

MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DAKWAH (Analisis Isi Konten Pada Akun @kpopers.hijrah)

Muhammad David Hendra¹, Fenti Yuliardiana²

Universitas Abdurrah

muhammad.david.h@univrab.ac.id

Abstrak

Penelitian ini dibuat dengan tujuan untuk melihat seperti apa penyusunan pesan dakwah yang terdapat pada konten akun instagram @kpopers.hijrah dengan melakukan analisa terhadap konten. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan bentuk penelitan kepustakaan, yang mana penelitian ini nantinya akan menjelaskan tentang penyusunan pesan dakwah yang terdapat pada konten akun instagram @kpopers.hijrah. Hasil penelitian ini berupa analisa beberapa konten yang terdapat pada konten akun instagram @kpopers.hijrah yang berfokus pada penyusunan pesan dakwah. Penyusunan pesan dakwah tersebut terbagi menjadi 3 poin utama yang disusun berdasarkan teori Logika Penyusunan Pesan oleh Barbara O'Keefe. Dengan mengetahui seperti apa penyusunan pesan dakwah yang dilakukan oleh tim kpopers.hijrah, maka para pendakwah pemula diharapkan dapat menjadikannya sebagai acuan dalam berdakwah agar dakwah yang disampaikan tidak bersifat menggurui dan kasar, sehingga sasaran dakwah yang mendengarkan maupun melihat konten dakwah tersebut merasa nyaman dan tidak terpojokkan.

Kata Kunci: Logika Penyusunan Pesan, @kpopers.hijrah, analisa konten

Abstract

This research was made with the aim of seeing what kind of preparation of da'wah messages contained in the content of the @kpopers.hijrah Instagram account by analyzing the content. This study uses qualitative research methods in the form of library research, in which this research will explain the preparation of da'wah messages contained in the content of the @kpopers.hijrah Instagram account. The results of this study are in the form of an analysis of some of the content contained in the content of the @kpopers.hijrah Instagram account which focuses on the preparation of da'wah messages. The preparation of the da'wah message is divided into 3 main points which are arranged based on the theory of Message Compilation Logic by Barbara O'Keefe. By knowing how the preparation of da'wah messages is carried out by the kpopers.hijrah team, it is hoped that novice preachers can use it as a reference in preaching so that the da'wah delivered is not patronizing and rude, so that the target of da'wah who listens to and sees the da'wah content feels comfortable and does not cornered.

Keywords: Message design logic, @kpopers.hijrah, content analysis

Pendahuluan

Saat ini, dengan memanfaatkan media sosial para pendakwah bisa dengan mudah menjangkau target dakwah. Kehadiran media sosial dapat membantu manusia dalam berkomunikasi, terlebih pada saat sekarang ini, dimana virus Covid-19 melanda di berbagai Negara yang mengharuskan manusia untuk tetap berada didalam rumah. Aktivitas-aktivitas yang biasa dilakukan diluar rumah seperti bekerja, sekolah, olahraga, kini dialihkan ke *work from home*, interaksi secara langsung pun dibatasi.

Dalam hal ini, untuk penyampaian materi dakwah secara konvensional harus dialihkan ke media virtual seperti *zoom*, *google meet* dan juga media sosial seperti *whatsapp*, *instagram*, *telegram* dan *youtube*. Saat ini media yang banyak digunakan para aktivis dakwah ialah Instagram. Instagram merupakan sebuah aplikasi berbagi foto dan video pada jejaring sosial yang memungkinkan penggunaanya dapat berinteraksi dengan pengguna lain (Ratri, 2020).

Berbagai fitur pendukung juga disediakan oleh Instagram untuk para penggunaanya, seperti *like*, *comment*, dan *share*, dan kini Instagram juga memberikan fitur baru yaitu IGTV yang durasinya bisa mencapai hingga 10 menit dalam format vertikal maupun horizontal. Saat ini Instagram bukan hanya menjadi perantara untuk berbagi suatu kegiatan, namun ada beberapa oknum yang memanfaatkan Instagram untuk hal yang tidak baik, oleh karena itu para pengemban dakwah harus bisa memanfaatkan media dengan sebaik mungkin, menyebarkan nilai-nilai Islam secara kreatif agar dapat mengajak umat untuk dapat mengimplementasikan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari. Dengan berbagai fitur yang ada, dapat membantu para aktivis dakwah dalam mengembangkan pesan dakwah. Saat ini dapat kita temukan banyak aktivis dakwah, baik dalam bentuk individu maupun komunitas sudah mengimbangi dakwahnya dengan kemajuan teknologi, seperti YukNgaji, Ustadz Felix Siaw, Hijab Alila, Qoonit, dan masih banyak lagi. Hal ini menjadi suatu kecemasan baru bagi para pendakwah hingga ulama, dikhawatirkan akan menyebabkan adanya krisis aqidah bagi seorang muslim dan muslimah. Sejumlah ulama mulai gencar menyampaikan pesan dakwahnya terkait fenomena Korean Wave ini, seperti Ustadz Abdul Somad yang mengatakan bahwa “apa yang selalu kita lihat, apa yang selalu kita dengar, itulah yang akan datang pas sakaratul maut” (Somad, 2020).

