



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

Framing Media NU Online
dalam Berita Aplikasi Snack Video Haram

Skripsi

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

Oleh

Nurul Fauziah
NIM. B71218078

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Surabaya 2022

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurul Fauziah

NIM : B71218078

Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul ***Framing Media NU Online dalam Berita Aplikasi Snack Video Haram*** adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

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

Surabaya, 29 Maret 2022

Yang membuat pernyataan



Nurul Fauziah
NIM B71218078

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Nama : Nurul Fauziah
NIM : B71218078
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul Skripsi : Framing Media NU Online dalam Berita
Aplikasi Snack Video Haram

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 29 Maret 2022

Menyetujui,
Dosen Pembimbing



Dr. H. Fahrur Razi, S.Ag, M.HI
NIP. 196906122006041018

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Framing Media NU Online dalam Berita Aplikasi Snack Video Haram

SKRIPSI

Disusun Oleh
Nurul Fauziah
B71218078

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata Satu
Pada tanggal 11 April 2022

Tim Penguji

Penguji I



Dr. H. Fahrur Razi, M. HI
NIP.196906122006041018

Penguji II



Drs. Prihananto, M. Ag
NIP.196812301993031003

Penguji III



Rozaqul Arif, M.Sos.I
NIP.198210122015031004

Penguji IV



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



Surabaya, 11 April 2022

Dekan

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

**LEMBAR PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Nurul Fauziah
NIM : B71218078
Fakultas/Jurusan : FDK/ Komunikasi dan Penyiaran Islam
E-mail address : ziaiya123@gmail.com

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


Framing Media NU Online dalam Berita Aplikasi Snack Video Haram

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

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

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 19 Mei 2022
Penulis



(Nurul Fauziah)

ABSTRAK

Nurul Fauziah, 2022. *Framing Media NU Online dalam Berita Aplikasi Snack Video Haram*

Aplikasi penghasil uang viral bernama Snack Video menghadirkan pemberitaan di portal media Islam *online*, yaitu NU Online, yang memberitakan bahwa aplikasi Snack Video termasuk *money game* dan hukumnya haram. Pemberitaan tersebut menimbulkan beragam persepsi bagi pembaca media NU Online dan sebagian besar muslim di Indonesia yang juga tidak dipungkiri pasti bermain aplikasi Snack Video. Berdasarkan latar belakang tersebut, dapat ditarik sebuah rumusan masalah tentang bagaimanakah *framing* media NU Online terhadap berita Aplikasi Snack Video Haram?

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, di mana peneliti menelaah permasalahan secara mendalam dan terdeskripsi secara jelas. Adapun jenis penelitian yang digunakan adalah analisis *framing* Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki untuk mengetahui ideologi media ketika mengonstruksi fakta.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa NU Online menyampaikan berita aplikasi Snack Video haram sebagaimana struktur sintaksis, skrip, tematik, dan retorik dalam analisis *framing* Pan dan Kosicki. Berita tersebut ditujukan kepada masyarakat homogen, yaitu umat Islam saja. NU Online sebagai media Islam di bawah pondasi organisasi Nahdlatul Ulama menjelaskan berita aplikasi Snack Video haram berdasarkan analisis hukum Islam.

Kata Kunci: Aplikasi Snack Video, Haram, NU Online, Media Dakwah, Analisis *Framing*

ABSTRACT

Nurul Fauziah, 2022. *NU Online Media Framing in the Haram Snack Video Application News.*

A viral money-making application called Snack Video presents news on an online Islamic media portal, namely NU Online, which reports that the Snack Video application is a money game and is unlawful. The news gave rise to various perceptions for NU Online media readers and most Muslims in Indonesia, who are also undeniably playing the Snack Video application. Based on this background, a problem formulation can be drawn about how is NU Online's media framing of the news of the Haram Snack Video Application?

This study uses a descriptive qualitative approach, in which the researcher examines the problem in depth and is clearly described. The type of research used is Zhongdang Pan and Gerald M. Kosicki framing analysis to determine media ideology when constructing facts.

The results of this study indicate that NU Online conveys news about the haram Snack Video application as well as the syntactic, script, thematic, and rhetorical structures in Pan and Kosicki framing analysis. The news is addressed to a homogeneous society, namely Muslims only. NU Online as an Islamic media under the foundation of the Nahdlatul Ulama organization explains the new of the Haram Snack Video application based on an analysis of Islamic law.

Keywords: Snack Video Application, Forbidden, NU Online, Da'wah Media, Framing Analysis

مستخلص البحث

نور الفوزية، ٢٠٢٢. تأطير وسيلة "NU Online" في أخبار تطبيق سنيك فيديو حرام.

قد أحضر التطبيق على نطاق واسع لكسب المال باسم سنيك فيديو أخبارا على بوابة إعلامية إسلامية على الإنترنت، منها بوابة "NU Online"، والتي تفيد خبرا على أن تطبيق سنيك فيديو عبارة عن لعبة نقود محرمة. أدى هذا الخبر إلى ظهور تصورات مختلفة لقراء بوابة "NU Online"، بما فيهم معظم المسلمين في إندونيسيا، الذين يقعون في استخدامه بلا شك. بناءً على هذه الخلفية، يمكن استخلاص صياغة مشكلة حول كيفية تأطير وسائل NU Online لأخبار تطبيق سنيك فيديو حرام؟

يستخدم هذا البحث المنهج الوصفي النوعي، حيث تفحص الباحثة المشكلة بعمق كما تصفها بوضوح. وأما نوع البحث المستخدم فهو التحليل الإطاري لنموذج زونجنانج بان وجيرالت م. كوسيكى لمعرفة أيديولوجية وسائل الإعلام عند بناء الحقائق.

حصل هذا البحث على النتائج القائلة أن بوابة "NU Online" قد نشرت خبرا عن حرمة تطبيق سنيك فيديو بالإضافة إلى الهياكل النحوية والنصية والموضوعية والبلاغية من خلال التحليل الإطاري لنموذج زونجنانج بان وجيرالت م. كوسيكى. هذا الخبر موجه إلى المسلمين باعتبارهم مجتمعاً متجانساً. باعتبارها وسيلة الإعلام الإسلامية تحت رعاية منظمة نخضة العلماء، شرحت بوابة "NU Online" على أن الخبر عن حرمة تطبيق سنيك فيديو بناءً على تحليل الشريعة الإسلامية.

الكلمات المفتاحية: تطبيق سنيك فيديو، الحرمة، بوابة "NU Online"، مسيلة الدعوة، تحليل الإطارات.

DAFTAR ISI

COVER	
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I: PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Definisi Konsep	8
F. Sistematika Pembahasan	9
BAB II: KAJIAN TEORETIK	11
A. Kerangka Teoretik	11
1. Berita	11
2. Aplikasi Snack Video Menurut Perspektif Hukum Islam	14
3. Media Dakwah	17
4. Analisis Framing Zhongdang Pan dan Gerald M Kosicki	22
B. Penelitian Terdahulu	27
BAB III: METODE PENELITIAN	33
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	33
B. Jenis dan Sumber Data	34
C. Unit Analisis	35

D. Tahap-Tahap Penelitian	36
E. Teknik Pengumpulan Data	37
F. Teknik Analisis Data	37
BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
A. Gambaran Umum Subyek Penelitian	39
1. Media NU Online	39
2. Berita Aplikasi Snack Video Haram	48
B. Penyajian Data	50
C. Analisis Data	59
1. Perspektif Teori	59
2. Perspektif Islam	70
BAB V: PENUTUP	81
A. Simpulan	81
B. Rekomendasi	81
C. Keterbatasan Penelitian	82
DAFTAR PUSTAKA	83
BIOGRAFI PENULIS	90

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1 Kerangka <i>Framing</i> Pan dan Kosicki	23
Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu yang Relevan	28
Tabel 2.1 Struktur Redaksional NU Online	40
Tabel 2.2 Analisis <i>Framing</i> Berita 1	59
Tabel 2.3 Analisis <i>Framing</i> Berita 2	65



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1.1 Tampilan Beranda <i>Website</i> NU Online	46
Gambar 1.2 Tampilan Aplikasi NU Online Super App	46
Gambar 1.3 Isi Berita 1	50
Gambar 1.4 Isi Berita 2	55



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Krisis ekonomi yang terjadi akibat pandemi Covid-19, menghadirkan beragam produk digital berupa aplikasi penghasil uang yang menjanjikan. Aplikasi penghasil uang muncul sebagai fenomena menarik bagi para pengguna *gadget* di seluruh dunia, termasuk Indonesia. Era modern menjadikan manusia mampu mengembangkan berbagai potensi-potensi rasional yang dimiliki.¹

Kecanggihan teknologi pada masa sekarang turut mendukung dan menawarkan berbagai macam cara mudah untuk mendapatkan uang, walaupun tanpa bekerja keras. Beberapa kegiatan yang bisa dilakukan seseorang saat ini untuk menghasilkan uang secara mudah, cepat, dan instan, antara lain hanya dengan menonton iklan, film, video pendek, bermain *game online*, dan aplikasi-aplikasi khusus lainnya yang memang berorientasi menghasilkan uang melalui *online*.

Aplikasi penghasil uang yang sedang viral sejak tahun 2020, salah satunya adalah Snack Video. Aplikasi Snack Video yang beredar di Indonesia merupakan aplikasi *rebranding* asal China yang bernama Kuaishou, yang diterbitkan oleh Joyo Technology Pte. Ltd dan bermarkas di Singapura.² Snack Video mendefinisikan diri sebagai

¹ Sahriansyah. *Ibadah dan Akhlak*. (Banjarmasin: IAIN Antasari Press, 2014), 125.

² Lazuardhi Utama, diakses pada 5 Oktober 2021 dari <https://www.viva.co.id/>

aplikasi video pendek bagi kaum milenial di seluruh dunia. Aplikasi berbagi video berdurasi singkat disebut mirip dengan aplikasi TikTok yang sangat menarik perhatian berbagai kalangan masyarakat.

Uang dari Snack Video dihasilkan oleh sistem koin yang nantinya dapat ditukarkan dengan bentuk nominal rupiah. Seseorang yang ingin mendapatkan koin harus membuat konten-konten video sehingga menarik perhatian *viewers*. Pengguna baru yang ingin menghasilkan uang harus menyelesaikan beberapa misi terlebih dahulu, meliputi; *pertama*, misi *login* sekali dalam sehari. *Kedua*, misi tontonan setiap saat. *Ketiga*, misi *upload* video. *Keempat*, misi *invite* teman.

Aplikasi Snack Video yang viral sehingga muncul pemberitaan dari salah satu media *massa online* Islam, yaitu media NU Online, edisi 27 Februari 2021, yang menjelaskan bahwa aplikasi Snack Video haram sebab termasuk *money game* dan memiliki unsur penipuan. Pemberitaan tersebut ditulis dua kali dalam rubrik Ekonomi Syariah, dengan judul “Aplikasi Snack Video dan Skema Bisnisnya: Termasuk *Money Game*?” dan “Snack Video, Haram karena Ada Unsur Penipuan.” Peluncuran berita yang ditulis oleh seorang peneliti bidang ekonomi syariah Aswaja NU Center PNU Jatim, yaitu Muhammad Syamsudin, untuk menjawab beberapa pertanyaan dari masyarakat yang ditujukan kepada email NU Online terkait perspektif hukum Islam atas uang yang diperoleh dari penggunaan aplikasi viral Snack Video.

Maraknya aplikasi penghasil uang yang kebanyakan terindikasi haram menurut kacamata Islam serta dilarang

oleh Majelis Ulama' Indonesia (MUI) dan pemerintah, sehingga muncul pertanyaan serupa untuk menjawab hukum akad pendapatan uang pada aplikasi Snack Video. Beberapa aplikasi penghasil uang yang terindikasi *money game* dan jelas dilarang Majelis Ulama' Indonesia, antara lain aplikasi VTube yang menggunakan skema Ponzi sehingga keuntungan terbesar hanya akan didapatkan oleh perusahaan serta adanya akad yang tidak jelas dan barang yang dijanjikan tidak ada kepastian (*gharar*).³ Aplikasi lain yang serupa adalah Snapbuy yang terindikasi haram karena menggunakan skema Ponzi sebagai alur bisnisnya.⁴

Syariat Islam telah mengatur porsi untuk memperoleh harta yang halal dan baik. Cara untuk memperoleh harta yang diridai Allah adalah dengan melakukan akad secara sah menurut hukum Allah.

Allah berfirman dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah ayat 188;

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِيَأْكُلُوا مِنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْأَثَمِ
وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Wa lā ta'kulū amwālakum bainakum bil-bāthili wa tudluu bihā ilal-hukkāmi lita'kuluu farīqam min amwālin-nāsi bil-ismi wa antum tālamūn.

³ Iin Fadila Ramadhani, dkk. "Penggunaan Aplikasi VTube Bermotif Money Game Perspektif Fikih Muamalah". Jurnal Al-Mawarid, 1 : 13-26, 2021.

⁴ Mai Zarah, dkk. "Analisis Hukum Islam Terhadap Skema Ponzi pada Aplikasi Snapbuy". Prosiding Hukum Ekonomi Syariah, 7 : 501-504, 2021.

Artinya: “Dan janganlah kamu makan harta di antara kamu dengan jalan yang batil, dan (janganlah) kamu menyuap dengan harta itu kepada para hakim, dengan maksud agar kamu dapat memakan sebagian harta orang lain itu dengan jalan dosa, padahal kamu mengetahui.”⁵

Media massa memiliki peranan penting bagi kehidupan masyarakat. Media massa menghasilkan beragam produk, salah satunya karya jurnalistik berupa berita, yang dapat dinikmati melalui media cetak, elektronik, dan media *online*. Media massa yang paling dekat dengan masyarakat saat ini adalah media *online*. Media massa *online* memberikan berbagai kemudahan dengan akses tak terbatas dan kecepatan informasi yang diberikan melalui jaringan internet. Manusia membutuhkan informasi atau berita dengan ketentuan memiliki keterkaitan dengan sesuatu yang ingin dicapai dalam hidupnya. Media juga mempunyai berperan besar dalam membentuk apa yang diketahui perihal dunia serta sumber utama berbagai ide serta opini yang memengaruhi cara seseorang untuk berfikir maupun bertindak.⁶

Islam memandang media sebagai media dakwah adalah jika apa yang disampaikan dalam media tersebut berisi tentang kebaikan.⁷ Penggunaan media dakwah juga harus berdasarkan kondisi dakwah yang dilakukan. Teori komunikasi menyebutkan empat bentuk komunikasi, antara

⁵ Al-Qur'an, Al-Baqarah : 188

⁶ Graeme Burton. *Yang Tersembunyi Di Balik Media, Pengantar Kepada Kajian Media*. (Yogyakarta: Jalasutra, 2008), 2.

⁷ Moh. Ali Aziz. *Ilmu Dakwah*. (Jakarta: Kencana, 2017), 347.

lain intrapersonal, interpersonal, komunikasi kelompok, dan komunikasi massa.⁸ Media sebagai bagian dari komunikasi massa juga tidak terlepas dari penerimaan sasaran dakwah yang dituju. Penggunaan media juga bisa tertuju pada tiga sifat komunikasi yang lainnya, sebab sasaran mad'u di media tidak terlepas dari perorangan, kelompok kecil, kelompok besar, serta khalayak luas.

Media dakwah merupakan salah satu bagian penting dalam aktivitas dakwah. Keberhasilan dakwah juga bisa ditentukan dari media, sebab media sebagai jembatan yang menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada masyarakat. Abu Al-Fath Al-Bayanuni dalam kitab *Al-Madkhal ila Ulm al-Da'wah*, secara skripturalis mendasarkan kajian media dakwah dalam QS. Al-Maidah ayat 35,

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَابْتَغُوا إِلَيْهِ الْوَسِيلَةَ وَجَاهِدُوا فِي سَبِيلِهِ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Yā āayyuhallażīna āmanuttaqullāha wabtagū ilaihil-wasīlata wa jāhidu fī sabīlihī la'allakum tuflihūn.

“Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah dan carilah wasilah (jalan) untuk mendekatkan diri kepada-Nya, dan berjihadlah (berjuanglah) di jalan-Nya, agar kamu beruntung”. Ayat tersebut dapat direfleksikan bahwa seorang da'i ialah orang yang bisa menyampaikan dakwahnya kepada manusia. Hal tersebut sejalan dengan hukum-hukum Allah di bumi,

⁸ Maria Assumpta Rumanti OSF. *Dasar-dasar Public Relations*. (Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2002), 88.

melalui perantara media-media seperti pengutusan nabi dan rasul, serta penurunan kitab-kitab suci.⁹

NU Online sebagai salah satu media penyampai dakwah Islam dengan mengangkat visi misi keislaman dalam setiap berita yang disajikan dan bertujuan untuk menyiarkan ajaran *ahlu sunnah wal jama'ah* yang berlandaskan *amar ma'ruf nahi mungkar*. NU Online menjadi salah satu media massa *online* resmi Nahdlatul Ulama, yang merupakan salah satu organisasi Islam terbesar di Indonesia.¹⁰ Portal NU Online menyajikan berita dan informasi terkait beberapa rubrikasi, meliputi Nasional, Daerah, Internasional, Risalah Redaksi, Wawancara, Fragmen, Humor, Seni Budaya, Keislaman, Mitra, Tokoh, Opini, Obituri, Khutbah, Hikmah, Bahtsul Masail, Pustaka, Topik, Sirah Nabawiyah, Ubudiyah, Tafsir, Ekonomi Syariah, dan Gallery.¹¹

Fenomena mengenai aplikasi Snack Video sebagai aplikasi penghasil uang, ternyata menghadirkan konstruksi pemberitaan di portal berita *online* dari media NU Online bahwa Snack Video termasuk *money game* dan hukumnya haram. Berita tersebut tentunya juga menimbulkan beragam persepsi bagi pembaca media NU Online dan sebagian besar muslim di Indonesia yang juga tidak dipungkiri pasti bermain aplikasi Snack Video. Pada kenyataannya, MUI

⁹ Ifitah Jafar. "Wawasan Baru dalam Pembacaan Ayat-ayat Media Dakwah". Jurnal Dakwah Tabligh, 14 : 35-52, 2013.

¹⁰ Choirul Anam. *Pertumbuhan dan Perkembangan NU*. (Surabaya: Bisma Satu Press, 1998), 36.

¹¹ NU Online, diakses pada 5 Oktober 2021 dari <https://www.nu.or.id/>

(Majelis Ulama Indonesia) juga belum mengeluarkan fatwa larangan penggunaan Snack Video di Indonesia. Aplikasi Snack Video ini juga telah mendapatkan izin legal dari OJK (Otoritas Jasa Keuangan) Indonesia.

Penelitian ini meneliti tentang pemberitaan di media NU Online mengenai berita hukum haram pada aplikasi Snack Video dengan menggunakan analisis *framing* model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Analisis *framing* ini digunakan untuk melihat bagaimana NU Online membingkai sebuah peristiwa yang terjadi dan bagaimana penyampaian pesan dakwah yang disajikan. Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki dalam Eriyanto mengatakan bahwa *framing* adalah proses membuat sebuah pesan lebih menonjol, menempatkan informasi lebih daripada yang lain, sehingga khalayak dapat memahami pesan yang terkandung dalam sebuah pemberitaan tersebut berdasarkan empat struktur besar, antara lain sintaksis, skrip, tematik, dan retorik.¹²

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimanakah *framing* media NU Online terhadap berita Aplikasi Snack Video Haram?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui *framing* media NU Online terhadap berita Aplikasi Snack Video Haram.

¹² Eriyanto. *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. (Yogyakarta: LKiS, 2009), 252.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoretis

- a. Hasil penelitian ini bermanfaat bagi pembaca, khususnya mahasiswa sebagai bahan *literature* kegiatan akademik maupun non akademik.
- b. Hasil penelitian juga bermanfaat sebagai bentuk kontribusi peneliti dalam bidang keilmuan dan kepastakaan sebagai akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, khususnya Fakultas Dakwah dan Komunikasi.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini bisa menjadi rujukan bagi pembaca berita, sehingga mengetahui makna pemberitaan dalam suatu media berdasarkan realita secara teoretis dan terarah.
- b. Hasil penelitian ini dapat menjadikan saran dan diskusi bagi para pelaku usaha media dalam penyampaian berita.

E. Definisi Konsep

1. *Framing*

Framing (pembingkaihan) merupakan pendekatan yang dilakukan untuk mengetahui bagaimana realitas dibentuk dan dikonstruksi oleh media berdasarkan cara pandang wartawan saat menulis berita. Cara pandang wartawan dapat menentukan fakta apa yang diambil dan bagian mana yang ditonjolkan

maupun dihilangkan.¹³ *Framing* juga bisa diartikan sebagai penyajian realitas (peristiwa, individu, kelompok, dan lainnya) yang tidak diingkari secara keseluruhan, melainkan dibelokkan secara halus dan dilakukan dengan memberikan penonjolan pada aspek tertentu dari isu yang berkaitan dengan cara penulisan fakta.

2. Media Online

Media *online* didukung oleh perkembangan dan penemuan internet sebagai penghubung atau jaringan antar perangkat komputer. Menurut Pedoman Pemberitaan Media Siber (PPMS) yang dikeluarkan oleh Dewan Pers, media *online* disebut juga *cybermedia* (media siber), media internet, dan *new media* (media baru), merupakan segala bentuk media yang menggunakan wahana internet dan melaksanakan kegiatan jurnalistik, serta memenuhi persyaratan UU Pers dan Standar Perusahaan Pers yang ditetapkan oleh Dewan Pers.¹⁴

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan digunakan sebagai kerangka acuan dalam penelitian, sehingga memudahkan alur penelitian hingga ditemukannya hasil penelitian. Adapun sistematika pembahasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

¹³ Bimo Nugroho, Eriyanto, Frans Surdiasis. *Politik Media Mengemas Berita*. (Jakarta: ISAI, 1999), 21.

¹⁴ Asep Syamsul M. Romli. *Jurnalistik Online Panduan Mengelola Media Online*. (Bandung: Penerbit Nuansa Cendekia, 2018), 34.

BAB I: Pendahuluan, berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penulisan, manfaat penelitian, definisi konsep, kerangka berfikir, dan sistematika pembahasan.

BAB II: Tinjauan Pustaka, memuat kajian teoretik untuk menelaah objek kajian penelitian berdasarkan referensi yang ada.

BAB III: Metode Penelitian, memuat tentang langkah-langkah operasional dalam melakukan penelitian. Mulai dari pendekatan dan jenis penelitian, unit analisis, jenis dan sumber data, tahapan penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV: Hasil Penelitian dan Pembahasan, memuat gambaran umum subjek penelitian, penyajian data, dan pembahasan hasil penelitian atau analisis data.

BAB V: Penutup, berisi kesimpulan, saran, dan keterbatasan penelitian.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB II

KAJIAN TEORETIK

A. Kerangka Teoretik

1. Berita

Berita menjadi salah satu karya jurnalistik yang dipublikasikan di media massa, baik berupa berita tulisan maupun lisan. Berita merupakan sebuah bentuk informasi dan kabar yang disampaikan oleh seseorang kepada orang lain tentang terjadinya peristiwa tertentu.¹⁵ Berita yang diproduksi untuk disampaikan kepada para audiens tidak terlepas dari cara pandang jurnalis atau penulis berita tersebut.

Sebuah berita atau pemberitaan mengandung ideologi. Ideologi berdiri atas keterkaitan berbagai hal di dalam kehidupan masyarakat, yang merupakan bagian dari reproduksi media dan isunya. Dalam praktiknya, berbagai ideologi dalam sebuah berita diartikan sebagai nilai-nilai yang mendasari pemberitaan tersebut dipilih, dipilah, disusun, dan dibuat.¹⁶

Beberapa nilai berita (*news value*), antara lain 1) Aktual. Berita dalam bahasa Inggris “news”, memiliki arti hal-hal yang baru. Semakin aktual suatu peristiwa, maka semakin layak menjadi berita. Nilai aktual sebuah

¹⁵ Andi Rannu dan Kunni Jaelani. *Teknik dan Mencari, Menulis Berita*. (Gowa: Jariah Publishing Intermedia, 2019), 10.

¹⁶ Septiawan Santana. *Jurnalisme Kontemporer Edisi Kedua*. (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2017), 102-104.

berita bisa dilihat dari tiga jenis, yaitu aktual kalender, aktual waktu, dan aktual masalah. 2) dampak (*impact*). Dampak berarti sebuah akibat dari peristiwa yang menimpa masyarakat, baik fisik maupun mental. Dampak bisa diukur dari seberapa besar peristiwa tersebut membawa pengaruh bagi masyarakat secara luas. 3) Tokoh. *Public figure* atau tokoh publik seperti artis, pemuka agama, atlet, pesohor, bahkan pejabat negara merupakan para tokoh terkenal yang memiliki keunggulan sehingga menjadikan sebuah peristiwa yang berkaitan lebih bernilai. 4) Dekat (*Proximity*), baik berupa kedekatan secara geografis maupun kedekatan psikologis. 5) Penting. Suatu peristiwa dalam berita harus memiliki nilai penting dan membawa dampak terhadap masyarakat. 6) Unik dan menarik. 7) Kejutan, berarti sebuah peristiwa yang mengejutkan, baik positif maupun negatif. 8) Konflik. Sebuah peristiwa bisa memiliki nilai berita apabila mengandung konflik, sebab pasti akan berdampak pada konflik individu hingga bernegara.¹⁷

Jenis-jenis berita secara umum dibagi menjadi lima, antara lain *Straight News*, *Depth News*, *Investigation*, *Interpretation News*, dan *Opinion News*.

- a) *Straight News* atau berita langsung. *Straight News* terbagi menjadi dua, yaitu *hard news*, yang merupakan berita hangat (terkini) yang memiliki

¹⁷ Fenny Thresia, Bungsuji, Barman Rasmana. *Jurnalistik Dasar untuk Pemula*. (Yogyakarta: Pen Fighters, 2020), 8-11.

arti penting bagi audiens¹⁸ dan *soft news*, yang bersifat penting dan menghibur, seperti berita kesenian, hiburan, dan gaya hidup.

- b) *Depth News* (berita mendalam), yang mengangkat informasi secara mendalam hingga ke bawah permukaan. *Depth News* lebih menenangkan pada “*What*”, “*Why*” dan “*How*” peristiwa itu terjadi.¹⁹
- c) *Investigation* merupakan berita yang meliput sebuah penyelidikan berdasarkan penelitian dari berbagai sumber. Beberapa metode investigasi, meliputi kekayaan sumber berita, observasi, wawancara, dan riset mendalam.²⁰
- d) Berita Interpretasi, merupakan perkembangan dari *Straight News*.
- e) *Opinion News* merupakan berita yang berisi opini atau pendapat sesuai dengan pandangan, ide kreatif, pemikiran, maupun kontemporer dari seorang jurnalis terhadap sesuatu yang bernilai penting. Jenis berita ini biasanya ditulis oleh para ahli, profesor, pejabat, dan cendekiawan.²¹

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

¹⁸ Morissan. *Jurnalistik Televisi Mutakhir*. (Jakarta: Prianada Group, 2008), 24.

¹⁹ Tom E. Rolnicki, dkk. *Pengantar Jurnanisme*. (Jakarta: Kencana, 2008), 151.

²⁰ Hikma Kusmaningrat. *Jurnalistik, Teori dan Praktik*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006), 259.

²¹ Morissan. *Jurnalistik Televisi Mutakhir*. (Jakarta: Prianada Group, 2008), 28.

2. Aplikasi Snack Video Menurut Perspektif Hukum Islam

Aplikasi merupakan penggunaan dalam sebuah perangkat komputer, instruksi atau pernyataan, yang disusun sedemikian rupa sehingga komputer dapat memproses *input* menjadi *output*.²² Aplikasi termasuk ke dalam kategori peralatan teknologi informasi dan komunikasi berupa *software* (perangkat lunak). Berdasarkan fungsinya, *software* terdiri dari aplikasi pengolah kata, pengolah angka, gambar teknis, grafis, foto, video, multimedia, dan aplikasi *utility*.²³ Aplikasi memiliki sebuah komponen dasar yang berperan dalam proses pengembangannya, antara lain *activity*, *services*, *broadcast receivers*, *content provider*, *fragment*, *view*, *layout*, *intent*, *resource*, dan *manifest*.²⁴

Aplikasi Snack Video merupakan aplikasi menonton video yang menawarkan pendapatan berupa uang untuk penggunaannya. Snack Video pertama kali diluncurkan pada 7 Agustus 2019 oleh perusahaan asal China bernama Kuaishou Technology serta didukung oleh Tencent Holding sebagai investor. *Setting* video dalam aplikasi Snack Video memiliki batas durasi selama 57 detik - 1 menit. Aplikasi Snack Video menyajikan konten-konten berbentuk video hiburan dan edukasi yang dibuat oleh para konten kreator.

²² H. M, Jogyianto. *Analisis dan Desain Sistem Informasi*. (Yogyakarta: Andi, 1999), 12.

²³ Y. Maryono dan B. Patmi Istiana. *Teknologi Informasi dan Komunikasi*. (Jakarta: Penerbit Yudhistira, 2008), 8.

²⁴ M. Miftahul Amin, dkk. *Pemrograman Aplikasi Mobile Menggunakan Eclipse ADT*. (Palembang: Penerbit AHATEK, 2019), 5-6.

Pengguna Snack Video bisa mengumpulkan koin yang kemudian ditukarkan menjadi uang rupiah. Dana tersebut bisa ditarik melalui dompet digital, seperti OVO, DANA, dan Gopay. Beberapa cara yang bisa dilakukan untuk menghasilkan uang di aplikasi Snack Video, antara lain menonton video, misi *check-in* harian, *upload* video dan *invite* teman untuk *install* aplikasi. Aplikasi Snack Video bisa diunduh secara mudah di Playstore dan Appstore.

Informasi dari Kompas.com menyebutkan bahwa pada bulan Februari 2021 aplikasi Snack Video termasuk daftar aplikasi ilegal oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), sebab diduga *money game*. Kemudian pada 23 Maret 2021, muncul pemberitaan lagi yang menyatakan bahwa Snack Video mendapatkan izin resmi dan dinyatakan legal oleh Satgas Waspada Investasi (SWI), sebab telah memenuhi syarat perizinan, baik Perizinan Sistem Elektronik maupun Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.²⁵

Pernyataan legalitas Snack Video oleh SWI tidak serta merta menjamin akad yang digunakan sudah sesuai dengan syariat Islam. Adapun aktivitas dalam Snack Video yang dapat dikategorikan sesuai akad ekonomi Islam yaitu mendapatkan uang dengan melakukan misi menonton video. Uang yang diperoleh dari misi menonton video termasuk *reward* dan sebagai imbalan untuk penonton. Akad yang dimaksudkan

²⁵ Kompas.com, diakses pada 21 April 2022 dari <https://www.tekno.kompas.com/>

dalam aktivitas ini yaitu akad *ju'alah*. Akad *ju'alah* pada Snack Video sejalan dengan fatwa Dewan Syari'ah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) tahun 2007.²⁶

Penggunaan aplikasi Snack Video untuk mendapatkan uang menurut perspektif kontemporer diperbolehkan selama tidak ada unsur haram pada video yang ditonton. Jika video yang ditonton banyak mengandung unsur keharaman, maka haram pula uang yang dihasilkan dari aktivitas menonton video tersebut. Hal tersebut termasuk ke dalam perilaku merusak *maqashid syari'ah* dalam unsur *daruriyyat*, yaitu *hifdzul maal* atau melindungi harta dari unsur-unsur kebathilan.²⁷ Faktanya, sebagian konten yang ditayangkan berdasarkan algoritma Snack Video banyak menampilkan wanita menari dengan menggunakan pakaian minim yang tentunya melanggar syari'at daripada akad *ju'alah*.

Ditinjau dari asas kebebasan dalam melakukan akad selama tidak mengganggu orang lain dan masih dalam batasan hukum Islam, pihak Snack Video tidak pernah memaksa penggunaanya untuk menjalankan berbagai misi yang ada. Pihak Snack Video membebaskan bagi siapapun yang ingin memperoleh penghasilan uang, maka bisa mengikuti setiap misi

²⁶ MUI. *Fatwa DSN No. 62/DSN-MUI/XII/2007*. (Jakarta: Kemenag RI, 2007).

²⁷ Eva Muzlifah. "*Maqashid Syariah Sebagai Paradigma Dasar Ekonomi Islam*". *Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam*, 3 : 78-83, 2013.

yang sudah disediakan. Termasuk tidak ada paksaan dari aktivitas pemberian imbalan untuk konten kreator, di mana pengguna yang menonton video bisa memberikan apresiasi dengan memberikan *diamond*. *Diamond* yang disediakan oleh pihak Snack Video sebelumnya harus dibeli oleh pengguna sebelum memberikannya kepada konten kreator.²⁸

3. Media Dakwah

Media berasal dari bahasa Inggris “medium”, yang berarti alat, perantara, penghubung antara dua aspek, untuk mencapai suatu tujuan.²⁹ Menurut ahli komunikasi, media adalah alat yang menjadi perantara tersampainya sebuah pesan komunikasi dari komunikator kepada komunikan.³⁰ Sedangkan pengertian media dakwah merupakan alat atau sarana dakwah yang menjadi saluran komunikasi antara *da'i* dan *mad'u*.³¹

Pemanfaatan media dakwah memengaruhi hubungan komunikasi antara *da'i* dengan *mad'u* agar lebih dekat dan pesan dakwah bisa diterima dengan lebih mudah. Aspek dakwah sangat erat kaitannya dengan sasaran dakwah. Beragam media dakwah yang digunakan juga perlu diperhatikan agar sesuai dengan

²⁸ Raudatunnisa, dkk. “Aplikasi Snack Video dalam Perspektif Hukum Islam”. Jurnal Transformatif, 5 : 205-206, 2021.

