KONSTRUKSI NILAI-NILAI SHODAQOH DALAM AKUN INSTAGRAM @ALDILLADHARMA

(Analisis Framing Model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki)

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar

Sarjana Sosial (S.Sos)

Oleh:

KHOLISHOTUN NIAMILAH

B91215057

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL

SURABAYA

2019

PERNYATAAN PERTANGGUNGJAWABAN PENULISAN SKRIPSI

Bismillaahirrahmaanirraahiim....

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Kholishotun Niamilah

NIM : B91215057

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Judul : Konstruksi Nilai-Nilai Shodaqoh Dalam Akun Instagram @aldilladharma

(Analisis Framing Model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki)

Alamat : Desa Putih RT 01 RW 04 Kec. Gampengrejo Kab. Kediri

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari, skripsi ini terbukti mengandung unsur plagiasi, maka saya bersedia menanggung segala konsekuensi yang terjadi.

Surabaya, 16 Januari 2019

Yang Menyatakan,

Kholishotun Niamilah

PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Skripsi oleh

Nama : Kholishotun Niamilah

NIM : B91215057

Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Judul : Konstruksi Nilai-Nilai Shodaqoh Dalam Akun Instagram @aldilladharma

(Analisis Framing Model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki)

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 16 Januari 2019

Dosen Pembimbing,

H. Abdullah Sattar, S.Ag, M.Fil.I

NIP. 196512171997031002

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi yang disusun oleh Kholishotun Niamilah ini
telah dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi
Surabaya, 24 Januari 2019
Mengesahkan,
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Dekan,

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

Penguji I

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

Penguji II

Dr. H. Sunarto AS, MEI
NIP. 195912261991031001

Penguji III

Lukman Hakim, S.Ag, M.Si, MA
NIP. 197308212005011004

Penguji IV

Pardianto, S.Ag, M.Si
NIP. 197306222009011004

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN
Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : KHOLISHOTUN NIAMILAH
NIM : B91215057
Fakultas/Jurusan : FDK / KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
E-mail address : miluk.niamilah@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
☑ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :
" KONSTRUKSI NILAI - NILAI SHODAQOH DALAM AKUN INSTAGRAM @ALDILLADHARMA
(Analisis Framing Model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki)

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

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

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 7 Februari 2019

Penulis

(KHOLISHOTUN NIAMILAH)
nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Kholishotun Niamilah, NIM. B91215057. Konstruksi Nilai-Nilai Shodaqoh Dalam Akun Instagram @Aldilladharma (Analisis Framing Model Zhongdang Pan Dan Gerald M. Kosicki). Skripsi Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya.

Kata Kunci : Shodaqoh, Instagram, Analisis Framing

Perkembangan teknologi, khususnya teknologi informasi melalui jaringan internet membawa banyak perubahan. Hal ini menjadi peluang bagi pendakwah untuk menyampaikan ajaran agama Islam. Salah satu media sosial yang digunakan sebagai media dakwah ialah *Instagram.* Melihat begitu banyak antusiasme dari pengguna *instagram,* @aldilladharma memanfaatkan *fitur instastory* ini untuk menyampaikan pesan dakwah tentang shodaqoh melalui teks yang berkesinambungan. Hal inilah yang menjadikan peneliti tertarik untuk mengkaji tentang bagaimana nilai-nilai bershodaqoh dikonstruksi dalam akun *instagram* @aldilladharma?

Penelitian teks media ini dikaji dengan menggunakan analisis framing Zhongdang Pan Dan Gerald M. Kosicki dengan empat strukturnya yaitu sintaksis, skrip, tematik dan retoris.

Dalam penelitian ini menghasilkan bahwa nilai-nilai shodaqoh dalam akun *instagram* @aldilladharma dikonstruksi, mengandung yang *pertama* nilai pesan dakwah yang ingin disampaikan melalui shodaqoh yang tidak hanya berupa materi saja namun bisa dengan menunjukan kebaikan kepada orang lain, *kedua* nilai tolong menolong dalam shodaqoh, dengan shodaqoh akan memperkuat hubungan antar manusia, *ketiga* yaitu adanya rasa ikhlas dalam shodaqoh.

Karena keterbatasan penulis hanya fokus terhadap cara mengkonstruksi nilai-nilai shodaqoh, maka penulis merekomendasikan untuk penelitian selanjutnya, agar mampu mengembangkan penelitian ini dari sisi lain dan dengan analisis yang berbeda.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
PERNYATAAN PERTANGGUNGJAWABAN PENULIS ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING iii
PERSETUJUAN PENGUJI iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN v
ABSTRAK vi
KATA PENGANTAR vii
DAFTAR ISI ix
DAFTAR TABEL xi

BAB 1 PENDAHULUAN
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 7
C. Tujuan Penelitian 7
D. Manfaat Penelitian..... 7
E. Definisi Konseptual 8
F. Sistematika Pembahasan 9

BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN
A. Konstruksi Realitas Sosial 11
B. Shodaqoh
1. Pengertian Shodaqoh 16
2. Dasar Hukum Shodaqoh 18
3. Nilai-Nilai Shodaqoh 21
a. Pesan Dakwah dalam Shodaqoh 21
b. Perilaku Tolong Menolong 22
c. Ikhlas 24
C. Kajian Media Sosial sebagai Media Dakwah
1. Media Dakwah 26
2. Cyberspace 27

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Media Sosial Instagram 30
D. Konseptualisasi Framing 33
E. Penelitian Terdahulu 37

BAB III METODE PENELITIAN
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian 42
B. Unit Analisis 44
C. Teknik Pengumpulan Data 44
D. Tahapan Penelitian 45
E. Teknik Analisis Data 46

BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA
A. Deskripsi Objek Penelitian
1. Sejarah Berani Berhijrah 52
2. Profil Aldilla Dharma Wijaya 53
3. Kontak 55
B. Penyajian Data 55
C. Analisis Data 58

BAB V PENUTUP
A. Kesimpulan 68
B. Saran 68

DAFTAR PUSTAKA

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR TABEL

1. Tabel 4.1 Penyajian Data 54
2. Tabel 4.2 Nilai Pesan Dakwah 57
3. Tabel 4.3 Analisis Framing Nilai Pesan Dakwah 61
4. Tabel 4.4 Nilai Tolong Menolong 62
5. Tabel 4.5 Analisis Nilai Tolong Menolong 64
6. Tabel 4.6 Nilai Ikhlas 65
7. Tabel 4.7 Analisis Framing Nilai Ikhlas 66

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi, khususnya teknologi informasi melalui jaringan internet membawa banyak perubahan dalam kehidupan masyarakat. Dengan banyaknya berbagai fasilitas yang dimiliki, internet memberikan dampak kepada masyarakat baik positif maupun negatif dalam bidang sosial, budaya, ekonomi, pendidikan dan berbagai bidang lain. Salah satu dari perkembangan teknologi ialah adanya media sosial, yang merupakan media penghubung antara komunikator dan komunikan yang berada pada tempat dan waktu yang berbeda.

Keberadaan media *online* menjadi pesaing baru bagi beberapa media lain seeperti media cetak dan elektronik. Kelebihan yang dimiliki oleh media *online* memang terlihat lebih unggul dibandingkan media-media yang lainnya. Kecepatan informasi yang tersampaikan oleh media *online* pun sangat cepat, hal itulah yang mendasari mayoritas masyarakat Indonesia lebih memilih media *online* dibandingkan dengan yang lain. Kelebihan lain yang dimiliki oleh media *online* adalah bisa diakses dimanapun dan kapanpun.

Kecanggihan media *online* memunculkan berbagai jenis jejaring sosial, diantaranya adalah *Facebook, Youtube, Twitter, Google+, Instagram, Line,* dan lain-lain. Sekian banyak kemunculan jejaring sosial tersebut, *Instagram* merupakan salah satu jejaring sosial yang paling diminati oleh

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mayoritas masyarakat Indonesia bahkan dunia. Pengguna *Instagram* kurang lebih mencapai 400 juta termasuk orang Indonesia, berdasarkan survei pada tahun 2014.[1]

Menurut detik.com, pengguna *Instagram* di Indonesia adalah pengguna *Instagram* terbanyak di dunia. Jumlahnya adalah 45% dari jumlah pengguna seluruh *Instagram* yang ada. Dari banyaknya pengguna *Instagram*, menurut survey nasional CSIS (*Central Strategic and Insternational Studies*) 54,7% penggunanya adalah generasi milenial atau penduduk dengan tingkat usia 17-19 tahun. Sedangkan menurut survei *Alfara Research Center* dan survei *CNN Student Indonesia,* 68,6% pengguna aktif *Instagram* berasal dari tingkat usia 17-37, yang mana usia 17-37 tahun disebut juga sebagai generasi milenial.

Menurut Bambang Atmoko dalam sebuah bukunya, *Instagram* memiliki beberapa fitur yang menjadikan media sosial ini mudah dipakai seperti *Home Page,* atau Halaman Utama, Kolom Komentar, *Explore* atau halaman foto populer, Profil Pengguna dan *News Feed* atau Tampilan Notifikasi. Masih menurut Atmoko, ada beberapa hal yang wajib diisi saat mengunggah foto ke *Instagram* agar lebih menarik dan juga informatif yaitu, *Caption* atau keterangan foto agar memperkuat karakter foto dan *Hashtag* atau simbol bertanda pagar (#) agar memudahkan pengguna untuk menemukan foto di Instagram dengan *Hashtag* tertentu. *Instagram* saat ini dilengkapi dengan adanya *snapgram,* sebuah fitur dari *Instagram* untuk

[1] Yoga Hastyadi, *"Instagram "Diserbu" 400 Juta Pengguna, Termasuk Indonesia"*, diakses dari https://tekno.kompas.com/read/2015/09/24/09160067/Instagram.Diserbu.400.J, pada tanggal 10 Oktober 2018, pukul 20.06 WIB.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengabadikan momen dalam suatu cerita dengan foto maupun video yang berdurasi maksimal 15 detik. Dengan memiliki fitur seperti ini, *Instagram* bisa digunakan untuk berbagai macam hal seperti mencari inspirasi, berbisnis, mencari informasi dan juga untuk keinginan lainnya.

Dengan kegunaan yang bermacam-macam, *Instagram* memiliki kekurangan dan kelebihan. Menurut *detik.com*, kelebihan *Instagram* yaitu, aplikasi gratis atau tidak berbayar, mudah dipakai untuk promosi dan bisa terkoneksi dengan media sosial lainnya. Adapun kekurangannya yaitu *Instagram* hanya mempunyai dua konten (foto dan video), hanya bisa mempublikasikan video sebatas satu menit, banyak konten-konten negatif yang belum tersaring, fitur pengikut yang membuat pengguna harus mengikuti *Instagram* seseorang jika ingin melihat akunnya dan juga dengan konten negatifnya, *Instagram* bisa merubah perilaku remaja.

Dari sekian banyak kekurangan, kita tidak bisa menutup mata akan kelebihan *Instagram* yang bisa dijadikan peluang sebagai media dakwah. Banyak aktivis dakwah yang mulai memanfaatkan media digital dan menggunakan peluang ini untuk berdakwah. Dengan menggunakan Instagram, dakwah mencakup lebih luas sasarannya atau golongan mad'unya, tanpa terikat usia, status ekonomi, sosial dan pendidikan. Hal ini merupakan contoh bahwa media dakwah akan terus berkembang sesuai dengan zaman.

Dakwah merupakan kegiatan yang bersifat dinamis. Artinya, dakwah selalu berkembang dari zaman Rasulullah hingga kini. Perkembangan yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

cukup signifikan terjadi pada unsur-unsur dakwah, terutama pada media dakwah. Media dakwah merupakan alat yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah, pada zaman modern seperti ini seperti media elektronik, media cetak dan juga media online.[2] Namun dengan banyaknya media dakwah yang digunakan, tujuan dari dakwah masih tetap sama yaitu mengajak kepada jalan Allah.

Pemanfaatan media sosial inipun akhirnya berkembang, sebagai media dakwah. Seperti pada penelitian Dwi Nurul Ilmi dengan judul "*Instagram sebagai Media Dakwah Era Milenial"*. Dalam penelitian tersebut menjelaskan tentang sosok Felix Siauw seorang aktivis dakwah yang menggunakan *Instagram* sebagai media dakwah. Felix Siauw merupakan seorang keturunan Tionghoa dan menjadi mualaf pada tahun 2002 ketika masih menjadi mahasiswa di Institut Pertanian Bogor. Setelah menjadi muallaf, Felix Siauw mengabdikan dirinya untuk berdakwah. Dia berdakwah melalui karyanya yaitu buku-buku seperti, Khilafah, Udah Putusin Aja, Ghazi, Yuk Berhijab dan lain-lain. Selain melalui buku, Felix Siauw juga berdakwah melalui kajian-kajian dan media sosial, salah satunya adalah Instagram.

Akun Instagram @felixsiauw mempunyai 1.500.000 pengikut dan bertambah setiap harinya. Setiap *postingannya* di Instagram mengandung materi-materi tentang dakwah yang terdapat dalam *caption.* Selain itu juga bahasa yang ringan dan menarik membuat para remaja mengikuti akun ini,

[2] Wardi Bachtiar, *Metodelogi Penelitian Dakwah,* (Jakarta: Logos Wacana Ilmu, 1997), h.35

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

maka tidak heran jika akun Instagram @felixsiauw memiliki *followers* yang banyak.

Penggunaan *Instagram* tidak hanya dimanfaatkan sebagai media dakwah bagi para pegiat dakwah namun media sosial satu ini juga dimanfaatkan oleh *platform* Indonesia dalam bidang pendidikan. Yaitu "iCampus Indonesia", merupakan tempat informasi mengenai kebutuhan para pencari ilmu. Di dalamnya terdapat informasi beasiswa, informasi magang, motivasi diri, *event-event* kampus. Selain itu iCampus Indonesia juga mengembangkan informasi mengenai buku-buku yang dapat menunjang pengetahuan dan persiapan masyarakat Indonesia untuk masa depan yang lebih baik.[3]

Dengan begitu banyaknya manfaat *Instagram*, hal ini akhirnya menjadi perhatian oleh seseorang yang memiliki visi yakni membuat perubahan dunia melalui agama Islam, langkah pertama adalah dengan mendirikan komunitas yang pada akhirnya berubah menjadi sebuah yayasan bagi anak muda, yakni Berani Berhijrah. Dengan bahasa ringan dan santai namun serius, Aldilla Dharma tidak serta merta mendoktrin apa yang telah dilakukan anak muda sekarang ialah dosa. Hal ini lah yang membuat Aldilla Dharma mampu diterima oleh khalayak umum, khususnya di kalangan remaja.