Dakwah merupakan proses berkesinambungan untuk memperbaiki suatu keadaan yang melibatkan proses transformasi dan perubahan. Dakwah juga dapat diartikan sebagai rangkaian aktivitas yang terukur dan terencana dalam upaya mendekatkan manusia kepada jalan kebajikan dan hidayah dalam sebuah proses berkesinambungan, melalui berbagai cara dan pendekatan secara kultural maupun struktural, agar kehidupan masyarakat selamat dan bahagia di dunia dan akhirat. (Azwar & Muliono, 2020). Sebelum berdakwah, terdapat kaidah-kaidah yang harus diperhatikan oleh para da’i, diantaranya sebagai berikut: memberi keteladanan sebelum berdakwah, mengikat hati sebelum menjelaskan, mengenalkan sebelum memberi beban, bertahap dalam pembebanan, memudahkan bukan menyulitkan, yang pokok sebelum cabang, membesarkan hati sebelum memberi ancaman, memahamkan, bukan mendikte, mendidik, muridnya guru, bukan muridnya buku (Aziz, 2015).

Dalam menghadapi arus *Korean Wave*, maka komunitas kpopers hijrah juga membuat akun Instagram yang ditujukan khusus kepada penggemar *Hallyu* (istilah lain dari *Korean Wave*). Misalnya saja seperti akun Instagram @kpopers.hijrah yang penulis jadikan subjek dalam penelitian ini. Pada akun Instagram @kpopers.hijrah konten yang diberikan memiliki tema yang berbeda setiap bulannya yang dimulai pada bulan Juli 2020.

Dampak yang ditimbulkan dari fenomena *Hallyu* ini tak hanya membuat khawatir para pendakwah dan sejumlah ulama, peneliti sendiri juga merasa khawatir akan bagaimana nasib generasi millennial dan generasi yang akan datang dikemudian hari. Dikarenakan untuk saat ini saja generasi millennial sudah mulai menunjukkan

dampak dari fenomena hallyu ini, seperti yang sudah penulis uraikan diatas bahwa hal-hal yang berbau Korea kini tengah menjadi trend dikalangan millennial. Maka dari itu, peneliti ingin mengangkat fenomena ini sebagai sebuah penelitian, dengan melakukan analisis isi pesan yang terdapat pada konten @kpopers.hijrah, agar pesan dakwah yang disampaikan dapat diterima oleh sasaran dakwah yang dalam hal ini sasaran dakwahnya adalah penggemar Korean Wave. Analisis yang penulis lakukan berupa analisis tekstual yang melihat isi pesan pada konten, kemudian isi caption pada konten tersebut. Adapun judul penelitian ini ialah Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah (Analisis Isi Konten pada Akun @kpopers.hijrah).

Analisa dilakukan berdasarkan teori logika penyusunan pesan oleh Barbara O'Keefe yang terbagi kedalam tiga jenis logika, yakni; logika ekspresif, logika konvensional dan logika retorika (O'keefe dalam Morissan, 2013). (a) Logika ekspresif, yaitu logika yang menjadikan komunikasi sebagai suatu cara untuk mengekspresikan diri, menyatakan perasaan dan pikiran, sehingga pesan yang disampaikan oleh pembicara (komunikator) menjadi terbuka dan reaktif, (b) Logika konvensional, yaitu logika yang menjadikan komunikasi sebagai alat untuk mengekspresikan diri dengan memperhatikan aturan dan norma, sehingga pesan yang disampaikan akan terdengar layak untuk didengar dan sopan, (c) Logika retorika, yaitu logika yang menjadikan komunikasi sebagai alat untuk membujuk seseorang atau sekelompok orang. Pada logika ini, suatu pesan harus dirancang dengan baik agar dapat mempengaruhi lawan bicara.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan bentuk penelitian kepustakaan. Dalam penulisan laporan penelitian kualitatif dilengkapi dengan data-data yang didapatkan dari fakta yang ada di lapangan untuk mendukung isi penelitian yang disajikan (Anggito, 2018). Bentuk penelitian kepustakaan merupakan cara penelitian bibliografi secara sistematis ilmiah, yang meliputi pengumpulan bahan-bahan bibliografi, yang berkaitan dengan sasaran penelitian; teknik pengumpulan dengan metode kepustakaan; dan mengorganisasikan serta menyajikan data-data (Khatibah, 2011).

Dalam melakukan analisa, peneliti tidak menggunakan analisis isi, melainkan analisa dilakukan dengan menggunakan teknik filling system yang diperkenalkan oleh Wimmer dan Dominick pada tahun 2000. Pada teknik ini, data hasil observasi akan dikumpulkan, Setelah itu, dilakukan kategorisasi data, kemudian terakhir diinterpretasi dengan memadukan konsep-konsep atau teori-teori tertentu (Krisyantono dalam Gusniati, 2014).

