

**Konstruksi Media dalam Pemberitaan Isu Agama Fenomena Hijrah
(Analisis Framing Majalah Tempo Edisi 27 Mei- 2 Juni 2019 “Ramai-
Ramai Hijrah”)**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Syarat- syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata I**

Oleh:

Wulan Dwi Agustina

NIM 13210062

Pembimbing:

Dr. Hamdan Daulay, M.A., M.Si

NIP 19661209 199403 1 004

KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA**

2020

ABSTRAK

Wulan Dwi Agustina 13210062 Skripsi: Konstruksi Media dalam Pemberitaan Isu Agama Fenomena Hijrah (Analisis Framing Majalah Tempo Edisi 27 Mei – 2 Juni 2019 “Ramai-Ramai Hijrah”). Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Fenomena Hirah yang dimaknai sebagai “perpindahan sikap keagamaan” ini juga semakin dipopulerkan oleh kalangan pesohor atau selebritis yang berbondong- bondong mendeklarasikan ke”hijrahan” mereka. Deklarasi tersebut ditandai dengan berbagai macam perubahan, dari perubahan penampilan dengan menumbuhkan jenggot, memakai gamis, memakai celana cingkrang untuk pria, memakai busana yang dibilang “syar’i”, memakai jilbab besar, memakai cadar, untuk perempuan. Deklarasi hijrah tersebut juga seringkali dilakukan dengan sikap para pesohor dengan meninggalkan dunia hingar bingar yang telah mereka geluti juga membesarkan nama mereka.

Fenomena hijrah ini kemudian menjadi topik yang diangkat Majalah Tempo Edisi 27 Mei- 2 Juni 2019 “Ramai- Ramai Hijrah”. Selain fenomena hijrah yang ramai dilakukan para pesohor negeri dan masih menjadi perbincangan yang pada akhirnya menimbulkan pro dan kontra tentang pemaknaan “hijrah” serta tokoh- tokoh yang akhirnya ikut mendeklarasikan hijrah sebagai suatu gerakan sosial.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif dan memakai analisis *framing* model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Objek kajiannya frame Isu Agama Fenomena Hijrah yang menjadi subjek kajiannya yakni teks berita berjumlah 5 berita dari Majalah Tempo Edisi 27 Mei- 2 Juni 2019 “Ramai- Ramai Hijrah”.

Diambil kesimpulan bahwa Majalah Tempo mencoba menghadirkan *framing* bahwasanya fenomena hijrah yang dilakukan oleh para pesohor mau tak mau menciptakan peluang bisnis, memunculkan keuntungan- keuntungan tertentu, juga melahirkan kebutuhan- kebutuhan baru pada masyarakat. Hal tersebut **Tempo** bahas dalam beberapa berita pada edisi ini dengan tetap berpegang pada misi dan visi, menampung dan menyalurkan suara, pendapat, serta pernyataan yang berbeda-beda dari berbagai pihak. Menurut peneliti, **Tempo** berusaha menggiring pembaca atau khalayak pada sajian data dan fakta yang **Tempo** hadirkan terkait fenomena hijrah agar pembaca, publik atau khalayak mampu mencerna, menyimpulkan sendiri persepsi mereka terhadap

fenomena ini. Berikut beberapa analisis peneliti atas beberapa pemberitaan pada majalah **Tempo** edisi “Ramai- Ramai Hijrah”.

Kata Kunci: *Analisis Framing, Fenomena Hijrah, Hijrah, Pesohor*



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Wulan Dwi Agustina
NIM : 13210062
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Judul : Konstruksi Media Dalam Pemberitaan Isu Agama
Fenomena Hijrah (Analisis Framing Majalah Tempo Edisi
27 Mei- 2 Juni 2019 "Ramai- Ramai Hijrah")

Dengan ini saya menyatakan bahwa tugas akhir ini tidak terdapat karya serupa yang diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi lain, dan sepanjang pengetahuan saya juga belum terdapat karya yang pernah dituliskan atau diterbitkan orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah tugas akhir ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 17 Desember 2020

Yang menyatakan,

A handwritten signature in black ink is written over a green library stamp. The stamp contains the text "TERAKSIKIP" and "5000".

Wulan Dwi Agustina

13210062

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jln. Marsda Adisucipto Yogyakarta 55281 Telp. (0274) 515856 fax. (0274)
552230 Yogyakarta 55281 Email: fd@uin-suka.ac.id

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:

Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Wulan Dwi Agustina

NIM : 13210062

Judul Skripsi : Konstruksi Media Dalam Pemberitaan Isu Agama
Fenomena Hijrah (Analisis Framing Majalah Tempo Edisi
27 Mei- 2 Juni 2019 "Ramai- Ramai Hijrah")

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang Komunikasi Islam.

Dengan ini kami berharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 15 Desember 2020

Mengetahui,
Ketua Prodi KPI

Dosen Pembimbing



Nanang Muzawar Hasyim, S.Sos., M.Si
NIP.19670106 199403 1 003

Drs. Hamdan Daulay, M.A., M.Si
NIP.19661209 199403 1 00 4



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-145/Un.02/DD/PP.00.9/01/2021

Tugas Akhir dengan judul : KONSTRUKSI MEDIA DALAM PEMBERITAAN ISU AGAMA
FENOMENA HURAH (ANALISIS FRAMING MAJALAH TEMPO EDISI 27 MEI - 2
JUNI 2019 "RAMAI - RAMAI HURAH")

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : WULAN DWI AGUSTINA
Nomor Induk Mahasiswa : 13210062
Telah diujikan pada : Jumat, 18 Desember 2020
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Panitia

Dr. Hamdan Dzulay, M.Si., M.A.
SIGNED

Valid ID: 60060479621



Penguji I

Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 60092868e42d



Penguji II

Selren Rhttiara, M.A.
SIGNED

Valid ID: 6009166c27bc

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



Yogyakarta, 18 Desember 2020
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Prof. Dr. H. Mubumali, M.Pd.
SIGNED

Valid ID: 6009285478e1

MOTTO

*Masa terbaik dalam hidup seseorang adalah masa ia dapat menggunakan
kebebasan yang telah direbutnya sendiri.*

(Pramoedya Ananta Toer)



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Secara khusus saya persembahkan karya ini kepada kedua orangtua saya, Bapak Purwanto dan Mamah Nita Nuryati, yang cantik, yang telah memberikan semangat setiap waktu, serta doa tanpa henti dalam keadaan apapun yang membuat saya merasa menjadi anak yang paling beruntung atas kasih dan sayang keduanya. Semoga ditinggikan derajatnya oleh Allah SWT, semoga Allah dan semesta selalu memberkati dan memberikan keduanya kebahagiaan dunia akhirat yang tiada henti.

Kepada Kakak terkasih, yang selalu memberi dukungan penuh Mas Teguh Fityanto, Adik tersayang Reni Handayani, Kakak Ipar Rizqi Nur Fatimah. Ketiga ponakan lucu yang selalu menghibur saya M. Zidan Aiman Zakaria, Ibrahimovic Al- Ghifari, Maryam G. Alexandria. Juga ketiga anak berbulu saya yang selalu memberi kebahagiaan di kala saya merasa terpuruk Juna, Juno, Kucrit, dan keempat anaknya, semoga semua mendapat balasan yang terbaik dari Allah SWT.

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah, peneliti panjatkan puji syukur atas kehadiran Allah SWT., yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, serta karunianya kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan penelitian yang sangat sederhana ini. Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada baginda Nabi besar Muhammad SAW. Yang telah membawa cahaya Islam kepada umat manusia.

Penulis berharap skripsi ini mampu menjadi bacaan pengetahuan baru bagi masyarakat dalam menyikapi produk yang disajikan media massa khususnya cetak. Terbentuknya tatanan masyarakat yang kritis sehingga tidak mudah diarahkan oleh pemberitaan media massa.

Penulis juga mengucapkan banyak terimakasih kepada pihak yang ikut terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penulisan ini. Tentu tanpa peran mereka skripsi ini tidak akan hadir maksimal. Semoga Allah memberikan balasan yang terbaik kepada:

1. Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. Dr. Phil. Al Makin, MA.
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.
3. Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

Yogyakarta, Dr. Nanang Mizwar Hasyim, S. Sos, M.Si., yang juga Dosen Penasihat Akademik yang telah membimbing peneliti selama menjalani pembelajaran di Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.

4. Dosen Pembimbing Dr. Hamdan Daulay, M.A., M.Si., Penulis mengucapkan terimakasih atas bimbingan serta arahnya sehingga skripsi ini bisa terselesaikan.
5. Dosen, Karyawan, Staf Tata Usaha Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, yang telah memberikan ilmu serta membangun kerjasama dengan sangat baik.
6. Keluarga besar Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2013.
7. Pengurus LPM Arena periode 2016- 2017 Doel Rohim, Agus, Muza, Rouf, Ifa, Dewi, Laila, Isma, Anis, yang selalu mensupport saya di detik-detik terakhir skripsi ini dibuat.
8. Kepada teman- teman ceria saya, Riska, Erika, Kiki, Mbak Krisna
9. Kepada Pengurus Srili (Srikandi Lintas Iman) yang memberikan saya ruang dan waktu untuk bisa menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Kepada seluruh pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, semoga balasan kebaikan yang akan kalian dapatkan. Akhirnya peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang ikut membantu, baik langsung maupun tidak langsung dalam proses penyelesaian tugas ini. Peneliti juga meminta maaf atas kesalahan yang mungkin tertuang dalam skripsi ini. Akhirnya peneliti ucapkan semoga

penelitian ini bermanfaat bagi pembaca dan mampu menghadirkan ruang diskusi setelahnya.

Amin ya robbal 'alamin.

Yogyakarta, 18 Desember 2020

Peneliti



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	2
C. Tujuan Penelitian.....	3
D. Manfaat Penelitian.....	3
E. Kajian Pustaka	4
F. Kerangka Teori	7
G. Metode Penelitian	24
H. Sistematika Pembahasan.....	31

BAB II : GAMBARAN UMUM

A. Gambaran Profil Majalah Tempo.....	32
B. Gambaran Pemberitaan di Majalah Tempo	35

BAB III : PEMBAHASAN

A. Pengantar Analisis	44
B. Daftar Berita Pemberitaan Fenomena Hijrah	46
C. Analisis Teks Majalah Tempo Edisi 27 Mei- 2 Juni 2019	47
D. Hasil Analisis	100

BAB IV : PENUTUP

A. Kesimpulan.....	105
B. Saran.....	106
DAFTAR PUSTAKA.....	108



DAFTAR TABEL

Tabel. 1 Struktur Model Analisis Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki.....	30
Tabel. 2 Struktur Perangkat Framing Model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki	45
Tabel. 3 Daftar Berita Mengenai Pemberitaan Fenomena Hijrah di Kalangan Selebriti atau Pesohor	47
Tabel. 4 Struktur Sintaksis Berita Majalah TEMPO “Jalan Baru Para Pesohor”..	48
Tabel. 5 Struktur Skrip Berita Berita Majalah TEMPO “Jalan Baru Para Pesohor”	60
Tabel. 6 Struktur Sintaksis Berita Berita Majalah TEMPO “Tablig Sunyi Sang Musikus”	67
Tabel. 7 Struktur Skrip Berita Berita Majalah TEMPO “Tablig Sunyi Sang Musikus”	70
Tabel. 8 Struktur Sintaksis Berita Berita Majalah TEMPO “Keran Rejeki Pemburu Rida Ilahi”	75
Tabel. 9 Struktur Skrip Berita Berita Majalah TEMPO “Keran Rejeki Pemburu Rida Ilahi”	82
Tabel. 10 Struktur Sintaksis Berita Berita Majalah TEMPO “Mereka yang Duluan Bertobat”	86
Tabel. 11 Struktur Skrip Berita Berita Majalah TEMPO “Mereka yang Duluan Bertobat”	90
Tabel. 12 Struktur Skrip Berita Berita Majalah TEMPO “Berubah Berjamaah”...	94
Tabel. 13 Struktur Skrip Berita Berita Majalah TEMPO “Mereka yang Duluan Bertobat”	97
Tabel. 14 Artis dan Islam..	98
Tabel. 15 Frame Majalah Tempo Edisi 27 Mei- 2 Juni 2019 “Ramai- Ramai Hijrah”	100

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Hijrah jika kita artikan dalam bahasa arab berarti berpindah. Perpindahan fisik dari satu kawasan ke kawasan lain. Kata ini pun sering kali kita dengar dalam sejarah kebudayaan Islam karena kata Hijrah sering dipakai dalam menceritakan perpindahan fisik Nabi Muhammad SAW dari Makkah ke Madinah. Namun, saat ini di Indonesia, makna hijrah berkembang, tidak hanya berarti berpindah. Hijrah di Indonesia juga dimaknai sebagai perpindahan sikap keagamaan. Perpindahan sikap keagamaan yang awalnya biasa- biasa saja, menjadi lebih taat.

Fenomena Hirah yang dimaknai sebagai “perpindahan sikap keagamaan” ini juga semakin dipopulerkan oleh kalangan pesohor atau selebritis yang berbondong- bondong mendeklarasikan ke”hijrahan” mereka. Deklarasi tersebut ditandai dengan berbagai macam perubahan, dari perubahan penampilan dengan menumbuhkan jenggot, memakai gamis, memakai celana cingkrang untuk pria, memakai busana yang dibilang “syar’i”, memakai jilbab besar, memakai cadar, untuk perempuan. Deklarasi hijrah tersebut juga seringkali dilakukan dengan sikap para pesohor dengan meninggalkan dunia hingar bingar yang telah mereka geluti juga membesarkan nama mereka. Fenomena hijrah ini kemudian menjadi topik yang diangkat Majalah Tempo Edisi 27 Mei- 2 Juni 2019 “Ramai- Ramai

Hijrah” kemudian menjadi menarik menurut peneliti untuk diteliti. Selain fenomena hijrah yang ramai dilakukan para pesohor negeri dan masih menjadi perbincangan yang pada akhirnya menimbulkan pro dan kontra tentang pemaknaan “hijrah” serta tokoh- tokoh yang akhirnya ikut mendeklarasikan hijrah sebagai suatu gerakan sosial. Peneliti dalam hal ini tertarik melakukan analisis untuk mengetahui bagaimana Majalah Tempo memframing fenomena Hijrah pada pemberitaan yang terdapat di Majalah Tempo Edisi “Ramai- Ramai Hijrah” karena mengingat majalah Tempo merupakan salah satu media yang peneliti anggap cukup berani mengangkat berbagai macam isu yang kontroversi dengan sudut pandang yang berbeda, Tempo juga peneliti anggap cukup berani dalam mengkritisi pemerintah lewat pemberitaannya dan hal tersebut juga yang membuat Tempo pernah mengalami pembredelan karena pemberitaannya yang cukup berani.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah peneliti jelaskan, peneliti telah merumuskan permasalahan yang akan diteliti terkait Konstruksi Media dalam Pemberitaan Isu Agama (Analisis Framing Majalah Tempo Edisi 27 Mei- 2 Juni 2019 “Ramai- Ramai Hijrah”), permasalahan tersebut yaitu;

Bagaimana Tempo memframing Isu Agama dalam kontennya pada Edisi “Ramai- Ramai Hijrah”.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak diperoleh dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Tempo memframing Isu Agama dalam kontennya pada Edisi “Ramai- Ramai Hijrah”.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Manfaat akademis bagi program studi Komunikasi Penyiaran Islam (KPI), hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan penelitian di bidang disiplin Ilmu Komunikasi khususnya Komunikasi Penyiaran Islam terkait Media Cetak dan analisis framing.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan akan menambah daftar penelitian tentang kajian media. Menambah referensi bagi mahasiswa, wartawan, praktisi media lainnya maupun pemangku kepentingan dalam konteks analisis media serta sebagai bentuk kepedulian terhadap masyarakat atas wacana dan pemberitaan yang ada saat ini.

Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberi gambaran mengenai wacana yang ditampilkan oleh Majalah Tempo tentang pemberitaan yang berkaitan atau berhubungan dengan isu agama.

E. Kajian Pustaka

Tinjauan pustaka merupakan kumpulan referensi dari penelitian terdahulu yang digunakan sebagai rujukan penulisan karya ilmiah. Beberapa penelitian yang dijadikan rujukan atas penulisan karya ilmiah ini di antaranya adalah:

Pertama, Skripsi milik Mujaeni yang berjudul “Frame Proses Pembubaran Hizbut Tahrir Indonesia pada Surat Kabar Harian Republika dan Kompas”. Penelitian ini ingin mengambil isu agama sebagai objeknya, lebih spesifiknya adalah pemberitaan terkait proses pembubaran HTI pada media massa Republika dan Kompas edisi bulan Mei 2017 sampai 2017.¹

Kedua, Skripsi yang ditulis oleh Eko Farid Mahari P, berjudul “Pembingkai Berita Muktamar Nahdlatul Ulama Ke-32 di Makasar (Studi Analisis Framing Berita Muktamar NU ke-32 di Makasar Pada Koran Jawa Pos dan Kompas)”. Rumusan masalah pada dalam penelitian ini yaitu mengkaji bagaimana bingkai kedua media tersebut dalam memberitakan berita Muktamar NU ke- 32.²

¹ Mujaeni, *Frame Proses Pembubaran Hizbut Tahrir Indonesia Pada Surat Kabar Harian Republika dan Kompas* (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2018), <http://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/31599>, diakses pada 17 November 2020.

² Eko Farid Mahari P, *Pembingkai Berita Muktamar Nahdlatul Ulama Ke-32 di Makasar (Studi Analisis Framing Berita Muktamar NU ke-32 di Makasar pada Koran Jawa Pos dan Kompas)*,

Ketiga, Skripsi milik Iin Nurmalia yang berjudul “Habib Rizieq di Mata Media (Analisis Framing Pemberitaan Kasus yang Melibatkan Habib Rizieq dari Penodaan Pancasila sampai Dugaan Penyerobotan Tanah di Media Indonesia dan Republika Edisi Januari 2017). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaiman framing yang dilakukan Republika dan Media Indonesia dalam melakukan pemberitaan dalam banyak kasus yang melibatkan Habib Rizieq selama Januari 2017.³

Keempat, Skripsi milik Faris Amrullah yang berjudul “Analisis Framing Pemberitaan *Muslim Cyber Army (MCA)* di Surat Kabar (SKH) Kompas dan Republika Edisi Bulan Februari Maret 2018”. Dalam Skripsinya ini, peneliti ingin mengetahui bagaimana pemingkakaan berita MCA pada surat kabar harian (SKH) Kompas dan Republika edisi Bulan Februari- Maret 2018.⁴

Kelima, Skripsi milik Dhenny Dwi Kunhastian yang berjudul “Konstruksi Berita dalam Majalah Tempo (Analisis Framing Pemberitaan Terorisme di Majalah Tempo Edisi Januari-Februari 2016). Pada penelitian kali ini, peneliti mengkaji konstruksi pemberitaan serangan teroris di Jakarta yang diproduksi oleh Majalah Tempo. Peneliti juga ingin mengetahui

(Surabaya: UPN “Veteran” Jawa Timur, 2010), <http://eprints.upnjatim.ac.id/2270/1/cvr-bab1.pdf>, diakses pada 17 November 2020.

³ Iin Nurmalia, *Habib Rizieq Di Mata Media (Analisis Framing Pemberitaan Kasus yang Melibatkan Habib Rizieq dari Penodaan Pancasila sampai Dugaan Penyerobotan Tanah di Media Indoneisa dan Republika Edisi Januari 2017)*, (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2018), <http://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/31361>, diakses pada 17 November 2020.

