnya. *Causal interpretation* atau penyebab masalah yaitu adanya perpecahan suara atau pendukung. *Moral evaluation*, nilai moral yang dapat diambil yaitu meningkatkan

partisipasi politik di setiap daerah. *Treatment Recommendation* yaitu mematuhi peraturan yang telah diatur dalam Undang-Undang dan perlu menanam nilai-nilai Islami dalam sebuah tujuan.

Pengemasan judul *qonunun* cenderung menggunakan gaya bahasa tidak baku sehingga menjadi daya tarik pembaca gerakan tanda pagar #2019BukanBapak. Kemajuan teknologi semakin memudahkan khalayak mendapatkan informasi mengenai politik yang tengah terjadi. Kemudahan akses serta kecepatan berita yang diterbitkan tersebut. Khalayak mengetahui gerakan #2019BukanBapak yang dijadikan *qonunun* dalam postingan videonya karena adanya pemilihan umum di tahun 2019.

Menurut survey 61,1 persen tidak menyetujui, 34,1 persen setuju dan sisanya 4,7 persen tidak menjawab atau tidak tau. Melihat fakta yang diposting dalam video *qonunun* tersebut mengkonstruksi dengan cara media itu sendiri. Ideologi/agama mengambil bentuk secara struktur di media sosial dengan munculnya grup-grup atau halaman Instagram. Praktiknya, kesamaan yang ada di antara *followers* akun *qonunun* tersebut tidak sekedar mereka yang pro, sepakat, atau pendukung dari salah satu ideologi tersebut. Ada yang dibuat memang untuk menjadi pembanding, pengkritisi, bahkan menjadi sisi kontra dari ideologi yang ada.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis video *meme* Islami “#2019BukanBapak” di Instagram *qonuun* melalui perangkat *framing* Robert N. Entman peneliti menyimpulkan bahwa :

1. *Qonuun* membingkai video tagar #2019BukanBapak bahwa realitas kuasa khalayak terhadap konten atau media tertentu membawa alternatif yang terbilang baru dan mulai banyak dikaji tidak hanya pada bidang ilmu komunikasi semata, tetapi juga merambah pada disiplin ilmu jurnalistik sebagai intelektual muslim.
2. *Frame* yang dibangun *qonuun* dalam analisis teks media *framing* model Robert N Entman pada *problem identification* bahwa video konten kreatornya yang berjudul #2019BukanBapak merupakan gerakan masyarakat *Causal interpretation* (penyebab masalah) yaitu adanya perpecahan suara atau pendukung. *Moral evaluation*, nilai moral yang dapat diambil yaitu meningkatkan partisipasi ekspresi politik masyarakat. *Treatment Recommendation* yaitu mengingatkan kembali kepada seluruh masyarakat atau pihak perlunya perbaikan yang akan menjadikan peradaban manusia menjadi peradaban mulia sesuai dengan fitrahnya.
3. *Qonuun* memanfaatkan media sosial Instagram untuk menyebarkan isu/peristiwa yang sedang berkembang dan dikonstruksikan dalam pemberitaan dengan judul postingan #2019BukanBapak sebagai bentuk

realitas objektif dengan ideologi dan cara pandangnya sendiri. Dikemas kedalam bentuk video *meme* Islami dengan menggunakan elemen-elemen *framing*, seperti bahasa, gambar, judul, konsep islami dan ide main cuplik animasi kartun populer sebagai bentuk realitas sosial simbolik yang menarik perhatian khalayak. Konten kreator di Instagram *qonuun* adalah sebagai bentuk eksrespresinya dalam mengkritik pemerintah, yang berasal dari realitas objektif yang diterima dan di interpretasikan sebagai realitas sosial sibjektif ke dalam akun Instagramnya atau proses interaksi sosial dengan individu lain dalam struktur sosial.

