

KONSTRUKSI IDENTITAS ISLAM MODERN DALAM AKUN TIKTOK

@ANASAMIII



SKRIPSI

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

Disusun Oleh:

M. Faris Nauval. R

NIM 20102010022

Pembimbing:

Seiren Ikhtiara M. A

NIP 199106112019032027

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2024

HALAMAN PENGESAHAN



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-1261/Un.02/DD/PP.00.9/08/2024

Tugas Akhir dengan judul : KONSTRUKSI IDENTITAS ISLAM MODERN DALAM AKUN TIKTOK @ANASAMIII

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : M. FARIS NAUVAL R
Nomor Induk Mahasiswa : 20102010022
Telah diujikan pada : Rabu, 03 Juli 2024
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

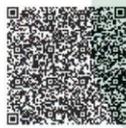
dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang
Seiren Ikhtiar, M.A.
SIGNED

Valid ID: 66bd95e6d9a13



Penguji I
Dr. Mohammad Zamroni, S.Sos.I.,M.Si
SIGNED

Valid ID: 66bc408383899



Penguji II
Muhamad Lutfi Habibi, M.A.
SIGNED

Valid ID: 66e2d0512d620



Yogyakarta, 03 Juli 2024
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.
SIGNED

Valid ID: 66bef6b4dc427

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Yogyakarta 5581

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:
Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
di Yogyakarta

Assalamualaikum Wr. Wb

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

Nama : M. Faris Nauval. R
NIM : 20102010022
Judul Skripsi : Konstruksi Identitas Islam Modern dalam Akun TikTok @anasamiii

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Strata satu dalam bidang sosial.

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

Wassalamualaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 06 Juni 2024

Mengetahui,

Pembimbing Skripsi

Ketua Jurusan

Seiren Ikhtiar M.A
NIP 19910611 201903 2 027

Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos., M.Si.
NIP 19840307 201101 1 013

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : M. Faris Nauval. R
NIM : 20102010022
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul “ **Konstruksi Identitas Islam Modern dalam Akun TikTok @anasamiii**” adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Demikian surat pertanyaan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 6 Juni 2024

Yang menyatakan,



M.Faris Nauval. R
NIM 20102010022

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur, mengharap ridho, dan kasih sayang Allah SWT., saya persembahkan skripsi ini kepada orang tua, saudara, dan keluarga yang memberikan dukungan baik secara material maupun immaterial.



MOTTO

There's a saying out here that every man has three hearts. One in his mouths for the world to know. Another in his chest just for his friends. And a secret heart buried deep where no one can find it. This is a heart a man must keep hidden if he want to survive.

Vasco Rodrigues (Shogun-2024)



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah *rabbil'alamuin*. Segala puji serta syukur atas kehadiran Allah SWT., berkat limpahan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya yang telah diberikan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Konstruksi Identitas Islam Modern dalam Akun TikTok @anasamiii” dengan baik. Shalawat serta salam kita persembahkan kepada ikutan kita Muhammad Rasulullah SAW yang telah mengeluarkan umat-Nya dari kegelapan kepada yang terang benderang. Sejalan dengan rasa syukur tersebut, skripsi ini diajukan dan ditulis sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi oleh mahasiswa dalam memperoleh gelar Sarjana.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, tentu tidak terlepas dari bimbingan, arahan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuannya dalam menyelesaikan penelitian skripsi ini. Melalui kesempatan yang baik ini, dengan segenap kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Bapak Prof. Noorhaidi, M.A., M.Phil., Ph.D
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Ibu Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.
3. Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Bapak Nanang Mizwar hasyim, S.Sos., M.Si.

4. Dosen Pembimbing Skripsi, Ibu Seiren Ikhtiara M. A. yang memberikan upaya, tenaga, dan waktunya yang selalu mengingatkan serta memberikan motivasi penulis untuk mengerjakan skripsi sehingga dapat selesai dengan baik.
5. Dosen Penasihat Akademik, Bapak Dr. Mohammad Zamroni, S.Sos.I.,M.Si
6. Seluruh Bapak/ Ibu dosen Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah membagikan pengalaman, nasihat, dan ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan.
7. Teristimewa untuk kedua orang tua, Bapak Riswan dan Ibu Aminatul Jannah. Terima kasih telah melahirkan, membesarkan, merawat, membantu, membimbing, mendidik, memotivasi, dan mendoakan peneliti sampai di titik ini. Terima kasih selalu bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk peneliti dalam rangkaian proses berjalannya skripsi ini. Maka dari itu, penulis persembahkan Gelar Sarjana ini untuk Kalian
8. Kepada Adik tertua peneniti, Ananda Fitriana. Terima kasih atas segala bentuk upaya, dukungan, doa, dan menjadi teman berbagi peneliti untuk membahas berbagai issue viral yang sedang terjadi.
9. Kepada Adik peneliti, Anisa Ulin Nuha, Nisrina Khoirun Nuha, dan Aulia Zizi Azizah. Terima kasih atas segala bentuk upaya, dukungan, dan doanya kepada penulis hingga saat ini.
10. Kepada keluarga Ichsan Waskita dan Keluarga Uti Ipung. Terima kasih atas segala *support* dan semangat yang diberikan kepada keponakan dan cucu, serta tak lupa pula terima kasih karena kerap memberikan bantuannya baik material maupun non-material.

11. Keluarga besar penulis tanpa terkecuali yang telah memberikan bantuan, dan dukungannya dalam bentuk apa pun, beserta segala doanya kepada penulis sampai sekarang ini.
12. Kepada Himmatul Ahsana yang telah meluangkan waktu dan upayanya dalam membantu peneliti. Terima kasih telah bersedia membagi pengalaman dan perspektif yang menarik selama proses wawancara sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini.
13. Teman dekat sejak memasuki perkuliahan, Jadid Ilham, Usthum Meila Darul, Nazihah Almas Atiqoh, dan M. Reza Ritonga. Terima kasih yang telah memberikan waktu, pikiran, tenaga, dan dukungan moral kepada peneliti selama berada di Yogyakarta. *Honorable mentions* kepada Usthum Meila Darul menjadi teman seperjuangan skripsi.
14. Seluruh rekan megang Brilio.net terkhusus Slay Corp, Bagas Anandias, Fatra Wahyu Rofi, dan Usthum Meila Darul. Terima kasih menjadi teman seperjuangan megang peneliti untuk berbagi ilmu dan saling berkembang terkait ilmu *broadcasting* semasa masa megang.
15. Sunan Kalijaga Televisi dan teman Kabinet Istimewa Bagas, Jadid, Nopal, Novi, Esti, Kiki, Nurma, dan nama-nama yang tidak disebutkan. Terima kasih banyak atas pengalaman dan pembelajaran organisasi yang sangat luar biasa yang tidak bisa peneliti dapatkan di bangku perkuliahan.
16. Teman semasa KKN 111 Sukorembug dan warga Sidomulyo yang meski hanya dengan pertemuan yang singkat, namun mampu memberikan banyak pembelajaran dan pengalaman yang begitu berharga bagi peneliti.

17. Seluruh teman-teman seperjuangan KPI 2020 yang selalu mewarnai dalam susah dan senang selama berada di bangku perkuliahan.
18. Anisah Rahmani, wanita yang bertemu peneliti secara tidak sengaja dan membuat cerita. Terima kasih sudah memberikan segala dukungannya dalam berbagai bentuk selama penulisan skripsi ini berlangsung. Saya ucapkan terima kasih.
19. *Last but not least, I wanna thank me. I wanna thank me for believing in me. I wanna thank me for doing all this hard work. I wanna thank me for having no days off. I wanna thank me for, for never quitting. I wanna thank me for always being a giver and tryna give more than I receive.*

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diperlukan demi perbaikan skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembacanya.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 5 Juni 2024

M. Faris Nauval. R
NIM 20102010022

ABSTRAK

M. Faris Nauval. R (20102010022), Konstruksi Identitas Islam Modern dalam Akun TikTok @anasmiii, Skripsi, Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Pemberitaan media tentang Islam mengalami pembiasan karena kepentingan media, hal itu yang menyebabkan identitas Islam dalam media menjadi intoleran, terorisme, dan radikal. konstruksi identitas Islam tidak hanya dilakukan oleh media, tetapi juga influencer. influencer memiliki pengaruh terhadap opini publik, salah satunya adalah akun TikTok @anasmiii. Dengan persoalan tersebut, tujuan penulis adalah untuk mengetahui konstruksi identitas Islam modern dalam akun @anasmiii penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif deskriptif, yang menggunakan metode analisis semiotika M.A.K Halliday serta teori Konstruksi Sosial Peter L. Berger dan Thomas Luckman. Melalui teori ini peneliti menelaah konstruksi realitas konten video akun TikTok @anasmiii. sumber data dalam penelitian ini diperoleh secara langsung melalui observasi dan dokumentasi video TikTok @anasmiii. Peneliti menggunakan teknik purposive sampling. Konstruksi identitas Islam modern dalam akun TikTok @anasmiii terjadi melalui tiga tahap, yaitu eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Pada tahap eksternalisasi terjadi ketika Himma melakukan penyesuaian terhadap persoalan kontemporer Islam. Tahap objektivasi terjadi melalui dialektika yang bermajas dan pendapat para pelibat wacana. Sedangkan tahap internalisasi merupakan penyerapan Himma mengenai Islam dan pemahaman penonton yang tertuang dalam kolom komentarnya penyampaian nilai-nilai Islam dalam akun @anasmiii. Gaya komunikasi yang ditampilkan menggunakan gaya sederhana dan ramah untuk menyampaikan pesan agama. hal ini membuat Identitas Islam Himma berbeda dengan Identitas yang ditampilkan media lain

