

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Analisis Isi

Analisis isi (*content analysis*) adalah setiap prosedur sistematis yang dirancang untuk mengkaji isi informasi terekam. Datanya bisa berupa dokumen-dokumen tertulis, film-film, rekaman-rekaman audio, sajian-sajian video, atau jenis media komunikasi yang lain. Analisis ini biasanya digunakan pada penelitian kualitatif. Pelopor analisis isi adalah Harold D. Lasswell, yang memelopori teknik *symbol coding*, yaitu mencatat lambing atau pesan secara sistematis, kemudian diberi interpretasi Fokus dari analisis isi ini untuk mengkaji suatu pesan atau informasi dan dapat menguraikannya secara objektif. Hal ini dapat dilakukan untuk mengenal dan mempelajari pola pikir masyarakat dengan menganalisis, koran, program televisi, musik ataupun majalah, atau dengan kata lain analisis isi bukan meneliti tentang orang/instansi yang memproduksi dan menyebarkan informasi namun menelaah tentang bagaimana mereka menciptakan komunikasi.<sup>6</sup>

Secara teknik, *content analysis* mencakup upaya-upaya, klasifikasi lambang-lambang yang dipakai dalam komunikasi, menggunakan kriteria dalam klasifikasi, dan menggunakan teknik analisis tertentu dalam membuat prediksi. Analisis isi kualitatif disebut pula sebagai *Ethnographic Content Analysis*, yaitu perpaduan analisis isi objek dengan observasi partisipan.

---

<sup>6</sup> Richard West Lynn H. Turner, *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*, (Salemba Humanika: Jakarta, 2008) 86.

Artinya, periset berinteraksi dengan material-material dokumentasi atau bahkan melakukan wawancara mendalam sehingga pertanyaan-pertanyaan yang spesifik dapat diletakkan pada konteks yang tepat untuk dianalisis, dan analisis isi kualitatif ini bersifat sistematis. Metode analisis isi pada dasarnya merupakan suatu teknik sistematis untuk menganalisis isi pesan dan mengolah pesan, atau suatu alat untuk mengobservasi dan menganalisis isi perilaku komunikasi yang terbuka dari komunikator yang dipilih.

Menurut beberapa pakar, analisis isi dimaknai sebagai berikut: Holsti: Analisis ini adalah suatu teknik dalam mengambil kesimpulan dengan mengidentifikasi berbagai karakteristik khusus suatu pesan secara obyektif dan sistematis. Krippendorff: Analisis isi sebagai suatu teknik penelitian untuk membuat inferensi-inferensi yang dapat ditiru (replicable) dan sah data dengan memperhatikan konteksnya. Sebagai suatu teknik penelitian, analisis isi mencakup prosedur-prosedur khusus untuk pemrosesan data ilmiah.<sup>7</sup>

Selain tokoh di atas beberapa tokoh lain juga ada yang mendefinisikan analisis isi dengan beragam antara lain: Charles R. Wright, George V Zito, McQuail, dll. Lasswell sebagai pelopor analisis isi memperkenalkan teknik pengkodean simbol, yakni mencatat lambang atau pesan yang disusun secara sistematis, lalu kemudian diberi interpretasi. Berdasarkan beberapa pengertian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa analisis isi digunakan oleh peneliti yang ingin memperoleh penjelasan yang

---

<sup>7</sup> Afifudin dan Beni Ahmad Saebani, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2009), 165.

terkandung suatu isi komunikasi yang disampaikan dalam bentuk tanda-tanda, simbol-simbol, lambang-lambang atau kriteria-kriteria tertentu lainnya.

Ilmu *content analysis* lebih spesifik digunakan untuk menganalisis teks secara utuh dan memfokuskan pada simbol-simbol yang akan dimaknai dalam interaksi sosial, awalnya teknik ini digunakan untuk deskripsi objektif, sistematis dan kuantitatif dari konten nyata, analisis isi juga dapat digunakan dalam menganalisis konten atau isi media baik cetak maupun elektronik, baik itu komunikasi antar pribadi, kelompok, dan jenis komunikasi lainnya, dengan syarat adanya dokumen atau bukti yang dapat dianalisis. Analisis isi bersifat menjelaskan dengan tujuan memprediksi dampak dari sebuah komunikasi/informasi. Berikut merupakan ciri-ciri dari analisis isi:

1. Objektif, analisis dilakukan untuk mendapatkan hasil dari sebuah isi secara apa adanya tanpa terdapat unsur pendapat peneliti
2. Sistematis, semua aspek dan tahapan serta proses penelitian dirumuskan secara jelas dan sistematis.
3. *Replicable*, penelitian yang dapat diulang dari penelitian tertentu dan menghasilkan temuan yang sama dalam konteks isi yang berbeda peneliti, waktu penelitian dan isi penelitian.
4. *Manifest* (isinya tampak), *latent* (isi yang tidak tampak) atau juga dapat diartikan menganalisis isi pesan tersembunyi.
5. Summarizing Perangkuman, dapat menyajikan secara keseluruhan maksud isi, dengan menganalisis isi lebih dari satu kasus.