B. Saran

1. Akun Instagram *Qonuun* salah satu sarana saluran komunikasi yang mampu memberikan pengaruh kepada masyarakat khususnya di Indonesia, diharapkan agar terus dapat menjalankan yang bisa memberikan wawasan dan pengetahuan kepada masyarakat sebagai sarana pendidikan yang positif.
2. Kepada khalayak pembaca dituntut untuk lebih selektif dan kritis dalam melihat dan memahami sebuah berita. Hal ini agar masyarakat tidak mudah terprovokasi dan tidak menimbulkan aksi spontan akibat pemahaman yang dangkal terhadap suatu berita.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an dan Terjemahannya, (Bandung: Penerbit Jabal, 2009)
- Bungin, Burhan, *Konstruksi Sosial Media Massa* (Jakarta: Kencana, 2006)
- Bungin, Burhan, *Sosiologi Komunikasi* (Jakarta: Kencana, 2006)
- Herianto, *Analisis Freming: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media* (Yogyakarta: Lkis, 2002)
- Hamad, Ibnu, *Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa*, (Jakarta: Ganit, 2009)
- Khalik, Abdul, *Komunikasi Massa* (Makassar: Alauddin University press, 2013)
- Moleong, Lexy J, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010)
- Little John, Stephen W dan Karen A Fross, *Teori Komunikasi*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2014)
- Nasrullah, Rulli, (2017), *Etnografi Virtual (Riset Komunikasi Budaya, dan Sosioteknologi di Internet)*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Nasrullah, Rulli, *Khalayak Media (Identitas, Ideologi, dan perilaku pada Era Digital)*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2018)
- Nimmo, Dan, *Komunikasi Politik Khalayak dan Efek*, (Bandung: Pt Remaja Rosdakarya, 2006)
- Nurudin, *Jurnalisme Masa Kini*, (Jakarta: Rajagrafindo, 2009)
- Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014)
- Santoso, Puji, *Konstruksi Sosial Media Massa* (Al Balagh Vol. 1 No.1, 2016)
- Sobur, Alex, *Analisis Teks Media : Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisa Framing*, (Bandung: Pt Remaja Rosdakarya, 2006)

Tamburaka, *Apriadi Literasi Media Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*
(Jakarta: Rajawali pers, 2013)

Jurnal Online

Asriandi, “*Konstruksi Pemberitaan pencalonan Ahok sebagai Gubernur DKI Jakarta (Anaisis framing detik.com dan Kompas.com edisi 1-31 Agustus 2016)*”, Skripsi (Makassar : Fak.Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar, 2016)

Zaidar Al- Karim Abdul, *Pengantar Studi Islam*, Skripsi (Surabaya: IAIN Sunan Ampel Press)

Muhammad, Nurul Fuadi, *Pesan Akhlak Oleh Akun Instagram Kartun Dakwah Muslimah (Analisis Freming)*, Skripsi (UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018)

Alamsyah, Ryan, *Analisis Etnografi Virtual Meme Islami di Instagram Memecomik.islam*, Skripsi (UIN Syarif Hidayatullah, 2018)

Pratiwi, Siti, *Kontruksi Pemberitaan Gerakan #2019GantiPresiden (Analisis Framing Robert N. Entman pada Kompas.com dan Detik.com)*,
(UIN Alauddin Makassar, 2018)

Sarohmawati, Siti, *Sikap Media Terhadap Isu Politik dan Agama Islam (Analisis Framing Robert N. Entman Berita Ahok dan Q.S Al-Maidah Ayat 51 Pada Situs Berita Online Republika.co.id dan Metronews.com)*, Skripsi (Bandar Lampung: Universitas Lampung, 2017)

Latifah, Nor, “*Trendsetter Mubaligh di Medsos: Analisis Framing Instagram Felix Siauwan dan Hanan Attaki*”, *Jurnal Studi Agama dan Masyarakat* Vol. 15. No. 01, Juni 2019 (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2019)

Mustika, Rieka, “*Analisis Framing Pemberitaan Media Online Mengenai Kasus Pedofilia di Akun Facebook*”, *Jurnal Penelitian Komunikasi* Vol.2 No.2, Desember 2017: 135-148,

Sumber Lain

“Deklarasi Hari Ini Begini Awal Mula Gerakan 2019gantipresiden”
Tempo online <https://nasional.tempo.co/read/1086128/deklarasi-hari-ini-beginiawal-mula-gerakan-2019gantipresiden>. 22 Juli 2019.