Penelitian ini dianalisa melalui berbagai tahap yang dimulai dari melakukan pengamatan terhadap konten yang ada pada akun @kpopers.hijrah, kemudian peneliti mengkategorikan konten tersebut sesuai dengan tema yang diberikan pada setiap bulannya yakni dimulai pada bulan juli 2020 hingga januari 2021. Dari sekian banyaknya konten yang diunggah, maka peneliti mengkategorikan kembali konten tersebut dalam skala yang lebih kecil, yakni peneliti mengambil 2 konten dari setiap tema untuk diteliti, dengan melihat banyaknya jumlah like jika konten berupa gambar, dan banyaknya tayangan jika konten berupa video. Setelah melakukan pengkategorian konten, peneliti pun menganalisa setiap kontennya dengan menggunakan teori logika penyusunan pesan yang digagas oleh Barbara O'Keefe.

Hasil

1. Analisis Penyusunan Pesan Logika Retorika

Penyusunan pesan berdasarkan logika retorika terdapat pada konten dengan tema *map of life* yang diunggah pada tanggal 03 juli 2020 dengan mendapatkan 3.951 tayangan dan 4 komentar. Postingan ini merupakan prolog atau pembukaan dari tema *map of life* dan berbentuk video yang berdurasi 1 menit 23 detik. Penyusunan pesan berdasarkan logika retorika pada postingan ini terdapat pada kalimat yang mengatakan “malulah hati atas cinta yang dimiliki, malulah hati atas luka patah hati, apa yang menyenangkan telah melenakan, hingga kau tak adil dalam mengagungkan”, Kalimat ini berisi pengingat/reminder diri sebagai bahan renungan untuk memperbaiki diri. Kalimat ini mengajak kita untuk merenungkan kembali apa yang sudah kita perbuat untuk membuktikan cinta kepada sang pencipta, ketika lisan tidak sesuai dengan perbuatan yang dilakukan.



Gambar 1. Unggahan Konten 03 juli 2020

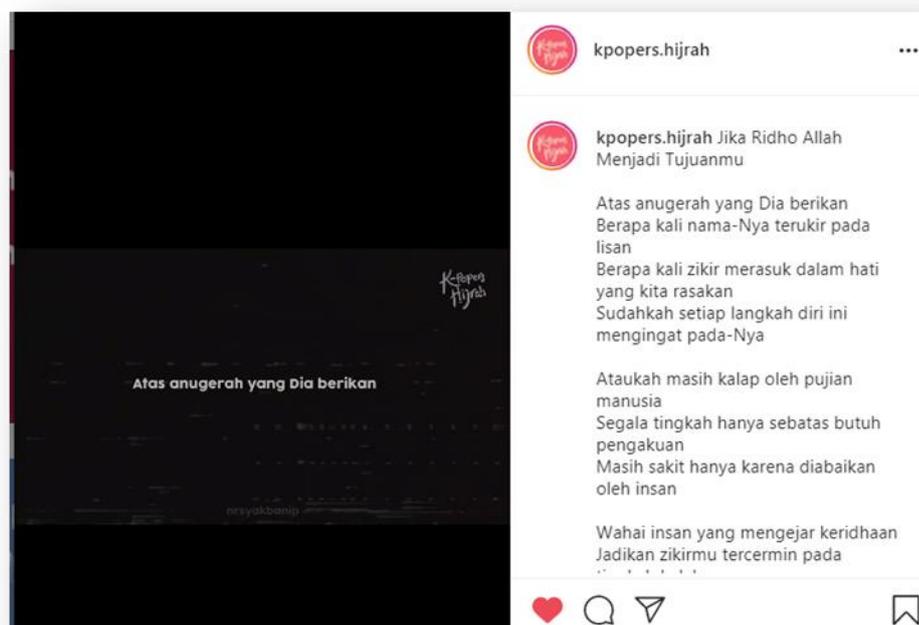
Penyusunan pesan logika retorika juga terdapat pada konten dengan tema aku dan k-pop yang diunggah pada tanggal Postingan dalam bentuk video ini diunggah pada tanggal 22 desember 2020 dan sudah ditonton sebanyak 5.561 tayangan serta mendapatkan 19 komentar. Logika retorika pada postingan ini ditandai dengan adanya kalimat pertanyaan yang mengharapkan adanya efek dari komunikasi, kalimat pertanyaan tersebut berupa “setiap detik kita ini bakal dipertanggungjawabkan, bukan?”. Pada kalimat ini, komunikator berharap dapat memberikan efek kepada komunikasi, efek yang dimaksud berupa kehati-hatian dalam mengerjakan segala sesuatu, karena itu akan dipertanggung jawabkan



Gambar 2. Unggahan Konten 22 Desember 2020

2. Analisis Penyusunan Pesan Logika Konvensional

Penyusunan pesan logika konvensional terdapat pada konten dengan tema *map of life* yang diunggah pada tanggal 14 Agustus 2020 dengan mendapatkan 2.694 tayangan dan 39 komentar. Pesan pada postingan ini berupa puisi yang berisi ungkapan perasaan komunikator sekaligus muhasabah diri yang masih terlena akan urusan dunia hingga melupakan kewajiban sebagai seorang hamba Allah. Logika konvensional pada postingan ini ditandai dengan adanya penggunaan bahasa yang formal dan bermajas metafora yang ditunjukkan dengan kalimat “berapa kali namanya terukir dalam lisan”, “atau masih kalap oleh pujian manusia”, “wahai insan yang mengejar keridhoan”.