⁴ Fariz Amrullah, *Analisis Framing Pemberitaan Muslim Cyber Army (MCA) di Surat Kabar (SKH) Kompas dan Republika Edisi Bulan Februari Maret 2018* (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2018) "http://digilib.uin-suka.ac.id/33351/1/13210022_BAB-I_IV_DAFTAR-PUSTAKA.pdf

bagaimana pembingkai atau framing Majalah Tempo terkait serangan teroris di kawasan M.H. Thamrin, Jakarta Pusat yang terjadi pada 14 Januari 2016.

Berdasarkan beberapa skripsi atau penelitian terdahulu yang peneliti pilih sebagai bahan referensi peneliti juga tinjauan pustaka yang peneliti lakukan, peneliti memiliki satu benang merah yaitu *pertama*, semua penelitian tersebut menjadikan isu agama sebagai bahan penelitian. *Kedua*, semua penelitian tersebut merupakan jenis penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif analisis dengan menggunakan teks media melalui analisis *framing*. Subjek pada semua penelitian juga menggunakan media cetak namun dengan beberapa media cetak yang berbeda. Metode pengumpulan data yang dipakai pun menggunakan metode dokumentasi dan kajian pustaka dengan teknik sampling purposive, yaitu teknik sampling non random sampling dimana peneliti menentukan pengambilan sampel dengan cara menetapkan ciri- ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian.

Selain hal- hal tersebut, metode analisa yang digunakan dalam penelitian² di atas juga menggunakan metode analisa yang sama yaitu analisis Framing model Zhongdang Pan dan Gerald. Tapi, dari semua peneliti tersebut dan juga penelitian yang dilakukan peneliti memiliki perbedaan dalam hal pemberitaan yang akan diteliti, yang tentu saja hal tersebut

mampu menambah referensi dan keanekaragaman penelitian- penelitian dengan analisis Framing.

F. Landasan Teori

1. Media dan Konstruksi Realitas

Media massa mempunyai peran dan fungsi di dalam masyarakat, terdapat beberapa peran yang dimiliki oleh media massa;

Pertama, media massa sebagai jendela peristiwa dan pengalaman yang memperluas pandangan, memungkinkan kita untuk melihat apa yang sedang terjadi tanpa hambatan dari orang lain. *Kedua*, sebagai gambaran peristiwa di masyarakat dan dunia yang melibatkan gambaran nyata (walaupun kemungkinan adanya perbedaan informasi) walaupun sudut pandang dan arah gambaran ditentukan oleh orang lain, dan kita tidak bebas sesuai dengan keinginan kita. *Ketiga*, sebagai penyeleksi, palang pintu (gatekeeper) atau portal yang akan berguna menyeleksi bagian pengalaman untuk perhatian khusus dan menghalangi pandangan dan faktor lain, sengaja maupun tidak disengaja. *Keempat*, sebagai petunjuk, pengarah, atau penerjemah arah yang memberikan makna yang membingungkan atau tidak hanya parsial. *Kelima*, media massa sebagai forum presentasi informasi dan gagasan kepada khalayak, seringkali dengan kemungkinan akan adanya respon balik. *Keenam*, sebagai *contributor* yang menyalurkan dan

memproduksi informasi tidak tersedia bagi semua orang. *Ketujuh*, sebagai pembicara atau pendamping yang memiliki informasi dalam perbincangan yang menanggapi pertanyaan secara interaktif (McQuail, 2011). Mengutip dari **tempo-institute.org**, media massa memiliki 7 fungsi yang dapat kita rasakan sehari-hari. Fungsi tersebut antara lain;

a. Fungsi Informasi

Fungsi informasi bisa dikatakan sebagai fungsi yang sangat umum. Informasi memiliki peranan penting dalam menambah wawasan kita. Media massa jelas memberikan banyak informasi bagi masyarakat. Informasi yang paling sering kita sadari dan temukan adalah berita. Tetapi, selain itu, film, talkshow, permainan, dan lainnya juga memberikan banyak informasi. Walaupun Anda menemukan informasi yang bersifat tidak penting, siapa tahu itu bersifat penting bagi orang lain.

b. Fungsi Hiburan

Kita bisa menemukan banyak hiburan dari media massa, khususnya di televisi. Televisi menyediakan beragam macam program dan acara, mulai dari film, sinetron, talkshow, dan lain-lain. Walaupun terkadang dianggap sepele, hiburan dapat menjadi sarana untuk melepas rasa penat kesibukan atau rasa lelah.

c. Fungsi Persuasi

Secara tidak sadar, banyak opini atau pandangan kita yang sebenarnya terbentuk dari produk media massa. Mengapa begitu? Karena, salah satu fungsi media massa adalah persuasi. Media massa berfungsi untuk

mengarahkan opini atau pandangan kita sesuai dengan apa yang diperlihatkan. Hal tersebut membuat pandangan atau opini masyarakat dalam beberapa kasus cenderung sama. Tetapi, keputusan terhadap pandangan atau opini yang diambil tetap berada di tangan kita sendiri.

d. Fungsi Korelasi

Media massa juga berfungsi sebagai korelasi. Selain memberi informasi, media massa juga membantu cari kemungkinan korelasi suatu peristiwa yang sedang terjadi dengan peristiwa sebelumnya. Jika korelasi ditemukan, media massa akan menjelaskan hubungan antarperistiwa tersebut. Dengan adanya fungsi tersebut, masyarakat bisa menerima informasi baru dan diajak untuk berpikir lebih kritis.

e. Fungsi Pendidikan

Seperti yang telah disebut di atas, informasi bisa menambah wawasan kita. Oleh karena itu, media massa juga memiliki fungsi sebagai pendidikan. Media massa bisa mendidik kita dengan produk-produknya. Contohnya adalah berita. dengan mendengarkan berita setiap hari, wawasan kita akan jauh lebih luas. Secara tidak langsung, kita bisa belajar dari masalah atau peristiwa yang diberitakan. Berpikir secara kritis pun bisa dilatih.

f. Fungsi Pengawasan

Sesuai dengan fungsinya, media massa melakukan pengawasan terhadap kejadian atau lingkungan sekitar. Dengan begitu, media massa dapat bertindak lebih cepat jika sesuatu terjadi secara dadakan. Media massa

pun akan dengan cepat memberi tahu masyarakat akan kejadian tersebut agar tidak terkena dampaknya, jika ada.

g. Fungsi Interpretasi

Dengan adanya fungsi interpretasi, media massa membantu masyarakat dengan cara menjelaskan apa yang sedang terjadi. Agar masyarakat lebih mudah memahaminya, media massa menginterpretasi peristiwa atau kejadian dan menjelaskannya. Dengan begitu, masyarakat dapat dengan cepat mengerti apa yang sedang terjadi.⁵

Jika kaum pluralis melihat media sebagai saluran yang bebas dan netral, di mana semua pihak dan kepentingan dapat menyampaikan posisi dan pandangannya secara bebas, kaum kritis justru melihat media bukan hanya alat dari kelompok dominan tetapi juga memproduksi ideologi dominan. Dalam hal ini media membantu kelompok dominan menyebarkan gagasannya, mengontrol kelompok lain, dan membentuk konsesus antar anggota kelompok komunitas. Lewat media, ideology dominan, apa yang baik dan apa yang buruk dimapankan.⁶

Pandangan kritis juga melihat bukan sebagai saluran yang bebas, tetapi media juga subjek yang mengkonstruksi realitas. Lengkap dengan pandangan, bias, dan pemihakannya. Ia juga memandang media sebagai wujud dari pertarungan ideologi antara kelompok- kelompok yang ada dalam masyarakat. Media dikatakan bukanlah sarana yang netral, yang

⁵ Fungsi Media Massa Tak Sekadar Hiburan, <https://tempo-institute.org/berita/fungsi-media-massa> (Diakses pada 14 November 2020, pukul 20.00).

⁶ Eriyanto, Analisis Wacana, (Yogyakarta: LKiS Yogyakarta, 2015), hal.36.

menampilkan secara apa adanya tetapi kelompok atau ideology yang dominan tersebut itulah yang akan tampil dalam pemberitaan.⁷

Penggunaan istilah konstruksi atas realitas sosial (*social construction of reality*) kali pertama dipopulerkan oleh Peter L Berger dan Thomas Luckmann. Teori konstruksi sosial media massa adalah pada arus informasi yang cepat dan dengan cangkupan yang luas sehingga konstruksi sosial berlangsung dengan sangat cepat dan penyebarannya merata. Realitas sosial yang terkonstruksi itu yang membentuk opini khalayak (Bungin, 2007).

Berbicara terkait pemberitaan, berita dalam pandangan konstruksi sosial bukan merupakan peristiwa atau fakta dalam arti yang riil. Disini realitas bukan dioper begitu saja sebagai berita. Ia adalah produk interaksi antara wartawan dan fakta. Dalam proses internalisasi, wartawan dilanda oleh realitas. Realitas diamati oleh wartawan dan diserap dalam kesadaran wartawan. Dalam proses externalisasi, wartawan menceburkan diri untuk memaknai realitas. Konsepsi tentang fakta diekspresikan untuk melihat realitas. Hasil dari berita adalah produk dari proses interaksi dan dialektika tersebut.⁸

Pendekatan konstruksionis mempunyai penilaian sendiri bagaimana media, wartawan, dan berita dilihat. Penilaian tersebut antara lain;

⁷ *Ibid.*, hal. 37.

⁸ *Ibid.*, hal. 20.

a. Fakta atau peristiwa adalah hasil konstruksi.

Menurut kaum konstruksionis, realitas itu bersifat subjektif. Realitas hadir karena dihadirkan oleh konsep subjektif wartawan. Realitas tercipta lewat konstruksi, sudut pandang tertentu wartawan. Pada penilaian ini, tidak ada realitas yang bersifat objektif, karena realitas itu tercipta lewat konstruksi dan pandangan tertentu. Realitas bisa berbeda- beda, tergantung kepada bagaimana konsepsi ketika realitas itu dipahami oleh wartawan yang mempunyai pandangan berbeda. Fakta atau realitas bukanlah sesuatu yang tinggal ambil, ada dan menjadi bahan dari berita. Fakta atau realitas pada dasarnya dikonstruksi. Dalam kata- kata yang terkenal dari Carey, realitas bukanlah sesuatu yang terberi, seakan- akan ada, realitas sebaliknya diproduksi. Pernyataan utama dalam pandangan konstruksionis adalah, fakta berupa kenyataan itu sendiri bukanlah sesuatu yang terberi, melainkan ada di benak kita yang melihat fakta tersebut. Kitalah yang memeberi definisi dan menentukan fakta tersebut sebagai kenyataan.⁹

b. Media Adalah Agen Konstruksi

Menurut pandangan konstruksionis, media bukanlah sekedar saluran yang bebas, ia juga subjek yang mengkonstruksi realitas realitas, lengkap dengan pandangan, bias dan pemihakannya. Disini media dipandang sebagai agen konstruksi sosial yang mendefinisikan realitas. Pandangan ini menolak

⁹ *Ibid.*, hlm. 22.

argumen yang menyatakan media seolah-olah sebagai tempat saluran bebas. Berita yang kita baca bukan hanya menggambarkan realitas, bukan hanya menunjukkan pendapat sumber berita, melainkan juga konstruksi dari media itu sendiri. Lewat berbagai instrument yang dimilikinya, media ikut memebentukrealitas yang tersaji pada pemberitaan. Apa yang tersaji dalam berita, dan kita baca tiap hari, adalah produk dari pembentukan realitas oleh media. Media adalah agen yang secara aktif menafsirkan realitas untuk disajikan kepada khalayak. Media bukan hanya memilih peristiwa dan menentukan sumber berita, melainkan juga berperan dalam mendefinisikan aktor dan peristiwa. Lewat bahasa yang dipakai, media dapat menyebut mahasiswa sebagai pahlawan, bisa juga sebagai perusuh dalam sebuah demonstrasi. Lewat pemberitaan pula media dapat membingkai peristiwa demonstrasi dengan bingkai tertentu yang pada akhirnya menentukan bgaimana khalayak harus melihat dan memahami peristiwa dalam kaca mata tertentu.¹⁰

c. Berita Bukan Refleksi Realitas. Ia Hanyalah Konstruksi Dari Realitas

Pada pandangan konstruksionis, berita ibarat sebuah drama. Ia bukan menggambarkan realitas, melainkan potret dari arena pertarungan antara berbagai pihak yang berkaitan dengan peristiwa. Dalam pandangan ini, berita adalah hasilkonstruksi dari konstruksi sosial yang selalu melibatkan pandangan, ideology, dan nilai- nilai dari wartawan dan media. Bagaiaman

¹⁰ Eriyanto, *Analisis Framing*, (Yogyakarta:LKiS Group, 2012), hal.27 dan 26.

realitas itu dijadikan berita sangat tergantung pada bagaimana fakta itu dipahami dan dimaknai. Proses pemaknaan selalu melibatkan nilai- nilai tertentu sehingga mustahil berita merupakan pencerminan dari realitas. Realitas yang sama, bisa jadi menghasilkan berita yang berbeda, karena ada cara melihat yang berbeda. Perbedaan antara realitas yang sesungguhnya dan berita tidak dianggap salah, tetapi sebagai suatu kewajaran. Berita bukanlah representasi dari realitas. Berita yang kita baca pada dasarnya adalah hasil dari konstruksi kerja jurnalistik, bukan kaidah baku jurnalistik. Semua proses konstruksi (mulai dari memilih fakta, sumber, pemakaian kata, gambar, sampai penyuntingan) memberi andil bagaimana realitas tersebut hadir di hadapan khalayak.¹¹

d. Berita Bersifat Subjektif/ Konstruksi atas Realitas

Pandangan konstruksionis mempunyai penilaian yang berbeda dalam menilai objektivitas jurnalistik. Hasil kerja jurnalistik tidak bisa dinilai dengan menggunakan sebuah standar yang rigid seperti halnya positivis. Hal ini karena berita adalah produk dari konstruksi dan pemaknaan atas realitas. Pemaknaan seseorang atas suatu realitas bisa jadi berbeda dengan orang lain, yang tentunya menghasilkan “realitas” yang berbeda pula. Oleh sebab itu, ukuran yang baku dan standar tidak bisa dipakai. Kalau ada perbedaan antara berita dan realitas yang sebenarnya, maka tidak dianggap sebagai kesalahan, tetapi memang seperti itulah pemaknaan mereka atas

¹¹ *Ibid.*, hal.28.

realitas. Berbeda dengan pendekatan positivis yang titik perhatiannya pada bias yang artinya bias dianggap salah, dan wartawan harus menghindari bias. Pada pendekatan konstruksionis, penempatan sumber berita yang menonjol dibandingkan sumber lain, menempatkan wawancara seorang tokoh lebih benar dari tokoh lain, liputan yang hanya satu sisi dan merugikan pihak lain, tidak berimbang, dan secara nyata memihak satu kelompok, semuanya tidaklah dianggap sebagai kekeliruan atau bias, tetapi dianggap memang itulah praktik yang dijalankan oleh wartawan. Karena itu, untuk mengerti kenapa praktik jurnalistik bisa semacam itu bukan dengan meneliti sumber bias, melainkan mengarahkan pada bagaimana peristiwa dikonstruksi.¹²

e. Wartawan Bukan Pelapor, Ia Agen Konstruksi

Konstruksionis mempunyai pandangan bahwa wartawan tidak bisa menyembunyikan pilihan moral dan keberpihakannya, karena ia merupakan bagian yang intrinsik dalam pembentukan berita. Lagi pula, berita bukan hanya produk individual, melainkan juga bagian dari proses organisasi dan interaksi antara wartawannya. Dalam banyak kasus: topik apa diangkat dan siapa yang diwawancarai, disediakan oleh kebijakan redaksional tempat wartawan bekerja, bukan semata-mata bagian dari pilihan profesional individu. Dalam pandangan konstruksionis, wartawan juga dipandang sebagai aktor atau agen konstruksi. Ia tidak hanya melaporkan fakta, melainkan juga turut mendefinisikan peristiwa. Sebagai aktor sosial,

¹² *Ibid.*, hal.31 dan 32.

wartawan turut mendefinisikan apa yang terjadi, dan secara aktif membentuk peristiwa dalam pemahaman mereka. Tentu saja hal tersebut berbeda dengan pandangan positivis yang melihat berita sebagai pencerminan realitas. Yang berpandangan bahwa jurnalis yang baik adalah jurnalis yang mampu memindahkan realitas itu ke dalam berita.¹³

f. Etika, Pilihan Moral, dan Keberpihakan Wartawan Adalah Bagian yang Integral dalam Produksi Berita

Pandangan konstruksionis menilai, aspek moral, etika, dan nilai-nilai tertentu tidak mungkin dihilangkan dari pemberitaan media. Wartawan bukanlah robot yang meliput apa adanya, apa yang dia lihat. Etika dan moral dalam banyak hal berarti keberpihakan pada satu kelompok atau nilai tertentu umumnya dilandasi oleh keyakinan tertentu adalah bagian yang integral dan tak terpisahkan dalam membentuk dan mengkonstruksi realitas. Wartawan dalam hal ini bukan hanya pelapor, karena disadari atau tidak ia menjadi partisipan dari keragaman penafsiran dan subjektivitas dalam publik. Karena fungsinya tersebut, wartawan menulis berita bukan hanya sebagai penjelas, melainkan mengkonstruksi peristiwa dari dirinya sendiri dengan realitas yang diamati.

¹³ *Ibid.*, hal.32-35.

g. Nilai, Etika, dan Pilihan Moral Peneliti Menjadi Bagian Integral dalam Penelitian.

Salah satu sifat dasar dari penelitian yang bertipe konstruksionis adalah pandangan yang menyatakan penelitian bukanlah subjek yang bebas nilai. Pilihan etika, moral, atau keberpihakan peneliti menjadi bagian yang terpisahkan dari proses penelitian.

Dalam penelitian yang berkategori konstruksionis, pilihan moral dan keberpihakan justru sukar dihilangkan dalam penelitian. Peneliti bukanlah robot yang seolah-olah makhluk netral dan akan menilai realitas tersebut apa adanya. Sebaliknya, peneliti adalah entitas dengan berbagi nilai dan keberpihakanyang berbeda-beda. Karenanya, bisa jadi objek penelitian yang sama akan menghasilkan temuan yang berbeda di tangan peneliti yang berbeda. Peneliti dengan konstruksinya masing-masing akan menghasilkan temuan yang berbeda pula.¹⁴

h. Khalayak Mempunyai Penafsiran Tersendiri Atas Berita

Pada pandangan konstruksionis khalayak dilihat sebagai subjek yang aktif dalam menafsirkan apa yang dia baca. Dalam bahasa Stuart Hall, makna dari suatu teks bukan terdapat dalam pesan/ berita yang dibaca oleh pembaca. Makna selalu potensial mempunyai banyak arti (*polisemi*). Makna lebih tepat dipahami bukan sebagai suatu transmisi (penyebaran) dari

¹⁴ *Ibid*, hal.38-39.

pembuat berita ke pembaca. Ia lebih tepat dipahami sebagai suatu praktik penandaan. Karenanya, setiap orang bisa mempunyai pemaknaan yang berbeda atas teks yang sama. Kalau saja ada makna yang dominan atau tunggal, itu bukan berarti makna terdapat dalam teks, melainkan begitulah praktik penandaan terjadi.¹⁵

2. Isu Agama dalam Framing Media

Berita agama adalah informasi atau peristiwa apapun di mana agama, iman, spiritualitas atau etika keagamaan memainkan peran penting. Pokok bahasan dan jenis informasi apapun bisa menjadi berita agama, beberapa diantaranya:

- a. Berita (breaking news), laporan investigatif, laporan- laporan tren, artikel (feature), profil dan analisis.
- b. Berita Internasional, nasional dan lokal mengenai politik, olahraga, bisnis, pendidikan, kejahatan, seni dan hiburan, ilmu pengetahuan, kesehatan, gaya hidup, mode, petualangan, makanan dan banyak lagi.
- c. Informasi mengenai satu agama, beberapa agama, atau interaksi di antara mereka; informasi tentang kelembagaan agama (tempat- tempat peribadatan perorangan, golongan atau seluruh agama); informasi tentang agama atau spiritualitas yang berlangsung di luar tembok- tembok kelembagaan.