Kata Kunci: Identitas Islam Modern, Semiotika Sosial, Konstruksi Sosial

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRACT

M. Faris Nauval. R (20102010022), Modern Islamic Identity Construction in TikTok Account @anasamiii, Thesis, Yogyakarta: Faculty of Da'wah and Communication Sunan Kalijaga State Islamic University Yogyakarta

Media coverage of Islam is undermined by the interests of the media, which causes Islamic identity in the media to become intolerant, terrorist, and radical. Islamic identity construction is not only carried out by the media, but also influencers. Influencers have influence over public opinion, one of which is TikTok @anasamiii account. With this question, the author's aim is to find out the construction of modern Islamic identity in the account of the research using descriptive qualitative methodology, which uses the method of M.A.K Halliday's semiotic analysis as well as the theory of social construction of Peter L. Berger and Thomas Luckman. Through this theory, the researchers explored the construction of reality video contents of TikTok accounts @anasamiii. The researchers used purposive sampling techniques. The construction of modern Islamic identity in the TikTok @anasamiii account takes place through three stages, namely externalization, objectification, and internalization. In the phase of externalization occurs when Himma makes adjustments to contemporary Islamic issues. The stage of objectivation takes place through dialectics and opinions of discourse followers. Whereas the stage of internalization is the absorption of Himma about Islam and the understanding of the audience that is focused in the comment column of the submission of Islamic values in the account @anasamiii. The style of communication displayed uses a simple and friendly style to convey religious messages. This makes Himma's Islamic Identity different from the Identity displayed in other media.

Keywords: Modern Islamic Identity, Social Semiotics, Social Construction

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I: PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan	7
D. Kegunaan Peneletian.....	7
E. Kajian Pustaka.....	8
F. Kerangka Teori.....	13
G. Metode Penelitian.....	42
H. Sistematika Penulisan	55
BAB II: GAMBARAN UMUM	57
A. TikTok.....	57
B. Profil Himmatul Ahsana	64
C. Akun TikTok @anasamiii.....	70
D. Konten Identitas Islam @anasamiii	73
BAB III: HASIL DAN PEMBAHASAN	85
A. Analisis Makna dalam Teks Konten Video Reminder @anasamiii.....	85
B. Analisis Konstruksi Identitas Islam Modern dalam Akun @anasamiii.....	135
BAB IV: PENUTUP	155

A. Kesimpulan	155
B. Saran.....	158
DAFTAR PUSTAKA	160
LAMPIRAN-LAMPIRAN	165



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1: Komponen Analisis Semiotika Sosial M. A. K Halliday.....	54
Tabel 3.1: Data Konten 1	73
Tabel 3.2: Data Konten 2	78
Tabel 3.3: Data Konten 3	83
Tabel 3.4: Data Konten 4	89
Tabel 3.5: Data Konten 5	93
Tabel 3.6: Data Konten 6	98
Tabel 3.7: Data Konten 7	102
Tabel 3.8: Data Konten 8	108
Tabel 3.9: Data Konten 9	116



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1: 10 Media Sosial dengan Waktu Pemakaian Terlama 2023.....	3
Gambar 1.2: Konten A Daily In My Life dan interaktif komentar	4
Gambar 1.3: Struktur Analisis Semiotika M.A.K Halliday	50
Gambar 2.1: Profil Akun TikTok @anasamiii.....	58
Gambar 2.2: Contoh Konten Akun TiTok @anasamiii	59
Gambar 2.3: Konten Video “Jadi Mahasiswa itu Susah!!!”	63
Gambar 2.4: Konten Video “Tingkatan Malu Perempuan”	64
Gambar 2.5: Konten Video “kl nonton bl sama aja dosa juga kan??”	65
Gambar 2.6: Konten Video “JANGAN DIAM #istandwithpalastine”	66
Gambar 2.7: Konten Video “Bolehkah Menyebut Nama Seseorang dalam Doa Kita?”	67
Gambar 2.8: Konten Video “Kenapa ya nggak ada yang dekatan aku”	68
Gambar 2.9: Konten Video “Cemas Akan masa Depan”	69
Gambar 2.10: Konten Video “Apa Batas Wajar Iman Naik Turun”	70
Gambar 2.11: Konten Video “Konser Hindia Viral”	71

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Islam dan media selalu diibaratkan pisau bermata dua. Kebanyakan media membingkai Islam dengan kaca mata negatif. Berbagai peristiwa yang menyebabkan media membungkus realitas Islam dengan citra intoleran, radikal, dan terorisme ini kepada audiens. Pemberitaan yang dilakukan oleh CNN yang mana merangkai sedemikian rupa untuk mempengaruhi audiens bahwa Islam adalah agama penuh teror karena terorisme (ISIS) dan Islam berasal dari induk yang sama.¹ Adapun aktivitas radikal yang dibungkus dengan sarkastik oleh akun halaman Facebook *Everybody Draw Mohammed Day*. Halaman ini memuat berbagai propaganda yang membangun identitas Islam melalui postingan. Banyak dari postingan pada akun ini menggambarkan sosok Muhammad sebagai seorang pedofil. Yang mana diketahui Nabi Muhammad adalah sosok mulia bagi agama Islam. Gambaran Islam intoleransi yang berada di media sosial menyangkut penolakan pembangunan gereja oleh kaum Muslim di suatu daerah. Akun TikTok @bangojol542 yang mengunggah video penolakan pembangunan gereja di daerah Cilegon dengan mengatasnamakan Muslim.

Sorotan berbagai media terhadap Islam menimbulkan sebuah realitas sosial, bahwa Islam merupakan ajaran intoleran, terorisme, dan radikal. Dengan

¹ Astinana Yuliarti, Muhammad Tahir Kasnawi, dan Hafied Cangara, "ISIS dan Stigma Islamofobia Framing Tentang Konstruksi Pemberitaan ISIS dalam Media Online," *KAREBA : Jurnal Ilmu Komunikasi* 6, no. 2 (25 Desember 2017): hlm. 289–290, <https://doi.org/10.31947/kjik.v6i2.5329>.

membawakan realitas seperti itu, audiens dapat menilai buruk terhadap Islam. Media dapat membentuk realitas secara sistematis, prosedural dan perencanaan yang matang. Media membentuk realitas identitas Islam dengan semiotika visual masyarakat Arab. Persepsi audiens ketika melihat Islam sebagai seseorang yang memakai jilbab dan niqab, memakai gamis, berjanggut, fasih bahasa Arab, besorban, cenderung berwarna putih atau hijau. Hal ini tanpa sebab, karena setiap pemberitaan mengenai intoleransi, radikalisme, dan terorisme yang menyangkut Islam, oknum-oknum tersangka selalu berpenampilan seperti itu di media. Jika stigma-stigma seperti ini menjadi agenda masyarakat, maka munculah ketakutan terhadap Islam atau Islamofobia. Islamofobia terjadi dikarenakan media melakukan bentuk propaganda seperti *name calling*, *card stacking*, dan *testimonial*. Hasilnya adalah terciptanya *mindset* audiens terhadap Arab dan Muslim.²

Fenomena digitalisasi yang terjadi di masyarakat adalah penggunaan internet sebagai media komunikasi dan informasi. Salah satu kegunaan internet adalah pintu akses menuju media sosial. Pada tahun 2023 jumlah pengguna media sosial mencapai 4,76 miliar pengguna aktif di seluruh dunia, jumlah pengguna media sosial bertambah 137 juta pengguna baru.³ Sedangkan pengguna media sosial di Indonesia berada di angka 167 juta pengguna yang tidak hanya menggunakan satu jenis media sosial saja. Terbalik dengan media massa seperti televisi yang mengalami penurunan kepercayaan. Dilansir oleh

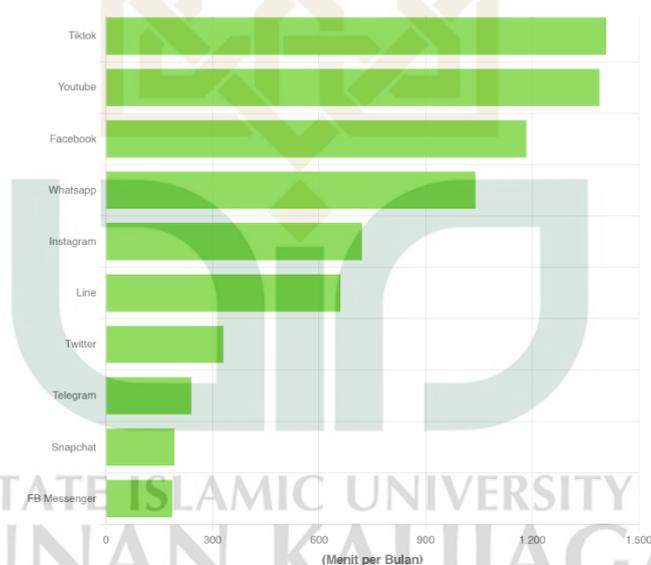
² Yuliarti, Kasnawi, dan Cangara, hlm. 287.