Melihat antusias masyarakat yang tinggi terhadap *Instagram* ini, Aldilla Dharma lalu memanfaat hal ini sebagai media untuk berdakwah.

[3] Izzur, About iCampus Indonesia (http://icampusindonesia.com/about/. Diakses tanggal 14 Desember 2018)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pada awalnya dia melakukan survey sebelum membuka donasi sedekah, hal ini untuk mengetahui seberapa besar minat dari *followers* untuk melakukan shodaqoh melalui *Instagram*. Tanpa disangka antusias dari *followers* @aldiladharma sangat luar biasa.

Ada beberapa project yang akan dia kerjakan dari hasil shodaqoh *followers* nya, seperti pondok pesantren dan sebuah Tempat Pendidikan Al-Qur'an (TPQ), juga sedekah qurban dan juga penggalangan dana untuk korban bencana alam. Aldilla Dharma selalu menggunakan kata – kata yang ringan namun mudah diterima anak muda dan juga diperkuat dengan testimoni atau pengakuan dari beberapa followers lain tentang manfaat dari shodaqoh itu sendiri, hal ini yang menarik perhatian masyarakat untuk bershodaqoh.

Pemberitahuan jumlah shodaqoh yang telah di transfer ke rekening Berani Berhijrah selalu diumumkan jumlahnya sehingga terkesan transparan. Alasan mengapa penulis tertarik memilih akun *instagram* @aldilladharma, sedangkan masih banyak akun dakwah di media sosial yang membahas shodaqoh ialah karena akun *instagram* @aldilladharma mampu mengemas bahasa dakwah dengan ringan dan mudah diterima oleh para *followers*-nya, yang mayoritas diikuti oleh kaum remaja. Sehingga pesan dari fokus dakwah shodaqoh tersebut mudah dilaksanakan dan ringan untuk mengerjakannya. Melihat fenomena ini, peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut bagaimana nilai-nilai shodaqoh dikonstruksi oleh akun *Instagram* @aldilladharma?

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana nilai-nilai bershodaqoh dikonstruksi oleh akun *instagram* @aldilladharma?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui bagaimana nilai-nilai shodaqoh dikonstruksi oleh akun *instagram* @aldilladharma.

D. Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini dan terciptanya tujuan penelitian di atas maka peneliti berharap agar penelitian ini bermanfaat.

1. Sebagai salah satu syarat akademik untuk menyelesaikan studi strata satu di Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
2. Hasil penelitian ini dapat dijadikan masukan untuk media yang diteliti dan pedoman bagi mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
3. Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan kajian studi Ilmu Komunikasi yaitu penggunaan media massa sebagai penyampai informasi.
4. Penelitian ini digunakan untuk memperluas wawasan dan menerapkan teori-teori serta menambah informasi dan penetahuaan baru studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

E. Definisi Konseptual

Agar tidak terjadi kesalah pahaman pengertian antara peneliti dan pembaca akan maksud dan isi kandungan konstruksi nilai-nilai shodaqoh dalam akun *Instagram* @aldilladharma (analisis framing model Zhongdan Pan dan Gerald M. Kosicki), maka peneliti akan menjelaskan istilah-istilah yang terdapat di dalamnya, yaitu sebagai berikut:

a. Konstruksi Realitas

Realitas merupakan konstruksi sosial yang diciptakan oleh individu. Namun demikian kebenaran suatu realitas sosial bersifat relatif, yang berlaku sesuai konteks spesifik yang dinilai relevan oleh pelaku sosial.

Realitas sosial tidak berdiri sendiri tanpa kehadiran individu baik di dalam maupun di luar realitas tersebut. Realitas sosial itu memiliki makna, manakala realitas sosial dikonstruksi dan dimaknakan secara subjektif oleh individu lain sehingga memantapkan realitas itu secara objektif.[4]

Dalam hal ini, komunikasi dipandang sebagai proses konstruksi realitas dalam rangka menciptakan "kenyataan lain" atau "kenyataan kedua" melalui pembentukan sebuah wacana (*discourse*) sebagai "pengganti" dari realitas atau kenyataan pertama. Cara yang ditempuh dalam pembentukan wacana itu adalah suatu proses yang disebut konstruksi realitas.[5]

---

[4] Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi* (Jakarta: Prenada Media Group, 2014) h. 191
[5] Ibnu Hamad, *Komunikasi sebagai Media Wacana,* Vol. 7 No. 2, Desember 2006, h. 263

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Shodaqoh

Definisi shodaqoh dalam agama Islam ialah suatu pemberian yang diberikan oleh seorang muslim kepada orang lain secara spontan dan sukarela tanpa dibatasi oleh waktu dan jumlah tertentu, suatu pemberian yang diberikan seseorang sebagai kebaikan yang mengharap ridho Allah dan pahala semata.[6] Selain itu shodaqoh tidak hanya diartikan sebagai pemberian harta kepada seseorang, tetapi juga mencangkup semua perbuatan baik, baik bersifat fisik maupun non fisik.

c. Media Online (*Instagram*)

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan *filter* digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik *instagram* sendiri. Satu fitur yang unik di *Instagram* ialah memotong foto menjadi bentuk persegi dan *polaroid.*

F. Sistematika Pembahasan

Sesuai dengan rumusan masalah dalam penelitian yang akan dilakukan, maka peneliti mencantumkan sistematika pembahasan. Adapun sistematikanya sebagai berikut :

Bab I adalah pendahuluan, yang berisi tentang rumusan masalah, tujuan, manfaat penelitian, definisi konseptual dan diakhiri dengan sistematika pembahasan. Bab pertama dari skripsi yang mengantarkan

[6] Yazid bin Abdul Qadir Jawaz, *Sedekah Sebagai Bukti Keimanan dan Penghapus Dosa*, (tt, Pustaka at-Taqwa, 2009), h. 36

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pembaca untuk dapat menjawab pertanyaan apa yang diteliti, untuk apa dan mengapa penelitian ini dilakukan.

Bab II adalah kajian kepustakaan, yang berisi tentang kerangka teoritik dan penelitian terdahulu yang relevan. Dalam penelitian kualitatif kajian kepustakaan konseptual yang menjelaskan tentang analisis framing nilai-nilai bershodaqoh pada *instagram* Aldilla Dharma.

Bab III adalah metode penelitian, pada bab ini memuat uraian secara rinci tentang metode dan langkah-langkah penelitian yang meliputi jenis dan pendekatan penelitian, unit analisis dan tahapan penelitian.

Bab IV adalah penyajian data dan analisisi data, pada bab ini menguraikan tentang deskripsi obyek penelitian, penyajian data dan analisis data.

Bab V adalah penutup, pada bab ini berisikan kesimpulan yang merupakan jawaban langsung dari permasalahan dan ditutup dengan saran, yakni usulan bagi kemungkinan dilakukan penelitian lebih lanjut berdasarkan kesimpulan yang dihasilkan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Konstruksi Realitas Sosial

Komunikasi dalam pandangan konstruksi realitas dilakukan dalam rangka menciptakan "kenyataan lain" atau "kenyataan kedua" melalui pembentukan sebuah wacana (*discourse*) sebagai "pengganti" dari realitas atau kenyataan pertama. Cara yang ditempuh dalam pembentukan wacana itu adalah suatu proses yang disebut konstruksi realitas atau *construction of reality*.[1]

Realitas merupakan konstruksi sosial yang diciptakan oleh individu. Namun demikian kebenaran suatu realitas sosial bersifat relatif, yang berlaku sesuai konteks spesifik yang dinilai relevan oleh pelaku sosial. Menurut Hidayat dalam buku Sosiologi Komunikasi yang dicantumkan oleh Bungin, realitas sosial tidak berdiri sendiri tanpa kehadiran individu baik di dalam maupun di luar realitas tersebut. Realitas sosial itu memiliki makna, manakala realitas sosial dikonstruksi dan dimaknakan secara subjektif oleh individu lain sehingga memantapkan realitas itu secara objektif. Individu mengkonstruksi realitas sosial dan merekonstruksikannya dalam dunia realitas itu berdasarkan subjektifitas individu lain dalam institusi sosialnya.[2]

Menurut Bungin, istilah konstruksi sosial atau realitas sosial menjadi terkenal sejak diperkenalkan pertama kali oleh Peter L. Berger

[1] Ibnu Hamad, "Komunikasi sebagai Media Wacana", Vol. 7, No. 2, Desember 2006, h. 263
[2] Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2014), h.191

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan Thomas Luckmann melalui buku mereka yang berjudul: *The Social Construction of Reality, a Treatise in Sociological of Knowledge* (1996). Dua ilmuan sosiologi ini menggambarkan proses sosial melalui tindakan dan interaksinya, yang mana individu menciptakan secara terus menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif.[3]

Eriyanto dalam bukunya Analisis Framing, Konstruksi, Ideologi dan Politik Media menjelaskan media adalah agen konstruksi. Dalam pandangan konstruksionis, media bukanlah sekedar saluran yang bebas, ia juga subjek yang mengkonstruksi realitas, lengkap dengan pandangan, bias dan pemihakannya. Lewat bahasa yang dipakai dan lewat pemberitaan, media dapat membingkai peristiwa dengan bingkai tert entu yang pada akhirnya menentukan khalayak harus melihat dan memahami peristiwa dalam kacamata tertentu.[4]

Melalui interpretasi wartawan, sebuah peristiwa, isu ataupun fenomena dapat menjadi sebuah berita yang menarik. Wartawan dapat membentuk dan menetukan apakah suatu peristiwa atau realitas dapat dijadikan berita. Menurut pandangan konstruksionis, sebuah teks berita tidak bisa kita samakan seperti *copy* realitas. Berita dipandang sebagai konstruksi atas realitas. Karenanya, terjadi peristiwa yang sama bisa jadi dikonstruksi secara berbeda, wartawan memiliki penafsiran atau konsep yang berbeda dalam memaknai suatu peristiwa.[5]

---

[3] Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi* , h. 193

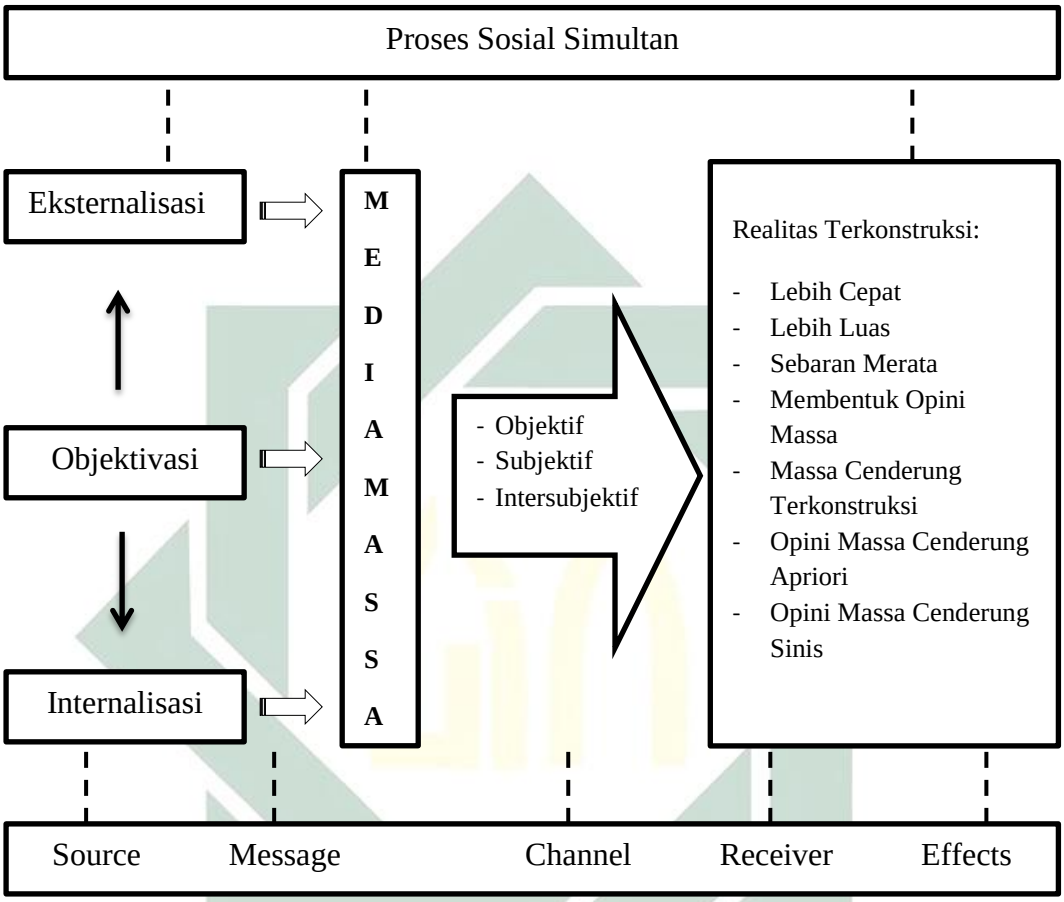
[4] Eriyanto, *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi dan Politik Media* (Yogyakarta: LkiS, 2005), h.15

[5] Yudhi Agung Wijanarko, "Analisis Framing Pemberitaan Deklarasi Pencapresan Jokowi di Media Massa", Univ. Sebelas Maret Surakarta, h.5

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berikut proses konstruksi sosial media massa menurut Burhan Bungin.[6]

Gambar : Proses Konstruksi Sosial Media Massa



Menurut Burhan Bungin dalam bukunya Sosiologi Komunikasi menjelaskan bahwa pendekatan konstruksi sosial atas realitas terjadi secara simultan melalui tiga proses sosial, *eksternalisasi*, *objektivasi*, dan *internalisasi*.[7]

Burhan Bungin telah merevisi (mengoreksi kelemahan) teori dan pendekatan konstruksi sosial atas realita Peter L. Berge, dengan melihat variabel atau fenomena media massa yang substansif dalam proses

[6] Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, (Jakarta: Kencana, 2007), h.53
[7] Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi*, h. 202

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

eksternalisasi, objektivasi, dan *internalisasi*. Dengan demikian, sifat dan kelebihan media massa telah memperbaiki kelemahan proses konstruksi sosial atau realitas yang berjalan lambat itu.