¹⁵ *Ibid.*, hal. 41.

d. Selain berita, agama kerap menjadi pokok bahasan dari kolom- kolom opini, tajuk rencana, dan blog.¹⁶ Walaupun dianggap sensitif, Sekertaris Pimpinan Pusat Muhammadiyah, Abdul Mu'ti dalam wawancaranya bersama Tirto.id pada 20 Oktober 2017 menyatakan bahwa isu agama dan etnis menjadi isu yang senantiasa laku diperdagangkan. Mengapa isu agama menjadi isu yang dianggap menarik, laku dan penting, sebuah survei yang dijabarkan oleh SEJUK bekerjasama dengan Friedrich Naumann STIFTUNG FÜR DIE FREIHEIT dan Hivos menyatakan:

- Enam dari sepuluh orang Amerika mengatakan agama itu “sangat penting” dalam kehidupan mereka. Hal tersebut yang kemudian membuat mereka tertarik untuk membaca, menonton dan mendengar cerita- cerita mengenai agama.
- Berita- berita agama menghubungkan para pembaca dan penonton. Menghubungkan dengan para audiens mereka merupakan tujuan umum media. Banyak pewarta agama berkata mereka telah mendapat banyak tanggapan mengenai liputan agama ketimbang liputan lain yang pernah mereka buat.
- Seperempat pengguna internet melakukan pencarian informasi mengenai agama dalam jaringan (*daring*), dan setengah dari mereka mencari keterangan tentang keyakinan- keyakinan lain selain yang mereka miliki. Hal

¹⁶ Sejuk, *Mewartakan Agama*, (Jakarta: Penerbit Sejuk, 2006), hal.1-2.

tersebut menyiratkan bahwa mereka memiliki ketertarikan untuk membaca tentang agama.

- Agama adalah sebuah bagian dalam persoalan orang-orang Amerika yang secara terus menerus disebut sebagai kepedulian tertinggi mereka: perang, terorisme, pendidikan, perawatan kesehatan, imigrasi, lingkungan dan kesehatan ekonomi.

- Banyak media gagal menyertakan agama dalam studi-studi pasar mereka sendiri. Umumnya, studi-studi lokal mendukung kasus menjadi berita agama. Meski para audiens untuk berita-berita keimanan dan nilai cenderung lebih tua ketimbang konsumen media berita kebanyakan, lebih banyak perempuan ketimbang laki-laki yang memiliki ketertarikan dalam berita agama.

- Di beberapa negara, beberapa mediana mengurangi berita agama karena alasan keliru bahwa lebih banyak dan lebih baik berita agama di media, tidak akan membantu menarik pembaca/pendengar baru. Readership Institute, sebuah proyek penelitian besar mengenai jumlah pembaca surat kabar di Universitas Northwestern menunjukkan, para pembaca sangat tidak puas dengan berita agama yang ada. Berdasarkan hal itu dan temuan-temuan lain, institute ini tidak menyertakan berita agama di antara Sembilan teratas konten berita yang harus menjadi fokus berbagai surat kabar. Meski demikian, beberapa ilmuwan agama dan media percaya persoalannya ada dalam bagaimana pertanyaan-pertanyaan mengenai agama diajukan, sebab

agama jelas menjadi faktor pendorong dalam penggunaan di banyak media lain, termasuk film, buku dan internet.¹⁷

Persoalan agama memang telah menjadi permasalahan umat sepanjang masa. Sebab agama sudah menjadi entitas terdalam kemanusiaan yang melandasi setiap gerak maupun gerik manusia dalam kehidupannya. Maka dari itu, sejarah agama bisa dikatakan sebagai sejarah kehidupan manusia. Agama juga menjadi cara pandang manusia terhadap kehidupan dan alam semesta, juga mengandung ajaran tentang hubungan manusia dengan masyarakat, alam semesta dan Tuhan. Dalam konteks individu, konsepsi agama merupakan “Feelin of absolute dependence” (perasaan seseorang terhadap yang absolute”. Yang artinya agama adalah sebuah rasa pengabdian. Seseorang merasa bahwa ia harus cinta dan mengabdikan diri dengan seluruh kemampuannya kepada agama yang dipeluknya. Hal tersebut yang kemudian manusia cerminkan dalam pikiran, perkataan, dan tindakan. Disini agama juga mampu memenuhi semangat dan perasaan pengabdian diri bagi pemeluknya sehingga seseorang yang beragama biasanya mempertahankan agamanya secara habis-habisan.¹⁸ Penjabaran – penjabaran tersebutlah yang pada akhirnya menurut peneliti membuat isu agama menjadi isu yang cukup banyak mendapat perhatian publik karena isu agama merupakan isu yang sangat bisa memainkan emosi publik atas

¹⁷ *Ibid.*, hal.2-4.

¹⁸ Agama; Antara Cita dan Kritik, <https://doi.org/10.21043/fikrah.v4i1.161> (Diakses pada 15 November 2020, pukul 11.12).

perannya yang berhubungan dengan kepercayaan dan spiritual mendalam manusia. Tidak hanya itu, dalam konteks sosial pun agama merupakan suatu sistem kepercayaan yang berkaitan dengan sesuatu yang sakral dan dapat menyatukan masyarakat ke dalam suatu komunitas moral.

Mengutip Agama; Antara Cita dan Kritik, pada Fikrah: Jurnal Ilmu Aqidah dan Studi Keagamaan yang ditulis oleh MK Ridwan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga, Indonesia dan rekan- rekannya, agama merupakan kekuasaan integrasi, kerukunan dan pemersatu, karena agama memiliki semangat yang bisa meredakan berbagai konflik, Ibn Khaldun. Agama dalam kerangka yang positif dapat menggerakkan perubahan sosial kearah yang lebih baik dan membentuk tantangan masyarakat yang terintegrasi. Sehingga agama dianggap sangat berperan penting dalam memberikan perspektif yang luas untuk memahami aktifitas manusia dan lingkungannya.

3. Analisis *Framing*

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Analisis Framing untuk mengetahui bagaimana realitas (peristiwa, aktor, kelompok, atau apa saja) pada pemberitaan **Majalah Tempo Edisi 27 Mei- 2 Juni 2019 “Ramai-Ramai Hijrah”** dibingkai. Peneliti juga mencoba mengungkap maksud tersembunyi, ideologi, konsep- konsep dari pemberitaan yang disajikan Majalah Tempo Edisi “Ramai- Ramai Hijrah” dalam membingkai dan mengkonstruksi isu agama dalam hal ini fenomena hijrah yang melibatkan

para pesohor negeri. Dalam menggunakan analisis *framing*, yang harus dilakukan peneliti pertama kali adalah melihat bagaimana media mengkonstruksi realitas, memahami peristiwa bukan sebagai sesuatu yang diambil begitu saja. Sebaliknya, wartawan dan media adalah yang secara aktif membentuk realitas. Yang menjadi titik persoalan dalam analisis *framing* adalah bagaimana realitas atau peristiwa dikonstruksi oleh media, bagaimana media membingkai peristiwa dalam konstruksi tertentu. Sehingga yang menjadi perhatian bukan apakah media memberitakan negative atau positif, melainkan bagaimana bingkai yang dikembangkan oleh media.¹⁹

Analisis framing cocok digunakan untuk melihat konteks sosial-budaya suatu wacana, khususnya hubungan antara berita dan ideologi, yakni proses atau mekanisme mengenai bagaimana berita membangun, mempertahankan, mereproduksi, mengubah dan mempertahankan ideologi. Analisis framing dapat digunakan untuk melihat siapa mengendalikan siapa dalam suatu struktur kekuasaan, pihak mana yang diuntungkan dan dirugikan, siapa pendindas dan si tertindas, tindakan politik mana yang konstitusional dan inkonstitusional, kebijakan publik mana yang harus didukung dan tidak boleh didukung, dsb.²⁰

¹⁹ Eriyanto, *Analisis Framing*, (Yogyakarta: LKiS Group, 2012), hal.7.

²⁰ Eriyanto, *Analisis Framing*, (Yogyakarta: LKiS Group, 2012), hal.XV.

G. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan jalan yang mesti ditempuh. Metode ilmiah memiliki makna suatu kerangka landasan yang mesti diikuti bagi terciptanya sebuah karya ilmiah.²¹ Sedangkan penelitian merupakan suatu metode studi yang dilakukan dengan hati-hatidan sempurna terhadap suatu masalah, sehingga mampu memperoleh pemecahan masalah terhadap masalah tersebut.²² Merujuk pada pengertian tersebut, maka peneliti memberikan penjelasan terkait penelitian yang akan dilakukan agar mampu memberikan jawaban atas permasalahan yang akan dikaji. Beberapa penjelasan tersebut antara lain sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan dilakukan peneliti adalah penelitian kualitatif. Penelitian ini bersifat deskriptif analisis dengan menggunakan teks media melalui analisis *framing*. Peneliti mengumpulkan data untuk penelitian ini dari Majalah Tempo yang mengangkat isu agama lebih spesifiknya Edisi 27 Mei-2 Juni 2019 “Ramai-Ramai Hijrah” dalam bentuk cetak. Adapun yang dimaksud penelitian kualitatif yaitu suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data- data deskriptif berupa kata- kata.²³

²¹ Dudung Abdurrahman, *Pengantar Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Kurnia Kalam Semesta, 2003), hlm 1.

²² Abdurrahman Fathoni, *Metodelogi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: Rineka Citpta, 2003), hlm. 8.

²³ Rachmat Krisyantono, *Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Pemasaran*, (Jakarta: Kencana, 2006), hlm. 58.

2. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan informan pada latar penelitian, yang dimanfaatkan untuk membantu menjelaskan situasi dan kondisi latar penelitian.²⁴ Subjek pada penelitian ini menggunakan media cetak yaitu Majalah Tempo Edisi 27 Mei-2 Juni 2019 “Ramai-Ramai Hijrah”. Tempo dipilih sebagai subjek dari penelitian ini karena Tempo merupakan majalah nasional yang menurut peneliti kredibel, menghasilkan liputan- liputan mendalam maupun investigatif yang cukup mengesankan, dan lagi majalah ini sering kali menjadi bahan kajian juga subjek penelitian dalam penelitian media. Dalam penelitian ini, peneliti juga lebih memfokuskan pada teks berita liputan khusus pada terbitan Edisi “Ramai- Ramai Hijrah”, sebab liputan tersebut menunjukkan signifkasinya pesan maupun teks yang menurut peneliti sesuai dengan penelitian yang akan peneliti kaji. Teknik sampling untuk memilih data menggunakan metode purposive. Teknik tersebut mengutamakan tujuan penelitian dibandingkan sifat populasi dalam menentukan sampel penelitian.²⁵

²⁴ Moleong, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2010), hlm 132.

²⁵ Burhan Bungin, *Metodelogi Peneltian Sosial: Format-format Kuantitatif dan Kualitatif*, (Surabaya: Airlangga University Press, 2001), hlm. 118.

b. Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan hal substansi yang menjadi titik kajian materi yang akan diteliti atau dipecahkan permasalahannya, menggunakan teori yang berkaitan dalam sebuah penelitian.²⁶

Penelitian yang akan dilakukan yakni terkait *framing* isu agama pemberitaan tentang hijrah para pesohor pada Majalah Tempo. Hal ini dipilih karena peneliti tertarik mengkaji bagaimana Majalah Tempo mem*framing* isu agama terkait fenomena hijrah yang melibatkan para pesohor yang tentu saja dianggap peneliti fenomena ini cukup digandrungi dan laku di publik.

3. Sumber Data

a. Data Primer

Sumber penelitian ini menggunakan kajian analisis teks berita, berupa kosa kata, gambar atau bagian yang mendukung isi dari berita. Teks berita yang dikaji adalah teks berita pada Majalah Tempo Edisi 27 Mei-2 Juni 2019 “Ramai-Ramai Hijrah”.

b. Data Sekunder

Selain data primer, penelitian ini juga ditunjang oleh data- data pendukung. Data pendukung pada penelitian ini berupa buku, artikel, jurnal,

²⁶ Moleong, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, hlm 132.

skripsi dan sumber- sumber relevan lainnya yang peneliti anggap relevan dengan penelitian.

4. Metode Pengumpulan Data

Metode yang peneliti gunakan dalam melakukan penelitian antara lain *pertama*, metode dokumentasi. Metode ini dilakukan dengan cara menghimpun data pada Majalah Tempo yang Edisi 27 Mei-2 Juni 2019 “Ramai-Ramai Hijrah”. Peneliti melakukan pemilihan terhadap berita dengan menggunakan teknik sampling purposive, yaitu teknik sampling non random sampling dimana peneliti menentukan pengambilan sampel dengan cara menetapkan ciri- ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian. *Kedua*, peneliti menggunakan metode kajian pustaka, hal ini dilakukan untuk melihat penelitian- penelitian lain yang bisa dijadikan tolokukur atau bahan percontohan terkait isu agama.

5. Metode Analisis Data

Metode analisa yang digunakan dalam penelitian, yaitu analisis *framing* model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. *Framing* didefinisikan sebagai upaya membuat pesan lebih menonjol, menempatkan informasi lebih dari yang lain sehingga khalayak fokus pada pesan tersebut.

Model ini membagi dua konsepsi dari *framing* yang saling berkaitan. *Pertama*, dalam konsep psikologi yaitu lebih menekankan bagaimana

seseorang memproses informasi yang kemudian ditunjukkan melalui skema tertentu. Framing dimaknai sebagai penempatan informasi dalam suatu konteks tertentu sehingga menonjolkan elemen tertentu dan mengesampingkan elemen lain. Hal itu akan mempengaruhi pertimbangan dalam memberikan pandangan atau keputusan terhadap suatu realitas.

Kedua, konsepsi sosiologis yang lebih melihat pada peran konstruksi sosial atau realitas. *Framing* di sini dimaknai bagaimana seseorang dalam hal ini wartawan dalam melakukan klasifikasi, mengorganisasikan, dan menafsirkan pengalaman sosial untuk memaknai dirinya dan realitas di luar dirinya. Frame dimaknai sebagai upaya agar realitas mudah dimaknai karena sudah teridentifikasi dengan label-label tertentu.²⁷ Namun pada penelitian ini, peneliti dalam mencari faktor psikologis dan sosiologis, maka peneliti lebih menggunakan perangkat analisis framing pada tataran teks.

Zhondang Pan dan Gerald M. Kosicki membagi perangkat *framing* menjadi 4 struktur, yaitu:

a. Sintaksis

Sintaksis berhubungan dengan bagaimana wartawan menyusun peristiwa, pernyataan, opini, kutipan, pengamatan atas peristiwa ke dalam bentuk susunan umum berita. Struktur sematik ini diamati dari bagan berita (*lead* yang dipakai, latar, *headline*, kutipan yang diambil, dan sebagainya).²⁸

²⁷ Eriyanto, *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*, (Yogyakarta: LKiS Group, 2012), hlm. 291

²⁸ Eriyanto, *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*, (Yogyakarta: LKiS Group, 2012), hlm. 294

b. Skrip

Skrip berhubungan dengan bagaimana wartawan mengisahkan atau menceritakan peristiwa ke dalam bentuk berita. Struktur ini melihat bagaimana strategi cara bercerita atau bertutur yang dipakai oleh wartawan dalam mengemas peristiwa ke dalam bentuk berita.²⁹

c. Tematik

Tematik berhubungan dengan bagaimana wartawan mengungkapkan pandangannya atas peristiwa ke dalam proporsi, kalimat, atau hubungan antarkalimat yang membentuk teks secara keseluruhan. Struktur ini akan melihat bagaimana pemahaman itu diwujudkan dalam bentuk yang lebih kecil.³⁰

d. Retoris

Retoris berhubungan dengan bagaimana wartawan menekankan arti tertentu ke dalam berita. Struktur ini melihat akan melihat bagaimana wartawan memakai pilihan kata, idiom, grafik, dan gambar yang dipakai bukan hanya mendukung tulisan, melainkan juga menekankan arti tertentu kepada pembaca.³¹

²⁹ *Ibid.*

³⁰ *Ibid.*

³¹ *Ibid.*

Tabel. 1

Struktur Model Analisis Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki

No	Struktur	Perangkat <i>Framing</i>	Unit yang Diamati
1	SINTAKSIS: Cara wartawan menyusun Berita.	1. Skema Berita	Headline, lead, latar informasi, kutipan, sumber, pernyataan, penutup.
2	SKRIP: Cara wartawan mengisahkan fakta	2. Kelengkapan Berita	5W + 1H
3	TEMATIK: Cara wartawan menulis berita	3. Detail 4. Koherensi 5. Bentuk Kalimat 6. Kata Ganti	Paragraf, proposisi, kalimat, hubungan antar kalimat.
4	RETORIS: Cara wartawan menekankan	7. Leksikon 8. Grafis 9. Metafora	Kata, idiom, gambar/foto, Grafik.

	fakta		
--	-------	--	--

Sumber: Eriyanto, Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media,
(Yogyakarta: LKis, 2011) hlm. 295.

H. Sistematika Pembahasan

Pada penelitian ini, penulis membagi pembahasan dalam empat Bab. Bab I, Pendahuluan. Dalam Bab ini, penulis mengurai penegasan judul dan latar belakang persoalan yang ingin yang ingin penulis kemukakan. Bab pertama ini juga berusaha penulis berusaha memaparkan rumusan masalah, tujuan, kegunaan penelitian, telaah pustaka, kerangka teori, metodologi penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab II berisi tentang gambaran umum mengenai kasus dan berita-berita yang akan penulis teliti pada Majalah Tempo dan hal-hal relevan lainnya yang akan terkait dengan penelitian. Profil, sejarah, latar belakang, visi misi majalah Tempo juga akan dijabarkan dalam Bab ini.

Bab III memaparkan dan menganalisis bagaimana Majalah Tempo memberitakan, mengkonstruksi, isu agama dalam hal ini fenomena Hijrah pada kontennya di edisi “Ramai- Ramai Hijrah”.

Pembahasan ini akan diakhiri dengan Bab Penutup atau Bab IV. Pada bab ini, penulis berusaha merangkai pembahasan dari Bab I sampai Bab IV. Penulis juga akan mengemukakan kesimpulan- kesimpulan dari hasil kajian penelitian serta saran- saran untuk penulis atau peneliti selanjutnya.

BAB II

GAMBARAN UMUM

A. Profil Majalah Tempo

Tempo merupakan majalah mingguan yang terbit pertama kali atau perdana pada Februari 1971 dengan edisi perkenalan “Tragedi Minarni dan Kongres PBSI” dan edisi perdananya pada Maret 1971 dengan *cover* yang berjudul “Film Indonesia: Selamat Datang, Sex.” Didirikan dan dikelola oleh sejumlah wartawan muda, antara lain Goenawan Mohamad sebagai pemimpin redaksi, Bur Rasuanto sebagai wakil pemimpin redaksi, Usamah, Fikri Jufri, Cristianto Wibisono, Toeti Kakiaailatu, Harjoko Trisnadi, Lukman Setiawan, Yusril Djalinus, Zen Umar Purba, dan Putu Wijaya.

Tiga tahun setelahnya, tepatnya pada 4 Januari 1974, Yayasan Jaya Raya dan PT Pikatan dibentuk oleh para pendiri **Tempo** agar karyawan-karyawannya berkesempatan memiliki saham. Sejak itulah dalam masthead tercantum PT Grafiti Pers sebagai penerbit **Tempo**.