³ GoodStats Data, "Menilik Jumlah Pengguna Media Sosial 2013-2023," GoodStats Data, <https://data.goodstats.id/statistic/agneszeanyayonatan/menilik-jumlah-pengguna-media-sosial-2013-2023-WR7bg>, diakses 18 Oktober 2023.

GoodStats, bahwa masyarakat Indonesia menduduki peringkat ke-lima se-Asia dengan persentase 36% dengan tingkat kepercayaan terhadap media massa.⁴ Hal ini dikarenakan masyarakat merasa media massa tidak netral dalam menyampaikan berita. Salah satu media sosial yang banyak masyarakat gunakan adalah TikTok.

Data yang dilansir oleh *Goodstats* menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi TikTok merupakan yang tertinggi berdasarkan waktu pemakaian dari aplikasi media sosial lainnya. Pengguna aplikasi TikTok menghabiskan sekitar

Gambar 1.1: 10 Media Sosial dengan Waktu Pemakaian Terlama 2023



Sumber: <https://data.goodstats.id>

28 jam 23 menit atau 1.408 menit perbulannya.⁵ Keunikan TikTok dari algoritma yang berbeda dengan media sosial lainnya, algoritma TikTok ditentukan oleh *For Your Page*, jadi antara pengguna akan berbeda *fyp*-nya

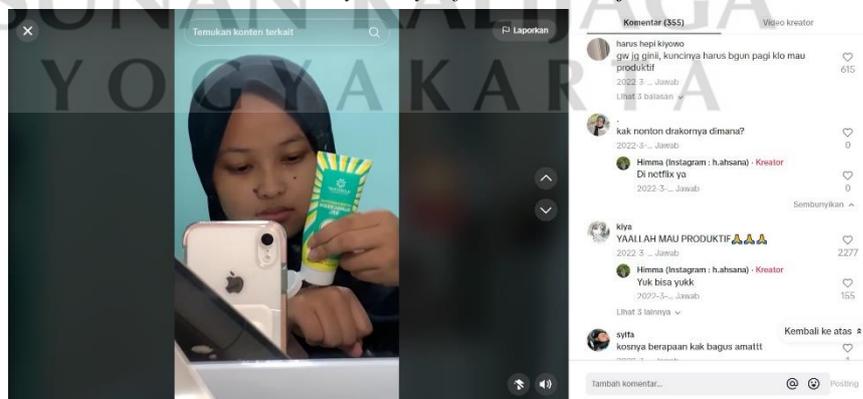
⁴ GoodStats Data, “7 Negara Asia Yang paling Percaya Media,” GoodStats Data, <https://data.goodstats.id/statistic/elmaarmavillia/7-negara-asia-yang-paling-percaya-media-wX2LU>, diakses 18 Oktober 2023.

⁵ GoodStats Data, “10 Media Sosial dengan Waktu Pemakaian Terlama 2023,” GoodStats Data, <https://data.goodstats.id/statistic/agneszefanyayonatan/10-media-sosial-dengan-waktu-pemakaian-terlama-2023-U9VQ8>, diakses 18 Oktober 2023.

dengan pengguna lainnya. Dengan begitu setiap pengguna TikTok berpotensi video mereka menjadi *fyp*. Dengan begitu, mereka berkesempatan menjadi *influencer* atau penentu tren dalam kategori konten tertentu.

Pada saat opini publik tidak hanya dapat dibentuk oleh media, faktor lain yang dapat membentuk opini publik adalah *influencer*. Beberapa *influencer* mengidentifikasi identitas Islam kepada publik melalui media sosial dengan cara berdakwah. Salah satunya adalah *influencer* @anasamiii menyebarkan dakwah dalam konteks video *reminder* yang mengkaji akhlak atau aqidah yang diimplementasikan ke dalam kehidupan sehari-hari. Akun @anasamiii mempresentasikan dirinya sebagai remaja Muslim yang selalu belajar tentang berbagai hal di dalam Islam dan membagikan ilmu kepada audiens. Dengan pembawaan dengan gaya anak muda akun ini menargetkan anak muda yang sedang mencari identitas keagamaan di dalam dirinya. Akun @anasamiii memiliki 199 ribu lebih pengikut di TikTok dengan rata-rata jumlah tayang di atas seribu kali tayang sampai tulisan ini dibuat. Akun ini menampilkan hal-hal yang kerap dialami oleh berbagai Muslimah dalam keseharian, ini menunjukkan

Gambar 1.2: Konten *A Day In My Life* dan interaktif komentar



Sumber: <https://www.tiktok.com/@anasamiii>

bahwa kreator akun ingin menunjukkan bahwa dirinya yang ada di dalam video merupakan gambaran sama yang dialami oleh Muslimah di luar sana.⁶ Nuansa Islam di setiap video dalam akun @anasamiii merupakan objek konten dan ciri khas dari akun tersebut. Narasi di dalam setiap videonya yang santai dan mudah dimengerti dengan baik menjadi nilai tambah akun ini mendapat perhatian yang lebih dari pengikutnya. Fokus pada akun ini adalah opini yang disampaikan oleh @anasamiii melalui gaya bahasa anak muda. Gaya bahasa yang dipakai @anasamiii dalam videonya memiliki banyak cara penyampaian, ada yang tereksplisit dan ada yang implisit. Hal tersebut membuat *creator* pada akun ini memiliki keunikan dalam penyampaiannya.

Berbeda dengan @anasamiii, ada beberapa akun TikTok yang menunjukkan konten Islam seperti @kadamsidik00, @syam_elmarusy, dan @syakirdaulayreal yang masing masing memiliki 6 juta, 3,6 juta, dan 1,5 juta followers ketiga dari *influencer* tersebut merupakan laki-laki. Jika orang awam melihat secara sekilas, seseorang akan kesulitan untuk mengidentifikasi ketiga tokoh tersebut tanpa melihat isi kontennya. Karena pada tampilan luarnya laki-laki jarang menggunakan sesuatu yang beridentitaskan Islam. Masing-masing akun memiliki substansi yang tidak mendalam terkait identitas Islam. Akun @kadamsidik00 memiliki konten dakwah yang merespon hal yang viral yang ada di TikTok. Contohnya adalah konten video yang membahas Pilpres 2024, mengomentari video *creator* lain, K-pop dan sebagainya dalam pembahasan

⁶ Himma @anasamiii, "A day in My Life Himma," Video, TikTok, 10 Maret 2022, <https://www.tiktok.com/@anasamiii>.

islam. Kontennya @syam_elmarusy memuat kehidupan keluarganya dan kontennya @syakirdaulayreal menampilkan dirinya dengan keislaman tapi tidak semua videonya dikaitkan dengan Islam, contohnya adalah video sketsa komedi. Dengan memiliki jumlah pengikut yang banyak, *influencer* cenderung membranding diri mereka menjadi *good influencer*, yaitu membranding citra diri sebaik dan sesempurna di mata publik/audiens.⁷ Hal ini dilakukan oleh ketiga tokoh tersebut karena mereka memiliki jumlah *follower* yang banyak. Mereka yang mengalami fenomena tersebut sulit merepresentasikan sesuatu dan melakukan pencitraan terhadap dirinya.

