

**WACANA DAKWAH BAGI GENERASI MILENIAL PADA AKUN
INSTAGRAM @SHIFTMEDIA.ID
(Kajian Analisis Wacana Teun A. Van Dijk)**



IAIN PURWOKERTO

SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah IAIN Purwokerto untuk Memenuhi Salah Satu
Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)**

**Oleh:
FEBBY SETIANDINI**

NIM. 1717102013

IAIN PURWOKERTO

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO
2021**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Febby Setiandini
NIM : 1717102013
Jenjang : S1
Fakultas : Dakwah
Judul Skripsi : Wacana Dakwah Bagi Generasi Milenial Pada Akun Instagram @shiftmedia.id (Analisis Van Dijk)

Menyatakan bahwa naskah skripsi yang saya tulis tersebut merupakan hasil penelitian atau karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 15 Juli 2021

Saya yang menyatakan,



Febby Setiandini
NIM. 1717102013



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS DAKWAH
Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A Purwokerto 53126
Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553 Website: www.iainpurwokerto.ac.id

PENGESAHAN
Skripsi Berjudul:

**WACANA DAKWAH BAGI GENERASI MILENIAL PADA AKUN INSTAGRAM
@SHIFTMEDIA.ID (Kajian Analisis Wacana Teun A. Van Dijk)**

yang disusun oleh Saudara: **Febby Setiandini**, NIM. **1717102013**, Program Studi **Komunikasi dan Penyiaran Islam** Jurusan **Penyiaran Islam**, Fakultas Dakwah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto, telah diujikan pada tanggal: **21 Juli 2021**, dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Sosial (S.Sos.)** pada sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Pembimbing,

Prof. Dr. Abdul Basit, M.Ag
NIP. 1969 1219 1998 031001

Sekretaris Sidang/Penguji II,

Turhamun, S.Sos.I., M.S.I
NIP. 198702022019031011

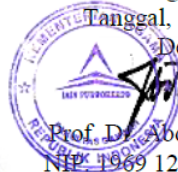
Penguji Utama,

Dr. Nawawi, S.Ag., M.Hum.
NIP. 197105081998031003

Mengesahkan,

Tanggal, 30 Juli 2021

Dekan,



Prof. Dr. Abdul Basit, M.Ag
NIP. 1969 1219 1998 031001

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Dakwah IAIN Purwokerto
Di Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Setelah melakukan bimbingan, arahan dan perbaikan seperlunya terhadap penulisan skripsi dengan :

Nama : Febby Setiandini
Nim : 1717102013
Jenjang : S1
Jurusan : Dakwah
Program Studi : WACANA DAKWAH BAGI GENERASI MILENIAL PADA AKUN
INSTAGRAM @SHIFTMEDIA.ID (Analisis Wacana Teun A. Van
Dijk)

Saya menyatakan bahwa Skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Dakwah IAIN Purwokerto untuk diajukan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Sosial.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Purwokerto, 15 Juli 2021

Pembimbing,

IAIN PURWOKERTO 

Prof. Dr. Abdul Basit, M.Ag

NIP. 1969 1219 1998 031001

WACANA DAKWAH BAGI GENERASI MILENIAL PADA AKUN INSTAGRAM @SHIFTMEDIA.ID (Kajian Analisis Wacana Teun A. Van Dijk)

Febby Setiandini
NIM.1717102013

ABSTRAK

Memasuki abad ke-21 ini terjadi perkembangan teknologi yang sangat cepat, seakan-akan menjadikan tuntutan baru terhadap agama, supaya beradaptasi dengan kecepatan teknologi. Maka dari itu, dakwah saat ini masuk ke dalam media *online*, seperti media sosial. Dengan adanya media sosial, dakwah bisa masuk ke semua generasi. Dengan memanfaatkan Instagram sebagai media dakwah, Ustadz Hanan Attaki dan tim @shiftmedia.id membuat inovasi baru mengenai dakwah modern yang dikemas menarik dalam durasi satu menit video. Tidak ketinggalan mengenai diksi dan gaya bahasa yang digunakan Ustadz Hanan Attaki lebih modern, gaul, dan tidak menggurui. Hal tersebut membuat anak muda tertarik untuk mendengarkan video tersebut dan mengubah stereotip tentang dakwah yang kuno menjadi dakwah modern dan penyampaian yang mudah dipahami oleh generasi Milenial.

Permasalahan yang dijawab penelitian ini adalah wacana dakwah yang terdapat di akun Instagram @shiftmedia.id serta respon generasi Milenial terhadap dakwah di Instagram. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode wawancara, dokumentasi dan visualisasi media. Selanjutnya data yang diperoleh diolah menggunakan analisis wacana model Teun A. Van Dijk yang memiliki elemen analisis teks, kognisi sosial, dan konteks sosial.

Hasil penelitian ini adalah bahwa akun @shiftmedia.id mempunyai bahasan permasalahan yang menyangkut remaja. Misalnya dari enam postingan tersebut mengambil tema akhlakul karimah, di mana Ustadz Hanan Attaki lebih memfokuskan pada akhlak remaja yang harus dibangun dan perbaiki agar tidak melenceng dari kaidah islam. Respon *followers* sendiri cukup baik, karena dengan gaya bahasa dan pengemasan video sangat menarik. Sehingga membuat *followers* berhenti untuk *scroll* dan mendengarkan kajian tersebut, serta pesan dakwah yang hendak di sampaikan Ustadz Hanan Attaki tersampaikan

Dengan demikian, wacana dakwah di @shiftmedia bisa merubah pola pikir muda-mudi menuju ke jalan yang di ridhai Allah SWT, serta memberikan jawaban mengenai permasalahan yang sedang terjadi.

Kata Kunci : Wacana Dakwah, Generasi Milenial, Analisis Teun A. Van Dijk

DA'WAH DISCOURSE FOR THE MILLENIUM GENERATION ON INSTAGRAM ACCOUNT @SHIFTMEDIA.ID (Discourse Analysis Study Of Teun A. Van Dijk)

Febby Setiandini
NIM. 1717102013

ABSTRACT

Entering the twenty first century, the technology has been developed very fast as it become new demand toward religion to adapt with the advancing technology. Therefore, current *da'wah* or Islamic missionary endeavor has participated in the online media, such as sosial media. By using sosial media, *da'wah* can be reached by all generation. With the use of Instragram as the means of *da'wah*, ustadz Hannan Attaki and @shiftmedia.id team make a new innovation regarding the modern *da'wah* that attractively wrapped in one minute video. The language that is use in these videos is more modern, up to date, and humble. It has made the young people interested to watch and listen to these brand new video and has changed the stereotype of old-fashioned *da'wah* into a modern *da'wah* with an understandable explanation by millennium generation.

The issue that solved in this study is the course of *da'wah* that is in @shiftmedia.id's Instagram with the response of the rising generation toward the way of *da'wah* in Instagram. The data is obtained by using interview method, documentary and media visualization. Afterward, the obtained data is discussed by using Teun A. Van Dijk's discourse analysis model which has the element of text analysis, social cognition, and social context.

The result of this study, that is @shiftmedia.id's Instagram account has discussion of issue related to youth. For example, from the six posts, they take the theme of *akhlakul karimah*, where Ustadz Hanan Attaki focuses more on adolescent morals that must be built and guided, so as not to deviate from Islamic rules. The response of the followers themselves is quite good, because the discussion style of video packaging is very interesting. So that it makes followers stop to scroll and listen to the study and that the message is well conveyed to them all.

Thus, the *da'wah* discourse in @shiftmedia.id can change the way of thinking of the rising generation to a blessed way from Allah Swt. and also giving response about the current problems.

Keyword: *Da'wah* discourse, Millenium generation, Teun A. Van Dijk's analysis.

IAIN PURWOKERTO

MOTTO

“Wahai orang-orang yang beriman! Jika seseorang yang fasik datang kepadamu membawa suatu berita, maka telitilah kebenarannya, agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena kebodohan (kecerobohan), yang akhirnya kamu menyesali perbuatanmu itu.”

(QS. Al-Hujurat Ayat 6)



PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur atas kehadiran Allah SWT dan Sholawat serta salam kepada kanjeng Nabi Muhammad SAW, ku persembahkan penelitian ini dengan segenap kerendahan hati teruntuk kedua orang tua yakni Bapak Budi dan Ibu Tini, serta adik tercinta yakni Cinta yang selalu mendoakan, mendukung, baik berupa materi maupun kasih sayang. Semoga kalian selalu dalam lindungan Allah dan diberi kerahmatan-Nya. Aamiin ya rabal ‘alamin.



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. shalawat serta salam semoga senantiasa terlimpahkan kepada junjungan kita Nabi Agung Muhammad SAW yang selalu kita nantikan syafa'atnya di hari kiamat kelak.

Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis dengan senang hati menyampaikan terimakasih kepada :

1. Dr. KH. Moh. Roqib, M.Ag selaku Rektor IAIN Purwokerto.
2. Prof. Dr. H. Abdul Basit, M.Ag selaku Dekan Fakultas Dakwah IAIN Purwokerto. Serta sebagai dosen pembimbing skripsi yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan, koreksi serta motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
3. Uus Uswatusolihah, M.A selaku Ketua Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam.
4. Agus Sriyanto, M.Si selaku pembimbing akademik yang telah memberikan banyak bimbingannya.
5. Seluruh dosen Fakultas Dakwah dan Jurusan KPI yang telah memberikan ilmunya, semoga dapat bermanfaat.
6. Ustadz Hanan Attaki dan seluruh tim Shift Media yang telah memberikan izin serta membantu dalam pelaksanaan penelitian.
7. Karya Budi dan Atini selaku Orang tua serta Cinta Nur Amalia selaku adik tercinta yang telah memberikan kasih sayang, dukungan serta materi yang telah menjadikan semangat dalam perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.
8. Nur Kholipah Yuniati, Fikih Nur Seha, Fitri Nurhasanah, dan Fatimatuzzahroh selaku teman yang memberikan dukungan dan semangat ketika ingin menyerah untuk menyusun skripsi.
9. Teman-teman KPI A Angkatan 2017 yang berjuang dan berproses selagi berada di bangku perkuliahan, serta mengajarkan pentingnya bersosialisasi serta membangun relasi.
10. Teman-teman Pondok Pesantren Rodhotul 'Ulum yang selalu memberikan semangat.

11. Terimakasih untuk *Neo Culture Technology* dan EXO, khususnya Na Jaemin dan Park Chanyeol yang sudah memberikan motivasi melalui karyanya sehingga membuat penulis memiliki semangat untuk melanjutkan dan menyelesaikan penelitian ini.
12. Terimakasih untuk diri sendiri sudah bertahan sampai detik ini, terimakasih sudah melewati masa-masa sulit dan dapat menyelesaikan penelitian dengan baik.

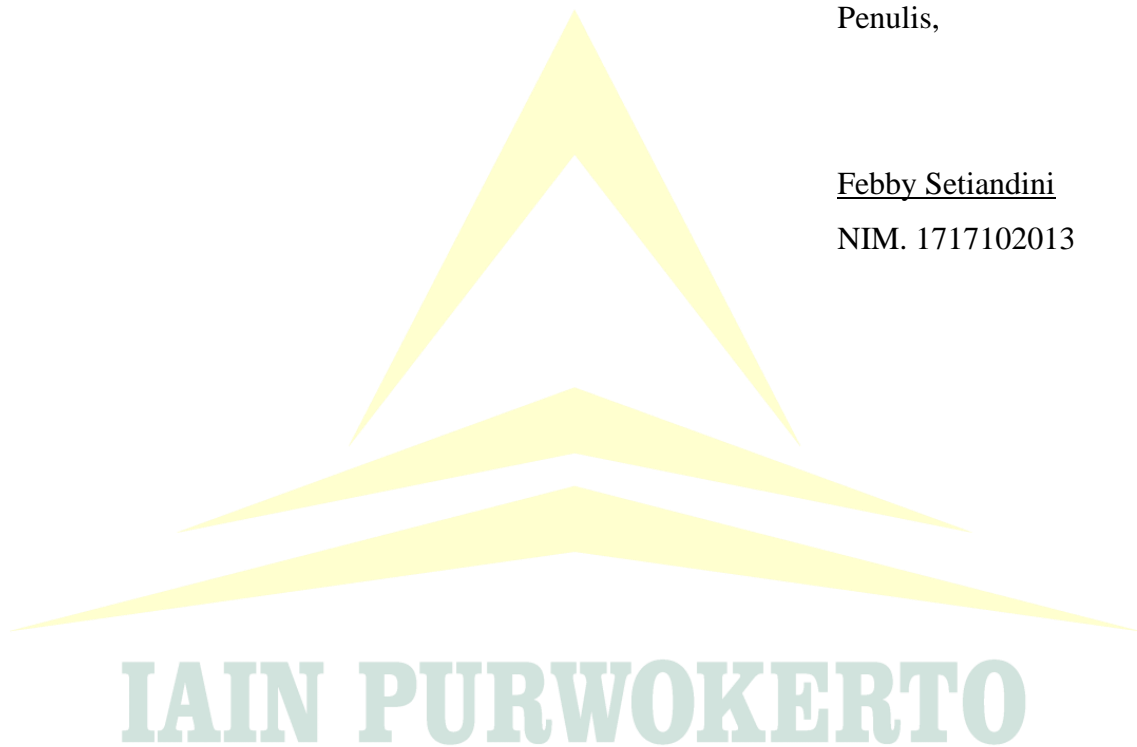
Penulis menyadari ketidaksempurnaan karya ini, oleh sebab itu kritik dan saran sangat diperlukan dalam perbaikan karya ini. harapannya semoga karya ini dapat memberi manfaat bagi pembaca. Sekian dan terima kasih.

Purwokerto, 15 Juli 2021.

Penulis,

Febby Setiandini

NIM. 1717102013



DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	i
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Penegasan Istilah.....	6
1. Wacana Dakwah	6
2. Instagram @shiftmedia.id.....	7
3. Analisis Van Dijk.....	8
C. Rumusan Masalah.....	8
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	9
F. Telaah Pustaka	9
G. Sistematika Penulisan	11
BAB II WACANA DAKWAH DI MEDIA SOSIAL DAN GENERASI MILENIAL	
A. Wacana Dakwah di Media Sosial	12
1. Pengertian Dakwah	12
2. Tujuan dan Fungsi Dakwah	14
3. Unsur-Unsur Dakwah	16
4. Media Sosial.....	17
B. Generasi Milenial.....	21
C. Media Instagram	24
1. Sejarah Instagram.....	24
2. Fitur-Fitur di Instagram.....	24

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	26
B. Waktu Penelitian.....	26
C. Subyek dan Objek Penelitian	26
D. Sumber Data.....	27
E. Metode Pengumpulan Data.....	27
F. Analisis Data.....	28

BAB IV PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum.....	36
B. Wacana Dakwah di @shiftmedia.id.....	39
C. Respon Netizen Terhadap Wacana Dakwah @shiftmedia	41
D. Analisis Teks.....	41
E. Kognisi Sosial	75
F. Konteks Sosial	77

BAB V PENUTUPAN

A. Kesimpulan	78
B. Saran	79

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

IAIN PURWOKERTO

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Garansi Allah, 42
Tabel 2	Logika Langit, 50
Tabel 3	Memperbaiki Diri, 55
Tabel 4	Cara Pandang, 60
Tabel 5	Walau Tak Berbalas, 65
Tabel 6	Waktu <i>Clash</i> Sama Temen, 71



DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1 *Screenshoot* komentar *Netizen*, 5
- Gambar 2 Model analisis wacana Teun A. Van Dijk, 29
- Gambar 3 Logo Shift Media, 37
- Gambar 4 Garansi Allah, 42
- Gambar 5 Komentar di postingan akun @shiftmedia.id, 44
- Gambar 6 Komentar @tengkuomar8, 48
- Gambar 7 Logika Langit,50
- Gambar 8 Memperbaiki Diri, 55
- Gambar 9 Komentar di postingan akun @shiftmedia.id, 56
- Gambar 10 Cara Pandang, 60
- Gambar 11 Walau Tak Berbalas, 65
- Gambar 12 Waktu Clash sama Temen, 71
- Gambar 13 Komentar di postingan “Balikan, Jangan?”, 76
- Gambar 14 Komentar di postingan “Logika Langit”, 77
- Gambar 15 Komentar di postingan “Waktu Lagi Butuh”, 77



IAIN PURWOKERTO

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di dalam dunia Islam tidak lepas dari kegiatan-kegiatan dakwah. Dari bangun tidur umat Islam sudah disajikan berbagai pengajian dan acara keagamaan melalui layar televisi. Pada abad 21 ini, banyak cara untuk melakukan dakwah dan menjadikan dakwah sebagai makanan sehari-hari. Tidak hanya melalui mulut ke mulut saja, dakwah sekarang bisa melalui media komunikasi yang tidak terbatas. Contohnya Internet, Media Sosial seperti Instagram, Twitter, Youtube dan alat komunikasi lainnya.

Apabila ditelusuri perkembangan dakwah dan keilmuannya, dengan berdasarkan informasi al-Qur'an, tentu tidak terlepas dari perkembangan dakwah pada era sebelum Rasulullah. Dakwah dilakukan sejak zaman Nabi Nuh a.s., dimana beliau mengajak kaumnya untuk mengesakan Allah dan beribadah kepada-Nya. Ajakan Nuh ini hanya diikuti sebagian kecil kaumnya, bahkan istri dan anaknya tidak ikut dalam ajakan tersebut. Aktivitas dakwah yang dilakukan oleh Nabi Nuh, juga dilakukan oleh Rasul-Rasul sesudah Nabi Nuh yaitu Ibrahim, Musa, Isa hingga Rasul terakhir Nabi Muhammad Saw. (QS As-Syura: 13; QS Yusuf: 108).¹

Langkah pertama yang dilakukan Rasulullah dalam dakwah secara terang-terangan adalah mengumpulkan orang-orang Arab di Bukit Sofa dan beliau memberikan peringatan tentang bagaimana siksa yang amat pedih dan mengajak untuk masuk Islam. Langkah selanjutnya dilakukan berbagai strategi dakwah seperti tabligh, tarbiyah, tazkiyah, jihad, hijrah, pendirian Daulah Islamiyah, penegakan syariat Islam, dan sebagainya.²

Setelah Rasulullah wafat, aktivitas dakwah diarahkan pada perluasan dan penyebaran Islam ke berbagai wilayah di Jazirah Arabiyah. Penyebaran ini dalam rangka *al-futuhat*, bukan dalam bentuk ekspansi atau semata-mata berorientasi politik seperti yang dinyatakan oleh Frederick Mathewson Denny "*During the early centuries of Islamic history, da'wah often had strong political orientations when used to mean a*

¹ Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*, (Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2017), hlm. 16.

² M. Abu Al-Fath al-Bayunani, *al-Madkhal ila'Ilm al-Da'wa*, (Beirut: Muassasah al-Risalah, 1991), hlm. 83-86.

summons to support a claimant to Islamic statehood through highly organized and disciplined networks or information and indoctrination.”³

Kemudian istilah dakwah lebih berorientasi pada kemampuan secara lisan (retorika) dalam penyampaian ajaran islam. Urgensi keterampilan retorika ini diperkuat dengan munculnya karya-karya awal mengenai retorika di zaman keemasan Islam yaitu karya dari Abu Yahya Abdurrahman yang lebih dikenal dengan Ibnu Nubatah (946-984 M) beliau mengumpulkan beberapa khutbah yang dijadikan buku.⁴

Memasuki abad ke-21 ini terjadi globalisasi, seakan-akan menjadikan tuntutan baru terhadap agama, supaya beradaptasi dengan globalisasi. Menimbulkan keperluan agama untuk menjalankan reaktualisasi atau reidentifikasi firman-firman Tuhan dalam Al-Qur’an. Jika tidak dilakukan reaktualisasi, ajaran Islam akan sulit dilibatkan untuk menerangkan globalisasi dalam berbagai dimensi kehidupan umat.⁵

Dalam perubahan masyarakat yang mengalami kemajuan teknologi merupakan sesuatu yang amat diagungkan. Bukan manusia yang menguasai Iptek, namun malah sebaliknya, Ipteklah yang menguasai manusia. Agama pun memperoleh alasan untuk memperkokoh perannya dalam masyarakat yang sedang dikuasi oleh teknologi.⁶

Maka dari itu, dakwah saat ini masuk ke ranah media *online*, seperti media sosial. Dengan adanya media sosial, dakwah bisa masuk ke semua generasi. Dakwah dalam media sosial adalah cara untuk menyebarkan islam pada generasi sekarang atau yang biasa disebut generasi Milenial. Media pada dasarnya refleksi dan cermin dari masyarakat secara umum. Karena media bukanlah saluran yang bebas, akan tetapi dia juga subjek yang mengkonstruksi realitas, lengkap dengan bias, pandangan, dan pemihakannya.⁷

Dakwah pada era Milenial ini harus memanfaatkan media-media baru. Terutama dakwah dengan media sosial, jika tidak dilakukan, dakwah akan ketinggalan arus zaman dan tidak diminati oleh kalangan sekarang.

Era milenial menuntut kecepatan dan kemudahan dalam mengakses sebuah informasi. Sementara itu dakwah belum sepenuhnya memanfaatkan berbagai media yang terus berkembang. Adapun perlu optimalisasi komunikasi dakwah melalui

³Frederick Mathewson Denny, “da’wah”, dalam Mircea Eliade (ed), *The Encyclopedia of religion*, vol. 3, (New York: Macmillan Library Reference USA), 1995.

⁴Abdul Basit, *Filsafat...*, hlm. 17-18.

⁵ Andi Abdul Muis, *Komunikasi Islami*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001), hlm, 131.

⁶ Andi Abdul Muis, *Komunikasi Islami...*, hlm, 166.

⁷Alex Sobur, *Analisis Teks Media Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotika, dan Analisis Framing*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2002), hlm. 39.

pemanfaatan media baru (new media), utamanya media sosial, mengingat segmentasi mad'u sangat kompleks jika dilihat dari berbagai sisi lainnya.⁸

Media Sosial adalah saluran atau sarana pergaulan sosial secara online di dunia maya (internet). Para pengguna bisa berkomunikasi, berinteraksi, saling kirim pesan, saling berbagi dan membangun jaringan. Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual.⁹ Peran media sosial sangat penting untuk berdakwah di era Milenial ini. Kecepatan mendapatkan informasi-informasi dari dalam negeri maupun luar negeri, baik dan buruk tidak bisa disaring.

Perkembangan media sosial ini telah meningkat dan banyak memberikan kemudahan bagi manusia. Berbagai macam informasi begitu mudah diterima dan tersebar dengan sangat cepat. Dengan berbagai macam fasilitas jejaring sosial telah menggiring masyarakat untuk mengikuti tren yang ada dan memperoleh informasi terkini yang terjadi di dunia melalui media sosial. Media sosial juga dijadikan tempat untuk berkomentar dari segala permasalahan.

Pada Generasi Milenial tidak banyak yang bisa lepas dari media sosial, bahkan dari bangun tidur sampai tidur lagi. Mereka yang lahir pada tahun 1980-an sampai 2000-an, sudah kecanduan dan sangat sulit untuk menjauhkan *gadget* dari sekelilingnya. Maka dari itu, banyak yang membuat dan menyebarkan konten-konten yang belum tentu kebenarannya. Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), kehidupan generasi milenial tidak dapat dilepaskan dari teknologi informasi, terutama internet.¹⁰

Milenial (juga dikenal sebagai Generasi Y) adalah kelompok demografi setelah Generasi X (Gen-X). Tidak ada batas waktu yang sesuai untuk awal dan akhir kelahiran kelompok ini. Milenial pada umumnya adalah anak-anak dari generasi Baby Boomers dan Gen-X yang tua. Milenial kadang-kadang disebut sebagai "Wcho Boomers" karena adanya booming (peningkatan besar) tingkat kelahiran di tahun 1980-an dan 2000-an. Untungnya di abad ke 20 tren menuju keluarga yang lebih kecil di negara-negara maju

⁸Muhammad Habibi, *Optimalisasi Dakwah Melalui Media Sosial Di Era Milenial*, (jurnaliainpontianak.or.id: 2018), di akses pada tanggal 19 Mei 2019 jam 05.32 WIB.

⁹Anang Sugeng Cahyono, *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia*, (Jurnal Publiciana, 2016), di akses pada tanggal 14 Mei 2020 jam 22.58 WIB.

¹⁰ Umar Mansyur, *Belajar Memahami Bahasa Generasi Milenial*, (<https://osf.io/preprints/inarxiv/sxhp8/>, 2018), di akses pada tanggal 15 Mei 2020 jam 22.13 WIB.

terus berkembang, sehingga dampak relative sari “baby boom echo” umumnya tidak sebesar dari masa ledakan populasi pasca Perang Dunia II.¹¹

Instagram adalah salah satu *platform* yang digemari oleh muda-mudi untuk mencari informasi atau sekadar mengabadikan kehidupan mereka melalui postingan di Instagram. Pengguna Instagram lebih mengarah kepada perangkat yang berjalan, seperti *smarthphone*. Aplikasi yang didirikan pada 6 Oktober 2010 ini awalnya dibuat khusus hanya pengguna iOS saja, namun perusahaan melebarkan jangkauannya dengan merilis *Instagram for Android* pada April 2012.¹²

Akun (@shiftmedia.id) merupakan akun dakwah yang menggunakan media sosial Instagram dalam berdakwah. Terdapat konten-konten yang bermanfaat, dan bisa juga mengubah pola pikir anak muda zaman sekarang. Semuanya dikemas dalam video-video yang menarik dan efektif bagi generasi milenial. Tidak hanya itu saja, akun @shiftmedia.id adalah salah satu akun media sosial dari Gerakan Shift. Di mana Gerakan ini adalah Gerakan dakwah yang berpusat di Bandung, pendirinya adalah Ustadz Hanan Attaki.

Saat ini pada 21 Maret 2021 terlihat akun @shiftmedia.id sudah di ikuti 1,9 juta dan membagikan kiriman 723. Akun yang dibuat pada 1 Mei 2015 dengan *username* @pemudahijrah dan diganti dengan @shiftmedia.id pada 5 Januari 2019. Akun ini memulai postingan pada 5 Mei 2015 dengan memposting poster kajian bersama Ustadz Hanan Attaki, biasanya akun ini mengadakan kajian dua hari sekali, namun sekarang dalam kondisi pandemi COVID-19 mereka hanya membagikan video tausiyah Hanan Attaki dan sesekali mengadakan *webinar* dengan pemateri Ustadz Hanan Attaki.

Akun @shiftmedia.id banyak memposting tentang ajakan untuk berbuat baik, berbagi kegiatan dengan satu menit video yang dikemas sangat menarik sehingga yang melihatnya akan ikut merasakan *euphoria* yang terjadi dalam unggahan tersebut.