²⁹ Asmuni Syukur. *Dasar-dasar Strategi Islam*. (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983), 163.

³⁰ Moh. Ali Aziz. *Ilmu Dakwah*. (Jakarta: Kencana, 2017), 345.

³¹ Abdul Karim Zaidan. *Dasar-dasar Ilmu Dakwah*. (Jakarta: Media Dakwah, 1983), 17.

kebutuhan *mad'u* dan didukung dengan potensi dan kemampuan da'i dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah.

Media (*wasilah*) dakwah diklasifikasikan menjadi dua bagian, yaitu media tradisional dan media modern (dengan teknologi komunikasi). Dalam praktiknya, lahir tiga macam media, yaitu media auditif, media visual, dan media audio visual.

- a) Media auditif (*al-sam'*). Media dakwah auditif ditangkap melalui indra pendengaran. Penyampaian dakwah melalui media auditif bisa menjangkau sasaran dakwah dalam jarak jauh. Media auditif dinilai efektif dalam penyampaian kegiatan dakwah persuasif. Contoh media dakwah auditif adalah radio, *tape recorder*, telepon, dan telegram.
- b) Media visual (*al-abshar*). Merupakan alat komunikasi yang bisa digunakan melalui indra penglihatan dalam menangkap sebuah pesan. Hampir semua media dakwah didominasi oleh media visual. Media dakwah visual mendorong seseorang untuk menerima pesan dakwah lebih akurat dengan melihat langsung sosok komunikatornya. Contoh media visual, antara lain pers, majalah, surat, poster, buku, internet, SMS, dan brosur.
- c) Media audio visual. Perangkat media audio visual adalah penggabungan antara audio dengan visual yang dapat menerima pesan dakwah melalui pendengaran maupun penglihatan. Efektivitas media dakwah audio visual jauh lebih tinggi

dibandingkan dengan kedua media sebelumnya. Yang termasuk media audio visual, yaitu televisi, film, sinema elektronik, dan cakram padat.³²

Menurut Said bin Ali Al-Qahtani,³³ media dakwah sebagai sarana penunjang aktivitas dakwah dibagi menjadi dua bagian, yaitu sarana langsung dan sarana tidak langsung.

- a) Sarana langsung. Realisasi sarana langsung diklasifikasikan dalam berbagai media, yaitu melalui media diskusi kelompok (seminar), melalui media perorangan (nasehat langsung *face to face*), melalui media buku bacaan (brosur keagamaan, majalah, dan surat kabar), dan melalui media elektronik (tv, radio, film, dan internet).
- b) Sarana tidak langsung, berupa persiapan-persiapan dari seorang da'i sebelum berdakwah, meliputi materi dakwah, kesehatan jasmani dan lain-lain.

Pemikiran lain mengenai media dakwah disampaikan oleh Hamzah Ya'qub, yang membagi media dakwah menjadi lima, yaitu lisan, tulisan, lukisan, audio visual, dan akhlak.³⁴ *Lisan*, merupakan media dakwah yang paling sederhana, yaitu menggunakan perantara lidah dan suara. Media dakwah

³² Moh. Ali Aziz. *Ilmu Dakwah*. (Jakarta: Kencana, 2017), 351-365.

³³ Said bin Ali Al-Qahtani. *Al-Hikmah fi Al-Dakwah ila Allah Ta'ala, Terjemah Masykur Hakim, Dakwah Islam Dakwah Bijak*. (Jakarta: Gema Insani Press, 1994), 155.

³⁴ Yusuf Amrozi. *Dakwah Media dan Teknologi*. (Surabaya: Uinsa Press, 2014), 26-27.

lisan umumnya disampaikan melalui pidato, kuliah, penyuluhan, dan ceramah. Media *tulisan*, menggunakan buku majalah, surat kabar, poster, dan lain-lain. *Lukisan*, disampaikan dalam bentuk karikatur dan gambar. *Audio visual*, merupakan alat atau media dakwah yang mampu menciptakan rangsangan indera pendengaran maupun penglihatan, bahkan keduanya. Contohnya bisa berupa tayangan televisi, internet, dan lain sebagainya. *Akhlak*, merupakan perbuatan-perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran Islam yang bisa diterima baik oleh mad'u.

Media sebagai sarana komunikasi di era informasi saat ini, menjadikan para da'i, aktivis dakwah dan umat islam memiliki kewajiban secara syar'i untuk melakukan dakwah bil lisan, bil hal, dan bil qalam, sebab para juru dakwah dapat memanfaatkan berbagai media yang ada dalam mengembangkan informasi dakwah. Media elektronik menjadi salah satu bagian terpenting dalam membantu terwujudnya perkembangan media sebagai sarana dakwah. Beberapa media elektronik sebagai penunjang dakwah, antara lain:

- 1) Media internet. Internet mempunyai beberapa keunggulan dibandingkan media dakwah lainnya, yaitu bersifat *never turn off* dan *unlimited access* yang tidak pernah dimatikan serta bisa diakses tanpa batas. Media internet juga memberikan ruang para audiens untuk berdiskusi tentang pengalaman spiritual secara bebas dan terbuka. Internet hadir sebagai kawan (bahkan lawan) diskusi sekaligus

pembimbing yang setia. Fenomena tersebut bisa dipakai oleh da'i untuk menjadikan internet sebagai media efektif dalam menyampaikan dakwah serta mencapai tujuan dakwahnya.³⁵ Internet menjadi media yang paling canggih dengan segala kemudahan, kecepatan, ketepatan akses, serta kemampuan dalam menyediakan berbagai kebutuhan informasi setiap orang. Langkah-langkah berdakwah melalui internet bisa dilakukan dengan membuat jaringan-jaringan tentang Islam, seperti *cyber moslem* atau *cyber dawa*, situs dakwah Islam, Youtube Islam, *website*, *blog*, serta media sosial.

- 2) Media Televisi. Kelebihan televisi sebagai media dakwah yaitu memiliki jangkauan yang sangat luas sehingga ekspansi dakwah dapat menjangkau tempat yang lebih jauh. Media televisi dapat menyentuh mad'u secara heterogen dalam jumlah yang besar, sebab sesuai dengan karakter komunikasi massa. Media televisi yang bersifat audio visual juga memungkinkan dakwah dilakukan dengan menampilkan visualisasi sekaligus audio. Para da'i bisa mengembangkan kreatifitas metode dakwah paling efektif melalui televisi.
- 3) Media Radio. Penyampaian informasi kepada audiens adalah berupa suara yang berjalan satu arah dengan memanfaatkan gelombang radio sebagai media. Radio dinilai lebih cepat daripada koran dan

³⁵ Rohandi Abdul Fatah dan M. Tata Taufik. *Manajemen Dakwah di Era Global Sebuah Pendekatan Metodologi*. (Jakarta: Amissco, 2003), 113.

televisi dalam menyampaikan informasi. Radio termasuk alat yang akrab dan suara penyiarinya selalu hadir dan terasa dekat dengan pendengar. Media radio menjadi sangat efektif dan tepat untuk berdakwah di kalangan masyarakat kurang mampu, sebab radio bisa dijangkau oleh semua kalangan.

- 4) Media Cetak. Secara leksikal media cetak bisa juga diartikan sebagai lembaran kertas yang berisikan kabar atau berita. Informasi yang ditulis pada media cetak tersusun secara sistematis dan struktural. Pesan yang disampaikan di media cetak biasanya lebih aktual dan *up to date* menyangkut kebutuhan khalayak secara umum.

4. Analisis *Framing* Model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki

Analisis *framing* merupakan metode menganalisis sebuah teks yang ada pada tatanan tatanan dan konstruksionis atau kategori penelitian pembangunan. Konsentrasi dalam analisis *framing* adalah menemukan bagaimana peristiwa dikonstruksi dan dengan cara konstruksi tersebut dibangun.³⁶ Dalam praktiknya, analisis *framing* memberikan peluang bagi implementasi konsep-konsep sosiologis, politik, dan kultural untuk menganalisis fenomena komunikasi,

³⁶ Eriyanto. *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. (Yogyakarta: LKiS, 2009), 43.

berdasarkan konteks sosiologis, politis, maupun kultural yang melingkupinya.³⁷

Salah satu model analisis *framing* yang seringkali digunakan sebagai metode analisis dalam melihat upaya media dalam mengemas berita adalah model *framing* Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Analisis *framing* model ini memiliki asumsi bahwa setiap berita memiliki *frame* sebagai pusat organisasi ide. Pemilihan analisis *framing* model Pan dan Kosicki didasarkan karena penjabaran model analisisnya dapat menghasilkan detail pembingkai berita. Kerangka analisis *framing* Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki tersusun dalam tabel berikut ini:

Tabel 1.1 Kerangka *Framing* Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki³⁸

Struktur	Perangkat <i>Framing</i>	Unit yang Diamati
Sintaksis (Cara wartawan menyusun fakta)	Skema berita	<i>Headline, lead, latar informasi, kutipan, sumber, pernyataan, penutup</i>

³⁷ Agus Sudibyo. *Citra Bung Karno, Analisis Berita Pers Orde Baru*. (Yogyakarta: Bigraf Publishing, 1999), 176.

³⁸ Alex Sobur. *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015), 176.

Skrip (Cara wartawan mengisahkan fakta)	Kelengkapan berita	5W+1H
Tematik (Cara wartawan menulis fakta)	Detail, maksud kalimat, nominalisasi antar kalimat, koherensi, bentuk kalimat, kata ganti.	Paragraf, proposisi
Retoris (Cara wartawan menekan fakta)	Leksikon, grafis, metafor, pengandaian	Kata, Idiom, gambar/foto, grafik

Zhongdang Pan and Gerald M. Kosicki mengartikan *framing* sebagai strategi komunikasi dalam memproses sebuah berita. Perangkat *framing* yang digunakan dalam mengkode informasi, menafsirkan peristiwa, dihubungkan dengan rutinitas konvensi pembentukan berita. Pendekatan pada analisis *framing* model Zhogdang Pan dan Gerald M. Kosicki terbagi menjadi empat struktur besar, yaitu sintaksis, skrip, tematik, dan retorik.³⁹

- 1) Sintaksis, merupakan bagian dari ilmu bahasa yang membahas mengenai wacana, kalimat, klausa, dan

³⁹ Alex Sobur. *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015), 175.

frase.⁴⁰ Struktur sintaksis dalam *framing* berita mengacu pada cara wartawan menyusun berita sesuai piramida terbalik dengan susunan yang runtut, seperti *headline*, *lead*, latar informasi, kutipan, sumber, pernyataan, dan penutup. Struktur sintaksis membantu mengetahui bagaimana penulis berita memaknai kejadian yang diliputnya dan bagaimana berita tersebut akan ditulis. Objektivitas dan netralitas berita di media bisa dilihat dari struktur sintaksis ini. Berita dapat disebut objektif apabila memiliki tiga unsur pokok, antara lain keseimbangan antara jumlah kata dan kalimat yang digunakan oleh wartawan ketika menyampaikan fakta. Keseimbangan juga mencakup narasumber yang dipilih maupun sumber yang dikutip. Unsur pokok selanjutnya yaitu unsur kebenaran, yang terdiri atas empat hal pokok, antara lain perihal fakta yang diberitakan, kejelasan sumber, serta waktu dan tempat terjadinya sebuah peristiwa. Adanya relevansi antara judul berita dengan isinya serta pemilihan narasumber dengan fakta yang diangkat juga termasuk ke dalam tiga unsur pokok objektivitas berita.

- 2) Skrip, merupakan naskah atau teks di dalam berita yang disusun secara lazim dengan mencakup 5W+1H, *What*, *Who*, *When*, *Where*, *Why*, *How*. Struktur naskah atau skrip dengan kelengkapannya

⁴⁰ Wijana. *Dasar-Dasar Pragmatik*. (Yogyakarta: ANDI, 1996), 1.

bisa menjadi alat “penonjolan” atau “penghilangan” tema tertentu dalam berita. Penghilangan salah satu dari 5W+1H dalam menguraikan kronologi suatu fakta bisa akan menghasilkan pemberitaan yang tidak benar dan tidak *fair*.

- 3) Tematik, berarti topik yang berisi suatu pesan yang telah diuraikan oleh penulis melalui tulisannya.⁴¹ Topik menunjukkan informasi inti yang ingin disampaikan oleh komunikator kepada audiens. Seorang wartawan memiliki tema tertentu terhadap suatu peristiwa dalam menulis berita. Struktur tematik bisa mengandung rangkuman dan juga isi utama yang dijelaskan melalui *headline*, peranan, informasi, latar, dan kutipan.
- 4) Retoris, menggambarkan tentang bagaimana cara wartawan menekan fakta dengan pilihan-pilihan gaya bahasa yang berkaitan dengan apa yang diharapkan. Struktur retorik meliputi leksikon, grafis, metafor, dan pengandaian. Perangkat retorik ini juga menunjukkan bagaimana wartawan meyakinkan bahwa berita yang ditulis tersebut adalah benar. Menurut Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki, dalam melihat konstruksi media tidak cukup hanya kata atau kalimatnya saja, namun juga bisa dilihat dari grafis. Grafis berupa penggunaan garis miring, tebal, garis bawah dan ukuran huruf yang lebih besar dari yang lain. Elemen grafis juga

⁴¹ Keraf Gorys. *Komposisi Sebuah Pengantar Kemahiran Bahasa*. (Ende-Flores: Nusa Indah, 1980), 107.

berupa gambar atau foto, yang umumnya digunakan wartawan dalam mendukung sebuah fakta yang ditulis.

B. Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan sebagai bahan pendukung dan referensi dalam penelitian ini telah ditemukan. Penelitian-penelitian terdahulu yang relevan ini tentu memiliki perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan, diantaranya:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Eva Ainun Fajrin pada tahun 2018 dengan judul “Analisis *Framing* Pemberitaan PKI di Media *Online* (Studi Terhadap VIVA.co.id)”.⁴²
2. Penelitian dari Suhaimah pada tahun 2019 berjudul “Analisis *Framing* Tribunnews.com Terhadap Berita Penangkapan Vanessa Angel dalam Prostitusi Online Tahun 2019”.⁴³
3. Penelitian yang dilakukan oleh Erlina Eka Wahyuni pada tahun 2020 berjudul “Konstruksi Media Viva.co.id dan Tempo.co tentang Imbauan MUI “Wudhu untuk

⁴² Eva Ainun Fajrin, “Analisis *Framing* Pemberitaan PKI Di Media Online (Studi Terhadap VIVA.co.id)”, *Skripsi*, (Purwokerto: Jurusan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, IAIN Purwokerto, 2018), i.

⁴³ Suhaimah. “Analisis *Framing* Tribunnews.com Terhadap Berita Penangkapan Vanessa Angel dalam Prostitusi Online Tahun 2019”, *Skripsi*, (Riau: Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2019), i.

Mencegah Corona” (Analisis *Framing* Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki)”.⁴⁴

4. Penelitian dari Usmi Laila pada tahun 2020. berjudul “Analisis *Framing* Pemberitaan Covid-19 di Media *Online* Bengkuluexpress.com”.⁴⁵
5. Penelitian yang dilakukan oleh Rany Intan pada tahun 2021 dengan judul “Analisis *Framing* Konsep Kafir dalam Situs NU (Nahdlatul Ulama) Online”.⁴⁶

Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu yang Relevan

No	Judul Penelitian	Jenis Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1	Analisis <i>Framing</i> Pemberitaan PKI di Media <i>Online</i> (Studi	Kualitatif	VIVA.co.id menonjolkan penekanan pada setiap kutipan yang	Persamaan penelitian dalam skripsi ini adalah terletak pada model

⁴⁴ Erlina Eka Wahyuni. “Konstruksi Media Viva.co.id dan Tempo.co tentang Imbauan MUI “Wudhu untuk Mencegah Corona” (Analisis *Framing* Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki)”, *Skripsi*, (Surabaya: Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2020), i.

⁴⁵ Usmi Laila. “Analisis *Framing* Pemberitaan Covid-19 di Media *Online* Bengkuluexpress.com”, *Skripsi*, (Bengkulu: Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Jurusan Dakwah, Fakultas Ushuludin Adab dan Dakwah, Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, 2020), i.

⁴⁶ Rany Intan. “Analisis *Framing* Konsep Kafir dalam Situs NU (Nahdlatul Ulama) Online”, *Skripsi*, (Jakarta: Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2021), i.