Menanggapi fenomena di atas yang terjadi tentang konstruksi media mengenai identitas Islam. Media lain menggambarkan Islam sebagai ajaran kebencian dan kekerasan. Ini berbeda dengan bagaimana dengan tujuan Islam sebagai ajaran kebenaran yang langsung turun dari Allah. Maka dari itu, urgensi penelitian ini untuk mengetahui identitas Islam seperti apa yang akan dibawakan oleh akun TikTok @anasamiii. Akun tersebut merupakan akun individual, jadi identitas Islam modern sebagai seorang Muslim dapat kita lihat dari narasi dan visual yang dibangun oleh @anasamiii dalam beberapa videonya. Penelitian ini juga bertujuan mengetahui bagaimana @anasamiii melakukan konstruksi terhadap identitas Islam modern di media sosial? Maka peneliti tertarik untuk meneliti “Konstruksi identitas Islam modern dalam akun

⁷ MuthiaFebrianti Satari Atmadiwangsa dan Neni Yulianita, “Konstruksi Citra Diri melalui Media Sosial Instagram,” *Bandung Conference Series: Public Relations* 2, no. 1 (20 Januari 2022): hlm. 255, <https://doi.org/10.29313/bcspr.v2i1.747>.

@anasamiii” dengan menggunakan metode analisis semiotika sosial M.A.K Halliday

B. Pokok Masalah dan Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan pokok permasalahan yaitu identitas Islam modern yang ada didalam akun @anasamiiii. Dari pokok permasalahan itu dapat diuraikan pertanyaan penelitian, yaitu

1. Bagaimana makna video (teks narasi) yang terdapat pada konten video *reminder @anasamiii*?
2. Bagaimana konstruksi identitas Islam modern dalam akun @anasamiii?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang peneliti rangkai, adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, yaitu

1. Untuk mengetahui makna yang terdapat pada narasi video *reminder @anasamiii*
2. Untuk mengetahui konstruksi identitas Islam modern dalam akun @anasamiii

D. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas dapat diharapkan bahwa penelitian ini memberi kegunaan:

1. Kegunaan teoritis

- a. Secara teoritis, diharapkan mampu menambah referensi keilmuan bagi civitas akademika program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam
- b. Mampu menambah pengetahuan dan mengembangkan ilmu khususnya yang berkaitan dengan pemaknaan identitas Islam

2. Kegunaan praktis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan masyarakat dalam memandang Islam sebagai agama yang tidak seperti yang diperlihatkan media luar.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan generasi muda dalam membentuk identitas Islam sesuai dengan gaya mereka dan tidak melenceng dari syariat Islam.

E. Kajian Pustaka

Kajian pustaka tentunya tidak terlepas dalam penelitian ini. Guna kajian pustaka sebagai bahan rujukan peneliti atas penelitian yang telah dilakukan terlebih dahulu. Peneliti mengambil rujukan berdasarkan tema yang menyangkut topik bahasan teliti. Dengan demikian, dilakukan peninjauan terhadap beberapa kajian, serta referensi yang dipaparkan sebagai berikut:

Pertama, artikel jurnal penelitian yang dilakukan oleh Muthia Febrianti Satari Atmadiwangsa dan Neni Yulianita (2022) yang berjudul “Konstruksi Citra Diri melalui Media Sosial Instagram”.⁸ Penelitian ini bertujuan mencari

⁸ Atmadiwangsa dan Yulianita, “Konstruksi Citra Diri melalui Media Sosial Instagram.”

konstruksi citra diri yang diuraikan dalam akun media sosial Instagram @dindamaulinaaa. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus dengan tujuan menyelidiki secara intensif suatu individu. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mempertahankan citra diri yang positif penting bagi selebriti Instagram karena mempengaruhi kesan pengikut mereka. Dinda Maulina membangun citra dirinya dengan mempertahankan etika dalam menanggapi komentar, menyajikan foto profesional, berpakaian sederhana, dan memiliki pengaruh positif. Proses membangun citra dirinya adalah alami dan bertujuan untuk mempertahankan kredibilitas di depan pengikutnya.

Kedua adalah karya penelitian, yaitu artikel jurnal karya Astinana Yuliarti, M. Tahir Kasnawi dan Hafied Cangara (2017) dengan judul “ISIS dan Stigma Islamophobia (Framing Tentang Konstruksi Pemberitaan ISIS dalam Media Online)”.⁹ Penelitian ini membahas tentang media online CNN.com, Al Jazeera.com, Kompas.com, dan Republika.co.id dalam membawakan pemberitaan ISIS. Tujuan dari penelitian ini adalah meneliti bagaimana media membingkai pemberitaan terkait ISIS dalam membentuk Islamofobia dalam masyarakat. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode analisis framing model Zhandong dan Gerald Kosicki. Hasil penelitian ini menunjukkan menunjukkan bahwa media online seperti Al Jazeera.com, CNN.com, Kompas.com, dan Republika.co.id telah mengkonstruksi berita

⁹ Yuliarti, Kasnawi, dan Cangara, “ISIS dan Stigma Islamofobia Framing Tentang Konstruksi Pemberitaan ISIS dalam Media Online.”

ISIS, yang membantu membentuk stigma Islamofobia (Anti-Muslim) di masyarakat. CNN.com, sebuah media barat, jelas banyak memposting tentang ISIS.

Melihat struktur sintaksis dan retorik media ini, jelas bahwa pemberitaan antara Muslim dan non-Muslim diutamakan. Al Jazeera menggunakan kaca mata normatif saat menyampaikan berita tentang ISIS. Bagaimana berita yang mengaitkan Islam dan ISIS memengaruhi Muslim, sementara media lokal Kompas.com menyajikan berita secara berimbang, meskipun artikel yang dimuat di portal tersebut tetap mengandung opini. Namun, situs web Republika.co.id secara terang-terangan menyampaikan berita yang anti-Amerika dan Barat.

Ketiga adalah penelitian dari Agus Satmoko Adi dan Iman Pasu Marganda Hadiarto Purba dengan judul jurnal “Identitas Agama Islam Yang Moderat di Indonesia Sebagai Bagian Dari Penguatan Identitas Nasional” tahun 2020.¹⁰ Penelitian ini membahas tentang organisasi masyarakat bercorak agama yang hadir di Indonesia seperti NU dan Muhammadiyah membentuk penguatan Identitas Nasional. Tujuan dari penelitian sebagai pembuktian identitas Islam di Indonesia dalam hal ini direpresentasikan oleh NU dan Muhammadiyah merupakan unsur yang penting dalam pembentukan Identitas Nasional. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan desain studi kasus untuk melihat fenomena yang terjadi. Hasil penelitian ini

¹⁰ Agus Satmoko Adi, “Identitas Agama Islam Yang Moderat di Indonesia Sebagai Bagian dari Penguatan Identitas Nasional,” *JCMS* 5, no. 02 (2020): hlm. 1–5.

bahwa NU dan Muhammadiyah sebagai identitas Islam telah memajukan demokrasi dan perdamaian di Indonesia. Ini mungkin dilakukan karena kedua organisasi tersebut moderat dan telah berdiri jauh sebelum Indonesia merdeka. Pada akhirnya, organisasi-organisasi ini akan menjadi identitas, karakter, dan personifikasi Islam Indonesia. Karena penyemaian dan penguatan Islam moderat melalui jalur pendidikan, baik formal maupun non formal, pemerintah dan lembaga swadaya masyarakat telah membantu mempertahankan karakter moderat Islam di Indonesia hingga saat ini.

Keempat adalah penelitian karya Jade Zuriet, Svetlana Lyausheva dengan judul *“Muslim identity in the conceptual field of modern religious studies”*¹¹ tahun 2019. Penelitian ini membahas konsep identitas Muslim dalam kajian studi agama modern. Pada penelitian ini bertujuan untuk menjustifikasi perlunya pendekatan terpadu terhadap konsep identitas Muslim dalam kajian studi agama modern. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif karena ingin melihat konsep dari identitas Muslim dalam bidang studi agama modern. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa fitur-fitur identitas Muslim yang berkembang dipengaruhi oleh transformasi institusi keagamaan (ORMAS) dan fenomena krisis dalam Islam saat ini. Identifikasi Muslim merupakan salah satu mekanisme dari sosialisasi melalui pengakuan individu atas kepemilikannya terhadap agama Islam dan mendapatkan nilai orientasi Islam. Identitas Muslim secara dramatis mengubah konfigurasi dan menunjukkan potensi integrasi

¹¹ Jade Zuriet dan Svetlana Lyausheva, “Muslim Identity in the Conceptual Field of Modern Religious Studies,” ed. oleh B. Yazyev, *SHS Web of Conferences* 72 (2019): hlm. 1–6, <https://doi.org/10.1051/shsconf/20197202008>.

dan disintegrasikan. Dengan demikian bahwa identitas Muslim dikombinasikan dengan tingkat identitas lainnya berdasarkan prinsip komplementaritas dan memiliki karakteristik spesifiknya sendiri.