Nama **Tempo** dipilih sebagai nama majalah karena beberapa alasan, *pertama*, singkat dan bersahaja, mudah diucapkan oleh lidah Indonesia dari segala jurusan. *Kedua*, nama ini terdengar netral, tidak mengejutkan ataupun merangsang. *Ketiga*, nama ini bukan symbol suatu golongan. Dan akhirnya arti “**Tempo**” sederhana saja, yaitu waktu sebuah pengertian yang dengan segala variasinya lazim dipergunakan oleh banyak penerbitan jurnalistik di

seluruh dunia. Pada awal edisi, majalah **Tempo** mengetengahkan artikel seni, gaya hidup, dan perilaku yang sampai pada taraf tertentu dianggap terasa segar dan baru. Meski memiliki pasar, dalam perjalanannya majalah ini juga sempat menemui sejumlah tantangan.³²

Majalah **Tempo** pernah dianggap terlalu tajam mengkritik rezim Orde Baru dan Partai Golkar sehingga pada tahun 1982 untuk pertama kalinya majalah **Tempo** dibredel. Pembredelan dilakukan Pemerintah terhadap **Tempo** terkait dengan Pemilu 1982. Kemudian pada 21 Juni 1994, majalah **Tempo** dibredel untuk kedua kalinya oleh pemerintah melalui Menteri Penerangan Harmoko karena dinilai terlalu keras mengkritik Habibie serta Soeharto terkait pembelian kapal bekas dari Jerman Timur.

Setelah sempat bercerai-berai karena pembredelan, mereka yang pernah bekerja dan terlibat di majalah **Tempo** akhirnya berkumpul dan melakukan musyawarah untuk memutuskan perlu atau tidaknya majalah **Tempo** terbit kembali. Musyawarah tersebut terjadi selepas Soeharto lengser pada 21 Mei 1998. Hasilnya, majalah **Tempo** disepakati terbit kembali. Oleh sebab itu, sejak 6 Oktober 1998, majalah ini kembali hadir di bawah naungan PT. Arsa Raya Perdana.

Pada 2001, PT Arsa Raya Perdana melakukan *go public* dan mengubah namanya menjadi PT Tempo Inti Media, Tbk. (Perseroan) sebagai penerbit

³² Website resmi Tempo.co, <https://www.tempo.id> (Diakses pada 26 November 2020, pukul 10.34).

majalah **Tempo** yang baru hal tersebut dilakukan untuk meningkatkan skala dan kemampuan penetrasi ke bisnis dunia media. Dana dari hasil *go public* tersebut dipakai menerbitkan Koran **Tempo**.³³

Visi dan Misi Majalah Tempo

Visi

Menjadi acuan dalam usaha meningkatkan kebebasan publik untuk berfikir dan berpendapat serta membangun peradaban yang menghargai kecerdasan dan perbedaan.

Misi

1. Menghasilkan produk multimedia yang independen dan bebas dari segala tekanan dengan menampung dan menyalurkan secara adil suara yang berbeda-beda.
2. Menghsilkan produk multimedia yang bermutu tinggi dan berpegang pada kode etik.
3. Menjadi tempat kerja yang sehat dan menyejahterakan serta mencerminkan keberagaman Indoinesia.

³³ *Ibid*,

4. Memiliki proses kerja yang menghargai dan memberi nilai tambah kepada semua pemangku kepentingan.

5. Menjadi lahan kegiatan yang memperkaya khazanah artistic, intelektual, dan dunia bisnis melalui peningkatan ide- ide baru, bahasa, dan tampilan visual yang baik.

6. Menjadi pemimpin pasar dalam bisnis.³⁴

B. Pemberitaan di Majalah Tempo

1. Jalan Baru Para Pesohor

Teks pemberitaan pertama berjudul “Jalan Baru Para Pesohor” yang dimuat pada halaman 32 -36, Majalah **Tempo** Edisi 27 Mei- 2 Juni 2019 “Ramai- Ramai Hijrah”. Pemberitaan ini merupakan pemberitaan pertama Majalah **Tempo** yang menyoroti Fenomena Hijrah para pesohor atau selebriti pada Edisi “Ramai- Ramai Hijrah”. Teks pada pemberitaan ini menjelaskan fenomena hijrah, pengalaman spiritual atau pengalaman hijrah dua pesohor atau selebriti Indonesia yaitu Donny salah satu personil dari band Jeruji, yang merupakan band beraliran *hardrock* punk dan Saktia Ari Seno yang merupakan gitaris band Sheila On7 yang kemudian henggang dari grup musiknya pada 2006. Tidak hanya kedua selebriti tersebut, pada teks

³⁴ *Ibid*,

pemberitaan ini, **Tempo** juga sedikit menyinggung selebriti lainnya seperti Chacha Federica artis sinetron yang kemudian memutuskan untuk mengenakan jilbab pada 2015 setelah melakukan perjalanan spiritualnya. Mantan Video Jockey MTV, Arie Untung beserta rekan- rekannya seperti Tengku Wisnu, Irwansyah, Ricky Harun, Shireen Sungkar, Dude Herlino dan Alisia Soebandono dan rekan sesama artis lainnya serta Komunitas Kajian Musyawarah yang merupakan komunitas Hijrah yang mereka naungi juga **Tempo** soroti dalam pemberitaan ini.

Selain pihak pesohor atau selebriti, **Tempo** juga menampilkan tiga orang tokoh ahli dalam menanggapi fenomena hijrah pada teks pemberitaan “Jalan Baru Para Pesohor”. Beberapa tokoh ahli tersebut antara lain, *pertama*, Wahyudi Akmaliah, peneliti Pusat Penelitian Kemasyarakatan dan Kebudayaan Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia. Kedua, Dadi Darmadi, peneliti Pusat Pengkajian Islam dan Masyarakat Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Dan ketiga, Jadul Maulana selaku Ketua Yayasan Pondok Pesantren Kali Opak Piyungan Yogyakarta. Dalam wawancara **Tempo** bersama Wahyudi, peneliti Pusat Penelitian Kemasyarakatan dan Kebudayaan Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia ini mengatakan bahwa tren hijrah yang terjadi saat ini dipengaruhi sadar atau tidak sadar juga dipengaruhi oleh pertumbuhan media sosial. Hijrah kemudian muncul seperti bahasa baru anak- anak muda. Padahal menurut Wahyudi, upaya

memperbaiki diri dengan menekuni ajaran agama sebagai fenomena populer di Indonesia bukanlah hal baru, hal tersebut sudah terlihat sejak 1970-an.

Dadi Darmadi yang juga diwawancari **Tempo** juga mengungkapkan pendapatnya terkait fenomena hijrah. Menurut Dadi, Hijrah saat ini lebih dikenal publik sebagai pertobatan, dimana seseorang berhenti melakukan sesuatuyang dianggap buruk di masa lalu dan beralih mendapatkan pencerahan spiritual. Mendapat pemahaman, keyakinan, dan semangat baru untuk berubah. Dadi juga menyebutkan beberapa tokoh di dunia musik yang membawa pengaruh besar dalam ajakan untuk insaf dan menjadi selebritas perintis pertobatan. Mereka anatara lain, Rhoma Irama, Gito Rollies, dan Hari Moekti. Dadi juga mengungkapkan konsep hijrah sebagai pertobatan menjadi populer berkat pamor para selebritas di media sosial juga para ustadz yang akrab pula dengan media sosial. Dadi menyebutnya dengan spiritual digital. Hal tersebut berbeda dengan *religion literacy* atau ketika seseorang mempelajari Al- Quran, hadis, dan kitab di institusi dengan otoritas berjenjang dan bersertifikat dari madrasah ibtidaiah (sekolah dasar). Dalam wawancaranya juga, Dadi mengungkapkan arus deras revolusi digital dan media sosial yang digunakan untuk menimba kesalehan sosial semacam itu tidak bisa dilawan. Periode saat ini adalah ibarat masa inkubasi ketika orang pelan- pelan lebih dewasa dalam beragama.

Pada teks pemberitaan Jalan Baru Para Pesohor, **Tempo** juga memunculkan pernyataan Ketua Yayasan Pondok Pesantren Kali Opak Piyungan Yogyakarta, Jadul Maula. Dalam pernyataannya terkait hijrah, ia menyebutkan bahwa fenomena hijrah sebagai gejala menguatnya penggunaan simbol agama dan masih bersifat artifisial atau hanya di permukaan. Menurutnya mereka merasa mendapat hidayah, mengubah penampilan, dan kata-kata agar tampak agamis. Fenomena populer tersebut juga rentan menjadi komodifikasi agama untuk menjalankan kepentingan bisnis dan mendapat untung besar serta sebagai politik identitas. Padahal menurut jadul, konsep hijrah dalam dunia tasawuf merupakan pertobatan penuh kembali kepada Tuhan. Orang yang berhijrah dalam dunia tasawuf biasa saja dari sisi ucapan atau penampilan fisiknya begitu yang diungkapkan oleh Jadul.³⁵

2. Tablig Sunyi Sang Musikus

Pemberitaan yang berjudul “Tablig Sunyi Sang Musikus” pada Majalah **Tempo** Edisi 27 Mei-2 Juni 2019 “Ramai- Ramai Hijrah” ini secara garis besar juga menceritakan perjalanan spiritual seorang pesohor selebritas yang menempuh jalan hijrahnya. Ia adalah Yuki Martawijaja, vokalis grup musik beraliran rock alternative, Pas Band. Dalam teks pemberitaan ini, **Tempo** menceritakan bagaimana Yuki menjalani jalan hijrahnya sebagai seorang

³⁵ Gabriel, Aminnudin, Shinta, Syaifullah, *Majalah Tempo: Ramai- Ramai Hijrah*, (Jakarta Selatan: PT TEMPO INTI MEDIA, 2019), hal.33-36.

pendakwah yang juga vokalis dari Pas Band. Bagaimana ia memutuskan untuk berhijrah, bagaimana ia mendalami ilmu agama, bagaimana ia memilih berdakwah dengan musik, dan pandangan Yuki terkait musik dalam pandangan agama yang ia yakini. Dalam teks ini, **Tempo** juga mencoba menampilkan dua pandangan yang saling melengkapi dan sama antara selebriti hijrah yang sama- sama dikenal publik sebagai musisi. Jika Yuki beranggapan bahwa musik ia justru punya kesempatan lebih banyak untuk berdakwah, Sakti yang merupakan mantan vokalis dari band Sheila On7 pun juga mempunyai pandangan yang sama terkait musik, keduanya mempunyai pandangan yang moderat terhadap musik, hanya saja jalan yang dipilih keduanya berbeda. Pada teks pemberitaan ini juga, **Tempo** juga memunculkan bagaimana media sosial punya peran dalam menyebarkan fenomena hijrah ini.³⁶

3. Keran Rejeki Pemburu Ridha Ilahi

Pada teks pemberitaan ini, **Tempo** mengungkapkan bagaimana Fenomena Hijrah atau fenomena mendalami ajaran Islam yang kemudian di deklarasikan oleh kalangan selebriti atau pesohor ini menciptakan peluang-peluang bisnis. Majalah **Tempo** pada pemberitaan “Keran Rejeki Pemburu Ridha Ilahi” halaman 38- 39, Edisi 27 Mei- 2 Juni 2019 Ramai- Ramai Hijrah ini secara garis besar menceritakan tentang beberapa selebriti atau pesohor

³⁶ Mustafa, Iqbal, Syaifullah, *Majalah Tempo: Ramai- Ramai Hijrah*, (Jakarta Selatan: PT TEMPO INTI MEDIA, 2019), hal.37.

yang memutuskan untuk memilih jalan hijrahnya. Meninggalkan pekerjaan-pekerjaan lama mereka dan memilih pekerjaan-pekerjaan baru atau usaha baru yang mereka anggap masih sejalan dengan jalan hijrah yang mereka pilih.

Beberapa selebriti tersebut antara lain Donny Supriyadi mantan personil band beraliran *hardcore punk* yang akhirnya memutuskan untuk banting setir menjadi pedagang karena musik menurutnya haram. Sakti atau Salman mantan vokalis Sheila On7 yang juga memutuskan menjadi pedagang gamis dan bubur Kalkun. Dewi Sandra Killick yang memutuskan berhenti sebagai penyanyi tapi tetap berada di dunia hiburan serta menjadi pengusaha, namun lebih selektif dalam memilih pekerjaan. Ia hanya memilih atau mengambil pekerjaan yang masih berjalan dengan visi dan misi Dewi untuk memperbaiki diri dan berdakwah. Begitu pula dengan ZeeZee Shahab serta beberapa selebriti maupun pesohor lainnya.

Pada teks berita “Keran Rejeki Pemburu Rida Ilahi”, Majalah **Tempo** juga berusaha mengungkapkan tentang Fenomena Hijrah yang rupanya menjadi identitas baru yang dianggap keren, apalagi dengan terlibatnya selebritis atau pesohor dalam fenomena ini. Hal tersebut diungkapkan oleh Yuswohady, seorang konsultan pemasaran. Menurut Yuswo, Fenomena mempelajari Islam lebih dalam membuat orang memilih produk yang sesuai dengan nilai Islam. Pendalaman terhadap ilmu agama, kata dia, membuat

mereka makin menyadari apa yang boleh dan dilarang oleh Islam, termasuk urusan memilih produk di luar di luar makanan. Yuswo kepada **Tempo** juga mengungkapkan bahwa bagi mereka, konsumsi adalah bagian dari ibadah sehingga harus disesuaikan dengan nilai-nilai Islam yang mengutamakan kehalalan. Peluang ini pun dicium oleh para produsen dengan berlomba-lomba mencitrakan produknya halal.

Pada teks berita “Keran Rejeki Pemburu Rida Allah”, **Tempo** juga menyuguhkan data bahwa produk berlabel halal tak hanya naik daun di Indonesia, tapi juga dunia, terutama di negara yang berpenduduk mayoritas muslim. Pada teks ini **Tempo** juga menyajikan wawancaranya dengan Ketua Indonesia Halal Lifestyle Center, Sapta Nirwandar berupa data bahwa muslim di Indonesia membelanjakan US\$ 218,8 Miliar untuk produk Halal pada 2017 dengan konsumsi paling tinggi pada makanan US\$ 170,2 Miliar, diikuti pakaian US\$ 20 Miliar dan wisata US\$ 10 Miliar. Lembaga ini memprediksi nilai konsumsi tersebut terus tumbuh sampai 5,3 persen pada 2025. Judul dari teks berita ini juga dipertegas dengan pernyataan Mohammad Givie Jadiprastowo, seorang pengembang perumahan syariah. Ia mengungkap bahwa fenomena masyarakat yang mendalami Islam sudah mulai dirasakan dunia usaha. 12 tahun lalu saat ia mengadakan acara seminar anti riba di sebuah hotel di Jakarta, hanya tiga orang yang datang. Kini justru konsumen yang mencari perumahan syariah dengan pembelian tunai. “Sekarang malah kami yang kebingungan memenuhi permintaan pelanggan karena tak punya modal,”

katanya. Hal yang sama pun dirasakan oleh Dian Pelangi selaku perancang busana muslim juga Salman Subakat, Direktur Pemasaran Wardah, mereka juga merasakan penjualan produk halal mereka terdongkrak dan mengalami peningkatan seiring fenomena masyarakat mendalami Islam (Hijrah).³⁷

4. Mereka yang Duluan Bertobat

Pada teks pemberitaan “Mereka yang Dulu Bertobat”, **Tempo** secara garis besar berusaha menampilkan fakta bahwa, selebritas hijrah bukanlah sesuatu fenomena yang baru. Bahkan fenomena ini sudah merebak pada 1970-an. Gejala sosial ini telah mengenai selebriti- selebriti pada tahun 1970an seperti Gito Rollies, Inneke Koesherawati, Ida Royani, juga Christine Hakim. Diungkapkan pula oleh Ida bahwa pada akhir 1970-an jilbab dianggap barang yang langka. Bahkan para isteri alim ulama saja hanya memekai kerudung dengan leher terbuka. Pada tahun 1978 pun, pengajian sesame selebritas pun sudah ada pada saat itu hanya saja perbedaannya pada masa dulu pengajian yang mereka lakukan sering diubek- ubek pemerintah (Rezim Soeharto) yang saat itu sedang keras- kerasnya terhadap gerakan Islam yang menghubung- hubungkan mereka dengan kelompok

³⁷ Alfiyah, Aminnudin, Syaifullah, *Majalah Tempo: Ramai- Ramai Hijrah*, (Jakarta Selatan: PT TEMPO INTI MEDIA, 2019), hal.38-39.

terlarang berbeda dengan pengajian selebritis jaman sekarang yang justru disanjung- sanjung.³⁸

5. Berubah Berjamaah

Pada bagian “Berubah Berjamaah” ini, **Tempo** menyajikan infografik yang secara garis besar mengungkapkan bagaimana fenomena hijrah ini mulai dikenal dan dilakukan oleh selebriti maupun pesohor tanah air dari tahun ke tahun. Pada bagian ini juga **Tempo** menyajikan argument-argumenpara pesohor terkait kehijrahan mereka.³⁹

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

³⁸ Reza Maulana, *Majalah Tempo: Ramai- Ramai Hijrah*, (Jakarta Selatan: PT TEMPO INTI MEDIA, 2019), hal.40.

³⁹ Ibid., hlm. 42-43.

BAB III

PEMBAHASAN

A. Pengantar Analisis

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan analisis *framing* model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki, namun sebelum melangkah pada analisis teks yang akan menjadi objek kajian penelitian, peneliti akan mengulas kembali model analisis yang akan digunakan.

Metode analisa yang digunakan dalam penelitian, yaitu analisis *framing* model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. *Framing* didefinisikan sebagai upaya membuat pesan lebih menonjol, menempatkan informasi lebih dari yang lain sehingga khalayak fokus pada pesan tersebut. Model analisis ini, membagi dua konsepsi *framing* yang saling berkaitan yaitu konsep psikologis dan konsep sosiologis.

Dalam model ini, ada empat struktur yang mesti dikaji untuk menemukan pesan yang menonjol dari suatu teks. Pertama, unsur sintaksis, yang berhubungan dengan bagaimana wartawan menyusun peristiwa ke dalam bentuk berita. Kedua, unsur skrip, yaitu bagaimana wartawan berkisah mengenai peristiwa dalam bentuk berita. Ketiga, unsur tematik, yaitu bagaimana wartawan mengungkapkan pandangannya atas peristiwa sehingga membentuk teks berita secara keseluruhan. Keempat, unsur retorik, yakni bagaimana wartawan memberikan penekanan arti tertentu ke dalam

berita.⁴⁰ Unsur- unsur tersebut memiliki beberapa elemen yang mesti dikaji agar mampu membaca poin- poin yang terkandung di dalamnya. Elemen- elemen tersebut dapat dilihat pada table berikut:

Tabel. 2

Struktur Perangkat Framing Model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki

Struktur	Perangkat Framing	Unit yang diamati
SINTAKSIS Cara wartawan Menyusun fakta	1. Skema Berita	<i>Headline. Lead, latar</i> informasi, kutipan, sumber, pernyataan, penutup.
SKRIP Cara wartawan Mengisahkan fakta	2. Kelengkapan Berita	5W+1H
TEMATIK Cara wartawan Menulis fakta	3. Detail 4. Koherensi 5. Bentuk Kalimat 6. Kata Ganti	Paragraf, proporsi, kalimat, hubungan antarkalimat.
RETORIS Cara Wartawan	7. Leksikon 8. Grafis	Kata, idiom, gambar/foto, grafik.

⁴⁰ Eriyanto, *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*, hlm. 294.

Menekankan fakta	9. Metafora	
------------------	-------------	--

Sumber: Eriyanto, Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media,

(Yogyakarta: LKis, 2011) hlm. 295.