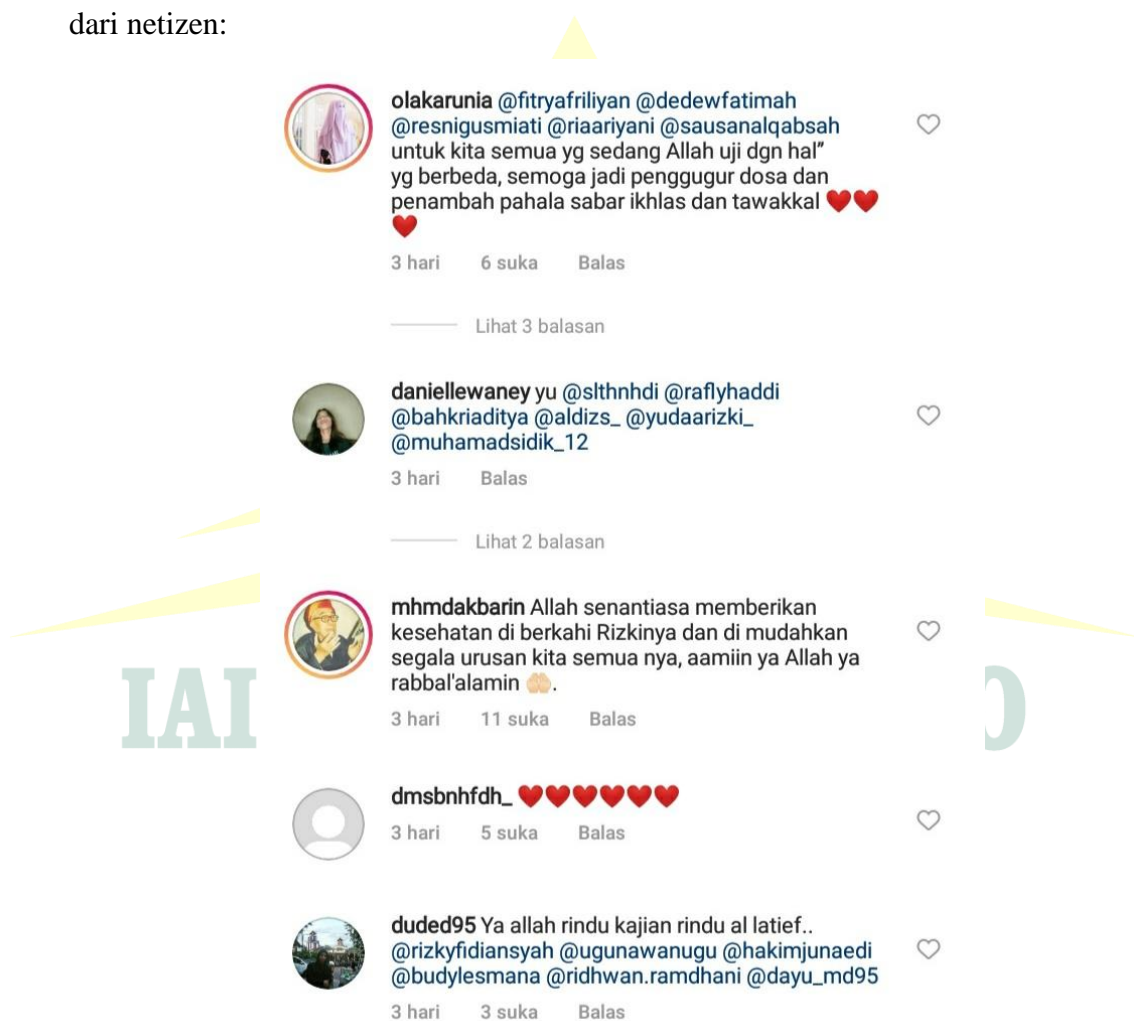
Salah satu contohnya, yakni video posting yang di unggah pada 2 Maret 2020 yang berjudul “Bentuk Nikmat dan Masalah”. Dalam postingan tersebut, Ustadz Hanan Attaki memberikan ceramah tentang bentuk nikmat dan masalah yang sesungguhnya, di mana masalah terbesar adalah ketika jauh dari Allah SWT., dan nikmat terbesar dalam hidup adalah nikmat kedekatan kita kepada Allah SWT. Tentunya video ini ditujukan untuk semua orang dan di khususkan kepada remaja. Video ini juga memiliki

¹¹ Umar Mansyur, *Belajar....*, di akses pada tanggal 15 Mei 2020 jam 22.13 WIB.

¹² Michelle Wifalin, *Efektivitas Instagram Common Grounds*, (Jurnal E-Komunikasi VOL 4. No.1, 2016), diakses pada tanggal 21 Maret 2021.

396 komentar pada 6 April 2021, di mana banyak yang me-*repost* video tersebut. Bisa dilihat pada tagar #1minutebooster, terdapat konten-konten @shiftmedia.id yang di post ulang oleh beberapa akun dakwah lainnya.

Banyak video lain yang mendapatkan tanggapan positif seperti, “Manusia Paling Sibuk di Akhirat”, “Ridho adalah, Kunci Bahagia”, “Memaafkan”, “How to Get Likes”, “Keep The Faith”, “Hope”, “Ge’er”, “Peace Be Upon Him”, “Berdamai”, dan lain sebagainya. Video tersebut diambil dari kajian rutin Ustadz Hanan Attaki. Dakwah di media sosial sangat efektif dengan membuat konten-konten yang kreatif dan menggunakan tren yang sedang terjadi. Akun @shiftmedia.id mendapatkan ribuan komentar dari netizen di setiap postingannya. Berikut contoh dari beberapa komentar dari netizen:



Gambar 1 Screenshot komentar netizen

Komentar tersebut menunjukkan adanya antusias *followers* / netizen dengan postingan tersebut. Ada yang berkomentar hanya menandai beberapa temannya dan membuat temannya melihat video dakwah tersebut, sehingga pesan dakwah yang ingin

disampaikan oleh ustadz Hanan Attaki tersampaikan. Ada juga yang menyadari kesalahannya setelah melihat video tersebut.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk mengkaji komentar-komentar *followers* mengenai beberapa postingan di akun @shiftmedia.id, di mana postingan tersebut membuat *followers* tertarik untuk melihat dan mendengarkan dakwah dalam Instagram. Dengan ini memberikan warna baru pada dakwah yang identik dengan dakwah monoton, klasik, dan membosankan bagi muda-mudi.

B. Penegasan Istilah

1. Wacana Dakwah

Dakwah merupakan suatu aktivitas untuk menyeru kepada Allah SWT, dan mengajak orang kepada ajaran islam yang dilakukan secara lembut, damai, konsisten, dan penuh dengan tanggung jawab seorang Muslim. Dakwah Islam yang meliputi ajakan, keteladanan, dan tindakan nyata untuk melakukan kegiatan yang baik bagi keselamatan dunia dan akhirat.¹³ Perintah untuk mengajak orang lain terdapat pada surah An-Nahl ayat 125, “*Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik...*”

Definisi wacana menurut para ahli, sebagai berikut:¹⁴

1. Ismail Marahimin menyatakan wacana sebagai kemampuan untuk maju (dalam pembahasan) menurut urutan yang teratur dan semestinya dan komunikasi buah pikiran, baik lisan maupun tulisan, yang resmi dan teratur.
2. Menurut Riyono Pratikto, proses berpikir seseorang sangat erat kaitannya dengan tidaknya kesatuan dan koherensi dalam tulisan yang disajikan. Makin baik cara atau pola berpikir seseorang, pada umumnya makin terlihat jelas adanya kesatuan dan koherensi itu.

Dari sudut bahasa, atau yang berhubungan dengan tingkatan bahasa, yang dimaksud wacana adalah bentuk bahasa di atas kalimat yang mengandung sebuah tema. Berdasarkan level konseptual teoritis, wacana diartikan sebagai domain umum dari semua pernyataan, yaitu semua teks yang mempunyai makna dan

¹³ Ma'arif, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2010), hlm. 22.

¹⁴ Alex Sobur, *Analisis Teks Media Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotika, dan Analisis Framing*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2002), hlm. 10.

mempunyai efek dalam dunia nyata. Sementara, dalam konteks penggunaannya, wacana berarti sekumpulan pernyataan yang dapat dikelompokkan ke dalam kategori konseptual tertentu.¹⁵

Dengan demikian, wacana dakwah adalah sebuah kalimat yang disampaikan melalui tulisan maupun lisan yang mampu membuat da'i menyampaikan makna dari kalimat tersebut kepada mad'u secara teratur, sistematis, dalam satu kesatuan yang koheren.

2. Instagram @Shiftmedia.id

Akun Instagram @shiftmedia.id adalah akun yang membahas tentang keislaman dan konten-kontennya berisi tentang ceramah dari Ustadz Hanan Attaki. Akun ini juga membuat kegiatan berdakwah langsung di kota Bandung, Jawa barat yang diisi oleh ustadz Hanan Attaki, Ustadz Imam Nuryanto, Ustadz Nur Ihsan Jundullah. Kegiatan tersebut tidak hanya diisi dengan kajian saja, namun ada banyak kegiatan yang mengajak anak muda Indonesia untuk berbuat baik. Contohnya, Barisan bangun negeri, Pesan_trend, Sempatkan Berkeringat, Lesswaste Shift dan Teras Tahfiz.¹⁶

Pada awal pembuatan akun @shiftmedia.id, mereka masih memposting pamflet dan poster kajian, serta beberapa gambar motivasi untuk menjalankan syariat Islam. Hingga pada Januari 2017, akun tersebut mulai memposting video dengan berdurasi satu menit yang di dalamnya berisi kajian dari Ustadz Hanan Attaki. Shift media juga mengadakan seminar/webinar motivasi untuk sekadar belajar bareng mengenai permasalahan dunia yang harus dihadapi di tengah era digital ini, tanpa meninggalkan syari'at Islam.

Banyak komentar positif yang diberikan netizen di setiap postingan di akun @shiftmedia.id. Komentar-komentar tersebut beragam, dari yang hanya menulis *username* teman hingga memberikan komentar panjang yang ditujukan untuk semua orang.

Founder atau pendiri dari Shift Media adalah Ustadz Hanan Attaki, dikenal dengan ceramahnya yang menyejukkan jiwa dan mampu merangkul muda-mudi di Indonesia untuk tidak terbawa arus pergaulan yang salah dan tetap mengingat kepada ajaran-ajaran Nabi Muhammad Saw.,

¹⁵ Alex Sobur, *Analisis Teks Media Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotika, dan Analisis Framing*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2002), hlm. 11.

¹⁶ Dokumentasi dari Official Web Shift Media.

3. Analisis Van Dijk

Beberapa tokoh linguistik bidang analisis wacana ini diantaranya adalah Van Dijk. Teun Adrianus Van Dijk lahir tanggal 7 Mei 1943 di Naaldwijk, Belanda. Dari sekian banyak analisis wacana yang diperkenalkan dan dikembangkan oleh beberapa ahli, model Van Dijk adalah model yang paling banyak dipakai. Hal ini kemungkinan karena Van Dijk mengkolaborasi elemen-elemen wacana sehingga bisa didayagunakan dan dipakai secara praktis. Model ini juga disebut dengan Kognisi sosial yaitu penelitian atas wacana yang harus dilihat juga bagaimana suatu teks diproduksi, sehingga memperoleh suatu pengetahuan.

Van Dijk melihat suatu teks terdiri dari beberapa struktur atau tingkatan yang masing-masing bagian saling mendukung. Ia membaginya kedalam tiga tingkatan. Pertama, struktur makro. Ini merupakan makna global/ umum dari suatu teks yang dapat diamati dengan melihat topik atau tema yang dikedepankan dalam suatu berita. Kedua, superstruktur. Ini merupakan struktur wacana yang berhubungan dengan kerangka suatu teks, bagaimana bagian-bagian teks tersusun kedalam berita secara utuh. Ketiga, struktur mikro. Adalah makna wacana yang dapat diamati dari bagian kecil dari suatu teks yakni kata, kalimat, proposisi, anak kalimat, paraphrase, dan gambar.¹⁷

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah di paparkan di atas, maka penulis merumuskan suatu permasalahan yang di teliti sebagai berikut:

1. Apa saja wacana dakwah yang ada di Instagram @shiftmedia.id ?
2. Bagaimana netizen merespon wacana yang ada di Instagram @shiftmedia.id ?
3. Bagaimana wacana dakwah di Instagram @shiftmedia.id menurut analisis Van Dijk ?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas adalah:

1. Mendeskripsikan wacana dakwah yang ada di Instagram @shiftmedia.id.
2. Mengetahui respon netizen terhadap wacana yang ada di Instagram @shiftmedia.id.

¹⁷ Eriyanto, *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media*. (Yogyakarta: LKiS, 2015) hlm. 227.

3. Menganalisis wacana dakwah di akun Instagram @shiftmedia.id menurut Van Dijk.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Menambah referensi di bidang Penyiaran Islam khususnya akun media sosial berbasis dakwah.
 - b. Untuk generasi milenial, penelitian ini dapat menambah pengetahuan tentang Islam dan cara berdakwah di Instagram.
2. Manfaat Praktis
 - a. Manfaat untuk penulis adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam melaksanakan dakwah di Instagram.
 - b. Memberikan wawasan untuk pembaca agar lebih bijak menggunakan media sosial dan merekomendasikan akun media sosial yang digunakan untuk mempelajari Islam.
 - c. Pengelola akun / admin @ shiftmedia.id lebih kreatif, terus menyalurkan dakwah dari Ustadz Hanan Attaki dan membuat kegiatan-kegiatan yang bermanfaat.

F. Telaah Pustaka

Telaah pustaka ini berfungsi untuk mengetahui penelitian terdahulu agar terhindar dari kesamaan dan plagiasi lain yang sejenis, diantaranya adalah:

Pertama, Hasil penelitian Skripsi dari Tevri Widyaswara yang berjudul “*Cyberbullying terhadap Gubernur DKI Jakarta Anies Baswedan pada Media Sosial Instagram (Analisis Wacana Teun A. Van Dijk)*” dari UIN Raden Intan Lampung dilakukan pada tahun 2018. Penelitian skripsi ini membahas tentang *cyberbullying netizen* terhadap Anies Baswedan di akun instagramnya.¹⁸ Persamaan dengan penelitian ini adalah meneliti tentang komentar *netizen* dan menggunakan analisis Teun A. Van Dijk, sedangkan perbedaannya adalah dalam penelitian ini peneliti menjelaskan tentang wacana dakwah yang dilakukan sebuah akun media sosial (@shiftmedia.id) yang bisa menuntun generasi milenial ke jalan yang benar.

¹⁸ Tevri Widyaswara, *Cyberbullying terhadap Gubernur DKI Jakarta Anies Baswedan pada Media Sosial Instagram*, Skripsi, (Makassar: UIN Alauddin Makassar, 2018). Diambil dari <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/15670/>, Diakses pada tanggal 25 Juni 2020.

Kedua, hasil penelitian skripsi dari Anwar Siddiq yang berjudul “Pemanfaatan Instagram sebagai Media Dakwah (Studi akun @fuadbakh)” dari UIN Raden Intan Lampung pada tahun 2017.¹⁹ Penelitian ini menghasilkan penyampaian dakwah yang begitu efektif dan menarik melalui akun @fuadbakh. Persamaan dengan penelitian ini adalah aspek jenis penelitian adalah penelitian pustaka dan sama-sama menggunakan akun media sosial, sedangkan perbedaannya adalah memfokuskan penelitian kepada generasi Milenial yang rawan akan kebebasan menggunakan media sosial dengan dakwah di akun @shiftmedia.id.

Ketiga, hasil penelitian skripsi dari Arti Nurfajriliany yang berjudul “Respon Followers Terhadap Konten Dakwah Dalam Akun @hijabalila” dari UIN Sunan Gunung Djati Bandung pada tahun 2018.²⁰ Persamaan dengan penelitian ini adalah dakwah dengan sasaran utamanya adalah remaja, sedangkan perbedaannya adalah Arty Nurfajriliany hanya memfokuskan untuk remaja putri saja dan penulis bertujuan untuk generasi Milenial.

Keempat, hasil penelitian skripsi dari Muhammad Naufal Mauludy yang berjudul “Analisis Wacana Persuasif pada Akun Instagram @gerakannikahmuda” dari UIN Syarif Hidayatullah pada tahun 2018.²¹ Persamaan dengan penelitian ini adalah menggunakan analisis wacana Van Dijk, sedangkan perbedaannya adalah Muhammad Naufal Mauludy memfokuskan dengan aturan nikah muda menurut Islam dan Indonesia, penulis memfokuskan tentang dakwah di era Milenial.

Kelima, jurnal dari Nisa Bela Dini yang berjudul “Representasi Kecantikan Perempuan Berhijab pada Akun Instagram Selebgram Hijab (Analisis Wacana Sara Mills)”²² dari FISIP Universitas Diponegoro pada tahun 2015. Persamaan dengan penelitian ini adalah menggunakan akun media sosial dalam menganalisis, sedangkan

¹⁹ Anwar Siddiq, *Pemanfaatan Instagram sebagai Media Dakwah (Studi Akun @fuadbakh)*, Skripsi, (Jakarta: UIN Raden Intan Lampung, 2017), Diambil dari <http://repository.radenintan.ac.id/2201/&sa=U&ved=2ahUKEwi6soq-r4PfAhXIANIKHbCHAoEQFjAAegQIARAB&usq=AOvVaw3> dan Diakses pada tanggal 26 November 2018 jam 14.38 WIB.

²⁰ Arti Nurfajriliany, *Respon Followers terhadap Konten Dakwah dalam Akun @hijablila*, Skripsi, (Bandung: UIN Sunan Gunung Djati, 2018). Diambil dari <http://www.google.co.id/url?q=http://digilib.uinsgd.ac>. Diakses pada tanggal 26 November 2018 jam 14.45 WIB

²¹ Muhammad Naufal Mauludy, *Analisis Wacana Persuasif pada Akun Instagram @gerakannikahmuda*, Skripsi, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2018), diambil dari <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/41697/1/MUHAMMAD%20NAUFAL%20MAULUDY-FDK.pdf> dan diakses pada tanggal 1 Juni 2021 jam 15.02 WIB.

²² Nisa Bela Dini. *Representasi Kecantikan Berhijab pada Akun Instagram Selebgram Hijab (Analisis Wacana Sara Mills)*. Jurnal. (Semarang: FISIP Universitas Diponegoro, 2015), Diambil dari <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/10348>. Diakses pada tanggal 20 Mei 2019 jam 05.40 WIB.

perbedaannya adalah Nisa Bela Dini menggunakan analisis wacana Sara Mills dan penulis menggunakan analisis wacana Van Dijk.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merupakan suatu susunan atau urutan dari penulisan skripsi untuk memudahkan dalam memahami isi skripsi ini, maka dalam sistematika penulisan, peneliti membagi menjadi lima bab, diantaranya:²³

Di dalam bab pertama terdapat Pendahuluan, yang terdiri dari latar belakang masalah, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka dan sistematika penulisan.

Di dalam bab kedua terdapat Landasan teori, dalam penelitian ini landasan teori berisi, 1) Analisis wacana Van Dijk, 2) Media Sosial yang terdiri dari sejarah, perkembangan dan macam-macam media sosial, 3) Dakwah yang terdiri dari pengertian, tujuan dan fungsi dakwah.

Di dalam bab ketiga ini terdapat Metode Penelitian, berisi tentang pendekatan dan jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, subyek dan obyek penelitian, sumber data penelitian, metode pengumpulan data, dan analisis data.

Di dalam bab keempat ini terdapat Pembahasan, berupa gambaran umum subyek, wacana dakwah di @shiftmedia.id, respon *netizen* terhadap wacana dakwah @shiftmedia.id, analisis teks (menarik kesimpulan berdasarkan penelitian atau pengamatan yang dilakukan) sehingga diperoleh pemahaman yang menyeluruh dan mendalam, dan pembahasan tentang wacana dakwah di media sosial Instagram.

Terakhir pada bab kelima adalah Penutup, terdiri dari kesimpulan, saran-saran, dan penutup.

²³ Nur Azizah. *PEDOMAN PENYUSUNAN PENULISAN SKRIPSI*. (Scrip dalam Workshop Penyusunan Proposal Skripsi Fakultas Dakwah IAIN Purwokerto, 2017), hlm. 13.

BAB II

WACANA DAKWAH DI MEDIA SOSIAL DAN GENERASI MILENIAL

A. Wacana Dakwah Di Media Sosial

1. Pengertian Dakwah

Secara bahasa, dakwah berasal dari kata *da'a*, *yad'u*, *da'watan*, yang berarti memanggil, mengajak, dan menyeru. Dakwah adalah suatu proses upaya mengubah sesuatu situasi kepada situasi lain yang lebih baik sesuai ajaran islam, atau proses mengajak manusia ke jalan Allah.¹

Pada hakikatnya dakwah adalah ajaran agama yang membawa nilai-nilai positif, seperti *al-aman* (rasa aman, tentram, dan sejuk) sehingga ia mempunyai fungsi sebagai rahmat untuk semua makhluk hidup. Isi dan bentuk, substansi dan forma, pesan dan cara penyampaian, esensi dan metode merupakan dua sisi yang tidak terpisahkan, tapi dapat dibedakan dalam konsep dakwah. Dakwah menyangkut kedua-duanya sekaligus dan tidak dapat dipisahkan. Hanya saja, mereka senantiasa mempunyai dimensi universal, yang tidak terikat oleh ruang dan waktu.²

Secara istilah, menurut para ahli dakwah diartikan sebagai berikut:

1. Toha Yahya Oemar menyatakan bahwa dakwah Islam sebagai upaya mengajak umat dengan cara bijaksana kepada jalan yang sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan di dunia dan akhirat.³
2. Syaik Abdullah Ba'alawi, dakwah adalah mengajak, membimbing, dan memimpin orang yang belum mengerti atau sesat dijalanannya dari agama yang benar untuk mengubahnya ke jalan ketaatan kepada Allah, menyuruh untuk berbuat baik dan melarang untuk berbuat buruk agar mendapatkan kebahagiaan di dunia dan di akhirat.⁴
3. Muhammad Natsir menyatakan dakwah mengandung arti kewajiban yang menjadi tanggung jawab seorang Muslim dalam amar ma'ruf nahi mungkar.⁵

¹ Wardi Bachtiar, *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Logos Wacana Ilmu, 1997), hlm. 31.

² Asep Muhyidin dan Agus Ahmad Safei, *Metode Pengembangan Dakwah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2002), hlm. 25-26)

³ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2011), hlm. 1.

⁴ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah...*, hlm. 2.

⁵ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah...*, hlm. 2.

4. Syukriadi Sambas menyatakan bahwa dakwah adalah proses internalisasi, transmisi, difusi, institusionalisasi dan transformasi Islam yang melibatkan unsur dakwah yakni da'i, pesan, media, metode, mad'u, tujuan dan respons serta dimensi ruang dan waktu untuk mewujudkan kehidupan yang khazanah, salam, dan nur di dunia dan di akhirat.⁶
5. Menurut Amrullah Ahmad, dakwah adalah kegiatan yang dilaksanakan oleh jamaah Muslim atau lembaga-lembaga dakwah untuk mengajak umat manusia masuk ke dalam jalan Allah, dalam semua segi kehidupan sehingga Islam terwujud dalam kehidupan fardiyah, usrah, jamaah, dan ummah sampai terwujud khairu ummah.⁷

Dari pengertian-pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa dakwah adalah mengajak umat Muslim untuk berada di jalan Allah dan hindari larangan-Nya sesuai dengan amar ma'ruf nahi munkar. Berdakwah bisa dari mulut ke mulut atau menggunakan media komunikasi lainnya.

Seruan untuk berdakwah juga terdapat di Al-Qur'an surah An-Nahl ayat 125, yang berbunyi:

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

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantulah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.”

Kegiatan dakwah merupakan kegiatan yang amat luas dan menyentuh seluruh aspek kehidupan manusia. Dari sisi kehidupan manusia, dakwah bisa masuk melalui wilayah ekonomi, pendidikan, politik, budaya, ideologi dan sosial-kemasyarakatan. Dalam konteks kehidupan modern, media komunikasi sangat penting keberadaannya. Bahkan, media seperti yang diungkapkan Marshall McLuhan, adalah pesan (*the medium is the message*).⁸ Maksudnya, setiap media sebagai sebuah perpanjangan pikiran manusia, baik diakibatkan dari perubahan diri kita maupun pengaruh dari adanya teknologi baru.⁹

⁶ Abdul Basit. *Filsafat...* Hlm. 45.

⁷ Abdul Basit. *Filsafat...* Hlm. 45.

⁸ Marshall McLuhan, *Understanding Media The Extension of Man*, (London: Routledge, 1994), hlm. 7.

⁹ Marshall McLuhan, *Understanding...*, hlm. 7.

Dalam sudut pandang dakwah, keberadaan media diperlukan untuk mengefektifkan kegiatan dakwah. Kebutuhan manusia terhadap media komunikasi bisa berbeda-beda, tergantung pada kemampuan tingkat kebutuhan, selera dan motivasi yang dimiliki oleh masing-masing individu. Karena adanya perbedaan-perbedaan tersebut, maka penyampaian dakwah hendaknya bisa memanfaatkan semua media yang ada sehingga dakwah bisa tersebar pada seluruh lapisan masyarakat.¹⁰

2. Tujuan dan Fungsi Dakwah

Dakwah adalah bagian yang tak terpisahkan dengan pengamalan ke-Islaman seseorang. Karena itu, tindakan dakwah dapat dilakukan dengan berbagai cara dan melalui media apapun selama hal tersebut sesuai dengan kaidah ajaran Islam. Inti tindakan dakwah adalah perubahan sifat dan sikap seseorang, serta kelompok dan masyarakat. Merumuskan tujuan dakwah bermanfaat untuk mengetahui arah mana yang hendak dilaksanakan sebuah aktivitas dakwah. Tanpa tujuan yang jelas, aktivitas dakwah menjadi terombang-ambing atau kurang terarah, sulit untuk diketahui keberhasilannya, dan bisa saja akan menyimpang dari target dan sasaran yang ingin dicapai.¹¹

Secara umum tujuan dakwah adalah mengajak umat manusia kepada jalan yang benar dan diridai Allah agar dapat hidup bahagia dan sejahtera di dunia maupun di akhirat. Tujuan umum tersebut perlu ditindaklanjuti dengan tujuan-tujuan yang lebih khusus baik pada level individu, kelompok maupun pada level masyarakat. Pada level individu tujuan dakwah adalah: *Pertama*, mengubah paradigma berpikir seseorang tentang arti penting dan tujuan hidup yang sebenarnya. Tindakan seseorang dalam kehidupan sehari-hari banyak dipengaruhi oleh paradigma berpikirnya. *Kedua*, mempelajari secara mendalam mengenai ajaran Islam dalam melaksanakan ajaran Islam dalam kehidupan seorang muslim sehingga menjadi kekuatan batin yang dapat menggerakkan seseorang dalam melaksanakan ajaran Islam. Ajaran Islam tidak hanya sekadar wacana yang diperdebatkan, melainkan perlu diinternalisasikan dalam diri seorang pemeluk agama. *Ketiga*, wujud dari internalisasi ajaran Islam, seorang Muslim memiliki kemauan untuk menerapkan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari. Selain

¹⁰ Abdul Basit. *filsafat...* Hlm. 66.