Dari keempat penelitian terlebih dahulu, ditemukan persamaan diantaranya, yaitu keempat penelitian terdahulu membahas tentang identitas baik identitas sebagai individual atau identitas yang merepresentasikan Muslim/Islam. Penelitian terdahulu membahas tentang pencarian konseptualisasi mengenai identitas Islam dan makna dari identitas Islam, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Jade Zuriet, Svetlana Lyausheva dengan judul *“Muslim identity in the conceptual field of modern religious studies”* tahun 2019. Keempat penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dalam kajiannya dengan salah satu peneliti menggunakan metode konstruktivisme dalam hasilnya. Penelitian yang dilakukan oleh Muthia Febrianti Satari Atmadiwangsa dan Neni Yulianita (2022) meneliti akun media sosial yang dimiliki individual.

Kemudian adapun perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian peneliti. Penelitian dengan judul *“Konstruksi Citra Diri melalui Media Sosial Instagram”* dalam kajiannya hanya menggunakan studi kasus tanpa melibatkan metode metode konstruktivisme. Penelitian dengan judul *“ISIS dan Stigma Islamofobia Framing Tentang Konstruksi Pemberitaan ISIS dalam Media Online”* walaupun menggunakan konstruktivisme tetapi metode yang dipakai adalah analisis framing model Zhandong dan Gerald Kosicki, sedangkan peneliti memakai metode analisis semiotik model M.A.K Halliday.

Sedangkan penelitian lain hanya mencari makna identitas Islam baik dari ranah virtual ataupun secara sosial-kultural. Perbedaan selanjutnya terdapat dari subjek teliti. Dua penelitian yang dilakukan Astinana Yuliarti, M. Tahir Kasnawi dan Hafied Cangara dan penelitian yang dilakukan Agus Satmoko Adi dan Iman Pasu Marganda Hadiarto Purba meneliti suatu instansi atau organisasi yang lebih sistematis dan memiliki ideologi yang kuat.

F. Kerangka Teori

1. Konsep Semiotika

Semiotik menunjukkan rangkaian signifier yang koheren. Semiotika adalah ilmu yang mempelajari tanda (sign), fungsinya, dan pembentukan makna. Istilah ini berasal dari kata Yunani "semeion", yang berarti tanda. Ide dasar semiotika adalah pesan dan kode. Encoding adalah proses mengubah komunikasi atau pikiran menjadi pesan. Decoding adalah proses membaca pesan dan memahami artinya.¹²

Dalam studi semiotika, ada dua kategori yaitu semiotika komunikasi dan semiotika signifikasi.¹³ Teori semiotika komunikasi menekankan pada teori produksi tanda. Salah satu dari teori ini menganggap adanya enam faktor komunikasi: pengirim, penerima, pesan, saluran komunikasi, kode (sistem tanda), dan acuan (hal yang dibicarakan). Ini juga memberikan tekanan pada teori tanda dan pemahamannya dalam konteks tertentu.

¹² Bambang Mudjiyanto dan Emilsyah Nur, "Semiotika Dalam Metode Penelitian Komunikasi," *Jurnal Penelitian Komunikasi* 16, no. 1 (2013), hlm. 73.

¹³ Alex Sobur, *Analisis Teks Media (Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing)* (Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA, 2012).

Sedangkan teori semiotika signifikasi tidak menentang adanya tujuan dalam komunikasi. Yang paling penting adalah aspek memahami tanda karena proses kognitif penerima tanda lebih penting daripada proses komunikasi. Konsep dasar yang menyatukan tradisi digambarkan sebagai dorongan yang mengacu pada sesuatu yang lain. Dalam komunikasi, pesan sangat penting. John Powers menyatakan bahwa tiga komponen membentuk pesan: tanda dan simbol, bahasa, dan wacana.

Analisis semiotik membantu menghubungkan teks tertentu dengan sistem pesan di mana ia berfungsi. Hal ini memberikan konteks intelektual pada isi, mengulas bagaimana berbagai unsur teks bekerja sama dan berinteraksi dengan pengetahuan kultural untuk menghasilkan makna. Terdapat dua tokoh utama dalam keilmuan semiotika, yaitu Ferdinand De Saussure dan Charles Sander Peirce.¹⁴

a. Ferdinand De Saussure

Ferdinand De Saussure merupakan tokoh semiotika Eropa dengan latar belakang keilmuan linguistik. Saussure menyebut antara semiotika dengan linguistiknya adalah semiology. Saussure membangun semiologi pada gagasan bahwa selama tingkah laku dan tindakan manusia membawa makna atau berfungsi sebagai tanda, sistem pembedaan dan konvensi harus ada di belakangnya untuk memungkinkan makna itu.¹⁵

Saussure menggunakan pendekatan anti historis, melihat bahasa sebagai

¹⁴ Mudjiyanto dan Nur, "Semiotika Dalam Metode Penelitian Komunikasi," hlm. 74.

¹⁵ Ibid.

langue, atau sistem internal yang utuh dan harmonis. Dia mengusulkan teori bahasa yang disebut strukturalisme untuk menggantikan pendekatan historis para pendahulunya.

Saussure menganggap bahasa sebagai karya musik (simponi), dan jika kita ingin memahaminya, kita harus memperhatikan keutuhan karya musik secara keseluruhan daripada upaya pribadi setiap pemain musik. Secara keseluruhan, ada lima perspektif yang dikenal oleh Saussure: pertama, signifier (penanda) dan signified (petanda); kedua, form (bentuk) dan content (isi); ketiga, langue (bahasa) dan parole (tuturan/ujaran); dan keempat, syntagmatic dan associative atau paradigmatic.

Saussure mengatakan tanda terdiri dari dua hal: (1) gambar dan bunyi disebut "SIGNIFIER"; dan (2) ide-ide dari gambar dan bunyi disebut "SIGNIFIED" dari kesepakatan. Signifier adalah tanda atau simbol yang digunakan oleh orang saat terjadinya komunikasi yang dapat mewakili perasaan dan pemikiran. Signified merupakan interpretasi penerima komunikasi atas tanda dan simbol yang diterimanya. Untuk komunikasi terjadi dan dipahami, pemberi dan penerima harus menggunakan tanda dan simbol yang sama. Tanda "sign" adalah sesuatu yang dapat dilihat dan didengar secara fisik (apapun gambar suara) yang biasanya merujuk kepada objek atau bagian dari

realitas yang ingin dikomunikasikan. Objektif tersebut disebut sebagai "referent".¹⁶

b. Charles Sander Peirce

Charles Sander Peirce menyebut ilmu yang dibangunnya semiotika. Menurut Peirce, seorang ahli filsafat dan logika, penalaran manusia selalu dilakukan melalui tanda; dengan kata lain, manusia hanya dapat bernalar melalui tanda. Menurutnya, logika sama dengan semiotika, dan semiotika dapat diterapkan pada semua jenis tanda. Seiring berjalannya waktu, istilah semiotika menjadi lebih populer daripada semiologi.

Peirce membagi tanda menjadi simbol (*symbol*), indeks (*index*), dan ikon (*icon*) berdasarkan hubungan antara representasi dan objeknya. Mereka dapat dibagi menjadi tiga kategori: (1) *Icon*: sesuatu yang berfungsi sebagai penanda yang serupa dengan bentuk objeknya (seperti pada gambar atau lukisan); (2) *Index*: sesuatu yang berfungsi sebagai penanda yang mengisyaratkan petandanya; dan (3) *Symbol*: sesuatu yang berfungsi sebagai penanda yang secara konvensional digunakan dalam masyarakat.¹⁷

Teori semiotika berangkat dari tiga elemen utama. Peirce menyebutnya teori segitiga makna, yaitu: (1) tanda adalah benda fisik yang dapat dilihat oleh panca indra manusia dan berfungsi untuk

¹⁶ Ibid., hlm. 76

¹⁷ Ibid., hlm. 75

menghubungkan atau menunjukkan hal lain selain tanda itu sendiri. Acuan tanda ini disebut objek; (2) Acuan tanda (objek) adalah konteks sosial yang menjadi referensi dari tanda atau sesuatu yang dirujuknya; (3) Pengguna tanda (interpretator) adalah pemikiran orang yang menggunakan tanda dan menafsirkannya ke makna tertentu atau makna yang ada dalam benak mereka tentang objek yang dirujuk tanda.