Gambar 3. Unggahan Konten 14 Agustus 2020

Penyusunan pesan logika konvensional terdapat pula pada konten dengan tema *war of mind* yang diunggah pada tanggal 20 september 2020 dengan 2.142 *like* dan 87 komentar. Postingan ini berisikan tentang ungkapan kegelisahan komunikator terhadap dampak yang ditimbulkan dari pergaulan bebas kpopers. Logika konvensional pada postingan ini ditandai dengan adanya ungkapan perasaan oleh komunikator terhadap dampak pergaulan bebas kpopers. Ia mengungkapkan rasa kegelisahan tersebut dengan kalimat “menjadi fans kpop itu rawan sekali dengan pemahaman-pemahaman yang menyesatkan. Namun, pengungkapan ekspresi pada postingan ini memperhatikan aturan ataupun norma yang ada di sekitar masyarakat.



Gambar 4. Unggahan Konten 20 September 2020

Penyusunan pesan logika konvensional selanjutnya terdapat pada konten dengan tema *this is me* yang diunggah pada tanggal 20 Januari 2021 yang sudah ditonton sebanyak 5.627 tayangan dan mendapatkan 29 komentar. Postingan ini berisikan ditujukan kepada orang-orang yang memiliki watak keras kepala. Logika konvensional pada postingan ini dibuktikan dengan adanya indikator berupa kutipan hadits “Kalimat yang paling Allah benci urus saja dirimu sendiri (HR. Baihaqi). (Adhim, 2020)



Gambar 5. Unggahan Konten 20 Januari 2021

3. Analisis Penyusunan Pesan Logika Ekspresif

Penyusunan pesan logika ekspresif terdapat pada konten dengan tema aku dan k-pop yang diunggah pada tanggal 20 November 2020 dan mendapatkan *like* dengan jumlah 3.576 serta 19 komentar. Postingan berbentuk video ini berisikan tentang ungkapan perasaan komunikator pada saat mengenal dunia barunya yaitu, menjadi seorang kpopers. Logika ekspresif pada postingan ini ditandai dengan adanya ungkapan perasaan komunikator dalam menceritakan pengalamannya saat mereka menjadi seorang kpopers kalimat ungkapan perasaan tersebut diungkapkan dengan kalimat “ya, kayak kpopers biasanya, ngumpulin foto, video. Mereka jadi semangat aku, kayak masalah tuh hilang aja kalau udah ada mereka”. Dalam postingan ini, terdapat 2 komunikator yang masing-masingnya menceritakan pengalaman mereka.



Gambar 6. Unggahan Konten 20 November 2020

4. Analisis Penyusunan Pesan Logika Gabungan (Ekspresif dan Konvensional)

Adanya penggunaan logika gabungan ini dikarenakan terdapat konten yang menggunakan kedua logika penyusunan pesan sekaligus, seperti konten pada tema *war of mind* yang diunggah pada tanggal 26 Agustus 2020 dengan mendapatkan 3,818 *like* dan 28 komentar. Postingan ini merupakan *prolog* dari tema *war of mind* yang berisikan tentang curahan hati komunikator pada saat ia menjadi seorang penikmat hiburan Korea Selatan.



Gambar 7. Unggahan Konten 26 Agustus 2020

5. Analisis Penyusunan Pesan Logika Gabungan (Ekspresif dan Retorika)

Penggunaan logika gabungan ini juga terdapat pada konten dengan *this is me* yang diunggah pada tanggal 13 Januari 2021 dan telah ditonton sebanyak 4.349 tayangan serta mendapatkan 17 komentar. Postingan yang diunggah dalam bentuk video ini berisikan tentang sindiran untuk seseorang yang tidak suka jika diberi nasihat. Pesan yang ingin disampaikan pada postingan ini ialah seorang Muslim dan Muslimah harus saling mengingatkan jika salah satu diantaranya sedang melakukan sesuatu yang buruk, dan jika diberi nasehat, hendaklah diterima sebagai jalan untuk memperbaiki diri.