“Berita” KBBI online, <https://kbbi.web.id/berita>, (akses: 24 September 2019)

“Indo Barometer”, Wikipedia,
https://id.wikipedia.org/wiki/Indo_Barometer . 17 Juli 2018

Indo Barometer. “ Evaluasi 3.5 Tahun Joko Widodo – Jusuf Kalla “ Quo Vadis Nawa Cita?” (data survei : 15-22 April 2018), Indo Barometer, <http://www.indobarometer.com/publish/?read=survei/1686/Evaluasi-3,5Tahun-Joko-Widodo---Jusuf-Kalla:-Quo-Vadis-Nawa-Cita?> (akses: 3 September 2019)

“Propaganda Politik Melalui Hastag Media Sosial”, Detik News. <https://news.detik.com/kolom/3997572/propaganda-politik-melaluihashtag-media-sosial>. (akses: 22 Juli 2019)

LAMPIRAN

 qonuun 



OGAH SATU PERIODE LAGI

75,522 views
qonuun Ogah®

Manusia tidak jauh dari kesalahan, kita dituntut untuk sangat berhati-hati dalam menentukan pilihan dalam memilih pemimpin. Dalam Islam, akidah merupakan syarat utama yang harus diperhatikan dalam memilih seorang pemimpin. Pilihlah pemimpin yang seakidah dan memenuhi kriteria seorang pemimpin sehingga dapat menjaga akidah dan agama umat Islam.

Allah SWT juga mengharamkan umat Islam dipimpin oleh pemimpin kafir dan ingkar janji. Karena bukannya mensejahterakan rakyat, tapi malah merampas dan mengeksploitasi kekayaan rakyat untuk kepentingan kaum kafir internasional sebagai sohib dan tuan-tuan mereka.

Pilihlah pemimpin yang mengajak bertaqwa kepada Allah dan jangan memilih pemimpin yang mendorong bermaksiat kepada-Nya. Jangan sampai salah memilih pemimpin karena berdasarkan popularitas, suku, penampilan, atau hal-hal duniawi lainnya.

Kesalahan dalam memilih pemimpin dapat menyebabkan penyesalan di kemudian hari, Imam al-Ghazali dalam Kitab Ihya' Ulumuddin juz II mengatakan, "Sesungguhnya, kerusakan rakyat disebabkan oleh kerusakan para penguasanya. Kerusakan penguasa disebabkan oleh kerusakan ulama. Kerusakan ulama disebabkan oleh cinta harta dan kedudukan. Barangsiapa dikuasai oleh ambisi duniawi, ia tidak akan mampu mengurus rakyat kecil, apalagi penguasanya. Allah-lah tempat meminta segala persoalan"

Saudaramu @qonuun

@hawaariyyun @shifrunn @felixsiauw
Sungkem ke guru kami Ust @har030324 @dwicondrotriono @kh.mahmudisyukri

#Qonuun #DebatCapres #OgahSatuPeriodeLagi #PilihYangMauNerapinSyariat #HaramPilihPemimpinDzalim #HaramPilihPemimpinIngkarJanji #JanganPilihPemimpinGagal

View all 278 comments

luthfimalfatih Taqiyuddin Nabhani (pendiri Hizbu tahrir(
| qonuun @luthfimalfatih 👍  



qonuun



75,522 views

qonuun Ogah ®

Manusia tidak jauh dari kesalahan, kita dituntut untuk sangat berhati-hati dalam menentukan pilihan dalam memilih pemimpin. Dalam Islam, akidah merupakan syarat utama yang harus diperhatikan dalam memilih seorang pemimpin. Pilihlah pemimpin yang seakidah dan memenuhi kriteria seorang pemimpin sehingga dapat menjaga akidah dan agama umat Islam.