Peirce berpendapat bahwa sebagian dari makna tanda harus diberikan kepada penginterpretasi. Dia menyatakan bahwa "tanda adalah sesuatu yang berdiri untuk seseorang atau mencerminkan suatu kapasitas atau kepentingan tertentu." Karena "alam ini ditandai dengan tanda-tanda, ataupun terdiri dari tanda eksklusif," Peirce menyatakan bahwa semiotika sangat penting. Apapun yang dilakukan dapat dianggap sebagai pesan atau tanda, menurut Peirce.¹⁸

Dalam studi semiotika, ada tiga area yang difokuskan, yaitu tanda itu sendiri. Kajian tentang berbagai jenis tanda, cara-cara berbeda dari tanda-tanda menghasilkan makna, dan cara tanda-tanda berhubungan dengan mereka yang menggunakannya adalah bagian dari bidang ini. Tanda adalah ciptaan manusia, dan kita hanya bisa memahaminya dalam konteks dan penggunaan orang yang menggunakannya. Selanjutnya, sistem atau kode yang mengorganisasikan tanda-tanda. Fokus penelitian ini adalah bagaimana berbagai kode telah dibuat untuk memenuhi kebutuhan budaya atau masyarakat, atau untuk menggunakan jalur komunikasi yang tersedia

¹⁸ Ibid.

untuk mengirimkan kode tersebut. Terakhir, tetapi tidak kurang penting, budaya tempat kode dan tanda-tanda digunakan. Ini pada gilirannya bergantung pada eksistensi dan bentuk tanda-tanda atau kode.¹⁹

2. Konstruksi Sosial

Teori ini pertama kali dicetuskan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckman di dalam bukunya *The Social Construction of Reality, A Treatise in the Sociology knowledge* pada tahun 1960-an yang memiliki paradigma konstruktivis. Teori ini beranggapan bahwa realitas sosial adalah hasil konstruksi pikiran individu. Individu disini adalah manusia yang bebas yang memiliki kemerdekaan berpikir yang menjadi penentu realitas di dunia sosial berdasarkan kehendaknya. Pemikiran Peter L. Berger dan Thomas Luckman dipengaruhi oleh disiplin ilmu yang lain, seperti Schutz dengan pemikiran fenomenologi, Weber dengan pemikiran makna-makna subjektif, Durkhem dengan pemikiran makna subjektif, Marx dengan pemikiran dialektika, dan Mead dengan teori interaksi simboliknya. Ada beberapa asumsi mengenai teori konstruksi sosial:

- *Society* dipertahankan dan tercipta atau diubah melalui tindakan, pikiran, dan interaksi individu, walaupun *society* terlihat objektif secara nyata, tetapi semua terbentuk akibat subjektivitas individu.
- Manusia sebagai individu membangun realitas sosial dari premis subjektivitasnya dan berproses menjadi sebuah pikiran objektif.

¹⁹ Ibid., hlm. 78

- Objektivitas bisa terjadi karena penegasan sesuatu diulang-ulang kepada pihak lain dengan penempatan posisi subjektivitas yang sama.
- Setiap individu menyerap bentuk tafsiran yang berbeda-beda tentang realitas sosial yang diberikan secara terbatas, sebagai cermin dunia objektif.



a. Realitas Sosial Objektif

Realitas sosial objektif adalah realitas dari gejala-gejala sosial yang terjadi di kehidupan sehari-hari. Pendefinisian realitas adalah hasil kesepakatan bersama mengenai gejala tersebut. Setiap peristiwa yang ada di dalam realitas sosial objektif merupakan kejadian yang sesuai fakta dan benar-benar terjadi.

b. Realitas Sosial Simbolik

Realitas sosial simbolik adalah bentuk pengungkapan terhadap simbolik di dalam realitas sosial objektif. Simbol yang diekspresikan oleh individu adalah hasil persepsi dari sosiologi dan psikologi individu. Yang umumnya diketahui oleh khalayak sebagai bentuk seni, fiksi, dan juga berita-berita oleh media.

c. Realitas Sosial Subjektif

Melalui proses internalisasi, seseorang menginterpretasikan dan mengkonstruksikan realitas sosial yang sudah mereka terima,

termasuk realitas objektif dan simbolik. Pengetahuan yang diperoleh dari realitas subjektif ini memberikan dasar bagi mereka untuk terlibat dalam proses eksternalisasi atau interaksi sosial.

Dalam kestrukturannya media, para pekerja media menerima realitas objektif dengan menyaksikan peristiwa tersebut berdasarkan simbol dan kemudian diinterpretasikan oleh mereka sebagai realitas subjektif. Para pekerja media kembali mengkonstruksi realitas subjektif yang sesuai dengan seleksi menjadi realitas objektif yang ditampilkan oleh media melalui simbol.

Di dalam tahap konstruksi realitas di atas, ada beberapa proses bagaimana penciptaan sebuah realitas terjadi melalui tiga momen, yaitu:

- Eksternalisasi (*society is a human product*)

Bentuk usaha pengekspresian diri individu untuk menguatkan eksistensi dalam masyarakat. Usaha yang dilakukan individu dengan pencurahan ekspresi baik dalam kegiatan mental atau fisik.²⁰

- Objektivasi (*society is an objective reality*)

Realitas objektif dari hasil yang telah tercapai dari kegiatan eksternalisasi manusia yang hadir dalam wujud nyata. Dengan demikian, dapat dikatakan sebagai proses interaksi sosial dalam lingkup subjektif yang sudah di diproses dalam lingkup institusional.²¹

- Internalisasi (*human is a social product*)

²⁰ Peter L Berger dan Thomas Luckmann, *The Social Construction of Reality* (London: Penguin Group, 1966), hlm. 70.

²¹ Ibid., 78

Penyerapan kembali objektivasi ke dalam kesadaran sedemikian rupa, sehingga subjektif individu dipengaruhi oleh struktur dunia sosial.

Jadi proses dialektisasi diatas adalah menarik keluar (eksternalisasi) sehingga seakan-akan itu berada diluar (objektivasi) dan kemudian ditarik kembali ke dalam (internalisasi) seakan-akan dalam diri kenyataan subjektif²².

3. Identitas Virtual (Komunikasi Identitas)

Self-presentation atau penggambaran diri dikemukakan oleh Wood dan Matthe dalam buku *Online Communication: Linking Technology, Identity, and Culture*. Identitas sebuah konstruksi sosial atas pribadi kompleks yang mencakup bagian apa yang kita pikirkan tentang kita, bagaimana kita ingin orang lain memandang kita dan bagaimana mereka sebenarnya memandang kita. Pada pembentukan identitas ini tidak terpaku pada etika, bisa saja seorang laki-laki menjadi perempuan di media sosial. Hal ini dapat dilakukan dengan mengkonstruksi identitasnya menjadi perempuan yang ditampilkan melalui interaksi yang dilakukan oleh seorang perempuan. Pembentukan identitas juga tidak terbatas hanya pada gender, melainkan bentuk identitas lain seperti agama, lokasi, asal-usul, usia, maupun ras. Seorang yang berada di dunia maya dapat mempunyai beberapa

²² Mohammad Zamroni, *RELASI KUASA MEDIA POLITIK: Kontestasi Politik dalam Redaksi Berita Televisi* (Jakarta: Kencana, 2022).

identitas. Selain itu, identitas mereka dapat diubah sepanjang waktu dalam waktu yang singkat.

Setiap individu *cyber* bebas melakukan konstruksi identitas mereka di dunia virtual. Dari hasil kreasinya tersebut individu tersebut akan memainkan *role* mereka dalam dunia virtual. Proses menetapkan citra yang ingin khalayak lihat inilah yang disebut *self-presentation* (penggambaran diri). Ada beberapa konsep untuk memahami identitas online:

- a. Proses mempersepsikan audiens melalui telepresensi (layar)
- b. Meninjau konstruksi identitas melalui metafora kinerja, memeriksa bagaimana orang membangun pesona online
- c. Memeriksa perbedaan *real life identity*, *pseudonymity*, dan *anonymity*.²³

Terkait identitas yang ditampilkan dalam virtual, ada beberapa jenis atau fase seseorang dalam menampilkan gambaran mereka di dunia maya. Fase *real life identity* merupakan identitas asli seseorang dalam dunia nyata. Antara identitasnya di dunia virtual sama dengan realitanya. Fase *pseudonymity* adalah identitas seseorang yang berada dalam fase sedikit ambigu. Dalam fase ini seseorang mulai memalsukan identitas atau menunjukkan identitas asli. Pada identitas ini seseorang cenderung menyembunyikan bagian dari dirinya yang tidak ingin ditampilkan ke public umum. Sedangkan fase yang terakhir adalah *anonymity* adalah fase

²³ Andrew F. Wood dan Matthew J. Smith, *Online Communication: Linking Technology, Identity, and Culture*, 2 ed. (USA: Lawrence Erlbaum Associates, Inc., 2005).

dimana identitas sudah memiliki identitas baru. Identitas dalam fase ini benar benar berbeda dengan identitas yang dimiliki. Jadi seseorang memiliki dua identitas, yakni identitas virtual dan identitas *real life*.