¹¹ Abdul Basit. *filsafat...* Hlm. 50.

melakukan ibadah-ibadah yang bersifat ritual, umat Islam juga perlu melakukan ibadah-ibadah sosial sebagai wujud dari keimanan atau keyakinannya kepada Allah SWT.¹²

Setelah memahami tujuan dakwah, selanjutnya perlu untuk memahami fungsi dakwah agar dakwah dapat dijalankan sesuai dengan petunjuk Allah SWT., dan mencontohkan praktik dakwah yang dilakukan oleh Rasulullah saw., sebagai teladan dalam menjalankan ajaran islam. Fungsi dakwah dalam sistem islam adalah sebagai berikut:

1. Mengesakan Tuhan Pencipta Alam Semesta

Fungsi utama dari dakwah adalah memberikan pemahaman dan penjelasan kepada umat Islam agar menyembah kepada Allah SWT. dan menolak berbagai ideologi, paham dan keyakinan hidup yang lainnya. Melalui ayat-ayat yang terdapat di dalam Al-Qur'an, Tuhan memperkenalkan dirinya dan sekaligus mengajarkan bagaimana manusia dapat berbakti dan menyembah kepada Tuhan.¹³

2. Mengubah Perilaku Manusia

Fungsi kedua yaitu mengubah perilaku manusia dari perilaku jahiliyah menuju perilaku yang islami. Untuk mengembalikan perilaku manusia agar kembali kepada fitrahnya yang beriman kepada Allah dan berperilaku baik, maka dakwah Islam perlu disampaikan kepada umat manusia. Dakwah yang memperkenalkan ajaran-ajaran Tauhid, akhlak dan muamalah yang merupakan kebutuhan dasar bagi manusia.¹⁴

3. Membangun Peradaban Manusia yang Sesuai dengan Ajaran Islam

Sasaran berdakwah tidak hanya untuk perorangan saja, melainkan juga pada masyarakat luas. Cara yang tepat untuk berdakwah yaitu menggunakan bahasa. Dengan bahasa seorang pribadi menyampaikan pikiran, pengalaman, perasaan dan keinginannya kepada pribadi lain dalam masyarakat, yang kemudian menimbulkan ide-ide yang membentuk suatu kebudayaan. Jika ingin peradaban manusia maju dan sesuai dengan nilai-nilai dalam Islam, maka dakwah perlu mengisi kebudayaan yang ada pada masyarakat tersebut.¹⁵

¹² Abdul Basit. *filsafat...* Hlm. 51.

¹³ Abdul Basit. *filsafat...* Hlm. 56.

¹⁴ Abdul Basit. *filsafat...* Hlm. 57.

¹⁵ Abdul Basit. *filsafat...* Hlm. 57.

4. Menegakkan Kebaikan dan Mencegah Kemunkaran

Allah berfirman “*maka Aku ilhamkan kepada manusia berupa fujur (potensi kejahatan) dan takwa (potensi kebaikan)*”. Dalam proses penegakan amar ma’ruf nahi munkar (mengajak kebaikan dan mencegah kemunkaran) perlu diperhatikan petunjuk yang diajarkan oleh Islam yaitu dengan melakukan secara evolutif dan penuh kesabaran, dilakukan secara lemah lembut, memiliki dasar keilmuan yang kuat, memerhatikan situasi dan kondisi, serta memerhatikan tujuan yang akan dicapai.¹⁶

3. Unsur-Unsur Dakwah

Dalam kegiatan dakwah perlu diperhatikan unsur-unsur yang terkandung dalam dakwah, yaitu:

a. Komunikator Dakwah/ Da’i

Da’i adalah pelaku yang melaksanakan dakwah baik secara lisan maupun tulisan, atau perbuatan dalam hal ini bisa dilakukan secara individu, kelompok atau bentuk Lembaga dan organisasi. Da’i bertanggung jawab atas pesan yang disampaikan.

b. Mad’u

Mad’u adalah orang yang menjadi sasaran dakwah, atau penerima dakwah, baik itu individu maupun kelompok, baik orang yang beragama Islam maupun tidak, atau dengan kata lain, manusia secara keseluruhan.¹⁷ Mad’u juga memiliki tipe yaitu Mu’min, Kafir, dan Munafik.

c. Materi Dakwah

Materi dakwah atau Maddah pada dasarnya sesuai dengan tujuan dakwah yang ingin dicapai. Maddah dapat diklasifikasikan menjadi 3, yaitu:

1) Akidah

Akidah adalah pokok kepercayaan dalam agama Islam. Dalam akidah ini bukan saja membahas yang tertuju pada masalah-masalah yang wajib diimani, namun materi dakwah juga meliputi dengan masalah-masalah yang dilarang sebagai lawannya, misalnya syirik (menyekutukan adanya Tuhan).¹⁸

2) Syariah

¹⁶ Abdul Basit. *filsafat...* Hlm. 58.

¹⁷ M. Munir dan Wahyu Illahi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2009), hlm. 23.

¹⁸ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2009), hlm. 90.

Syariah dalam Islam adalah bertalian erat dengan lahir atau nyata dalam rangka untuk mentaati semua tatanan atau hukum Allah guna mengatur hubungan antara manusia dan Tuhannya, serta mengatur pergaulan hidup antara sesama manusia. Masalah-masalah yang berhubungan dengan masalah syari'ah bukan hanya terbatas pada ibadah kepada Allah, tetapi masalah yang berkenaan dengan pergaulan hidup antara manusia diperlukan juga.¹⁹

3) Akhlak

Masalah akhlak dalam kegiatan dakwah merupakan pelengkap. Bukan berarti masalah akhlak kurang penting daripada masalah keimanan dan keislaman, tetapi akhlak adalah sebagai penyempurna keimanan dan keislaman. Karena Rasulullah saw. pernah bersabda, “*Aku (Muhammad) diutus Allah di dunia ini hanyalah untuk menyempurnakan akhlak*” (Hadits shahih).²⁰

d. Metode Dakwah

Metode dakwah adalah langkah penting, dalam hal ini biasanya setiap da'i memiliki cara yang khas dalam pembawaannya. Da'i biasanya membawakan dengan cara menyesuaikan kepada aspek psikologis dan sosiologi dari mad'u. Tujuannya adalah untuk diyakini dan dikerjakan.²¹

4. Media Sosial

a. Definisi Media Sosial

Secara sederhana, istilah media bisa dijelaskan sebagai alat komunikasi. Namun pengertian media ini cenderung dengan sifatnya yang massa karena terlihat dari berbagai teori yang muncul dalam komunikasi massa. Semua definisi yang ada memiliki kecenderungan yang sama, bahwa ketika disebutkan kata “media” yang muncul adalah sarana disertai dengan teknologinya. Sedangkan, kata “sosial” yaitu secara teori semestinya didekati oleh ranah sosiologi. Bahkan, dalam teori sosiologi disebutkan bahwa media pada dasarnya adalah sosial karena media merupakan bagian dari masyarakat dan aspek dari

¹⁹ Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1998), hlm. 62.

²⁰ Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar*, hlm. 63.

²¹ Said Ali Wahanif Al-Qathani, *Dakwah Islam Dakwah Bijak*, (Jakarta: Gema Insani Press, 1994), hlm.

masyarakat yang dipresentasikan dalam bentuk perangkat teknologi yang digunakan.²²

Media sosial merupakan media komunikasi yang cukup efektif untuk menyampaikan informasi dan pesan secara cepat, tepat dan mudah diakses dimana saja. Media sosial juga dapat digunakan untuk berdakwah, menyebarkan agama Islam kepada pengguna media sosial melalui konten-konten yang positif.

Pengertian media sosial dari berbagai literatur penelitian adalah sebagai berikut:²³

1. Menurut Mandibergh, media sosial adalah media yang mewadahi kerja sama di antara pengguna yang menghasilkan konten (*user-generated content*)
2. Menurut Boyd, media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berkomunikasi, berbadi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan *user-generated content* (UGC) di mana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di institusi media massa.
3. Menurut Shirky, media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi dan bekerja sama di antara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada di luar kerangka institusional maupun organisasi.
4. Menurut Meike dan Young, mereka mengartikan kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi di antara individu (*to be shared one-to-one*) dan media public untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu.
5. Sedangkan menurut Van Dijk, media sosial adalah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karenanya, media sosial dapat dilihat

²² Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositoteknologi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), hlm. 3-6.

²³ Rulli Nasrullah, *Media Sosial...*, hlm. 11.

sebagai medium atau fasilitator *online* yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.

Dari pengertian media sosial di atas, dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah media yang digunakan untuk berinteraksi, berbagi, dan bekerja sama dengan pengguna lain, sehingga dapat membentuk suatu hubungan dengan orang lain secara virtual.

Pesatnya perkembangan media sosial kini dikarenakan semua orang seperti bisa memiliki media sendiri. Jika untuk memiliki media tradisional seperti televisi, radio atau koran dibutuhkan modal yang besar dan tenaga kerja yang banyak, maka lain halnya dengan media. Seorang pengguna media sosial bisa mengakses menggunakan media sosial dengan jaringan internet bahkan yang aksesnya lambat sekalipun, tanpa biaya besar, tanpa alat mahal dan dilakukan sendiri tanpa karyawan. Perkembangan dari media sosial ini sungguh pesat, ini bisa dilihat dari banyaknya jumlah anggota yang dimiliki masing-masing situs jejaring sosial ini. Salah satunya adalah Instagram, Instagram sendiri sudah mencapai 700 juta pengguna yang menggunakan Instagram.²⁴

b. Karakteristik Media Sosial

Karakteristik media sosial tidak jauh berbeda dari media *cyber*, karena media sosial adalah salah satu *platform* dari media *cyber*. Media sosial memiliki karakteristik sebagai berikut.²⁵

1) Jaringan (*Network*)

Jaringan adalah infrastruktur yang menghubungkan antara komputer maupun perangkat keras yang lainnya. Koneksi ini dibutuhkan karena komunikasi bisa terjadi bila antar computer saling terhubung, termasuk juga di dalamnya perpindahan data. Media sosial terbangun dari struktur sosial yang terbentuk di dalam jaringan atau internet.

2) Informasi (*Informations*)

Informasi menjadi entitas atau wujud penting dari media sosial karena tidak seperti media-media lainnya, pengguna media sosial menciptakan representasi identitasnya, menghasilkan konten, dan melakukan interaksi melalui informasi.

²⁴ Menurut data statistik 2020.

²⁵ Rulli Nasrullah, *Media Sosial...*, hlm. 34.

3) Arsip (*Archive*)

Arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi sudah tersimpan dan bisa diakses kapan pun dan melalui perangkat apa pun. Dengan adanya media sosial, memberikan akses yang luar biasa terhadap penyimpanan. Karena media sosial dapat menyimpan kenangan atau berkas penting tanpa takut hilang.

4) Interaksi (*Interactivity*)

Media sosial membuat jaringan antar pengguna yang tidak sekadar memperluas hubungan pertemanan atau pengikutnya saja, tetapi juga membangun interaksi antar pengguna tersebut.

5) Simulasi Sosial (*Simulation of society*)

Media sosial memiliki sifat sebagai medium berlangsungnya masyarakat di dunia virtual ini. Media sosial juga memiliki keunikan dan pola yang dalam banyak kasus berbeda dan tidak bisa ditemukan dalam tatanan masyarakat yang nyata.

6) Konten Oleh Pengguna (*User-generated content*)

Di sini, konten sepenuhnya milik pengguna atau pemilik akun. UGC adalah relasi symbiosis dalam budaya media baru yang memberikan keleluasan dan kesempatan pengguna untuk berpartisipasi. Hal ini berbeda dengan media lama, dimana masyarakat hanya sebatas menjadi objek atau sasaran dan pasif tanpa melakukan kontribusi di dalamnya.

7) Penyebaran (*Share/Sharing*)

Penyebaran ini tidak hanya menghasilkan konten yang dibangun dari dan dinikmati oleh penggunanya dan merupakan ciri khas dari media sosial yang menunjukkan bahwa pengguna aktif menyebarkan konten sekaligus mengembangkannya.

c. Jenis-Jenis Media Sosial

Pembagian jenis media sosial merupakan upaya untuk melihat bagaimana jenis media sosial itu. Ada enam kategori besar untuk melihat pembagian media sosial, yakni:²⁶

1) Jejaring Sosial (*Social Networking*)

²⁶ Rulli Nasrullah, *Media Sosial...*, hlm. 40-47.

Jejaring sosial adalah jenis media sosial yang paling populer. Media ini merupakan sarana yang bisa digunakan pengguna untuk melakukan hubungan sosial, termasuk konsekuensi atau efek yang didapatkan dari hubungan sosial tersebut, di dunia virtual.

2) Jurnal Online (*Blog*)

Blog adalah jenis media sosial yang membuat penggunanya untuk mengunggah aktifitas sehari-hari mereka dengan menggunakan tulisan, saling memberikan komentar, dan berbagi. Pada awalnya, blog adalah suatu bentuk situs pribadi yang berisikan kumpulan tautan dari situs lain yang dianggap menarik dan diperbarui setiap harinya.

3) Jurnal *online* sederhana (*Microblogging*)

Tidak jauh berbeda dengan *blog*, *microblogging* merupakan jenis media sosial yang memberikan fasilitas pengguna untuk menulis dan menyebarkan aktivitas serta atau pendapatnya.

4) Media Berbagi (*Media Sharing*)

Jenis media ini memfasilitasi penggunanya untuk bisa berbagi media, mulai dari file, audio, video, gambar, dan sebagainya. Contohnya adalah Youtube, Flickr, snapfish, atau Photo-bucket.

5) Penanda Sosial (*Social bookmarking*)

Penanda sosial ini adalah jenis media sosial yang bekerja untuk mengorganisasi, mengelola, menyimpan, dan mencari informasi atau berita secara *online*.

6) Media Konten Bersama (Wiki)

Jenis media sosial ini adalah situs yang memiliki konten kolaborasi dari para penggunanya. Mirip dengan kamus, wiki menghadirkan pengertian, sejarah hingga rujukan buku yang anda cari. Di dalamnya, terdapat penjelasan-penjelasan yang dikerjakan oleh pengunjung, yang memiliki arti kolaborasi atau kerja sama dari semua pengunjung untuk bisa mengisi konten dalam situs ini.

B. Generasi Milenial

Era milenial adalah masa adanya peningkatan penggunaan dan keakraban dengan komunikasi, teknologi digital dan media seperti saat ini. generasi yang hidup

di era ini disebut dengan generasi milenial dan memiliki karakter yang khas. Sejak di bangku sekolah sudah menjadikan internet sebagai kebutuhan pokok, selalu terhubung dengan internet agar dapat mengakses hal-hal baru atau hanya sekadar bersosialisasi dalam media sosial. Generasi milenial yang lahir antara tahun 1980 sampai 2000-an ini dilahirkan saat teknologi sedang berkembang. Dari televisi berwarna, handphone dan teknologi digital lain yang sudah diperkenalkan. Sehingga, mereka dianggap sangat spesial karena memiliki perbedaan dari generasi yang sebelumnya. Generasi ini memiliki kepekaan terhadap teknologi dan membuat mereka semakin pandai. Mereka juga hidup di mana segala sesuatunya memungkinkan untuk diwujudkan. Dengan kondisi sosial ekonomi yang tergolong maju²⁷

Tingginya angka penggunaan internet di dunia tidak bisa dipisahkan dari kehadiran generasi milenial. Mereka mampu menguasai berbagai macam aplikasi, mereka juga mempunyai lebih dari satu perangkat *mobile* (*WiFi* dan data seluler) mereka dengan internet. Menurut Tapscot (2009) ada delapan norma utama para generasi milenial ini, sehingga memiliki hubungan erat dengan kebutuhan mereka dengan internet, yaitu:²⁸

1. Kebebasan

Generasi milenial adalah generasi yang menyukai kebebasan. Mereka tidak mau berada dalam pengekangan atau terikat. Mereka merasa yakin dengan kemampuannya untuk menentukan masa depan.

2. Kustomisasi

Generasi ini menyukai sesuatu yang dapat mereka lakukan sesuka hati. Apalagi tentang proses modifikasi untuk berbagai produk yang dijadikan bagian dari citra mereka.

3. Penyelidikan

Generasi milenial dianggap sebagai generasi yang mempunyai kesadaran yang tinggi terhadap dunia yang ada di sekeliling mereka. Memiliki rasa ingin tahu yang tinggi dengan peristiwa yang sedang terjadi. Internet menyediakan berbagai pertanyaan dan hal yang ingin diketahui sebagai bahan informasi mereka. Diakui oleh Tapscot, bahwasanya generasi ini telah mampu menghasilkan informasi yang

²⁷ Tri Wiji Astuti, *Edukasi Bahasa Indonesia dari Media Sosial Instagram*, (Surakarta: 2018), diambil pada <https://doi.org/10.31227/osf.io/ky74r>, diakses pada 10 April 2021.

²⁸ Yuhdi Fahrimal, *Netiquette: Etika Jejaring Sosial Generasi Milenial Dalam Media Sosial*, (Vol. 22 No. 1: Jurnal Penelitian Pers dan Komunikasi Pembangunan, 2018) di ambil dari <https://doi.org/10.46426/jp2kp.v22i1.82>, di ambil pada tanggal 30 Maret 2021, hlm 66-67.

lebih banyak dan lengkap dari pada generasi sebelumnya. Dalam hitungan jam saja, mereka sudah dapat mengumpulkan puluhan bahkan ratusan informasi mengenai peristiwa yang terjadi.

4. Integritas

Generasi milenial paling peduli dengan nilai-nilai integritas seperti keprihatinan, kejujuran, transparan dan setia terhadap komitmen mereka. Mereka juga memiliki toleransi yang tinggi. Hidup berdampingan dengan internet membuat mereka memiliki norma ini. mereka bisa mengetahui informasi-informasi menggunakan media sosial seperti Instagram, facebook dan lain sebagainya.

5. Kolaborasi

Sudah menjadi kolaborator alami, artinya mereka adalah generasi untuk hubungan antar-manusia. Generasi milenial yang berkolaborasi secara online melalui kelompok-kelompok *chat*, berbagi bahan pekerjaan, pelajaran, atau hanya sekedar mencari hiburan. Bisa membentuk relasi yang kuat dan membahas suatu perusahaan, merek, produk dan jasa.

6. Hiburan

Menghibur diri adalah cara istirahat dan menyegarkan otak sejenak dari aktivitas sehari-hari. Internet memberikan wadah yang besar bagi generasi milenial untuk menghibur diri di dunia *online*. Bekerja haruslah menyenangkan, bagi generasi milenial. Mereka berharap mendapatkan pekerjaan/pekerjaan mereka dapat memberikan kepuasan emosi. Atau dalam sebutannya bahwa generasi ini membutuhkan waktu untuk mendinginkan otak setelah lelah bekerja dan internet menyediakan hal tersebut.

7. Kecepatan

Kecepatan pada generasi milenial adalah sangat penting. Ibarat jika sudah kehilangan garis start, maka tidak akan pernah menemukan garis finish. Dalam interaksi chat, misalnya dipanggil untuk *interview* pekerjaan namun sudah melewati masa tenggat untuk konfirmasi, maka pekerjaan tersebut tidak menerimamu lagi.

8. Inovasi

Generasi milenial hadir dalam budaya yang penuh inovasi dan penemuan. Mereka selalu ingin meng-*upgrade* perangkat mereka setiap tiga bulan. Karena perkembangan digital pada generasi ini sangat pesat.

C. Media Instagram

1. Sejarah Instagram

Instagram diciptakan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger, dua sarjana Stanford University di Amerika Serikat ini meluncurkan Instagram pada bulan Oktober 2010. Layanan Instagram yang hanya berupa aplikasi *smartphone*, mendapatkan popularitas yang tinggi dalam waktu cepat, dengan lebih dari 100 juta pengguna yang sudah terdaftar (dan sekitar 90 juta pengguna aktif bulanan) per Januari 2013. Ini berarti dalam kurun waktu 3 tahun saja, jumlah pengguna sudah mencapai ratusan juta.²⁹

Instagram berasal dari pengertian keseluruhan fungsi aplikasi ini. kata “insta” berasal dari “instan”, seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan “foto instan”. Instagram juga bisa menampilkan foto-foto secara instan, seperti polaroid. Sedangkan untuk kata “gram” berasal dari “telegram” yang memiliki cara kerja untuk mengirimkan informasi kepada orang lain secara cepat. Sama halnya dengan Instagram yang bisa mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang didapatkan bisa diterima lebih cepat. Oleh karenanya Instagram merupakan gabungan dari kata instan dan telegram.³⁰

2. Fitur-Fitur di Instagram

Instagram memiliki fitur-fitur yang berbeda dari jejaring sosial lainnya, yaitu:³¹

a. *Followers* (Pengikut)

Untuk mendapatkan teman baru, perlu mengikuti pengguna lainnya, atau memiliki *followers*. Dengan itu, komunikasi antara sesama pengguna Instagram dapat terjalin dengan memberikan tanda suka di setiap postingan foto atau video dan bisa mengomentari postingan tersebut. *Followers* adalah menjadi salah satu yang penting karena jumlah tanda suka dan komentar dari pengikut sangat mempengaruhi postingan tersebut, apakah populer atau tidak.

b. *Upload Photo* (Mengunggah Foto)

²⁹ Rini Damayanti, *Diksi dan Gaya Bahasa dalam Media Sosial Instagram*, (Surabaya: Universitas Wijaya Kusuma, 2018), diambil dari <https://ikipwidyadarmasurabaya.ac.id/wp-content/uploads/2019/07/261-278-rini-UWK.pdf>, diakses pada 10 April 2021.

³⁰ Yustia Ningsih, Andi Fitriani Djollong, *Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Pembentukan Karakter*, (Al-Athfal: Volume 2 No 2 Maret 2020), diakses pada 10 April 2021.

³¹ Iin Soraya, *Personal Branding Laudya Cynthia Bella Melalui Instagram*, (Jurnal Komunikasi, 2017), di akses <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom/article/view/2654/1804>, di ambil pada 6 April 2021.

Fungsi utama dari Instagram adalah sebagai tempat untuk berbagi atau mengunggah foto-foto kepada pengguna lainnya. Foto atau video yang mau di posting, dapat menggunakan kamera iDevice atau foto/video yang sudah ada di album.

c. Kamera

Foto yang sudah diambil dari aplikasi Instagram, dapat disimpan di dalam iDevice tersebut. Penggunaan kamera melalui Instagram juga bisa menggunakan efek-efek cantik yang ada, untuk mengatuk saturnasi, warna, pencahayaan pada foto. Ukuran yang digunakan adalah rasio 3:2 atau berbentuk kotak saja.

d. *Instastory* (Cerita yang dibagikan)

Fitur baru dari Instagram ini dapat membagikan video/foto dengan durasi 15 detik dan menghilang secara otomatis jika sudah 24 jam. Terdapat pilihan efek-efek yang dapat menambah kecantikan dalam berfoto.

e. Arroba

Seperti facebook dan twitter, Instagram juga mempunyai fitur dimana para penggunanya dapat menyebutkan pengguna lain dan menambahkan arroba (@) dan memasukkan akun tersebut. Pengguna dapat menyebut pengguna lainnya dalam judul foto, komentar, dan *instastory*.

f. Efek Foto

Pada versi awal, Instagram memiliki 15 efek yang dapat digunakan oleh penggunanya pada saat ingin menyunting sebuah foto. Efek tersebut terdiri atas: X-Pro II, Earlybird, Lomo-fi, Sutro, Poprocket, Apollo, Nashville, 1977, Gotham, dan Lord Kevin. Pada tanggal 20 September, Instagram menambah 4 efek yaitu: Valencia, Rise, Amaro, Hudson, dan menghapus 3 efek yaitu Poprocket, Apollo, dan Gotham.

g. *Like* (Tanda Suka)

Instagram juga memiliki fitur yang dapat berfungsi untuk menyukai postingan, seperti facebook, yaitu *like* yang menjadi penanda pengguna lain menyukai postingan itu.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis kualitatif. Di mana jenis ini untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami subjek penelitian misalnya persepsi, motivasi, dan lain-lain, secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa dalam suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.¹ Menggunakan jenis ini untuk melakukan penelitian berupa teks, gambar, video dan sebagainya untuk memahami ideologi dan makna suatu konteks sosial tertentu.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan Analisis Wacana Teun A. Van Dijk. Menurut Van Dijk, penelitian atas wacana tidak cukup hanya didasarkan pada teks semata, karena teks hanya hasil dari suatu praktik produksi yang harus juga diamati.² Sehingga harus melihat bagaimana suatu teks/video diproduksi, sehingga memperoleh suatu pengetahuan kenapa teks bisa semacam itu. Selain analisis teks, terdapat kognisi sosial dan konteks sosial.

B. Waktu Penelitian

Waktu yang digunakan untuk penelitian ini adalah dilakukan sejak awal membuat penelitian sampai dengan batas penelitian ini selesai.

C. Subyek dan Objek Penelitian

1. Subyek Penelitian

Subyek Penelitian mencakup semua pihak yang dapat memberikan informasi yang diperlukan dalam penelitian ini. Subyek dalam penelitian ini adalah Tim Shift Media.

2. Obyek Penelitian

Obyek penelitian adalah hal yang menjadi sasaran penelitian. Obyek dalam penelitian ini adalah makna dari postingan akun Instagram @shiftmedia.id dan respon dari *followers* mengenai postingan di akun tersebut.

¹ Lexi J. Moloeng, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosda karya, 2009), hlm. 6.

² Alex Sobur, *Analisis Teks Media...*, hlm. 73.

D. Sumber Data

1. Sumber Primer

Data primer merupakan sumber-sumber data pertama dan merupakan sumber asli baik berupa dokumen, karya atau tulisan-tulisan atau peninggalan lainnya.³

Penelitian ini dilakukan melalui proses wacana dakwah berdasarkan komentar-komentar netizen di akun @shiftmedia.id. Penulis memfokuskan dengan mengamati komentar *netizen* di setiap postingan dan mengambil enam postingan di akun @shiftmedia.id yang masing-masing dua komentar dari *followers*, di mana komentar tersebut mengubah pola pikir *followers* di setiap postingannya.

2. Sumber Sekunder

Jenis data sekunder merupakan jenis data tambahan atau pelengkap yang memiliki sifat untuk melengkapi data yang sudah ada, data yang mengutip sumber lain, sehingga tidak bersifat autentik karena sudah diperoleh dari tangan kedua.⁴

Penulis menggunakan jurnal-jurnal, buku-buku, dan referensi yang berkaitan untuk menunjang penulisan penelitian ini.

E. Metode Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi merupakan sebuah kegiatan yang berhubungan dengan pengawasan, penyelidikan, peninjauan dan penelitian. Dalam penelitian ini, yang dilakukan adalah observasi mengenai teks dalam akun @shiftmedia.id, kemudian diadakan pengamatan dan analisis terhadap makna yang terkandung pada enam postingan di akun @shiftmedia.id.

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode observasi langsung dan tidak langsung.

- a. Observasi langsung, yaitu melalui pengamatan langsung untuk memperoleh data yang diperlukan. Menggunakan data primer, yakni postingan video di akun @shiftmedia.id.
- b. Observasi tidak langsung, yaitu dengan mengamati akun @shiftmedia.id selama satu bulan. Sebagai metode ilmiah observasi dapat diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan dengan sistematis.

2. Interview (Wawancara)

³ Winarno Surakhmad, *Pengantar Penelitian Ilmiah*, (Bandung: Tarsito, 1999), hlm 135.