Perangkat analisis tersebut nantinya akan menjadi instrument pengkajian terhadap 5 berita dari Majalah Tempo Edisi 27 Mei- 2 Juni 2019 Edisi “Ramai- Ramai Hijrah”. Hal itu untuk mengetahui bagaimana penonjolan pemaknaan pada teks berita dari kedua media tersebut dalam mem-*frame* fenomena Hijrah di kalangan selebriti atau pesohor.

B. Daftar Berita Pemberitaan Fenomena Hijrah Selebriti atau Pesohor

Sebelum melangkah ke bagaimana *framing* pemberitaan dari objek kajian pada penelitian ini. Peneliti akan menampilkan daftar dari pemberitaan pada Majalah **Tempo** Edisi 27 Mei- 2 Juni 2019 “Ramai- Ramai Hijrah”. Pada edisi ini, **Tempo** memiliki perhatian yang serius terhadap fenomena hijrah yang tengah ramai di kalangan selebriti atau pesohor hal tersebut bisa kita lihat pada beberapa pemberitan pada edisi kali ini yang memuat liputan secara utuh dan berkesinambungan dari halaman 32- 43 yang membahas, menyajikan data dan fakta perihal fenomena hijrah khususnya di kalangan selebritis atau pesohor.

Berikut ini daftar berita yang peneliti kumpulkan sebagai objek penelitian mengenai frame pemberitaan fenomena hijrah di kalangan selebritis atau pesohor.

Tabel. 3

**Daftar Berita Mengenai Pemberitaan Fenomena Hijrah di Kalangan
Selebriti atau Pesohor**

No	Judul Berita	Edisi	Halaman
1.	Jalan Baru Para Pesohor	27 Mei- 2 Juni 2019	Halaman 32- 36
2.	Tablik Sunyi Sang Musikus	27 Mei- 2 Juni 2019	Halaman 37
3.	Keran Rezeki Pemburu Ridha Ilahi	27 Mei- 2 juni 2019	Halaman 38- 39
4.	Mereka yang Duluan Bertobat	27 Mei- 2 Juni 2019	Halaman 40
5.	Berubah Berjamaah	27 Mei- 2 Juni 2019	Halaman 40- 43

C. Analisis Teks

1. Majalah TEMPO Edisi 27 Mei- 2 Juni 2019

a. Jalan Baru Para Pesohor

1. Sintaksis

Tabel. 4

Struktur Sintaksis Berita Majalah TEMPO “Jalan Baru Para Pesohor”

Unit Pengamatan	Hasil Pengamatan
<i>Headline</i>	Jalan Baru Para Pesohor
Lead	Sejumlah selebritas memilih hidup menekuni ajaran Islam. Ada yang benar- benar meninggalkan ingar- bingar dunia keartisan, tapi tidak sedikit yang makin tersohor dengan penampilan baru nan Islami. Media sosial kian menyuburkan fenomena ini.
Latar Informasi	Hidup Donny sekarang bertolak belakang dengan dengan apa yang ia jalani tiga dekade lalu. Merupakan salah satu pendiri band Jeruji, yang melejit 1990-an, pria yang dipanggil Dempak- pelafalan dari Themfuck- itu adalah vokalis grup musik beraliran <i>hardcore punk</i> tersebut.
Pernyataan, Kutipan, dan Sumber Informasi	1. Selebriti Donny Supriyadi (Personil Band Jeruji)

- Menjadi bintang musik hardcore tak membuat Donny merasa puas. Dia mengaku bosan dengan rutinitas bermusik dan tampil di atas panggung. "Kehidupan tidak ada perubahan. Waktu habis buat nongkrong di luar daripada menghabiskan waktu bareng keluarga. **(Paragraf 5)**

- Perubahan ini dimulai Donny setelah ia menghadapi sebuah peristiwa yang cukup menohoknya pada 2012. Kejadian ini pun membuatnya memutuskan untuk meninggalkan dunia music yang sudah puluhan tahun ia geluti. Ketika itu, sang istri Hanti Susanti mencoba membangunkan putra sulung mereka untuk salat subuh. Menurut cerita istrinya kepada Donny, anaknya itu tak mau bangun untuk salat. Alasan inilah yang membuat Donny langsung termenung. "Anak saya bilang, 'Ngapain salat, Ayah juga engga salat.' Ucapan itu yang

	menjadi semacam cambukan buat saya,” kata Donny. (Paragraf 6) - Semenjak itu, Donny kerap dihinggapi perasaan bersalah terhadap anaknya karena tak memberi teladan. Kegundahannya ini mendorong dia untuk sungguh-sungguh menjalankan rukun Islam dan mempelajari lagi Al- Quran. Donny menyebut apa yang dilakukannya itu sebagai “hijrah” atau usaha memperbaiki perilaku dan gaya hidup menjadi lebih baik. “Saya mulai berubah pada 2012,” ujar Donny. (Paragraf 7) - Pergaulan kehidupan baru membawa Donny bertemu dengan banyak teman yang sama-sama mempelajari agama untuk memperbaiki diri. Dia perlahan meninggalkan gaya hidup lamanya, termasuk kebiasaan merokok dan menenggak minuman keras. Donny berusaha hidup lebih sehat dan menghabiskan waktu bersama keluarganya.
--	--

(Paragraf 9)

- Donny juga rajin mengikuti pengajian dan diskusi agama. Dia menyimak kajian Al-Hikam yang dipandu Ustad Abdyllah Gymnastiar alias Aa Gym dan bergabung dengan komunitas Pemuda Hijrah yang didirikan Ustad Hanan Attaki. Mendapat asupan spiritual, Donny merasakan dirinya seperti tengah kecanduan. “Nagih terus hingga akhirnya rutin,” tuturnya. **(Paragraf**

10)

- Donny mengatakan caranya keluar dari dunia musik memancing kontroversi di antara kolega dan keluarganya. Apalagi gaya berbusananya juga juga berubah total. “Sampai Kakek saya *nanya*, ‘Ikut pengajian di mana? Hati- hati *lho* kena ISIS’,” kata Donny menirukan ucapan kakeknya soal kelompok militant Islam yang mengacak- acak Suriah dan Irak dalam satu decade terakhir itu.

(Paragraf 11)

- Menurut Donny, beribadah memerlukan pengetahuan yang mumpuni. Makanya ia belajar dengan bantuan sejumlah guru agama, seperti Zulhendra, Galih Suarsa, dan Hanan Attaki. Berfokus melakukan ibadah, Donny tak lagi bersentuhan dengan musik. Saat ini dia beranggapan musik adalah hal yang haram. Donny menyitir salah satu hadis Nabi Muhammad yang diriwayatkan oleh Bukhari. "Jadi alat- alat musik levelnya sama dengan zina, khamr, dan kain sutra bagi laki- laki,"ujarnya. "Tapi balik lagi ke temen- temen menyikapinya. Perbedaan *mah* engga jadi masalah." **(Paragraf 14)**

Saktia Ari Seno (Salman Al Jugjawy)

- Salman mengatakan ia memilih jalan ini "Hijrah" ketika Sheila On7 sedang naik daun. Karena belajar agama tidak bisa disambi dengan menjalani kehidupan sebagai anak

band, Salman memutuskan meninggalkan dunia selebritas. Dia mempunyai pengalaman buruk soal ini. Karena keasyikan bermusik, ia sampai tidak lulus kuliah di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yayasan Keluarga Pahlawan Negara Yogyakarta. Ia tak mau musik kemudian membuatnya alpa dalam hal agama. Pilihan meninggalkan band sudah dipikirkan matang- matang oleh Salman. “Silaturahmi dengan Sheila On7 masih berlanjut,” kata alumnus Sekolah Menengah Katolik De Brito Yogyakarta itu. **(Paragraf 16)**

- Meninggalkan dunia musik yang pernah membesarkannya, Salman mengatakan ia masih membuka diri terhadap publik. Ia juga tidak mengharamkan musik. Setelah keluar dari Sheila On7, Salman belakangan merilis musik religi. “Ada pendapat ulama yang membolehkan musik dengan syarat- syarat tertentu,” ujarnya. **(Paragraf 17)**
- “Sekarang lebih mapan hati. Ekonomipun

Allah cukupi,” ucap Salman yang sempat belajar di Pesantren Darussholihin di Jalan Magelang Yogyakarta. **(Paragraf 18)**

1. Peneliti Pusat Penelitian Kemasyarakatan dan Kebudayaan Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia

Wahyudi Akmaliyah

- Upaya memperbaiki diri dengan menekuni ajaran agama sebagai fenomena populer di Indonesia bukanlah hal yang baru. Bibitnya terlihat sejak 1970-an. “Bayak orang tertarik pada agama, menyekolahkan anak- anak mereka ke sekolah agama,”kata Wahyudi. **(Paragraf 23)**

- “Tak jelas siapa yang memulai tren ini lagi sekarang, tapi pertumbuhan media sosial sangat mempengaruhi dan membuat hijrah seperti bahasa baru anak- anak muda,” ujar Wahyudi.

2. Peneliti Pusat Pengkajian Islam dan Masyarakat Universitas Islam Negeri Syarif

	Hidayatullah Jakarta Dadi Darmadi - Dadi Darmadi menyebut fenomena hijrah yang sekarang dikenal publik saat ini sebagai pertobatan. Seseorang berhenti melakukan sesuatu yang dianggap buruk di masa lalu dan beralih mendapatkan pencerahan spiritual. “Mendapatkan pemahaman, keyakinan, dan semangat baru untuk berubah.” (Paragraf 25) - Dadi menyebutkan sejumlah tokoh, antara lain Rhoma Irama, Gito Rollies, dan Hari Moekti, menjadi selebritas perintis pertobatan. Dia mengatakan ketokohan Gito, dikenal dekat dengan komunitas jemaah tablig, di dunia musik membawa pengaruh besar dalam ajakan untuk insyaf. “Jika diamati, kebanyakan musikus yang masuk kelompok itu,” tuturnya. (Paragraf 26) - Dadi mengatakan konsep hijrah sebagai pertobatan menjadi populer berkat pamor para selebritas di media sosial. Apalagi
--	--

mereka juga belajar dari para ustad yang akrab dengan media sosial. Dadi menyebutnya sebagai spiritual digital (*digital spirituality*). Ini berbeda dengan religious literacy ketika seseorang mempelajari Al- Quran, hadis, dan kitab di institusi dengan otoritas berjenjang dan bersertifikat dari madrasah ibtidaiyah (sekolah dasar) hingga universitas.

(Paragraf 27)

- Arus deras revolusi digital dan media sosial yang digunakan untuk menimba kesalehan ini, kata Dadi, tidak bisa dilawan. Periode saat ini adalah ibarat masa inkubasi ketika orang pelan- pelan lebih dewasa dalam beragama. “Di sini peran pemerintah, organisasi Islam, dan kampus mendorong dialog antar kelompok dan berkontribusi menyebarkan konten positif,” ujarnya.

(Paragraf 28)

3. Ketua Yayasan Pondok Pesantren Kajian Islam dan Sosial Kali Opak Piyungan Yogyakarta

	Jadul Maula - Jadul Maula menyebut fenomena hijrah sebagai gejala menguatnya penggunaan symbol agama dan masih bersifat artifisial atau hanya di permukaan. “Mereka merasa mendapat hidayah, mengubah penampilan dan kata- kata agar tampak agamis,” ujar Jadul. (Paragraf 29)
Penutup	Teks ditutup dengan pernyataan Jadul Maula yang menyebutkan bahwa Fenomena populer itu (fenomena hijrah) juga rentan menjadi komodifikasi agama untuk menjalankan kepentingan bisnis dan mendapat untung besar serta sebagai politik identitas. Padahal menurut Jadul, konsep hijrah dalm dunia tasawuf merupakan pertobatan penuh kembali kepada Tuhan. “Orang yang berhijrah dalam dunia tasawuf bisa saja dari sisi ucapan atau penampilan fisiknya,” katanya.

Sumber: Diolah Peneliti

Pada berita ini, **Tempo** menggunakan judul dengan bentuk kalimat aktif “Jalan Baru Para Pesohor”.⁴¹ Diksi “Jalan Baru” menjadi pilihan **Tempo** untuk menyebutkan aktifitas baru yang dijalani para pesohor, sesuatu yang berbeda dengan kebiasaan, aktifitas, juga hal- hal yang dilakukan pesohor sebelumnya. **Tempo** ingin mengajak pembacanya untuk ikut memaknai bahwa sesuatu atau yang sedang dijalani dan dikerjakan oleh selebriti yang **Tempo** angkat dalam pemberitaannya merupakan jalan baru yang dipilih oleh para selebriti.

Dalam teks berita tersebut, **Tempo** mewawancarai dua selebriti yaitu Donny Supriyadi mantan personil band jeruji dan Saktia Ari Seno (Salman Al Jugjawy) mantan personil Sheila On7. Sebagai pihak yang menempuh “Jalan baru” atau “hijrah” ini, Donny dan Sakti diposisikan untuk menjelaskan bagaimana proses jalan baru yang ia tempuh, menjelaskan bagaimana hingar-bingar dunia selebriti yang semula mereka jalani serta membesarkan nama mereka dan mereka putuskan untuk tinggalkan. Pada bagian ini, **Tempo** juga ingin memaparkan bagaimana perubahan yang dirasa oleh kedua selebriti tersebut dari yang awalnya jauh dari kata “saleh” menuju kesalehan.

Sementara itu **Tempo** juga mewawancarai Wahyudi Akmaliyah, Peneliti Pusat Penelitian Kemasyarakatan dan Kebudayaan Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia. **Tempo** juga mewawancarai Dadi Darmadi, Peneliti

⁴¹ Gabriel Wahyu Titiyoga, Aminuddin, Shinta Maharani, M.Syaifullah, *Ramai- Ramai Hijrah*, (Jakarta Selatan: PT TEMPO INTI MEDIA) hlm. 34- 36.

Pusat Pengkajian Islam dan Masyarakat Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta juga Ketua Yayasan Pondok Pesantren Kajian Islam dan Sosial Kali Opak Piyungan, Jadul Maula. Dari wawancaranya dengan ketiga peneliti tersebut, **Tempo** berusaha menjelaskan bagaimana dan apa itu fenomena “hijrah” atau yang dianggap sebagai “jalan baru” yang tengah ditempuh beberapa para pesohor atau selebriti negeri. Dalam wawancaranya terhadap beberapa tokoh atau peneliti tersebut, **Tempo** juga ingin mengungkapkan bagaimana fenomena semacam ini sebetulnya sudah ada sejak lama tapi karena semakin banyak artis yang memutuskan untuk melalui “jalan baru”-nya atau “hijrah” serta didukung perkembangan media sosial, sehingga fenomena ini menjadi lebih populer. Namun dalam pemberitaan ini **Tempo** juga mencoba mengkonstruksi bagaimana fenomena “hijrah” atau “jalan baru” yang dilalui oleh para pesohor ini juga rentan menjadi komodifikasi agama untuk menjalankan kepentingan bisnis serta bisa dipakai dimanfaatkan sebagai politik identitas, karena fenomena ini dianggap sebagai gejala menguatnya penggunaan symbol agama dan masih bersifat artifisial atau hanya di permukaan hal tersebut **Tempo** pertegas dengan statmen dari Jadul Maula.

2. Skrip

Tabel. 5

Struktur Skrip Berita Berita Majalah TEMPO “Jalan Baru Para Pesohor”

Unit Pengamatan	Hasil Pengamatan
<i>What</i>	- Sejumlah selebritas memilih hidup dengan menekuni ajaran Islam. Ada yang benar-benar meninggalkan ingar- bingar dunia hiburan, tapi tidak sedikit yang makin tersohor dengan penampilan baru nan islami.
<i>Who</i>	- Selebriti (Donny Supriyadi, Saktia Ari Seno)
<i>When</i>	- 2012, 2006
<i>Why</i>	- Karena merasa bosan dengan rutinitas bermusik dan tampil di atas panggung. Memiliki kehidupan yang tidak ada perubahan. Waktu habi buat nongkrong di luar daripada menghabiskan waktu bersama keluarga. Merasa tidak bisa menjadi teladan bagi anaknya dalam urusan agama. - Karena merasa belajar agama tidak bisa

	disambi dengan menjalani kehidupan sebagai anak band. Karena keasyikan bermusik, ia sampai tidak lulus kuliah, ia juga tidak mau musik membuatnya alpa dalam hal agama.
<i>Where</i>	- Bandung
<i>How</i>	- Konsep hijrah sebagai pertobatan menjadi populer berkat pamor para selebritas di media sosial. Apalagi mereka juga belajar dari para ustad yang akrab dengan media sosial. - Arus deras revolusi digital dan media sosial yang digunakan untuk menimba kesalehan ini tidak bisa dilawan menurut Dadi. Periode saat ini adalah ibarat masa masa inkubasi ketika orang pelan- pelan lebih dewasa dalam hal beragama. - Fenomena populer ini juga rentan menjadi komodifikasi agama untuk kepentingan bisnis dan mendapat untung besar sebagai

	politik identitas.
--	--------------------

Sumber: Diolah Peneliti

Realitas yang dihadirkan **Tempo** adalah perjalanan dua pesohor atau selebriti yang memutuskan memulai dan menempuh jalan barunya. Dua selebriti tersebut antara lain Donny mantan personil Band Jeruji dan Saktia mantan personil Sheila On7. Disini, **Tempo** berusaha menghadirkan bagaimana kedua selebriti tersebut memilih hidup dengan menekuni ajaran Islam dan meninggalkan hingar- bingar dunia hiburan karena merasagundah terhadap gaya hidupnya sebelum “berhijrah” atau menempuh “jalan baru” .

Hal tersebut dapat dilihat pada paragraf yang **Tempo** tampilkan berikut ini:

Menjadi bintang musik *hardcore* tak membuat Donny merasa puas. Dia mengaku bosan dengan rutinitas bermusik dan tampil di atas panggung. “Kehidupan tidak ada perubahan. Waktu habis buat nongkrong di luar daripada menghabiskan waktu bareng keluarga,”ujarnya.

Perubahan ini dimulai Donny setelah ia menghadapi sebuah peristiwa yang cukup menohoknya pada 2012. Kejadian ini pun membuatnya memutuskan untuk meninggalkan dunia musik yang sudah puluhan tahun ia geluti. Ketika itu, sang istri, Hanti Susanti, mencoba membangunkan putra sulung mereka untuk salat subuh. Menurut cerita istrinya kepada Donny, anaknya itu tak mau bangun untuk salat. Alasan inilah yang membuat Donny langsung termenung. “Anak saya bilang, ‘Ngapain salat, Ayah juga engga salat.’ Ucap-an itu menjadi semacam cambukan buat aku.

Semenjak itu, Donny kerap dihindangi perasaan bersalah terhadap anaknya karena tak memberi teladan. Kegundahannya ini mendorong dia untuk sungguh- sungguh menjalankan rukun Islam dan mempelajari lagi Al- Quran. Donny menyebut apa yang dilakukannya itu sebagai “hijrah” atau usaha memperbaiki perilaku

dan gaya hidup menjadi lebih baik. “Saya mulai berubah pada 2012,” ujarnya.⁴²

Sesuai dengan judul berita, paragraf kelima, keenam, dan ketujuh pada pemberitaan ini menjelaskan bagaimana Donny mantan personil Jeruji memulai jalan barunya, hal-hal yang menyebabkan ia memilih jalan barunya, sesuatu yang menggerakkan ia sehingga memilih jalan barunya “hijrah” dan meninggalkan aktivitas lamanya sebagai selebriti. Tidak hanya itu, pada pemberitaan ini **Tempo** juga berusaha memaparkan juga bagaimana Saktia, yang juga seorang selebriti memilih jalan barunya “hijrah” yang hal tersebut tidak jauh berbeda dengan apa yang dipaparkan oleh Donny pada paragraf yang telah disusun **Tempo** pada pemberitaannya. Pada bagian ini, republika ingin mengkonstruksi pembaca dengan konsep hijrah yang sedang dilakukan oleh para selebriti. Apa itu hijrah, dan bagaimana prosesnya, **Tempo** mencoba menjelaskannya dan memberi gambaran pada statmen kedua selebriti yang disebutkan.