Gambar 8. Unggahan Konten 13 Januari 2021

Pembahasan

1. Analisis Penyusunan Pesan Logika Retorika

Penyusunan pesan berdasarkan logika retorika pada postingan yang diunggah pada tanggal 03 Juli 2020 terdapat pada kalimat yang mengatakan “malulah hati atas cinta yang dimiliki, malulah hati atas luka patah hati, apa yang menyenangkan telah melenakan, hingga kau tak adil dalam mengagungkan”, Kalimat ini berisi pengingat/reminder diri sebagai bahan renungan untuk memperbaiki diri. Kalimat ini mengajak kita untuk merenungkan kembali apa yang sudah kita perbuat untuk membuktikan cinta kepada sang pencipta, ketika lisan tidak sesuai dengan perbuatan yang dilakukan. Selain itu terdapat kalimat pertanyaan “Selagi kaki menapak pada tanah, kemanakah kiranya hendak melangkah?”. Kalimat ini bermakna selama hidup didunia, sudah kemana saja kaki ini melangkah? Apakah melangkah menuju kebaikan dan keridhoan Allah Subhanahu wa ta’ala atau malah melangkah menuju kesesatan. Kalimat ini juga dapat menjadi bahan renungan untuk kita semua. Berdasarkan logika Logika retorika memiliki karakteristik sebagai berikut: (1) Komunikasi dilakukan dengan tujuan untuk mengubah suatu aturan melalui negoisasi, (2) Pesan disampaikan dengan baik agar dapat menggiring pendapat komunikan untuk setuju dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator, (3) Pesan yang disampaikan ditekankan untuk mencapai tujuan komunikator, bukan hanya mengharapkan respon ataupun timbal balik, melainkan komunikator mengharapkan adanya efek yang dirasakan oleh target audience, dengan begitu, komunikator berhasil mencapai tujuannya. (O’keefe dalam Awanda, 2021). Dalam hal ini, komunikator mencoba untuk melakukan negoisasi dengan komunikan dengan memberikan pertanyaan untuk direnungkan bersama, agar kita semua dapat berubah dan mencapai tujuan utama umat Muslim, yakni mendapatkan Ridhonya Allah.

Logika retorika pada postingan ini juga didukung dengan pemilihan warna pada konten yang mana dalam konten ini, komunikator memilih menggunakan

warna yang lembut yakni warna biru laut dengan gambar seseorang yang sedang tenggelam dilautan. Dalam hal ini, peneliti mencoba untuk menanyakan kepada pemilik akun tentang pemilihan warna dan gambar tersebut dan didapatkan jawaban bahwa pemilihan elemen tersebut mendukung komunikator dalam menegaskan isi pesan yang ingin disampaikan. Gambar tangan tenggelam yang melambangkan seseorang sedang tenggelam dapat diibaratkan dengan seseorang yang tersesat kedalam jalan yang ia pilih sendiri, yakni kemaksiatan. Maka dari itu, melalui konten tersebut komunikator ingin mengingatkan sasaran dakwahnya untuk berhati-berhati dalam melangkah.

Dari analisa yang peneliti paparkan diatas, peneliti menyimpulkan bahwa postingan ini menggunakan cara penyusunan pesan retorik, yakni menjadikan komunikasi sebagai alat untuk bernegosiasi dengan tujuan untuk mencapai tujuan bersama. Negosiasi pada kalimat yang terdapat pada postingan diatas berupa kalimat renungan sebagai bahan muhasabah bagi komunikan atau penikmat konten.

Sedangkan untuk penyusunan logika retorika pada konten yang diunggah pada tanggal 22 Desember 2020 Logika retorika pada postingan ini ditandai dengan adanya kalimat pertanyaan yang mengharapkan adanya efek dari komunikan, kalimat pertanyaan tersebut berupa “setiap detik kita ini bakal dipertanggungjawabkan, bukan?”. Pada kalimat ini, komunikator berharap dapat memberikan efek kepada komunikan, efek yang dimaksud berupa keberhati-hatian dalam mengerjakan segala sesuatu, karena itu akan dipertanggung jawabkan. Sesuai dengan firman Allah dalam surah Qiyamah ayat 36 yang berarti: “Apakah manusia mengira bahwa ia akan dibiarkan begitu saja (tanpa pertanggung jawaban)?” Pertanyaan tersebut sekaligus dapat dijadikan kalimat negosiasi, karena melalui kalimat tersebut komunikator berupaya untuk mendapatkan kesepakatan bersama dengan komunikan bahwa semua yang kita perbuat selama didunia ini akan dimintai pertanggungjawaban.

Dari penjelasan diatas, maka, peneliti simpulkan bahwa isi pesan yang terdapat dalam konten ini sesuai dengan karakteristik logika retorika yakni melakukan negosiasi untuk mencapai kesepakatan bersama.

2. Analisis Penyusunan Pesan Logika Konvensional

Logika konvensional pada postingan yang diunggah pada tanggal 14 Agustus 2020 ini ditandai dengan adanya penggunaan bahasa yang formal dan bermajas metafora yang ditunjukkan dengan kalimat “berapa kali namanya terukir dalam lisan”, “atau masih kalap oleh pujian manusia”, “wahai insan yang mengejar keridhoan”. Menurut O’Keefe dalam Awanda logika konvensional memiliki karakteristik sebagai berikut: (1) Komunikasi menggunakan bahasa yang sopan, pantas dan mengikuti aturan sehingga dapat dipahami dan diterima oleh target audience, (2) Mengutamakan ekspresi komunikan dengan berpedoman pada aturan dan norma yang berlaku. Postingan ini juga disusun berdasarkan aturan yang terdapat dalam agama Islam yang ditunjukkan dengan kalimat “Menyadari setiap langkah insan, senantiasa terikat dengan aturan”. Aturan dalam kalimat ini ialah berupa syariat Islam, setiap urusan diatur oleh agama Islam, dari aturan yang

sederhana hingga aturan yang rumit sekalipun. Hal ini tercantum dalam surah al-An'am ayat 38 disebutkan, "Tiadalah Kami alpakan sesuatu pun di dalam al-Kitab."