⁴ Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, (Jogjakarta: Gadjah Mada University Pers, 1998), hlm. 95.

Interview atau wawancara merupakan percakapan yang diarahkan pada masalah tertentu untuk mendapatkan jawaban dari pertanyaan yang diajukan.

Wawancara yang dilakukan oleh penulis dengan tujuan untuk mendapatkan data yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti. Dalam hal ini, pihak yang diwawancarai adalah pemegang akun @shiftmedia.id sebagai sumber data pada penelitian ini.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data melalui dokumen-dokumen. Untuk memperkuat data-data yang ada dalam penelitian, seperti Profil pendiri, kegiatan-kegiatan yang dilakukan, pembuatan konten (Foto atau Video postingan di Instagram @shiftmedia.id). Dokumentasi yang penulis ambil adalah *screenshot* dari Instagram @shiftmedia.id.

4. Visualisasi Media

Metode visualisasi data merupakan menggambarkan fokus penelitian yang diteliti melalui konten postingan di Instagram @shiftmedia.id.

F. Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif dengan pendekatan analisis wacana Van Dijk (Teun A. Van Dijk). Analisis adalah aktivitas yang memuat sejumlah kegiatan seperti mengurai, membedakan, memilah sesuatu untuk digolongkan dan dikelompokkan kembali menurut kriteria tertentu kemudian dicari kaitannya dan ditafsirkan maknanya. Analisis menurut penelitian ini adalah aktivitas untuk mengetahui lebih dalam tentang objek yang diteliti.

Sedangkan, Istilah analisis wacana adalah istilah umum yang dipakai dalam banyak disiplin ilmu dan dengan berbagai pengertian. Meskipun ada gradasi yang besar dari berbagai definisi, titik singgungnya adalah analisis wacana berhubungan dengan studi mengenai bahasa/pemakaian bahasa.⁵

Analisis wacana atau *discourse analysis* adalah suatu cara atau metode untuk mengkaji wacana yang terdapat atau terkandung di dalam pesan-pesan komunikasi baik secara tekstual maupun kontekstual. Analisis wacana berkenaan dengan isi pesan komunikasi, yang sebagian di antaranya berupa teks.⁶

⁵ Eriyanto, *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media*, (Yogyakarta: LKiS, 2015), hlm. 3-4.

⁶ Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif* (Yogyakarta: LKiS, 2007), hlm. 170.

Analisis wacana adalah suatu disiplin ilmu yang berusaha mengkaji penggunaan bahasa yang nyata dalam komunikasi. Stubbs (1983:1) mengatakan bahwa analisis wacana merupakan suatu kajian yang meneliti dan menganalisis bahasa yang digunakan secara alamiah, baik lisan maupun tulis, misalnya pemakaian bahasa dalam komunikasi sehari-hari.

Analisis wacana dimaksudkan sebagai suatu analisis untuk membongkar maksud-maksud dan makna-makna tertentu. Wacana adalah suatu upaya pengungkapan maksud tersembunyi dari sang subjek yang mengemukakan suatu pernyataan. Pengungkapan itu dilakukan di antaranya dengan menempatkan diri pada posisi sang pembicara dengan penafsiran mengikuti struktur makna dari sang pembicara. Individu tidak dianggap sebagai subjek yang netral yang bisa menafsirkan secara bebas sesuai dengan pikirannya, karena sangat berhubungan dan dipengaruhi oleh kekuatan sosial yang ada dalam masyarakat⁷

Model yang dipakai oleh Van Dijk ini sering disebut sebagai “kognisi sosial”. Menurut Van Dijk, penelitian atas wacana tidak cukup hanya didasarkan pada analisis teks semata, karena teks hanya hasil dari suatu praktik produksi teks yang harus diamati. Teks bukanlah sesuatu yang datang dari langit, bukan juga suatu ruang hampa yang mandiri. Akan tetapi teks dibentuk dalam praktik diskursus. Apabila terdapat teks yang memarjinalkan wanita, bukan berarti teks tersebut suatu ruang hampa, tetapi muncul dari representasi masyarakat patriatikal.⁸

Melalui berbagai karyanya, Van Dijk membuat kerangka analisis wacana yang dapat didayagunakan, ia melihat suatu terdiri atas berbagai struktur/tingkatan, yang masing-masing bagian saling mendukung. Van Dijk membaginya ke dalam tiga tingkatan, yang masing-masing bagian saling mendukung. Van Dijk membaginya ke dalam tiga tingkatan :

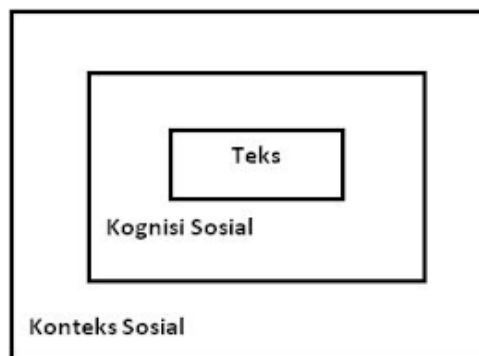
- a. Struktur makro. Ini merupakan makna global/umum dari suatu teks yang dapat dipahami dengan melihat topik dari suatu teks. Tema wacana ini bukan hanya ini, tetapi juga sisi tertentu dari suatu peristiwa.
- b. Superstruktur adalah kerangka suatu teks : bagaimana struktur dan elemen wacana itu disusun dalam teks secara utuh.

⁷ Eriyanto, *Analisis ...*, hlm. 5-6.

⁸ Eriyanto, *Analisis ...*, hlm. 221-222.

- c. Struktur mikro adalah makna wacana yang dapat diamati dengan menganalisis kata, kalimat, proposisi, anak kalimat, paraphrase yang dipakai dan sebagainya.⁹

Van Dijk tidak mengeluarkan modelnya semata-mata dengan menganalisis suatu teks semata. Van Dijk juga melihat bagaimana struktur sosial, dominasi, dan kelompok kekuasaan yang ada dalam masyarakat dan bagaimana kognisi/pikiran dan kesadaran yang membentuk dan berpengaruh terhadap teks tertentu. Inti dari analisis Van Dijk adalah menggabungkan ketiga dimensi wacana tersebut ke dalam satu kesatuan analisis.¹⁰



Gambar 2 Model Analisis Wacana Teun A. Van Dijk

Sumber: Eriyanto hlm. 225

Berikut akan diuraikan secara singkat tentang elemen wacana Van Dijk :

1. Analisis Teks

a. Struktur Makro (Tematik)

Elemen tematik menunjuk pada gambaran umum dari suatu teks. Bisa juga disebut dengan gagasan inti, ringkasan, atau yang utama dari suatu teks. Topik menunjukkan konsep dominan, sentral, dan paling penting dari isi suatu berita. Oleh karena itu, elemen ini sering disebut sebagai tema atau topik. Teks tidak hanya didefinisikan mencerminkan suatu pandangan umum yang koheren. Van Dijk menyebut hal ini sebagai koherensi global (*global coherence*), yakni bagian-bagian dalam teks jika ditata menunjuk pada suatu titik gagasan umum, dan bagian-bagian itu saling mendukung satu sama lain untuk menggambarkan topik umum tersebut.¹¹

b. Superstruktur / Skematik

⁹ Alex Sobur, *Analisis Teks Media*, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya 2001), hlm. 73.

¹⁰ Eriyanto, *Analisis ...*, hlm. 224.

¹¹ Eriyanto, *Analisis ...*, hlm. 229-230.

Elemen skematik atau superstruktur pada umumnya mempunyai skema atau alur dari pendahuluan sampai akhir. Superstruktur ini dalam pandangan van Dijk, dilihat sebagai satu kesatuan yang koheren dan padu.¹²

c. Struktur Mikro

1) Semantik

Semantik adalah disiplin ilmu bahasa, yang mempelajari makna dari satuan lingual, baik makna dari yang terkecil sampai makna yang berbentuk penggabungan dari satuan-satuan kebahasaan. Semantik atau arti yang terdiri atas elemen latar, detil, dan maksud.

- Latar

Latar merupakan bagian berita yang dapat mempengaruhi semantik (arti) yang ingin ditampilkan. Latar dapat menjadi alasan pembeda gagasan yang diajukan dalam suatu teks/cerita. Oleh karena itu, latar teks merupakan elemen yang berguna karena dapat membongkar apa maksud yang ingin disampaikan oleh penulis/wartawan.¹³

- Detil

Elemen wacana detil berhubungan dengan control informasi yang ditampilkan seseorang. Komunikator/pembuat teks akan menampilkan secara berlebihan informasi yang menguntungkan dirinya atau citra yang baik, dan sebaliknya. Informasi yang menguntungkan komunikator, bukan hanya ditampilkan secara berlebih tetapi juga dengan detil yang lengkap kalau perlu dengan data-data, lengkap dan panjang lebar merupakan penonjolan yang dilakukan secara sengaja untuk menciptakan citra tertentu kepada khalayak.¹⁴

Detil merupakan strategi pembuat teks untuk mengekspresikan sikapnya dengan cara yang tidak langsung atau tersamar. Sikap atau wacana yang dikembangkan oleh pembuat teks tidak selalu disampaikan secara terbuka, tetapi dari sisi mana yang dikembangkan dan diceritakan dengan detil yang besar, semua itu akan menggambarkan bagaimana wacana yang dikembangkan dan pemahaman untuk media.

- Maksud

¹² Eriyanto, *Analisis ...*, hlm. 232.

¹³ Eriyanto, *Analisis ...*, hlm. 235.

¹⁴ Eriyanto, *Analisis Wacana ...*, hlm. 238.

Elemen ini hampir sama dengan detail. Elemen maksud melihat informasi yang menguntungkan pembuat teks/komunikator dan diuraikan secara eksplisit dan jelas, sebaliknya informasi yang merugikan akan diuraikan secara tersamar, implisit, dan tersembunyi. Tujuannya adalah membuat publik hanya disajikan informasi yang menguntungkan komunikator.

Informasi yang menguntungkan disajikan secara jelas, dengan menggunakan kata-kata yang tegas dan menunjuk langsung pada fakta. Sedangkan informasi yang merugikan, disajikan dengan kata tersamar, eufemistik, dan berbelit-belit. Dengan semantik tertentu, seorang komunikator dapat menyampaikan secara implisit informasi atau fakta yang merugikan dirinya, sebaliknya secara eksplisit akan menguraikan informasi yang menguntungkan untuk dirinya.

2) Sintaksis

Secara etimologis, kata sintaksis berasal dari kata Yunani (sun 'dengan' + tatein 'menempatkan') jadi, kata sintaksis secara etimologis berarti menempatkan bersama-sama kata-kata menjadi kelompok kata atau kalimat. Sintaksis adalah telaah mengenai pola-pola yang dipergunakan sebagai sarana untuk menggabungkan kata menjadi kalimat.¹⁵

Sintaksis merupakan penempatan Bersama-sama kata-kata menjadi kelompok kata atau kalimat. Sintaksis menentukan bagaimana kalimat (bentuk, susunan) yang dipilih.¹⁶ Dengan elemen bentuk kalimat, koherensi dan kata ganti, yaitu :

- Bentuk Kalimat

Bentuk kalimat adalah segi sintaksis yang berhubungan dengan cara berpikir logis. Bentuk kalimat ini bukan hanya persoalan teknis kebenaran tata Bahasa, tetapi menentukan makna yang dibentuk oleh susunan kalimat. Dalam kalimat yang berstruktur aktif, seseorang menjadi subjek dari pernyataannya, sedangkan dalam kalimat pasif seseorang menjadi objek dari pernyataannya.¹⁷

¹⁵ Hery Guntur Tarigan, *Pengajaran Sintaksis*, (Bandung: Angkasa, 1984), hlm. 51.

¹⁶ Alex Sobur, *Analisis Teks Media*, hlm. 80.

¹⁷ Eriyanto, *Analisis Wacana*, hlm. 251.

Bentuk lain adalah bagaimana proposisi-proposisi diatur dalam suatu rangkaian kalimat. Proposisi mana yang ditempatkan di awal kalimat, dan mana yang di akhir kalimat. Penempatan itu dapat mempengaruhi makna yang timbul karena akan menunjukkan bagian mana yang lebih ditonjolkan kepada khalayak.¹⁸

- Koherensi

Koherensi adalah pertalian atau jalinan antarkata, proposisi atau kalimat dalam teks. Dua buah kalimat yang menggambarkan fakta yang berbeda dapat dihubungkan sehingga tampak koheren. Sehingga fakta yang tidak berhubungan sekalipun dapat menjadi berhubungan ketika komunikator menghubungkannya.¹⁹

- Kata Ganti

Kata ganti merupakan elemen untuk memanipulasi Bahasa dengan menciptakan suatu komunitas imajinatif. Kata ganti merupakan alat yang dipakai oleh komunikator untuk menunjukkan dimana posisi seseorang dalam wacana.²⁰

3) Stilistik

Apa yang disebut gaya bahasa itu sesungguhnya terdapat dalam segala ragam Bahasa, seperti ragam lisan dan ragam tulisan, ragam sastra dan ragam non sastra, karena gaya Bahasa adalah cara menggunakan Bahasa dalam konteks tertentu oleh orang tertentu untuk maksud tertentu. Akan tetapi secara tradisional gaya Bahasa selalu ditautkan dengan teks sastra, khususnya teks secara tertulis.²¹

4) Retoris

Retoris ini adalah gaya bahasa yang diungkapkan ketika seseorang berbicara atau menulis. Misalnya, dengan pemakaian kata berlebihan (hiperbola) atau bertele-tele. Retoris mempunyai fungsi persuasive dan hubungan erat dengan bagaimana pesan itu ingin disampaikan kepada khalayak.²² Van Dijk membagi elemen ini menjadi dua bagian, yaitu:

- Grafis

¹⁸ Alex Sobur, *Analisis Teks Media*, hlm. 81.

¹⁹ Alex Sobur, *Analisis Teks Media*, hlm. 81

²⁰ Eriyanto, *Analisis Wacana* ..., hlm. 253.

²¹ Alex Sobur, *Analisis Teks Media*, hlm. 82.

²² Alex Sobur, *Analisis Teks Media*, hlm. 85.

Elemen ini merupakan bagian untuk memeriksa apa yang ditekankan atau ditonjolkan (yang berarti dianggap penting) oleh seseorang yang dapat diamati dari teks. Dalam wacana berita/cerita, grafis ini biasanya muncul lewat bagian tulisan yang dibuat lain dibandingkan tulisan lain. Pemakaian huruf tebal, huruf miring, pemakaian garis bawah, huruf yang dibuat dengan ukuran besar. Bagian-bagian yang ditonjolkan ini menekankan kepada khalayak pentingnya bagian tersebut. Bagian yang ditulis atau dicetak berbeda adalah bagian yang dipandang penting oleh komunikator, di mana ia menginginkan khalayak menaruh perhatian lebih pada bagian tersebut.²³

- **Metafora**

Dalam suatu wacana, seorang penulis tidak hanya menyampaikan pesan pokok lewat teks, melainkan melalui kiasan dan ungkapan. Metafora yang dimaksudkan sebagai ornamen atau bumbu dari suatu cerita. Pemakaian metafora tertentu bisa menjadi petunjuk utama untuk mengerti dan memahami makna suatu teks. Metafora tertentu dipakai oleh penulis secara strategis sebagai landasan berfikir, alasan pembenar atas pendapat atau gagasan tertentu kepada publik. Wartawan menggunakan kepercayaan masyarakat, ungkapan sehari-hari, peribahasa, pepatah, petuah, leluhur, kata-kata kuno, bahkan mungkin ungkapan yang diambil dari ayat-ayat suci yang semuanya dipakai untuk memperkuat pesan utama.²⁴

2. Kognisi Sosial

Analisis wacana tidak hanya membatasi perhatiannya pada struktur teks, tetapi juga bagaimana suatu teks diproduksi. Karena struktur wacana itu sendiri menunjukkan atau menandakan sejumlah makna, pendapat, dan ideologi. Untuk membongkar bagaimana makna tersembunyi dari teks, membutuhkan suatu analisis kognisi dan konteks sosial. Pendekatan kognitif didasarkan pada asumsi bahwa teks tidak mempunyai makna, tetapi makna itu diberikan oleh pemakai bahasa, atau lebih tepatnya proses kesadaran mental dari pemakai bahasa.²⁵

3. Konteks Sosial

²³ Eriyanto, *Analisis Wacana ...*, hlm. 257-258.

²⁴ Eriyanto, *Analisis Wacana ...*, hlm. 259.

²⁵ Eriyanto, *Analisis Wacana ...*, hlm. 260.

Dimensi terakhir dari analisis wacana Teun A. Van Dijk yakni konteks sosial bagian dari wacana yang berkembang dalam masyarakat, bagaimana suatu teks diproduksi dan dikonstruksi dalam masyarakat.²⁶

Seperti yang sudah dijelaskan, konsep Van Dijk dibagi menjadi tiga jenis, yaitu: teks, kognisi sosial dan konteks sosial. Langkah awal yang diambil penulis adalah mengumpulkan semua data yang ada diposting @shiftmedia.id dan komentar dari *followers*. Sehingga memperoleh makna wacana dakwah dari postingan @shiftmedia.id untuk generasi milenial.



²⁶ Eriyanto, *Analisis Wacana ...*, hlm. 271.

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum

1. Profil @shiftmedia.id

Sejarah awal dari shift media berawal dari tokoh-tokoh anak muda yang diberi hidayah oleh Allah SWT. Di Bandung tahun 2011, para tokoh muda tersebut berkumpul di satu titik yaitu masjid Al-Lathiif. Mereka mengikuti kajian dan bertemu dengan salah satu pengisi, yaitu Ustadz Hanan Attaki. Beliau melihat anak-anak yang semangat mencari ilmu agama dan mengajak untuk berkolaborasi membentuk dakwah yang bisa diterima sama anak muda. Gerakan Pemuda Hijrah ini resmi pada Mei 2015.¹

Sebelum ustadz Hanan Attaki bertemu dengan para pemuda, tampilan beliau seperti ustadz-ustadz pada umumnya. Memakai gamis dan sorban, seperti Aa Gym. Setelah berkolaborasi, untuk bisa diterima di kalangan milenial, beliau mulai mengubah tampilan menjadi *trendy*, diksi-diksi yang dipakai, dan informasi-informasi tentang anak muda. Strategi dakwah untuk bisa diterima sama anak muda, memilih media sosial untuk menjadi salah satu media dakwah yang digunakan.

Masjid Al-Lathiif adalah markas pertama, di mana masjid ini terbuka dan mendukung untuk dakwah anak muda. Seperti yang dikatakan Bapak Iman selaku takmir masjid Al-Lathiif, *“Tamu Allah tidak tahu kapan datang, jadi kita enggak punya hak untuk mengunci masjid.”* Membuat anak-anak muda yang nongkrong sampai malam dengan membahas ilmu agama menjadi santai. Setelah perkembangan jamaah yang semakin banyak, maka menjadikan masjid Trans Studio Bandung sebagai tempat kajian lain selain masjid Al-Lathiif.

Media sosial menjadi salah satu wadah yang bagus untuk berdakwah. Anak muda mempunyai kecenderungan menghabiskan waktu 8 jam lebih di media sosial. Sehingga menganggap konten dakwah ini perlu masuk di media sosial, termasuk Instagram. Pada 2014, membuat akun Instagram yang awalnya shift saja, pemuda hijrah dan berubah ke shift media. Dengan sasaran utamanya adalah anak muda. Dengan melakukan analisis dan riset, kebanyakan anak muda memiliki usia-usia cenderung salah untuk memilih jalur dan untuk gerbang sukses atau tidaknya adalah

¹ Wawancara online Kepala Bidang Program Pengembangan, Wildan Wal Hidayah, pada 28 April 2021.

di usia muda. Kenapa anak muda ini menjadi sasaran dakwah kita? Karena masa depan bangsa dan umat tergantung pada generasi muda, bahwa generasi muda ini harus bisa terolah dengan baik, baik dalam pemahaman agama dll.²

Konten-konten Islam yang ada di media sosial kurang menarik dalam *packaging* atau pengemasannya, sehingga anak muda akan cepat bosan untuk menonton / mendengarkan kajian tersebut. Tidak banyak da'i atau ustadz-ustadz yang bisa mengolah pasar anak muda. Akhirnya, Ustadz Hanan Attaki yang masih berpenampilan klasik, berkolaborasi dengan anak-anak muda Bandung dan mengubah penampilan beliau yang lebih anak muda. Sehingga target dakwah di setiap kajiannya menghadirkan banyak anak muda di majelis talimnya.

Pembuatan konten di Shift Media mempunyai tahap-tahap tersendiri, yaitu pertama, mengadakan rapat bersama tim media di mana diskusi tentang apa yang harus disampaikan ke jamaah. Kedua, memilih tema atau judul yang memiliki sebuah sisi di mana dakwah tidak mempersulit, memilih hal yang ringan dan bisa dipraktekkan. Misalnya Sempatkan Berkeringat adalah sebuah amalan sunnah, karena menjaga kesehatan tubuh adalah sunnah. Kepala Bidang Program Pengembangan, Wildan Wal Hidayah, berkata: *“Tidak hanya membagikan sebuah konten, namun dalam prakteknya susah. Kita ingin gerakan hijrah ini tidak hanya sebatas jadi narasi-narasi saja namun tidak bisa dipraktekkan.”*³



Gambar 3 Logo Shift Media

Sumber: <https://pemudahijrah.id/> diakses 28 Mei 2021.

² Wawancara online Kepala Bidang Program Pengembangan, Wildan Wal Hidayah, pada 28 April 2021.

³ Wawancara online Kepala Bidang Program Pengembangan, Wildan Wal Hidayah, pada 28 April 2021.

2. Visi dan Misi Shift Media

a. Visi

Visi besar gerakan Pemuda Hijrah adalah mengambil peran untuk mewujudkan Rahmatan lil'alam. Visi organisasi adalah lebih menyebarkan semangat hijrah ke tingkatan nasional.

b. Misi

- 1) Mengajak anak muda untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT.
- 2) Mengubah konten dakwah yang monoton menjadi lebih modern dan diterima oleh anak muda.
- 3) Konten dakwah mempunyai kekuatan ketika dibagikan di media sosial dan mempunyai nilai keren untuk semangat hijrah ke tingkat nasional.⁴

3. Profil Hanan Attaki

Tengku Hanan Attaki atau Ustadz Hanan Attaki lahir di Aceh pada tanggal 31 Desember 1981. Beliau sebagai anak kelima dari enam orang bersaudara. Haneen Akira adalah istrinya yang juga mengisi ceramah untuk para ibu-ibu muda. Ustadz Hanan Attaki memiliki tiga anak yang bernama Maryam, Aisyah, dan Yahya. Sejak lahir, beliau memiliki kepandaian yang tidak dimiliki oleh semua anak, sehingga beliau mendapatkan beasiswa untuk melanjutkan kuliah di Mesir. Beliau sering mengisi kajian bersama para Pemuda Hijrah di salah satu Masjid di Bandung yaitu Masjid al-Lathiif, Jl. Saninten No. 2 Rt. 01 Rw. 05 Cihapit Bandung, dan di Masjid Trans Studio Bandung, Jl. Gatot Subroto No. 289, setiap hari Rabu. Kajian yang disampaikan berupa permasalahan-permasalahan para pemuda saat ini.⁵

Pendidikan Ustadz Hanan Attaki pada tahun 2004 menyelesaikan kuliahnya di Mesir dengan gelar Lc. Pada tahun 2005 sebagai *qari* terbaik di Fajar TV Kairo dan mengisi di dua stasiun televisi yaitu Iqro' TV dan Fajar TV. Beberapa prestasi yang didapatkannya yaitu mengisi acara Tilawah Al-Qur'an "*Min Ajmalis Soth*" dan pernah memenangkan Musabaqah Tilawatil Qur'an. Beliau juga menerbitkan sebuah buku yang berjudul *Tadabbur Qur'an*.

Setelah lulus kuliah di Mesir, Ustadz Hanan Attaki tinggal di Indonesia tepatnya di kota Bandung bersama istri dan anaknya. Di Bandung, beliau mengajar sebagai

⁴ Wawancara online Kepala Bidang Program Pengembangan, Wildan Wal Hidayah, pada 28 April 2021.

⁵ Syamsiyani, *Pemaknaan Hadis oleh Hanan Attaki dalam Dakwahnya di Youtube*, (JURNAL LIVING HADIS, Vol. IV, Nomor 2, Oktober 2019; p-ISSN: 2528-756; e-ISSN: 2548-4761), diambil dari <http://ejournal.uin-suka.ac.id/ushuluddin/Living/article/view/1850> dan diakses pada tanggal 26 Mei 2021.

pengajar di SQT (Sekolah Qur'an Tafsir) Habiburrahman dan Jendela Hati, menjadi direktur Rumah Qur'an Salman di ITB (Institut Teknologi Bandung) di Bandung. Kemudian menderikan Gerakan Pemuda Hijrah atau Shift Media pada bulan Mei 2015 sebagai media dakwahnya yang populer di Media sosial, salah satunya Instagram dan YouTube.⁶

B. Wacana Dakwah di @shiftmedia.id

Dalam menganalisis penelitian ini, peneliti mengamati wacana dakwah yang terdapat di akun @shiftmedia.id dengan menggunakan analisis wacana Teun. A Van Dijk. Dengan tujuan untuk mendapatkan data mengenai wacana dakwah dilihat dari tiga aspek, yakni teks, kognisi sosial dan konteks sosial. Untuk mendapatkan data yang akurat, peneliti memfokuskan pada enam postingan pada akun @shiftmedia.id. Di mana postingan tersebut menarik perhatian peneliti karena terdapat komentar yang dapat mengubah pola pikir generasi milenial. Enam postingan tersebut, yakni “Garansi Allah”, “Logika Langit”, “Memperbaiki Diri”, “Cara Pandang”, “Walau Tak Berbalas”, dan “Waktu *Clash* sama Temen”. Pada postingan tersebut, ditemukan beberapa tema yang mengambil permasalahan yang sedang terjadi pada saat itu. Postingan tersebut dianggap penting untuk kehidupan generasi milenial yang masih terombang-ambing dan mencari jati diri. Respon dari *followers* juga beragam, baik yang menanggapi secara positif maupun negatif.

Adapun beberapa postingan yang menarik dan membuat *netizen* ikut berkomentar bahkan memberikan dan bercerita mengenai masalah mereka. Pertama, melalui postingan berjudul “Garansi Allah” Ustadz Hanan Attaki menjelaskan untuk meninggalkan apa yang dilarang-Nya, karena apa yang dilarang oleh Allah tidak mungkin bermanfaat untuk manusia. Hal ini menimbulkan komentar yang diberikan oleh *netizen*, mereka setuju untuk meninggalkan dan berpindah ke yang lebih baik. Baik itu pekerjaan, impian, hingga pasangan yang belum halal.

Kedua, melalui postingan berjudul “Logika Langit” Ustadz Hanan Attaki menyampaikan bagaimana cara untuk mendapatkan rezeki lebih dan menyelesaikan masalah dengan mudah, yaitu dengan menolong orang dan menyelesaikan masalah orang lain terlebih dahulu. Hal ini mendapatkan respon dari *netizen* yang mengalami

⁶ Syamsiyani, *Pemaknaan Hadis....*

masalah namun tak kunjung selesai karena ia terlalu sombong untuk membantu antar sesama.