6. Generalisasi, tidak hanya rangkuman namun analisis isi juga dapat memberi gambaran populasi.<sup>8</sup>

Adapun tujuan dari analisis isi, antara lain:

1. Menggambarkan karakteristik pesan. Analisis isi dipakai untuk menggambarkan karakteristik dari suatu pesan, analisis isi juga dipakai untuk menjawab pertanyaan “*what, to whom* dan *how*”. Analisis ini menggambarkan secara detail deskripsi dari suatu pesan yang hanya menggambarkan pesan teks.
2. Menarik kesimpulan penyebab dari suatu pesan. Analisis isi dipakai untuk melihat gambaran atau karakteristik dari suatu pesan dan digunakan untuk menarik sebuah kesimpulan penyebab dari suatu pesan.<sup>9</sup>

Batasan-batasan mengenai analisis isi dikemukakan dalam dua pendekatan, yaitu pendekatan kuantitatif dan pendekatan kualitatif. Pendekatan kuantitatif mengemukakan ketepatan dalam mengidentifikasi isi dari pesan yang muncul, seperti perhitungan dan penyebutan yang berulang-ulang dari kata tertentu. Sedangkan pendekatan kualitatif menggunakan seperangkat tema sebagai suatu bentuk pedoman dalam membahas seluruh isi pesan dengan menerangkan bagaimana tema tersebut dikembangkan oleh suatu sumber media dengan meneliti masalah yang ada di dalamnya yang tidak mencakup jumlah. George dan Kraucer menyatakan, bahwa *content analysis* kualitatif lebih mampu menyajikan nuansa dan lebih

---

<sup>8</sup> Eriyanto, *Analisis Isi: Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi Dan Ilmu Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Prenada Media Grup, 2011) 39-41.

<sup>9</sup> Jalaludin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Bandung: PT. Rosdakarya, 2002) 89.

mampu melukiskan presiksinya lebih baik.<sup>10</sup> Berdasarkan pendekatan yang digunakan, penulis ingin menggunakan pendekatan analisis isi kualitatif berdekatan dengan tafsir teks atau konten.

## B. Media Sosial

### 1. Sejarah Media Sosial

Media sosial terbentuk karena adanya istilah media baru, Flew dalam jurnal Komunikasi dan Media Sosial (*Communications and Social Media*) menjelaskan media baru ialah media yang menawarkan digitalisasi, konvergensi, interaksi dan pengembangan jaringan terkait pembuatan dan penyampaian pesannya. Dengan kemampuan interaktivitas dari *new media*, penggunanya dapat memilah informasi apa yang akan dikonsumsi, sekaligus dapat mengendalikan informasi apa saja yang akan dikeluarkan. Konsep utama dari *new media* sendiri ialah kemampuan menawarkan suatu interaktivitas.<sup>11</sup>

Bersamaan dengan munculnya media baru, fenomena *virtual reality* juga eksis dengan komunitas virtual identitasnya. Fenomena ini muncul karena dalam *new media* penggunaannya dapat menggunakan ruang seluas-luasnya, memperluas jaringan seluas-luasnya, dan menunjukkan identitas yang lain dengan yang dimiliki pengguna tersebut di dunia nyata. Istilah *new media* atau media baru digunakan sebagai gambaran karakteristik media yang berbeda dari media yang

---

<sup>10</sup> Muhadjir, *Analisis Isi: Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*, 33-39.

<sup>11</sup> Errika Dwi Setya Watie, "Komunikasi Dan Media Sosial (*Communications and Social Media*)," *Jurnal The Messenger* 3, no. 2 (2016): 69, hal. 70, <https://doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.270>. Diakses pada 1 November 2022, pukul 16:43 WIB.

lain yang telah ada sebelumnya. Seperti televisi, radio, majalah dan koran yang digolongkan sebagai media lama atau old media, serta media internet yang digolongkan sebagai media baru atau new media. Istilah tersebut bukan berarti media lama hilang dan digantikan oleh media baru yang ada, pengistilahan tersebut digunakan hanya bermaksud untuk menggambarkan karakteristik yang muncul saja. Media sosial atau jejaring sosial inilah yang menjadi salah satu bagian dari media baru.

## 2. Pengertian Media Sosial

Media sosial yang merujuk pada media baru yang melibatkan partisipasi interaktif, berfungsi sebagai jembatan komunikasi sosial.<sup>12</sup> Berdasarkan pengertian-pengertian sebelumnya, dapat disimpulkan jika media sosial ialah kumpulan perangkat lunak yang mana para pengguna dapat menggunakannya untuk berbagi, berkomunikasi atau terlibat dalam jaringan sosial. Disebut juga sebagai jejaring sosial, media sosial memiliki kaitan erat dengan sebuah jaringan yang membawa pengaruh serta manfaat besar bagi kehidupan manusia, yaitu internet. Dengan adanya internet, para pengguna dapat menggunakan dan menjelajah media sosial. Internet sendiri adalah produk teknologi berupa jaringan yang dapat menghubungkan antar manusia dari berbagai belahan dunia dengan cara mengkoneksikannya dengan komputer atau jenis gadget lainnya.<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup> Nugroho, *Cyber Society : Teknologi, Media Baru, Dan Disrupsi Informasi*. Hal. 78.

<sup>13</sup> Shiefti Dyah Alyusi, *Media Sosial: Interaksi, Identitas, Dan Modal Sosial* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2016). Hal. 1

### 3. Karakteristik Media Sosial

#### a. Jaringan (*network*)

Merupakan komponen penghubung komputer dengan perangkat keras lainnya. Komunikasi dan perpindahan data dapat dilakukan antar komputer yang terhubung jika koneksi ini ada.

#### b. Informasi (*information*)

Dengan adanya informasi, pengguna media sosial dapat mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi sosial.