3. Tematik

Pada struktur tematik, ada dua tema yang dihadirkan **Tempo**. *Pertama*, banyak selebriti memutuskan berhijrah atau memulai jalan barunya. Tema ini didukung melalui pernyataan beberapa selebriti yang telah memutuskan menjalani jalan barunya atau jalan hijrahnya dengan meninggalkan hingar-bingar dunia keartisannya dan memilih untuk

⁴² Gabriel Wahyu Titiyoga, Aminuddin, Shinta Maharani, M.Syaifullah, *Ramai- Ramai Hijrah*, (Jakarta Selatan: PT TEMPO INTI MEDIA) hlm. 34.

menekuni dan mendalami agama. Dalam pemberitaan hal tersebut dituliskan **Tempo** pada paragraf kelima, keenam, dan ketujuh, pada pemberitaan “Jalan Baru Para Pesohor” yang juga sudah peneliti tulis atau cantumkan sebelumnya. Hal itu juga ditambah dengan pernyataan Saktia Ari Seno mantan personil Sheila On 7 sebagai berikut:

Jauh sebelum yang dilakukan Donny Supriyadi, Saktia Ari Seno sudah memilih jalan untuk mendalami ajaran Islam. Gitaris band ternama asal Yogyakarta, Sheila On7 itu memutuskan hengkang dari grup musiknya pada 2006. Dia sungguh- sungguh mendalami Islam, meninggalkan gaya hidup lamanya, dan bahkan mengganti nama menjadi Salman Al Jugjawy.

Salman mengatakan ia memilih jalan ini ketika Sheila On 7 sedang naik daun. Karena belajar agama tidak bisa disambi dengan menjalani kehidupan sebagai anak band, Salman memutuskan meninggalkan dunia selebritas. Dia mempunyai pengalaman buruk soal ini. Karena keasyikan bermusik, ia sampai tidak lulus kuliah di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yayasan Keluarga Pahlawan Negara Yogyakarta. Ia tak mau musik kemudian membuatnya alpa dalam hal agama. Pilihan meninggalkan *band* sudah dipikirkan matang- matang oleh Salman.⁴³

Kedua, Konsep Hijrah sebagai pertobatan menjadi populer berkat pamor selebritas di media sosial. Dalam hal ini **Tempo** berusaha menghadirkan para peneliti antara lain Wahyudi Akmaliah selaku Peneliti Pusat Penelitian Kemasyarakatan dan Kebudayaan Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia, Dadi Darmadi selaku Peneliti Pusat Pengkajian Islam dan Masyarakat Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Dan Jadul Maula selaku Ketua Yayasan Pondok Pesantren Kajian Islam dan Sosial Kali Opak Piyungan

⁴³ Gabriel Wahyu Titiyoga, Aminuddin, Shinta Maharani, M.Syaifullah, *Ramai- Ramai Hijrah*, (Jakarta Selatan: PT TEMPO INTI MEDIA) hlm. 35.

Yogyakarta. Pada tema kedua ini, **Tempo** berusaha menghadirkan dua pandangan yang berbeda terhadap fenomena hijrah atau jalan baru yang dipilih oleh para pesohor. Pada kubu pertama, **Tempo** menghadirkan dua penjelasan dari dua orang pakar yang menganggap bahwa fenomena hijrah ini merupakan fenomena pertobatan. Upaya memperbaiki diri dengan menekuni ajaran agama. Dimana seseorang berhenti melakukan sesuatu yang buruk di masa lalu dan beralih mendapatkan pencerahan spiritual. Pada kedua statmen peneliti, Wahyudi dan Dadi, **Tempo** mengkonstruksi bahwa sejumlah selebritas perintis pertobatan mau tak mau sangat berpengaruh besar dalam ajakan untuk insyaf. Konsep hijrah sebagai pertobatan menjadi populer juga berkat pamor para selebritas. Tapi pada pemberitaan ini, **Tempo** juga memunculkan statmen yang menyatakan bahwa fenomena hijrah juga sebagai gejala menguatnya penggunaan simbol agama dan masih bersifat artifisial atau hanya permukaan. Fenomena ini juga rentan menjadi komodifikasi agama untuk menjalankan kepentingan bisnis dan mendapat untung besar serta sebagai politik identitas. Hal tersebut yang dijelaskan oleh Jadul Jadul Maula pada paragraf 29 dan 30 pada pemberitaan tersebut. Dari beberapa pernyataan pakar tersebut, **Tempo** ingin memunculkan sebuah pandangan bahwa, tidak selalu fenomena hijrah ini menjadi sesuatu yang “positif” fenomena ini juga bisa berdampak negatif untuk kepentingan-kepentingan tertentu.

4. Retoris

Frame jalan baru yang dilalui para pesohor dalam teks juga didukung dengan penekanan- penekanan tertentu pada level retorik. Retorika yang banyak dipakai adalah penegasan- penegasan, ungkapan dari selebriti untuk menekankan perihal perubahan yang dilakukan oleh selebriti tersebut. Bagaimana pengalaman- pengalaman yang dilalui selebriti atau para pesohor, perubahan yang mereka lakukan dalam menjalani “jalan baru” atau hijrah tersebut. **Tempo** dalam bagian ini juga berusaha menampilkan pandangan pakar terhadap fenomena hijrah yang dilakukan para pesohor. Pandangan pakar tersebut juga menambah retorika kepada pembaca bahwa fenomena yang terjadi dan dilakukan selebriti tersebut adalah bernilai positif, semacam sebuah pertobatan yang dilakukan oleh selebriti. Dimana selebriti tersebut berhenti melakukan sesuatu yang dianggap buruk di masa lalu dan beralih mendapatkan pencerahan spiritual, dengan diaungkapkannya beberapa diksi- diksi atau pernyataan yang di jelaskan oleh beberapa pakar tersebut. Pada pemberitaan ini juga, **Tempo** menampilkan ilustrasi pesohor dengan tampilan yang berbeda dengan sebelum mereka berhijrah. Menggunakan atribut serta simbol- simbol agama.

b. Tablig Sunyi Sang Musikus

1. Sintaksis

Tabel. 6

Struktur Sintaksis Berita Berita Majalah TEMPO “Tablig Sunyi Sang Musikus”

Unit Pengamatan	Hasil Pengamatan
<i>Headline</i>	Tablig Sunyi Sang Musikus
<i>Lead</i>	-
Latar Informasi	Rambut Yuki Martawidjaja tampak klimis terbungkus peci. Kucir panjang menyentuh punggung yang dulu menjadi ciri khasnya kini tak pernah terlihat. Selain terbungkus peci, kepalanya kerap terbalut serban. Sejak 2016, vokalis grup musik PAS band ini memutuskan mendalami ilmu agama. Ia mendalami ilmu agama secara diam- diam. Publik baru mengetahui aktivitas baru Yukie setelah fotonya sedang membersihkan masjid beredar pada akhir April 2017.
Narasumber, Pernyataan, Kutipan	1. Selebriti Yuki Martawidjaja

	- Yukie mengakui menyembunyikan soal keputusannya mendalami ilmu agama dari orang-orang sekitar. Awalnya ia merasa malu terlihat berkumpul dengan teman-temannya yang lebih dulu menempuh jalan ini. Ia bahkan menyembunyikan sepeda motornya ketika ingin bertemu dengan teman-temannya di masjid. - Yukie membulatkan niatnya setelah didera masalah keluarga dan ekonomi. Sebenarnya ia memperdalam ilmu agama sejak 2009, tapi belum memutuskan "berhijrah". Kecelakaan yang menimpa Yukie pada Januari 2019 kian membulatkan tekad untuk hidup di jalan Allah meski kakinya kini bertopang pada tongkat akibat kecelakaan. - Yukie berdakwah lewat musik. Ia tak mengharamkan musik. Yukie masih tercatat sebagai vokalis PAS band. Baginya musik justru menjadi media
--	---

	paling efektif untuk berdakwah. “Dengan musik ternyata saya punya banyak kesempatan untuk berdakwah. Misalnya pas manggung datang 14 ribu orang, minimal 25 orang bisa diajak ke masjid seusai konser,”katanya.
Penutup	- Yukie berdakwah lewat musik. Ia tak mengharamkan musik. Yukie masih tercatat sebagai vokalis PAS band. Baginya musik justru menjadi media paling efektif untuk berdakwah. “Dengan musik ternyata saya punya banyak kesempatan untuk berdakwah. Misalnya pas manggung datang 14 ribu orang, minimal 25 orang bisa diajak ke masjid seusai konser,”katanya.

Sumber: Diolah Peneliti

Pada teks ini **Tempo** ingin menekankan bahwasanya Yuki Martawidjaja vokalis grup Pas Band yang merupakan satu dari sekian banyak selebriti yang memutuskan hijrah melakukan jalan hijrah dan jalan

dakwahnya secara sembunyi- sembunyi. Judul “Tablig Sunyi Sang Musikus” merupakan penanda bahwa **Tempo** ingin menampilkan sisi lain dari fenomena hijrahnya selebriti yang sering kali justru dideklarasikan namun tidak demikian dengan Yuki, pada pemberitaan ini, **Tempo** menampilkan bagaimana selebriti atau pesohor dalam pemberitaan ini mendalami ilmu agama secara sembunyi- sembunyi. Begitu pula ketika ia melakukan dakwahnya atau tablig. Makna yang itu juga diperkuat melalui latar informasi, pernyataan, kutipan, serta narasumber pada unit pengamatan yang peneliti lihat dari pemberitaan tersebut.

2. Skrip

Tabel. 7

Struktur Skrip Berita Berita Majalah TEMPO “Tablig Sunyi Sang Musikus”

Unit Pengamatan	Hasil Pengamatan
<i>What</i>	- Tablig Sunyi Sang Musikus
<i>Who</i>	- Yuki Martawidjaja
<i>Why</i>	- Yuki mendalami ilmu agama secara diam-diam karena awalnya malu terlihat berkumpul dengan teman- temannya yang sudah lebih dulu menempuh jalan

	hijrah. Ia bahkan menyembunyikan sepeda motornya ketika ingin bertemu dengan teman- temannya yang tergabung dalam di komunitas sepeda motor chopper lebih dulu tekun belajar agama.
<i>When</i>	- Jumat 17 Mei 2019
<i>Where</i>	- Dago, Bandung
<i>How</i>	- Kecelakaan yang menimpa Yukie pada Januari 2019 yang kian membulatkan tekadnya untuk hidup di jalan Allah. - Yukie berdakwah lewat musik. Ia tak mengharamkan musik. Yukie masih tercatat sebagai vokalis PAS band. Baginya musik justru menjadi media paling efektif untuk berdakwah. Dengan musik Yuki merasa punya banyak kesempatan untuk berdakwah. Misalnya pas manggung datang 14 ribu orang, minimal 25 orang bisa diajak ke masjid se usai konser.

Sumber: Diolah Peneliti

Realitas yang dihadirkan **Tempo** adalah bagaimana Yuki Martawidjaja selebriti atau pesohor yang **Tempo** angkat pada pemberitaan ini dalam menjalani jalan hijrah juga jalan dakwahnya. Apa yang dilakukan Yuki tersebut dapat dilihat dari penggambaran Tempo pada paragraf ketiga dan keempat. Teksnya sebagai berikut:

Ia mendalami ilmu agama secara diam- diam. Publik baru mengetahui aktivitas terbaru Yukie setelah fotonya sedang membersihkan masjid beredar pada akhir April 2017.⁴⁴

Sesuai dengan judul berita, paragraf ketiga ini menjelaskan bagaimana Yukie menjalani jalan barunya “hijrah” yang ia pilih. Selain itu, alasan Yukie melakukan hijrah dan jalan tablignya secara sembunyi- sembunyi juga dipaparkan **Tempo** pada paragraf keempat dan kelima sebagai berikut:

Yukie mengakui menyembunyikan soal keputusannya mendalami ilmu agama dari orang- orang sekitar. Awalnya ia merasa malu terlihat berkumpul dengan teman- temannya yang lebih dulu menempuh jalan ini. Ia bahkan menyembunyikan sepeda motornya ketika ingin bertemu dengan teman-temannya di masjid. Teman-temannya yang tergabung dalam di komunitas sepeda motor chopper lebih dulu tekun belajar agama. “Saya menolak ajakan mereka ‘berhijrah’ karena merasa sudah dekat dengan Allah,”ucapnya.⁴⁵

Yukie membulatkan niatnya setelah didera berbagai masalah keluarga dan ekonomi. Ia sebenarnya memperdalam ilmu agama sejak 2009, tapi belum memutuskan “berhijrah”. Kecelakaan yang menimpa Yukie pada Januari 2019 kian membulatkan tekad untuk hidup di jalan Allah meski kakinya kini bertopang dengan tongkat akibat kecelakaan.⁴⁶

⁴⁴ Mustafa, Iqbal, M.Syaifullah, *Ramai- Ramai Hijrah*, (Jakarta Selatan: PT TEMPO INTI MEDIA) hlm. 37.

⁴⁵ *Ibid.*,

⁴⁶ *Ibid.*,

Dengan penggambaran alasan tersebut, **Tempo** mengkonstruksi pesan mengenai alasan mengapa Yukie akhirnya memantapkan untuk berhijrah, alasan mengapa Yukie memilih mendalami ilmu agamanya atau menjalani jalan hijrahnya secara sembunyi-sembunyi. **Tempo** ingin memperlihatkan sisi lain hijrah yang dilakukan artis yang kerap kali dideklarasikan oleh artis tersebut dan menjadi sorotan atau sengaja menjadi sorotan dengan penampilan dan kata-kata yang berbeda, yang lebih agamis dari sebelumnya. Juga menggunakan simbol-simbol agama yang mereka lekatkan pada diri mereka.

3. Tematik

Pada struktur tematik, ada tiga tema yang dihadirkan **Tempo**. *Pertama*, alasan selebriti atau pesohor dalam pemberitaan ini menjalani jalan “hijrahnya” secara sembunyi-sembunyi. Tema ini didukung dengan pernyataan Yukie selaku musikus, selebriti, pesohor yang jalan hijrahnya diangkat oleh **Tempo**.

Kedua, alasan Yukie memilih jalan “hijrahnya”. Tema ini didukung oleh pengalaman Yukie kenapa memilih jalan hijrahnya pada paragraf kelima yang dituliskan oleh **Tempo** pada pemberitaannya “Tablig Sunyi Sang Musikus”.

Ketiga, bagaimana selebriti atau pesohor yang notabene adalah seorang musikus ini memandang musik juga bagaimana musikus ini bersikap

terhadap musik setelah ia memutuskan untuk memulai jalan hijrahnya. Bagaimana ia menjalani kehidupannya sebagai seorang musikus setelah memutuskan untuk berhijrah.

4. Retoris

Pada pemberitaan ini struktur retorik peneliti anggap lebih ditekankan pada Judul dari berita, yaitu “Tablig Sunyi Sang Musikus”. Penggunaan kata “Sang” yang merujuk pada orang yang dimuliakan ini sengaja dipilih **Tempo** untuk menunjukkan kedudukan atau posisi objek atau tokoh dalam pemberitaan. Kata sang merupakan kata sandang bermakna tunggal dan berfungsi merujuk sesosok tokoh dengan derajat atau martabat yang baik.⁴⁷ Dalam hal ini **Tempo** berusaha menampilkan Yuki sebagai tokoh musikus yang Tempo konstruksikan sebagai musikus dengan derajat atau martabat baik, atau seorang musikus yang mempunyai nama juga dimuliakan, atau sepak terjangnya sudah tak diragukan di dunia permusikan yang kemudian **Tempo** tampilkan memilih jalan hijrahnya, dan berdakwah dengan sunyi, tenang, dan berdakwah melalui musik tanpa meninggalkan aktivitas bermusiknya tersebut.

⁴⁷ Memahami Bedanya Sang dan Si Tanpa Sangsi, <https://mojok.co/apk/komen/versus/memahami-bedanya-sang-dan-si>, (Diakses pada 20 Desember 2020, pukul 19.48).

c. Keran Rejeki Pemburu Rida Ilahi

1. Sintaksis

Tabel. 8

Struktur Sintaksis Berita Berita Majalah TEMPO “Keran Rejeki Pemburu Rida Ilahi”

Unit Pengamatan	Hasil Pengamatan
<i>Headline</i>	- Keran Rejeki Pemburu Rida Ilahi
<i>Lead</i>	- Fenomena mendalami ajaran Islam menciptakan peluang bisnis. Perlu lebih banyak muslim yang terlibat.
Latar Informasi	- Beberapa selebriti memutuskan untuk berdagang, menekuni bisnis setelah memutuskan untuk berhijrah atau mendalami ilmu agama. Donny Supriyadi yang akhirnya berdagang bakso, Sakti Ari Suseno yang akhirnya berjualan gamis dan bubur Kalkun, Dewi Sandra Kilick yang menjadi pengusaha busana muslim dan hijab, dan beberapa selebriti lainnya.
Kutipan, Narasumber,	1. Selebriti

Pernyataan	Dewi Sandra Kilick - Dewi mendapatkan banyak pekerjaan baru setelah memutuskan untuk berhijrah. Ia menjadi brand ambassador produk kosmetik, membintangi sinetron, serta mengiklankan bumbu dapur dan sabun cuci piring. Ia juga meluncurkan label hijab DOA pada Oktober 2018. Itu baru sebagian tawaran yang diambil. Lainnya ia tolak. "Prioritas saya berubah. Saya hanya berjalan dengan brand yang masih berjalan dengan visi dan misi saya untuk memperbaiki diri dan berdakwah." 2. Konsultan Pemasaran Yuswohady - Menurut Yuswohady, setelah munculnya gelombang orang yang mendalami Islam—mereka menyebutnya hijrah — dua tahun lalu, "hijrah" menjadi identitas baru yang dianggap keren. "Saya menyebutnya <i>the new cool</i>," ucapnya. Ketika para artis pun
------------	---

	ikut berubah dan mempelajari agama, sesuatu yang berbau Islam juga dianggap keren. - Pendalaman terhadap ilmu agama, kata dia, membuat mereka makin menyadari apa yang boleh dan dilarang oleh Islam, termasuk urusan memilih produk di luar makanan. Bagi mereka, konsumsi adalah bagian dari ibadah sehingga harus disesuaikan dengan nilai-nilai Islam yang mengutamakan kehalalan. - “Peluang ini dicium oleh para produsen dengan berlomba-lomba mencitrakan produknya halal. “Kata halal itu menjadi kunci,” tutur Yuswohady. 3. Ketua Indonesia Halal Lifestyle Center Sapta Nirwandar - Produk halal tak hanya naik daun di Indonesia, tapi juga di dunia, terutama di negara yang berpenduduk mayoritas muslim. “Lihat merek besar seperti Nike, Marks, dan Spencer, Uniqlo, mereka
--	--

menjual produk hijab.

- “Kalau banyak makin banyak yang hijrah mengembangkan industri ini, banyak yang memakai, makin sejahtera karena ini bagian dari pilar ekonomi.”

4. Pengembang Perumahan Syariah

Mohammad Givie Jadiprastowo

- Fenomena masyarakat yang mendalami Islam sudah mulai dirasakan dunia usaha. Muhammad Givie Jadiprastowo 12 tahun lalu saat ia mengadakan acara seminar tentang anti-riba di sebuah hotel di Jakarta, hanya tiga orang yang datang. Kini justru konsumen yang mencari perumahan syariah dengan pembelian secara tunai. “Sekarang malah kami yang kebingungan memenuhi permintaan karena tak punya modal.”