Ketiga, melalui postingan berjudul “Memperbaiki Diri” Ustadz Hanan Attaki menjelaskan bahwa Allah SWT,. menerima taubat dari hamba-Nya yang bersungguh-sungguh dan tidak peduli dosa yang diperbuat sebanyak bumi dan langit. Hal ini membuat *netizen* untuk memperbaiki diri dan menganggap bahwa dirinya penuh dosa, sehingga menyadarkan untuk lebih dekat dengan Allah.

Keempat, melalui postingan berjudul “Cara Pandang” Ustadz Hanan Attaki hendak menyampaikan untuk introspeksi diri ketika mendapatkan nikmat dan menyalahkan diri ketika mendapatkan ujian. Banyak pertanyaan yang diberikan *netizen*, yakni sudah melaksanakan kewajiban sekaligus sunnah dan bahkan memperbaiki diri untuk lebih dekat dengan Allah. Namun kenapa masih mendapatkan ujian terus menerus, hal itu dijawab oleh yang lainnya, yakni untuk khusnuzan kepada Allah dan menganggap ujian tersebut bukti Allah sayang kepada hamba-Nya.

Kelima, melalui postingan berjudul “Walau Tak Berbalas” Ustadz Hanan Attaki ingin menyampaikan bahwa setiap kita berbuat kebaikan kepada orang lain, jangan mengharapkan balasan dari orang tersebut. Melainkan mengharapkan balasan dari Allah SWT,. Tidak sedikit manusia memiliki prinsip, apa yang dituai itulah yang dipetik. Hal ini tidak sesuai dengan kaidah islam, karena ketika balasan dari orang lain tidak sesuai dengan ekspektasi, maka akan merasa kecewa. Salah satu respon *netizen* adalah ingin merubah prinsip atau sifat tersebut, sehingga lebih ikhlas untuk berbuat kebaikan tanpa pamrih.

Terakhir, melalui postingan berjudul “Waktu *Clash* sama Temen” Ustadz Hanan Attaki menyampaikan untuk tidak mencampuradukkan masalah pribadi dengan kehidupan sosial. Ketika bertengkar dengan teman, maka introspeksi dengan kesalahan sendiri. Masalah pertengkar dengan teman adalah masalah yang sering terjadi, membuat beberapa *follower* saling menulis *username* milik temannya, sehingga mereka bisa melihat postingan tersebut dan membuat pertemanan mereka membaik.

Berdasarkan uraian wacana tersebut, mengangkat tema tentang akhlakul karimah yang artinya berperilaku baik kepada semua orang. Hal itu dijelaskan di enam postingan tersebut, di mana Ustadz Hanan Attaki lebih menekankan pada perilaku-perilaku yang terpuji yang sesuai dengan syariat Islam. Antara lain memilih untuk meninggalkan apa yang dilarang, membantu orang lain, bertaubat dengan bersungguh-sungguh, introspeksi diri sebelum menyalahkan orang lain, berharap hanya kepada

Allah SWT,. dan tidak mencampuradukkan permasalahan pribadi dengan kehidupan sosial.

C. Respon Netizen Terhadap Wacana Dakwah @shiftmedia.id

Dari hasil pengamatan, peneliti menemukan respon *followers* di akun @shiftmedia.id, yakni mengenai postingan yang dipublikasikan oleh akun tersebut memberikan dampak bagi generasi milenial, baik secara langsung atau tidak langsung. Tim Shift Media sendiri memilih tema yang akan dipublikasikan menurut permasalahan yang sedang terjadi, ditambah gaya bahasa yang digunakan Ustadz Hanan Attaki yang asik serta tidak menggurui, membuat anak muda tertarik untuk mendengarkan ceramah beliau.

Dalam enam postingan tersebut, respon dari *netizen* cenderung setuju dengan apa yang disampaikan oleh Ustadz Hanan Attaki. Beberapa pengguna mengatakan melalui postingan tersebut mendapatkan apa yang selama ini di cari dan menemukan jawabannya dengan menonton video kajian Ustadz Hanan Attaki. Namun ada beberapa yang ragu mengenai tema yang membahas tentang menyalahkan diri karena mendapatkan ujian secara terus-menerus, padahal dirinya merasa sudah melaksanakan apa yang diperintahkan dan mendekatkan diri kepada Allah SWT,. hal ini membuat pengguna lainnya membalas komentar tersebut, sehingga terjadi interaksi antar pengguna secara lebih dalam untuk membahas permasalahan tersebut.

Dari uraian di atas, membuktikan adanya hubungan timbal balik yang dilakukan antar *followers* dan membuat pesan dakwah yang ingin disampaikan oleh Ustadz Hanan Attaki tersampaikan, serta mengubah pola pikir *netizen*. Adapun respon *followers* yang merindukan kajian langsung oleh Ustadz Hanan Attaki, untuk lebih mendalami agama dan menemukan jati dirinya.

D. Analisis Teks

Dalam menganalisis teks tersebut, sesuai dengan skema Teun A. Van Dijk dalam postingan @shiftmedia.id. Terbagi menjadi tiga bagian, yaitu struktur makro, superstruktur, dan struktur mikro, yang saling berhubungan dan saling melengkapi satu sama lainnya. Sesuai dengan temuan data yang disampaikan di atas, berikut analisisnya:

1. Garansi Allah



Gambar 4 Garansi Allah

Tabel 1
Garansi Allah

No.	Komentar
1.	 <p>tengkuomar8 2tahun kurleb udah ninggalin pasangan yg belum sah, kita komitmen gak bakal pacaran lagih walaupun dengan siapa pun, kita pun lost kontak biar bisa move on, 😞 sekarang saya lagih memperbaiki diri ahlaq keuangan, ehh dan niatan baik buat khitbah dia 😍 coba dong saya kontak2 dia lagih, dan mengutaran niat baik saya 🔥 apa jawaban dia? Dia bilang insyaallah, bilang juga kalau ada jga yg lagi dekat dengan dia 😞😞 kalau jodoh mah gak kemana kan min? Udah coba shlat istikharah juga,, jadi skrang saya gmana ya? Nunggu jawaban pasti dari dia apa cari yg baru ya? 😞😞😞</p> <p>18 mg Balas</p>
2.	 <p>astrd.adlaa Saya bener bener punya mimpi untuk dapet beasiswa di luar negri tapi akhir akhir ini saya berpikir kalau pake hijab, peluang untuk lolos diperkecil ga ya? Eh ada postingan ini saya jadi ga ragu lagi, terimakasih untuk segalanya..</p> <p>18 mg Balas</p>

a. Struktur Makro (Tematik)

Elemen ini menunjukkan topik menggambarkan apa yang ingin disampaikan oleh pembuat teks tersebut. Dalam postingan yang berjudul

“Garansi Allah”, hal ini menunjukkan postingan tersebut membuat *followers* untuk memberikan komentar.

Tema pada postingan ini adalah untuk mengambil sikap yang sesuai dengan ajaran-Nya. Hal tersebut dibuktikan dengan komentar pada tabel di atas yakni memantapkan hati untuk melepaskan apa yang dilarang dan tidak ragu untuk mengambil keputusan. Karena Allah akan memberikan yang pantas kepada hamba-Nya yang taat.

b. Superstruktur/Skematik

Elemen yang dipandang paling penting, umumnya sebagai pengantar ringkasan sebelum masuk ke dalam isi cerita. Sebuah teks dengan memiliki alur yang biasanya terdiri dari pendahuluan, isi, dan penutup.

1) Lead

Pada poin *lead*, komentar pada postingan ini menggambarkan tentang pilihan untuk mengubah cara yang diridhoi-Nya. Pada komentar pertama ditunjukkan dengan kalimat, “*2tahun kurleb udah ninggalin pasangan yang belum sah,..*” sedangkan komentar kedua dengan kalimat, “*Saya bener-bener punya mimpi untuk dapet beasiswa di luar negri...*”

Memutuskan pilihan yang mungkin tidak diterima oleh dunia adalah yang terberat. Komentar pertama, memutuskan hubungan dengan pasangan yang belum halal adalah pilihan yang terbaik. Meninggalkan larangan-Nya dan berfokus untuk memperbaiki diri. Sedangkan komentar kedua, memiliki mimpi adalah suatu keharusan. Namun jika mimpi tersebut menghambat ibadah, maka ganti mimpi tersebut dan Allah akan memberikan apa yang dibutuhkan.

2) Story

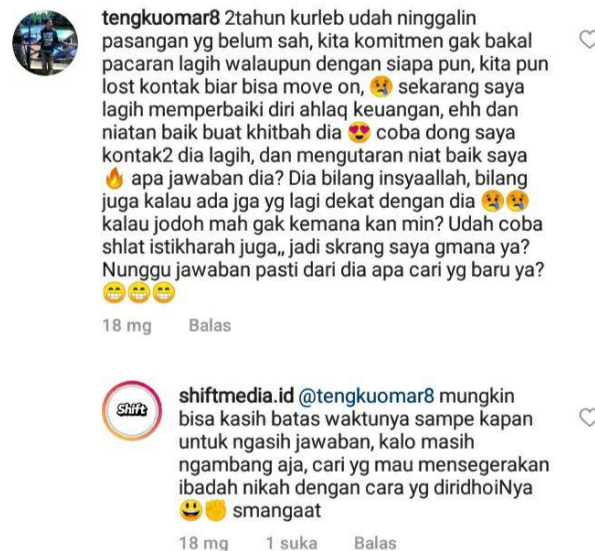
Skema selanjutnya adalah story atau situasi yang menggambarkan isi keseluruhan, mempunyai dua subkategori. Pertama berupa situasi, yaitu proses atau jalannya peristiwa dalam cerita, sedang yang kedua komentar yang ditampilkan dalam teks.⁷

⁷ Alex Sobur, *Analisis Teks Media Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotika, dan Analisis Framing*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2002), hlm. 77.

Dalam keseluruhan pada story, diawali dengan banyaknya komentar yang meninggalkan pekerjaan dan hubungan yang tidak diridhoi, bahkan dilarang-Nya. Diakhiri dengan bagaimana mengambil keputusan seperti pada komentar pertama dan kedua. Di mana setelah memperbaiki diri, @tengkuomar8 memiliki niat baik untuk melamar. Sedangkan @astrd.adlaa memantapkan untuk mengenakan hijab dan berdoa untuk mimpinya.

3) Komentar

Subkategori yang kedua adalah komentar. Dalam postingan di akun @shiftmedia.id ini, dapat ditemukan saran sekaligus solusi.



Gambar 5 Komentar di postingan akun @shiftmedia.id

Dengan komentar admin, menjelaskan untuk memberikan batas waktu dan jika masih tidak jelas, cari dengan yang mau disegerakan untuk dihalalkan. Dengan begitu, jangan takut untuk mengambil suatu keputusan, karena dalam keputusan apa pun yang sesuai dengan syari'at Islam, pasti dilancarkan oleh Allah SWT,. Sedangkan pada komentar kedua, @astrd.adlaa diakhir komentarnya bersyukur karena me lihat dan menonton postingan tersebut, sehingga ia tidak lagi ragu dengan keputusannya.

c. Struktur Mikro

1) Semantik

Semantik adalah disiplin ilmu bahasa, yang mempelajari makna dari satuan lingual, baik makna dari yang terkecil sampai makna yang berbentuk penggabungan dari satuan-satuan kebahasaan. Semantik atau arti yang terdiri atas elemen latar, detil, dan maksud.

- Latar

Latar adalah bagian penting dalam sebuah cerita. Latar yang dipilih menentukan ke arah mana pandangan orang-orang hendak dibawa. Dari dua komentar tersebut menunjukkan untuk percaya akan janji Allah. Apa yang dilarang Allah, pasti tidak menguntungkan. Begitu pun dengan mimpi, Allah akan mengarahkan kemana mimpi yang tidak mengganggu kewajibanmu sebagai umat Muslim.

- Detil

Detil berhubungan dengan kontrol informasi yang ditampilkan komunikator. Komunikator akan menampilkan informasi yang menguntungkan secara berlebihan. Detil yang disampaikan pada dua komentar ini yakni komentar @tengkuomar8, memberitahukan bahwa ia mengakhiri hubungan dengan pasangan yang belum halal, lebih memfokuskan untuk memperbaiki diri. Namun ketika @tengkuomar8 sudah siap untuk menghalalkan, seketika hati perempuan itu sudah berpindah. Sedangkan komentar @astrd.adlaa, menegaskan untuk memakai hijab dan tetap mengejar impiannya. Dua komentar tersebut menunjukkan bahwa dengan mengikuti perintah dan larangan-Nya akan mendapatkan yang lebih baik dari apa yang diinginkan.

- Maksud

Maksud yang hendak disampaikan Ustadz Hanan Attaki adalah tinggalkan larangan-Nya karena sesuatu hal yang dilarang tidak mungkin ada keuntungannya. Hal ini tersampaikan kepada dua komentar di atas, terdapat makna eksplisit yang hendak ditunjukkan pada komentar pertama, yakni pada kalimat pertama:

“2tahun kurleb udah ninggalin pasangan yg belum sah, ...”

Memberitahukan bahwa ia sudah mengakhiri hubungannya dengan pasangan yang belum sah yang artinya menjauhi larangan Allah yang terdapat pada Surah An-Nur ayat 2, yang berbunyi:

وَلَا تَقْرُبُوا الزِّنَىٰ إِنَّهُ كَانَ فَاحِشَةً وَسَاءَ سَبِيلًا

“Dan janganlah kamu mendekati zina, sesungguhnya zina itu adalah suatu perbuatan yang keji dan jalan yang buruk.”

Sedangkan komentar kedua terdapat makna implisit, yakni menjadi tidak ragu untuk memakai hijab setelah melihat postingan tersebut dan percaya bahwa Allah akan memberikan yang terbaik untuknya.

2) Sintaksis

Sintaksis merupakan penempatan bersama-sama kata-kata menjadi kelompok kata atau kalimat. Sintaksis menentukan bagaimana kalimat (bentuk, susunan) yang dipilih.⁸ Dengan tiga elemen yakni bentuk kalimat, koherensi dan kata ganti, peneliti menemukan data sebagai berikut:

- Bentuk Kalimat

Bentuk kalimat mengenai apakah A yang menjelaskan B, atau B yang menjelaskan A. Artinya bentuk kalimat ini bukan hanya persoalan teknis kebenaran, melainkan menentukan makna yang dibentuk dalam sebuah kalimat.⁹ Bentuk kalimat yang terdapat dalam komentar pertama ini pada bagian:

“...sekarang saya lagi memperbaiki diri ahlaq keuangan, ehh

S P O

dan niatan baik buat khitbah dia...”

K

Di dalam kalimat tersebut ditemukan kalimat aktif karena seseorang menjadi subjek dari pernyataan tersebut. @tengkuomar8 hendak menyampaikan bahwa ia sedang memperbaiki akhlak dan

⁸ Alex Sobur, *Analisis Teks Media*, hlm. 80.

⁹ Eriyanto, *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media*. (Yogyakarta: LKiS, 2015) hlm. 251.

mengumpulkan materi, sehingga dapat meminang mantan pacarnya. Sedangkan pada komentar kedua terdapat di kalimat:

“...Eh ada postingan ini saya jadi ga ragu lagi...”

S P K

Di dalam kalimat tersebut ditemukan kalimat aktif, @astrd.adlaa menyatakan setelah mendengarkan postingan yang berjudul “Garansi Allah” ini membuatnya tidak ragu lagi untuk menggunakan hijab.

- Koherensi

Koherensi adalah jalinan antarkata, atau kalimat dalam sebuah teks. Di mana dua kalimat menggambarkan fakta yang berbeda namun dapat saling terhubung sehingga tampak koheren. Pada kedua komentar tersebut memiliki pembahasan yang berbeda namun memiliki hubungan antara komentar tersebut, yakni keduanya membahas mengenai bagaimana berhijrah atau peralihan dari suatu keadaan ke keadaan yang lebih baik. Komentar pertama membahas tentang putusnya dengan pasangan yang belum sah, hal ini adalah pilihan terbaik untuk menghindari perbuatan zina. Dan untuk komentar kedua membahas mengenai keraguan @astrd.adlaa untuk berhijab, namun dengan mendengarkan video ceramah yang diisi oleh Ustadz Hanan Attaki ini membuatnya tidak ragu untuk memakai hijab.

- Kata Ganti

Kata ganti merupakan elemen yang digunakan untuk mengganti bahasa sesuai dengan posisinya. Dalam komentar pertama dan kedua memakai kata ganti orang pertama, yakni “Saya”. Adapun maksud dari kalimatnya adalah menekankan bahwa ia yang merasakan hal tersebut. Adapun kata ganti “kita” di komentar pertama, memiliki maksud untuk @tengkuomar8 dan mantan pacarnya.

3) Stilistik

Stilistik adalah pemilihan kata dan menyatakan dalam style yang sering di ungkapkan dalam sehari-hari, sehingga mudah dipahami oleh khalayak umum. Dalam komentar pertama terdapat kata “khitbah”. Menurut KBBI (Kamus Besar Berbahasa Indonesia) adalah peminangan

kepada seorang wanita untuk dijadikan istri. @tengkuomar8 menggunakan kata tersebut untuk lebih singkat dan memiliki niat yang bersungguh-sungguh untuk melakukannya. Kata “khitbah” juga sering digunakan oleh pria yang akan melamar pujaan hatinya.

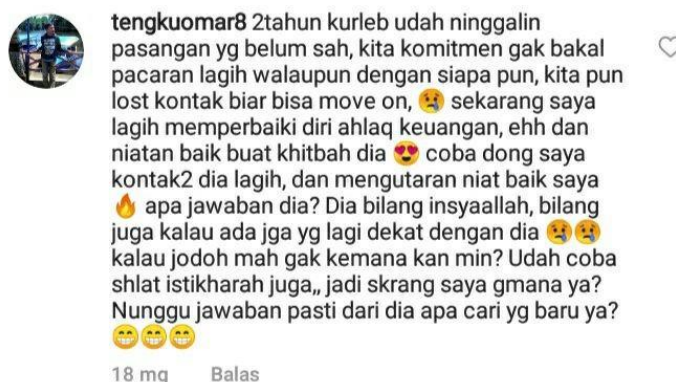
Dalam komentar kedua terdapat kata “postingan”, menurut KBBI (Kamus Besar Berbahasa Indonesia) posting yang artinya menempatkan atau mengeposkan. Kata tersebut biasa digunakan di media sosial untuk menyatakan sebuah teks telah di *upload* di media.

4) Retoris

Retoris adalah gaya bahasa yang ditekankan dan diungkapkan ketika seseorang berbicara atau menulis. Ada beberapa elemen yaitu grafis dan metafora.

- Grafis

Grafis merupakan bagian yang dianggap penting untuk memeriksa apa yang ditekankan dan ditonjolkan oleh seseorang dalam teks yang diamati.



Gambar 6 Komentar @tengkuomar8

Pada komentar di atas, terdapat banyak penggunaan emotikon di dalamnya. Hal ini menunjukkan perasaan yang sesuai dengan kalimat yang ia tulis. Emotikon pertama menunjukkan bahwa ia sedang bersedih karena telah mengambil keputusan untuk meninggalkan pasangan yang belum sah. Emotikon kedua menunjukkan bahwa ia masih mencintai mantannya dan berniat untuk meminangnya. Emotikon ketiga adalah api, di mana ia memiliki keinginan yang membara untuk kembali dan menjadikannya sebagai pasangan halal. Emotikon keempat

menunjukkan kembali kesedihan @tengkuomar8 karena mantannya sudah memiliki orang lain di hatinya. Sedangkan emotikon terakhir, menunjukkan wajah tersenyum seakan-akan bahwa dia baik-baik saja dan meminta pendapat bagaimana untuk mengatasi permasalahannya itu.

Pada komentar milik @astrd.adlaa, penekanannya terdapat di kata:

“Eh ada postingan ini saya jadi ga ragu lagi, terimakasih untuk segalanya.”

Kalimat tersebut menegaskan keberhasilan Ustadz Hanan Attaki untuk menyampaikan dakwah melalui postingan yang berjudul “Garansi Allah”. @astrd.adlaa tidak lagi ragu akan keputusannya untuk memakai hijab sebagai kewajiban seorang Muslimah.

- Metafora

Metafora merupakan kiasan dan ungkapan yang menjadi bumbu dalam suatu teks, untuk memperjelas pesan pokok dan bisa menjadi petunjuk untuk mengerti makna yang ada dalam teks tersebut. Metafora dalam komentar pertama, ditemukan pada kalimat:

“...kalau jodoh mah gak kemana kan min? udah coba shlat istikharah juga...”

Dalam kalimat tersebut menjelaskan bahwa usaha tidak akan mengkhianati hasilnya, namun hasil dapat mengkhianati usaha. @tengkuomar8 mengharapkan akan berjodoh dengan mantannya itu, ia sudah berikhtiar dan berdoa kepada Allah SWT. sedangkan metafora dalam komentar kedua, terdapat pada kalimat:

“...tapi akhir akhir ini saya berpikir kalau pake hijab, peluang untuk lolos diperkecil ga ya?”

Dalam kalimat tersebut mempertanyakan masalah yang @astrd.adlaa bingungkan. Namun setelah melihat postingan di @shiftmedia.id, ia lebih yakin untuk mengambil keputusan untuk berhijab.

2. Logika Langit



Gambar 7 Logika Langit

Tabel 2
Logika Langit

No.	Komentar
1.	 <p>ikkaret @novitautari_ @ngahayu tetep sedekah walaupun tinggal sepeser d dompet... Jangan nunggu kaya takutnya kita gak sampe kesana belum sempet berbuat baikbuat aku, tari, mb ayu dan semua yang liat ini...❤️</p> <p>5 mg 1 suka Balas</p>
2.	 <p>noerlaayla Untuk orang" yg selalu bilang "ngapain bantu yg disana,dinegara kita juga banyak yg mesti dibantu" semoga mereka melihat ini.</p> <p>5 mg 32 suka Balas</p>

a. Struktur Makro (Tematik)

Dalam postingan yang berjudul “Garansi Allah”, hal ini menunjukkan postingan tersebut membuat *followers* untuk memberikan komentar.

Tema dari postingan ini adalah membantu menyelesaikan urusan orang lain terlebih dahulu sebelum urusan diri sendiri. Karena Allah akan menyelesaikan pekerjaanmu.

b. Superstruktur / Skematik

1) *Lead*

Pada poin lead kedua komentar tersebut menggambarkan untuk membantu dan bersedekah tidak memandang dari asal, mampu, atau pun keadaan. Pada komentar pertama terdapat pada kalimat:

“Tetep sedekah walaupun tinggal sepeser d dompet...”

Bermaksud bahwa bersedekah tidak harus mampu, yang penting hati ikhlas. Sedangkan komentar kedua adalah untuk tetap melakukan sedekah walaupun masalah atau urusan diri sendiri belum selesai.

2) Story

Keseluruhan pada story, diawali dengan banyaknya komentar yang setuju mengenai bersedekah tidak mengenal bagaimana keadaan dan masalah pribadi. Diakhiri dengan solusi yang diberikan oleh Ustadz Hanan Attaki pada postingan tersebut, yakni jika menyelesaikan urusan atau masalah orang lain maka Allah akan menyelesaikan urusan kita. Adapun komentar dari @ikkaret untuk tetap bersedekah walaupun hanya memiliki uang receh di dompet. Sedangkan komentar dari @noerlaayla memiliki makna menyindir orang yang sering mengatakan untuk tidak membantu negara lain selagi masalah di negara sendiri belum teratasi.

3) Komentar

Subkategori yang kedua adalah komentar. Dalam postingan di akun @shiftmedia.id yang berjudul “Logika Langit” adanya nasihat dan sindiran. Pada komentar pertama berisi nasihat, yakni pada kalimat:

“Jangan nunggu kaya takutnya kita gak sampe kesana belum sempet berbuat baik.”

Pada komentar kedua yang berisi sindirian keras untuk orang-orang yang pernah mengatakan, seperti pada kalimat:

“..ngapain bantu yg disana, dinegara kita juga banyak yg mesti dibantu..”

c. Struktur Mikro

1) Semantik

- Latar

Latar adalah bagian penting dalam sebuah cerita. Latar yang dipilih menentukan ke arah mana pandangan orang-orang hendak dibawa. Dari dua komentar tersebut menunjukkan untuk tetap bersedekah walaupun itu harta yang terakhir, karena jangan pernah takut untuk bersedekah, takutlah ketika belum sempat bersedekah namun sudah meninggalkan dunia ini terlebih dahulu. Bersedekah juga jangan menunggu masalahmu selesai baru membantu masalah

orang lain, namun sebaliknya, karena Allah akan membantu menyelesaikan masalahmu dengan cepat.

- Detil

Detil yang disampaikan pada dua komentar tersebut yakni komentar @ikkaret, memberitahukan teman-temannya (@novitautari__ dan @ngahayu) untuk bersedekah sebelum menyesal ketika sudah tidak bisa bersedekah lagi atau meninggalkan dunia ini. Sedangkan komentar @noerlaayla menyindir orang-orang yang pernah mengatakan jangan membantu negara lain, yang seharusnya negara sendiri yang dibantu.

- Maksud

Maksud yang hendak disampaikan oleh Ustadz Hanan Attaki pada postingan yang berjudul “Logika Langit” adalah membantu dan menolong orang jangan menunggu dikasih rezeki yang lebih, namun ketika ingin mendapatkan rezeki yang lebih maka bantu dan tolong orang lain. Hal ini tersampaikan pada dua komentar di atas, komentar pertama terdapat makna eksplisit yang hendak disampaikan, yakni di kalimat:

“...jangan nunggu kaya takutnya kita gak sampe kesana...”

Untuk melakukan dan perbanyak sedekah sebelum dipanggil oleh Allah. Karena bersedekah tidak membuat kita miskin.

Sedangkan komentar kedua memiliki makna implisit, yakni pada kalimat:

“Untuk orang-orang yg selalu bilang.....semoga mereka melihat ini.”

Adapun maksud dari komentar tersebut adalah mengharapkan orang-orang yang pernah mengatakan untuk tidak membantu negara lain ketika negara sendiri sedang kesusahan bisa melihat postingan dari akun @shiftmedia.id ini.

2) Sintaksis

- Bentuk Kalimat

Bentuk kalimat mengenai apakah A yang menjelaskan B, atau B yang menjelaskan A. Artinya bentuk kalimat ini bukan hanya persoalan teknis kebenaran, melainkan menentukan makna yang

dibentuk dalam sebuah kalimat.¹⁰ Bentuk kalimat yang terdapat dalam komentar pertama, yakni:

“Jangan nunggu kaya takutnya kita gak sampe kesana...”

O P S

Di dalam kalimat tersebut ditemukan kalimat pasif karena karena seseorang menjadi objek dalam pernyataannya tersebut. @ikkaret hendak menyampaikan jika bersedekah jangan menunggu mampu baru bersedekah. Sedangkan pada komentar kedua terdapat di kalimat:

“ngapain bantu yg disana, dinegara kita juga banyak yg mesti

S

dibantu.”