	<p>Terhadap VIVA.co.id</p> <p>(Eva Ainun Fajrin, 2018)</p>		<p>menyatakan PKI adalah terlarang, kriminal, dan tindakan keras berdasarkan analisis <i>framing</i> Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki.</p>	<p>analisis yang digunakan. Sedangkan perbedaannya adalah dari media dan objek berita yang akan diteliti.</p>
2	<p>Analisis Framing Tribun news.com Terhadap Berita Penangkapan Vanessa Angel dalam Prostitusi Online Tahun 2019</p> <p>(Suhaimah, 2019)</p>	Kualitatif	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa berita ini lebih mengarah keberpihakan media terhadap pihak kepolisian dimana tribunnews.com lebih menampilkan berita penegakan hukumnya</p>	<p>Penelitian ini memiliki kesamaan model analisis menggunakan analisis <i>framing</i> Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Adapun perbedaannya adalah mengenai media dan topik berita yang diteliti.</p>

			dengan memberantas kasus prostitusi yang melibatkan artis tanah air yang melanggar hukum.	
3	<p>Konstruksi Media Viva.co.id dan Tempo.co tentang Imbauan MUI “Wudhu untuk Mencegah Corona” (Analisis <i>Framing</i> Zhong dang Pan dan Gerald M. Kosicki)</p> <p>(Erlina Eka Wahyuni, 2020)</p>	Kualitatif	<p>Hasil penelitian yang ditemukan dalam penelitian ini adalah konstruksi dua media yaitu Viva.co.id dan Tempo.co yang ditonjolkan dari unsur sintaksis, skrip, dan retorik. Viva.co.id mengangka t berita bahwa obat virus</p>	<p>Penelitian ini sama-sama menggunakan model analisis <i>framing</i> Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Letak perbedaannya adalah penelitian sebelumnya mengungkap konstruksi berita dari dua media, sedangkan dalam penelitian</p>

			corona adalah mendekatkan diri kepada Allah, sedangkan Tempo.co mengungkapkan bahwa cara menangkal Corona adalah mengikuti anjuran dokter.	ini menggunakan satu media yaitu NU Online. Adapun berita yang diteliti juga berbeda.
4	<p>Analisis <i>Framing</i> Pemberitaan Covid 19 di Media <i>Online</i> Bengkulu ekspress.com</p> <p>(Usmi Laila, 2020)</p>	Kualitatif	<p>Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa pemberitaan mengenai kondisi dan perkembangan Covid-19 di media Bengkulu ekspress.com dimuat</p>	<p>Kesamaan dari penelitian ini adalah <i>framing</i> pemberitaan di sebuah media <i>online</i>. Perbedaannya terletak pada model <i>framing</i> yang digunakan menggunakan model</p>

			secara berkala di setiap bulan.	Gomson Dan Modigliani, sedangkan penelitian yang akan ditulis adalah menggunakan model <i>framing</i> Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Adapun media dan topik berita yang akan diteliti juga berbeda.
5	Analisis <i>Framing</i> Konsep Kafir dalam Situs NU (Nahdlatul Ulama) Online (Rany Intan, 2021)	Kualitatif	Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa NU Online mengubah konsep kafir diganti dengan istilah non muslim.	Memiliki kesamaan model analisis <i>framing</i> Pan dan Kosicki dan media yang dipilih namun pemilihan berita yang diteliti berbeda.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, di mana peneliti menelaah permasalahan secara mendalam dan terdeskripsi secara jelas. Menurut Miles dan Huberman, penelitian kualitatif akan menampilkan hasil data dalam bentuk rangkaian kata-kata, bukan angka. Data bisa dihasilkan dari observasi, wawancara, maupun studi dokumentasi yang di proses melalui kegiatan mencatat, mengetik, menyunting, serta alih tulis.⁴⁷ Penelitian kualitatif deskriptif tidak menekankan pada generalisasi melainkan pada makna bahasa yang digunakan dalam obyek penelitian.⁴⁸

Adapun jenis penelitian yang digunakan adalah *studi literature* menggunakan analisis teks media. Analisis teks media termasuk jenis penelitian yang memanfaatkan teknik analisa dan *library research* atau studi kepustakaan dengan obyek kajian pustaka. Terdapat berbagai model analisis teks media, dalam hal ini peneliti menggunakan jenis analisis *framing* model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Analisis *framing* digunakan untuk membedah cara-cara atau ideologi media saat mengkonstruksi fakta.⁴⁹

⁴⁷ Miles, dkk. *Analisis Data Kualitatif*. (Jakarta: UI Press, 1992), 15.

⁴⁸ Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2012), 9.

⁴⁹ Bimo Nugroho, Eriyanto, Frans Surdiasis. *Politik Media Mengemas Berita*. (Jakarta: ISAI, 1999), 21.

Analisis *framing* model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki menitikberatkan proses analisa ke dalam empat struktur besar, antara lain struktur sintaksis, skrip, tematik, dan retorik. Keempat dimensi struktural tersebut membentuk tema yang menghubungkan elemen-elemen semantik narasi berita dalam suatu koherensi global.⁵⁰ Pemilihan *framing* model Zhongdang Pan dan Gerald karena, peneliti bisa melihat bagaimana media NU Online menonjolkan pemakanaanya pada suatu peristiwa.

B. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Data kualitatif yaitu data yang disajikan dalam bentuk kata atau uraian kalimat verbal, bukan bentuk angka.⁵¹

2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah mencakup sumber data primer dan sekunder.

- a. Sumber data primer adalah data deskriptif dari isi berita yang ada di dalam media NU Online pada rubrik Ekonomi Syariah tentang penetapan hukum haram pada aplikasi Snack Video, edisi 27 Februari 2021. Dua berita yang ditulis dalam rubrik Ekonomi Syariah, dengan judul “Aplikasi Snack

⁵⁰ Alex Sobur. *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015), 175.

⁵¹ Noeng Muhadjir. *Metode Penelitian Kualitatif*. (Yogyakarta: Rekesarasin, 1996), 2.

Video dan Skema Bisnisnya: Termasuk *Money Game?*” dan “Snack Video, Haram karena Ada Unsur Penipuan”.

- b. Sumber data sekunder adalah sumber data tambahan yang diperoleh dari buku-buku, internet, jurnal, skripsi, dan tesis sesuai tema penelitian terkait.

C. Unit Analisis

Unit analisis merupakan satuan yang diteliti, baik berupa individu, kelompok, benda, suatu peristiwa, maupun aktivitas seseorang, yang berperan sebagai subjek penelitian.⁵² Pada penelitian ini, unit analisis yang dipakai adalah teks berita di dalam media massa *online* bernama NU Online pada rubrik Ekonomi Syariah tentang penetapan hukum haram pada aplikasi Snack Video, edisi 27 Februari 2021. Pemberitaan tersebut ditulis dua kali dalam rubrik Ekonomi Syariah, dengan judul “Aplikasi Snack Video dan Skema Bisnisnya: Termasuk *Money Game?*” dan “Snack Video, Haram karena Ada Unsur Penipuan.” Fokus unit yang akan dianalisis adalah mengenai penulisan bahasa dalam berita tersebut sehingga teretus fatwa haram pada aplikasi Snack Video media NU Online menggunakan model analisis *framing* model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki.

⁵² Hamidi. *Metode Penelitian dan Teori Komunikasi*. (Malang: UMM Press, 2010), 95.

D. Tahap-Tahap Penelitian

Tahap dalam penelitian ini adalah berdasarkan pada unit analisis yang telah dijelaskan sebelumnya, meliputi:

1) Identifikasi dan Menemukan Masalah

Permasalahan ditentukan dengan cara mendalami latar belakang, kemudian dilakukan perumusan masalah, penetapan tujuan penelitian, dan merumuskan hal-hal mendasar lainnya. Hasil dari langkah ini berbentuk pengajuan judul penelitian kepada Prodi melalui pembuatan matrik penelitian.

2) Menyusun Kerangka Penelitian

Matrik penelitian yang sudah disetujui oleh Prodi, maka selanjutnya menyusun kerangka penelitian sebagai bentuk langkah dari penulisan proposal penelitian. Kerangka berpikir dan konsep-konsep utama dalam penelitian ini memerlukan panduan, sehingga data yang selanjutnya dikumpulkan dapat fokus dengan permasalahan yang diteliti.

3) Menyusun Perangkat Metodologi

Peneliti menyusun perangkat metodologi penelitian ini berdasarkan beberapa hal, antara lain pendekatan dan jenis penelitian, unit analisis, jenis dan sumber data, tahapan penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

4) Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan inti dari sebuah penelitian. Cara yang digunakan dalam pengumpulan data adalah dengan mengumpulkan gambaran singkat mengenai konten berita di dalam media NU Online dengan memperhatikan sumber data primer dan

sekunder sebagai penunjangnya. Tahapan pengumpulan data adalah melakukan analisis data dengan membaca catatan data selama proses penelitian berlangsung. Kemudian dilakukan interpretasi temuan data melalui hasil analisis data, sehingga sesuai dengan tujuan dari analisis teks media.

E. Teknik Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dokumenter, sehingga diperoleh informasi yang lebih dalam. Teknik dokumenter yang dilakukan peneliti adalah dengan mengumpulkan pencarian data melalui berita yang diteliti pada aplikasi NU Online, *website* resmi NU Online, buku-buku, internet, maupun jurnal terkait.

F. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan prosedur analisis data kualitatif, yang mencakup tiga tahap yaitu kondensasi, penyajian data, dan verifikasi atau penarikan kesimpulan. Moloeng mengatakan, proses pelaksanaan penelitian kualitatif, yaitu menelusuri berbagai sumber data, mengklasifikasi dan membuat indeks, berfikir dengan membuat kategori data sehingga memiliki makna, mencari dan menemukan pola serta hubungan-hubungan dari setiap data, serta membuat temuan-temuan umum.⁵³

Penelitian ini fokus kepada aspek analisis *framing* menurut model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki yang terdiri dari empat struktur, antara lain Sintaksis, Skrip,

⁵³Lexi J Moloeng. *Metode Penelitian Kualitatif*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001), 248.

Tematik, dan Retoris. Analisis teori ini digunakan untuk menganalisa aplikasi Snack Video haram pada rubrik Ekonomi Syariah dalam media NU Online.



BAB IV

PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Subyek Penelitian

1. Media NU Online

a. Profil NU Online

Media NU Online memiliki visi menjadi penyedia informasi ke-NU-an dan keislaman yang menyejukkan dan terpercaya. Media NU Online juga menetapkan beberapa misi antara lain, 1) Menjadi pilihan pertama untuk memperoleh informasi ke-NU-an dan keislaman yang terpercaya. 2) Menghasilkan informasi yang menyejukkan dan mendorong sikap keagamaan yang berkeadilan, moderat, dan menghargai keberagaman. 3) Menghasilkan produk informasi yang berkualitas. 4) Menjadi ruang untuk mengembangkan sikap profesionalitas yang tinggi disertai semangat berkhidmah untuk umat dan bangsa.

Media NU Online menjunjung nilai profesionalitas yang dapat menghasilkan informasi dengan standar kualitas tinggi sehingga dapat menjadi rujukan terpercaya bagi publik. Nilai lain yang dibawa oleh NU Online yaitu kerelawanan, artinya media NU Online membuka ruang seluas-luasnya bagi masyarakat untuk berkontribusi dalam mengisi dan mengembangkan informasi atau berita. Media NU Online juga sangat menjaga nilai-nilai komunalitas dalam mencapai tujuan bersama dalam memproduksi dan menyebarkan informasi dengan

tetap menjaga standar kualitas informasi yang tinggi. Media ini memuat nilai pembelajaran yang mendorong serta memberikan fasilitas kepada karyawan untuk terus belajar dan mengembangkan potensi diri dan produk informasi yang dihasilkan.

b. Struktur Redaksional NU Online

Tabel 2.1 Struktur Redaksional NU Online⁵⁴

Dewan Penasehat	Prof. Dr. KH. Said Aqil Siroj, MA, KH. Yahya C Staquf, Drs. H. Imam Aziz, Dr (HC), H. Helmy Faisal Zaini, Drs H Abdul Mun'im DZ, Ulil Hadrawi, M.Hum
Pemimpin Umum	Hati Usmayadi
Direktur	Mohamad Syafi' Alielha
Wakil Direktur	H. Syaifullah Amin
Pemimpin Redaksi	Ahmad Mukafi Niam
Wakil Pimred	A Khoirul Anam
Sekretaris Redaksi	Alhafiz Kurniawan
Redaktur Pelaksana	Mahbib Khoiron
Staf Redaksi	Sudarto Murtaufiq, Ginanjar Sya`ban, Abdullah Alawi, Fariz Alniezar, Mahbub Ma'afi, Ahmad

⁵⁴ NU Online, <https://www.nu.or.id/>, diakses pada 20 Februari 2022.

	Fatoni, Hengki Ferdiansyah, Faridur Rohman, Syaifullah Ahmadi, Abdul Muiz, Aryudi A Razak, Muhammad Faizin, A Muchlishon Rochmat, Muhammad Husni, Abdul Rohman Ahdori, Muhammad Syakir NF, Kendi Setiawan
Staf IT dan Desain	Puji Utomo, Ardyan Novanto, Miftahudin, Ayi Fahmi, Nurdin, Aceng Danta
Bisnis dan Keuangan	Rizki Wijayanti, Muhamad Yunus
Kontributor	Ahmad Syarif Kurniwan (Lampung), Andi Muhammad Idris (Makassar), Andir Jowe (Kupang, NTT), Gatot Arifianto (Lampung), Gatotm Abdurrahman (Jombang), Gatotul Arifin (Jombang), Qomarul Adib (Kudus), Qomarulyah (Kudus), Wasdiun (Tegal), Hairul Anam (Pamekasan), Rokhim (Yogyakarta), RokhimSuhendra (Yogyakarta), Syaiful Mustaqim (Jepara), Aiz Luthfi (Subang), Ade Mahmudin (Subang), Ade Kamil Akhyari (Sumenep), Siddiq Sugiharto (Demak), Rof Maulana (Surabaya), Armaidi Tanjung (Padang), Dina Manzila (Malang), Ahmad Nurkholis (Malang), Ahmادمad Zidni Nafi (Bandung), Muhammad Ichwan (Semarang),

	<p>Muhammad Zulfa (Semarang), Muhammad Kholidun (Sidoarjo), M. Haromain (Wonosobo), Sholihin Hasan (Blora), Sholihinwan (Majalengka), Samsul Hadi (Mataram, NTB), Samsul Akbar (Probolinggo), Ibnu Nawawi (Jombang), Aji Najmuddin (Solo), Husni Mubarak (Tasikmalaya), Ade Nurwahyudi (Bondowoso), M Yazid (Bojonegoro), Anang Lukman Afandi (Banyuwangi), Abdu L Wahab (Papua), Abdul Majid (Kepulauan Riau), Nat Riwayat (Banda Aceh), Natya Malik (Surabaya), Siti Maulidia (Pontianak), Sitiful Alfuat (Mojokerto), Rifqi Hidayat (Semarang)</p>
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

c. Kontak NU Online

1. Alamat Redaksi:
 Gedung PBNU Lantai 5, Jalan Kramat Raya
 164, Jakarta Pusat, 10430
2. Email:
redaksi@nu.or.id
3. Telepon dan Fax:
 (+6221) 391 4013/14 dan (+6221) 3914013
4. Media Sosial:
 Facebook: [@situsresminu](https://www.facebook.com/situsresminu)
 Instagram: [@nuonline_id](https://www.instagram.com/nuonline_id)
 Twitter: [@nu_online](https://twitter.com/nu_online)

Youtube: NU Online

5. Alamat Bisnis:

PT Visi Berkah Bangsa, The City Tower,
level 12 1N, Jl. MH Thamrin No.81, Kel.
Menteng, Kec. Menteng, Jakarta Pusat. DKI
Jakarta, 10310.

6. Email:

info@vbb.co.id

d. Perkembangan Media NU Online

NU Online didirikan pada tahun 2003 dalam bentuk *website* dan mampu bertahan hingga saat ini dengan terus melakukan inovasi baru sebagai bentuk kemudahan dalam penyampaian informasi kepada masyarakat. Media NU Online juga konsisten dalam menyebarkan berita-berita aktual, baik informasi internal seputar NU, maupun berita-berita lain tentang dunia Islam dan berita nasional.

Media NU Online terus mengalami perkembangan yang dibagi ke dalam beberapa periode⁵⁵, antara lain:

a) Periode 2003-2005, merupakan periode awal terbentuknya *website* NU Online. Periode pertama ini membentuk struktur organisasi yang dipimpin oleh Abdul Mun'im DZ. NU Online juga merekrut beberapa anggota untuk menjadi kontributor yang membersamai mengisi kolom

⁵⁵ Hasan Aziz dan Fahrudin. "Modernisasi Media Massa Nahdlatul Ulama: Studi Kasus NU Online Tahun 2003-2018". Karmawibangga, 3 : 41-52, 2021.