#### c. Arsip (*archive*)

Pengguna sosial menjadikan arsip sebagai tanda bahwa informasi telah tersimpan dan dapat diakses melalui perangkat apapun serta kapan saja.

#### d. Interaksi (*interactivity*)

Media sosial membentuk jaringan yang dimana dengan itu, para penggunanya dapat memperluas hubungan pertemanan atau pengikut (*followers*) semata, tentunya pengguna tersebut harus membangun interaksi itu sendiri.

#### e. Simulasi Sosial (*simulation of society*)

Berlangsungnya masyarakat (*society*) di dunia virtual, tidak lepas dari peran media sosial yang memiliki karakter sebagai medium.

#### f. Konten oleh Pengguna (*user-generated content*)

Konten di media sosial sepenuhnya milik dan berdasar kontribusi pengguna atau pemilik akun. UGC menjadi hubungan yang saling

menguntungkan dalam budaya media baru, dimana pengguna diberikan kesempatan dan keleluasan untuk berpartisipasi.<sup>14</sup>

#### 4. Fungsi Media Sosial

Media sosial adalah salah satu jenis media *online* yang menjembatani hubungan antar individu yang terjadi secara intens dengan memanfaatkan teknologi berbasis web yang memungkinkan mengubah komunikasi satu arah menjadi komunikasi yang interaktif. Teknologi tersebut juga memudahkan penggunaannya dalam berbagi pesan dalam berbentuk blog, jejaring sosial, wiki/ensiklopedia online, forum-forum maya, termasuk virtual world. Media sosial juga memfasilitasi penggunaannya agar dapat mempresentasikan dirinya sebagai wujud yang lain, agar terjalin relasi sosial, sosialisasi dan komunikasi dengan pengguna lainnya dengan bentuk ikatan berupa virtual. Adapun fungsi dari media sosial antara lain yaitu pengenalan (*cognition*), dimana dengan siapa jalinan ikatan dan hubungan bebas ditentukan oleh masyarakat itu sendiri. Selanjutnya ada bentuk komunikasi (*communicate*), upaya masyarakat berinteraksi di media sosial dalam bentuk virtual reality. Dan yang terakhir yaitu kerja sama atau co-operation.

#### 5. Jenis-Jenis Platform Media Sosial

Media sosial yang sedang berkembang saat ini dapat dikategorikan dalam beberapa platform jika dilihat dari jenis konten dan kegunaannya.

---

<sup>14</sup> Sari dkk, 5-6.

a. Social Networking

Media sosial jenis ini biasanya digunakan dengan tujuan untuk membangun jaringan pribadi, alumni, atau kelompok tertentu.

b. Microblog

Dalam platform ini tersedia fitur berbagi teks, yang memungkinkan penggunanya dapat menuliskan tulisan-tulisan layaknya blog namun dengan karakter terbatas.

c. Berbagi Video

Sebagai platform berbagi video, penggunanya dapat mengunggah video, menyediakan streaming video, bahkan juga terdapat fasilitas *live streaming*.

d. Berbagi Jaringan Profesional

Platform media jenis ini biasanya digunakan untuk berbagi jaringan profesional, menemukan pekerjaan, internship, keterampilan dan hal-hal lain yang terkait dengan karier profesional.

e. Berbagi Foto

Platform ini biasanya digunakan pengguna untuk berbagi foto, dan dapat dilakukan juga penyuntingan foto langsung dengan menggunakan efek atau filter-filter yang disediakan.

f. Cooking

Platform yang biasanya digunakan para pengguna untuk berbagi resep makanan.

## C. Instagram

### 1. Pengertian Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi berbasis Android yang memungkinkan penggunanya mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri<sup>15</sup>. Nama Instagram berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini<sup>16</sup>. Kata “insta” berasal dari kata “instan”, seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan “foto instan”. Instagram dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata “gram” berasal dari kata “telegram”, dimana cara kerja telegram sendiri adalah untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan Instagram yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itulah Instagram berasal dari instan-telegram.

Pengguna Instagram lebih diarahkan kepada perangkat berjalan, seperti smartphone. Aplikasi yang diluncurkan pada tanggal 6 Oktober 2010 ini awalnya dibuat khusus untuk pengguna iOS. Perusahaan kemudian melebarkan jangkauannya dengan merilis Instagram *for android* pada April 2012. Kala itu, jumlah pengguna

---

<sup>15</sup> Agustina, “Analisis Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Sikap Konsumerisme Remaja Di Sma Negeri 3 Samarinda” eJournal Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman(2016), 412.

<sup>16</sup> Rangga Aditya, “Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Fotografi Pada Komunitas Fotografi Pekanbaru” *Jom FISIP* Vol. 2 No. 2 (2015), 3.