Substansi dari konstruksi sosial media massa ini adalah pada sirkulasi informasi yang cepat dan luas sehingga konstruksi sosial berlangsung dengan sangat cepat dan sebarannya merata. Realitas yang terkonstruksi itu juga membentuk opini massa, massa cenderung apriori atau beranggapan sebelum mengetahui keadaan yang sesungguhnya dan opini massa cenderung sinis.[8]

Menurut Burhan Bungin, proses konstruksi sosial media massa berlangsung dengan melalui tahap-tahap sebagai berikut[9]:

1. Tahap Menyiapkan Materi Konstruksi

   Menyiapkan materi konstruksi sosial media massa adalah tugas redaksi media massa, tugas itu didistribusikan pada desk editor yang ada di setiap media massa. Burhan Bungin menyatakan bahwa ada tiga hal penting dalam penyiapan meteri konstruksi sosial, yaitu:

   a. Keberpihakan media massa kepada kapitalisme
   b. Keberpihakan semu kepada masyarakat
   c. Keberpihakan kepada masyarakat

2. Tahap Sebaran Konstruksi

   Sebaran konstruksi media massa dilakukan melalui strategi media massa. Konsep konkret strategi sebaran media massa masing-masing media berbeda, namun prinsip utamanya *real time.*

[8] Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi,* h. 207
[9] Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi,* h. 209

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Pembentukan Konstruksi Realitas

Burhan Bungin menyatakan bahwa tahap pembentukan konstruksi realitas adalah sebagai berikut:

a. Tahap Pembentukan Konstruksi Realitas

Tahap berikut setelah sebaran konstruksi, dimana pemberitaan (penceritaan) telah sampai pada pembaca dan penonton, yaitu terjadi pembentukan konstruksi di masyarakat melalui tiga tahap yang berlangsung secara generik. Pertama, konstruksi realitas pembenaran, kedua kesediaan dikonstruksi oleh media massa, ketiga, sebagai pilihan konsumtif.

b. Pembentukan Konstruksi Citra

Pembentukan konstruksi citra adalah bangunan yang diinginkan oleh tahap konstruksi. Dimana bangunan konstruksi citra yang dibangun oleh media massa ini terbentuk dalam dua model; (1) model *good news (story)* dan (2) model *bad news (story)*.

4. Tahap Konfirmasi

Pada tahapan ini media massa maupun pembaca memberi argumentasi dan akuntabilitas terhadap pilihannya untuk terlibat dalam tahap pembentukan konstruksi. Bagi media, tahapan ini perlu sebagai bagian untuk menjelaskan mengapa media terlibat dan bersedia hadir dalam proses konstruksi sosial.

Andi Alimudin berpendapat dalam bukunya Televisi dan Masyarakat Pluralistik menjelaskan bahwa sejumlah pakar sosiologi,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

konstruksi sosial atas realitas tersebut hampir tidak bisa dipisahkan dalam jajaran teori-teori komunikasi massa. Dalam perkembangannya, ilmu komunikasi massa sebagai bagian dari ilmu komunikasi telah mengalami kemajuan yang sedemikian pesat hingga saat ini. Gagasan awal Aristoteles, yaitu (a) komunikator, (b) pesan, (c) penerima, telah diperpanjang pula oleh gagasan Harold Dwight Laswell menjadi (1) *who*, (2) *say what*, (3) *in with what channel*, (4) *to whom*, (5) *with effect*.

Model komunikasi ini identik dengan asumsi yang intinya yaitu, jika komunikator menentukan gagasan atau pesan, kemudian diarahkan kepada khalayak (*audiens*) pilihannya melalui saluran atau keluar hasil yang diinginkan. Dari komunikator kepada khalayak hanya ada satu jalan, dengan arus satu arah pula. Ini adalah paradigma lama yang bertumpu pada konsepsi linier yang menggambarkan proses komunikasi secara sederhana seolah berjalan menurut garis lurus, seperti (a) komunikator menciptakan pesan, (b) untuk diteruskan kepada komunikan, (c) yang akan meluncur lewat saluran, (d) dan akhirnya melahirkan gagasan sesuai dengan harapan komunikator.[10]

B. Shodaqoh

1. Pengertian Shodaqoh

Sedekah berasal dari bahasa Arab yaitu *shodaqah* (صدقة) yang secara bahasa berarti tindakan yang benar. Secara *syara'* (terminologi)

[10] Puji Santoso, "*Konstruksi Sosial Media",* Vol. 1, No. 1 2016, h. 32

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sedekah diartikan sebagai sebuah pemberian seseorang secara ikhlas kepada orang yang berhak menerima yang diiringi juga oleh padala dari Allah SWT.[11] Sedekah juga berarti suatu pemberian yang diberikan oleh seseorang sebagai kebajikan yang mengharap ridha Allah SWT dan pahala semata. Shodaqoh berasal dari kata *shadaqa* (صدق) yang berarti benar. Makna sedekah secara bahasa adalah membenarkan sesuatu.[12]

Lebih lanjut Sanusi mengatakan bahwa sedekah menurut istilah sama dengan infak yaitu mengeluarkan sebagian harta, pendapatan atau penghasilan untuk suatu kepentingan yang diperintahkan oleh agama. Sedekah juga diartikan memberikan sesuatu yang berguna bagi orang lain yang memerlukan bantuan (fakir-miskin) dengan tujuan untuk mendapat pahala.[13]

Dalam agama Islam, bentuk-bentuk shodaqoh memiliki arti luas bukan hanya berbentuk materi tetapi mencakup semua kebaikan baik bersifat fisik maupun non fisik. Misalnya, memberikan sesuatu dalam bentuk materi kepada orang lain, berbuat baik dan menahan diri dari kejahatan, melangkahkan kaki ke jalan Allah, mengucapkan dzikir, mengingatkan kebaikan kepada orang lain dan mencegahnya dari kemungkaran, hingga memberikan senyuman kepada orang lain. Melihat uraian tersebut, bahwa benda yang disedekahkan bukan hanya

[11] Abdul Rahman, Ghufron Ihsan, dkk, *Fiqh Muamalah* (Jakarta : Kencana, 2010), h.149
[12] M. Sanusi, *The Power of Sedekah*, (Yogyakarta: Pustaka Insan Madani, 2009), h.9
[13] Shodiq, *Kamus Istilah Agama Islam*, (Jakarta: Seintrama, 1988), h.289

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

terbatas pada materi semata namun mencakup segala macam kebaikan.[14]

Shodaqoh memiliki nilai sosial yang tinggi. Orang yang bershodaqoh dengan ikhlas bukan hanya mendapatkan pahala tetapi juga memiliki hubungan sosial yang baik. Orang yang bersedekah lebih mulia dibanding orang yang menerimanya sebagaimana dijelaskan dalam sebuah hadist "Tangan diatas lebih baik daripada tangan yang dibawah". Dengan sedekah kita mampu mempererat hubungan sesama manusia terutama kepada kaum fakir miskin, menghilangkan sifat bakhil dan egois, dan dapat membersihkan harta serta dapat meredam murka Allah SWT. Orang yang bersedekah senantiasa didoakan oleh para malaikat. Sebagaimana hadist yang artinya, "*Tidaklah seorang laki-laki berada dipagi hari kecuali dua malaikat berdoa, Ya Allah berilah ganti orang yang menafkahkan (menyedekahkan) hartanya dan berilah kehancuran orang yang menahan hartanya.*"(HR. Bukhari-Muslim).[15]

2. Dasar Hukum Shodaqoh

Disamping perintah zakat, Allah menganjurkan kepada umat Islam untuk menginfakan harta mereka dalam menunaikan kewajiban, baik kewajiban yang bersifat khusus seperti memberi nafkah kepada anak, istri, orang tua dan seterusnya. Termasuk juga kewajiban yang bersifat umum seperti menyantuni orang-orang fakir, orang-orang miskin, melalui zakat. Bahkan bagi yang mampu, ditekankan untuk

[14] Abdul Rahman Ghazali, dkk, *Fiqh Muamalat, (*Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), h. 155
[15] Abdul Rahman Ghazali, dkk, *Fiqh Muamalat.*, h. 157

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bersedekah secara suka rela dan berbagi kepada orang-orang yang membutuhkan baik berupa harta, tenaga, maupun jasa.

Shodaqoh sendiri meliputi berbagai macam dan bentuk, bisa berupa kebaikan, dan manfaat baik yang bersifat materi maupun non materi, baik yang dilakukan kepada orang muslim maupun non-muslim, bahkan kepada binatang sekalipun. Semua sedekah yang dilakukan dengan tujuan mencari keridhaan Allah, dijanjikan pahala, menjadi penyelamat serta ampunan bagi dosa-dosanya.[16]

Berikut ini sebagian dasar dari disyari'atkannya dan dianjurkannya shodaqoh dari Al-Qur'an

a. Q.S. Al-Baqarah ayat 261

مَّثَلُ ٱلَّذِينَ يُنفِقُونَ أَموَٰلَهُم فِي سَبِيلِ ٱللَّهِ كَمَثَلِ حَبَّةٍ أَنۢبَتَتۡ سَبۡعَ سَنَابِلَ فِي كُلِّ سُنۢبُلَةٖ
مِّاْئَةُ حَبَّةٖۗ وَٱللَّهُ يُضَٰعِفُ لِمَن يَشَآءُۚ وَٱللَّهُ وَٰسِعٌ عَلِيمٌ (٢٦١)

Artinya *" Perumpamaan orang yang menginfakkan hartanya ke jalan Allah seperti sebutir biji yang menumbuhkan tujuh tangkai, pada setiap tangkai ada seratus biji. Allah melipatgandakan bagi siapa yang Dia kehendaki, dan Allah Maha Luas, Maha Mengetahui."*[17]

b. Q.S Ali Imran ayat 92

لَنْ تَنَالُواْ ٱلْبِرَّ حَتَّىٰ تُنْفِقُواْ مِمَّا تُحِبُّونَۚ وَمَا تُنْفِقُواْ مِن شَيْءٍ فَإِنَّ ٱللَّهَ بِهِۦ عَلِيمٌ (٩٢)

[16] Nurjannah, *"Psikologi Spiritual Zakat dan Sedekah",* Edisi Juni 2018, Vol.17, h. 185

[17] Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'anul Karim Terjemah dan Tajwid* (Surakarta: Az-Ziyadah, tt), h. 44

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Artinya : "*Kamu sekali-kali tidak sampai kepada kebajikan (yang sempurna), sebelum kamu menafkahkan sehahagian harta yang kamu cintai. Dan apa saja yang kamu nafkahkan maka sesungguhnya Allah mengetahuinya.*"[18]

c. Q.S An-Nisa ayat 114

لَا خَيْرَ فِيْ كَثِيْرٍ مِّنْ نَّجْوٰىهُمْ اِلَّا مَنْ اَمَرَ بِصَدَقَةٍ اَوْ مَعْرُوْفٍ اَوْ اِصْلٰحٍۢ بَيْنَ النَّاسِۚ

وَمَنْ يَّفْعَلْ ذٰلِكَ ابْتِغَاۤءَ مَرْضَاتِ اللّٰهِ فَسَوْفَ نُؤْتِيْهِ اَجْرًا عَظِيْمًا (١١٤)

Artinya : "*Tidak ada kebaikan pada kebanyakan bisikan-bisikan mereka, kecuali bisikan-bisikan dari orang yang menyuruh (manusia) memberi sedekah, atau berbuat ma´ruf, atau mengadakan perdamaian di antara manusia. Dan barangsiapa yang berbuat demikian karena mencari keridhaan Allah, maka kelak Kami memberi kepadanya pahala yang besar*"[19]

Dari ayat tersebut sudah jelas bahwa semua orang Islam hendaknya membelanjakan hartanya kejalan Allah SWT. Bagi orang yang menafkahkan harta kekayaannya dijalan-Nya dengan tujuan untuk mencari keridhaan Allah akan dilipatgandakan pahalanya. Dan bahwasanya kebaikan itu dilipatgandakan mulai dari sepuluh hingga tujuh ratus kali lipat.

[18] Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'anul Karim Terjemah dan Tajwid*, h. 62
[19] Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'anul Karim Terjemah dan Tajwid*, h. 97

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Nilai-Nilai Shodaqoh

a. Adanya Pesan Dakwah dalam Shodaqoh

Dalam Ilmu Komunikasi pesan dakwah adalah *massage*, yaitu simbol-simbol. Dalam *litarature* bahasa Arab, pesan dakwah disebut *maudlu' al-da'wah.* Istilah ini lebih tepat dibanding dengan istilah 'materi dakwah' yang diterjemahkan dalam bahasa Arab menjadi *maaddah al da'wah*.[20]

Istilah pesan dakwah dipandang lebih tepat untuk menjelaskan, "isi dakwah berupa kata, gambar, lukisan dan sebagainya yang diharapkan dapat memberikan pemahaman bahkan perubahan sikap dan perilaku mitra dakwah." Jika dakwah melalui tulisan umpamanya, maka yang ditulis itulah pesan dakwah. Jika dakwah melalui lisan, maka yang diucapkan pembicara itulah pesan dakwah. Jika melalui tindakan, maka perbuatan baik yang dilakukan itulah pesan dakwah.[21]

Pada prinsipnya, pesan apa pun dapat dijadikan sebagai pesan dakwah selama tidak bertentangan dengan sumber utamanya, yaitu Al-Qur'an dan Hadis. Hal ini juga termasuk pada perbuatan shodaqoh yang didalamnya terdapat unsur pesan dakwah yakni untuk menyeru kepada sesama agar saling berbagi baik dalam hal materi maupun non materi.

[20] Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2004), h.h 318-319

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Perilaku Tolong Menolong

Sebagai makhluk sosial, manusia memerlukan hubungan dan kerja sama yang baik dengan orang lain dalam memenuhi kebutuhan hidupnya, baik kebutuhan material maupun spiritual. Islam menganjurkan manusia untuk bekerja sama dan tolong menolong (*ta'awun*) dengan sesama manusia dalam hal kebaikan. Dalam kehidupan sosial kemasyarakatan umat Islam dapat berhubungan dengan siapa saja tanpa batasan ras, bangsa dan agama.[22]

Perilaku menolong dalam Islam dikenal dengan istilah *ta'awun. Ta'awun* sendiri berasal dari bahasa Arab yang artinya "berbuat baik" sedangkan menurut istilah adalah suatu pekerjaan atau perbuatan yang didasari pada hati nurani dan semata-mata mencari ridho Allah SWT. *Ta'awun* bisa dilakukan dengan apa saja tanpa ada aturan persyaratan, semua bisa melakukannya, baik yang masih kecil muda ataupun tua, dalam mengerjakan kebaikan. *Ta'awun* juga dapat diartikan sebagai sikap kebersamaan dan rasa saling memiliki dan saling membutuhkan antara satu dengan yang lainnya, sehingga dapat mewujudkan suatu pergaulan yang harmonis dan rukun.