Allah SWT juga mengharamkan umat Islam dipimpin oleh pemimpin kafir dan ingkar janji. Karena bukannya mensejahterakan rakyat, tapi malah merampas dan mengeksploitasi kekayaan rakyat untuk kepentingan kaum kafir internasional sebagai sohib dan tuan-tuan mereka.

Pilihlah pemimpin yang mengajak bertaqwa kepada Allah dan jangan memilih pemimpin yang mendorong bermaksiat kepada-Nya. Jangan sampai salah memilih pemimpin karena berdasarkan popularitas, suku, penampilan, atau hal-hal duniawi lainnya.

Kesalahan dalam memilih pemimpin dapat menyebabkan penyesalan di kemudian hari, Imam al-Ghazali dalam Kitab Ihya' Ulumuddin juz II mengatakan, "Sesungguhnya, kerusakan rakyat disebabkan oleh kerusakan para penguasanya. Kerusakan penguasa disebabkan oleh kerusakan ulama. Kerusakan ulama disebabkan oleh cinta harta dan kedudukan. Barangsiapa dikuasai oleh ambisi duniawi, ia tidak akan mampu mengurus rakyat kecil, apalagi penguasanya. Allah-lah tempat meminta segala persoalan"

Saudaramu @qonuun

@hawaariyyun @shifrunn @felixsiauw .
Sungkem ke guru kami Ust @har030324 @dwicondrotriono
@kh.mahmudisyukri

#Qonuun #DebatCapres #OgahSatuPeriodeLagi #PilihYangMauNerapinSyariat
#HaramPilihPemimpinDzalim #HaramPilihPemimpinIngkarJanji
#JanganPilihPemimpinGagal

View all 278 comments

luthfimalfatih Taqiyuddin Nabhani (pendiri Hizbu tahrir(

qonuun @luthfimalfatih 👍





qonuun



197,630 views • Liked by nandatanjung94 and idhankhalik_ qonuun Kekuasaan®

Dari Abu Dzarr, ia berkata, "Wahai Rasulullah, mengapa engkau tidak memberiku kekuasaan?" Lalu beliau memegang pundakku dengan tangannya, kemudian bersabda,

يَا أَبَا ذَرٍّ إِنَّكَ ضَعِيفٌ وَإِنَّهَا أَمَانَةٌ وَإِنَّهَا يَوْمَ الْقِيَامَةِ خِزْيٌ وَتَدَامَةٌ إِلَّا مَنْ أَخَذَهَا بِحَقِّهَا وَأَدَّى الَّذِي عَلَيْهِ فِيهَا

"Wahai Abu Dzarr, sesungguhnya engkau adalah orang yang lemah. Dan kekuasaan itu adalah amanah, dan kekuasaan tersebut pada hari kiamat menjadi kehinaan dan penyesalan, kecuali bagi orang yang mendapatkan kekuasaan tersebut dengan haknya dan melaksanakan kewajibannya pada kekuasaannya itu." (HR. Muslim no. 1825).

Imam Nawawi membawakan hadits diatas dalam kitab Riyadhus Sholihin pada Bab "Larangan meminta kepemimpinan dan memilih meninggalkan kekuasaan apabila ia tidak diberi atau karena tidak ada hal yang mendesak untuk itu."

Hadits di atas menunjukkan bahwa tidak layak kepemimpinan atau kekuasaan diberikan pada orang yang lemah yang tidak punya kapabilitas, bukan ahli di dalamnya. Namun boleh menerima kekuasaan jika diberikan oleh khalifah atau oleh majelis yang bertugas untuk menunjuk penguasa yang mampu

Berhati-hatilah pada kekuasaan, jika ada yang ngotot ingin meraih kekuasaan dengan cara-cara licik, maka hampir bisa dipastikan, dia memiliki niat buruk terhadap rakyat dengan kekuasaannya itu

Saudaramu @qonuun

Teman seperjuangan : @hawaariyyun @shifrunn @tabiin.id

#qonuun #pilpres #uas #17april #banteng #suaraindonesia #pemilu #curang #nyembelihbanteng

View all 964 comments

April 16 • See Translation