Untuk memahami teori komunikasi identitas, Hecht menciptakan empat kerangka pemahaman identitas berdasarkan lokasi dan konteks. Pertama, *personal frame*. Ini adalah cara seseorang memandang dirinya sendiri secara keseluruhan, baik dari sudut pandang individu maupun dari sudut pandang masyarakat. Yang kedua adalah *enacted frame*. Ini adalah cara individu memandang identitas aktivitas, aktivitas, kebiasaan, dan pekerjaan di mana mereka terlibat. Dengan kata lain, bingkai yang dipentaskan menekankan suatu identitas yang terlihat oleh orang lain. Ketiga, *relational frame* menekankan pada identitas yang muncul dari hubungan, misalnya sebagai ibu dan ayah. Keempat: *communal frame*. Ia merupakan identitas yang dilihat sebagai hasil konstruksi masyarakat secara keseluruhan. atau secara spesifik melalui hubungan dalam kelompok tertentu, seperti kelompok pertemanan/geng, agama, atau perusahaan. Namun, Hecht percaya bahwa empat kerangka pemahaman identitas saling berhubungan. Dalam menafsirkan identitas, kita dapat menggunakan keempat kerangka tersebut karena semuanya mempunyai hubungan sebab akibat. Misalnya, tidak mungkin mengenali identitas seseorang hanya

dengan menggunakan kerangka pribadi. Identitas pribadi muncul dari aspek sosial, yaitu pengalaman.²⁴

Dalam bermasyarakat virtual, penggunaan identitas Islam oleh Muslim dapat diartikan dalam pengertian ini seperti sebagai simbol visual, ataupun sebagai konsep sosial.²⁵ Simbol visual dalam identitas Muslim berdasarkan syariat Islam dan di manifesting ke dalam kehidupan bermasyarakat. Contohnya penggunaan hijab, penggunaan pakaian yang menutupi aurat, berjanggut, bentuk bangunan yang dapat dilihat dengan mata. Sedangkan untuk konsep sosial, Islam dipadukan dengan konteks konsep sosial seperti kesejarahan, tradisi masyarakat, dan kultur. Identitas Islam yang hadir sebagai konsep sosial adalah sebagai Islam moderat, Islam modernis, atau Islam humanis. Representasi identitas tersebut dalam diwujudkan ke dalam dakwah dengan *billisan*, *bil kitab*, ataupun *bil hal*.

4. Islam Modern

Islam merupakan fundamental dari konsep ketuhanan dan ajaran yang dibawa oleh Nabi Muhammad. Seseorang secara autentik mengimplementasikan Islam berdasarkan Allah disebut sebagai Muslim. Identitas Islam timbul karena mengalami interpretasi dari Muslim. Islam mengalami tapak tilas dari masa ke masa. Islam lahir bukan hanya sebagai

²⁴ Ririn Seteyowati, "Media Sosial dan Pengungkapan Identitas Muslim (Studi tentang Penggunaan Instagram sebagai Media Peneguhan dan Ekspresi Identitas Diri sebagai Muslim di Kalangan Aktivistik Dakwah Kampus Jamaah Nurulhuda Unit Kegiatan Mahasiswa Islam Universitas Sebelas Maret Surakarta)," 2019, hlm. 7–8.

²⁵ Himayatul Ittihadiyah, "Merunut Identitas Islam Indonesia (Kajian Historiografi Menurut Ulama Kontemporer Yogyakarta, Perspektif Muhammadiyah, NU, HTI, dan MMI)," *JURNAL PENELITIAN AGAMA* 17, no. 3 (2008), hlm. 594.

doktrin yang bersifat *given*, tetapi membutuhkan interpretasi dengan aspek sosiologis-geografis. Berbagai interpretasi yang dilakukan membuat ciri Islam di setiap kawasan tidak sama. Islam memiliki masa keemasan sampai masa kemunduran, terutama pasca kolonialisme. Pengaruh Islam di berbagai belahan dunia mengalami intervensi oleh kolonialisme yang dilakukan oleh Barat. Selain itu, kemerosotan Islam juga dipengaruhi oleh faktor internal, yaitu dekadensi moral dalam komunitas Muslim itu sendiri. Dengan timbul faktor dari internal dan eksternal Islam yang membuat kemunduran dalam Islam, maka alam pikir Islam memerlukan reformasi yang mendorong perubahan dan mendorong kelahiran periode modernisasi. Gerakan modernisme Muslim berorientasi kepada bagaimana komunitas Muslim bersikap kepada kolonialisme Barat. Namun upaya tersebut dituduh sebagai agen sekularisme yang merusak komunitas Muslim. Tuduhan tuhan ini mengakibatkan terpolarisasinya Muslim kedalam kelompok-kelompok kecil.

Dalam gerakan modernitas pemikiran Islam, Islam dianggap sebagai doktrin fenomena sosiologis yang berubah sesuai dengan peradaban manusia. Sedangkan pemikir Arab melihat Islam sebagai fakta historis dan sosio-psikologis dengan pendekatan interpretasi liberal. Fazlur Rahman mengidentifikasi faktor-faktor berikut sebagai penyebab perbedaan: kebijakan pemerintah kolonial secara keseluruhan; kemajuan pendidikan dan kebudayaan Islam sebelum kolonialisme; sifat institusi ulama' dalam hubungannya dengan pemerintah sebelum kolonialisme; dan posisi negara

dengan bangsa kolonial.²⁶ Ada beberapa tokoh yang menginterpretasikan Islam modern.

a. Jamaluddin al-Afghani.

Jamaluddin al-Afghani mengedepankan rasionalitas dalam interpretasi dan re-interpretasi teks berulang dengan memasukkan sufisme kedalam definisi dan pendekatan tematiknya,. Upaya ini menyebabkan institusi tradisional seperti thariqat, pendidikan, keuangan, administrasi, dan ulama menjadi rasional. Meskipun upaya awal ini tidak menghasilkan sesuatu yang signifikan, ia telah terbukti mampu mendorong para peneliti setelahnya untuk menantang golongan "Islam irasional" yang merupakan interpretasi mistisisme.²⁷

b. Muhammad Abduh.

- 1) Kesalahan interpretasi dan ketidaktahuan terhadap doktrin Islam menyebabkan posisi wanita termarginalkan.
- 2) Untuk meningkatkan komunitas Muslim dan mengurangi peran misionaris Kristen, pendidikan Islam harus membuka diri terhadap ilmu umum (*secular science*).
- 3) Institusi ulama harus independen dan tidak terpengaruh oleh kekuatan politik penguasa untuk memupuk nasionalisme yang bertujuan untuk melawan kolonialisme dan memerdekakan negara.

²⁶ Samsudin, "Islam Modern Era Abad 21," *QALAMUNA* 10, no. 02 (2018), hlm. 164.

²⁷ Ibid., hlm. 168

4) Untuk memenuhi kebutuhan dan memberikan fondasi epistemologis bagi *ijtihad*, ushul fiqh harus diperbarui.

5) Dewan pertimbangan yang dikenal sebagai *majlis alsyura*, diperlukan dalam politik untuk mencapai kesepakatan untuk menghentikan penindasan.²⁸

c. Sir Muhammad Iqbal. Konsekuensi modernitas mengharuskan pemisahan sekularisasi dengan memisahkan keilmuan umum dengan sistem kepercayaan. Jadi cara tepat dari ini adalah penggabungan dua unsur, yaitu modernitas dan sistem kepercayaan

Dari wacana beberapa tokoh tersebut ada dua usaha dalam upaya pembaharuan yang dilakukan. Pertama, membuka pintu *ijtihad*. Jika pintu *ijtihad* tertutup maka interpretasi doktrin hanya sebatas kontekstual dan permasalahan modernitas tidak dapat dijawab Islam. Hal ini memandang bawa Islam adalah agama skriptualis, statis, menghambat modernitas, dan ajaran lama. Kedua adalah mengembalikan praktik Sufi yang sudah keluar dari jalannya. Saat ini kelompok Muslim dikenal sebagai komunitas paham fatalism. Ini menghentikan interpretasi progresivitas dalam interaksi sosial, khususnya dalam membangun peradabannya. Oleh karena itu, gerakan pembaharuan bertujuan untuk mengatasi kebekuan agama melalui penggunaan rasionalisasi dan kembali ke al-Qur'an dan hadits, dalam menerapkan prinsip Islam.

²⁸ Ibid.

Jika berbicara tentang Islam dan modernisasi tidak luput dari representasi Islam yang berada di Indonesia. Gerakan modernisasi Islam yang ada di Indonesia terjadi karena tidak adanya keterlibatan Muslim yang berpartisipasi dalam pemerintah Orde Baru, yang disebabkan karena pandangan teologis. Gerakan modernisasi di Indonesia juga dikenal dengan gerakan pembaharuan pemikiran Islam “Neo-modernisme Islam”. Gerakan Neo-modernisme Islam lebih berfokus kepada substansi reformulasi ide-ide dasar teologi Islam.²⁹ Titik fokus gerakan tidak hanya dalam lingkup iman, tetapi pada persoalan kemanusiaan dan kemasyarakatan seperti permasalahan kekuasaan atau negara, hukum, ortodoksi, rasio atau nalar, hakikat tindakan manusia, komunitas dan nilai keadilan dan persamaan. Persoalan-persoalan pribadi dan publik langkah fokus dari gerakan Neo-modernisme Islam.³⁰

Pengaruh dari mazhab Sunni atau Asya’riyah dianggap tidak relevan dengan keadaan Muslim modern, maka dari itu perlunya rekonfigurasi keyakinan Muslim Indonesia. Ketidakrelevan doktrin ini mengenai penginterpretasian ketetapan benar dan salah melalui wahyu Allah secara tekstual dan menolak kemampuan manusia berfikir dan menilai tindakan dengan akal.³¹ Dalam kehidupan negara, hanya supremasi syariat dalam hal ini sebagai pemegang otoritas syariat Ulama lah yang dapat membimbing kehidupan umat. Sedangkan masyarakat atau Muslim hanya dianggap

²⁹ Mohamad Hudaeri, “Relasi Kuasa Islam dan Negara Indonesia Modern,” *MIQOT: Jurnal Ilmu-ilmu Keislaman* 41, no. 2 (2017), hlm. 453.