Perintah untuk saling menolong telah diatur dalam Al-Qur'an dalam Surah Al-Maidah ayat 2 yang artinya,

[22] Toto Suryana, Konsep dan Aktualisasi Kerukunan Antar Umat Beragama, *Jurnal Pendidikan Agama Islam,* Vol. 9 No. 2, 2011, h.128

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

”*Dan tolong menolonglah kalian dalam kebaikan dan takwa dan janganlah kalian tolong menolong dalam perbuatan dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksaan-Nya.”*

Ayat ini mengandung isi anjuran untuk saling tolong menolong kepada sesama, namun yang perlu digaris bawahi adalah tolong menolong dalam hal kebaikan dan takwa, seperti memberi sedekah kepada yang membutuhkan. Namun Islam melarang membantu seseorang yang berimbas pada hal yang bisa merugikan orang lain, seperti mencuri. Islam hanya menganjurkan untuk menolong orang lain yang mengarah pada kebaikan, dan sebaliknya Islam tidak menganjurkan untuk menolong pada hal yang dapat merugikan orang lain.

Dalam kehidupan sosial kemasyarakatan umat Islam dapat berhubungan dengan siapa saja tanpa batasan ras, bangsa dan agama selain itu dalam bersikap *ta’awun* juga tidak memandang status dan derajat juga tidak membedakan gender. Dalam tolong menolong berlaku bagi siapa saja tanpa melihat adanya perbedaan jenis kelamin. Sebagian kaum mukminin, baik laki-laki maupun perempuan adalah penolong bagi sebagian yang lain. Mereka saling menyokong karena kesamaan agama dan keimanan kepada Allah. Menganjurkan perbuatan yang *ma’ruf* (segala amal sholeh yang diperintahkan agama, seperti ibadah) dan mencegah yang mungkar (segala ucapan dan perbuatan yang dilarang agama).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Ikhlas

Ikhlas secara definisi adalah sebuah sikap kejiwaan seorang muslim yang selalu berprinsip bahwa semua amal dan jihadnya karena Allah SWT semata. Hal itu dia lakukan demi meraih ridha dan kebaikan pahala-Nya, tanpa sedikitpun melihat pada dunia, derajat, pangkat, kedudukan dan sebagainya.[23]

Muhammad Abduh dalam Jurnal *Darul Ilmi* menjelaskan ikhlas adalah ikhlas beragama untuk Allah SWT. dengan selalu menghadap kepada Nya, dan tidak mengakui kesamaanNya maupun makhluk apapun dan bukan dengan tujuan khusus seperti menghindarkan diri dari malapetaka atau untuk mendapatkan keuntungan serta tidak mengangkat selain dari Nya sebagai pelindung.

Ikhlas adalah segala yang berkenaan dengan masalah niat sebab niat merupakan titik penentu dalam menentukan amal seseorang. Orang yang ikhlas tidak dinamakan orang ikhlas sampai ia mengesakan Allah SWT. dari segala sesuatu.[24]

Ikhlas sangat besar perananannya dalam suatu ibadah, baik ibadah dalam arti khusus maupun umum. Faktor keikhlasan merupakan salah satu faktor yang menyebabkan suatu perbuatan itu dapat diterima atau ditolak oleh Allah SWT.

Tujuan yang hendak dicapai orang yang ikhlas adalah ridha Allah, bukan ridha manusia. Sehingga mereka senantiasa

[23] Ramadhan Muhammad, *Quantum Ikhlas* (Solo: Abyan, 2009) h, 9

[24] Hasiah, "Peranan Ikhlas dalam Perspektif Al-Qur'an", *Jurnal Darul Ilmi*, Vol 1, No. 2 Juli 2013, h.h 26-27

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memperbaiki diri dan terus beramal, baik dalam kondisi sendiri atau ramai, dilihat orang atau tidak, mendapat pujian atau celaan. Karena mereka yakin Allah Maha melihat setiap amal baik dan buruk sekecilpun.

Agama Islam memberikan tuntunan agar umatnya mencapai rasa ikhlas yaitu dengan mengosongkan pikiran di saat beribadah kepada Allah SWT. hanya memikirkan Allah, sholat untuk Allah, sedekah untuk Allah, dan sebagainya. Melupakan urusan duniawi dan hanya tertuju kepada Allah. Tidak memunculkan sifat riya' atau sombong dalam diri sendiri karena seseorang tidak berdaya dihadapan Allah.

Allah memberikan balasan kepada orang yang ikhlas, akan terhindar dari godaan dan rayuan serta tipu daya iblis. Seseorang yang sudah tertanam dan mengakar sikap ikhlas dalam dirinya niscaya tidak akan sanggup ditembus oleh iblis. Dan juga terhindar dari hawa nafsu yang buruk dan bebas dari kekeliruan serta kesalahan. Hawa nafsu merupakan salah satu potensi yang ada dalam diri manusia kepada kesenangan-kesenangan badaniah, dan orang yang tidak mudah diperbudak oleh hawa nafsunya adalah orang-orang yang ikhlas. Ketenangan batin akan didapatkan ketika orang bisa beribadah dengan rasa ikhlas dan khusyu' kepada Allah. Sikap ikhlas dapat membuahkan hasil yang baik dan positif pada diri seseorang. Kata ikhlas sangat

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mudah diucapkan namun sukar untuk diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari.[25]

C. Kajian Media Sosial sebagai Media Dakwah

1. Media Dakwah

Islam mewajibkan setiap muslim – muslimat untuk berdakwah walaupun hanya satu ayat. Aktualisasi diri dalam dunia dakwah tentu sebaiknya kita lakukan dalam kehidupan sehari-hari agar menjadi kebiasaan dan pembelajaran untuk diri dan orang-orang disekeliling kita. Seiring perkembangan teknologi memudahkan seseorang untuk menjalankan tugasnya sebagai Dai atau Mubaligh. Walaupun pada hakikatnya mereka bukanlah pendakwah yang sejati. Dikarenakan kewajiban berdakwah adalah kewajiban setiap muslim maka berdakwahlah sesuai dengan kadar kemampuan yang kita miliki.[26]

Media ialah alat atau wahana yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Untuk itu komunikasi bermedia (*mediated communication)* adalah komunikasi yang menggunakan saluran atau sarana untuk meneruskan suatu pesan kepada komunikan yang jauh tempatnya, dan atau banyak jumlahnya. Komunikasi bermedia ini juga disebut komunikasi tak langsung (*indirect communication)* dan

[25] Hasiah, "Peranan Ikhlas dalam Perspektif Al-Qur'an", h, 41
[26] Julis Suriani, "*Komunikasi Dakwah di Era Cyber",* Edisi Desember 2017, vol. 41, h. 9

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sebagai konsekuensinya, arus balik pun tidak terjadi pada saat komunikasi dilancarkan.[27]

Menurut Prof. Ali Aziz dalam bukunya Ilmu Dakwah mengklasifikasikan jenis media dakwah menjadi dua bagian, yaitu media tradisional (tanpa teknologi komunikasi) dan media modern (dengan teknologi komunikasi). Klasifikasi jenis media dakwah di atas tidak terlepas dari dua media penerima informasi yaitu media sensasi dan media persepsi.[28]

2. Cyberspace

Sebuah fenomena kita amati dan kita rasakan, saat ini kita memasuki suatu abad komunikasi canggih di mana manusia modern dituntut untuk lebih kreatif dalam memanfaatkan ilmu dan teknologi bagi kehidupannya. Perkembangan teknologi komunikasi yang semakin canggih membawa kemajuan dalam berbagai bidang. Saat ini tidak ada lagi pelosok dunia yang tidak lagi terjangkau dan luput dari kecanggihan komunikasi. Seluruh bagian dunia menjadi tembus pandang, membuka diri dan siap untuk berubah.[29]

Seharusnya dengan media internet inilah dakwah memainkan perannya dalam menyebarkan informasi tentang Islam ke seluruh penjuru tanpa mengenal waktu, dan tempat. Semua orang dari berbagai etnis dan berbagai agama dapat mengaksesnya dengan mudah. Tidak hanya pasif, pengguna

[27] Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah,* (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2010), h. 104
[28] Ali Aziz, *Ilmu Dakwah,* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2004), h. 407
[29] Ali Aziz, *Ilmu Dakwah,* h. 420

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

internet bisa pro aktif untuk menentang atau menyetujui atau berdiskusi tentang sebuah pemikiran keagamaan. Selain bermanfaat untuk dakwah, internet juga menyediakan informasi dan data yang kesemuanya memudahkan umat untuk berkarya.

Kegiatan dakwah dapat dilakukan dengan membuat jaringan-jaringan tentang Islam atau yang sering disebut dengan *cybermuslim*, atau *cyberdakwah*. Masing-masing *cyber* tersebut menyajikan dan menawarkan informasi Islam dengan berbagai fasilitas dan metode yang beragam variasinya.[30]

Cyber ialah dunia maya yang disebut juga dengan pemanfaatan internet. *Cyber* dapat diartikan sebagai *cyberspace* yang diambil dari data *cybernetics*. Pada mulanya istilah *cyberspace* tidak ditujukan untuk menggambarkan interaksi yang terjadi melalui jaringan komputer. Namun, pada tahun 1990 oleh John Perry Barlow istilah *cyberspace* diaplikasikan untuk dunia yang terhubung atau *online* ke internet. Kemudian diperjelas dari definisi Perry Barlow oleh Bruce Strerling pengertian *cyberspace*, yakni merupakan sebuah ruang yang tidak dapat terlihat. Ruang ini tercipta ketika hubungan komunikasi yang dilakukan untuk menyebarkan suatu informasi, dimana jarak secara fisik tidak lagi menjadi halangan.[31]

Dikarenakan aktifitas dan kesibukan yang banyak tidak semua orang dapat datang ke masjid mendengarkan ceramah,

[30] Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2004), h. 422
[31] Julis Suriani, "*Komunikasi Dakwah di Era Cyber",* Edisi Desember 2017, vol. 41,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengikuti pengajian rutin setiap minggunya atau belajar dengan para ustadz maupun ustadzah di masjid ataupun forum-forum *Islamic center*. Itulah salah satu sebab mensiasati permasalahan yang terjadi. Situasi demikian merupakan peluang sekaligus tantangan bagi para dai, akankah hanya berdakwah melalui *face to face*. Oleh karena itu para da'i dan da'iyah sebaiknya dianjurkan juga berdakwah dengan media *cyber*, tentu akan lebih menarik jika dakwah disinergikan dengan teknologi. Langkah maju dakwah dikembangkan melalui media sosial *cyber*. Pesan dakwah yang dikemas secara teknologi dan dikirimkan melalui media sosial seperti *facebook, youtube, instagram, whatsapp* maka pesan dakwah dapat tersebar disemua kalangan dan dapat diterima dengan baik oleh pecinta dakwah.

Komunikasi dakwah melalui media sosial merupakan salah satu strategi yang menarik jika diamati. Kemudahan berdakwah lewat media sosial diantaranya :

1. Pesan dakwah akan lebih cepat diterima oleh pendengarnya.
2. Jumlah jamaah bersifat heterogen dan dimana-mana tempatnya.
3. Mampu masuk disetiap lini masyarakat misalnya orang dewasa, anak-anak remaja dan yang lainnya.
4. Dapat didengarkan atau dibaca berulang-ulang oleh da'i dan da'iyah dan pecinta dakwah (pendengar dan pembaca).
5. Jarak fisik tidak menjadi halangan atau rintangan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Media Sosial Instagram

Instagram adalah *photo sharing* yang sangat populer karena memiliki nilai tambah dalam efek-efek. *Instagram* menggunakan mekanisme menyerupai *twitter,* dimana Anda bisa men*follow* orang lain dan para penggemar bisa mem-*follow* Anda. Selanjutnya Anda dapat bertukar komentar. Alasan paling tepat mengapa *Instagram* populer adalah karena memiliki banyak efek *instant* yang menarik. Sebagian efek yang ada dalam aplikasi ini mampu mengubah foto apapun menjadi tampak lebih artistik. Selain itu *Instagram* juga mendukung perekaman video yang bisa diberi efek-efek artistik.[32]

Ada beragam fitur dalam *Instagram*, antara lain :

a. Komunikan (*Follower)*

Kelebihan fitur komunikan dalam *Instagram* adalah pengguna baru dapat dengan mudah menemukan teman-teman baru di *Instagram.* Cara yang bisa dilakukan adalah dengan menghubungkan akun *Instagram* dengan jejaring lain seperti *Facebook* dan *Twitter,* dengan demikian pengguna dapat dengan mudah mendapatkan teman dan dikenali oleh teman-temannya sesama pengguna *Instagram.* Fitur komunikan merupakan salah satu unsur penting dalam satu unsur penting dalam suatu jejaring sosial seperti *Instagram* ini. Banyaknya komunikan dan jumlah tanda suka dalam foto

[32] Jubilee Enterprise, *100 Aplikasi Android Paling Dahsyat, ...,* h. 6

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mempengaruhi eksistensi pengguna akun itu sendiri. Semakin banyak komunikan maka terbukti orang tersebut sudah terkenal atau popular di *Instagram* , begitupula sebaliknya.

b. Menggungah Foto

Fitur mengunggah foto dalam jejaring sosial *Instagram* ini dapat dimanfaatkan untuk mengunggah foto dan berbagi foto kepada pengguna-pengguna lainnya. Foto yang diunggah dapat diambil dari album didalam *smartphone* atau langsung dari *drive.*

c. Kamera

Foto yang diambil melalui *Instagram* dapat diolah dengan pengaturan yang tersedia. Ada 16 efek foto yang bisa digunakan untuk menahmbah kesan artistik pada foto.

d. *Title Foto*

Setelah foto yang di*upload* tersebut disunting, maka selanjutnya ada fitur pemberian judul foto atau *caption.* Selain penambahan keterangan ada juga pembeian lokasi foto tersebut diambil, dengan adanya hal demikian mempermudah pengguna lain unuk mengetahui lokasi-lokasi mana saja yang dijadikan tempat foto. Dalam fitur ini kan pada terdapat juga pilihan untuk membagikan foto tersebut jejaring sosial lain atau hanya di bagikan di *Instagram* saja. Contoh jejaring sosial lainnya ialah *Facebook, Twitter, Tumblr, Flickr.* Jika tahap tersebut dilewati oleh pengguna, artinya hanya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dibagikan pada *Instagram* saja maka selanjutnya foto langsung bisa diunggah.

e. *Arroba (@)*

Seperti halnya jejaring sosial *Facebook* dan *Twitter*, dalam *Instagram* juga terdapat arroba atau yang biasa dikenal dengan @. Fitur arroba berguna untuk menyinggung atau menandai pengguna lain baik keterangan dalam foto maupun dalam kolom komentar. Hal tersebut semakin mempermudah pengguna untuk saling berkomunikasi karena arroba tersebut dapat muncul pada pemberitahuan si pengguna yang ditandai.

f. Label Foto atau *Hashtag* (#)

Sebuah kode yang memudahkan para pengguna untuk mencari foto dengan 'kata kunci' tertentu. Label atau *hashtag* banyak digunakan untuk melakukan publikasi dan promosi (komersil maupun non-komersil) agar foto tersebut dapat dengan mudah ditemukan dan semakin populer.

g. Tanda suka (*Love)*

Sebagai penanda bahwa pengguna lain menyukai foto. Bila sebuah foto menjadi terkenal, maka secara langsung foto tersebut akan masuk ke halaman populer.

h. Populer.