P

Di dalam kalimat tersebut ditemukan kalimat pasif, @noerlaayla menyindir orang yang pernah mengatakan seperti itu, dan memberitahukan untuk melihat ceramah Ustadz Hanan Attaki untuk bisa mengubah pola pikir mereka.

- Koherensi

Koherensi adalah jalinan antarkata, atau kalimat dalam sebuah teks. Di mana dua kalimat menggambarkan fakta yang berbeda namun dapat saling terhubung sehingga tampak koheren. Pada kedua komentar tersebut memiliki persamaan dalam menanggapi postingan tersebut. Pada komentar pertama, membahas mengenai sedekah berapapun akan diterima, asal ikhlas. Komentar kedua membahas untuk bersedekah dalam keadaan apapun. Hal ini memberikan tanggapan yang baik dan koheren dari postingan yang berjudul “Logika Langit”, di mana Ustadz Hanan Attaki mengatakan untuk menambah rezeki lebih bisa dengan menolong dan membantu orang lain, serta menyelesaikan urusan orang lain terlebih dahulu dan dengan urusanmu akan diselesaikan oleh Allah.

- Kata Ganti

¹⁰ Eriyanto, *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media*. (Yogyakarta: LKiS, 2015) hlm. 251.

Kata ganti merupakan elemen yang digunakan untuk mengganti bahasa sesuai dengan posisinya. Dalam komentar pertama memakai kata ganti “kita”, yang mengartikan untuk semua yang membaca komentarnya. Sedangkan komentar kedua menggunakan kata ganti “mereka”, yang artinya untuk orang-orang yang pernah mengatakan untuk tidak membantu negara lain ketika negara sendiri butuh bantuan.

3) Stilistik

Stilistik adalah pemilihan kata dan menyatakan dalam style yang sering di ungkapkan dalam sehari-hari, sehingga mudah dipahami oleh khalayak umum. Adapun kedua komentar tersebut, tidak dapat menemukan gaya bahasa atau style tertentu yang digunakan.

4) Retoris

- Grafis

Grafis merupakan bagian yang dianggap penting untuk memeriksa apa yang ditekankan dan ditonjolkan oleh seseorang dalam teks yang diamati. Pada komentar pertama penekanannya terdapat di kalimat:

“...takutnya kita gak sampe kesana belum sempet berbuat baik...”

kalimat tersebut menegaskan untuk berbuat baik sebelum ajal menjemput. Sedangkan pada komentar kedua, penekanannya terdapat di kalimat:

“Untuk orang-orang yg selalu bilang...”

Adapun maksud dari kalimat tersebut adalah ditujukan untuk orang-orang yang pernah mengatakan hal tersebut.

- Metafora

Metafora merupakan kiasan dan ungkapan yang menjadi bumbu dalam suatu teks, untuk memperjelas pesan pokok dan bisa menjadi petunjuk untuk mengerti makna yang ada dalam teks tersebut. Metafora dalam komentar pertama, ditemukan pada kalimat:

“tetep sedekah walaupun tinggal sepeser d dompet.”

Kalimat tersebut adalah perumpamaan dari sedekah tidak melulu tentang materi. Sedekah juga bisa berupa jasa dan bahkan senyum adalah sedekah.

3. Memperbaiki Diri



Gambar 8 Memperbaiki Diri

Tabel 3
Memperbaiki Diri

No.	Komentar
1.	 <p>reezkiawn @hanan_attaki @shiftmedia.id kenapa ya ustadz di saat kita baru memulai untuk berjihad di jalan Allah, ada aja godaan yang membuat kita berpaling lagi dari jalan itu. ...</p> <p>66 mg 2 suka Balas</p>
2.	 <p>halidajiyah Dari kemarin coba perbaiki diri, ngerasa makin dewasa makin banyak dosa, semoga Allah permudah hamba u/ jadi lebih baik, aamiin</p> <p>66 mg Balas</p>

a. Struktur Makro (Tematik)

Dalam postingan yang berjudul “Memperbaiki Diri”, hal ini menunjukkan postingan tersebut membuat *followers* untuk memberikan komentar. Tema pada postingan ini adalah berusaha untuk memperbaiki diri walaupun mempunyai dosa yang bisa menutupi bumi dan langit. Hal tersebut dibuktikan dengan komentar pada tabel di atas yakni mencoba

untuk memperbaiki diri dan berharap melakukannya dengan konsisten atau istikamah.

b. Superstruktur / Skematik

1) Lead

Pada poin lead, komentar pada postingan ini menggambarkan tentang berusaha untuk memperbaiki diri. Pada komentar pertama, @reezkiawn bertanya ketika baru memulai berjihad di jalan Allah, kenapa banyak godaan yang membuat berpaling dari jalan tersebut. Sedangkan komentar kedua terdapat di kalimat pertama, yakni mencoba untuk memperbaiki diri.

2) Story

Dalam keseluruhan pada story, diawali dengan banyaknya komentar yang sedang berada di fase hijrah atau memperbaiki diri dan berjuang untuk istikamah. Diakhiri dengan niat yang kuat untuk tetap berada di jalan Allah seperti pada komentar pertama dan kedua. Di mana @reezkiawn dan @halidajiyah sedang berperang melawan diri sendiri untuk tetap istikamah berada di jalan Allah SWT,.

3) Komentar

Subkategori yang kedua adalah komentar. Dalam postingan di akun @shiftmedia.id ini, dapat ditemukan saran sekaligus komentar.



Gambar 9 Komentar di postingan akun @shiftmedia.id

@indahzulaikha15 menanggapi komentar dari @reezkiawn, ia memberikan jawaban tentang pertanyaan dari @reezkiawn, yakni

masalah tersebut adalah cobaan karena besarnya pahala tergantung dengan besarnya ujian. Ketika Allah mencintai suatu kaum, maka Allah akan mengujinya. Adapun komentar tersebut menjelaskan bahwa @reezkiawn mendapatkan ujian tersebut karena Allah mencintainya. Pada komentar kedua, @halidajiyah berharap kepada Allah untuk mempermudah jalannya.

c. Struktur Mikro

1) Semantik

- Latar

Latar adalah bagian penting dalam sebuah cerita. Latar yang dipilih menentukan ke arah mana pandangan orang-orang hendak dibawa. Dari dua komentar tersebut menceritakan masalahnya mengenai proses memperbaiki diri. Dari @reezkiawn mendapatkan banyak cobaan ketika sedang berada di proses itu, sedangkan @halidajiyah percaya bahwa ia bisa melewati semuanya.

- Detil

Detil yang disampaikan pada dua komentar ini, yakni komentar pertama memberitahukan bahwa ia mendapatkan godaan atau cobaan selagi memulai jihad di jalan Allah. Sedangkan komentar kedua, berharap bisa melewati proses perbaikan diri yang makin dewasa makin banyak dosa dan godaan.

- Maksud

Maksud yang hendak disampaikan Ustadz Hanan Attaki adalah untuk memperbaiki diri walaupun mempunyai dosa sebesar langit dan bumi, Allah akan menghilangkan dan menggugurkan dosa-dosa tersebut. Hal ini tersampaikan kepada dua komentar di atas, terdapat makna implisit di komentar pertama, yakni pada kalimat:

“...ada aja godaan yang membuat kita berpaling lagi dari jalan itu...”

Kalimat tersebut menunjukkan bahwa ia mendapatkan banyak godaan setelah memulai berada di jalan Allah, yang membuatnya susah untuk memulai kembali.

Pada komentar kedua terdapat makna eksplisit, di mana @halidajiyah memulai memperbaiki dirinya dan merasa jika ia banyak dosa, serta berharap untuk dimudahkan segala urusannya kepada Allah.

2) Sintaksis

- Bentuk Kalimat

Bentuk kalimat mengenai apakah A yang menjelaskan B, atau B yang menjelaskan A. Artinya bentuk kalimat ini bukan hanya persoalan teknis kebenaran, melainkan menentukan makna yang dibentuk dalam sebuah kalimat.¹¹ Bentuk kalimat yang terdapat di komentar pertama pada kalimat:

“ada aja godaan yang membuat kita berpaling lagi dari jalan itu.”

S P K

Di dalam kalimat tersebut ditemukan kalimat aktif karena seseorang menjadi subjek dari pernyataan tersebut. Sedangkan pada komentar kedua terdapat di kalimat:

“Dari kemarin coba perbaiki diri..”

S P O

Di dalam kalimat tersebut ditemukan kalimat aktif karena seseorang menjadi subjek dari pernyataan tersebut. adapun maksud dari kalimat tersebut adalah @halidajiyah sudah berada di proses memperbaiki diri dari kemarin dan masih berada di proses tersebut.

IAIN PURWOKERTO

- Koherensi

Koherensi adalah jalinan antarkata, atau kalimat dalam sebuah teks. Di mana dua kalimat menggambarkan fakta yang berbeda namun dapat saling terhubung sehingga tampak koheren. Pada kedua komentar tersebut memiliki pembahasan yang berbeda namun memiliki hubungan antara komentar tersebut, yakni keduanya membahas tentang proses perbaiki diri yang memiliki masalah yang berbeda. Komentar pertama bertanya kenapa banyak godaan ketika baru memulai untuk berjihad di jalan Allah. Sedangkan komentar

¹¹ Eriyanto, *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media*. (Yogyakarta: LKiS, 2015) hlm. 251.

kedua membahas mengenai proses bagaimana memulai memperbaiki diri dan berharap dipermudah untuk menjalaninya.

- Kata Ganti

Kata ganti merupakan elemen yang digunakan untuk mengganti bahasa sesuai dengan posisinya. Dalam komentar pertama terdapat kata ganti “Kita” di mana tidak ada batasan antara komunikator dan komunikan.

3) Stilistik

Stilistik adalah pemilihan kata dan menyatakan dalam style yang sering di ungkapkan dalam sehari-hari, sehingga mudah dipahami oleh khalayak umum. Dalam komentar pertama terdapat kata “berjihad”. Menurut KBBI (Kamus Besar Berbahasa Indonesia) adalah berperang di jalan Allah. Kata tersebut sering digunakan oleh umat Muslim, namun pada komentar tersebut memiliki arti berjuang dengan diri sendiri untuk kembali berada di jalan Allah. Sedangkan pada komentar kedua, tidak ada style atau kalimat khusus yang digunakan.

4) Retoris

- Grafis

Grafis merupakan bagian yang dianggap penting untuk memeriksa apa yang ditekankan dan ditonjolkan oleh seseorang dalam teks yang diamati. Komentar pertama menekankan pada kalimat pertanyaan dan dijawab seperti pada gambar

Adapun komentar kedua, penekanannya terdapat di kalimat: “Ngerasa makin dewasa makin banyak dosa.”

Hal itu menjelaskan isi dari postingan Ustadz Hanan Attaki tersebut. Beliau mengatakan ketika dosamu sebanyak langit dan bumi, Allah tetap akan menerima taubatmu.

- Metafora

Metafora merupakan kiasan dan ungkapan yang menjadi bumbu dalam suatu teks, untuk memperjelas pesan pokok dan bisa menjadi petunjuk untuk mengerti makna yang ada dalam teks tersebut. Pada kedua komentar tersebut tidak ada metafora di dalamnya.

4. Cara Pandang



Gambar 10 Cara Pandang

Tabel 4
Cara Pandang

No.	Komentar
1.	<p data-bbox="627 981 707 1055"></p> <p data-bbox="730 974 1276 1182">astrianipf pak ustad @hanan_attaki ... tp berat juga klo kita menganggap kita banyak dosa terus,krn kan kita sdh berusaha memperbaiki diri,nambah ibadah,tobat,bbuat baik pd org lain...trus pas lg ada cobaan kita bilang kita banyak dosa...walau bener iya,tp ko kayak dosa gak bkurang2...trus gmn? klo buku amal bisa dilihat saya mau tau salah saya dmn?</p> <p data-bbox="730 1193 999 1218">64 mg 1 suka Balas</p> <p data-bbox="730 1256 1034 1281">— Sembunyikan balasan</p> <p data-bbox="738 1323 802 1397"></p> <p data-bbox="826 1323 1267 1659">santiauliaa_03 @astrianipf buah dari kesabaran akan menghasilkan hasil yang indah nantinya.. insyaallah husnudzan aja sama allah bahwa allah itu sayang sama kita jadi allah selalu menguji hambanya yg telah di pilihnya dan sebagai hamba yg bertaqwa semoga kita bisa menjalankanya dengan ikhlas dan bersabar.. dan insyaallah semua cobaan dan ujian itu akan hilang diganti dengan pahala yg dilipat ganda kan dan kasih sayang allah terhadap kita akan bertambah aamiinn..</p> <p data-bbox="826 1671 1091 1695">61 mg 1 suka Balas</p>
2.	

a. Struktur Makro

1) Tematik

Dalam postingan yang berjudul “Cara Pandang”, hal ini menunjukkan postingan tersebut membuat *followers* untuk memberikan komentar. Tema pada postingan ini adalah berkhushudzon kepada orang lain, namun sadar dengan kesalahan sendiri. Hal tersebut dibuktikan dengan komentar pada tabel di atas, yakni menganggap banyak dosa ketika sedang diberi cobaan, namun dengan kesabaran itu akan menghasilkan hasil yang indah. Percaya bahwa Allah akan menggan dengan pahala yang dilipat gandakan.

b. Superstruktur / Skematik

1) Lead

Pada poin lead, komentar pada postingan ini menggambarkan mengenai cobaan yang datang pada diri sendiri. Pada komentar pertama ditunjukkan dengan kalimat:

“tp berat juga klo kita menganggap kita banyak dosa terus...”

@astrianipf berpikir dan menganggap ketika diberi cobaan maka banyak dosa yang dilakukan, padahal sudah bertaubat, beribadah, dan memperbaiki diri. Adapun pada komentar kedua yang menjawab dari komentar pertama adalah untuk sabar ketika mendapat cobaan dan berkhushudzon bahwa Allah sayang kepada hamba-Nya.

2) Story

Dalam keseluruhan pada story, komentar pertama menganggap dirinya sudah bertaubat, beribadah dan memperbaiki diri namun masih tetap diberikan cobaan dan menanyakan dosa apa lagi yang ada pada dirinya. Sedangkan komentar kedua, memberikan arahan untuk bersabar ketika mendapat cobaan dan selalu berkhushudzon kepada Allah.

3) Komentar

Subkategori yang kedua adalah komentar. Dalam postingan di akun @shiftmedia ini, dapat ditemukan saran, yakni @santiauliaa_03 menjawab pertanyaan dari @astrianipf untuk bersabar dan melihat hasil yang indah dari cobaan tersebut.

c. Struktur Mikro

1) Semantik

- Latar

Latar adalah bagian penting dalam sebuah cerita. Latar yang dipilih menentukan ke arah mana pandangan orang-orang hendak dibawa. Latar yang digunakan pada kedua komentar tersebut menunjukkan adanya keraguan dalam diri mengenai konsep nikmat dan ujian yang diberikan Ustadz Hanan Attaki.

- Detil

Detil berhubungan dengan kontrol informasi yang ditampilkan komunikator. Komunikator akan menampilkan informasi yang menguntungkan secara berlebihan. Detil yang disampaikan oleh kedua komentar ini, yakni komentar @astrianipf menyatakan keraguan atas isi dari postingan tersebut mengenai konsep ujian yang diberikan Allah kepadanya. Sehingga ia penasaran mengenai bagaimana buku amal itu dibuat. Sedangkan komentar @santiauliaa_03 adalah menjawab pertanyaan dari @astrianipf, di mana Allah memberikan ujian atau cobaan kepada hamba-Nya yang bertakwa dan tanda cinta Allah kepada hamba-Nya.

- Maksud

Maksud yang hendak disampaikan oleh Ustadz Hanan Attaki adalah ketika mendapatkan nikmat harus rendah hati, ketika mendapatkan ujian salahkan diri sendiri. Namun hal itu tidak berlaku kepada orang lain.

Maksud yang disampaikan oleh Ustadz Hanan tersampaikan kepada dua komentar di atas, terdapat makna implisit yang hendak ditunjukkan pada komentar pertama, yakni pada kalimat:

“...klo buku amal bisa dilihat saya mau tau salah saya dmn?”

Kalimat tersebut menunjukkan bahwa ia ingin mengetahui letak kesalahan atau dosanya, sehingga ia mendapatkan cobaan tersebut. Pada komentar kedua terdapat makna eksplisit yang hendak ditunjukkan, yakni pada kalimat:

“...Insyaallah semua cobaan dan ujian itu akan hilang diganti dengan pahala yg dilipat ganda kan dan kasih sayang Allah terhadap kita akan bertambah aamiinn.”

Kalimat tersebut menyatakan dengan jelas bahwa ketika mendapatkan cobaan dan ujian harus bersabar, karena semua itu akan mendapatkan balasan yang setimpal dari Allah.

2) Sintaksis

- Bentuk Kalimat

Bentuk kalimat mengenai apakah A yang menjelaskan B, atau B yang menjelaskan A. Artinya bentuk kalimat ini bukan hanya persoalan teknis kebenaran, melainkan menentukan makna yang dibentuk dalam sebuah kalimat.¹² Bentuk kalimat yang terdapat pada komentar pertama:

“krn kan kita sdh berusaha mempbaiki diri, nambah ibadah,

S P O

tobat, bbuat baik pd org lain...”

K

Di dalam kalimat tersebut ditemukan kalimat aktif karena seseorang menjadi subjek dari pernyataan tersebut. Kalimat tersebut beralasan bahwa dia sudah melaksanakan apa yang dianjurkan oleh Allah, namun ia masih mendapatkan ujian ketika sudah merasa menjalankan semuanya.

Bentuk kalimat pada komentar kedua, terdapat di kalimat:

“...sebagai hamba yg bertaqwa semoga kita bisa

S

menjalankannya dengan ikhlas dan bersabar..”

P

K

Di dalam kalimat tersebut ditemukan kalimat aktif karena seseorang menjadi subjek dari pernyataan tersebut. Kalimat tersebut memberikan arahan untuk bersabar dan ikhlas untuk menerima dan menjalankan cobaan yang diberikan.

- Koherensi

Koherensi adalah jalinan antarkata, atau kalimat dalam sebuah teks. Di mana dua kalimat menggambarkan fakta yang berbeda

¹² Eriyanto, *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media*. (Yogyakarta: LKiS, 2015) hlm. 251.

namun dapat saling terhubung sehingga tampak koheren. Pada kedua komentar memiliki pembahasan yang berbeda namun saling berhubungan karena komentar yang kedua menjawab pertanyaan dari komentar pertama.

- Kata Ganti

Kata ganti merupakan elemen yang digunakan untuk mengganti bahasa sesuai dengan posisinya. Pada kedua komentar tersebut, memakai kata ganti “kita”, di mana tidak memiliki batasan antara komunikator dan komunikan.

3) Stilistik

Stilistik adalah pemilihan kata dan menyatakan dalam style yang sering di ungkapkan dalam sehari-hari, sehingga mudah dipahami oleh khalayak umum. Dalam komentar pertama terdapat kata “cobaan”, menurut KBBI (Kamus Besar Berbahasa Indonesia) adalah sesuatu untuk menguji ketabahan, keimanan, dan sebagainya. Komentar kedua terdapat kata “husnudzan”, menurut KBBI (Kamus Besar Berbahasa Indonesia) adalah berprasangka baik. Kata husnuzan sering digunakan umat Muslim untuk mengingatkan sesama.

4) Retoris

- Grafis

Grafis merupakan bagian yang dianggap penting untuk memeriksa apa yang ditekankan dan ditonjolkan oleh seseorang dalam teks yang diamati. Kedua komentar di atas memiliki penekanan masing-masing, yakni pada komentar pertama terdapat di kalimat:

“trus pas lg ada cobaan kita bilang kita banyak dosa...”

Kalimat di atas menyatakan ketika mendapatkan cobaan maka pasti memiliki banyak dosa. Padahal cobaan tersebut agar membuat kita semakin kuat. Sedangkan pada komentar kedua, kalimat yang ditekankan adalah:

“Insyaaallah semua cobaan dan ujian itu akan hilang diganti dengan pahala yg dilipat ganda kan dan kasih sayang Allah terhadap kita akan bertambah aamiinn.”

Kalimat di atas memberikan pernyataan dengan apa yang dikatakan ustadz Hanan Attaki di postingannya, yakni untuk percaya kepada Allah ketika sedang mengalami cobaan bahwa cobaan itu adalah sebuah kenikmatan yang diberikan Allah kepada hamba-Nya sekaligus untuk menggugurkan dosanya.

5. Walau Tak Berbalas



Gambar 11 Walau Tak Berbalas

Tabel 5
Walaupun Tak Berbalas

No.	Komentar
1.	<div data-bbox="555 1339 657 1451"> </div> <p data-bbox="678 1346 1276 1704"> citraaaaaaa27 Saya sih punya sifat begini, prinsip saya malah "kalo dia gak berbuat baik sama kita, ngapain kita baik sama dia" dan prinsip saya kedua adalah "take and give" kalo saya udah baik sama seseorang terus orang itu "gatau diri" saya langsung blacklist, siapapun itu, mau temen bahkan sodara dekat. Itu salah satu penyakit hati saya, yang susah banget buat "legowo" sama orang. Ekspektasi saya dia pun harus baik seperti saya melakukan hal yang sama ke dia. Ya Allah, ternyata salah 😞 Bismillah, semoga penyakit hati saya ini bisa hilang. Amiiinnn </p> <p data-bbox="678 1720 965 1749"> 75 mg 1 suka Balas </p>



a. Struktur Makro

1) Tematik

Dalam postingan yang berjudul “Walau Tak Berbalas”, hal ini menunjukkan postingan tersebut membuat *followers* untuk memberikan komentar. Tema pada postingan ini adalah jangan berfikir ketika sudah melakukan amal shaleh namun tidak mendapatkan balasan, tidak masalah karena akan mendapatkan balasan dari Allah. Hal tersebut dibuktikan pada komentar di atas. Di mana komentar pertama menyadari bahwa ia mempunyai sifat yang mengharap balasan dari perbuatan baiknya. Sedangkan komentar kedua menyatakan untuk berharap hanya kepada Allah saja.

b. Superstruktur / Skematik

1) Lead

Pada poin lead, komentar pada postingan ini menggambarkan mereka yang masih mengharap balasan dari kebaikan yang diberikan kepada orang lain. Pada komentar pertama ditunjukkan di kalimat, “*Ekspektasi saya dia pun harus baik seperti saya melakukan hal yang sama ke dia.*” Sedangkan di komentar kedua ada di kalimat, “*tdk perlu dibalas kebaikan kita atau berharap oranglain baik juga sm kita..*”

Mengubah prinsip yang sudah dilakukan sejak lama memang susah, namun ketika prinsip tersebut ternyata salah dan membuat perasaan ingin meminta lebih, maka harus dihapus atau diganti. Komentar pertama dan kedua yang ditunjukkan pada kalimat di atas adalah mereka masih mengharap balasan kebaikan mereka kepada orang lain, di mana jika tidak sesuai dengan yang diharapkannya maka akan kecewa.

2) Story

Keseluruhan story pada komentar di atas, diawali dengan rasa ingin mendapatkan balasan dari orang lain dan diakhiri dengan mengubah sikap tersebut menjadi ikhlas. Pada komentar pertama, @citraaaaaaa27 masih mengharapkan balasan dan perbuatannya kepada orang lain harus sesuai dengan apa yang orang lain perbuat kepadanya. Komentar kedua, @ameliabausad menandai temannya untuk ikhlas dalam kebaikan dan tidak mengharapkannya kepada manusia.

3) Komentar

Subkategori yang kedua adalah komentar. Dalam postingan di akun @shiftmedia.id ini, dapat ditemukan peringatan dan saran. Komentar pertama dan kedua menunjukkan peringatan untuk tidak mengharapkan balasan dari orang lain, ikhlas dalam melakukan kebaikan, dan pasti akan dibalas yang setimpal oleh Allah SWT,.

c. Struktur Mikro

1) Semantik

- Latar

Latar adalah bagian penting dalam sebuah cerita. Latar yang dipilih menentukan ke arah mana pandangan orang-orang hendak dibawa. Latar yang digunakan oleh kedua komentar tersebut yang menentukan ke arah mana pandangan yaitu melakukan kebaikan kepada orang lain tanpa pamrih atau mengharapkan balasan orang tersebut.

- Detil

Detil yang disampaikan pada dua komentar ini yakni komentar @citraaaaaaa27 memberitahukan bahwa ia mempunyai prinsip yang membuatnya untuk baik kepada orang lain sesuai dengan orang lain perbuat kepadanya. Ia menyadari bahwa itu termasuk penyakit hati yang harus dihilangkan pada dirinya. Setelah melihat postingan ini, @citraaaaaaa27 ingin menghilangkan prinsip tersebut dan mengubah menjadi lebih baik lagi.

Pada komentar kedua, @ameliabausad menandai seorang teman untuk ikhlas dalam melakukan kebaikan dan tak mengharapkan balasan dari orang yang dibantu. Berharap kepada manusia tidak ada

arti apa-apa, berharap kepada Allah akan mendapatkan balasan yang setimpal.

- Maksud

Dalam postingan ini, Ustadz Hanan Attaki hendak menyampaikan kebaikan kepada orang lain dan tidak berbalas dalam bentuk apapun, jangan pernah menyesal karena melakukan kebaikan tersebut. Ada balasan jauh lebih baik, yaitu balasan dari Allah SWT,. hal ini tersampaikan pada dua komentar di atas, terdapat makna eksplisit di kalimat:

“Itu salah satu penyakit hati saya, yang susah banget buat legowo sama orang.”

Adapun maksud dari kalimat tersebut bahwa ia mengakuia bahwa hal tersebut termasuk dalam penyakit hati yang tidak bisa ikhlas untuk membantu orang lain tanpa pamrih. Sedangkan pada komentar kedua terdapat makna implisit, yakni di kalimat:

“buat apa harap balasan dr manusia yg hina juga.”

Adapun maksud dari kalimat tersebut adalah buat apa berharap kepada manusia yang termasuk makhluk hina Allah, jika ingin mendapatkan balasan yang banyak, maka mintalah kepada Allah yang pasti akan memberikan balasan yang setimpal.

2) Sintaksis

- Bentuk Kalimat

Bentuk kalimat mengenai apakah A yang menjelaskan B, atau B yang menjelaskan A. Artinya bentuk kalimat ini bukan hanya persoalan tekhnis kebenaran, melainkan menentukan makna yang dibentuk dalam sebuah kalimat.¹³ Bentuk kalimat yang terdapat dalam komentar pertama ini pada bagian:

“Ekspektasi saya dia pun harus baik seperti saya melakukan hal

S P O

yang sama ke dia.”

K

¹³ Eriyanto, *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media*. (Yogyakarta: LKiS, 2015) hlm. 251.

Di dalam kalimat tersebut ditemukan kalimat aktif karena seseorang menjadi subjek dari pernyataan tersebut. @citraaaaaaa27 memiliki harapan tinggi kepada seseorang yang ditolongnya, namun harapan tersebut tidak sesuai dengan apa yang diharapkannya. Sedangkan pada komentar kedua terdapat di kalimat:

“kuncinya hanya berharap balasan dr Allah saja.”