Instagram baru mencapai 30 juta pengguna. Namun, karena dianggap sebagai jejaring sosial yang juga sangat kompetitif, seminggu kemudian secara resmi membeli aplikasi ini dengan biaya US\$ 1 miliar (sekitar 9 triliun). Aplikasi foto ini terus dikembangkan dengan adanya penambahan fitur video dan *Instagram direct*. Sejak diluncurkan pada tahun 2010 lalu, aplikasi ini telah memiliki 400 juta lebih pengguna dari seluruh dunia. Dari angka tersebut, ternyata Indonesia merupakan salah satu negara pengguna Instagram terbanyak.<sup>17</sup>

## 2. Kelebihan Instagram

Selain fitur-fitur dalam Instagram yang beragam, salah satu kelebihan dari Instagram adalah hasil foto dapat di *share* ke media sosial lainya seperti facebook dan twitter, sehingga hasil unggahan foto tersebut tidak hanya dilihat oleh orang-orang yang memiliki akun Instagram saja.<sup>18</sup> Dilihat dari tampilannya yang berbeda dari media sosial yang lain, Instagram dirasa lebih cocok untuk dijadikan media promosi (sponsor) karena bentuknya yang bersifat visual sehingga dapat digunakan sebagai media penyampaian teaser, yaitu penyampaian informasi yang hanya sepotong, agar para pengguna yang mengikutinya menjadi lebih penasaran dan ingin mencari tahu

---

<sup>17</sup> Michelle Wifalin, "Efektivitas Instagram Common Grounds" *Jurnal E-Komunikasi* Vol.4 No. 1 (2016), 2

<sup>18</sup> Rangga Aditya, 3.

informasi lebih lanjut.<sup>19</sup> Selain itu, Instagram memberikan sejumlah kelebihan lain, yaitu:

- a. Setiap unggahan gambar menyertakan informasi yang jelas dan menyeluruh, seperti waktu dan tempat. Pengguna bahkan dapat menambahkan bio atau biografi yang berisi detail pengenalan tertentu tentang akun tersebut.
- b. Instagram dapat mengetahui kebiasaan, kebutuhan dan preferensi setiap pengguna dalam melakukan segmentasi pasar yang lebih baik untuk promosi atau iklan.
- c. Dengan menggunakan internet dapat diakses kapanpun dan dimanapun.
- d. Tampilan yang mudah dipahami untuk semua jenis ponsel.
- e. Beragam fitur seperti komentar, mentions (@), hastag (#), kesukaan, berbagi, dan bahkan melalui pesan pribadi dapat digunakan untuk menjalin komunikasi.
- f. melalui penyedia layanan ponsel, aplikasi Instagram dapat diunduh dengan mudah.<sup>20</sup>

---

<sup>19</sup> Widya Putri dan Maulida De Mormes, "Analisis Strategi Perencanaan Pesan Pada Akun Instagram E-Commerce @thekufed" *The Messenger* Vol. 9 No. 1(2017), 77.

<sup>20</sup> Puguh Kurniawan, "Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern Pada Batik Burneh" *Kompetensi*, Vol. 11, No. 2 (2017), 223-224.

### 3. Manfaat Instagram

Instagram dapat menjadi tempat untuk menemukan berbagai macam informasi mulai dari berita, promosi produk, hiburan hingga kegiatan sehari-hari pengguna lain. Instagram juga dapat menjadi wadah untuk mendapatkan eksistensi bagi orang yang menggunakannya.<sup>21</sup> Selain itu, Instagram merupakan media sosial yang dinilai paling mudah dan efektif sebagai sarana promosi oleh pengelola industri di dunia.<sup>22</sup> Betapa pentingnya Instagram sebagai alat untuk promosi dapat dilihat dari mayoritas pengelola akun yang menugaskan karyawan khusus untuk mengelola Instagram dan mengalokasikan anggaran terpisah untuk promosi melalui Instagram. Selain untuk promosi, melalui berbagi gambar dan video pengguna Instagram dapat berbagi pengalaman dengan teman maupun mengenal orang baru atau bahkan menggunakannya untuk tujuan yang lain seperti mencari teman, mencari pasangan, berdakwah, berdagang dan lain sebagainya..

### 4. Fitur-fitur yang terdapat di Instagram

Instagram dapat mengambil, mengelola, mengedit, memberi efek filter dan membagikan foto dan video tersebut ke semua orang yang mengikuti akunnya di Instagram.<sup>23</sup> Selain itu, pengguna dapat menggunakan Instagram untuk mengunggah video atau membuat *story* yang direkam langsung melalui kamera atau dari file di ponsel

---

<sup>21</sup> Ibid, 223.

<sup>22</sup> Puguh Kurniawan, 224.

<sup>23</sup> Agustina, 412.

mereka, lalu mempublikasikan kreasi tersebut ke akun mereka sehingga pengikut dapat melihatnya dalam waktu 24 jam setelah *story* diunggah. Bahkan pengguna Instagram memiliki opsi untuk melakukan siaran langsung (*live*) sehingga pengikutnya dapat melihat secara langsung kegiatan yang dilakukan pengguna tersebut dan pengikut dapat berinteraksi dengan orang-orang sepanjang siaran berlangsung dengan meninggalkan komentar di *live* tersebut..

Tidak hanya itu, Instagram juga menyajikan kelebihan-kelebihan dalam mengolah foto & video sebelum dibagikan ke akun Instagram, dengan fitur edit foto atau video, tidak hanya nilai estetika yang disuguhkan tetapi juga etika artinya lebih bermanfaat untuk orang lain. Sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Bambang Dwi Atmoko, fitur Instagram ada *followers*, *upload*, *hashtag (#)*, *mentions (@)*, *lux*, *tilt-shift*, *follow*, *share*, *like*, komentar dan efek foto<sup>24</sup>.

*Followers* atau pengikut merupakan fitur yang memperlihatkan seberapa banyak pengguna lain yang mengikuti akun kita. Semakin banyak jumlah *followers* maka akan semakin populer konten yang kita unggah.