Pemilihan warna serta ilustrasi yang dibuat gelap menambah kesan penggunaan logika konvensional pada konten ini, yang mana konten ini bertujuan untuk memberikan kesadaran pada sasaran dakwah akan tujuan hidup seorang hamba yang sebenarnya. Maka dari itu peneliti memberikan tambahan berupa hadits yang dapat mendukung pernyataan dari komunikator bahwasannya setiap hidup seorang hamba terikat pada aturan, yang dalam konten ini aturan tersebut berupa syariat Islam.

Sesuai dengan karakteristik logika konvensional yang dicetuskan oleh Barbara O'Keefe yang menjelaskan tentang penggunaan komunikasi sebagai alat ekspresi diri dengan tetap memperhatikan aturan atau norma yang berlaku, maka isi pesan pada postingan ini dapat disimpulkan bahwa memiliki penyusunan pesan berdasarkan logika konvensional.

Untuk penyusunan pesan logika konvensional pada postingan yang diunggah pada tanggal 20 September 2020 ini ditandai dengan adanya ungkapan perasaan oleh komunikator terhadap dampak pergaulan bebas kpopers. Ia mengungkapkan rasa kegelisahan tersebut dengan kalimat "menjadi fans kpop itu rawan sekali dengan pemahaman-pemahaman yang menyesatkan. Namun, pengungkapan ekspresi pada postingan ini memperhatikan aturan ataupun norma yang ada di sekitar masyarakat, dengan mencantumkan kalimat "Islam memerintahkan kita untuk memilih teman yang baik, karena semakin kesini, ternyata bukan teman offline saja, melainkan teman online pun sangat berpengaruh terhadap pemahaman kita". Melalui kalimat ini, komunikator mengungkapkan bahwa saat ini pertemanan dikalangan kpopers rentan terkena dampak negatif, seperti gaya hidup yang bebas, dan sekuler. Dengan mencantumkan kalimat Islam memerintahkan, maka kalimat tersebut disesuaikan dengan aturan Islam. Aturan Islam yang menganjurkan kita untuk berhati-hati dalam memilih teman tertuang dalam Hadits "*Agama Seseorang sesuai dengan agama teman dekatnya. Hendaklah kalian melihat siapakah yang menjadi teman dekatnya.*" (HR. Abu Daud dan Tirmidzi, dishahihkan oleh Syaikh Al Albani dalam Silsilah Ash-Shahihah, no. 927). (Mianoki, 2021). Penggunaan warna merah gelap pada konten ini mendukung adanya penyusunan pesan konvensional, ditambah dengan warna tulisan yang juga dibuat gelap untuk menambah kesan betapa Islam sungguh tidak menganjurkan umatnya untuk mendekati suatu pertemanan yang itu hanya akan menjauhkan diri dari aturan islam. Ketegasan isi pada konten dan caption dapat dilihat melalui warna dan animasi ini yang dibuat oleh komunikator.

Untuk penyusunan pesan logika konvensional pada postingan yang diunggah pada tanggal 20 Januari 2021 ini dibuktikan dengan adanya indikator berupa kutipan hadits "Kalimat yang paling Allah benci urus saja dirimu sendiri (HR. Baihaqi). Penyusunan pesan yang dilengkapi dengan adanya kutipan tokoh ataupun kutipan hadits merupakan salah satu indikator dari logika konvensional karena mengikuti aturan maupun norma yang berlaku. Penggunaan warna merah gelap pada konten ini mendukung adanya penyusunan pesan konvensional, ditambah dengan warna tulisan yang juga dibuat gelap untuk menambah kesan betapa islam tidak menganjurkan umatnya untuk memiliki watak yang keras kepala. Saling mengingatkan merupakan tugas setiap umat Islam untuk

mengingatkan sesama manusia agar tidak terjatuh kedalam kemaskiatan. sungguh tidak menganjurkan umatnya untuk mendekati suatu pertemanan yang itu hanya akan menjauhkan diri dari aturan islam. Ketegasan isi pada konten dan caption dapat dilihat melalui warna dan animasi ini yang dibuat oleh komunikator.