O P K

Di dalam kalimat tersebut ditemukan kalimat pasif, karena seseorang menjadi objek dari pernyataan tersebut. @ameliabausad memberitahu untuk memegang teguh mengenai balasan dari Allah tentang kebaikan yang diperbuat kepada orang lain.

- Koherensi

Koherensi adalah jalinan antarkata, atau kalimat dalam sebuah teks. Di mana dua kalimat menggambarkan fakta yang berbeda namun dapat saling terhubung sehingga tampak koheren. Pada kedua komentar di atas memiliki pembahasan yang berbeda namun memiliki hubungan yang saling terikat, yakni keduanya membahas mengenai penyakit hati yang sering ada dalam diri manusia. Di mana mengharapkan timbal balik yang sesuai dengan apa yang dilakukannya. Hal tersebut hanya akan membuat kecewa dan menimbulkan kebencian atau tidak ingin menolong kembali.

- Kata Ganti

Kata ganti merupakan elemen yang digunakan untuk mengganti bahasa sesuai dengan posisinya. Dalam komentar pertama memakai kata ganti orang pertama, yakni “saya” yang terpaku hanya untuk dirinya sendiri. Sedangkan komentar kedua menggunakan kata ganti “kita” di mana tidak ada batasan antara komunikator dan komunikan.

3) Stilistik

Stilistik adalah pemilihan kata dan menyatakan dalam style yang sering di ungkapkan dalam sehari-hari, sehingga mudah dipahami oleh khalayak umum. Dalam komentar pertama terdapat kata berbahasa asing, yakni “*take and give*” yang artinya memberi dan menerima. Adapun maksud dari komentar tersebut adalah apa yang diberikan harus

sama dengan apa yang diterimanya. Hal ini tidak baik dalam hubungan antar manusia karena tidak semua manusia berpikiran seperti itu. Sedangkan pada komentar kedua tidak ada kalimat atau ungkapan khusus yang diberikan. @ameliabausad memakai kalimat yang mudah dimengerti oleh orang awam dan tidak memiliki ciri khusus.

4) Retoris

- Grafis

Grafis merupakan bagian yang dianggap penting untuk memeriksa apa yang ditekankan dan ditonjolkan oleh seseorang dalam teks yang diamati. Dalam komentar pertama terdapat kalimat yang ditandai dengan petik dua (“”) artinya ia ingin menunjukkan perkataannya yang harus dibaca oleh orang-orang. Sedangkan pada komentar kedua memakai huruf kapital pada “Allah” yang hendak menunjukkan bagaimana kebesaran-Nya.

- Metafora

Metafora merupakan kiasan dan ungkapan yang menjadi bumbu dalam suatu teks, untuk memperjelas pesan pokok dan bisa menjadi petunjuk untuk mengerti makna yang ada dalam teks tersebut. Metafora pada komentar pertama ada di kata “*Give and Take*” yang memiliki arti memberi dan menerima. Sedangkan pada komentar kedua, terdapat di kalimat:

“buat ap harap balasan dr manusia yg hina juga...”

Makna metafora tersebut adalah jangan mengharapkan suatu balasan kepada manusia, di mana memiliki derajat yang sama.

Berharaplah hanya kepada Allah SWT,.

6. Waktu Clash sama Temen



Gambar 12 Waktu Clash Sama Temen

Tabel 6
Waktu Clash sama Temen

No.	Komentar
1.	 <p>anraachmad I really miss you brother especially when I found somethings like this video. But I just grow up my believed that it's a step to my better. Like something that I want to replay but cannot. Is this mistakes? For me or you or for our? @ahsanana_okan</p> <p>76 mg Balas</p>
2.	 <p>intan_alvianan Sesuai kondisi saat ini dg tmn...sdh menjadikan diri ini diam dan jadi pendengar,tp entahlah kadang emosi meluap ketika lawan bicara selalu menguji kesabaran kita,y allah ampuni hamba dimasa lalu....reminder mybself 😞</p> <p>76 mg Balas</p>

a. Struktur Makro (Tematik)

Dalam postingan yang berjudul “Waktu Clash sama Temen”, hal ini menunjukkan postingan tersebut membuat *followers* untuk memberikan komentar. Tema pada postingan ini adalah mengingat dosa ketika sedang mendapatkan masalah dengan orang lain. Hal tersebut dibuktikan dengan komentar pada tabel di atas, yakni kedua komentar mengalami masalah

dengan temannya dan mencoba mengingat dosa apa yang pernah dilakukan dan lebih bersabar tentang permasalahan tersebut.

b. Superstruktur/Skematik

1) Lead

Pada poin lead, komentar pada postingan ini menggambarkan tentang masalah dengan teman dan menyatakan bahwa itu adalah hal baik untuk kedewasaan masing-masing. Pada komentar pertama ditunjukkan dengan kalimat, “*sdh menjadikan diri ini diam dan jadi pendengar..*” sedangkan komentar kedua dengan kalimat, “*But I just grow up my believed that it’s a step to my better.*”

Komentar pertama menjadikan dirinya untuk bersabar dengan tingkah temannya dan menerima sifat dari temannya, sehingga menghindari kemungkinan pertengkaran. Pada komentar kedua yang artinya ia berubah menjadi lebih baik dan meyakini bahwa pertengkaran tersebut untuk menuju kedewasaan.

2) Story

Dalam keseluruhan pada story, diawali dengan banyaknya komentar yang sedang memiliki masalah dengan temannya dan diakhiri dengan menyadari kesalahan masing-masing setelah melihat postingan @shiftmedia.id ini. Dalam kasusnya, kedua komentar memilih untuk sabar dan membiarkan pertengkaran untuk introspeksi diri menjadi lebih baik lagi.

3) Komentar

Subkategori yang kedua adalah komentar. Dalam postingan di akun @shiftmedia.id ini, dapat ditemukan komentar yang berisi tentang sadar dengan kesalahannya dan sabar menghadapi sikap seorang teman. Adapun kalimat yang menyatakan sadar dengan kesalahannya “*Like something that I want to replay but cannot. Is this mistakes?*”. Komentar kedua menunjukkan bahwa ia harus sabar dan menahan emosi ketika lawan bicara atau teman yang menguji kesabarannya.

c. Struktur Mikro

1) Semantik

- Latar

Latar adalah bagian penting dalam sebuah cerita. Latar yang dipilih untuk menentukan ke arah mana pandangan orang-orang hendak dibawa. Dari dua komentar tersebut menunjukkan untuk mengingat kesalahan terkini atau terdahulu ketika mendapatkan masalah dengan orang lain.

- Detil

Detil yang disampaikan pada dua komentar ini yakni komentar @anraachmad, memberitahukan dalam bahasa Inggris bahwa ia sadar akan kesalahannya, menyatakan permasalahan dengan temannya membuat dia menjadi lebih baik. Pada komentar kedua berisi kesabaran dan menjadi pendengar walau emosinya pernah meluap ketika lawan bicara membuatnya kehilangan kesabaran.

- Maksud

Maksud yang hendak disampaikan Ustadz Hanan Attaki adalah Allah mentakdirkan seseorang melakukan kesalahan kepada kita, karena kita masih punya banyak dosa dan cara yang tepat untuk memperbaiki diri. Hal ini tersampaikan kepada dua komentar di atas, yakni terdapat makna implisit di kalimat:

“Like something that I want to replay but cannot.”

Memiliki arti dalam bahasa Indonesia adalah “sesuatu yang ingin saya ulang tapi tidak bisa”, adapun maksud dari kalimat tersebut adalah ia ingin mengulang momen di mana ia dan temannya masih bersama. Pada komentar kedua juga terdapat makna implisit di kalimat:

“tp entahlah kadang emosi meluap ketika lawan bicara selalu menguji kesabaran kita..”

Adapun maksud dari kalimat tersebut adalah, @intan_alvianan terkadang tidak sabar dan meluapkan emosinya ketika lawan bicara sudah berada di batas kesabarannya.

2) Sintaksis

- Bentuk Kalimat

Bentuk kalimat mengenai apakah A yang menjelaskan B, atau B yang menjelaskan A. artinya bentuk kalimat ini bukan hanya persoalan teknis kebenaran, melainkan menentukan makna yang

dibentuk dalam sebuah kalimat.¹⁴ Bentuk kalimat yang terdapat dalam komentar pertama adalah di bagian:

“I really miss you brother...”

S P K

Di dalam kalimat tersebut ditemukan kalimat aktif karena seseorang menjadi subjek dari pernyataan tersebut. Sedangkan pada komentar kedua, bentuk kalimat terdapat di bagian:

“tp entahlah kadang emosi meluap ketika lawan bicara selalu

O

P

menguji kesabaran kita.”

S

Di dalam kalimat tersebut ditemukan kalimat pasif karena seseorang menjadi objek dari pernyataan tersebut.

- Koherensi

Koherensi adalah jalinan antarkata, atau kalimat dalam sebuah teks. Di mana dua kalimat menggambarkan fakta yang berbeda namun dapat saling terhubung sehingga tampak koheren. Pada kedua komentar tersebut memiliki pembahasan yang berbeda namun memiliki hubungan antara komentar, yakni keduanya membahas mengenai permasalahannya dengan seorang teman dan ingin memperbaiki diri serta hubungan pertemanannya.

- Kata Ganti

Kata ganti merupakan elemen yang digunakan untuk mengganti bahasa sesuai dengan posisinya. Dalam komentar pertama menggunakan kata ganti orang pertama, yakni “I” atau saya. Sedangkan komentar kedua menggunakan kata ganti “kita”, hal tersebut tidak ada batasan antara komunikator dan komunikan.

3) Stilistik

Stilistik adalah pemilihan kata dan menyatakan dalam style yang sering di ungkapkan dalam sehari-hari, sehingga mudah dipahami oleh khalayak umum. Dalam komentar pertama menggunakan bahasa Inggris

¹⁴ Eriyanto, *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media*. (Yogyakarta: LKiS, 2015) hlm. 251.

untuk menyampaikan maksudnya kepada teman yang ia tandai di akhir kalimat. Dengan menggunakan bahasa Inggris, @anraachmad tidak merasa canggung untuk mengungkapkan perasaannya itu.

Pada komentar kedua juga menggunakan bahasa Inggris di akhir kalimat yakni “*reminder my self*” dengan begitu bisa lebih mengungkapkan apa yang ada di perasaannya sekarang.

4) Retoris

- Grafis

Grafis merupakan bagian yang dianggap penting untuk memeriksa apa yang ditekankan dan ditonjolkan oleh seseorang dalam teks yang diamati. Pada komentar pertama terdapat penekanan di akhir kalimat yakni:

“*Is this mistakes? For me or you or for our?*”

Penekanannya terdapat di tanda tanya dan ingin mengetahui jawaban secepatnya. Sedangkan pada komentar kedua terdapat di kalimat:

“sdh menjadikan diri ini diam dan jadi pendengar.”

Adapun @intan_alvianan menyatakan bahwa ia sudah menjadi pendiam dan hanya pendengar yang baik. Namun hal tersebut tidak cukup untuk menjadikan ia sabar mengenai kelakuan temannya.

- Metafora

Metafora merupakan kiasan dan ungkapan yang menjadi bumbu dalam suatu teks, untuk memperjelas pesan pokok dan bisa menjadi petunjuk untuk mengerti makna yang ada dalam teks tersebut.

Pada kedua komentar tersebut, tidak ada makna metafora di dalamnya. Mereka menggunakan makna yang jelas dan dapat dimengerti oleh semua orang.

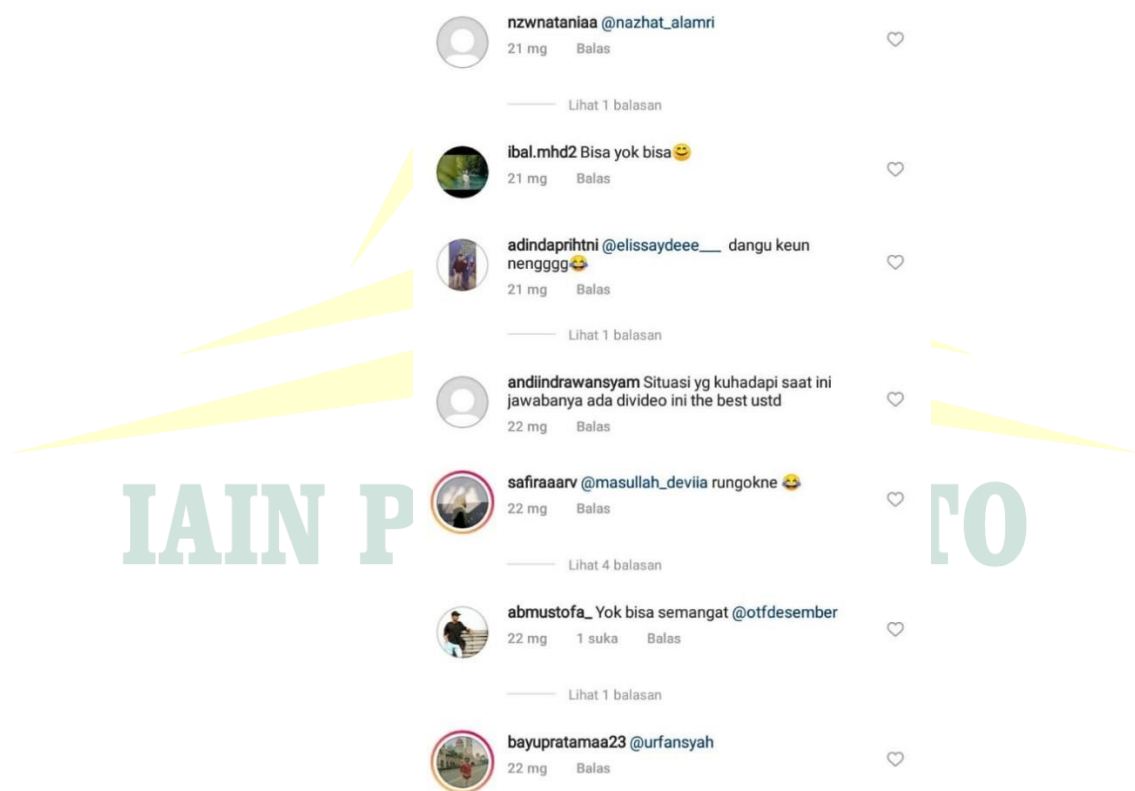
E. Kognisi Sosial

Analisis wacana tidak hanya membatasi perhatiannya pada struktur teks, tetapi juga bagaimana suatu teks diproduksi. Karena struktur wacana itu sendiri menunjukkan atau menandakan sejumlah makna, pendapat, dan ideologi. Untuk membongkar bagaimana makna tersembunyi dari teks, membutuhkan suatu analisis kognisi dan konteks sosial. Pendekatan kognitif didasarkan pada asumsi bahwa teks tidak

mempunyai makna, tetapi makna itu diberikan oleh pemakai bahasa, atau lebih tepatnya proses kesadaran mental dari pemakai bahasa.¹⁵

Dari pengamatan akun @shiftmedia.id, postingan-postingan yang ada di akun tersebut baik berupa video maupun gambar digunakan untuk dakwah remaja. Ditunjukkan dari tema-tema yang diangkat mengenai permasalahan remaja yang sedang terjadi. Di setiap postingannya juga mendapatkan respon baik dari *followers*nya. Kajian rutin yang dilakukan setiap minggunya, memiliki jamaah dari yang awalnya bertempat di Masjid Al-Lathiif hingga pindah ke Masjid Trans Studio Bandung yang dapat menampung lebih banyak jamaah.

Beberapa postingan yang mengangkat permasalahan remaja, seperti “*move on*” dan “Balikan, jangan?” memiliki komentar yang banyak menandai beberapa temannya untuk sadar dan putus dengan pasangan yang belum halalhnya.



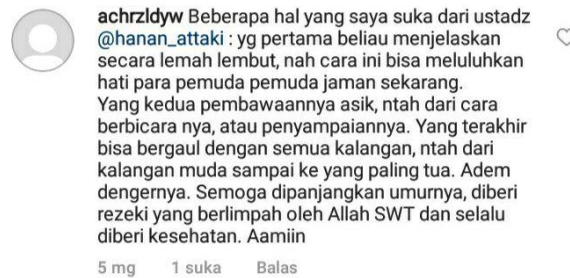
Gambar 13 Komentar di postingan “Balikan, Jangan?”

¹⁵ Eriyanto, *Analisis Wacana* ..., hlm. 260.

F. Konteks Sosial

Dimensi terakhir dari analisis wacana Teun A. Van Dijk yakni konteks sosial bagian dari wacana yang berkembang dalam masyarakat, bagaimana suatu teks diproduksi dan dikonstruksi dalam masyarakat.

Terdapat respon *followers* di beberapa postingan, yakni:



Gambar 14 Komentar di postingan “Logika Langit”



Gambar 15 Komentar di postingan “Waktu Lagi Butuh”

Hal ini membuktikan bahwa Ustadz Hanan Attaki mampu merangkul, mengajak tanpa menghakimi anak muda. Komentar-komentar positif yang diberikan oleh *followers* membuat admin @shiftmedia.id semangat dan melakukan inovasi dakwah di media Instagram. Banyak kegiatan yang dibuat seperti Sempatkan Berkeringat, *Less Waste*, dan Teras Tahfiz yang diikuti oleh muda-mudi.

Adapun *followers* yang terpengaruh terhadap dakwah yang diberikan oleh Ustadz Hanan Attaki, seperti lebih banyak berbuat kebaikan, ikhlas, menjauhi larangannya, dan memperbaiki diri untuk mendapatkan rahmat dari Allah SWT,.

Setelah melakukan analisis di setiap komentar menggunakan analisis wacana Van Dijk, bahwa Ustadz Hanan Attaki berhasil menyampaikan dakwah sesuai dengan sasaran dakwah beliau, yakni remaja. Mengubah pola pikir *followers* mengenai dakwah yang membosankan dengan penyampaian dan bahasa yang digunakan Ustadz Hanan Attaki. Dilihat dari tagar #oneminutebooster, banyak akun-akun yang memposting ulang video dari Ustadz Hanan Attaki.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan menganalisa hasil temuan data mengenai analisis wacana dakwah bagi generasi milenial pada akun *Instagram* @shiftmedia.id menggunakan analisis wacana Teun A. Van Dijk. Maka dapat ditarik kesimpulan, yaitu sebagai berikut :

1. Wacana dakwah yang dilakukan pada akun @shiftmedia.id adalah mengajak, membimbing, dan mengubah pola pikir muda-mudi untuk kejalan yang diridai oleh Allah SWT,. Dari enam postingan, mengambil tema mengenai akhlakul karimah, yang menekankan pada perilaku-perilaku yang terpuji yang sesuai dengan syariat Islam.
2. Respon yang diberikan *followers*, yakni baik dan bersyukur dengan adanya postingan di akun @shiftmedia.id membuat *followers* lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan dan menemukan jawaban dari permasalahan mereka.
3. Secara teks, dengan struktur makro (tematik) lebih menggunakan topik yang sering muncul di kehidupan remaja milenial. Permasalahan yang diambil seputar percintaan dan pertemanan, di mana masalah tersebut sering terjadi pada remaja. Kemudian dikemas dengan gaya bahasa anak muda, sehingga mudah diterima dikalangan milenial.
4. Secara kognisi sosial, lebih ditekankan untuk selalu mengingat dan berharap hanya kepada Allah SWT,. ketika mendapatkan masalah. Akun @shiftmedia.id sering memposting hal-hal yang bermanfaat, seperti *one minute booster* yang artinya satu menit yang memperkuat keimanan.
5. Secara konteks sosial, Tim Shift Media mengemas kajian dari Ustadz Hanan Attaki dengan video berdurasi satu menit dan memilih tema atau permasalahan yang sedang tren pada masa itu dengan dakwah yang elegan. Kajian yang dilakukan Ustadz Hanan Attaki juga memiliki jamaah ratusan bahkan ribuan yang rata-rata adalah anak muda. Postingan yang ada di akun @shiftmedia.id memiliki ribuan *likes* dan di post ulang oleh akun-akun

dakwah lainnya. Hal tersebut mampu mengubah pola pikir remaja yang menganggap dakwah membosankan menjadi dakwah yang membuat candu.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti mempunyai beberapa saran sebagai berikut:

1. Ustadz Hanan Attaki

Semoga tetap menggunakan gaya bahasa menarik dan merangkul muda-mudi, sehingga bisa mengubah stereotip dakwah yang membosankan menjadi dakwah yang menyenangkan.

2. Tim Shift Media

Semoga lebih kreatif dan beragam untuk mengangkat isu yang ada dan mengemasnya dengan lebih menarik. Mengajak anak muda untuk berkontribusi isu yang akan diangkat.

3. *Followers* dan Pembaca

Semoga dengan adanya dakwah di sosial media Instagram, memudahkan *followers* untuk menemukan jati diri dan menyelesaikan permasalahannya sesuai dengan syariat Islam.

4. Pembaca

Dengan adanya penelitian ini, semoga dapat dijadikan referensi untuk penelitian kedepannya, serta dapat menambah ilmu dalam bidang komunikasi dan kepenyiaran

IAIN PURWOKERTO

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Muis, Andi. 2001. *Komunikasi Islami*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Al-Bayunani, M Abu Al Fath. 1991. *al-Madkhal ila 'Ilm al-Da'wa*. Beirut: Muassasah al-Risalah.
- Ali Wahanif Al-Qathani, Said. 1994. *Dakwah Islam Dakwah Bijak*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Azizah, Nur. [PEDOMAN PENYUSUNAN PENULISAN SKRIPSI]. (Scrip dalam Workshop Penyusunan Proposal Skripsi Fakultas Dakwah IAIN Purwokerto, 2017)
- Bachtiar, Wardi. 1997. *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*. Jakarta: Logos Wacana Ilmu.
- Basit, Abdul. 2013. *Filsafat Dakwah*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Bela Dini, Nisa. 2015. *Representai Kecantikan Berhijab pada Akun Instagram Selebgram Hijan (Analisis Wacana Sara Mills*. Jurnal. Semarang: FISIP Universitas Diponegoro. Diambil dari <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/10348>. Diakses pada tanggal 20 Mei 2019 jam 05.40 WIB.
- Damayanti, Rini. 2018. *Diksi dan Gaya Bahasa dalam Media Sosial Instagram*. Jurnal. Surabaya: Universitas Wijaya Kusuma. Di ambil dari <https://ikipwidyadarmasurabaya.ac.id/wp-content/uploads/2019/07/261/278-rini-UWK.pdf>. Di akses pada 10 April 2021.
- Eriyanto. 2015. *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LKiS.
- Fahrimal, Yuhdi. 2018. *Netiquette: Etika Jejaring Sosial Generasi Milenial Dalam Media Sosial*. Vol. 22 No. 1: Jurnal Penelitian Pers dan Komunikasi Pembangunan. Di ambil dari <https://doi.org/10.46426/jp2kp.v22i1.82>. Di ambil pada tanggal 30 Maret 2021
- Guntur Tarigan, Hery. 1984. *Pengajaran Sintaksis*. Bandung: Angkasa.
- Habibi, Muhammad. 2018. *Optimalisasi Dakwah Melalui Media Sosial di Era Milenial*. Jurnal. Pontianak: IAIN Pontianak. Diambil dari jurnaliainpontianak.or.id. Diakses pada tanggal 19 Mei 2019 jam 05.32 WIB.
- Ma'arif. 2010. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Mansyur, Umar. 2018. *Belajar Memahami Bahasa Generasi Milenial*. Jurnal. Diambil dari <https://osf.io/preprints/inarxiv/sxhp8/>. Di akses pada tanggal 15 Mei 2020 jam 22.13 WIB.

- Mathewson Denny, Frederick. 1995. "da'wah", dalam *Mircea Eliade (ed), The Encyclopedia of religion, vol. 3*. New York: Macmillan Library Reference USA).
- McLuhan, Marshall. 1994. *Understanding Media The Extension of Man*. London: Routledge.
- Moloeng, Lexi J. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Muhyidin, Asep. Agus Ahmad Safei. 2002. *Metode Pengembangan Dakwah*. Bandung: Pustaka Setia.
- Munir Amin, Samsul. 2009. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Amzah.
- Munir, M. Wahyu Illahi. 2009. *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Nasrullah, Rulli. 2017. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Naufal Mauludy, Muhammad. 2018. *Analisis Wacana Persuasif pada Akun Instagram @gerakannikahmuda*. Skripsi. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah. Diambil dari <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/41697/1/MUHAMMAD%20NAUFAL%20MAULUDY-FDK.pdf> dan diakses pada tanggal 1 Juni 2021 jam 15.02 WIB
- Nawawi, Hadari. 1998. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Jogjakarta: Gadjah Mada University Press.
- Ningsih, Yustia. Andi Fitriani Djollong. 2020. *Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Pembentukan Karakter*. Jurnal. Al-Athfal: Volume 2 No 2. Di akses pada 10 April 2021.
- Pawito. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LKiS.
- Prihatin, Arti. 2015. *Analisis Wacana Kritis "Wayang Durangpo" Karya Sujiwo Tejo pada Rubrik "Senggang" di Surat Kabar "Jawa Pos"*. Skripsi. Jember: Universitas Jember. Diambil dari <http://repository.unej.ac.id/handle/123456789/58518>. Diakses pada tanggal 20 Mei 2019 jam 06.00 WIB.
- Saputra, Wahidin. 2011. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Syamsiyani. 2019. *Pemaknaan Hadis oleh Hanan Attaki dalam Dakwahnya di Youtube*. Jurnal LIVING HADIS. Vol IV No 2. Diambil dari <http://ejournal.uin-suka.ac.id/ushuluddin/Living/article/view/1850>. Di akses pada tanggal 26 Mei 2021.
- Siddiq, Anwar. 2017 *Pemanfaatan Instagram sebagai Media Dakwah (Studi Akun @fuadbakh)*. Skripsi. Jakarta: UIN Raden Intan Lampung. Diambil dari

<http://repository.radenintan.ac.id/2201/&sa=U&ved=2ahUKEwi6soq-r4PfAhXIANIKHbCHAOEQFjAAegQIARAB&usg=AOvVaw3>. Diakses pada tanggal 26 November 2018 jam 14.38 WIB.

- Sobur, Alex. 2002. *ANALISIS TEKS MEDIA Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotika, dan Analisis Framing*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Soraya, Iin. 2017. *Personal Branding Laudya Cynthia Bella Melalui Instagram*. Jurnal Komunikasi. Di akses dari <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom/article/view/2654/1804>. Di ambil pada 6 April 2021.
- Sugeng Cahyono, Anang. 2016. *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia*. Jurnal Publiciana. Di akses pada tanggal 14 Mei 2020 jam 22.58 WIB.
- Syukir, Asmuni. 1998. *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*. Surabaya: Al-Ikhlash.
- Surakhamad, Winarno. 1999. *Pengantar Penelitian Ilmiah*. Bandung: Tarsito.
- Widyaswara, Tevri. 2018. *Cyberbullying terhadap Gubernur DKI Jakarta Anies Baswedan pada Media Sosial Instagram*. Skripsi. Makassar: UIN Alauddin Makassar. diambil dari <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/15670/>. Di akses pada tanggal 25 Juni 2021
- Wifalin, Michelle. 2016. *Efektivitas Instagram Common Grounds*. Jurnal E-Komunikasi VOL 4. No. 1. Di akses pada tanggal 21 Maret 2021.
- Wiji Astuti, Tri. 2018. *Edukasi Bahasa Indonesia dari Media Sosial Instagram*. Jurnal. Surakarta. Di ambil pada <https://doi.org/10.31227/osf.io/ky74r>. di akses pada tanggal 10 April 2021.