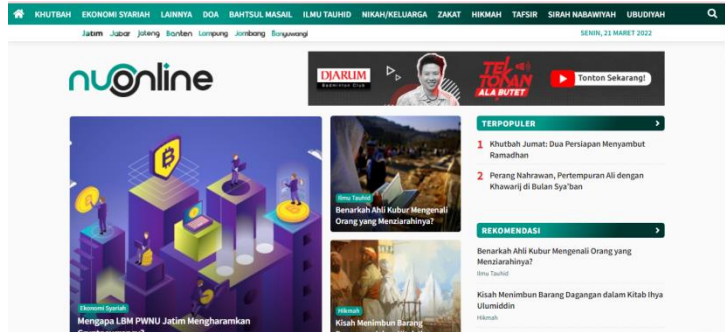
berita *website* NU Online. Pada tahun 2005, perkembangan NU Online sangat pesat yang didukung oleh komitmen dalam memajukan NU Online. NU Online mendapatkan penghargaan sebagai media massa berbasis *online* terbaik di Indonesia versi majalah Komputer Aktif dalam kategori sosial dan kemasyarakatan.

- b) Periode 2006-2009, merupakan periode peningkatan pengunjung *web* NU Online. Pada masa ini, pengguna media sosial mulai berdatangan dan menjadi era baru dalam kemudahan akses internet. NU Online juga melakukan banyak promosi. Laman berita NU Online juga meningkat pesat beriringan dengan adanya pasar harga *smartphone* yang cukup menjangkau daya beli masyarakat menengah dan menengah ke bawah. Banyaknya pengguna *smartphone* tersebut juga menjadi salah satu pengaruh pengunjung *web* NU Online.
- c) Periode 2010-2018, merupakan periode persaingan. Keberadaan NU Online mengalami persaingan yang cukup ketat dengan media massa *online* lain, sebab mulai bermunculan media massa *online* serupa milik ormas-ormas lain. Hal tersebut menjadi tantangan NU Online agar tetap konsisten menjadi media yang menyajikan berita-berita *up to date*, terutama seputar dunia Islam.
- d) Periode 2019-2021, adalah periode pengembangan *website* NU Online menjadi

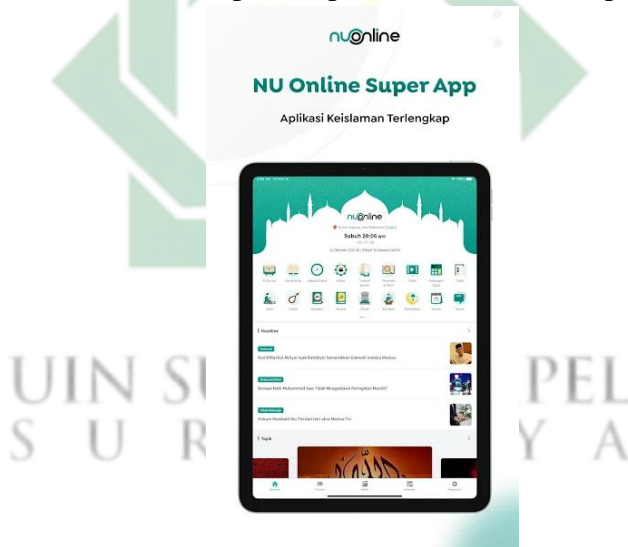
sebuah aplikasi. Bukti revolusi digital yang dilakukan oleh ormas Nahdlatul Ulama yaitu dengan meluncurkan portal NU Online dalam bentuk aplikasi bernama NU Mobile. Aplikasi tersebut juga mengalami *update* di setiap tahunnya, sebagai bentuk transformasi layanan keagamaan yang berkualitas dan kekinian. Pada tahun 2020, aplikasi NU Mobile disempurnakan menjadi aplikasi dengan ragam informasi keislaman yang dibutuhkan umat bernama NU Online Pro. Versi paling baru yang diluncurkan pada 2021 bernama NU Online Super App dengan fitur-fitur baru yang disebut sebagai aplikasi ibadah dan belajar Islam dengan menekankan kemudahan, kualitas, dan kredibilitas.

Organisasi Islam Nahdlatul Ulama' (NU) dalam menghadapi perkembangan teknologi informasi sebagai bentuk modernisasi adalah dengan mendirikan media NU Online dan terus melakukan pembaruan guna menjadi ruang untuk menghasilkan produk informasi yang berkualitas serta bentuk profesionalitas tinggi dalam berkhidmah kepada umat dan bangsa.

Gambar 1.1 Tampilan Beranda *Website* NU Online



Gambar 1.2 Tampilan Aplikasi NU Online Super App



e. Rubrikasi Media NU Online

Tampilan rubrikasi NU Online juga mengalami pembaruan, sebanyak 11 rubrik dan 1 rubrik Lainnya, terhitung bulan Maret 2022.

Rubrik-rubrik tersebut diberi nama menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa Arab.

Pertama, rubrik **Khutbah** yang berisi sekumpulan informasi-informasi mengenai khutbah Jum'at. Rubrik Khutbah bisa dijadikan rujukan para *khatib* sebagai inspirasi naskah khutbah Jum'at, sebab naskah khutbah tersebut banyak ditulis oleh tokoh-tokoh terkemuka NU. *Kedua* rubrik **Ekonomi Syariah** yang berisi seputar informasi ekonomi yang bermuatan syariah (nilai-nilai Islam), baik bentuk tulisan berita *hard news* maupun *soft news*. *Ketiga*, rubrik **Doa** yang berisi banyak sekali amalan doa-doa yang dilakukan warga NU. *Keempat*, rubrik **Bahtsul Masail** yang mempublikasikan hasil dari forum kesepakatan terkait permasalahan masyarakat demi kemaslahatan yang disertai landasan ketetapan hukum. *Kelima*, rubrik **Ilmu Tauhid** yang berisi tentang informasi dan penjelasan nilai-nilai ketauhidan dalam Islam.

Keenam, rubrik **Nikah/Keluarga** yang pasti membahas informasi dan ilmu-ilmu di dalam pernikahan dan membentuk keluarga Islami. *Ketujuh*, rubrik **Zakat** yang membahas informasi zakat atau sedekah. *Kedelapan*, rubrik **Hikmah** yang menyajikan informasi terkait refleksi dari cerita-cerita para ulama' terdahulu maupun tokoh-tokoh saat ini yang bisa menjadi tauladan bagi umat. *Kesembilan*, rubrik **Tafsir** yang berisi tafsir ayat-ayat Al-Qur'an dan kalam ulama'. *Kesepuluh*, rubrik **Sirah Nabawiyah** yang berisi kisah nabi-

nabi, keluarga, dan sahabat. *Kesebelas*, rubrik **Ubudiyah** yang menyajikan informasi mengenai berbagai persoalan dan tata cara peribadatan (baik soal salat, puasa, dan lain-lain). *Keduabelas*, rubrik **Lainnya** yang berisi sub rubrik, seperti tafsir mimpi, haji umrah dan qurban, tasawuf, akhlak, jenazah, ilmu hadis, serta shalawat/ wirid.

2. Berita Aplikasi Snack Video Haram

Media massa mempunyai kekuatan dalam memengaruhi manusia dalam berbagai tingkatan. Burhan Bungin menyampaikan bahwa media massa berfungsi sebagai informasi, saluran pendidikan, hiburan, sekaligus memberikan efektif lain di luar itu.⁵⁶ Media massa memiliki motif-motif tertentu ketika memuat berita dan pada dasarnya sudah ditentukan berdasarkan muatan ideologis suatu media atau muatan teologis sekalipun. Informasi dalam media massa dimuat dalam bentuk berita atau pemberitaan yang mengandung nilai-nilai kelayakan.

Aplikasi Snack Video yang disebut sebagai aplikasi penghasil uang cukup *viral* dan banyak diberitakan di berbagai media massa. Fenomena aplikasi Snack Video sebagai aplikasi penghasil uang menghadirkan konstruksi pemberitaan tentang hukum mendapatkan uang dari sebuah aplikasi menonton video pendek tersebut, terutama dari masyarakat muslim yang

⁵⁶ Burhan Bungin. *Sosiologi Komunikasi, Teori, Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. (Jakarta: Kencana, 2009), 323.

notabene menjunjung tinggi urusan muamalah dan akad.

Hadirnya pemberitaan mengenai penetapan hukum dari penggunaan aplikasi Snack Video untuk menghasilkan uang banyak diangkat oleh media-media Islam dengan latar belakang ideologis yang berbeda-beda, baik kelompok reformis, tradisional, maupun Islam garis keras. Pemberitaan mengenai perspektif hukum Islam penggunaan aplikasi Snack Video sebagai aplikasi penghasil uang yang beragam akan menciptakan kondisi masyarakat supaya mengetahui informasi lebih banyak.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

B. Penyajian Data

1. Berita 1

Gambar 1.3 Isi Berita 1



Aplikasi Snack Video dan Skema Bisnisnya: Termasuk Money Game?

Muhammad Syamsudin Sabtu, 27 Februari 2021 | 08.00 WIB



Beberapa email dan pesan lewat media sosial mengalir membanjiri akun media sosial penulis untuk membahas mengenai aplikasi Snack Video (SV). Dari hasil penelusuran lewat sejumlah media arus utama, penulis mendapati bahwa aplikasi ini menawarkan pendapatan dengan menonton video. Video ini merupakan video yang berbasis konten unggahan pengguna aplikasi. Alhasil, alur transaksinya menyerupai Youtube dan tidak sebagaimana Vtube.

Keunikan dari aplikasi ini adalah pihak yang menonton video, juga dibayar oleh si pengembang platform. Ini yang membedakannya dengan Youtube yang hanya membayar pemilik konten. Sekilas menjadi serupa dengan Vtube. Ditambah lagi ada anjuran untuk mengundang (invite) teman.

Permasalahan yang mesti dijawab dalam bingkai fiqh adalah dari mana uang yang digunakan untuk menggaji para penonton SV ini? Dan apa tujuan dari aksi referral tersebut?

Mengapa pertanyaan ini penting? Sebab, Islam melarang memakan harta orang lain secara bathil.

Sekilas Aplikasi Snack Video (SV)

Aplikasi Snack Video merupakan platform yang diproduksi dari Beijing, China, di bawah payung usaha Kuaishou Technology dan didukung oleh raksasa Tencent Holding selaku investor. Melihat model tampilan penyajiannya, aplikasi ini menjadi saingan utama dari Tik Tok, yang juga menyajikan kreator konten yang sama dan berbasis kreasi video singkat dengan durasi waktu tonton tidak lebih dari 57 detik. Batasan konten kreator ini ditetapkan sendiri oleh pihak perusahaan.

Peluncuran aplikasi dilakukan semenjak 7 Agustus 2019, dan dapat diunduh lewat Google Play Store. Hingga tulisan ini dimuat, tercatat bahwa aplikasi tersebut sudah diunduh sebanyak 100 juta kali oleh pengguna, semenjak pertama kali diluncurkan.

Cara Menghasilkan Uang dari Snack Video

Setidaknya ada dua alur penghasilan dari aplikasi ini. Pertama, penghasilan bagi creator content. Kedua, penghasilan bagi setiap masyarakat yang menginstal aplikasi. Kita awali dulu dari bahasan penghasilan setiap masyarakat yang menginstal aplikasi.

Penghasilan Setiap Penginstal Aplikasi Snack Video

Penghasilan setiap penginstal aplikasi

SV ini pada dasarnya hampir sama dengan penghasilan bagi penginstal aplikasi Shopee. Para pengguna secara otomatis mendapatkan penghasilan berupa Koin setiap kali check-in ke dalam aplikasi.

Penghasilan berikutnya didapat setelah melakukan misi menonton video yang direkomendasikan (promo) oleh pihak perusahaan selama 15 menit setiap harinya, kemudian menyematkan tanda like (suka) atau follow (mengikuti) akun rekomendasi.

Penghasilan lainnya didapat dengan jalan mengundang dan mendaftarkan teman di snack video, dan selanjutnya mendapatkan uang senilai 52.600 rupiah (menyesuaikan dengan promo dari SV) secara tunai. Prosedur mendaftarkan teman tersebut, antara lain dengan jalan mengklik tautan <http://sck.io/WrdvaK4J> [arsip]. Selanjutnya, klik "Dapatkan Uang", menuju ke Playstore, dan instal aplikasi SV.

Berikutnya, pihak yang mendaftarkan masuk dengan akun yang dimilikinya, lalu pergi ke Beranda (home), dan sesaat kemudian ada koin yang melayang, lalu pencet. Berikutnya adalah memasukkan kode undangan yang sebelumnya sudah dibagikan ke peserta yang didaftarkan. Selepas

prosedur itu berhasil dilakukan, sesaat kemudian, pihak yang mendaftarkan akan mendapatkan koin sebesar 165.000, setara dengan 3.300 rupiah.

Catat, nilai konversi 50 koin SV adalah setara 1 rupiah! Alhasil, jika Anda memiliki 1000 koin SV maka itu sama nilainya dengan 20 rupiah; 500.000 koin SV setara dengan Rp10.000; 750.000 koin SV = Rp15.000; 1.000.000 koin SV = Rp20.000; 2.500.000 koin SV = Rp50.000; 10.000.000 koin SV = Rp200.000; dan 50.000.000 koin SV = Rp1.000.000.

Penghasilan penginstal aplikasi dari setiap menyelesaikan misi yang disampaikan oleh SV dapat berbeda-beda. Terhitung sejak hari pertama misi itu dijalankan, sampai dengan hari ke-30, imbal hasil itu dapat berbeda setiap harinya. Mirip dengan Koin Shopee dari setiap check-in aplikasi setiap harinya. Semakin meningkat seiring waktu check-in, dan kembali dari 0, bilamana check in ini terputus oleh hari.

Penghasilan Content Creator

Sebagaimana yang telah disampaikan di atas, Snack Video merupakan salah satu platform penghasil konten video berdurasi singkat, kurang lebih 52 detik. Konten video ini pada dasarnya dimaksudkan sebagai hiburan, namun beberapa tampilan iklan promosi dari Snack Video jelas menampilkan konten

yang mengumbar sensualitas. Sebagian yang lain, ada yang memang murni video lucu dan dimaksudkan untuk menghibur semata, tanpa ada sensualitas yang dipertontonkan.

Pendapatan yang diperoleh oleh konten kreator dapat diperoleh dengan jalan membuat konten live streaming. Setiap konten video live streaming seperti ini akan dihargai dalam bentuk pemberian komisi (reward) berupa Koin SV, di mana setiap koin yang didapatkan dapat ditukar dengan uang tunai yang berlaku sebagaimana nilai konversi yang telah disebutkan di atas, yaitu 1 rupiah per 50 Koin SV.

Darimana asalnya reward ini? Jika disimak lebih lanjut, pada dasarnya reward itu diberikan oleh follower (pengikut) yang menonton video yang dibagikan oleh content creator. Reward itu disampaikan dalam bentuk sticker yang bisa ditukarkan dengan dengan Koin SV, dan selanjutnya dapat ditukar dengan uang tunai. Alhasil, semakin banyak follower dan viewer, semakin banyak pula pendapatan content creator.

Sebagai catatan bahwa untuk bisa memberikan reward kepada content creator ini, pihak pengguna aplikasi harus melakukan top up Diamond ke Snack Video. Besaran top up-nya

beragam. Berdasarkan video youtube yang disampaikan oleh salah seorang user Snack Video, nilai top up terhitung mulai dari harga 16 ribu rupiah, atau setara dengan nilai 800 ribu koin SV.

Dalam hemat penulis, nilai top up ini barangkali yang menjadi sasaran perhatian dari pihak Satgas Waspada Investasi beberapa waktu ini. Sekilas memang tidak masalah memberikan hadiah kepada seseorang. Perbandingannya, mungkin adalah dengan keberadaan Koin Shopee yang juga bisa dibeli oleh pelapak di Shopee dan bisa diberikan oleh pelapak kepada pembeli dalam bentuk reward atau Voucher Cashback. Nah, masalahnya adalah reward di SV ini datangnya dari user. Sementara di Shopee, reward itu datangnya dari pelapak.

Penting diketahui bahwa top up ini menjadi satu keharusan bagi user seiring video rekomendasi yang disampaikan oleh pihak Platform. Untuk bisa memberikan gift itu, pihak user harus membeli diamond dengan harga yang beragam. Misalnya, untuk sticker love senilai 1 diamond, sate 20 diamond, nasi goreng 30 diamond, handphone 50 diamond dan mobil 1999 diamond.

Adapun rincian harga diamond tersebut adalah:

·70 diamond senilai Rp16.000,

- 490 diamond Rp109.000,
- 1.400 diamond Rp309.000,
- 4.200 diamond Rp990.000 dan
- 7.000 diamond Rp1.585.317.