3. Analisis Penyusunan Pesan Logika Ekspresif

Penyusunan pesan logika ekspresif pada postingan yang diunggah pada tanggal 20 November 2020 ini ditandai dengan adanya ungkapan perasaan komunikator dalam menceritakan pengalamannya saat mereka menjadi seorang kpopers kalimat ungkapan perasaan tersebut diungkapkan dengan kalimat “ya, kayak kpopers biasanya, ngumpulin foto, video. Mereka jadi semangat aku, kayak masalah tuh hilang aja kalau udah ada mereka”. Dalam hal ini, logika ekspresif bersifat self centered atau terpusat pada diri di komunikator. Logika ekspresif ini memiliki karakteristik sebagai berikut: (1) Komunikasi untuk berekspresi, menyatakan perasaan dan pikiran diri sendiri, (2) Pesan berorientasi pada emosi dan keinginan diri sendiri, (3) Melupakan konten bahwa konten ditujukan untuk umum, sehingga tidak bertujuan untuk mendapatkan efek dari komunikan (target audience), (4) Komunikator jarang melakukan interaksi atau mengharap adanya respon dari target audience. (O’Keefe dalam Awanda, 2021). Kalimat tersebut juga, dapat dilihat bahwa komunikator A mengungkapkan bahwa karena k-pop itu penyemangat dalam hidupnya. Sama halnya dengan kalimat setelahnya yang disampaikan oleh komunikator B yang juga menjelaskan tentang perasaannya saat mengenal kpopers yang merasakan bahwa kpop itu menyelamatkan hidupnya dari masalah yang ada. Dalam postingan ini, komunikator secara keseluruhan hanya mengungkapkan perasaannya saja dan tidak memberikan efek apapun bagi komunikannya. Penyusunan pesan logika ekspresif pada konten ini didukung dengan penggunaan warna konten yang cerah. Pemilik akun menjelaskan bahwa pemilihan warna biru cerah ini dapat menggambarkan isi konten yang berisikan ekspresi dari komunikator. Sesuai dengan indikator logika ekspresif yang menjadikan komunikasi sebagai sarana untuk mengekspresikan perasaan dari komunikator, maka isi pesan pada postingan ini sesuai dengan karakteristik logika ekspresif.

4. Analisis Penyusunan Pesan Logika Gabungan (Ekspresif dan Konvensional)

Dilihat dari penulisan isi pesan pada postingan yang diunggah pada tanggal 26 Agustus 2020 ini, peneliti menyimpulkan bahwa isi pesan pada postingan ini disusun dengan menggabungkan dua desain logika penyusunan pesan, yakni ekspresif dan konvensional. Untuk desain logika ekspresif pada postingan ini ditandai dengan kalimat “aku semakin hilang arah, aku berubah sejengkal demi sejengkal”. Melalui kalimat tersebut, komunikator menempatkan dirinya pada situasi saat ia menjadi seorang kpopers, saat ia merasa dirinya telah berubah karena pengaruh mengidolakan seseorang yang salah dan tanpa ia sadari ia telah mengikuti apa yang idolanya lakukan sedikit demi sedikit. Komunikator juga mengungkapkan rasa penyesalannya melalui kalimat “aku untuk idola selalu di garda utama, namun terseok-seok untuk mentaati aturan-Nya”. Maksud dari kalimat tersebut ialah menjelaskan tentang kegigihannya dalam membela idolanya saat terkena masalah, atau bahkan saat ada yang membully idolanya, sedangkan

disisi lain ia tidak bisa menjadi hamba yang taat akan perintah Penciptanya. Untuk desain logika konvensional pada postingan ini ditandai dengan adanya kutipan hadits isi pesan yang disusun berdasarkan logika konvensional dengan mencantumkan hadits yang berarti: “Sungguh kalian benar benar akan mengikuti kebiasaan orang orang sebelum kalian sejenak demi sejenak dan sehabis demi sehabis, sehinggalah sekiranya mereka masuk kedalam lubang biawak sekalipun kalian pasti akan mengikuti mereka” (HR Muslim) (Akbar, 2015). Hadits tersebut menjadi pendukung kalimat sebelumnya yang menjelaskan tentang perubahan yang terjadi pada diri komunikator. Maka dari itu, penulis simpulkan bahwa pesan yang disampaikan pada konten ini memiliki 2 penyusunan logika sekaligus, yakni logika ekspresif dan logika konvensional.

5. Analisis Penyusunan Pesan Logika Gabungan (Ekspresif dan Retorika)

Jika dilihat dari cara komunikator menyusun pesan dalam postingan yang diunggah pada tanggal 13 Januari 2021 ini, peneliti melihat adanya isi pesan yang disusun berdasarkan logika ekspresif pada bagian awal video yang ditunjukkan dengan kalimat ekspresi “ini kan hidup gue”, gue gak suka di pojokin”. Kalimat tersebut merupakan kalimat ungkapan perasaan komunikator yang tidak terima jika diberi nasehat. Namun, pada kalimat setelahnya, komunikator juga menjelaskan akibat yang terjadi jika seseorang tidak ingin jika dirinya dinasehati. Kalimat tersebut berisi “eitss, kalau pikiran kita begitu terus, kapan coba mau berubahnya? memang ini adalah hidup kita dan pilihan juga kita yang menentukan, namun terkadang kita lupa dan tergelincir, jadi apakah salah jika ada orang lain yang mengingatkan?”. Dalam kalimat tersebut, komunikator juga menggunakan logika retorika untuk membujuk seseorang agar dapat menerima nasehat demi kebaikan diri. Maka dari itu, penulis simpulkan bahwa pesan yang disampaikan pada konten ini memiliki 2 penyusunan logika sekaligus, yakni logika ekspresif dan logika retorika.