*Upload* merupakan menu upload foto berfungsi sebagai tempat untuk mengunggah foto ataupun video yang nantinya akan dilihat oleh pengguna lainnya. Foto yang ingin diunggah bisa didapatkan melalui galeri yang ada di handphone kita sehingga akan lebih mudah untuk dicari.

---

<sup>24</sup> Atmoko dan Dwi Bambang, *Instagram Handbook*,(Jakarta : Media Kita, 2015), 45-67.

*Hashtag* (#) adalah fitur atau konten Instagram yang memudahkan untuk menambahkan tema tertentu sebagai tagar untuk setiap pembaruan dan untuk mengklasifikasikan foto dan video yang sama. Fitur hashtag menjadi sangat penting karena memudahkan pengguna untuk menemukan foto atau video yang dibagikan di Instagram dengan label tertentu.

*Mentions* (@) adalah fitur atau konten Instagram yang memudahkan untuk menyapa atau memanggil pengguna lain, membagikan informasi yang spesifik dari akun kita maupun dari akun lain dan memberi tanda saat kita ingin menyebutkan nama mereka sehingga tidak ada kesalahpahaman ketika ingin kita cantumkan di *caption* atau ketika mengetik di kolom komentar.

*Follow* merupakan fitur atau konten yang penting dari Instagram, karena Instagram adalah salah satu media untuk berkomunikasi dan berinteraksi antar pengguna di Instagram. Untuk mencari teman atau pengguna lain dapat menggunakan fitur *follow* ini. Di bio Instagram, terdapat tampilan *following* yaitu daftar akun yang diikuti oleh pengguna dan *followers* yaitu daftar akun yang mengikuti pengguna.

*Like & Komentar* merupakan fitur ataupun konten dari Instagram untuk mengetahui seberapa besar kualitas foto atau video yang kita upload dilihat, tidak hanya dari kualitas fotonya saja tetapi juga dari makna atau penjelasan foto yang diberikan pada *caption*.

Kualitas pengaruh dari pengunggah dapat dilihat dari banyaknya jumlah *like*. Sedangkan komentar memfasilitasi komunikasi dalam suatu unggahan, komentar dapat berbentuk saran, kritik, pujian, atau masukan lainnya.<sup>25</sup>

## 5. Karakteristik Instagram sebagai media sosial

### a. Transparansi (*Transparancy*)

Segalanya tampak keterbukaan karena elemen-elemen dan materinya memang ditujukan untuk konsumsi publik atau sekelompok orang.

### b. Dialog & Komunikasi (*Dialogue & Communication*)

Didalamnya akan terjalin sebuah hubungan yang sepenuhnya berupa komunikasi, misalnya antara brand dengan para “fans” nya.

### c. Jejaring Relasi (*Networking Relationship*)

Hubungan antara elemen – elemen penyusun akan terjalin dan juga relasi ini akan terbentuk pula antara individu atau kumpulan individu atau suatu perwakilan yang dimotori oleh individu.

### d. Multi Opini (*Multi Opinion*)

Setiap orang akan berargumen dan setiap orang memiliki pandangan yang relatif, entah itu benar, salah atau berada dalam *grey area*, ini tertuang dalam wujud komunikasi sebagai medianya.

Dengan melihat pada karakteristik tersebut, dapat dikatakan bahwa Instagram sebagai media sosial memudahkan aktivitas sehari-hari. Media

---

<sup>25</sup> Atmoko dan Dwi Bambang, 65-67.

sosial juga dapat memancing respon dari khalayak atau penggunanya sehingga dapat memudahkan proses komunikasi yang sedang berlangsung.

#### **D. Keislaman**

Secara etimologis, Islam berasal dari kata *salima* yang berarti selamat, sentosa, damai, tunduk, dan berserah. kemudian berubah dengan *wazan aslama* yang berarti kepatuhan, ketundukan, dan berserah. Secara terminologis, Islam merupakan agama yang ajarannya diwahyukan oleh Allah kepada manusia melalui Nabi Muhammad sebagai rasul. Sedangkan arti kata keislaman dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah segala sesuatu yang bertalian dengan agama Islam. Dalam Islam, Alquran menjadi pedoman hidup dan sumber hukum bagi umatnya, selain itu ada hadist dan juga ijtihad. Ketiga sumber hukum tersebut menjadi pegangan umat Islam dalam menjalani kehidupan sehari-hari karena mengatur bagaimana baiknya dalam menjalani hidup mulai dari persoalan akidah, ibadah, akhlak, syariah, muamalah, bidang ilmu, kebudayaan, sejarah, pendidikan, sosial, ekonomi, kesehatan, politik dan masih banyak yang lainnya.

Sebagai makhluk yang berakal, manusia selalu merasa ingin tahu dan selalu berusaha mengembangkan diri dengan cara belajar untuk memperoleh pengetahuan. Pengetahuan tidak hanya seputar pengetahuan umum, namun pengetahuan keagamaan juga diperlukan. Dalam agama Islam, wawasan keislaman dapat diperoleh melalui studi Islam atau di Barat dikenal dengan istilah *Islamic Studies*. Istilah studi Islam secara sederhana dapat dikatakan sebagai usaha untuk mempelajari hal-hal yang berhubungan dengan agama

Islam<sup>26</sup>. Dengan kata lain, upaya yang disengaja dan sistematis untuk mengetahui dan memahami serta membahas secara mendalam bagaimana sejarah, ajaran, maupun pengaplikasian pada dunia nyata yang saling berhubungan satu sama lain.