Alhasil, apresiasi user terhadap kreator konten adalah apresiasi berbayar. Di Youtube, Anda melakukan subscribe atau memberikan tanda like atau dislike sebagai sesuatu yang gratis. Demikian halnya dengan di facebook. Anda memberikannya juga secara gratis. Namun di SV, untuk menyematkan tanda jempol, Anda harus membayar ke yang Anda jempol.

Penukaran Koin Snack Video Menjadi Uang Tunai

Jika menilik dari tampilan yang disajikan oleh aplikasi SV, sebenarnya penukaran ini sudah tidak diperlukan lagi, sebab pihak SV sudah langsung menampilkan tampilan konversinya di layar. Alhasil, pihak pengguna aplikasi SV, tinggal mencairkan sesuai jumlah Koin SV yang dikehendaki penarikannya (withdrawl). Berikut ini adalah langkah-langkah penarikannya, yaitu:

- 1.Membuka buka aplikasi Snack Video
- 2.Pastikan koin sudah dikonvert otomatis oleh sistem Snack Video
- 3.Ketuk Saldo Snack Video
- 4.Klik Menarik
- 5.Silahkan Anda siapkan nomor handphone yang telah terdaftar di OVO

Premier

6.Selanjutnya pilih nominal yang hendak dicairkan

7.Klik Tarik.

Catatan: Penarikan minimal setiap harinya adalah sebesar 15 ribu rupiah dan maksimal 50 ribu rupiah dengan jumlah penarikan hanya satu kali per 24 jam.

8.Lakukan verifikasi nomor yang telah terdaftar di Snack Video dan E-Wallet anda

9.Ketuk verify dan Anda akan menerima sebuah kode verifikasi

10. Masukkan kode verifikasi tersebut pada form yang disediakan

11. Pilih metode penarikan > klik Confirm

12. Terakhir, Anda bisa klik Kas Keluar

Penukaran Reward Menjadi Uang Tunai

Menyimak dari seluruh pola yang ada, kesimpulan sementara dari permasalahan awal yang disampaikan oleh penulis dalam konteks ini adalah:

- 1.Uang yang diberikan kepada para penginstal aplikasi Snack Video ini berasal pihak perusahaan. Namun untuk kebenaran ini, masih perlu penelusuran lebih lanjut, seiring ada peringatan dari Satgas Waspada Investasi (SWI). Dalam penelusuran penulis, sumber kecurigaan Tim SWI ini adalah karena adanya biaya top up Diamond dengan dalih memberikan reward kepada content

creator. Alhasil, pendapatan content creator berasal dari user lain. Jika hal tersebut dikaitkan dengan adanya pola mengundang teman dan kode referral, maka ada kemungkinan bahwa dalam aplikasi SV ini terdapat unsur money game-nya.

2. Meskipun secara sekilas, SV tidak menunjukkan secara terang-terangan praktik money game, namun pihak pengguna tetap disarankan waspada terhadap aplikasi semacam, sebab keharusan menyertakan data pribadi dan nomor rekening personal adalah kunci utama bagi keselamatan data personal dan data pribadi lainnya.

Karena berada di wilayah yang masih abu-abu, antara money game dan tidak, maka dalam konteks ini, kita akan fokus mengkajinya dari sisi akad. Adakah praktik terselubung di dalam SV ini? Bagaimana hal itu terjadi? Kita kupas dalam tulisan berikutnya.

Muhammad Syamsudin,

Peneliti Bidang Ekonomi Syariah -
Aswaja NU Center PWNU Jawa Timur



AMPEL
A Y A

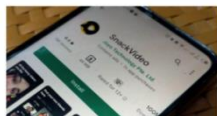
2. Berita 2

Gambar 1.4 Isi Berita 2



Snack Video, Haram karena Ada Unsur Penipuan

Muhammad Syamsudin Sabtu, 27 Februari 2021 | 16:00 WIB



Setidaknya ada beberapa pola transaksi pada aplikasi Snack Video (SV) yang akan dikaji dalam tulisan kali ini. Tentu saja, sejumlah penjelasan berpatokan pada hasil analisis sebagaimana tertuang dalam tulisan sebelumnya. Beberapa aspek yang akan kita soroti adalah sebagai berikut:

Pertama berhubungan dengan akad yang dipakai oleh pengguna aplikasi (user). Kedua berhubungan akad yang dipakai oleh kreator konten dengan pengembang aplikasi. Ketiga, aspek undangan pertemanan dan kaitannya dengan sistem referral. Keempat, akad top up Diamond oleh user. Kelima, akad memberikan apresiasi dari pihak user ke creator content.

Akad Pengguna dengan Aplikasi Snack Video

Maksud dari pengguna aplikasi dalam hal ini adalah pengguna aplikasi secara umum, dan bukan konten kreator. Ia merupakan pengguna pasif.

Misi yang dijalankannya dalam mendapatkan Koin SV sebagai upah (ujrah), yang meliputi:

1. Koin SV yang diperoleh dari check-in harian

2. Koin SV dari misi menonton video yang direkomendasikan oleh pihak pengembang aplikasi Snack Video, dan

3. Aktivitas yang dilakukannya dalam memberikan like dan follow kepada kreator konten, yang mana like dan follow itu menjadikan pihak kreator konten mendapatkan reward dari berupa sticker yang bisa dijadikan koin

Koin SV yang diperoleh pihak penginstal aplikasi ini bisa dikelompokkan ke dalam akad ju'alah (sayembara) yang dicirikan oleh keberadaan janji berupa reward (pemberian komisi) yang disampaikan oleh pihak pengembang, bilamana pihak pengguna aplikasi melakukan aktivitas check-in harian. Akad ju'alah yang berlaku di sini adalah termasuk akad ju'alah shahihah, disebabkan karena dua hal, yaitu:

1. Pengguna aplikasi yang tidak melakukan check-in, tidak mendapatkan reward

2. Sahnya Koin SV yang didapat disebabkan bisanya dijadikan harta. Kajian mengenai aset yang mendasari Koin SV ini akan dikupas pada kajian berikutnya. Insyaallah.

Dua hal itu menjadikan akad ju'alah yang berlaku adalah ju'alah yang sah secara syariat, dan siapa pun bisa melakukannya, asalkan dia telah menginstal aplikasi tersebut.

Bagaimana dengan misi menonton video bagi pengguna aplikasi SV? Misi menonton video selama 15 menit per hari, dengan upah secara meningkat setiap harinya selama kurang lebih 30 hari, juga termasuk akad ju'alah. Misi ini juga merupakan yang sah secara syara' dengan catatan bahwa Koin SV yang diberikan juga sah untuk dicairkan menjadi rupiah serta pencairannya berasal dari pihak perusahaan, sehingga bukan dari pihak pengguna aplikasi lainnya. Hal yang sama juga berlaku untuk memberikan like atau follow terhadap akun yang direkomendasikan.

Sebagai sebuah catatan, bahwa sah atau tidaknya upah dalam syara' juga bergantung pada objek yang dijadikan misi. Bila upah itu berasal dari menonton video yang tidak mengundang unsur keharaman menontonnya, serta tidak menyebabkan lainnya ibadah, menghancurkan peradaban serta norma-norma yang berlaku dalam syara', maka upah itu secara tegas merupakan yang halal.

Adapun, bila sajian video itu bersifat kebalikannya, dan justru merusak norma dan syara', maka jangankan menonton videonya dan upahnya, menginstal aplikasi di pesawat handphone pun, kedudukannya secara fiqih juga bisa dikelompokkan sebagai

haram secara syara' karena illat ta'awun 'ala al-ma'ashi (tolong menolong dalam perbuatan maksiat dan dosa).

Akad Kreator Konten Snack Video dengan Aplikasi Snack Video

Sebagaimana yang berlaku pada Youtube, bahwa akad yang terjadi antara kreator konten dengan developer platform SV adalah termasuk akad ju'alah (prestasi). Yang diberi pekerjaan adalah kreator. Yang memberi pekerjaan adalah pihak Developer SV. Upahnya adalah naiknya pendapatan berupa Koin SV seiring banyaknya like dan follower yang mengikutinya.

Nah, permasalahannya adalah ketika like dan follower tersebut harus membayar ke pihak kreator konten saat memberikan apresiasi like dan sejenisnya. Bagaimana cara pembayarannya, Anda bisa merujuk lagi ke tulisan terdahulu di bagian pertama.

Akad Mengundang Teman dan kaitannya dengan Referral

Berdasarkan hasil penelusuran penulis, mengajak teman untuk menginstal aplikasi Snack Video ini, merupakan cara tercepat untuk mendapatkan penghasilan dari aplikasi. Setiap mengajak teman, pihak pengajak akan mendapat reward dari perusahaan sebesar 5000 rupiah sampai dengan 52.000 rupiah. Karena besaran reward

semakin meningkat seiring banyaknya teman yang berhasil diajak, maka akad ini termasuk akad ju'alah.

Termasuk akad ju'alah shahihah ataukah ju'alah fasidah? Ju'alah fasidah umumnya kita temui jika pendapatan itu diperoleh dari member. Namun, dalam SV ini, pendapatan berupa reward tersebut murni berasal dari perusahaan. Sebagai qarinah (bukti penguat) dari hal ini adalah ketiadaan uang yang disetorkan oleh referral yang berhasil diajak. Alhasil, tidak dijumpai adanya indikasi terjadinya praktik *ighra'* atau pengelabuan, sehingga akad yang terjadi adalah murni ju'alah shahihah.

Akad Top up Diamond oleh User dan Apresiasi ke Kreator Konten Snack Video

Top up Diamond merupakan akad pembelian Diamond yang memiliki manfaat untuk memberikan appraisal (sikap) user ke creator content. Wujud nyataanya adalah saat Anda memberikan apresiasi like, Anda harus membayar sebesar 1 Diamond. Memberi tanda love, Anda harus membayar 70 Diamond, dan seterusnya. Selebihnya Anda bisa merujuk ke tulisan terdahulu.

Manfaat dari pembelian Diamond SV ini, memiliki dua relasi, yaitu 1) memberikan reward kepada kreator

konten, dan sekaligus 2) mengharap pendapatan yang tinggi setelah memberikan reward.

Kaitannya dengan yang pertama, yaitu Diamond sebagai reward ke kreator konten, maka itu menandakan bahwa bayaran yang diterima oleh kreator konten adalah dari user lain dan bukan dari pihak perusahaan. Padahal, yang memberi kerja kepada kreator konten adalah pihak Snack Video, dan bukan pihak user.

Alhasil, ada praktik pengelabuan (*gharar*) yang diharamkan di sini seiring melakukan top up tersebut merupakan sebuah keharusan bagi user.

Kaitannya dengan pendapatan user dari melakukan topping up, ada 3 pembacaan yang saling berkaitan (*iltizam*), yaitu:

1. Penyerahan uang oleh user kepada pihak SV untuk membeli Diamond adalah termasuk akad utang
2. Kerja memberikan apresiasi adalah merupakan yang berstatus *mulgha* (*diabaikan*), disebabkan karena adanya unsur keharusan melakukan topping up, dan keharusan memberikan apresiasi
3. Karena kerja memberikan apresiasi yang disertai penyerahan harta oleh user kepada yang diapresiasi merupakan yang berstatus *mulgha*, sementara yang diharapkan oleh user adalah mendapatkan income pasca memberikan

apresiasi terhadap video yang ditetapkan oleh Snack Video, maka dapat dipastikan bahwa Koin SV yang diteriima oleh user adalah buah dari akad riba qardli disebabkan relasi duyuan pada poin 1 di atas.

Analisis Jebakan Akad pada Aplikasi Snack Video

Berdasarkan data-data yang disampaikan pada tulisan pertama, dan kedua ini, penulis dapat mengilustrasikan bahwa praktik yang diterapkan oleh platform Snack Video ini adalah ibarat orang memancing, maka ia harus memberikan umpan terlebih dulu kepada usernya. Begitu mendaftar, pihak user diberikan uang tunai, dan selanjutnya pihak user dijebak di dalam jaring misi-misi, sehingga pihak user harus melakukan top up Diamond, atas nama memberikan giift/reward kepada kreator konten yang seharusnya menerima upah dari pihak SV.

Uniknya, pihak Snack Video malah memberikan reward kepada user yang baru mendaftar, dan membiarkan kreator kontennya dibayar oleh user lain. Tak diragukan lagi bahwa ini adalah praktik pengelabuan (gharar) dan bisa dikategorikan sebagai money game. Karena status pekerjaan memberikan apresiasi kepada kreator konten merupakan yang dipandang

sebagai mulgha (ada dan tiadanya sama saja dengan ketiadaannya), maka seluruh pendapatan yang diterima, baik oleh kreator konten dan user adalah haram.

Keharaman reward pertama adalah karena illat ta'awun ala al-ma'ashi. Adapun keharaman reward kreator konten adalah karena illat memakan harta orang lain secara bathil.

Kesimpulan Hukum

- Mengunduh dan menginstal aplikasi Snack Video, serta mengikuti misi-misi yang ada di dalamnya adalah haram secara syara', disebabkan ada unsur pengelabuan (tadlis) dan penipuan (taghrir).

- Pemerintah diimbau melakukan tindakan pencegahan sedini mungkin atas nama saddu al-dzari'ah, yaitu mencegah potensi negatif yang ditimbulkan oleh aplikasi pembodohan masyarakat semacam Snack Video tersebut. Wallahu a'lam bish shawab.

Muhammad Syamsudin,

Direktur eL-Samsi dan Peneliti Bidang Ekonomi Syariah; Aswaja NU Center PWNU Jawa Timur

C. Pembahasan Hasil Penelitian (Analisis Data)

1. Perspektif Teori

a. Analisis *Framing* Berita 1

Judul Berita : Aplikasi Snack Video dan
Skema Bisnisnya: Termasuk
Money Game?


Rubrik : Ekonomi Syariah

Penulis : Muhammad Syamsudin

Tabel 2.2 Analisis *Framing* Berita 1

No	Elemen	Unit yang diamati	Temuan
1	Sintaksis	Headline	Aplikasi Snack Video dan skema bisnisnya: termasuk <i>money game</i> ?
		Lead	Aplikasi Snack Video menawarkan pendapatan dengan menonton video
		Latar Informasi	Aplikasi Snack Video
		Penutup	Kesimpulan sementara yang menyatakan bahwa indikasi <i>money game</i> pada aplikasi Snack Video masih belum jelas sehingga perlu dikaji dari sisi akad
2	Skrip	What	Skema bisnis di

			aplikasi Snack Video
		Who	Pengguna aplikasi Snack Video
		When	27 Februari 2021, Pukul 08.00 WIB
		Where	Aplikasi Snack Video
		Why	Hanya dengan menonton video, pengguna bisa mendapatkan bayaran dari pengembang <i>platform</i> Snack Video
		How	Mengenal aplikasi Snack Video, cara menghasilkan uang dari Snack Video (baik penghasilan penginstal maupun <i>content creator</i>), proses penukaran koin Snack Video menjadi uang tunai, dan penukaran <i>reward</i> menjadi uang tunai
3	Tematik	Paragraf, Proposisi	Deskripsi mengenai skema bisnis dan cara mendapatkan uang di aplikasi Snack Video belum

			cukup menjawab lisensi <i>money game</i> (haram) dan akan dilanjutkan dengan kajian yang berfokus pada sisi akadnya
4	Retoris	Kata Idiom	Transaksi, membayar, dibayar, mengundang, melarang, bathil, misi, sensualitas, <i>reward</i> , <i>gift</i> , peringatan, <i>money game</i> , abu-abu, dan akad
		Gambar/foto	

1) Sintaksis

Struktur ini menjelaskan tentang bagaimana wartawan menyusun fakta berdasarkan beberapa unit pengamatan, mulai dari *headline*, *lead*, latar informasi dan penutup.

Headline berita berisi aplikasi Snack Video dan skema bisnisnya: termasuk *money game*? Ada pula *lead* berita yang berisi aplikasi Snack Video menawarkan pendapatan dengan menonton video. Latar informasi berita tersebut adalah tentang aplikasi Snack Video, serta

penutup yang berisi kesimpulan sementara yang menyatakan bahwa indikasi *money game* pada aplikasi Snack Video masih belum jelas sehingga perlu dikaji dari sisi akad.

Cara wartawan dalam menyusun fakta adalah menggunakan gaya penulisan deksriptif. Wartawan menekankan penjelasan dan gambaran umum mengenai aplikasi Snack Video, mulai dari pengenalan aplikasi Snack Video, perhitungan jumlah penghasilan uang yang didapatkan dari aplikasi Snack Video, cara penukaran koin menjadi uang, dan cara penukaran *reward* menjadi uang. Wartawan memberikan informasi secara detail dan rinci untuk mendapatkan kesimpulan hukum dari penggunaan aplikasi Snack Video sebagai aplikasi penghasil uang.