5. Perancang Busana

Dian Pelangi

- Perancang busana Dian Pelangi juga merasakan efek ini. Banyak pelanggan

	baru memesan baju rancangannya. “Ada yang minta pakaian syar’i, atau yang biasa disesuaikan dengan profesinya.” 6. Direktur Pemasaran Wardah Salman Subakat - Salman Subakat mengatakan penjualan produk kosmetik halal tersebut terdongkrak seiring dengan fenomena masyarakat mendalami Islam. “Saya engga mengukur, tapi logikanya ada peningkatan,”tuturnya.
Penutup	- Direktur Pemasaran Wardah, Salman Subakat mengatakan penjualan produk kosmetik halal tersebut terdongkrak seiring dengan fenomena masyarakat mendalami Islam. “Saya engga mengukur, tapi logikanya ada peningkatan,”tuturnya.

Sumber: Diolah Peneliti

Pada pemberitaan ini, **Tempo** menggunakan judul yang memiliki makna fenomena mendalami ajaran Islam, menciptakan peluang bisnis. Hal

tersebut pun dengan singkat dipaparkan pada *lead* pemberitaan “Keran Rezeki Pemburu Ridha Ilahi”. Pada lead berikut ini:

Fenomena mendalami ajaran Islam menciptakan peluang bisnis. Perlu lebih banyak muslim yang terlibat.⁴⁸

Penggunaan *lead* demikian, memberikan makna pandangan **Tempo** terhadap keuntungan yang muncul atas fenomena hijrah atau fenomena mendalami ajaran Islam yang pemberitaannya sedang Tempo bahas ini. Dalam teks tersebut, **Tempo** menggunakan enam narasumber yaitu Dewi Sandra Kilick selaku selebriti yang mengaku mendapatkan banyak pekerjaan baru setelah memutuskan untuk berhijrah. Dari menjadi *brand* ambassador produk kosmetik, membintangi sinetron, serta mengiklankan bumbu dapur dan sabun cuci piring. Ia juga meluncurkan label hijab DOA pada Oktober 2018. **Tempo** juga mewawancarai Mohammad Givie Jadiprastowo selaku Pengembang Perumahan Syariah, Dian Pelangi seorang perancang busana muslim, juga Direktur Pemasaran Wardah, Salman Subakat yang kemudian mengkampanyekan Wardah sebagai produk kosmetik dengan label halal. Keempat pelaku bisnis yang **Tempo** pilih sebagai narasumber ini pun mengaku fenomena hijrah sangat memberi dampak pada bisnis mereka. Nyatanya, fenomena masyarakat mendalami Islam membuat produk mereka atau bisnis yang sedang dijalankan terdongkrak dan mengalami peningkatan.

⁴⁸ Nur Alfiyah, Aminnudin, M.Syaifullah, *Majalah Tempo: Ramai- Ramai Hijrah*, (Jakarta Selatan: PT TEMPO INTI MEDIA, 2019), hal.38.

Tempo juga mewawancarai dua ahli dalam pemberitaan ini, pertama, Konsultan Pemasaran, Yuswohady dengan pernyataannya pada **Tempo** sebagai berikut:

Menurut Yuswohady, setelah munculnya gelombang orang yang mendalami Islam- mereka menyebutnya hijrah — dua tahun lalu, “hijrah” menjadi identitas baru yang dianggap keren. “Saya menyebutnya *the new cool*,” ucapnya. Ketika para artis pun ikut berubah dan mempelajari agama, sesuatu yang berbau Islam juga dianggap keren.⁴⁹

Kedua, Ketua Indonesia Halal Lifestyle Center yaitu Sapta Nirwandar, dalam wawancaranya bersama **Tempo** Sapta menjelaskan:

Produk halal tak hanya naik daun di Indonesia, tapi juga di dunia, terutama di negara yang berpenduduk mayoritas muslim. “Lihat merek besar seperti Nike, Marks, dan Spencer, Uniqlo, mereka menjual produk hijab.⁵⁰

“Kalau banyak makin banyak yang hijrah mengembangkan industri ini, banyak yang memakai, makin sejahtera karena ini bagian dari pilar ekonomi.”⁵¹

Atas pernyataan beberapa narasumber tersebut, **Tempo** terlihat semakin menegaskan pandangannya terhadap fenomena hijrah atau fenomena mendalami ajaran Islam yang kemudian berpengaruh terhadap peluang bisnis juga terhadap ekonomi yang terjadi khususnya di Indonesia. Beberapa

⁴⁹ *Ibid.*, hal.39.

⁵⁰ *Ibid.*, hal. 39.

⁵¹ *Ibid.*, hal. 39.

kutipan dari narasumber, paragraph semakin membentuk dan mempertegas pula Judul dari pemberitaan atau isu yang ingin **Tempo** tampilkan.

2. Skrip

Tabel. 9

Struktur Skrip Berita Berita Majalah TEMPO “Keran Rejeki Pemburu Rida Ilahi”

Unit Pengamatan	Hasil Pengamatan
<i>What</i>	- Fenomena mendalami ajaran Islam menciptakan peluang bisnis.
<i>Who</i>	- Selebriti, Konsultan Pemasaran Yuswohady, Ketua Indonesia Halal Lifestyle Center Sapta Nirwandar, 4. Pengembang Perumahan Syariah Mohammad Givie Jadiprastowo, Perancang Busana Dian Pelangi, Direktur Pemasaran Wardah Salman Subakat.
<i>When</i>	- 16 Mei 2019
<i>Why</i>	- Fenomena mempelajari Islam lebih dalam membuat orang memilih produk yang

	sesuai dengan nilai keislaman. Menurut konsultan pemasaran Yuswohady, setelah memunculnya gelombang orang-orang yang mendalami Islam- mereka menyebutnya “hijrah”, “hijrah’ dua tahun lalu menjadi identitas baru yang dianggap keren. - Pendalaman terhadap ilmu agama, kata dia, membuat mereka makin menyadari apa yang boleh dan dilarang oleh Islam, termasuk urusan memilih produk di luar makanan. Bagi mereka, konsumsi adalah bagian dari ibadah sehingga harus disesuaikan dengan nilai-nilai Islam yang mengutamakan kehalalan.
<i>Where</i>	- Indonesia
<i>How</i>	- Halal Lifestyle Center memperkirakan muslim Indonesia membelanjakan US\$ 218,8 miliar untuk produk halal pada 2017

Sumber: Diolah Peneliti

- Berita ini menjelaskan bagaimana fenomena hijrah atau fenomena mendalami ajaran Islam menciptakan peluang bisnis. Materi yang ingin dibangun adalah fenomena mempelajari Islam lebih dalam membuat orang memilih produk yang sesuai dengan nilai keislaman. Hal tersebut juga dijelaskan oleh para ahli yang **Tempo** pilih sebagai narasumber. Misalnya menurut konsultan pemasaran Yuswohady, yang mengatakan bahwa setelah memunculnya gelombang orang-orang yang mendalami Islam- mereka menyebutnya “hijrah”, “hijrah” dua tahun lalu menjadi identitas baru yang dianggap keren. Pendalaman terhadap ilmu agama, kata dia, membuat mereka makin menyadari apa yang boleh dan dilarang oleh Islam, termasuk urusan memilih produk di luar makanan. Bagi mereka, konsumsi adalah bagian dari ibadah sehingga harus disesuaikan dengan nilai-nilai Islam yang mengutamakan kehalalan. Hal tersebutlah yang kemudian melandasi konstruksi yang dibuat oleh **Tempo**. Disini, **Tempo** juga kemudian memunculkan para pesohor atau selebriti yang sedang menjalani jalan barunya “hijrah” tersebut yang juga mencoba peruntungannya di dunia bisnis dengan mengedepankan nilai-nilai Islami yang juga sedang ia tekuni yang ternyata juga membawa keuntungan tersendiri bagi mereka. Pada pemberitaan ini, **Tempo** juga secara garis besar memberikan sebuah gambaran bagaimana fenomena hijrah ini adalah sebuah peluang yang bagus yang bisa

dimanfaatkan oleh semua pelaku bisnis baik itu kalangan selebritis maupun lainnya.

3. Tematik

Ada dua tema yang coba dihadirkan oleh **Tempo** dalam pemberitaan ini. *Pertama*, para selebriti yang memutuskan untuk berbisnis setelah meninggalkan dan membatasi dunia keartisannya semenjak memilih jalan hijrahnya. *Kedua*, fenomena mendalami ajaran Islam yang pada akhirnya justru menciptakan peluang bisnis karena fenomena ini membuat orang memilih produk yang sesuai dengan keislaman. Kedua tema ini didukung juga dengan pernyataan- pernyataan selebriti yang akhirnya memutuskan untuk memulai berbisnis setelah memutuskan untuk berhijrah, juga diperkuat dengan pernyataan- pernyataan para ahli, pelaku bisnis yang memberikan gambaran atas peningkatan bisnis mereka dengan citra keislamannya.

4. Retoris

Berbicara mengenai retorika dari wacana berita yang diangkat oleh **Tempo** yang berjudul “Keran Rejeki Pemburu Rida Ilahi” ini, peneliti lebih menyoroti pada *headline* pemberitaan ini. Lewat *headline*-nya tersebut **Tempo** ingin menekankan bahwa berita yang akan **Tempo** sampaikan secara garis besar akan menceritakan tentang pintu rezeki bagi para orang- orang atau selebriti yang bersungguh- sungguh mencari, mengejar rida Allah. Keran

yang berarti pancuran, pintu yang dapat dibuka dan ditutup⁵² Rejeki yang berarti segala sesuatu yang bermanfaat, berdaya guna bagi makhluk, serta dapat dimanfaatkan oleh manusia sebagai sumber penghidupan. Rejeki juga berarti anugrah, karunia, atau pemberian dari Allah SWT kepada makhluknya.⁵³ Sedangkan kata “pemburu” pada pemberitaan ini peneliti lihat sebagai pengertian dari orang yang berburu, berusaha keras mengejar rida Allah. *Headline* ini tentu saja cukup mewakili dari keseluruhan isi berita.

d. Mereka yang Duluan Bertobat

1. Sintaksis

Tabel. 10

Struktur Sintaksis Berita Berita Majalah TEMPO “Mereka yang Duluan Bertobat”

Unit Pengamatan	Hasil Pengamatan
<i>Headline</i>	- Mereka yang Duluan Bertobat
<i>Lead</i>	- Selebritas hijrah bukan barang baru. Generasi awal menghadapi tekanan pemerintah dan dikaitkan dengan

⁵² Keran, <https://id.m.wikipedia.org/wiki/keran>, (Diakses pada 21 Desember 2020, pukul 13.59).

⁵³ Pengertian Rezeki dan Jalur- Jalur Rezeki Diturunkan Menurut Al- Quran, <https://www.ilmusaudara.com/2017/07/pengertian-rezeki-dan-jalur-jalur-rezki.html>, (Diakses pada 21 Desember 2020, pukul 14.11).

	kelompok terlarang.
Latar Informasi	- Sepak terjang Gito Rollies menunjukkan fenomena “hijrah” bukan barang baru. Wahyudi Akmaliah, Peneliti Pusat Penelitian Kemasyarakatan dan Kebudayaan Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia mengatakan gejala sosial ini pertama kali merebak pada 1970-an.
Kutipan, Narasumber, Pernyataan	1. Selebriti Bangun Sugito Toekiman (Gito Rollies) - Habis gelap, terbitlah terang. Memasuki usia 50 tahun, penyanyi, aktor kelahiran Biak Papua, 1 November 1947, itu menyadari kekhilafannya dan mendalami Islam. “Dulu Tuhan saya adalah popularitas. Nabi saya para idola saya, rocker- rocker luar negeri. Dulu saya suka Mick Jagger, sekarang saya cinta Nabi Muhammad.” Inneke Koesherawati - Inneke Koesherawati mungkin menjadi

	contoh yang paling pas. Dari aktris yang dijuluki bom seks, dia memutuskan berjilbab secara paripurna sejak bulan puasa 1421 Hijriah atau Desember 2000. Inneke waktu itu, 25 tahun, tergugah saat mendengar ceramah ceramah Ramadan yang mengulas pertobatan seorang pembunuh. “Akhirnya gue mikir, apa sih yang dicari,” ucapnya. Dia pun menjelma menjadi pionir selebritas berhijab. Meski julukan itu sebenarnya tidak tepat- tepat amat. Ida Royani - Ida Royani telah memulainya pada akhir 1970-an. Saat itu, jilbab merupakan barang langka. Isteri alim ulama saja “cuma” <i>kerudungan</i> dengan leher terbuka. Gaya busananya itu kerap dicemooh. “Kaya ninja aja lu,” kata Ida menirukan ejekan itu.
Penutup	- Berbeda dengan pengajian artis jaman

	sekarang yang disanjung- puja, mereka diubek-ubek pemerintah. Rezim Soeharto yang saat itu sedang keras- kerasnya terhadap gerakan Islam, menghubungkan mereka dengan kelompok terlarang, Islam Jama'ah. "Dulu saya suka disko enggak <i>diributin</i>. Sekarang ngaji dan salat malah <i>diributin</i>," ujar Ida sewot.
--	--

Sumber: Diolah Peneliti

Teks berita ini menggunakan judul "Mereka yang Dulu Bertobat". Secara struktur bahasa, penggunaan judul tersebut memiliki makna adanya pihak (dalam hal ini selebriti atau pesohor) yang sebelumnya sudah lebih dulu melakukan hijrah. Disini **Tempo** memunculkan fakta bahwa fenomena hijrah seperti yang telah ramai dilakukan selebriti tersebut sudah ada sejak 1970-an. Hal tersebut bahkan ditegaskan **Tempo** pada lead sebagai berikut:

Selebritas hijrah bukan barang baru. Generasi awal menghadapi tekanan pemerintah dan dikaitkan dengan kelompok terlarang.⁵⁴

Di awal, **Tempo** sudah dengan jelas ingin membawa ke arah mana berita ini, lewat *headline* dan *lead* yang dipilih **Tempo**. Pada keduanya tersebut, **Tempo** sudah merujuk pada isi berita, dimana **Tempo** mencoba mengkonstruk

⁵⁴ Reza Maulana, *Ramai- Ramai Hijrah*, (Jakarta Selatan: PT TEMPO INTI MEDIA) hlm. 40.

bahwasanya fenomena hijrah yang saat ini sedang ramai dilakukan oleh selebriti atau pesohor sudah pernah ada dan dilakukan selebriti atau pesohor sejak 1970-an. **Tempo** juga menghadirkan pernyataan- pernyataan dari narasumber selebriti atau pesohor yang sepak terjangnya, ketenarannya cukup gemilang pada tahun tersebut. **Tempo** juga sedikit mengulas bagaimana *background* awal selebriti tersebut dan setelah mereka berhijrah. Beberapa selebriti yang menjadi narasumber **Tempo** dalam berita kali ini antara lain; Gito Rollies, Inneke Koesharawati, dan Ida Royani.

2. Skrip

Tabel. 11

Struktur Skrip Berita Berita Majalah TEMPO “Mereka yang Duluan Bertobat”

Unit Pengamatan	Hasil Pengamatan
<i>What</i>	- Selebritas hijrah bukan barang baru. Generasi awal menghadapi tekanan pemerintah dan dikaitkan dengan kelompok terlarang.
<i>Who</i>	- Selebriti (Gito Rollies, Inneke Koesharawati, Ida Royani, Christine Hakim)

<i>When</i>	- 1970
<i>Where</i>	- Indonesia
<i>Why</i>	- Sepak terjang Gito Rollies menunjukkan fenomena “hijrah” bukan barang baru. Wahyudi Akmaliah, Peneliti Pusat Penelitian Kemasyarakatan dan Kebudayaan Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia mengatakan gejala sosial ini pertama kali merebak pada 1970-an.
<i>How</i>	- Ida Royani telah memulainya pada akhir 1970-an. Saat itu, jilbab merupakan barang langka. Isteri alim ulama saja “cuma” <i>kerudungan</i> dengan leher terbuka. Gaya busananya itu kerap dicemooh. “Kaya ninja aja lu,” kata Ida menirukan ejekan itu. - Berbeda dengan pengajian artis jaman sekarang yang disanjung- puja, mereka diubek-ubek pemerintah. Rezim Soeharto yang saat itu sedang keras- kerasnya terhadap gerakan Islam, menghubung-

	hubungkan mereka dengan kelompok terlarang, Islam Jama'ah.
--	---

Sumber: Diolah Peneliti

Pokok persoalan yang dihadirkan yakni mengenai mereka- mereka (selebriti atau pesohor) yang sudah lebih dulu melakukan hijrah. Dengan menghadirkan narasumber- narasumber seperti Inneke Koesherawati, Gito Rollies, Christine Hakim dan Ida Royani, **Tempo** mencoba menyampaikan selebritas hijrah bukan barang baru. Namun, pada masa dimana selebriti- selebriti tersebut memilih jalan hijrahnya, justru fenomena ini selalu dikaitkan dengan kelompok terlarang.

Pada berita ini, **Tempo** juga berusaha menunjukkan kondisi dan sikap yang kontradiktif, yang dilakukan pemerintah pada saat itu rezim Soeharto dan rezim sekarang ini dalam menanggapi fenomena yang sama ini. Hal tersebut dituliskan pada paragraf akhir berita yang isinya sebagai berikut:

Berbeda dengan pengajian artis jaman sekarang yang disanjung- puja, mereka diubek-ubek pemerintah. Rezim Soeharto yang saat itu sedang keras- kerasnya terhadap gerakan Islam, menghubung- hubungkan mereka dengan kelompok terlarang, Islam Jama'ah.⁵⁵

⁵⁵ Reza Maulana, *Ramai- Ramai Hijrah*, (Jakarta Selatan: PT TEMPO INTI MEDIA) hlm. 40.

3. Tematik

Ada dua tema yang dihadirkan **Tempo** pada pemberitaan kali ini. Tema *pertama*, selebritas hijrah bukanlah barang baru. Tema ini didukung melalui pernyataan beberapa artis tahun 1970-an, yang dianggap sebagai tahun dimana gejala atau fenomena sosial tersebut (fenomena hijrah) merebak untuk pertama kali. Beberapa artis tersebut antara lain Gito Rollies, Inneke Koesherawati, Christine Hakim dan Ida Royani. *Kedua*, Perbedaan pemerintah, yang kala itu masuk pada Rezim Soeharto dalam menanggapi atau bersikap terhadap fenomena Hijrah. Hal ini pun **Tempo** tuliskan dalam paragraf ketujuh berita ini, *framing* ini kemudian diperkuat dengan pernyataan Ida Royani yang merasa sewot dengan sikap pemerintah pada masa dulu.