## 1. Sistematika Islam

### a) Akidah

Iman kepada Allah SWT, Malaikat, kitab-kitabNya, rasul-rasulNya, hari akhir, qadha dan qadar.

### b) Syariah

- 1) Ibadah (thaharah, sholat, zakat, puasa, haji)
- 2) Muamalah (hukum perdata dan hukum politik)

### c) Akhlak

- 1) Akhlak terhadap khaliq
- 2) Akhlak terhadap makhluk (tehadap manusia dan bukan manusia)

Secara garis besar, agama Islam terdiri atas akidah, syariat, dan akhlak.

### a) Akidah Islam

Secara etimologis, akidah berarti ikatan dan angkutan. Secara teoritis berarti iman, kepercayaan, keyakinan. Secara umum, pembahasan akidah Islam berkisar pada arkanul iman (enam rukun iman). Oleh sebab itu dalam Islam aqidah juga bisa disebut dengan ilmu tauhid yang artinya ilmu yang mengikat. Sebagaimana yang sudah dijelaskan dalam Al-qur'an dan hadist bahwasanya ajaran Islam merupakan ketentuan-ketentuan atau pedoman sebuah keimanan. Keimanan merupakan suatu

---

<sup>26</sup> Muhaimin, dkk. Pengantar Studi Islam (Jakarta: Kencana, 205) 1.

sikap jiwa yang diperoleh karena pengetahuan seseorang dengan melalui proses yang sedemikian rupa sehingga membentuk tata nilai (norma) maupun pola perilaku seseorang. Dalam Islam, akidah merupakan peraturan yang mencakup masalah-masalah yang erat kaitannya dengan rukun iman..

- 1) Iman kepada Allah
- 2) Iman kepada malaikat-malaikatnya
- 3) Iman kepada kitab-kitabnya
- 4) Iman kepada rasul-rasulnya
- 5) Iman kepada hari akhir
- 6) Iman kepada qadha dan qadar

Orang yang memiliki iman yang benar (hakiki) akan cenderung untuk selalu berbuat baik dan akan menjauhi segala perbuatan jahat, karena perbuatan jahat akan berkonsekuensi pada hal-hal yang buruk.

#### b) Syariat Islam

Secara etimologis, syariat berarti jalan. Syariat Islam adalah satu sistem norma ilahi yang mengatur bagaimana manusia harus berhubungan dengan Tuhannya, dengan sesama manusia, serta hubungan antara manusia dan alam lainnya. Lebih jelasnya, syariat merupakan seluruh hukum dan undang-undang yang ada dalam Islam. Materi keislaman yang bersifat syariah ini sangat luas dan mengikat seluruh umat Islam. Ia merupakan jantung yang tidak terpisahkan dari kehidupan umat Islam berbagai penjuru dunia dan sekaligus merupakan hal yang patut di banggakan. Kelebihan dari materi syariah ini adalah bahwa ia

tidak dimiliki oleh umat yang lain. Syariah ini bersifat universal yang menjelaskan hak-hak umat muslim dan nonmuslim bahkan hak seluruh umat manusia. Dengan adanya materi syariah ini, maka tatanan sistem dunia akan teratur dan sempurna.<sup>27</sup> Pada umumnya, terdapat dua komponen utama kaidah syariat Islamiah yaitu:

- 1) Kaidah ibadah dalam arti khusus (kaidah ubudiyah), yaitu hukum-hukum ilahi yang mengatur hubungan ritual langsung antara hamba dan Tuhannya yang acara, tatacara, serta upacaranya telah ditentukan secara rinci dalam Alqur'an dan sunnah rasul. Ibadah dalam arti khusus ini biasanya dibahas dalam kaitannya dengan:
  - a. At-Taharah (bersuci)
  - b. As-Shalat
  - c. As-Zakat
  - d. As-Shaum, dan
  - e. Al-Haji
- 2) Kaidah muamalah dalam arti luas, yaitu hukum-hukum Ilahi yang mengatur bagaimana hubungan manusia dengan manusia lain dan hubungan antara manusia dengan benda. Islam merupakan agama yang menekankan urusan muamalah lebih besar porsi nya dari pada urusan ibadah. Islam lebih banyak memerhatikan aspek kehidupan sosial dari pada aspek kehidupan ritual.<sup>28</sup> Kaidah muamalah dalam arti luas ini terdiri dari dua bagian besar yaitu:
  - a. Al-Qanunul Khas (hukum perdata) yang meliputi:

---

<sup>27</sup> Muhammad Munir, Wahyu Ilahi, Manajemen Dakwah, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), h. 26

<sup>28</sup> Ibid, h.28

- 1) Muamalah dalam arti sempit (hukum niaga)
  - 2) Munakahah (hukum nikah)
  - 3) Waratsah (hukum waris)
  - 4) dan lain sebagainya
- b. Al-Qanunul 'Am (hukum publik) yang meliputi:

- 1) Jinayah (hukum pidana)
- 2) Khilafah (hukum kenegaraan)
- 3) Jihad (hukum perang dan damai)
- 4) dan lain sebagainya