2) Skrip

Struktur skrip mencakup unsur kelengkapan berita, yaitu 5W+1H. Unsur *what* dalam berita NU Online adalah skema bisnis di aplikasi Snack Video. Unsur *who*, yaitu pengguna aplikasi Snack Video. Kemudian terdapat unsur *when*, yaitu 27 Februari 2021 pukul 08.00 WIB. Berita ini muncul pada saat aplikasi Snack Video belum mendapatkan izin resmi dari Satgas Waspada Investasi. Terdapat pula unsur *where*, yaitu di aplikasi Snack Video itu sendiri. Unsur *why*, mengemukakan tentang aktivitas pengguna yang hanya menonton video bisa mendapatkan bayaran dari pengembang *platform* Snack Video.

Selanjutnya unsur *how*, yaitu mengenalkan aplikasi Snack Video, cara menghasilkan uang dari Snack Video (baik penghasilan penginstal maupun *content creator*), proses penukaran koin Snack Video menjadi uang tunai, dan penukaran *reward* menjadi uang tunai.

3) Tematik

Struktur tematik menggambarkan bagaimana cara wartawan menuliskan fakta. Tema berita yang disajikan NU Online adalah mengenai ‘Aplikasi Snack Video dan skema bisnisnya: termasuk *money game*?’ dimana berita tersebut adalah memaparkan konsep pendapatan uang di aplikasi Snack Video, sehingga bisa disimpulkan *money game* atau bukan.

Cara wartawan menuliskan fakta yang didukung dengan gaya penulisan deskriptif dengan susunan paragraph induktif, yang mana ide pokok berada di bagian akhir kalimat (penutup). Wartawan menjawab mengenai persoalan *money game* di aplikasi Snack Video adalah dengan tulisan runtun dari setiap paragrafnya. Wartawan mendeskripsikan mengenai pengertian aplikasi Snack Video hingga cara menukarkan *reward* menjadi uang tunai sebagai bagian dari skema bisnis aplikasi tersebut.

Wartawan juga menambahkan kalimat paling akhir sebagai penutup, “Karena berada di wilayah yang masih abu-abu, antara *money game* atau tidak, maka dalam konteks ini, kita akan

fokus mengkajinya dari sisi akad. Adakah praktik terselubung di dalam SV ini? Bagaimana hal itu terjadi? Kita kupas dalam tulisan berikutnya.” menunjukkan bahwa penjelasan wartawan akan dilihat dari sisi akad pada berita selanjutnya sebagai bentuk penyajian informasi lebih detail sehingga memperoleh kesimpulan hukum yang bisa diterima oleh pembaca berita.

4) Retoris

Struktur retorik menekankan pada arti kata dan gambar di dalam berita. Leksikon atau pemilihan kata guna menggambarkan suatu peristiwa bisa dilihat dari kata transaksi, dibayar, membayar, mengundang, melarang, *bathil*, misi, sensualitas, *reward*, *gift*, peringatan, *money game*, abu-abu, dan akad.

Adapun gambar di dalam berita menunjukkan gambar letak pengunduhan aplikasi Snack Video di halaman Playstore. Demikian wartawan mencoba membingkai berita menggunakan kata *money game*, sebab fenomena ini dianggap serius sehingga memperoleh uang dari aplikasi Snack Video yang cenderung abu-abu menuju haram.

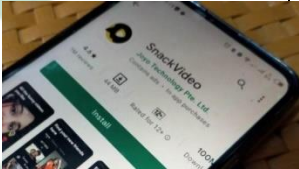
b. Analisis *Framing* Berita 2

Judul Berita	: Snack Video, Haram karena Ada Unsur Penipuan
Rubrik	: Ekonomi Syariah
Penulis	: Muhammad Syamsudin

Tabel 2.3 Analisis *Framing* Berita 2

No	Elemen	Unit yang diamati	Temuan
1	Sintaksis	Headline	Snack Video, haram karena ada unsur penipuan
		Lead	Ada beberapa pola transaksi pada aplikasi Snack Video yang akan dikaji dari sisi akad
		Latar Informasi	Aplikasi Snack Video
		Penutup	Kesimpulan hukum yang menyatakan bahwa penggunaan aplikasi Snack Video sebagai aplikasi penghasil uang adalah haram secara syara' dan pemerintah diimbau untuk melakukan tindakan pencegahan
2	Skrip	What	Aplikasi Snack Video haram sebab ada unsur penipuan
		Who	Pengguna aplikasi Snack Video
		When	27 Februari 2021, Pukul 16.00 WIB
		Where	Aplikasi Snack

			Video
		Why	Analisis adanya jebakan akad pada aplikasi Snack Video
		How	Menjelaskan mengenai akad pengguna, akad <i>content creator</i> Snack Video dengan aplikasi Snack Video, akad mengundang teman dan kaitannya dengan <i>referral</i> , akad <i>top up</i> Diamond oleh <i>user</i> dan apresiasi kepada <i>content creator</i> , hingga pemaparan analisis jebakan akad dari aplikasi Snack Video berdasarkan konsep akad
3	Tematik	Paragraf, Proposisi	Deskripsi mengenai pola aplikasi Snack Video dari sisi akad hingga didapatkan kesimpulan hukum haram
4	Retoris	Kata Idiom	Akad, apresiasi, undangan pertemanan,

			<i>ju'alah</i> (sayembara), <i>reward</i> , <i>syara'</i> , norma-norma, merusak, haram, dosa, maksiat, pengelabuan (<i>tadlis</i>), <i>gharar</i> (<i>taghrir</i>), diabaikan, <i>income</i> , riba, dan pembodohan
		Gambar/ foto	

1) Sintaksis

Struktur sintaksis menjelaskan cara wartawan menyusun fakta berdasarkan beberapa unit pengamatan, mulai dari *headline*, *lead*, latar informasi dan penutup.

Headline berita berisi aplikasi Snack Video, haram karena ada unsur penipuan. *Lead* berita menjelaskan bahwa ada beberapa pola transaksi pada aplikasi Snack Video yang akan dikaji dari sisi akad. Latar informasi berita tersebut adalah tentang aplikasi Snack Video, serta penutup yang berisi kesimpulan hukum yang menyatakan bahwa penggunaan aplikasi Snack

Video sebagai aplikasi penghasil uang adalah haram secara syara' dan pemerintah diimbau untuk melakukan pencegahan.

Cara wartawan dalam menyusun fakta adalah menggunakan gaya penulisan deksriptif. Setelah menganalisis gambaran umum mengenai aplikasi Snack Video dan skema bisnisnya pada tulisan sebelumnya, wartawan memberikan informasi secara detail dari sisi akad di berita kedua ini. Wartawan juga memaparkan perspektif hukum Islam sebagai penguat informasi.

2) Skrip

Struktur skrip mencakup unsur kelengkapan berita, yaitu 5W+1H. Unsur *what* dalam berita NU Online adalah aplikasi Snack Video haram sebab ada unsur penipuan. Unsur *who*, yaitu pengguna aplikasi Snack Video. Kemudian terdapat unsur *when*, yaitu 27 Februari 2021 pukul 16.00 WIB. Berita ini muncul pada saat aplikasi Snack Video belum mendapatkan izin resmi dari Satgas Waspada Investasi. Penerbitan berita kedua ini merupakan lanjutan dari berita pertama. Dalam kurun waktu yang dibatasi oleh hitungan beberapa jam, NU Online telah menetapkan kesimpulan bahwa Snack Video hukumnya haram dan mengandung penipuan di salah satu alur bisnisnya. Terdapat pula unsur *where*, yaitu di aplikasi Snack Video itu sendiri. Unsur *why*, mengemukakan tentang analisis adanya jebakan akad pada aplikasi Snack Video.

Selanjutnya unsur *how*, Menjelaskan mengenai akad pengguna, akad *content creator* Snack Video dengan aplikasi Snack Video, akad mengundang teman dan kaitannya dengan *referral*, akad *top up* Diamond oleh *user* dan apresiasi kepada *content creator*, hingga pemaparan analisis jebakan akad dari aplikasi Snack Video berdasarkan konsep akad.

3) Tematik

Struktur tematik menggambarkan bagaimana cara wartawan menuliskan fakta. Tema berita yang disajikan NU Online adalah mengenai ‘Snack Video, haram karena ada unsur penipuan’ dimana berita tersebut adalah untuk memaparkan pola transaksi pada aplikasi Snack Video dari sisi akad atau perspektif hukum Islam.

Cara wartawan menuliskan fakta yang didukung dengan gaya penulisan deskriptif dengan susunan paragraf induktif, yang mana ide pokok berada di bagian akhir kalimat (penutup). Wartawan menjawab mengenai persoalan *money game* di aplikasi Snack Video adalah dengan tulisan runtun dari setiap paragrafnya. Wartawan mendeskripsikan mengenai pembahasan akad Islam dalam setiap pola transaksi di aplikasi Snack Video hingga menyimpulkan informasi hukum Islam terkait penggunaan aplikasi tersebut.

4) Retoris

Pada struktur ini, wartawan mencoba menekankan pada arti kata dan gambar dari berita,

diantaranya foto dan leksikon. Leksikon atau pemilihan kata yang menggambarkan peristiwa terdapat dalam teks berita, antara lain akad, apresiasi, undangan pertemanan, *ju'alah* (sayembara), *reward*, *syara'*, norma-norma, merusak, haram, maksiat, dosa, pengelabuan, diabaikan, *income*, riba, *gharar*, dan pembodohan.

Gambar di dalam berita menunjukkan *smartphone* yang hendak mengunduh aplikasi Snack Video di Playstore. Demikian wartawan mencoba membingkai berita menggunakan kata haram karena di dalamnya mengandung penipuan yang dapat merugikan pengguna aplikasi serta merusak akhlak (moral) bangsa.

2. Perspektif Islam

NU Online merupakan *platform media online* yang menyebarkan informasi dengan nilai-nilai keislaman dalam bentuk tulisan sebagai produk jurnalistiknya. Persaingan global menghadirkan kompetisi bidang jurnalistik yang diibaratkan seperti dua sisi mata uang. Satu sisi seorang *muballigh* atau da'i mempunyai kesempatan menyalurkan dakwah secara lebih luas, sedangkan dari sisi lain ada pengelola media yang mengharapkan keuntungan materialis. Islam memandang kegiatan jurnalistik adalah proses penyampaian berita tentang berbagai hal yang

bermuatan nilai-nilai Islam sesuai dengan prinsip-prinsip jurnalisme dalam Islam.⁵⁷

Beberapa prinsip jurnalisme dalam Islam antara lain akurat, adil, praduga tak bersalah, argumentatif dan santun, serta menjunjung tinggi kebenaran.⁵⁸ Prinsip akurat merupakan modal utama dalam profesi jurnalistik. Akurasi informasi bisa didapatkan dari data-data faktual melalui proses verifikasi informasi. Hal ini telah diperintahkan dalam ajaran Islam, dalam Al-Qur'an Surah Al-Hujurat ayat 6 :

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

“Ya ayyuhallāzīna āmanū in jāakum fāsiqum binaba’in fa tabayyanū an tusību qaumam bijahālatin fa tusbih ‘alā mā fa’altum nādimin.

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Jika seseorang yang fasik datang kepadamu membawa suatu berita, maka telitilah kebenarannya, agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena kebodohan (kecerobohan), yang akhirnya kamu menyesali perbuatanmu itu.”⁵⁹

Kebenaran informasi dari setiap berita harus melalui proses verifikasi. Hal tersebut menunjukkan

⁵⁷ Asep Syamsul M. Romli. *Jurnalistik Praktis Untuk Pemula*. Bandung: Rajawali Rosdakarya, 2000), 86.

⁵⁸ Waspada. *Profesi Jurnalistik Perspektif Hukum Islam*. (Yogyakarta: Pustaka Al Zikra, 2017), 82-84.

⁵⁹ Al-Qur'an : Al-Hujurat, 6

perintah *tabayyun* sebelum percaya hingga menyebarkan informasi. *Tabayyun* bertujuan untuk mengetahui akurasi dan substansi informasi, serta integritas dan kredibilitas dari sumber informasi. Profesi jurnalistik mengenal landasan moral berupa prinsip verifikasi, *cross check*, *check* dan *recheck* untuk mendapatkan akurasi.

Jurnalisme Islam juga mengenal prinsip argumentatif dan santun dalam menyampaikan berita. Prinsip tersebut dikenal juga dengan istilah *bil hikmah*, yang berarti bahwa sesuatu yang apabila digunakan dapat mendatangkan kemaslahatan dan menghalangi kemudharatan. *Bil hikmah* juga mengarah pada perbaikan keadaan sesuai dengan kebenaran berdasarkan ilmu dan akal pikiran. Dalam prinsip *bil hikmah*, jurnalisme Islam mengemban tujuan *amar ma'ruf nahi mungkar* dengan tetap mematuhi kaidah-kaidah penulisan jurnalistik serta tidak jauh dari sumber Al-Qur'an dan hadis.⁶⁰ sebagaimana firman Allah dalam Al-Qur'an Surah Ali Imran ayat 104,

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۚ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Waltakum mingkum ummatuy yad'una ilal-khairi wa ya`muruna bil-ma'rufi wa yan-hauna 'anil-mungkar, wa ulā`ika humul-muflihun.

⁶⁰ Ramli. “Dakwah dan Jurnalistik Islam (Perspektif Dakwah Islamiyah)”. Komunida, 5 : 10-30, 2015.

“Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma`ruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung.”⁶¹

Sejalan dengan konsep *amar ma`ruf nahi mungkar*, media NU Online berperan sebagai penyedia informasi keislaman dalam menyiarkan dakwah Islam melalui beberapa rubrik keislaman yang disajikan, salah satunya rubrik Ekonomi Syariah. Teks berita mengenai hukum penggunaan aplikasi Snack Video dalam rubrik Ekonomi Syariah mengandung salah satu unsur pesan dakwah, yaitu syari’ah. Pesan dakwah dalam bidang syari’ah memberikan gambaran tentang kebenaran dan pandangan yang jernih terhadap *hujjah* atau dalil-dalil Islam dalam memandang setiap persoalan baru, sehingga umat Islam tidak terjerumus ke dalam kesesatan.

Pesan dakwah yang menyajikan unsur syari’ah harus bisa memberikan informasi yang jelas dalam bidang hukum, baik wajib, mubah, mandub (dianjurkan), makruh, dan haram.⁶² Ruang lingkup pesan dakwah bidang syari’ah terdiri dari ibadah dan muamalah. Berita mengenai aplikasi Snack Video haram dalam media NU Online termasuk pesan dakwah bidang syari’ah lingkup muamalah (hukum niaga).

⁶¹ Al-Qur’an : Ali Imran, 104

⁶² Moh Ali Aziz. *Ilmu Dakwah*. (Jakarta: Kencana, 2009), 144.

Media NU Online menerbitkan berita berjudul ‘Snack Video, haram karena ada unsur penipuan’, di dalamnya menyatakan bahwa aplikasi Snack Video mengandung unsur *tadlis* dan *taghrir*. Kesimpulan hukum tersebut didapat berdasarkan telaah agama yang tertulis secara deskriptif dan sistematis dalam pemberitaan.

Tadlis yang berarti pengelabuan bukan perihal menjual barang yang cacat atau rusak, melainkan suatu tindakan secara sengaja dalam menyembunyikan kecacatan atau kerusakan barang sehingga informasi yang disampaikan dan diterima oleh kedua belah pihak dalam bertransaksi tidak searah (*asymmetric information*). Aspek *tadlis* dalam muamalah bisa dikategorikan ke dalam jual beli *gharar* sehingga hukumnya dilarang (haram).⁶³

Tadlis dibagi ke dalam empat kategori sesuai dengan praktiknya, antara lain *tadlis* dalam kuantitas, kualitas, harga, dan waktu penyerahan.⁶⁴ *Tadlis* dalam hal kuantitas yaitu pengelabuan oleh penjual kepada pembeli terhadap jumlah barang yang akan diterima pemberi tidak sesuai akad. *Tadlis* kualitas berarti pengelabuan oleh penjual terhadap kualitas barang, bahkan barang yang rusak dikatakan masih memiliki

⁶³ Amir Syarifuddin. *Garis-garis Besar Fiqih*. (Jakarta: Kencana, 2003), 201.

⁶⁴ Trisnaning Setya Sutjipto dan Eko Fajar Cahaya. “*Tadlis dan Taghrir dalam Transaksi pada E-Marketplace*”. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 7 : 874-885, 2020.

kualitas tinggi. Adapun *tadlis* harga yaitu pengelabuan yang dilakukan penjual dengan tidak transparansi harga pokok untuk tujuan mendapatkan keuntungan berlipat ganda. Sementara *tadlis* waktu ialah pengelabuan oleh penjual atas waktu penyerahan barang yang sudah disepakati pada akad awal.