Instagram juga memiliki fitur halaman popular, kriteria yang bisa masuk dalam halaman popular adalah yang memiliki tanda suka terbanyak diantara yang lain. Jika suatu

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

foto sudah masuk dalam halaman popular maka ada kemungkinan pemilik dari foto tersebut, followers nya akan semakin banyak.

Dari beberapa *fitur* yang terdapat pada *Instagram* ini memudahkan pemilik akun *Instagram* dalam mencapai apapun dalam akun mereka termasuk ketika mereka ingin mengetahui tentang apa yang mereka inginkan, dapat ditemukan dengan mudah informasinya yang berupa foto.

D. Konseptualisasi Framing

Pada dasarnya analisis framing merupakan versi terbaru dari pendekatan analisis wacana, khususnya untuk menganalisis teks media. Gagasan mengenai framing pertama kali dilontarkan oleh Beterson tahun 1955. Mulanya *frame* dimaknai sebagai struktur konseptual atau perangkat kepercayaan yang mengorganisir pandangan politik, kebijakan dan wacana, serta yang menyediakan kategori-kategori standart untuk mengapresiasi realitas. Akhir – akhir ini, konsep framing telah digunakan secara luas dalam literatur ilmu komunikasi untuk menggambarkan proses penyeleksian dan penyorotan aspek-aspek khusus sebuah realita oleh media.

Menurut Alex Sobur dalam bukunya Analisis Teks Media Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik dan Analisis Framing, dalam prespektif komunikasi, analisis framing dipakai untuk membedah cara-cara atau ideologi media saat mengkonstruksi fakta. Analisis ini mencermati strategi seleksi,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penonjolan, dan pertautan fakta kedalam berita agar lebih bermakna, lebih menarik, lebih berarti atau lebih diingat, untuk menggiring interpretasi khalayak sesuai prespektifnya. Dengan kata lain framing adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana prespektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita.[33]

Berbeda dengan Eriyanto, framing adalah pendekatan untuk melihat bagaimana realitas dibentuk dan dikonstruksi oleh media. Proses pembentukan dan konstruksi realitas ini, hasil akhirnya adalah bagian tertentu dari realitas yang lebih menonjol dan lebih mudah tampak. Akibatnya, khalayak lebih mudah mengingat aspek-aspek yang tidak disajikan secara menonjol, bahkan tidak diberitakan, menjadi terlupakan dan sama sekali tidak diperhatikan oleh khalayak.[34]

Dengan *frame*, jurnalis memperoleh berbagai informasi yang tersedia dengan jalan mengemasnya sedemikian rupa dalam kategori kognitif tertentu dan disampaikan kepada khalayak. Sebuah realitas bisa jadi dibingkai dan dimaknai secara berbeda oleh media.

Bahkan pemaknaan itu bisa jadi akan sangat berbeda. Kalau saja ada realitas dalam arti obyektif, bisa jadi apa yang ditampilkan dan dibingkai oleh media berbeda dengan realitas obyektif tertentu.

---

[33] Alex Sobur, *Analisis Teks Media Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framming,*(Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2015), h. 162

[34] Eriyanto, *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi dan Politik Media* (Yogyakarta: LkiS, 2005), h.66

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Karena realitas pada dasarnya bukan ditangkap dan tulis, realitas sebaliknya dikonstruksi.[35]

Framing dipakai untuk membedah cara-cara atau ideologi media saat mengkonstruksi fakta. Analisis ini mencermati strategi seleksi, penonjolan, dan pertautan fakta ke dalam berita agar lebih bermakna, lebih menarik, lebih berarti, atau lebih diingat untuk mengiring interpretasi khalayak sesuai dengan perspektifnya. Dengan kata lain, framing adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang pada akhirnya menentukan fakta apa yang diambil, bagian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan serta hendak dibawa kemana berita tersebut.[36]

Beberapa tokoh mengemukakan definisi framing, dintaranya[37]:

1. Robert N. Entman

   Proses seleksi dari berbagai aspek realitas sehingga bagian tertentu dari peristiwa itu lebih menonjol dibandingkan aspek lain. Ia juga menyertakan penempatan informasi-informasi dalam konteks yang khas sehingga sisi tertentu mendapatkan alokasi lebih besar daripada sisi yang lain.

2. William A. Gamson

   Cara bercerita atau gugusan ide-ide yang terorganisir sedemikian rupa dan menghadirkan konstruksi makna

[35] Eriyanto, *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi dan Politik Media,* h. 139

[36] Nugroho, Eriyanto, Frans Sudiarsih, *Politik Media Mengemas Media,* (Jakarta: Institut Studi Arus Informasi, 1999) h. 21

[37] Eriyanto, *Analisis Framing : Konstruksi, Idiologi dan Politik Media,* h.67

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan objek suatu wacana. Cara bercerita itu terbentuk dalam sebuah kemasan (*package).* Kemasan itu semacam skema atau struktur pemahaman yang digunakan individu untuk mengkonstruksi makna pesan-pesan yang ia sampaikan, serta untuk menafsirkan makna pesan-pesan yang ia terima.

3. Todd Giltin

Strategi bagaimana realitas / dunia dibentuk dan disederhanakan sedemikian rupa untuk ditampilkan kepada khalayak pembaca. Peristiwa-peristiwa ditampilkan dalam pemberitaan agar tampak menonjol dan menarik perhatian khalayak pembaca. Itu dilakukan dengan seleksi, pengulangan, penekanan, dan presentasi aspek tertentu dari realitas.

4. David E. Snow and Robert Benford

Pemberian makna untuk menafsirkan peristiwa dan kondisi yang relevan. Frame mengorganisasikan sistem kepercayaan dan diwujudkan dalam kata kunci tertentu, anak kalimat, citra tertentu, sumber informasi dan kalimat tertentu.

5. Amy Binder

Skema interpretasi yang digunakan oleh individu untuk menempatkan, menafsirkan, mengidentifikasi, dan melabeli peristiwasecara langsung dan tidak langsung. Frame mengorganisir peristiwa yang kompleks ke dalam bentuk dan pola yang mudah dipahami dan membantu individu untuk

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengerti makna peristiwa.

6. Zhongdang Pan and Gerald M. Kosicki

Strategi konstruksi dan memproses berita. Perangkat kognisi yang digunakan dalam mengkode informasi, menafsirkan peristiwa, dan dihubungkan dengan rutinitas dan konvensi pembentukan berita.

E. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

1. Muhammad Rifat Syauqi (2011)

Penelitian yang dilakukan oleh mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah dengan judul "Analisis Framing Pemberitaan Satu Tahun Pemerintahan SBY Budiono di Harian Media Indonesia" ini membahas tentang pemberitaan satu tahun pemerintahan SBY Budiono di Harian Media Indonesia.

Persamaan dari penelitian ini adalah analisis nya, yakni sama-sama menggunakan analisis framing model Zongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Perbedaan terletak pada media yang diteliti, penelitian ini menggunakan media cetak harian Media Indonesia, sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan menggunakan media online Instagram.

2. Lu'lu'ul Isnainiyah (2018)

Judul penelitian "Analisis Framing Pesan Dakwah KH. Abdullah Gymnastiar Tentang "Hidup Jangan Dibawa Susah" Dalam Portal Kajian Al Hikam (Media Sosial Youtube).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam penelitian ini peneliti menganalisis isi dari dakwah KH. Abdullah Gymnastiar melalui video yang diuggah di akun Youtube *AA Gym Official* yang berjudul "Hidup Jangan Dibawa Susah". Fokus unit yang akan dianalisis adalah menentukan teori dakwah dalam penyampaian ceramah KH. Abdullah Gymnastiar dengan menggunakan analisis dua struktur yang ada pada model William A. Gamson dan Modiglami.

3. **Zubaidah (2010)**

Skripsi dengan judul "Analisis Framing Seputar Pemberitaan Pluralisme Pasca Wafatnya Gus Dur di Harian Kompas dan Jawa Pos Dalam Perspektif Dakwah".

Ditemukan ada perbedaan diantara dua media ini, Jawa Pos membingkai tema pluralisme pasca wafatnya Gus Dur, memandang bahwa melalui almarhum Gus Dur yang telah memberikan pengabdian terbaik untuk kemajuan agama di Indonesia. Seperti menyampaikan bahwa Islam sebagai sumber keselamatan perdamaian, keadilan, dan toleransi, menginspirasi banyak kalangan dan pemimpin agama di negeri ini dan dunia internasional.

Lain halnya dengan Kompas, tidak jauh berbeda dalam membingkai pluralisme sama dengan Jawa Pos. Namun, Kompas lebih menyatakan pemikiran Gus Dur harus tetap dilestarikan oelah penerus generasi muda. Sebab, dikhawatirkan konsep pluralisme yang telah diterapkan di negeri ini akan dirusak oleh gerakan fundamentalis dan radikalisme. Kompas menyatakan pemikiran Gus Dur yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengajarkan sekaligus mencontohkan bagaimana ber-Islam dalam konteks ke Indonesiaan akan dilanjutkan oleh pengikutnya. Persamaan dengan penelitian penulis adalah sama menggunakan model framing Pan dan Kosicki.

4. **Nisa Adilah Silmi (2018)**

Penelitian yang dilakukan oleh mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya dengan judul "Analisis Pesan Dakwah Akhlak Pada Video Akun Instagram @HijabAlila" ini membahas tentang dakwah melalui media sosial Instagram yang berupa visual grafis dan juga video yang dikemas secara menarik. Persamaan dengan penelitian penulis ialah dalam skripsi ini sama menggunakan media sosial Instagram sebagai objek penelitian.

5. **Yayu Rulia Syarof (2008)**

Skripsi dengan judul "Analisis Framing Pesan Moral Film Get Married" yang diteliti oleh mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta ini menganalisis bagaimana isi cerita film yang dibingkai oleh sang sutradara yakni Hanung Brahmantyo.

Persamaan dengan penelitian penulis ialah dalam skripsi ini menggunakan analisis framing model Pan dan Kosicki yang ditelaah dari struktur sintaksis, skrip, tematik dan retoris sesuai dengan object penelitian. Perbedaan nya terletak pada objek penelitian, jika penelitian ini menjadikan film *Get Married* sebagai object penelitian, namun

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penelitian penulis menggunakan media sosial instagram sebagai bahan penelitian.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

NO	Peneliti, Tempat, Tahun	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Muhammad Rifat Syauqi, UIN Syarif Hidayatullah, 2011	Analisis Framing Pemberitaan Satu Tahun Pemerintahan SBY Budiono di Harian Media Indonesia	Menggunakan analisis teks Framing model Zongdang Pan dan Gerald M. Kosicki.	Media yang diteliti, penelitian ini menggunkan media cetak harian Media Indonesia, sedangkan penulis menggunakan media online *Instagram.*
2	Lu'lu'ul Isnainiyah, UIN Sunan Ampel Surabaya	Analisis Framing Pesan Dakwah KH. Abdullah Gymnastiar Tentang "Hidup Jangan Dibawa Susah" Dalam Portal Kajian Al Hikam (Media Sosial Youtube)	Mengunakan analisis teks model Framing	Media yang diteliti menggunakan media Youtube
3	Zubaidah, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2010	Analisis Framing Seputar Pemberitaan Pluralisme Pasca Wafatnya Gus Dur di Harian Kompas dan Jawa Pos Dalam Perspektif Dakwah	Menggunakan analisis teks Framing model Zongdang Pan dan Gerald M. Kosicki.	Media yang diteliti, penelitian ini menggunkan media cetak harian Kompas dan Jawa Pos, sedangkan penulis menggunakan media online *Instagram.*
4	Nisa Adilah	Analisis Pesan	Menggunakan	Penelitian ini

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

	Silmi, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018	Dakwah Akhlak Pada Video Akun Instagram @HijabAlila	media online yaitu *Instagram*	menggunakan analisis semiotik sedangkan penulis menggunakan analisis framing.
5	Yayu Rulia Syarof, UIN Syarif Hidayatullah, 2008	Analisis Framing Pesan Moral Film *Get Married*	Menggunakan analisis framing model Pan dan Kosicki yang ditelaah dari struktur sintaksis, skrip, tematik dan retoris sesuai dengan *object* penelitian.	Pada objek penelitian, jika penelitian ini menjadikan film *Get Married* sebagai *object* penelitian, namun penelitian penulis menggunakan media sosial *instagram* sebagai bahan penelitian.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Menurut Jalaludin Rahmad penelitian kualitatif adalah penelitian yang berusaha menurunkan pemecahan yang ada sekarang berdasarkan data-data di penyajian data, menganalisis dan menginterpretasikan, penelitian ini tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis dan membuat prediksi.[1]

Sedangkan menurut Denzin dan Lincoln sebagaimana dikutip oleh Lexy J. Moleong, menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada. Dari segi pengertian ini para penulis masih tetap mempersoalkan latar alamiah dengan maksud agar hasilnya dapat digunakan untuk menafsirkan fenomena dan yang dimanfaatkan untuk penelitian kualitatif adalah berbagai macam metode penelitian. Dalam penelitian kualitatif metode yang biasanya dimanfaatkan adalah wawancara, pengamatan, dan pemanfaatan dokumen.[2]

Jenis penelitian yang berupa skripsi dengan judul "Konstruksi Nilai-nilai Shodaqoh dalam Akun Instagran Aldilla Dharma (Analisis

[1] Jalaludin Rahmad, *Metode Penelitan Komunikasi, (*Bandung; Pt. Remaja Rosdakarya, 1984), h. 24

[2] Lexy J. Moleong, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2017), h. 5

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Framing model Zhongdang Pan and Gerald M. Kosicki) ini menggunakan jenis penelitian non kancah atau studi *literature* dengan metode analisis teks media. Analisis teks media merupakan jenis penelitian yang memanfaatkan teknik analisa dan studi kepustakaan dengan objek kajian media. Terdapat beberapa jenis model analisis teks media dintaranya analisis wacana, analisis semiotik dan analisis framing.