Islam merupakan agama yang menekankan urusan muamalah lebih besar porsinya daripada ibadah, lebih banyak memperhatikan kehidupan sosial daripada masalah kehidupan ritual.<sup>29</sup> Muamalah termasuk dalam kategori syariat yang mengatur hubungan antara manusia dengan manusia lain. Islam mengajarkan tentang adab dan sikap yang baik dalam bergaul. Oleh karena itu dalam muamalah ini akan lebih membahas mengenai hubungan manusia dengan manusia

c. Akhlak Islam

Secara etimologis akhlak berarti perbuatan dan ada sangkut pautnya dengan kata khalik (pencipta) dan makhluk (yang diciptakan). Akhlak merupakan kekuatan yang dihasilkan dari dalam jiwa atau diri seseorang yang tercermin dalam perilaku lahiriah. Dalam pelaksanaannya tidak perlu mempertimbangkan terlebih dahulu karena hal tersebut sudah menjadi kebiasaan. Apabila perbuatan yang dilakukan secara spontan itu

---

<sup>29</sup> Muhammad Munir, 28.

baik maka secara rasional dianggap sebagai akhlak yang baik, sebaliknya jika perbuatan yang dilakukan itu tidak sesuai maka secara rasional dapat dikatakan sebagai akhlak tercela.<sup>30</sup> Atau dengan kata lain, akhlak adalah sifat yang melekat dalam jiwa seseorang yang menjadikan seseorang itu dengan mudah melakukan sesuatu tanpa banyak pertimbangan.<sup>31</sup>

Akhlak Islam secara garis besar terdiri dari:

1. Akhlak manusia terhadap khalik (pencipta)
2. Akhlak manusia terhadap makhluk
3. Akhlak manusia terhadap makhluk bukan manusia (flora, fauna, dan lain-lain)
4. Akhlak manusia terhadap manusia, yang mencakup:
  - a) diri pribadi
  - b) rumah tangga atau keluarga
  - c) antar tetangga
  - d) masyarakat luas lainnya.<sup>32</sup>

Setiap usaha pasti mengandung tujuan yang diinginkan, dan setiap orang yang sedang berusaha harus mengerahkan segala upaya dalam mencapai tujuan yang diinginkan tersebut secara efektif dan efisien. Seperti halnya dalam mempelajari keislaman, pastinya memiliki arah dan tujuan yang jelas. Adapun arah dan tujuan dalam mempelajari keislaman yaitu:

---

<sup>30</sup> Kastolani, Ibadah Ritual Dalam Menanamkan Akhlak Remaja. Malaysia : INJECT (Interdisciplinary Journal Of Communication), Vol.1(2). . 2016.127-144.

<sup>31</sup> Retno Widiyastuti, Kebaikan Akhlak dan Budi Pekerti (Semarang: ALPRIN, 2010) h. 2

<sup>32</sup> Endang Saifuddin Anshari. Wawasan Islam (Jakarta: Gema Insani, 2004) 44-48.

1. Untuk mempelajari secara mendalam tentang dasar-dasar Islam, termasuk posisinya dalam masyarakat dan bagaimana hubungan Islam dengan agama-agama lain dalam kehidupan.
2. Untuk mengkaji secara mendalam pokok-pokok ajaran agama Islam, sejarahnya, penjabarannya, penerapannya, serta perkembangannya sampai saat ini.
3. Untuk mengkaji secara mendalam sumber dasar agama Islam yang tetap abadi dan dinamis.
4. Untuk mempelajari secara seksama prinsip-prinsip dan nilai-nilai dasar agama Islam dan bagaimana realisasinya dalam mengarahkan dan mengatur kemajuan peradaban manusia.<sup>33</sup>

Pada masa ini, peran agama untuk secara aktif menjawab berbagai persoalan yang dihadapi umat manusia menjadi semakin penting. Konsekuensinya, diperlukan pendekatan-pendekatan dalam memahami agama Islam, karena melalui pendekatan inilah pemeluk agama Islam dapat merasakan kehadiran Islam. Sebaliknya, jika tidak mengetahui berbagai pendekatan tersebut, nilai-nilai agama menjadi sulit dipahami oleh pengikutnya. Berikut ini beberapa pendekatan yang digunakan dalam studi Islam:

#### 1. Pendekatan Teologis

Pendekatan ini disebut metode tekstual atau pendekatan tekstual, ada juga yang menyebutnya sebagai pendekatan kitabi. Secara harfiah, pendekatan teologis normatif dalam memahami agama dapat diartikan

---

<sup>33</sup> Rosihon Anwar dkk. Pengantar Studi Islam (Bandung: Pustaka Setia, 2014) 34-37.

sebagai upaya untuk memahami agama dengan menggunakan kerangka ilmu ketuhanan yang berangkat dari keyakinan bahwa bentuk empiris suatu keagamaan adalah yang dianggap paling akurat di antara pilihan-pilihan yang ada.

#### 1. Pendekatan Antropologis

Pendekatan antropologi dalam memahami agama dapat dipahami sebagai upaya untuk memahami agama dengan menelaah macam-macam praktik keagamaan yang tumbuh dan berkembang di masyarakat.

#### 2. Pendekatan Sosiologis

Pendekatan sosiologis dipandang penting dalam memahami agama karena banyak ajaran agama yang berkaitan dengan masalah sosial. Metode ini memudahkan untuk memahami agama karena agama itu sendiri diturunkan untuk kepentingan sosial.

#### 3. Pendekatan Filosofis

Dengan menggunakan pendekatan filosofis, seseorang dapat memberi makna terhadap sesuatu yang ditemuinya dan dapat pula mempelajari ajaran yang terkandung di dalamnya.