4. Retoris

Selain *headline*, *lead* peneliti anggap sebagai bagian yang penting dalam sebuah berita. Pada berita berjudul “Mereka yang Dulu Bertobat” ini, ada beberapa pemilihan kata yang dilakukan **Tempo** yang menurut peneliti merupakan penekanan yang sengaja dipakai untuk membentuk makna tertentu. Misalnya pada penggunaan kata “kelompok terlarang” yang dipakai pada *lead* berita yang bisa dimaknakan sebagai kelompok yang dilarang atau tidak diperbolehkan ada pada masa pemerintahan saat ini. Di pemberitaan ini kelompok tersebut kemudian disebutkan, pada paragraf terakhir pemberitaan. Hal tersebut seolah membenarkan rezim atau

pemerintah pada masa itu terhadap perilakunya dan sikapnya. Pada bagian ini, **Tempo** juga memunculkan kata- kata lain seperti Bom Sex yang ia gunakan untuk merepresentasikan Inneke Koesherawati sebelum berhijrah. Kata “Habis Gelap Terbitlah Terang juga sempat **Tempo** pakai untuk merepresentasikan perubahan yang dilakukan Gito Rollies.

e. Berubah Berjamaah

1. Sintaksis

Tabel. 12

Struktur Skrip Berita Berita Majalah TEMPO “Berubah Berjamaah”

Unit Pengamatan	Hasil Pengamatan
<i>Headline</i>	- Berubah Berjamaah
<i>Lead</i>	- Para pesohor tanah air ramai- ramai memaklumkan diri melakukan “hijrah” dalam beberapa tahun terakhir. Istilah itu populer digunakan untuk menyebut perubahan mereka menjadi pribadi yang lebih taat dalam menjalankan agama. Beberapa diantaranya dengan tegas memilih aliran Islam sebagai anutan. Namun tak sedikit pula yang berguru pada banyak ustad dari berbagai madzab

	yang berbeda.
Latar Informasi	-
Narasumber, Kutipan, Pernyataan.	1. Selebriti Arie Koncoro Untung - “Sekarang udah enggak merasa asing dan nyaman menjalankan sunah. Jadi yang mengikuti tren juga enggak merasa bahwa mereka pun menjalankan sunah.” Dewi Sandra - “Tempat mengenal Allah ada dimana-mana. Tapi yang paling tepat adalah majelis taklim dan gurunya. Bisa banyak bertanya dan nanya-nya detail sampai aku benar- benar paham.” Saktia Ari Seno - “Untuk metode belajarnya, saya memilih teman- teman jamaah tablig. Tapi, untuk pencarian ilmu bisa kemana- mana, ke muhammadiyah, ke Nahdlatul Ulama, dan sebagainya.”
Penutup	- Menguatnya Islam di Indonesia tercermin dari meningkatnya pengeluaran

	masyarakat untuk membeli produk halal. Pada 2017, Indonesia menjadi pasar produk halal terbesar di dunia dengan nilai U\$ 218,8 miliar (Sekitar Rp 3.117 triliun).
--	--

Sumber: Diolah Peneliti

Pada pemberitaan ini **Tempo** lebih memfokuskan pada Infografis yang dibuat cukup informatif. Di bagian ini pula **Tempo** berusaha meriview kembali data- data, fakta, serta pernyataan narasumber dalam hal ini selebritis maupun pesohor yang memutuskan berhijrah dan menjalani jalan barunya pada pemberitaan- pemberitaan sebelumnya. Pada bagian ini, **Tempo** menggunakan *lead* ringkasan, lead tersebut adalah sebagai berikut:

Para pesohor tanah air ramai- ramai memaklumkan diri melakukan “hijrah” dalam beberapa tahun terakhir. Istilah itu populer digunakan untuk menyebut perubahan mereka menjadi pribadi yang lebih taat dalam menjalankan agama. Beberapa diantaranya dengan tegas memilih aliran Islam sebagai anutan. Namun tak sedikit pula yang berguru pada banyak ustad dari berbagai madzab yang berbeda.⁵⁶

Sehingga isi berita pada pemberitaan “Berubah Berjamaah” ini sudah menyimpulkan garis besar isi pemberitaan.

⁵⁶ Angelina Anjar, *Ramai- Ramai Hijrah*, (Jakarta Selatan: PT TEMPO INTI MEDIA) hlm. 42-43.

2. Skrip

Tabel. 13

Struktur Skrip Berita Berita Majalah TEMPO “Mereka yang Duluan Bertobat”

Unit Pengamatan	Hasil Pengamatan
<i>What</i>	- Berubah, hijrah berjamaah yang dilakukan selebriti atau pesohor
<i>Who</i>	- Selebriti (Arie Kuncoro Untung, Dewi Sandra, Saktia Arie Suseno)
<i>When</i>	- 2015
<i>Where</i>	- Indonesia
<i>Why</i>	- Makin banyak artis Tanah Air yang mendalami ilmu agama.
<i>How</i>	- Para pesohor tanah air ramai-ramai memaklumkan diri melakukan “hijrah” dalam beberapa tahun terakhir. Istilah itu populer digunakan untuk menyebut perubahan

	mereka menjadi pribadi yang lebih taat dalam menjalankan agama.
--	---

Sumber: Diolah Peneliti

Pokok persoalan yang dihadirkan yakni mengenai para pesohor Tanah Air yang ramai-ramai berubah berjamaah, beramai-ramai memaklumkan diri melakukan hijrah dalam beberapa tahun terakhir. Beberapa pesohor Tanah Air tersebut antara lain Arie Kuncoro Untung, Dewi Sandra, Donny Supriyadi, Fenita Jayanti, Jody Sumantri, juga Saktia Arie Seno, Yuki Arifin Martawidjaja.

3. Tematik

Ada dua tema yang dimunculkan dalam pemberitaan ini. *Pertama*, Awal munculnya fenomena hijrah yang dituliskan dalam bentuk infografis dalam tabel sebagai berikut:

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Tabel.14

Artis dan Islam

1970-an

Muncul musikus dangdut, Rhoma Irama, yang karya-karyanya kental dengan nuansa Islam.

1973

Jamaah Tabligh masuk ke Indonesia, makin populer pada 1990-an lewat Bangun Sugito, pentolan The Rollies. Belakangan, Saktia Arie Seno, mantan gitaris Sheila On 7; Ilsyah Ryan Reza, eks pemain drum Noah; Yuki Arifin Martawidjaja, vokalis Pas Band, mengikuti

2000-an

Makin banyak artis Tanah Air yang mendalami ilmu agama mereka, seperti Inneke Koesherawati, Peggy Melati Sukma, dan Dewi Sandra,

2015

Istilah “hijrah” menjadi populer di kalangan anak muda sejak didirikannya gerakan pemuda hijrah di Bandung oleh Ustad Hanan Attaki.

Sumber: Diolah Peneliti

Infografis yang ditampilkan **Tempo** pada pemberitaan ini ikut mengkonstruksi awal kemunculan fenomena hijrah yang ingin **Tempo** munculkan pada pemberitaan “Hijrah Berjamaah”. Kedua, meningkatnya pengeluaran masyarakat untuk membeli produk halal. Hal ini juga di perjelas **Tempo** melalui infografis yang ditampilkan dari tahun 2015 samapai 2017. Mulai dari makanan halal, pakaian muslim, dan kosmetik halal.

4. Retoris

Tempo menggunakan ilustrasi foto yang menunjukkan pesohor Tanah Air dengan penampilan barunya setelah memutuskan untuk berhijrah.

Mereka menggunakan atribut atau simbol agama pada tubuhnya. Dua pesohor perempuan menggunakan hijab menutup dada, sedangkan lima pesohor pria mengenakan peci atau kopian pada kepalanya. Beberapa mengenakan gamis pria juga memanjangkan jenggot yang sering kali dimaknai sebagai sunnah Rasul. Ilustrasi tersebut semakin mempertegas *headline* **Tempo** “Berubah Berjamaah” ditambah lagi sedikit pernyataan para pesohor yang dimunculkan pada pemberitaan yang terlihat menggunakan kata-kata yang lebih agamis.

D. Hasil Analisis

Setelah melakukan kajian terhadap 5 berita dari Majalah **Tempo** Edisi 27 Mei- 2 Juni 2019 Edisi Ramai- Ramai Hijrah, **Tempo** memiliki *framing* tertentu dalam memberitakan berita tersebut. Baik dari narasumber, struktur kalimat, fakta yang dimunculkan untuk menonjolkan makna tertentu berdasarkan sudut pandang yang mereka gunakan. Untuk memberi gambaran singkat terkait dengan hasil penelitian, peneliti memaparkan dalam bentuk tabel berikut:

Tabel. 15

Frame Majalah Tempo Edisi 27 Mei- 2 Juni 2019 “Ramai- Ramai Hijrah”

Elemen	Strategi Penulisan
Sintaksis	

Skrip	Pernyataan para pesohor yang melakukan hijrah ditampilkan secara lengkap, deskriptif, dan detail terkait alasan mereka memutuskan untuk berhijrah, apa yang melatar belakangi keputusan mereka berhijrah, bagaimana mereka memaknai jalan baru mereka “hijrah”. Apa yang mereka lakukan setelah memutuskan untuk berhijrah sebagai seorang pesohor atau selebriti yang lekat dengan dunia hingar- bingar. Pendapat para ahli pun ditampilkan dengan argument, data yang jelas dan kuat dalam menanggapi fenomena tersebut. Pihak kritis yang mengkritisi fenomena ini juga ditampilkan dengan porsi yang tidak terlalu banyak oleh Tempo sehingga memunculkan pandangan yang “sedikit” kontroversi.
Tematik	1. Para pesohor tanah air ramai- ramai memaklumkan diri melakukan “hijrah”, memilih hidup dengan menekuni ajaran Islam, menjadi pribadi yang taat dalam menjalankan agama, meninggalkan hingar- bingar dunia hiburan, dan merubah penampilan baru nan islami.

	2. Fenomena mendalami ajaran Islam (Hijrah), menciptakan peluang bisnis. 3. Fenomena “hijrah” bukan barang baru. Fenomena atau gejala sosial ini sudah muncul sejak 1970-an di tanah air semakin muncul ke permukaan karena banyak dilakukan para pesohor dan juga kemajuan media sosial.
Retoris	Penekanan melalui pemakaian infografis, foto yang menunjukkan perubahan para pesohor setelah memutuskan berhijrah dengan atribut atau simbol agama, dan pemilihan kata atau diksi yang dipakai pada <i>headline</i> dan <i>lead</i>.

Sumber: Diolah Peneliti

Tempo melalui majalah “Edisi Ramai- Ramai Hijrah” berusaha menjawab pertanyaannya sendiri pada sampul majalah yang isi pertanyaannya “Sejumlah pesohor dunia hiburan meninggalkan dunia gemerlap untuk menekuni agama. Transformasi spiritual atau marketisasi religi?” Hal tersebut kemudian **Tempo** bedah dalam beberapa berita pada majalah edisi “Ramai- Ramai Hijrah”. Berita pertama, “Jalan Baru Para Pesohor”, lebih menyoroti pada fenomena hijrah yang dilakukan oleh para pesohor Tanah Air, berupa pengalaman, latar belakang mereka, alasan mereka memutuskan untuk berhijrah, apa yang melatar belakangi keputusan

mereka berhijrah, bagaimana mereka memaknai jalan baru mereka “hijrah”. Apa yang mereka lakukan setelah memutuskan untuk berhijrah sebagai seorang pesohor atau selebriti yang lekat dengan dunia hingar- bingar. Juga alasan kenapa fenomena ini bisa menjadi populer. Kemudian pada berita kedua, yakni “Tablig Sunyi Sang Musikus” pun tak jauh berbeda dengan pemberitaan sebelumnya, hanya saja pada pemberitaan ini **Tempo** lebih memfokuskan pada cara berbeda yang dilakukan pesohor dalam jalan hijrahnya.

Pada pemberitaan ketiga, “Keran Rejeki Pemburu Rida Ilahi”, **Tempo** mulai menyoroti hubungan antara fenomena hijrah terhadap peluang bisnis yang muncul karena fenomena hijrah yang mulai populer dilakukan para pesohor atau selebriti. Pada pemberitaan ini juga **Tempo** mulai memunculkan beberapa ahli dan pelaku bisnis yang merasakan efek dari fenomena hijrah yang terjadi di Tanah Air maupun Global serta beberapa data yang memperkuat *framing* bahwa fenomena hijrah juga cukup menguntungkan dalam sektor ekonomi.

Pada pemberitaan keempat, “Mereka yang Duluan Bertobat” **Tempo** memframe berita terkait fenomena hijrah yang merupakan fenomena atau gejala sosial yang sudah ada sejak tahun 1970-an di Tanah Air. Pada tahun tersebut, beberapa selebriti juga sudah memaklumkan diri melakukan hijrah. Hanya saja pada pemberitaan ini **Tempo** menampilkan perbandingan rezim atau pemerintah dalam menyikapi fenomena hijrah yang terjadi. Baik itu

sikap, cara pandang pemerintah atau rezim terhadap gejala sosial atau fenomena tersebut. Pada pemberitaan kelima “Berubah Berjamaah”, **Tempo** berusaha mencangkup dan mem*framing* keseluruhan pemberitaan dalam edisi “Ramai- Ramai Hijrah”. Pada bagian ini, **Tempo** memunculkan gabungan data dari beberapa pemberitaan tersebut dalam beberapa infografis serta ilustrasi yang mencangkup juga merepresentasikan keseluruhan pemberitaan pada Edisi “Ramai- Ramai Hijrah”.



BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap pemberitaan Majalah Tempo Edisi 27 Mei- 2 Juni 2019 “Ramai- Ramai Hijrah” dengan menggunakan analisis framing model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki, mengenai pemberitaan Fenomena Hijrah. Didapati kesimpulan :

Tempo melalui majalah “Edisi Ramai- Ramai Hijrah” berusaha menjawab pertanyaannya sendiri pada sampul majalah, yang isi pertanyaannya “Sejumlah pesohor dunia hiburan meninggalkan dunia gemerlap untuk menekuni agama. “Transformasi spiritual atau marketisasi religi?” Hal tersebut kemudian **Tempo** bedah dalam beberapa berita pada majalah edisi “Ramai- Ramai Hijrah”. Sebagai media yang cukup kritis semasa berdirinya hingga saat ini dan mempunyai misi menghasilkan produk yang independen dan bebas dari segala tekanan dengan menampung dan menyalurkan secara adil suara yang berbeda- beda, hal tersebut pula yang **Tempo** terapkan pada majalah Edisi Ramai- Ramai Hijrah yang berusaha menjawab pertanyaan yang **Tempo** garis bawahi “Transformasi spiritual atau marketisasi religi?”. Di majalah ini, **Tempo** mencoba menghadirkan *framing* bahwasanya fenomena hijrah yang dilakukan oleh para pesohor mau tak mau menciptakan peluang bisnis, memunculkan keuntungan- keuntungan tertentu, juga melahirkan kebutuhan- kebutuhan baru pada masyarakat. Hal

tersebut **Tempo** bahas dalam beberapa berita pada edisi ini dengan tetap berpegang pada misi dan visi, menampung dan menyalurkan suara, pendapat, serta pernyataan yang berbeda-beda dari berbagai pihak. Menurut peneliti, **Tempo** berusaha menggiring pembaca atau khalayak pada sajian data dan fakta yang **Tempo** hadirkan terkait fenomena hijrah agar pembaca, publik atau khalayak mampu mencerna, menyimpulkan sendiri persepsi mereka terhadap fenomena ini.

Pada edisi “Ramai- Ramai Hijrah” ini pula, Tempo lebih banyak memberikan ruang untuk para pesohor atau selebriti hijrah dalam mengemukakan pengalamannya, pendapatnya tentang bagaimana mereka akhirnya memutuskan untuk berhijrah, apa yang melatarbelakangi para pesohor atau selebriti- selebriti pada pemberitaan ini berhijrah, serta keuntungan- keuntungan yang justru mereka dapatkan setelah meninggalkan gemerlap dan hingar- bingar dunia yang selama ini mereka jalani.

B. Saran

Menghasilkan majalah yang kritis memang perlu konsistensi yang cukup apik dari perusahaan media sendiri, keredaksian, maupun pekerja media atau wartawan di media tersebut. Kekritisan suatu perusahaan media terkait produk- produk yang mereka hasilkan pun menurut saya sebagai peneliti sangat perlu, namun tentu saja hal tersebut perlu didukung dengan

fakta dan data yang kredibel dan dapat dipertanggung jawabkan. Selama ini peneliti sebagai pembaca Tempo pun merasa media ini kerap kali berhasil memproduksi pemberitaan yang cukup membuat pro dan kontra di masyarakat. Semoga saja Tempo selalu konsisten dengan kekritisannya yang didukung fakta serta data yang kredibel dan dapat dipertanggung jawabkan.



DAFTAR PUSTAKA

Arsip

Dokumen arsip Tempo

Buku-Buku dan Artikel

Bungin, Burhan, *Metodelogi Peneltian Sosial: Format-format Kuantitatif dan Kualitatif*, Surabaya: Airlangga University Press, 2001.

Dudung, Abdurrahman, *Pengantar Metode Penelitian*, Yogyakarta: Kurnia Kalam Semesta, 2003.

Eriyanto, *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*, Yogyakarta: LKis, 2011.

----- *Analisis Wacana: Pengantar Analisi Teks Media*, Yogyakarta: LKiS, 2012.

Fathoni, Abdurrahman, *Metodelogi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, Jakarta: Rineka Citpta, 2003.

Sejuk, *Mewartakan Agama*, Jakarta: Penerbit Sejuk, 2006.

Skripsi

Farid Mahari P, Eko *Pembingkiaan Berita Muktamar Nahdlatul Ulama Ke-32 di Makasar (Studi Analisis Framing Berita Muktamar NU ke-32 di Makasar pada Koran Jawa Pos dan Kompas)*, Skripsi, Surabaya: UPN Veteran, 2010.

Nurmalia, Iin, *Habib Rizieq Di Mata Media (Analisis Framing Pemberitaan Kasus yang Melibatkan Habib Rizieq dari Penodaan Pancasila sampai*

Dugaan Penyerobotan Tanah di Media Indoneisa dan Republika Edisi Januari 2017), Skripsi, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2018.

Amrullah, Fariz, *Analisis Framing Pemberitaan Muslim Cyber Army (MCA) di Surat Kabar (SKH) Kompas dan Republika Edisi Bulan Februari Maret 2018*, Skripsi, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2018.

Khafidhin, Muhammad, *Framing Kasus Ahok Tentang Penistaan Agama (Analisis Terhadap Berita Kompas Edisi 5-17 Novermber 2016)*, Skripsi, Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga, 2017.

Surat Kabar

Majalah Tempo Edisi 27 Mei-2 Juni 2019 Edisi Ramai- Ramai Hijrah

Gabriel, Aminnudin, Shinta, Syaifullah, Jalan Baru Para Pesohor, *Tempo Edisi Ramai-Ramai Hijrah* (27 Mei- 2 Juni 2019), hal.33-36.

Mustafa, Iqbal, Syaifullah, Tablig Sunyi Sang Musikus, *Tempo Edisi Ramai-Ramai Hijrah* (27 Mei- 2 Juni 2019), hal.37.

Alfiyah, Aminnudin, Syaifullah, Keran Rezeki Para Pemburu Rida Ilahi, *Tempo Edisi Ramai- Ramai Hijrah*, (27 Mei- 2 Juni 2019), hal.38-39.

Reza Maulana, Mereka yang Duluan Bertobat, *Tempo Edisi Ramai- Ramai Hijrah*, (27 Mei- 2 Juni 2019), hal.40

Angelina Anjar, Berubah Berjamaah, *Tempo Edisi Ramai- Ramai Hijrah*, (27 Mei- 2 Juni 2019) hlm. 42-43.

Internet

<https://tempo-institute.org/berita/fungsi-media-massa>, Diakses pada 14 November 2020, pukul 20.00.

<https://doi.org/10.21043/fikrah.v4i1.161>, Diakses pada 15 November 2020, pukul 11.12.

<https://www.tempo.id>, Diakses pada 26 November 2020, pukul 10.34.

<https://id.m.wikipedia.org/wiki/keran>, Diakses pada 21 Desember 2020, pukul 13.59.

<https://www.ilmusaudara.com/2017/07/pengertian-rezeki-dan-jalur-jalur-rezki.html>, Diakses pada 21 Desember 2020, pukul 14.11.

<http://eprints.upnjatim.ac.id/2270/1/cvr-bab1.pdf> , diakses pada 17 November 2020.

<http://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/31361>, diakses pada 17 November 2020.