Penelitian ini menggunakan analisis framing. Menurut Arie S. Soesilo dan Philo C. Wasburn sebagaimana dikutip oleh Eriyanto, menjelaskan framing adalah pendekatan untuk melihat bagaimana realitas itu dibentuk dan dikonstruksi oleh media. Proses pembentukan dan konstruksi realitas itu, hasil akhirnya adalah adanya bagian tertentu dari realitas yang lebih menonjol dan lebih mudah dikenal. Akibatnya, khalayak lebih mudah mengingat aspek-aspek tertentu yang disajikan secara menonjol oleh media. Aspek-aspek yang tidak disajikan secara menonjol, bahkan tidak diberitakan, menjadi terlupakan dan sama sekali tidak diperhatikan oleh khalayak. Framing adalah sebuah cara bagaimana peristiwa disajikan oleh media. Penyajian tersebut dilakukan dengan menekankan bagian tertentu, menonjolkan aspek tertentu, dan membesarkan cara bercerita tertentu dari suatu realitas atau peristiwa. Di sini media menyeleksi, menghubungkan, dan menonjolkan peristiwa sehingga makna dari peristiwa lebih mudah menyentuh dan diingat oleh khalayak.[3]

[3] Eriyanto, *Analisis Framing,* (Yogyakarta: LKiS, 2005), h. 66

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Unit Analisis

Unit analisis merupakan sesuatu yang berkaitan dengan fokus yang di teliti. Unit analisis adalah suatu penelitian yang dapat berupa benda, individu, kelompok, wilayah dan waktu tertentu sesuai dengan fokus penelitiannya dan pada penelitian kualitatif pada dasarnya analisis data mempergunakan pemikiran logis, analisis dengan logika, dengan induksi, deduksi, analogi, komparasi, dan sejenisnya. [4]

Unit analisis dalam penelitian ini adalah "Konstruksi Nilai-nilai Shodaqoh dalam akun Instagram Aldilla Dharma". Data diambil dari *Instastory* pada akun @aldilladharma yang diunggah pada tanggal 21 April 2018.

C. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti dalam hal ini ialah dokumentasi. Dokumentasi bukan berarti hanya studi *historis*, melainkan studi dokumen berupa data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih aktual. Studi dokumentasi berproses dan berawal dari menghimpun dokumen, memilih-milih dokumen sesuai dengan tujuan penelitian, menerangkan dan mencatat serta menafsirkannya serta menghubungkan-hubungkan dengan fenomena lain.[5] Dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini berupa dokumentasi teks dalam *Instagram story* @aldilladharma mengenai ajakan untuk bershodaqoh.

---

[4] Suharsini Ari Kunto, *Prosedur Penelitian Pendekatan Praktis* (Jakarta: PT Bina Aksara) h. 149
[5] Wardi Bachtiar, *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Logos Wacana Ilmu,1997), h. 77

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Selain itu teknik pengumpulan data lain dalam penelitian ini menggunakan buku-buku referensi media dan komunikasi, *web,* jurnal yang digunakan sebagai pelengkap data peneliti.

D. Tahapan Penelitian

Adapun tahapan penelitian yang peneliti lakukan adalah sebagai berikut:

a. Menemukan Tema

Sebelum melakukan penelitian, langkah awal yang harus dilakukan peneliti ialah menentukan tema apa yang akan di teliti. Pemilihan tema ini merupan tahap yang penting, sebab berhubungan dengan tidak lanjut dari penelitian.

Diawali dengan mencari, mengumpulkan kemudian menyeleksi tema apa yang tepat untuk penelitian yang disalamnya terdapat unsur dakwah di dalamnya. Dalam penelitian ini, peneliti memutuskan untuk meneliti tentang dakwah menggunakan fitur *instastory* dalam media sosial *Instagram* pada akun @aldilladharma.

b. Merumuskan Masalah

Pemilihan tema dari penelitian ini dirasa masih sangat umum, sehingga agar lebih fokus, penulis merumuskan batasan masalah sebagai topik utama penelitian sehingga pembahasannya tidak meluas.

c. Menentukan Metode Penelitian

Setelah mengetahui rumusan masalah yang dibuat, langkah selanjutnya ialah menentukan metode penelitian yang akan di gunakan sebagai penunjang penelitian. Ada dua macam metode penelitian, yaitu metode kuantitatif dan metode kualitatif. Penulis menggunakan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penelitian kualitatif dengan analisis framing dan model penelitiannya menggunakan teori dari Zhongdang Pan and Gerald M. Kosicki.

d. Melakukan Analisis Data

Data dalam penelitian ini berupa dokumentasi teks dalam *Instastory* pada akun @aldilladharma mengenai ajakan untuk bershodaqoh. Selain itu teknik pengumpulan data lainnya dalam penelitian ini menggunakan buku-buku referensi media dan komunikasi, *web*, jurnal yang digunakan sebagai pelengkap data peneliti.

e. Memberikan Kesimpulan

Pada tahap ini penulis menyimpulkan hasil dari penelitian yang di dapat serta memberikan saran yang diperuntukan kepada penelitian yang akan mendatang. Sehingga penelitian ini dapat berkembang menjadi lebih baik.

E. Teknik Analisis Data

Pada tahap analisis data ini, penulis melakukan analisis terhadap *object* yang diteliti dengan menggunakan metode dan model yang digunakan dalam penelitian. Peneliti menggunakan analisis teks framing model Zhongdang Pan *and* Gerald M. Kosicki ini adalah salah satu model yang paling populer dan sering digunakan dalam penelitian analisa isi teks media. Sedangkan menurut Zhongdang Pan and Gerald M. Kosicki sebagaimana dikutip oleh Eriyanto ada dua konsepsi framing yang saling berkaitan, antara lain:[6]

[6] Wardi Bachtiar, *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*, h. 252

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1) Konsepsi psikologis, framming dalam konsepsi ini lebih menekankan pada bagaimana seseorang memproses informasi daam dirinya. Framing dilihat sebagai penempatan informasi dalam suatu konteks khusus dan menempatkan elemen tertentu dari suatu isu dengan penempatan lebih menonjol dalam kognisi seseorang. Elemen-elemen yang diseleksi itu menjadi lebih penting dalam mempengaruhi pertimbangan seseorang saat membuat keputusan tentang realitas.
2) Konsepsi sosiologis, framing dipahami sebagai proses bagaimana seseorang mengklarifikasikan, mengorganisasikan, dan menafsirkan pengalaman sosialnya untuk mengerti dirinya dan realitas di luar dirinya.

Dalam model analisis framming Pan dan Kosicki, kedua konsepsi tersebut diintegrasikan. Konsepsi psikologis melihat *frame* semata sebagai persoalan internal pikiran seseorang, dan konsepsi sosiologis melihat *frame* dari sisi lingkungan sosial yang dikonstruksi seseorang.

Perangkat framing yang digunakan model ini dibagi dalam empat struktur besar, yaitu struktur sintaksis (penyusunan peristiwa dalam bentuk susunan umum berita), struktur skrip (bagaimana wartawan menceritakan peristiwa ke dalam bentuk berita), struktur tematik (bagaimana wartawan mengungkapkan pandangannya atas peristiwa ke dalam preposisi, kalimat, atau hubungan antar kalimat yang membentuk teks secara keseluruhan), dan struktur retoris (bagaimana wartawan menekankan arti tertentu ke dalam berita).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Adapun penjabaran dari keempat struktur tersebut adalah sebagai berikut:[7]

a) Sintaksis

Umumnya, sintaksis adalah susunan kata atau frase dalam kalimat. Pada berita, sintaksis menunjuk pada pengertian susunan dari bagian berita dalam satu kesatuan teks berita secara keseluruhan. Bentuk sintaksis yang paling banyak digunakan adalah piramida terbalik yang dimulai dengan judul, *lead*, episode, latar dan penutup.

Judul digunakan untuk menunjukan bagaimana wartawan mengkonstruksi suatu isi, seringkali dengan menekankan makna tertentu lewat pemakaian tanda baca khusus. Selain judul, *lead* adalah perangkat sintaksis lain yang sering digunakan.

Lead yang baik biasanya memberikan sudut pandang dari berita dan menunjuk perspektif tertentu dari realita yang diberitakan. Bagian berita lain yang penting diperhatikan adalah pengutipan sumber berita. Bagian ini sering dimaksudkan untuk menampakan objektivitas.

b) Skrip

Laporan berita sering disusun sebagai suatu cerita. Hal ini disebabkan oleh dua hal. Pertama, banyak laporan berita yang berusaha menunjukan hubungan peristiwa yang ditulis dengan peristiwa sebelumnya. Kedua, berita umumnya mempunyai

[7] Eriyanto, *Analisis Framing,* (Yogyakarta: LKiS,2005), h. 257

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

orientasi menghubungkan teks yang ditulis dengan lingkungan pembaca.

Karenanya, peristiwa biasanya sengaja diramu sedemikian rupa dengan melibatkan unsur emosi dan menampilkan peristiwa tampak sebagai sebuah kisah dari awal adegan, klimaks, hingga akhir. Cara menceritakan suatu peristiwa dapat menjadi penanda *framming* yang ingin ditampilkan. Bentuk umum dari struktur skrip ini adalah pola 5W+1H, *who, what, when, where, why,* dan *how*. Unsur kelengkapan berita ini dapat menjadi penanda *framming* yang penting.

Skrip adalah salah satu strategi wartawan dalam mengkonstruksi berita, bagaimana suatu peristiwa dipahami melalui cara tertentu dengan menyusun bagian-bagian dengan urutan tertentu. Skrip memberikan tekanan mana yang didahulukan dan bagian mana yang dipakai untuk menyembunyikan informasi penting.

c) Tematik

Struktur tematik dapat diamati dari bagaimana peristiwa itu diungkapkan atau dibuat oleh wartawan. Struktur tematik berhubungan dengan bagaimana fakta itu ditulis, kalimat yang dipakai, penempatan dan penelitian sumber ke dalam teks berita secarara keseluruhan.

Seorang wartawan mempunyai tema tertentu atas suatu peristiwa dalam menulis berita. Koherensi antar kata, proposisi,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

atau kalimat merupakan beberapa elemen yang dapat diamati dari struktur ini.

d) Retoris

Struktur retoris dari wacana berita menggambarkan pilihan gaya atau kata yang dipilih oleh wartawan untuk menekankan arti yang ingin ditonjolkan oleh wartawan.

Ada beberapa elemen struktur retoris yang dipakai oleh wartawan. Terpenting adalah leksikon dan pemilihan kata untuk menandai atau menggambarkan peristiwa. Dengan demikian, pilihan kata yang dipakai tidak semata-mata hanya karena kebetulan, tetapi juga menunujukan bagaimana pemaknaan seseorang terhadap fakta atau realitas. Peristiwa yang sama dapat digambarkan dengan pilihan yang berbeda-beda.

Selain lewat kata, penekanan pesan dalam berita juga dapat dilakukan dengan menggunakan unsur grafis. Elemen grafis muncul dalam bentuk foto, gambar, dan tabel untuk mendukung gagasan atau untuk bagian lain yang tidak ingin ditonjolkan. Elemen grafis memberikan efek kognitif, mengontrol perhatian secara intensif, dan menunujukan apakah suatu informasi itu dianggap penting dan menarik sehingga harus menjadi fokus. Berikut skema model *Framming* Pan dan Kosicki.[8]

[8] Alex Sobur, *Analisis Teks Media Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framming,*(Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2015), h. 176

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Skema 3.1

Kerangka Framming Pan dan Kosicki

STRUKTUR	PERANGKAT FRAMMING	UNIT YANG DIAMATI
SINTAKSIS Cara wartawan menyusun fakta	1. Skema berita	*Headline, lead,* latar informasi, kutipan, sumber, pernyataan, penutup
SKRIP Cara wartawan mengisahkan berita	2. Kelengkapan berita	5W+1H
TEMATIK Cara wartawan menulis fakta	3. Detail 4. Maksud kalimat, hubungan 5. Nominalisasi 6. Koherensi 7. Bentuk kalimat 8. Kata ganti	Paragraf, proposisi
RETORIS Cara wartawan menekankan fakta	9. Leksikon 10. Grafis 11. Metafor 12. Pengandaian	Kata, idiom, gambar/foto, grafik

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Deskripsi Obyek Penelitian

1. Sejarah Berani Berhijrah

Akun Berani Berhijrah dibuat pada 4 Mei 2014. Sebuah akun sebagai media dakwah ini dibuat karena sebuah keresahan seorang pencetusnya. Resah karena hidup jauh dari agama, resah ditengah keramaian dunia tapi ada yang kosong dihati. Gemerlap lampu kota tidak mampu menerangi suramnya hati, karena jauh dari sang pemberi cahaya. Pada Mei 2014 di hari menjelang habisnya bulan Ramadhan, terbentuklah akun @beraniberhijrah. Dengan *Tagline* "Menjadi Lebih Baik" ingin mengajak para *followers* untuk menjalani hidup dengan lebih baik, dari berbagai aspek terutama aspek agama.

Pada waktu itu sang *founder* melihat adanya pemisah antara anak muda dengan agama. Anak muda cenderung anti dengan agama, dan memisahkan hidupnya dengan agama. Agama dianggap sebagai sesuatu yang kuno dan cukup dipakai di masjid saja. Berangkat dari kegelisahan inilah, Aldilla Dharma sebagai pencetus akun Berani Berhijrah membuat sebuah gerakan dengan tujuan untuk mengajak anak-anak muda untuk menjadi lebih baik, dan dekat dengan agama.

Saat awal berdirinya akun @beraniberhijrah banyak kajian-kajian yang dibuat. Bersama dengan teman-teman yang juga ingin berhijrah, @beraniberhijrah mengadakan kajian setiap satu bulan sekali. Kajian-kajian tematik itu diisi oleh ustadz-ustadz secara

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bergantian. Kegiatan tersebut berjalan hingga tahun kedua, yakni 2016. Pada pertengahan tahun, kajian-kajian tersebut tidak dilakukan lagi karena pada tahun tersebut @beraniberhijrah sedang dalam proses mempersiapkan sesuatu yang lebih bermanfaat.