Berita di NU Online juga menyebutkan adanya unsur *taghrir* di dalam aplikasi Snack Video. *Taghrir* berasal dari kata *gharar* yang berarti sebuah tindakan membabi buta tanpa pengetahuan yang mencukupi. *Taghrir* dan *tadlis* memiliki kesamaan makna, yaitu ketidakjelasan (*majhul al-'aqibah*) terhadap hasil dari proses muamalah.⁶⁵

Allah berfirman dalam Al-Qur'an Surah An-Nisa' ayat 29, mengenai larangan menggunakan harta orang lain secara *bathil* dan anjuran agar melakukan muamalah atas dasar keterbukaan antara kedua belah pihak sehingga terjalin suka sama suka;

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبُطْلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۖ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Yā ayyuhallazīna āmanū lā ta'kulū amwālakum bainakum bil-bāthili illā an takūna tijaāratan 'an tarādīm mingkum, wa lā taqtulū anfusakum, innallāha kāna bikum rahīmā.

⁶⁵ Nadrattuzaman Hosen, "Analisis Bentuk Gharar dalam Transaksi Ekonomi". Al-Iqtishad, 1 : 53-64, 2009.

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang *bathil*, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”⁶⁶

Letak hukum *tadlis* dan *taghrir* aplikasi Snack Video menurut berita yang disajikan NU Online diketahui pada proses analisis jebakan akad Snack Video yang ditulis wartawan, yaitu:

“Penulis mengilustrasikan praktik Snack Video adalah ibarat orang memancing, maka ia harus memberikan umpan terlebih dahulu kepada *user*nya. Begitu mendaftar, pihak *user* diberikan uang tunai, dan selanjutnya pihak *user* dijebak di dalam jaring misi-misi, sehingga pihak *user* harus melakukan *top up* Diamond, atas nama memberikan *gift/ reward* kepada konten kreator yang seharusnya menerima upah dari pihak SV”

Alur dan skema bisnis Snack Video jika dilihat dari sisi akad pendapatan *reward* tidak dibenarkan dan terindikasi sebagai proses menjebak pengguna aplikasi Snack Video atau digolongkan *money game* oleh wartawan di media NU Online. Hal tersebut dimuat dalam pernyataan selanjutnya, yaitu:

⁶⁶ Al-Qur'an, An-Nisa : 29.

“Uniknya, pihak Snack Video malah memberikan *reward* kepada *user* yang baru mendaftar, dan membiarkan kreator kontennya dibayar oleh pengguna lain. Tidak diragukan lagi bahwa hal ini adalah praktik pengelabuan (*gharar*) dan bisa dikategorikan sebagai *money game*.”

Majelis Ulama Indonesia (MUI) menjelaskan definisi *money game* melalui fatwa Dewan Syari’ah Nasional (DSN) No 75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syari’ah (PLBS), pada ketetapan pertama ayat 9 bahwa “*money game* merupakan kegiatan penghimpunan dana masyarakat maupun penggandaan uang melalui praktik memberikan komisi dan bonus dari hasil pendaftaran Mitra Usaha yang baru/ bergabung kemudian dan bukan dari hasil penjualan produk, atau dari hasil penjualan produk namun produk yang dijual tersebut hanya sebagai kamufase atau tidak memiliki mutu serta kualitas yang bisa dipertanggung jawabkan.”⁶⁷

Aktivitas *money game* yang semakin marak di Indonesia, menjadikan NU Online (dalam misinya) sebagai media keislaman, menghasilkan informasi menyejukkan serta mempunyai sikap keagamaan yang berkeadilan, moderat, dan menghargai keberagaman, telah menjelaskan secara detail pemberitaan mengenai perspektif hukum Islam bahwa mendapatkan uang dari

⁶⁷ Harizan, “*Upaya Preventif Berkembangnya Money Game di Indonesia*”. Asy-Syari’ah, 2 : 80-101, 2017.

aplikasi Snack Video haram bagi pengguna maupun konten kreatornya. Status pekerjaan yang memberikan apresiasi kepada konten kreator dipandang sebagai *mulgha* (ada dan tiadanya sama saja dengan ketiadaannya).

Sapiudin Shidiq menjelaskan pengertian *Al-Maslahah al-Mulgha* adalah sesuatu yang dianggap *masalahah* menurut akal, namun dianggap palsu sebab kenyataannya bertentangan dengan ketentuan syariat Islam.⁶⁸ Adapun keharaman aplikasi Snack Video di dalam berita pada media NU Online adalah karena *illat ta'awun ala al-ma'ashi* serta *reward* yang diperoleh konten kreator adalah karena *illat* memakan harta orang lain dengan cara yang *bathil*.

Kesimpulan hukum yang disajikan pada berita di media NU Online juga diikuti dengan imbauan kepada pemerintah agar dapat melakukan tindakan pencegahan atas dasar *saddu al-dzari'ah*, yaitu mencegah potensi negatif dari aplikasi-aplikasi pembodohan masyarakat seperti halnya Snack Video. Kedudukan *saddu al-dzari'ah* dalam *ijtihad* adalah berdasarkan dua pandangan, yaitu mazhab Hanafi dan Syafi'i, serta mazhab Maliki dan Hambali.

Pertama, mazhab Hanafi dan Syafi'i memiliki pendapat bahwa *saddu al-dzari'ah* bukan sumber hukum yang menetapkan hukum. Keduanya menggunakan *qiyas* dan *istihsan* sebagai sumber hukum

⁶⁸ Sapiudin Shidiq. *Ushul Fiqh*. (Jakarta: Kencana, 2011). 92.

atas fenomena yang berbasis *mashlahat*. Kedua, mazhab Maliki dan Hanafi berpendapat *saddu al-dzari'ah* yaitu sumber hukum yang bisa menetapkan hukum. Keduanya berpandangan atas beberapa hal, seperti *nash* dalam Al-Qur'an yang menjelaskan bahwa setiap *wasilah* mengikuti hukum *maqhsad*-nya, hukum asal sesuatu adalah boleh selama tidak ada dalil yang melarang, serta perbedaan para ulama' bahwa yang menjadi rujukan lafadz adalah niat pelaku akad.

Para ulama' *rajah* kebanyakan sepakat dengan mazhab Hanafi dan Syafi'i bahwa *saddu al-dzari'ah* bukan sumber hukum yang dapat menetapkan hukum, jika dilihat dari aspek *naqli* yang lebih jelas dari aspek *aqli* sesuai *illat* dari setiap syari'at. Namun apabila tujuan *mashlahat* dihapus dengan adanya *hilah*, maka hal tersebut bertentangan dengan prinsip syari'at.⁶⁹

Media NU Online berdiri dari organisasi masyarakat Nahdlatul Ulama' (NU) yang mendasarkan paham keagamaan kepada Al-Qur'an, As-Sunnah, Ijma', dan Qiyas. NU memahami dan menafsirkan ajaran Islam mengikuti paham *ahlu sunnah wal jama'ah* yang menggunakan jalan pendekatan *mazhabi* dengan mengikuti salah satu mazhab empat, yaitu Hanafi, Syafi'i, Maliki, dan Hambali, di mana masing-masing dari keempat mazhab tersebut telah menentukan dasar-dasar penetapan hukum. Adapun perbedaan pendapat dari keempat mazhab tersebut termasuk suatu

⁶⁹ Oni Sahroni. *Ushul Fikih Muamalah*. (Depok: PT Rajagrafindo Persada, 2017). 187-188.

hal yang wajar, selama belum diatur secara pasti oleh Al-Qur'an dan As-Sunnah.⁷⁰

Dengan demikian, media NU Online sebagai media dengan latar ideologi Islam moderat sebagaimana paham Nahdlatul Ulama' menyampaikan berita yang mengandung pesan dakwah syari'ah kepada umat Islam untuk dapat dipahami maknanya.



⁷⁰ Ahmad Muhtad Anshor. *Bahtsul Masa'il Nahdlatul Ulama*. (Yogyakarta: Teras, 2012). 63-64.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Hasil yang diperoleh dari proses *framing* media NU Online dalam berita aplikasi Snack Video haram, yaitu:

1. NU Online menjadi media *online* Islam yang menyebarluaskan informasi-informasi umum dan keislaman bagi pembacanya.
2. NU Online menyampaikan berita aplikasi Snack Video haram secara homogen, dikhususkan bagi umat Islam.
3. NU Online menulis berita aplikasi Snack Video Haram berdasarkan pesan dakwah yang mengandung unsur syari'ah bidang muamalah.
4. NU Online sebagai media Islam di bawah pondasi organisasi Nahdlatul Ulama menyampaikan informasi aplikasi Snack Video haram berdasarkan analisis akad Islam yang dilakukan wartawan dengan berpegangan pada prinsip hukum Islam *ahlu sunnah wal jama'ah*.

B. Rekomendasi

1. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi pengetahuan baru dan bahan referensi bagi mahasiswa prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Diharapkan dapat mengkaji lebih lanjut dengan menggunakan analisis dan perspektif lainnya, sehingga dapat ditemukan pembaruan dan penyempurnaan terhadap hasil skripsi ini.

C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini dilakukan berdasarkan prosedur ilmiah yang sudah ditentukan, namun peneliti menyadari adanya keterbatasan yang bisa dijadikan perbaikan di kemudian hari. Keterbatasan dalam penelitian ini, antara lain:

1. Sedikit berita yang menyampaikan bahwa aplikasi Snack Video termasuk *money game*, sehingga dalam proses penelitian membutuhkan pemahaman yang cukup dalam dan membutuhkan waktu lama untuk menemukan referensi pendukung terkait tema yang dibahas.
2. Peneliti mengalami kesulitan dalam proses analisis menggunakan perangkat *framing* Zhondhang Pan dan Gerald M. Kosicki yang membutuhkan ketelitian dalam memaknai setiap kata dan kalimat secara kritis. Proses ini menjadikan peneliti sering menemui kendala saat memaknai kalimat. Peneliti juga tidak sampai menggali data dari wartawan atau penulis berita sehingga peneliti terbatas dalam memaknai apa yang ada dalam teks.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an dan terjemahannya, Departemen Agama RI, Bandung: Diponegoro, 2008.

Al-Qahtani, S., *Al-Hikmah fi Al-Dakwah ila Allah Ta'ala, Terjemah Masykur Hakim, Dakwah Islam Dakwah Bijak*, Jakarta: Gema Insani Press, 1994.

Amin, M., *Pemrograman Aplikasi Mobile Menggunakan Eclipse ADT*, Palembang: Penerbit AHATEK, 2019.

Amrozi, Y., *Dakwah Media dan Teknologi*, Surabaya: Uinsa Press, 2014.

Anam, C., *Pertumbuhan dan Perkembangan NU*, Surabaya: Bisma Satu Press, 1998.

Anshor, A., *Bahtsul Masa'il Nahdlatul Ulama*, Yogyakarta: Teras, 2012.

Aziz, H., "Modernisasi Media Massa Nahdlatul Ulama: Studi Kasus NU Online Tahun 2003-2018". Karmawibangga, 3 : 41-52, 2021.

Aziz, M., *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Kencana, 2017.

Bungin, B., *Sosiologi Komunikasi, Teori, Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, Jakarta: Kencana, 2009.

Burton, G., *Yang Tersembunyi Di Balik Media, Pengantar Kepada Kajian Media*, Yogyakarta: Jalasutra, 2008.

Eriyanto. *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*, Yogyakarta: LKiS, 2009.

Fajrin, E., “Analisis Framing Pemberitaan PKI Di Media Online (Studi Terhadap VIVA.co.id)”, *Skripsi*, Jurusan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Purwokerto, 2018.

Fatah, A., Taufik, M., *Manajemen Dakwah di Era Global Sebuah Pendekatan Metodologi*, Jakarta: Amisco, 2003.

Gorys, K., *Komposisi Sebuah Pengantar Kemahiran Bahasa*, Ende-Flores: Nusa Indah, 1980.

Hamidi, *Metode Penelitian dan Teori Komunikasi*, Malang: UMM Press, 2010.

Harizan, “Upaya Preventif Berkembangnya Money Game di Indonesia”. *Asy-Syari'ah*, 2 : 80-101, 2017.

Hosen, N., “Analisis Bentuk Gharar dalam Transaksi Ekonomi”. *Al-Iqtishad*, 1 : 53-64, 2009.

Intan, R., “Analisis Framing Konsep Kafir dalam Situs NU (Nahdlatul Ulama) Online”, *Skripsi*, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah

- dan Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2021.
- Jafar, I., “Wawasan Baru dalam Pembacaan Ayat-ayat Media Dakwah”. *Jurnal Dakwah Tabligh*, 14 : 35-52, 2013.
- Jogiyanto, H., *Analisis dan Desain Sistem Informasi*, Yogyakarta: Andi, 1999.
- Kompas.com, diakses pada 21 April 2022 dari <https://www.tekno.kompas.com/>
- Kusmaningrat, H., *Jurnalistik, Teori dan Praktik*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006.
- Laila, U., “Analisis Framing Pemberitaan Covid-19 di Media Online Bengkuluexpress.com”, *Skripsi*, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Jurusan Dakwah Fakultas Ushuludin Adab dan Dakwah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu, 2020.
- Maryono, Y., Istiana, B., *Teknologi Informasi dan Komunikasi*, Jakarta: Penerbit Yudhistira, 2008.
- Miles, dkk., *Analisis Data Kualitatif*, Jakarta: UI Press, 1992.

- Moloeng, L., *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001.
- Morissan, *Jurnalistik Televisi Mutakhir*, Jakarta: Prianada Group, 2008.
- Muhadjir, N., *Metode Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta: Rekesarasin, 1996.
- MUI. *Fatwa DSN No. 62/DSN-MUI/XII/2007*. Jakarta: Kemenag RI, 2007.
- Muzlifah, E., *Maqashid Syariah Sebagai Paradigma Dasar Ekonomi Islam*. *Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam*, 3 : 78-83, 2013.
- NU Online, diskres pada 5 Oktober 2021 dari <https://www.nu.or.id/>
- Ramadhani, I., dkk. “Penggunaan Aplikasi VTube Bermotif Money Game Perspektif Fikih Muamalah”. *Jurnal Al-Mawarid*, 1 : 13-26, 2021.
- Rannu, A., Jaelani, K., *Teknik dan Mencari, Menulis Berita*, Gowa: Jariah Publishing Intermedia, 2019.
- Rolnicki, T., dkk., *Pengantar Jurnalisme*, Jakarta: Kencana, 2008.

- Romli, A., *Jurnalistik Online Panduan Mengelola Media Online*, Bandung: Penerbit Nuansa Cendikia, 2018.
- Romli, A., *Jurnalistik Praktis Untuk Pemula*, Bandung: Rajawali Rosdakarya, 2000.
- Rumanti, A., *Dasar-dasar Public Relations*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2002.
- Sahriansyah, *Ibadah dan Akhlak*, Banjarmasin: IAIN Antasari Press, 2014.
- Sahroni, O., *Ushul Fikih Muamalah*, Depok: PT Rajagrafindo Persada, 2017.
- Santana, S., *Jurnalisme Kontemporer*, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2005.
- Shidiq, S., *Ushul Fiqh*, (Jakarta: Kencana, 2011). 92.
- Sobur, A., *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015.
- Sudibyo, A., *Citra Bung Karno, Analisis Berita Pers Orde Baru*, Yogyakarta: Bigraf Publishing, 1999.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2012.

- Suhaimah, “Analisis Framing Tribunnews.com Terhadap Berita Penangkapan Vanessa Angel dalam Prostitusi Online Tahun 2019”, *Skripsi*, Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2019.
- Surdiasis, F., Eriyanto., Nugroho, B., *Politik Media Mengemas Berita*, Jakarta: ISAI, 1999.
- Sutjipto, T., Cahaya, E., “Tadlis dan Taghrir dalam Transaksi pada E-Marketplace”. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 7 : 874-885, 2020.
- Syarifuddin, A., *Garis-garis Besar Fiqih*, Jakarta: Kencana, 2003.
- Syukur, A., *Dasar-dasar Strategi Islam*, Surabaya: Al-Ikhlash, 1983.
- Thresia, F., Bungsu., Rasmana, B., *Jurnalistik Dasar untuk Pemula*, Yogyakarta: Pen Fighters, 2020.
- Utama, L., *Apa Itu Snack Video yang Lagi Ramai Diberbincangkan*, diakses pada 5 Oktober 2021 dari <https://www.viva.co.id/>
- Wahyuni, E., “Konstruksi Media Viva.co.id dan Tempo.co tentang Imbauan MUI “Wudhu untuk Mencegah Corona” (Analisis Framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki)”, *Skripsi*, Jurusan Komunikasi

dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya, 2020.

Wijana, *Dasar-Dasar Pragmatik*, Yogyakarta: ANDI, 1996.

Zaidan, A., *Dasar-dasar Ilmu Dakwah*, Jakarta: Media Dakwah, 1983.

Zarah, M., dkk., “Analisis Hukum Islam Terhadap Skema Ponzi pada Aplikasi Snapbuy”. Prosiding Hukum Ekonomi Syariah, 7 : 501-504, 2021.