Kesimpulan

Setelah peneliti lakukan pengamatan mendalam terhadap konten yang diupload oleh akun instagram @kpopers.hijrah dan peneliti lakukan penyesuaian dengan teori yang digunakan, maka didapat 3 cara penyusunan pesan dari akun ini, yakni dengan menggunakan logika retorika, logika konvensional dan logika ekspresif. Dari penyusunan pesan tersebut sebagai berikut: (1) Logika ekspresif Pada konten yang diunggah oleh akun instargram @kpopers.hijrah, logika ekspresif ditandai dengan adanya ungkapan perasaan oleh komunikator, namun untuk logika ekspresif pada konten @kpopers.hijrah hanya sedikit bagian saja, dikarenakan akun kpopers hijrah lebih banyak mengaitkan isi pesan dengan aturan-aturan yang sesuai dengan ajaran Islam. Hal ini disesuaikan dengan tujuan akun dibuat ialah untuk berdakwah, maka dari 68 itu konten yang diberikan pun harus berdasarkan aturan-aturan Islam, hanya saja penggunaan bahasanya dibuat sedikit lebih santai dan tidak kaku, serta disesuaikan dengan fokus dakwah yang ditujukan kepada remaja agar dapat menarik target audience. Penyusunan pesan logika ekspresif ini didukung dengan pemilihan warna konten yang cerah, yakni warna biru cerah yang dinilai komunikator sesuai dengan tema konten yang menggambarkan tentang ungkapan perasaan komunikator. (2) Logika konvensional Untuk logika konvensional pada konten akun

@kpopers.hijrah ditandai dengan adanya kutipan hadits, penggalan ayat Al-Qur'an serta penggunaan bahasa yang formal. Penyusunan pesan logika konvensional ini didukung pula dengan warna konten yang lebih gelap untuk melambungkan ketegasan dari isi pesan yang disampaikan. Namun, ketegasan yang diberikan tetap dengan memperhatikan aturan yang berlaku. (3) Logika retorika Untuk logika retorika, isi pesan pada konten @kpopers.hijrah ditandai dengan adanya kalimat ajakan, kalimat bujukan, serta kalimat pertanyaan yang mengharapkan adanya efek dari target audience. Penyusunan pesan logika retorika ini didukung pula dengan penggunaan warna konten yang lebih lembut untuk melambungkan kelembutan isi pesan yang disampaikan, yang mana kontennya berisikan bujukan, ajakan, serta nasihat untuk direnungi bersama.

Referensi

- Adhim, M. F. (2020, September 1). *Diantara Dosa Paling Besar Disisi Allah, Ketika Diingatkan untuk Bertaqwa, Dijawab "Urus saja dirimu sendiri"*. Diambil kembali dari Portal Islam: <https://www.portal-islam.id/2020/09/diantara-dosa-paling-besar-disisi-allah.html>
- Akbar, C. (2015, Juli 27). *Ikut Hingga Lubang Biawak*. Retrieved from Hidayatullah.com: <https://www.hidayatullah.com/kajian/hadits-harian/read/2015/07/27/74651/ikut-hingga-lubang-biawak.html>
- Al-Qur'an Surat Al-Qiyamah (75) ayat 36. Al-Qur'an dan Terjemahan. Cetakan ke 7: Al-Mizan Publishing House
- Al-Qur'an Surat Al-An'am (6) ayat 38. Al-Qur'an dan Terjemahan. Cetakan ke 7: Al-Mizan Publishing House
- Analisis 2021. Pada KBBI Daring. Diambil 04 Jul 2021, dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/analisis>
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak.
- Awanda, Varien. (2021). *Logika desain pesan dakwah pada konten akun instagram @saridezra*. Skripsi. Jakarta. Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah
- Aziz, J. (2015). *Fiqih Dakwah*. Solo: PT Era Adicitra Intermedia
- Azwar, W., & Muliono. (2020). *Sosiologi Dakwah*. Jakarta: Kencana
- Gusniati, Shera Maulidia. (2020). *Analisis Isi Pada Akun Dakwah @Hijabalila*. Skripsi. Jakarta. Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- hijrah, k. (2021, februari 20). -. Retrieved from [instagram.kpopers.hijrah: https://www.instagram.com/kpopers.hijrah/](https://www.instagram.com/kpopers.hijrah/)

- Khatibah, K. (2011). Penelitian kepustakaan. *Iqra': Jurnal Perpustakaan dan Informasi*, 5(01), 36-39.
- Krisyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana
- Mianoki, A. (2021, Juli 14). *Pengaruh Teman Bergaul*. Retrieved from Muslim.Or: <https://muslim.or.id/8879-pengaruh-teman-bergaul.html>
- Morrison, (2013). *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana
- Ratri, C. (2020). *Panduan Instagram Bisnis: Membuat Konten, Foto, dan Memanfaatkan Sebagai PR Bisnis*. Surabaya: CV. Garuda Mas Sejahtera
- Somad, Abdul. (2020), from <https://www.youtube.com/watch?v=InNYZDvdzqQ>