Pada awal tahun ketiga, akhirnya @beraniberhijrah mendirikan yayasan Berani Berhijrah. Yang mana yayasan ini tidak hanya berfokus pada masalah agama. Namun juga fokus terhadap *habluminnallah* dan *habluminannas* yaitu hubungan dengan Allah dan hubungan dengan sesama manusia. Yayasan Berani Berhijrah mengajak untuk berhijrah tidak hanya berhijrah kepada Allah namun juga pada kehidupan sosial. Melalui yayasan ini pergerakan Berani Berhijrah mulai meluas namun tidak meninggalkan segi agama. Kini Yayasan Berani Berhijrah telah didukung oleh Lembaga *Ittihadul Muballighin* (LIM) dari Pondok Pesantren Lirboyo Kediri dan juga dari UMMI Foundation. Kajian-kajian yang dulu pernah dibuat, kini diganti dengan kegiatan belajar dikelas. Melalui "Kelas Cerdas" Berani Berhijrah memfasilitasi anak muda untuk belajar agama dibawah pengawasan lembaga yang kredibel.[1]

2. Profil Aldilla Dharma Wijaya

Bagi setiap muslim, dakwah merupakan suatu kewajiban yang harus dilaksanakan. Aldilla Dharma Wijaya merupakan pemuda yang pada awalnya kurang dalam ilmu agama secara mendalam sehingga dia mulai mencari ustadz untuk mendampingi hijrahnya.

[1] Berani Berhiijrah, Milad Berani Berhijrah (https://ramadhanbersamabb.wordpress.com/2017/05/04/milad-berani-berhijrah/). Diakses pada 9 Januari 2019 pukul 10:32 WIB)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari proses hijrah inilah dia mulai mengajak orang lain untuk menjadi pribadi yang lebih baik lagi.

Dewasa ini banyak anak muda yang menggunakan media sosial *instagram* untuk berinteraksi dengan orang lain, sehingga mendorong Aldilla Dharma untuk menyebarkan kebaikan dengan membuat akun *instagram* @beraniberhijrah. Akun ini telah memiliki tiga juta pengikut yang terus bertambah setiap harinya. Melalui akun @beraniberhijrah, Aldilla Dharma juga berhasil merambah media dakwah dengan menerbitkan buku yang berjudul "Jangan Pernah Menyerah" dan berhasil menjadi buku *best seller* di tahun 2016. Selain itu melalui akun ini Aldilla Dharma mulai dikenal oleh masyarakat luas sehingga Aldilla Dharma diundang sebagai pembicara diberbagai acara seminar.

Selain di akun @beraniberhijrah, Aldilla Dharma juga berdakwah di akun instagram pribadinya, yakni @aldilladharma yang telah memiliki 147.000 pengikut.

Melihat begitu banyak pengikut yang antusias terhadap apa yang di unggah oleh Aldilla, maka dia memanfaatkan fitur *instastory* di *instagram* pribadinya untuk kepentingan *ummat.* Dia menggunakan *instastory* sebagai media dakwah, yakni dengan menyeru dan mengajak *followers* nya untuk ikut bershodaqoh dalam pembangunan dan renovasi pondok di daerah Kediri dan Nganjuk, serta untuk pembangunan TPQ di daerah Kediri. Namun dalam penelitian ini

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

peneliti hanya fokus terhadap *project* pembangunan Pondok Pesantren Al Mukmin di Nganjuk, Jawa Timur.

3. Kontak

Alamat : Jalan RA. Kartini No. 30B, Kabupaten Kediri, Jawa Timur

Telepon : 082299993839

Whatsapp : 082299993839

Line : @beraniberhijrah

Instagram : @beraniberhijrah / @aldilladharma

Telegram : m.me/officialberaniberhijrah

E-mail : beraniberhijrah@gmail.com

Web : ramadhanbersamabb.wordpress.com

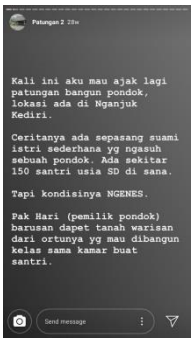
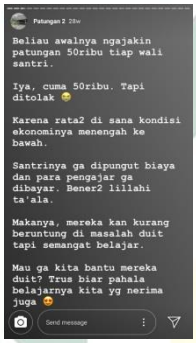
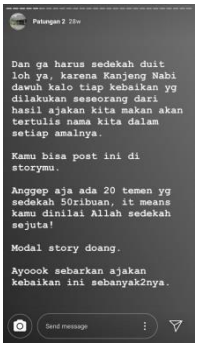
B. Penyajian Data

Sedekah (Pondok Pesantren Al Mukmin Nganjuk)

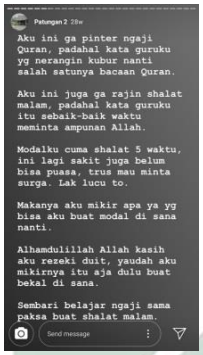
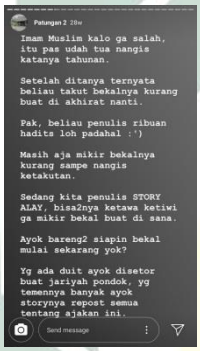
Tabel 4.1 Penyajian Data

	Terlihat di story pertama Aldilla mengajak para followers untuk ikut bersedekah. Ataupun hanya membantu menyebarkan ajakan untuk bersedekah lewat story instagram.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

	Aldilla menjelaskan kondisi pondok pesantren yang akan diberi sumbangan hasil dari sedekah para followers. Disini dia menekankan dengan kata "*Ngenes*" agar lebih menarik simpati.
	Aldilla memaparkan bahwa di lokasi pondok rata-rata warga nya memiliki ekonomi menengah kebawah, bahkan sekitar 150 santri disana tidak dipungut biaya dan para pengajar tidak dibayar.
	Gambar lokasi pondok sasaran hasil sedekah para followers. Terlihat bangunan tua yang sudah rapuh. Dengan bahasa santai, dia meyakinkan followers untuk mau bersedekah.
	Dia menjelaskan tidak harus dengan sedekah uang namun juga bisa menyebarluaskan ajakan sedekah pondok ini ke akun-akun sosial media yang lainnya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

	Walaupun seseorang itu tidak ahli ibadah tapi menurut nya, dengan sedekah mampu mendekatkan kita dengan surga Allah. Dia mengajak untuk mendekatkan diri kepada Allah dengan cara yang ringan dan bisa dikerjakan semuanya.
	Dia memberikan sebuah ilustrasi seorang ahli ibadah namun masih merasa bekal akhiratnya kurang. Sedangkan kita yang orang biasa, bisa santai terhadap keadaan. Dia mengajak kepada followers untuk menyiapkan uang untuk disedekahkan.
	Aldilla mengingatkan untuk menunjuki kebaikan kepada orang lain dengan sebuah hadist "*Barangsiapa yang menunjuki kepada kebaikan maka dia akan mendapatkan pahala seperti pahala orang yang mengerjakannya"* (H.R Muslim)
	Dan dia juga menekankan bahwa kita juga berhak berharap kepada Allah atas hasil sedekah selama satu minggu senilai 1 milyar rupiah, yang nantinya akan disumbangkan untuk renovasi pondok pesantren Al Mukmin Nganjuk.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

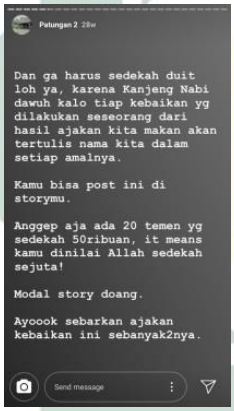
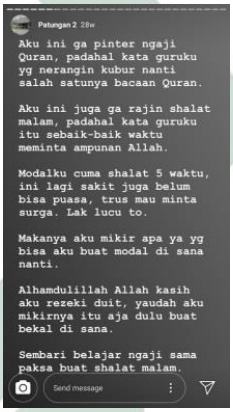
C. Analisis Data

Dari data yang diperoleh dan dipaparkan sebelumnya, penulis berusaha untuk menjelaskan temuan dari hasil penelitian. Temuan tersebut berkaitan dengan judul penelitian ini, Konstruksi Nilai-Nilai Shodaqoh dalam Akun Instagram @aldilladharma yang disajikan berdasarkan analisis framing model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki.

Sedekah (Pondok Pesantren Al Mukmin Nganjuk)

a. Nilai Dakwah yang Ingin Disampaikan

Tabel 4. 2 Nilai Pesan Dakwah

Objek	
	
Keterangan	
Dalam instastory ini Aldilla ingin mengajak kepada khalayak untuk menebar kebaikan, saling mengingatkan pada kebajikan agar lebih dekat kepada Allah SWT.	

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Melalui *instastory* ini, pada gambar pertama Aldilla menyampaikan bahwa sedekah tidak harus dengan uang, namun menyebarkan ayat kebaikan juga dihitung sebagai sedekah. Pun juga kebaikan yang orang lain kerjakan karena hasil dari ajakan kita, maka kita akan mendapatkan pahalanya juga. Pesan itu ia sampaikan dengan *gamblang* dan jelas sehingga mudah diterima oleh pembaca, yang mana sasarannya ialah para remaja.

Berdasarkan penjelasan tersebut, pesan dakwah yang terdapat pada *instastory* ajakan bersedekah adalah, bahwa sesungguhnya shodaqoh tidak hanya dengan materi saja, namun juga bisa dengan berbuat kebaikan untuk sesama. Seperti yang sudah dibahas di Bab II, dalam Agama Islam, bentuk-bentuk shodaqoh memiliki arti luas bukan hanya berbentuk materi tetapi mencakup semua kebaikan baik bersifat fisik maupun non fisik. Misalnya, memberikan sesuatu dalam bentuk materi kepada orang lain, berbuat baik dan menahan diri dari kejahatan, melangkahkan kaki ke jalan Allah, mengucapkan dzikir, mengingatkan kebaikan kepada orang lain dan mencegahnya dari kemungkaran, hingga memberikan senyuman kepada orang lain. Melihat uraian tersebut, bahwa benda yang disedekahkan bukan hanya terbatas pada materi semata namun mencakup segala macam kebaikan.[2]

Pada gambar kedua menjelaskan bahwa :

[2] Abdul Rahman Ghazali, dkk, *Fiqh Muamalat, (*Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), h. 155

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

"Aku ini ga pinter ngaji Quran, padahal kata guruku yang nerangin kubur nanti salah satunya bacaan Quran."
"Aku ini juga ga rajin shalat malam, padahal kata guruku itu sebaik-baiknya waktu meminta ampunan Allah."

Pemilihan kata "*ngaji Quran* dan *shalat malam*" dipilih karena ibadah ini yang bisa dilaksanakan kapan saja namun pelaksanaannya membutuhkan niat yang kuat. Aldilla bisa saja menggantikan dengan kata "*ibadah haji"* namun Aldilla memilih menggunakan kata "*ngaji Quran* dan *sholat malam"* karena jika misalnya menggunakan *"ibadah haji"* maka pembaca akan berpikir ulang untuk melakukannya. Karena beribadah haji membutuhkan waktu dan modal yang cukup sehingga hal ibadah ini tidak bisa dikerjakan sewaktu-waktu. Pemilihan kata "*ngaji Quran* dan *sholat malam*" ini dipilih karena bahasanya ringan dan bisa dilakukan setiap hari sehingga lebih *ngena* di hati para pembaca akun instagram @aldilladharma yang memiliki 147 ribu *followers* dengan mayoritas kalangan remaja ini.

Aldilla juga menuliskan

"Modalku cuma shalat 5 waktu, ini lagi sakit juga belum bisa puasa, trus mau minta surga. Lak lucu to"

Disini dia menjelaskan keaadannya sedang terbaring sakit, ibadah belum bisa maksimal namun yang bisa dia lakukan ialah shodaqoh materi. Secara tidak langsung, dia mengingatkan kepada pembaca, ketika keadaan fisik tidak mumpuni untuk beribadah yang lainnya kepada Allah, namun disisi lain Allah masih menitipkan rezeki kepada kita, maka sebaiknya rezeki tersebut disumbangkan kepada yang lebih membutuhkan. Dengan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

seperti ini akan semakin memperbaiki hubungan kita dengan manusia khusunya kepada Allah SWT.

Pada gambar ketiga dituliskan sabda Rasulullah Shalalahu'alaihi Wasallam:

مَنْ دَ لَّ عَلَى خَيْرٍفَلَهُ مِثْلُ اَجْرِفَاعِلِهِ

Artinya: "*Barangsiapa yang menunjukan suatu kebaikan maka dia akan mendapatkan pahala seperti pahala - pahala orang yang mengerjakannya.*" (H.R Muslim No. 1893)

Sedangkan nilai shodaqoh dari data ini diambil dari kutipan dia yang berbunyi *"Alhamdulillah Allah kasih aku rezeki duit, yaudah aku mikirnya itu aja dulu buat bekal disana"* dan sebelumnya dia telah menjelaskan keadaan dia sedang terbaring sakit dibuktikan dengan kutipan *"Modalku cuma shalat 5 waktu, ini lagi sakit juga belum bisa puasa, trus mau minta surga. Lak lucu to"* disini mengingatkan kepada pembaca bahwa tindakan shodaqoh dinilai dengan tolong menolong, yang mana keadaan fisik tidak menjadi halangan untuk beramal shalih.

Maksud pesan dakwah dalam *story* ajakan bersedekah oleh Aldilla ini ialah jika kita menunjukan kebaikan kepada orang lain dan orang tersebut mengerjakannya, maka akan mendapatkan pahala seperti orang yang mengerjakan.

Aldilla berharap kepada pembaca apabila belum bisa bersedekah, setidaknya bisa menyeru kepada khalayak umum untuk bersedekah khususnya untuk pembangunan Pondok Pesantren Al-Mukmin, Nganjuk. Dengan cara me-*repost* atau menyebarluaskan info tersebut dan diunggah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ke sosial media masing-masing pembaca, dengan cara ini akan ada banyak orang mengerti adanya informasi tersebut. Disini peran teknologi sangat bermanfaat sekali, hanya dalam hitungan detik sebuah informasi atau berita bisa menyebar keseluruh penjuru dunia.