#### 4. Pendekatan historis

Pendekatan historis digunakan dalam upaya untuk memahami peran kekuatan dan kekuasaan yang ditampilkan oleh agama pada masa-masa tertentu dalam perkembangan sejarah serta menelusuri asal-usul

dan perluasan ide-ide dan lembaga-lembaga keagamaan pada masa-masa tersebut.

#### 5. Pendekatan Kebudayaan

Kebudayaan digunakan untuk memahami apa yang ada pada dataran empirisnya atau agama yang tampak dalam bentuk formal yang lazim di masyarakat. Melalui pemahaman terhadap pendekatan kebudayaan ini, seseorang akan mampu mengamalkan ajaran agama.

#### 6. Pendekatan Psikologi

Pendekatan psikologi merupakan usaha untuk memahami sisi ilmiah dari unsur-unsur batiniah yang mendasari pengalaman keagamaan.

Selain melalui pendekatan, dalam meningkatkan wawasan keislaman tidak jauh berbeda dengan meningkatkan wawasan di bidang lainnya. Seperti halnya mendapatkan pengetahuan baru, wawasan keislaman bisa ditingkatkan melalui:

1. Belajar dari berbagai sumber. Sumber pengetahuan dapat dicari melalui buku, *podcast*, mengikuti pelatihan, seminar, atau pendidikan.
2. Menerapkan apa yang telah diketahui. Pengetahuan dan keterampilan akan bermanfaat jika dibagikan ke orang lain dan bisa digunakan sebagai solusi atas suatu permasalahan.
3. Berdiskusi. Pengetahuan akan bertambah jika melakukan diskusi dengan orang lain.<sup>34</sup>

---

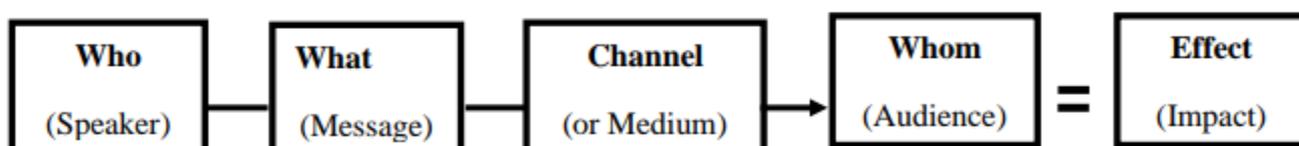
<sup>34</sup> Rosihon Anwar dkk, Pengantar Studi Islam, (Bandung: Pustaka Setia, 2014). 72-95.

## E. Teori Komunikasi Laswell

Komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata latin *communis* yang berarti sama atau *community* (komunitas) yang mengarahkan pada kesamaan atau kebersamaan.<sup>35</sup> Komunikasi didefinisikan sebagai suatu proses dimana seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus dengan tujuan membentuk perilaku orang-orang lainnya. Komunikasi merupakan proses yang terjadi ketika komunikator dan komunikan berinteraksi dengan tujuan agar terjadi perubahan atau pembentukan perilaku sesuai dengan yang diharapkan.

Definisi komunikasi Laswell mengungkapkan bahwa komunikasi mencakup semua prosedur dengan satu pikiran dapat memengaruhi yang lain. Hal ini tentu saja tidak hanya mencakup tulisan dan pidato lisan, tetapi juga musik, seni gambar, teater, dan sebenarnya meliputi semua perilaku manusia. Pengertian tersebut menyajikan perluasan penting mengenai gagasan komunikasi dari tindakan berbicara atau menulis di depan umum atau melalui media massa. Berikut model komunikasi Laswell:

**Gambar 2.1 Model Komunikasi Laswell**



Proses komunikasi tersebut dapat dijelaskan dengan baik melalui pernyataan sederhana yaitu, “Siapa mengatakan apa kepada siapa di dalam saluran apa dengan dampak apa” Menjelaskan komunikasi dengan

<sup>35</sup> Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi suatu pengantar*, Remaja Rosda Karya, 2014, hlm 46.

menggunakan paradigma *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect*, yang merupakan unsur sebagai jawaban dari paradigma tersebut adalah :

1. Komunikator (*Communicator, source, sender*) dalam hal ini yaitu pengurus akun Instagram @ruqun.id.
2. Pesan (*Message*) merupakan pesan yang disampaikan oleh akun Instagram @ruqun.id.
3. Media (*Channel*) yang digunakan untuk menyampaikan pesan adalah melalui media sosial Instagram.
4. Komunikan (*Communicant, communicatee, receiver, recipient*) yang menjadi *audiens* adalah *followers* akun Instagram @ruqun.id.
5. Efek (*Effect, impact, influence*) dalam hal ini terdapat efek yang berhubungan dengan ketertarikan keikutsertaan *followers* untuk mengikuti kegiatan yang diadakan oleh akun Instagram @ruqun.id.<sup>36</sup>

Menurut Deddy Mulyana, komunikasi merupakan bagian penting dalam kehidupan manusia. Komunikasi memungkinkan manusia membangun suatu kerangka rujukan dan menggunakannya sebagai panduan untuk menafsirkan situasi apapun yang dihadapi. Melalui komunikasi, manusia mempelajari dan menerapkan cara-cara untuk mengatasi permasalahan dalam kehidupan sosial. Komunikasi mempengaruhi perubahan perilaku, pengetahuan dan pikiran komunikan melalui pesan yang disampaikan komunikator dalam suatu proses sebab akibat.

---

<sup>36</sup> Deddy ulyana, 148.