IAIN PURWOKERTO

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1

Hasil Wawancara dengan Tim Shift Media

1. Visi misi dari shift media

Visi besar Gerakan dakwah mengambil peran untuk mewujudkan lil ‘alamin. Visi organisasi, Lebih menyebarkan semangat hijrah ke tingkatan nasional. Jadi, sebelum ada shift pemuda hijrah, konten2 dakwah terlihat monoto. Dimana poster2 yang berseliweran klasik, biasanya latar belakang ijo, foto ustas, judul capslock/ judul langsung tema kajian. E: murabahah ya murabahah. Ingin merubah, dan kesampaian. Hijrah fight, ingin konten dakwah punya fight ketika share di medsos. Tren dakwah, ketika diperhitungkan mempunyai nilai keren. Yang dianggap biasa saja. Ingin menyebarkan semangat hijrah ke tingkat nasional.

2. Kapan terbentuk dari shift media?

Sejarah awal, hijrah web sudah dimulai di Bandung dari 2011. Banyak tokoh2 anak muda bandung, dikasih Hidayah masing-masing. Akhirnya berjalan waktu, 2014 sudah cukup beberapa orang hijrah, ngumpul di satu titik, berkumpul di masjid Al Latif. Mereka ikut kajian, semangat mencari ilmu. Ketemu dengan salah satu pengisi, yaitu Ust Hanan Attaki. Ust melihat anak2 yang semangat ilmu agama menawarkan, “ Gimana nih biar dakwah ini bisalebih diterima sama anak muda”. Diajak ust Hanan untuk kolaborasi. Gerakannya di 2014, secara resmi Mei 2015.

3. Bagaimana proses terbentuknya shift media dan akun Instagram?

Setelah bertemu Ust Hanan, memikirkan strategi biar dakwah lebih diterima sama anak muda. Salah satu media yang dipakai adalah media sosial. Dimana tren ini akan cepat naik ketika bisa viral di medsos.hal yang di share. Sebelumnya ust Hanan juga memiliki tampilan seperti ustad2 pada umumnya, termasuk ustad yang cukup klasik. Seperti aa gym, pakai gamis dan sorban. Setelah berkolaborasi, untuk bisa diterima untuk anak muda, mulai mengubah dari tampilan, diksi2 yang dipakai, informasi2 kekinian ttg anak muda, di share ke ust hanan dan beliau mau menerima. Dipilihlah sebuah media yaitu akun Instagram. 2014, awalnya shift saja. Pemuda hijrah, dan berubah ke shiftmedia. Anak muda punya kecenderungan menghabiskan waktu, 8

jam lebih di medsos. Sehingga kita anggap konten dakwah ini perlu masuk di medsos, termasuk Instagram.

4. Siapa sasaran dakwah di akun @shiftmedia.id?

Sasaran dakwah. Mempunyai keresahan pribadi, terutama anak2 muda bandung dengan pertanyaan, “Kenapa sih kita baru hijrah?” dicarilah risent itu, karena salah satu risent adalah konten2 islam kurang menarik dalam packaging dll. Sebagai anak muda, kita melihat bahwa dalam pelaku2 dakwah, jarang ada yang bisa mengolah sasaran anak muda, dimana jumlah banyak banget dan berpotensi besar. Jarang yang bisa ngolah pasar anak muda. Akhirnya dengan berkolaborasi dengan anak2 muda bandung, ustad2 yang lain perannya banyak yang umum, kita pengen lebih special ke anak muda. Sehingga target2 dakwah adalah setiap kajiannya menghadirkan banyak anak muda di majelis ta’limnya.

5. Mengapa memilih sasaran dakwah tersebut?

Salah satu risent nya adalah anak muda ini kurang terolah dalam dunia dakwah dan setelah di analisis banyaknya anak muda ini adalah usia2 cenderung dengan salah pilih jalur, gerbang sukses atau enggaknya itu di usia muda. Konten dakwah ini kurang masuk, akhirnya banyak yang salah di usia muda. Salah satu risent, kenapa anak muda ini menjadi sasaran dakwah kita. Terlebih masa depan bangsa dan umat tergantung di generasi muda. Ini jadi risent tambahan banget, bahwa generasi muda ini harus bisa terolah dengan baik. Baik dalam pemahaman agama dll.

6. Dimana biasanya kajian di laksanakan?

Masjid Al-Lathif. Masjid ini mejadi markas pertama, dimana masjid ini terbuka dan support untuk dakwah anak muda. Waktu itu Bapak iman sebagai. Masjid ini tidak boleh dikunci. “Tamuh Allah tidak tahu kapan datang, jadi kita gak punya hak untuk mengunci masjid.” Ketika anak2 muda nongkrong sampai malam membahas ilmu agama, beliau welcome banget. Kajian yang umum pun dilaksanakan di masjid. Setelah perkembangan jamaah yg cukup banyak, akhirnya kita mencari masjid yang bisa menampung banyak. Masjid al latif dan masjid trans studio bandung.

7. Bagaimana proses pembuatan konten di Instagram?

Untuk konten, ada beberapa cast. Pertama, konten2 ini dirembugin bareng ada tim mudia dimana diskusi tentang mau menyampaikan apa ke jamaah, biasanya kita sampaikan lewat poster, feeds, aktivitas2 anakmuda. Focus beberapa isu yang lagi ingin dikejar. Missal yang masih istiqomah adalah sempatkan berkeringat, intinya kita pengen nyampaikan pesan, bahwa seorang muslim ini harus kuat. Karena Allah itu

mencintai hambanya yang kuat secara fisik. Rasulullah dulu sering olahraga, sehingga olahraga itu adalah menjadi kegiatan yang Insyaallah yang positif, kalau niatnya lurus jadi ibadah juga. Biasanya brainstorming dulu, setelah nya kita bikin script yang khusus dan mengambil footage barulah nanti di share. Ada proses dari hasil kajian, setelah kajian ust hanan. “kita dapat highlight apa nih?” pesan2 yang menyentuh hati. Akhirnya waktu itu, kkita jadikan sebuah kutipan dalam satu menit dalam kajian audio dan ditambahkan footage dan jadilah video one minute booster. Video tersebut jadi pionir, video2 ceramah satu menit di Instagram dari kita. Ada proses dari tim harus menyiapkan apa, dan bisa merangkum kajian2 kemarin. Lebih ke konten2 yang diambil dari isu2 global dan prosesnya sama. Membuat scriptwriternya sendiri.

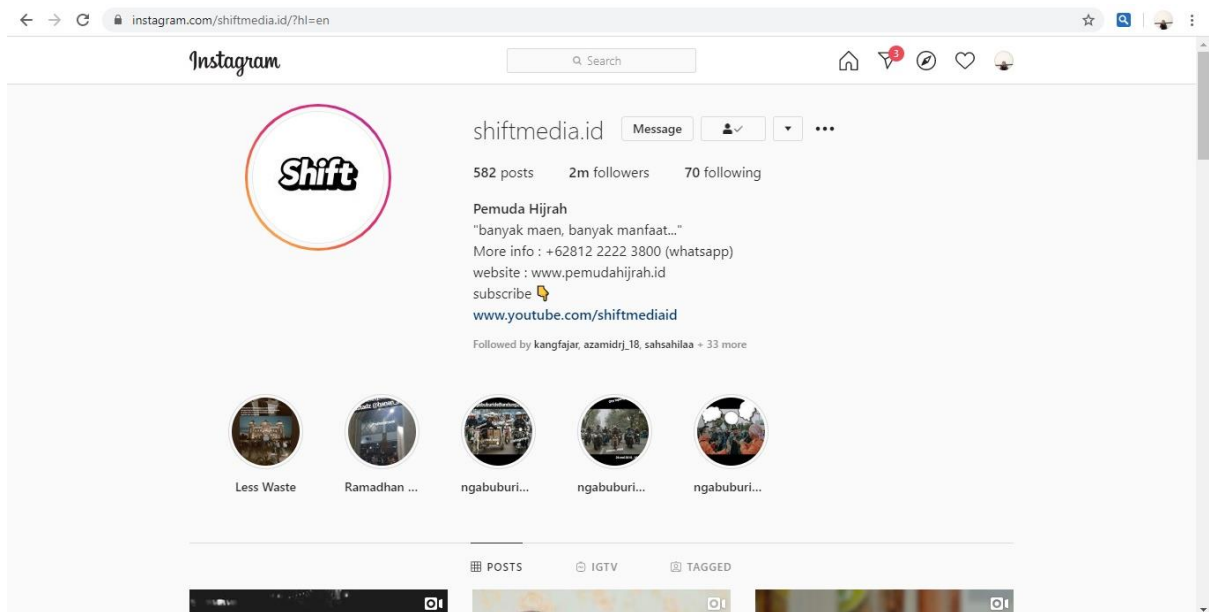
8. Mengapa memilih tema/judul tersebut?

Biasanya risent untuk memilih judul atau tema, kita coba ambil sebuah sisi dimana dakwah ini tidak mempersulit. Kita ambil hal2 yang ringan dan share sesuatu pesan yang ringan dan bisa dilakukan Bersama. Misalnya sempatkan berkeringat, adalah sebuah amalan sunnah karena menjaga kesehatan tubuh adalah sunah. Amalan sunah yang sering kali tidak terlalu anak muda ini tidak ngeh. Ketika olahraga ya olahraga saja, padahal ini sebuah amalan ibadah juga jika diniatkan ibadah. Dalam memilih tema, kita pilih hal yang ringan yang memang kita bisa lakukan. Tidak hanya menshare sebuah konten ternyata dalam prakteknya susah. Kita ingin Gerakan hijrah ini tidak Cuma sebatas jadi narasi2 saja namun tidak bisa dipraktekkan. Jadi kita ambil tema yang lebih simpel. Hal-hal yang lebih berat, kita share di youtube, dan jika kajian lebih dalam kita bisa adain di kajian offline nya.

IAIN PURWOKERTO

Lampiran 2





Akun Instagram @shiftmedia,id



IAIN PURWOKERTO

Lampiran 3

Komentar Netizen

Judul	Komentar <i>netizen</i>
1. Garansi Allah	<p> tengkuomar8 2tahun kurleb udah ninggalin pasangan yg belum sah, kita komitmen gak bakal pacaran lagih walaupun dengan siapa pun, kita pun lost kontak biar bisa move on, 😞 sekarang saya lagih memperbaiki diri ahlaq keuangan, ehh dan niatan baik buat khitbah dia 🥰 coba dong saya kontak2 dia lagih, dan mengutaran niat baik saya 🙏 apa jawaban dia? Dia bilang insyaallah, bilang juga kalau ada jga yg lagi dekat dengan dia 😞😞 kalau jodoh mah gak kemana kan min? Udah coba shlat istikharah juga,, jadi skrang saya gmana ya? Nunggu jawaban pasti dari dia apa cari yg baru ya? 😞😞😞</p> <p>18 mg Balas</p> <p> astrd.adlaa Saya bener bener punya mimpi untuk dapet beasiswa di luar negeri tapi akhir akhir ini saya berpikir kalau pake hijab, peluang untuk lolos diperkecil ga ya? Eh ada postingan ini saya jadi ga ragu lagi, terimakasih untuk segalanya..</p> <p>18 mg Balas</p>
2. Logika Langit	<p> ikkaret @novitautari_ @ngahayu tetep sedekah walaupun tinggal sepeser d dompet... Jangan nunggu kaya takutnya kita gak sampe kesana belum sempet berbuat baikbuat aku, tari, mb ayu dan semua yang liat ini...❤️</p> <p>5 mg 1 suka Balas</p> <p> noerlaayla Untuk orang" yg selalu bilang "ngapain bantu yg disana,dinegara kita juga banyak yg mesti dibantu" semoga mereka melihat ini.</p> <p>5 mg 32 suka Balas</p>

IAIN PU

3. Memperbaiki Diri



reezkiawn @hanan_attaki @shiftmedia.id kenapa ya ustadz di saat kita baru memulai untuk berjihad di jalan Allah, ada aja godaan yang membuat kita berpaling lagi dari jalan itu. ..



66 mg 2 suka Balas



indahzulaikha15 @reezkiawn itu cobaan, " Sesungguhnya besarnya pahala tergantung besarnya ujian, Sesungguhnya apabila Allah mencintai suatu kaum maka dia akan mengujinya. siapa yang Ridho dengan ujian itu, maka ia akan dapat keridhoan-Nya, siapa yang membencinya maka ia akan dapat kemurkaan-Nya



62 mg 1 suka Balas



halidajyah Dari kemarin coba memperbaiki diri, ngerasa makin dewasa makin banyak dosa, semoga Allah permudahkan hamba u/ jadi lebih baik, aamiin



66 mg Balas

4. Cara Pandang



astrianipf pak ustad @hanan_attaki ... tp berat juga klo kita menganggap kita banyak dosa terus,krn kan kita sdh berusaha memperbaiki diri,nambah ibadah,tobat,bbuat baik pd org lain...trus pas lg ada cobaan kita bilang kita banyak dosa...walau bener iya,tp ko kayak dosa gak bkrang2...trus gmn? klo buku amal bisa dilihat saya mau tau salah saya dmn?



64 mg 1 suka Balas

— Sembunyikan balasan



santiauliaa_03 @astrianipf buah dari kesabaran akan menghasilkan hasil yang indah nantinya.. insyaallah husnudzan aja sama Allah bahwa Allah itu sayang sama kita jadi Allah selalu menguji hambanya yg telah di pilihnya dan sebagai hamba yg bertaqwa semoga kita bisa menjalankannya dengan ikhlas dan bersabar.. dan insyaallah semua cobaan dan ujian itu akan hilang diganti dengan pahala yg dilipat ganda kan dan kasih sayang Allah terhadap kita akan bertambah aamiinn..



61 mg 1 suka Balas

IAIN PU

5. Walau Tak Berbalas



citraaaaaaa27 Saya sih punya sifat begini, prinsip saya malah "kalo dia gak berbuat baik sama kita, ngapain kita baik sama dia" dan prinsip saya kedua adalah "take and give" kalo saya udah baik sama seseorang terus orang itu "gatau diri" saya langsung blacklist, siapapun itu, mau temen bahkan sodara dekat. Itu salah satu penyakit hati saya, yang susah banget buat "legowo" sama orang. Ekspektasi saya dia pun harus baik seperti saya melakukan hal yang sama ke dia. Ya Allah, ternyata salah 😞 Bismillah, semoga penyakit hati saya ini bisa hilang. Amiiinnn



75 mg 1 suka Balas



ameliabausad @popiipocan nih kuncinya hanya berharap balasan dr ALLAH sj, kunci ikhlas nanti ALLAH yg blas semua kebaikan kt, tdk perlu dibalas kebaikan kt atau berharap oranglain baik juga sm kt krn kt sdh baik, buat ap harap balasan dr manusia yg hina juga, yg tdk ad apa2nya, yg kemampuannya pas2an, kan mw dpt balasan yg banyak kan? kepda Yang Maha Kuasa tentunya



75 mg 1 suka Balas

6. Waktu Clash sama Temen



anraachmad I really miss you brother especially when I found somethings like this video. But I just grow up my believed that it's a step to my better. Like something that I want to replay but cannot. Is this mistakes? For me or you or for our? @ahsananaokan



76 mg Balas



intan_alvianan Sesuai kondisi saat ini dg tmn...sdh menjadikan diri ini diam dan jadi pendengar,tp entahlah kadang emosi meluap ketika lawan bicara selalu menguji kesabaran kita,y allah ampuni hamba dimasa lalu....reminder mybself 😞



76 mg Balas

IAIN PURWOKERTO

Lampiran 4

Isi dari Postingan @shiftmedia.id

1. Garansi Allah

Postingan yang di *upload* pada tanggal 19 Februari 2021 telah memiliki komentar sebanyak 306 akun. Dengan isi dalam video tersebut, sebagai berikut:

Kalau kita pengen bahagia dalam hidup. Tips sederhana pertama adalah hidup kita ini Allah yang urus, maka udah percaya aja sama Allah. Apapun yang Allah suruh, lakukan aja. Gak mungkin, perintah Allah itu membuat kita rugi. Apapun yang Allah larang, tinggalkan saja. Gk mungkin yang Allah larang itu menguntungkan kita. kalau Allah ngelarang sesuatu, pasti itu ngerugiin kita, dan kalau Allah nyuruh sesuatu, pasti menguntungkan untuk kita. percaya aja sama Allah. Nanti Allah arahin kemana aja hidup kita, terserah Allah mau mengarahkan kemana. Aduin aja dulu, “ya Allah saya ada masalah kayak gini.” Begitu kita udah ngadu ke Allah, tenang aja. Tinggal tunggu, bagaimana Allah menyelesaikan masalah kita dan caranya selalu bikin kita takjub, cara yang kadang-kadang kita gak pernah menduga-duga.

2. Logika Langit

Postingan yang di *upload* pada tanggal 22 Mei 2021 telah memiliki komentar sebanyak 270 akun. Dengan isi dalam video tersebut, sebagai berikut:

Kalau kita mau bantu orang, jangan nunggu kita punya kemampuan. Kalau kita pengen nolong orang, jangan nunggu kita dikasih rezeki yang lebih. Tapi sebaliknya, kalau kita pengen dapet rezeki yang lebih, tolong orang. Kalau kita pengen dimampukan, bantu orang. Kalau kita pengen diselesaikan urusan kita, selesaikan urusan orang. Jangan nunggu, “gue beresin dulu urusan gue, entar baru nolongin yang lain.” Enggak, kebalik. Kalau kita pengen urusan kita cepat beres, cepat diselesaikan sama Allah, cepet ditolong, cepet dikasih keajaiban, surprise, segala macam. Yaudah tolong orang dulu. Walaupun kita dalam kondisi susah, justru itu kesempatan buat kita. karena hadits nya jelas, “Siapa yang menyelesaikan hajat (kebutuhan) saudaranya atau sibuk mengurus hajat saudaranya. Allah juga akan sibuk mengurus hajat dia.”

3. Memperbaiki Diri

Postingan yang di *upload* pada tanggal 21 Maret 2020 telah memiliki komentar sebanyak 1.082 akun. Dengan isi dalam video tersebut, sebagai berikut:

Allah itu suka banget dengan orang yang bertaubat dan belajar memperbaiki diri. Allah nge like (suka) banget tuh, siapapun yang bertaubat, yang pengen belajar memperbaiki dirinya, semasa proses itu Allah suka banget sama dia. Setiap hari Allah nge like dia dan ngasih tau ke malaikat, “nih hambaku nih hambaku nih hambaku” terus Allah nge bangga dia. Ya ibadi. Wahai hamba-hambaku kalau kalian datang kepadaku dengan membawa dosa yang memenuhi langit dan bumi, penuh dengan dosa kalian. Gak ada lagi planet gak ada lagi bintang. Semuanya dosa kalian isinya. Lalu kita datang kepada Allah. Ya Allah, ini hamba-Mu yang fakir ada dihadapan-Mu. Ya Allah, ini hamba-Mu yang hina sekarang datang ke pintu rahma-Mu. Apa kata Allah? Aku bukakan rahmat-Ku seluas-luasnya. Aku terima kedatanganmu lalu aku gugurkan semua dosa-dosamu menjadi hilang. Wallau ubali. Dan aku gak peduli sebanyak apapun itu.

4. Cara Pandang

Postingan yang di *upload* pada tanggal 16 Februari 2020 telah memiliki komentar sebanyak 279 akun. Dengan isi dalam video tersebut, sebagai berikut:

Ketika Allah kasih kita nikmat, kita bilang, “Sebetulnya kita gak pantas.” Tapi Allah Maha baik. Ketika Allah kasih kita hidayah. Sebetulnya buan saya yang udah sadar, Allah menyadarkna saya. Ketika kita mendapatkan ujian, baru kita salahkan diri kita dan ini kaidahnya tidak berlaku untuk orang lain, karena Allah hanya mengatakan untuk diri kalian sendiri, bukan untuk teman kalian. “Eh lu banyak dosa tuh.” “Kok gitu sih?” “Kan kata Allah dalam hadits qudsi gini, ini gak berlaku untuk orang lain, berlaku untuk diri kita. untuk orang lain selalu berlaku husnudzon. Jauhi prasangka buruk kepada orang lain.” Kalau dia mendapat nikmat, masyaAllah, Allah sayang kepada dia, sehingga diberkahi rizkinya. Kalau dia dapat ujian, masyaAllah, Allah pengen menggugurkan dosa dia, pengen mengangkat derajat dia, kalau ke kita dapat nikmat, saya sebetulnya gak pantas, tapi Allah baik banget sama saya. Kalau kita dapat ujian, memang saya layak

diginin sama Allah. Ya Allah ampun kan dosa saya, angkat musibah saya. Terus mana da peluang buat kita menjelek-jelekan orang lain.

5. Walau Tak Berbalas

Postingan yang di *upload* pada tanggal 21 Januari 2020 telah memiliki komentar sebanyak 740 akun. Dengan isi dalam video tersebut, sebagai berikut:

sungguh rahmat Allah itu dekat dengan orang-orang yang menyayangi. Sehingga kita punya semangat yang besar untuk selalu memiliki sifat penyayang. Jangan pernah berfikir bahwa kasih sayang kita kepada orang lain yang tidak dibalas, maka kasih sayang itu jadi sia-sia dan fana. Jadi jangan pernah menyesal kalau kita sudah terlanjur beramal soleh, terus tidak berbalas dalam bentuk terimakasih, atau mungkin penghargaan atau apapun. Jangan pernah menyesal, termasuk kasih sayang kita. usaha kita untuk membahagiakan orang lain. Mulai dari keluarga kita, pasangan kita, anak-anak kita, atau menantu kita, atau saudara ipar kita, atau tetangga kita, siapapun. Yang coba kita bahagiakan hatinya kita coba bantu dia, setelah kita bantu dia kita gak dapet balasan apapun dari dia. Maka itu tidak masalah. Kenapa? Ada balasan yang jauh lebih baik yang akan memberikannya kepada kita, yaitu balasan dari Allah SWT,.

6. Waktu Clash sama Temen

Postingan yang di *upload* pada tanggal 12 Januari 2020 telah memiliki komentar sebanyak 1.082 akun. Dengan isi dalam video tersebut, sebagai berikut:

Kita coba sadari, kalau Allah menguji saya memang saya yang banyak dosa. Sebelum kita mencari kambing hitam, nyalahin orang lain. Kadang wajar kita marah sama orang lain gara-gara ucapannya, komennya, teks dari dia, wajar. Tapi sebelum itu, marah dulu kepada diri kita atas dosa dan kesalahan kita yang baru saja kita lakukan atau yang dulu kita lakukan dan belum bener-bener kita tinggalkan. Anggap saja itu untuk membersihkan dosa-dosa kita yang telah lalu. Sehingga kalau kita ada masalah sama orang lain, kita memperbaiki diri dulu, bukan sibuk dengan kesalahan dia terus menerus yang gak mau kita maafin. Misalnya ada temen kita, jadi clash sama kita. hal pertama yang kita bangun?

Astaghfirullahaladzim saya banyak dosa. Tapi kan yang salah dia? Iya, tapi mungkin dia gak akan mengatakan kalimat itu, gak akan bersikap kayak gitu kalau kita gak punya dosa. Jadi penyebab pertama kita diuji itu bukan temen kita yang salah, itu penyebab kedua, dia gak pas, dia gak bijak, tapi yang mentakdirkan dia salah kepada kita?Allah SWT,. kenapa Allah takdirkan gitu?karena kita masih punya banyak dosa.





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO

FAKULTAS DAKWAH

Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A Purwokerto 53128
Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553
Website: www.iainpurnwokerto.ac.id



BLANKO/ KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Febby Setiandini
NIM : 1717102013
Jurusan/Prodi : Komunikasi Penyiaran Islam/KPI
Dosen Pembimbing : Prof. Dr. H. Abdul Basit, M.Ag
Judul Skripsi : Analisis Wacana Van Dijk Akun Instagram @shiftmedia.id dalam Penyebaran Islam Bagi Generasi Milenial

NO.	BULAN	HARI / TANGGAL	MATERI BIMBINGAN *	TANDA TANGAN**	
				PEMBIMBING	MAHASISWA
1.	Maret	Sabtu, 27/03/2021	Revisi hasil seminar proposal		
2.	April	Senin, 12/04/2021	Menyerahkan hasil revision bab 1-3.		
		Selasa, 20/04/2021	Konsultasi list pertanyaan untuk tim shift media.		
3.	Mei	Jumat, 28/05/2021	Melanjutkan bab 4 dan 5.		
4.	Juni	Senin, 14/06/2021	Menyerahkan bab 4 dan 5.		
		Selasa, 15/06/2021	Revisian bab 1-3 dan mendiskusikan objek yang hendak diteliti.		
		Jumat, 25/06/2021	Menentukan objek yang hendak diteliti.		



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO

FAKULTAS DAKWAH

Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A Purwokerto 53126
Telepon (0281) 836624 Faksimili (0281) 836553
Website: www.iaipurwokerto.ac.id



5. Juli	Selasa, 29/06/2021	Menyerahkan bab 1-3 yang sudah diperbaiki objeknya.	Menyerahkan bab 1-3 yang sudah diperbaiki objeknya. Menyerahkan bab 4 yang sudah diganti objek. Perbaikan bab 4 mengenai jawaban rumusan masalah. Perbaikan bab 4 mengenai jawaban rumusan masalah yang belum ditemukan. Menyerahkan revision bab 4 sekaligus bab 5. - Perbaikan bab 5 pada bagian saran, agar sarannya jelas untuk siapa. - Perbaikan abstrak	Purwokerto, 15 Juli 2021
	Rabu, 07/07/2021			
	Senin, 12/07/2021			
	Selasa, 13/07/2021			
	Rabu, 14/07/2021			
Kamis, 15/07/2021				

* Diisi Pokok-pokok bimbingan
** Diisi setiap selesai bimbingan

Prof. Dr. H. Abdul Basit, M.Ag
NIP. 1969 1219 1998 031001

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Febby Setiandini
2. NIM : 1717102013
3. Tempat, Tanggal Lahir : Klaten, 8 Februari 1999
4. Alamat : Jatibarang Kidul, Jatibaran-Brebes
5. Nama Ayah : Karya Budi
6. Nama Ibu : Atini

B. Riwayat Pendidikan

1. SD/MI, tahun lulus : SDN 02 Jatibarang Kidul, 2010
2. SMP/MTs, tahun lulus : SMPN 1 Jatibarang, 2013
3. SMA/MA, tahun lulus : SMAN 1 Dukuhwaru, 2016

C. Prestasi Non Akademik

1. Juara III Bola Basket di SMAN 1 Pangkah.

D. Pengalaman Organisasi

1. Pramuka di SMPN 1 Jatibarang.
2. Volunteer di Dompot Dhuafa Purwokerto.

Purwokerto, 15 Juli 2021.

IAIN PURWOKERTO

Febby Setiandini

NIM.1717102013