Seperti dicantumkan dalam buku Ilmu Dakwah, Ali Aziz menjelaskan perkembangan teknologi komunikasi yang semakin canggih membawa kemajuan dalam berbagai bidang. Saat ini tidak ada lagi pelosok dunia yang tidak lagi terjangkau dan luput dari kecanggihan komunikasi. Seluruh bagian dunia menjadi tembus pandang, membuka diri dan siap untuk berubah.[3]

Tabel 4.3 Analisis Framing Nilai Pesan Dakwah

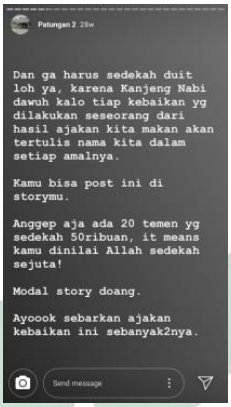
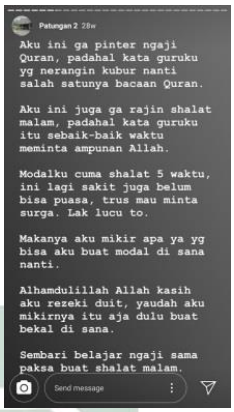
Elemen	**Strategi Penulisan**
Sintaksis	Penulis cerita mengangkat permasalahan dengan mendeskripsikan bagaimana keadaan pondok pesantren Al Mukmin dan menyeru kepada khalayak agar bersedekah dan hasilnya untuk renovasi pondok tersebut.
Skrip	Penulisan cerita ini jauh dari 5W+1H, namun pembaca mampu memahami dengan jelas karena penulis cerita mampu mendeskripsikan dengan teks yang ringan dan mudah diterima.
Tematik	(1) cara penulis menekankan pada ajakan sedekah (2) cara penulis mengajak untuk menunjukan pada jalan kebaikan
Retoris	Penulis cerita disini menekankan fakta dengan diimbuhinya sebuah foto bangunan *reyot* atau bangunan tak layak huni sebagai tempat tinggal santri, agar menarik simpati khalayak untuk bersedekah.

[3] Ali Aziz, *Ilmu Dakwah,* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2004), h. 420

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Nilai Tolong Menolong

Tabel 4.4 Nilai Tolong Menolong

Objek	
	
Keterangan	
Nilai tolong menolong disini ditunjukan dengan kutipan "*Anggap saja ada 20 temen yang sedekah 50ribuan, it means kamu dinilai Allah sedekah sejuta! Ayoook sebarkan ajakan kebaikan ini sebanyaknya"* dan pada gambar keduaditunjukan dengan kutipan *"Alhamdulillah Allah kasih aku rezeki duit, yaudah aku mikirnya itu aja dulu buat bekal disana (akhirat)"*	

Sedekah sangat erat hubungannya dengan tolong menolong, yang mana manusia sebagai makhluk sosial tidak bisa lepas dari orang lain dalam keadaan apapun pasti membutuhkan orang lain. Seperti yang tercantum dalam Al-Qur'an Surah Al Maidah ayat 2 tentang perintah untuk saling tolong menolong yang artinya

> "*Dan tolong menolonglah kalian dalam kebaikan dan takwa dan janganlah kalian tolong menolong dalam perbuatan dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksaan-Nya.*"

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Ayat ini dengan jelas memerintahkan manusia untuk saling berbuat kebaikan dan bertakwa kepada Allah. Namun yang perlu diperhatikan ialah tolong menolong dalam hal kebaikan, seperti mengajak untuk sedekah, mengajak untuk menghindari kemaksiatan, dan lain sebagainya. Bukan tolong menolong dalam hal keburukan seperti mencuri, berbohong, dan yang lainnya.

Nilai tolong menolong yang terkandung dalam *instastory* diatas ditekankan dengan kalimat "*Anggep aja ada 20 temen yang sedekah 50ribuan, it means kamu dinilai Allah sedekah sejuta!"*. Penulis cerita mengemas dengan sederhana, hanya dengan tolong menolong menunjukan jalan kebaikan maka pahala dari orang yang mengerjakan juga akan mendapatkan pahala yang sama.

Disini pembaca secara tersirat diminta untuk menyebarluaskan informasi ini dengan cara me-*repost* atau mengupload ulang story tersebut ke beberapa akun sosial media yang dimiliki, dengan cara ini maka akan semakin banyak khalayak yang ikut bersumbangsih dalam pembangunan Pondok Al Mukmin di Nganjuk Jawa Timur.

Seruan untuk menunjukan pada kebaikan jelas terlihat dengan penggunaan kalimat "*Ayoook sebarkan ajakan kebaikan ini sebanyak-banyaknya.*" Dengan pemakaian kata "*Ayoook*" agar terlihat menggebu-gebu dalam beramal dari pada menggunakan kata "*Mari kita*" yang cenderung kurang bersemangat.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sedangkan pada gambar kedua poin tolong menolong dia tulis dengan "*Alhamdulillah Allah kasih aku rezeki duit, yaudah aku mikirnya itu aja dulu buat bekal disana*"

Bagaimana pun dengan keadaan dan kondisi kita saat ini, kita patut bersyukur kepada Allah SWT. atas apa yang masih kita miliki, salah satunya ialah dengan bersedekah kepada yang membutuhkan sebagai bentuk tolong menolong kepada sesama.

Dalam story tersebut disebutkan "*disana*", maksud dari kata ini ialah "*akhirat*". Penggunaan kata "*disana*" dinilai lebih halus dan terkesan lembut dibanding dengan kata "*akhirat*". Dakwah harus halus masuk kehati pada mad'u tujuan nya tidak lain dan tidak bukan ialah agar mampu diterima dengan mudah sehingga tidak terkesan memerintah dengan ucapan yang kasar.

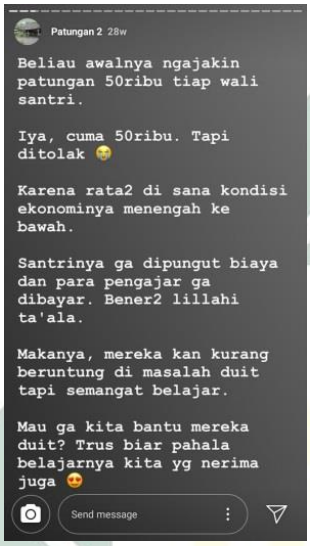
Tabel 4.5 Analisis Nilai Tolong Menolong

Elemen	**Strategi Penulisan**
Sintaksis	Penulisan cerita tentang bagaimanapun keadaan kita, kita masih bisa beribadah, khususnya dalam bersedekah.
Skrip	Cara penulis cerita mengisahkan sebuah fakta yang mana dia memberi gambaran jika kita bisa menunjukan kebaikan bisa dengan mudah mendapatkan pahala sama seperti orang yang mengerjakannya.
Tematik	(1) menunjukan jalan kebaikan kepada orang lain (2) bagaimanapun keadaan kita tidak ada halangan untuk beramal
Retoris	Penekanan kata "sedekah" diulang sebagai penekanan bekal atau amal kita di akhirat kelak.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Nilai Ikhlas

Tabel 4.6 Nilai Ikhlas

Objek	Keterangan
	Dalam story ini mendeskripsikan bagaimana keadaan ekonomi warga sekitar Pondok Pesantren Al Mukmin Nganjuk yang rata-rata menengah kebawah. Bahkan para santri tidak dipungut biay dan para pengajar tidak dibayar. Aldilla mengajak kepada pembaca agar bersedia menyisihkan sedikit rezeki untuk para santri dan pengajar disana.

Nilai ikhlas dalam story ini digambarkan dengan "*Para pengajar ga dibayar, bener-bener lillahi ta'ala*" dalam pembahasan sebelumnya bahwa shodaqoh tidak hanya berwujud dengan materi semata namun juga bisa dengan sikap kebaikan yang disampaikan. Contohnya pada kasus yang Aldilla jelaskan disini, para pengajar telah menyumbangkan tenaga dan pikiran untuk membagikan ilmu mereka kepada para santri meski tanpa dibayar.

Penggunaan kata "*bener-bener*" disini mengandung makna penekanan. Yang berarti apa yang sudah dikerjakan para pengajar sungguh-sungguh sepenuh hati.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sebelum memaparkan keadaan para pengajar, Aldilla telah menjelaskan bahwa pemilik pondok telah mengajak patungan Rp. 50.000 kepada tiap wali santri, namun hal itu ditolak karena uang tersebut terlalu banyak bagi mereka yang memiliki ekonomi menengah kebawah. Lalu para pengajar dengan tanpa dibayar *Lillahi ta'ala*.

Seperti yang sudah dibahas di Bab II tentang rasa ikhlas, bahwa tujuan yang hendak dicapai orang yang ikhlas adalah ridha Allah, bukan ridha manusia. Sehingga mereka senantiasa memperbaiki diri dan terus beramal, baik dalam kondisi sendiri atau ramai, dilihat orang atau tidak, mendapat pujian atau celaan. Karena mereka yakin Allah Maha melihat setiap amal baik dan buruk sekecilpun.

Tabel 4.7 Analisis Framing Nilai Ikhlas

Elemen	**Strategi Penulisan**
Sintaksis	Penulis cerita memaparan fakta keadaan ekonomi para wali santri yang memprihatinkan serta ditambah dengan penolakan penarikan iuran.
Skrip	Penulis cerita cerita mengisahkan keadaan para wali santri dan juga keadaan para pengajar yang rela mengajar tanpad dibayar.
Tematik	Rasa ikhlas dari para ustadz-ustadzah dalam membagikan ilmu kepada para santri sebagai wujud shodaqoh ilmu.
Retoris	Penulis disini lebih menekankan kata "*benar-benar"* yang bermaksud penekanan terhadap apa yang telah dilakukan oleh para pengajar

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan penelitian dan analisis data yang telah diuraikan dalam bab sebelumnya tentang konstruksi nilai-nilai shodaqoh, maka peneliti memberikan kesimpulan sebagai berikut :

1. Nilai – nilai pesan dakwah yang ingin disampaikan melalui shodaqoh ialah, shodaqoh tidak hanya berupa materi saja namun bisa dengan menunjukan kebaikan kepada seseorang.
2. Nilai tolong menolong dalam shodaqoh. Dengan saling tolong menolong maka hubungan dengan manusia akan semakin baik. Dalam hal shodaqoh, ketika kita merelakan rezeki kita untuk dibagikan kepada orang lain, sesungguhnya harta kita tidak akan berkurang, bahkan Allah akan melipatgandakannya.
3. Rasa ikhlas dalam shodaqoh. Ikhlas dalam beribadah yang mana tidak berharap kepada manusia melainkan hanya berharap kepada Allah SWT.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, penulis telah melakukan penelitian mengenai konstruksi nilai-nilai shodaqoh dalam akun *Instagram* @aldilladharma. Adapun saran terhadap penelitian ini yang ditujukan agar menjadi masukan untuk penelitian yang akan mendatang.

1. Bagi penulis dan pembaca hendaknya melakukan penelitian lebih mendalam dan detail lagi dari hasil penelitian. Karena peneliti

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sadar bahwa apa yang dilakukan masih jauh dari kata sempurna dan masih bisa dikembangkan lagi.

2. Bagi instansi, terutama bagi Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Penelitian ini masih bisa dikembangkan lebih baik lagi pada penelitian-penelitian di masa akan datang.

3. Bagi mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, khususnya Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, turut mengembangkan akan potensi apa yang ada serta ilmu-ilmu yang sudah didapat di masa perkuliahan dengan menghasilkan karya yang lebih baik.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR PUSTAKA

Aziz, Ali. 2004. *Ilmu Dakwah.* Jakarta: Prenada Media Group.

Berhijrah, Berani. *Milad Berani Berhijrah.* https://ramadhanbersamabb.wordpress.com/2017/05/04/milad-berani-berhijrah/. Diakses pada 9 Januari 2019 pukul 10:32.

Bungin, Burhan.2014. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media Group

Enterprisee, Jubilee. "100 Aplikasi Android Paling Dahsyat" (h.6)

Eriyanto. 2005. *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi dan Politik Media.* Yogyakarta: LkiS

Ghazali, Abdul Rahman. 2010. *Fiqh Muamalah.* Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Hamad, Ibnu. 2006. "Komunikasi sebagai Media Wacana". Volume 7 (hlm. 263)

Hasiah. 2013. "Peranan Ikhlas dalam Perspektif Al-Qur'an", Jurnal Darul Ilmi. Volume 1 (hh. 26-27)

Hastyadi, Yoga. 2018. "Instagram "Diserbu" 400 Juta Pengguna, Termasuk Indonesia", https://tekno.kompas.com/read/2015/09/24/09160067/Instagram.Diserbu.400.J, diakses pada 10 Oktober 2016 pukul 20.06.

Ilaihi, Wahyu. 2010. *Komunikasi Dakwah.* Bandung: Remaja Rosdakarya.

Izzur. "About iCampus Indonesia", http://icampusindonesia.com/about/, diakses pada 14 Desember 2018.

Katadata. 2018. "Berapa Pengguna Instagram dari Indonesia?", https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/09/berapa-pengguna-instagram-dari-indonesia, diakses pada 11 Oktober 2018 pukul 11.12.

Kementerian Agama Republik Indonesia. Tt. *Al-Qur'anul Karim Terjemah dan Tajwid.* Surakarta: Az-Ziyadah.

Kunto, Suharsini Ari. *Prosedur Penelitian Pendekatan Praktis.* Jakarta: Bina Aksara.

Jawad, Yazid bin Abdul Qadir. 2009. *Sedekah Sebagai Bukti Keimanan dan Penghapus Dosa.* Pustaka at-taqwa.

Moleong, Lexy J. 2017. *Metodelogi Penelitian Kualitatif.* Bandung: Remaja Rosdakarya.

Muhammad, Ramadhan. 2009. *Quantum Ikhlas.* Solo: Abyan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Nurjanah. 2018. “Psikologi Spiritual Zakat dan Sedekah”. Volume 2017 (hlm. 125)

Rahmad, Jalaludin. 1984. *Metode Penelitan Komunikasi.* Bandung: Remaja Rosdakarya.

Santoso, Puji. 2016. Konstruksi Sosial Media. Volume 1 (hlm. 32)

Sanusi, M. 2009. *The Power of Sedekah.* Yogyakarta: Pustaka Insan Madani.

Shodiq. 1988. *Kamus Istilah Agama Islam.* Jakarta: Seintrama

Sobur, Alex. 2015. *Analisis Teks Media Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framming.* Bandung: Remaja Rosdakarya.

Sudiarsih, Frans. Nugroho, Eriyanto. 1999. *Politik Media Mengemas Media.* Jakarta: Institut Studi Arus Informasi.

Suriani, Julis. 2017. “Komunikasi Dakwah di Era Cyber”. Volume 41 (hlm. 9)

Suryana, Toto. 2011. “Konsep dan Aktualisasi Kerukunan Antar Umat Beragama”, Jurnal Pendidikan Agama Islam. Volume 9 (hlm. 128)

Wardi, Bachtiar. 1997. *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah.* Jakarta: Logos Wacana Ilmu.

Wijanarko, Yudhi Agung. “Analisis Framing Pemberitaan Deklarasi Pencapresan Jokowi di Media Massa”. Univ. Sebelas Maret Surakarta

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id