³⁰ *Ibid.*, hlm. 454

³¹ *Ibid.*, hlm. 455

sebagai objek kekuasaan yang tidak dapat menilai baik dan buruk. Fenomena ini sangat bertentangan dengan keadaan modern saat ini yang menganut demokrasi, yang memandang manusia sebagai individu rasional dan berpotensi. Manusia dalam hal ini sebagai individu yang memiliki nilai-nilai keadaban seperti persamaan, toleran dalam perbedaan, saling-menghargai dan tidak memaksa kehendak. Pemikiran ini didasari oleh madzhab Barat tentang modern dengan anggapan konsep manusia sebagai subjek. Pemikiran manusia sebagai subjek sudah ada lama, tetapi pada era pramodern, transformasi individu diarahkan pada pembebasan batin manusia dari unsur-unsur luar yang dianggap menghalangi kehendaknya, seperti aturan, norma, atau tradisi. Sedangkan wacana manusia sebagai subjek di era modern mengenai otonomi moral dan sikap progresif, yaitu pembebasan manusia dari kendala eksternal yang dianggap menghalangi kehendaknya, seperti norma, tradisi, atau aturan dan sikap yang diunggulkan adalah bebas, aktif, dan rasional.

Merespon fenomena tersebut, ada beberapa pandangan dalam pembaharuan yang dilakukan oleh Neo-modernisasi Islam

- Untuk menjadi subjek Muslim modern, wacana tentang ortodoksi dan disiplin harus diubah. Ini akan membangun individu Muslim yang mampu menata diri (*self regulating*), berdisiplin diri (*self discipling*), produktif, rasional, dan sehat jasmani dan rohani. Contoh wacana

berupa, ritual dan praktik disiplin, seperti rekonstruksi makna *tauhid*, Islam, *iman*, fitrah, reformasi pendidikan dan hukum Islam.³²

- Tidak menekankan pada paradigmatisme dan materialism pada terbentuknya sikap individualisme dan sekularisme, tetapi menekankan pembentukan subjek Muslim modern yang memahami makna hidup sebenarnya dengan menghayati nilai-nilai intrinsik dalam Islam.³³
- Memahami bahwa Islam bukan sebatas pada ungkapan yang dangkal dan ritual yang kosong dari makna. Ritual ibadah seperti solat adalah sarana kedekatan umat terhadap dan tempat latihan kedisiplinan Muslim. Ibadah yang lain juga bertujuan untuk menanamkan keadilan untuk sesama.³⁴
- Mempunyai konsep diri bahwa Muslim bukan individual yang tidak rasional dengan tradisi-tradisi didalamnya.³⁵
- Menekankan perubahan keyakinan dan kebiasaan individu melalui sekolah, kelompok masyarakat, dan keluarga.³⁶
- Menekankan pada nalar kebenaran etika rasional sebagai dasar untuk menjelaskan perintah-perintah tertentu dan menafsirkan perintah-perintah umum yang ditemukan dalam kitab suci.³⁷

Berbeda dengan gerakan Neo-modernisasi Islam, walaupun berpandangan mengenai Islam Modern, Muhammadiyah dan NU memiliki

³² Ibid., hlm. 456

³³ Ibid., hlm. 458

³⁴ Ibid.

³⁵ Ibid., hlm. 560

³⁶ Ibid., hlm. 461

³⁷ Ibid., hlm. 465

padangan lain perihal Islam modern. Muhammadiyah lebih menekankan rekonstruksi pemikiran teologi dan pemurnian pemahaman agama. Fokus utama instansi ini adalah keberlangsungan kebebasan ijtihad terutama dalam normatif dan penalaran hukum. Kebebasan berijtihad tidak terpaku oleh ulama saja, semua Muslim yang memiliki kemampuan dapat melakukannya. Beberapa pokok pemikiran Muhammadiyah terhadap modernitas adalah sebagai berikut:

- Pemurnian Ajaran Islam (Purifikasi). Muhammadiyah fokus pada pemurnian ajaran Islam dengan kembali kepada Al-Qur'an dan Sunnah, serta menolak praktik-praktik yang dianggap bid'ah (inovasi dalam agama) yang tidak memiliki dasar dalam kedua sumber utama tersebut.³⁸
- Modernisasi dalam Pendidikan. Muhammadiyah berperan penting dalam modernisasi sistem pendidikan di Indonesia dengan mendirikan sekolah-sekolah yang mengajarkan ilmu pengetahuan modern serta pendidikan agama Islam. Hal ini bertujuan untuk menciptakan umat Islam yang berilmu dan berakhlak mulia
- Pemikiran Keagamaan yang Progresif. Muhammadiyah mengembangkan pemikiran keagamaan yang terbuka dan progresif, mengintegrasikan ajaran Islam dengan kebutuhan zaman modern. Ini

³⁸ Redaksi Muhammadiyah, "Muhammadiyah sebagai Gerakan Keagamaan yang Berkarakter Modernis," Muhammadiyah, 26 November 2020, <https://muhammadiyah.or.id/2020/11/muhammadiyah-sebagai-gerakan-keagamaan-yang-berkarakter-modernis/>.

termasuk mendukung ilmu pengetahuan dan teknologi serta mendorong ijtihad (penalaran independen) dalam memahami ajaran Islam.³⁹

- Pembaruan Pemikiran. Muhammadiyah menekankan pentingnya tajdid (pembaruan) dalam memahami dan menerapkan ajaran Islam. Ini termasuk penafsiran ulang teks-teks keagamaan agar relevan dengan konteks zaman modern.
- Wasathiyah (Moderat). Muhammadiyah menganut prinsip wasathiyah atau moderasi dalam beragama. Hal ini berarti menghindari ekstremisme dan fanatisme, baik dalam praktik ibadah maupun dalam sikap sosial dan politik.⁴⁰
- Keterbukaan dan Inklusivitas. Muhammadiyah berusaha untuk bersikap inklusif dan terbuka terhadap perbedaan, baik dalam konteks internal umat Islam maupun hubungan dengan agama lain. Ini bertujuan untuk menciptakan masyarakat yang harmonis dan toleran.

Sedangkan di dalam NU (Nahdathul Ulama) NU menganut akidah Ahlussunnah wal Jama'ah yang mengikuti pemikiran Imam Abul Hasan al-Asy'ari dan Imam Abu Manshur al-Maturidi. Kedua imam ini dikenal dengan ajaran yang moderat, tidak ekstrem, dan realistis. NU menekankan pentingnya keyakinan yang tidak menyalahi Al-Qur'an dan As-Sunnah

³⁹ Ilham, "Paradigma Keagamaan Muhammadiyah: Mengintegrasikan Ajaran Islam dan Kehidupan," News, *Muhammadiyah* (blog), 5 Agustus 2023, <https://muhammadiyah.or.id/2023/08/paradigma-keagamaan-muhammadiyah-mengintegrasikan-ajaran-islam-dan-kehidupan/>.

⁴⁰ Haedar Nashir, "Memantapkan Paham Keislaman Muhammadiyah - Suara Muhammadiyah," Article, *suaramuhammadiyah*, 23 Desember 2020, <https://web.suaramuhammadiyah.id/2020/10/30/memantapkan-paham-keislaman-muhammadiyah/>.

serta menerima berbagai sudut pandang dalam menjalankan agama Islam.⁴¹ NU menggabungkan ajaran Islam tradisional dengan elemen-elemen modern. Organisasi ini mempertahankan praktik-praktik Islam klasik dan mengintegrasikannya dengan nilai-nilai modern seperti demokrasi, hak asasi manusia, dan pendidikan. NU menolak pandangan ekstremis dan radikal, dan sebaliknya mendukung Islam yang moderat dan inklusif.⁴² Adapun beberapa pokok ajaran NU terhadap moderinitas:

- NU mengikuti salah satu dari empat mazhab fikih utama dalam Islam, yaitu mazhab Hanafi, Maliki, Syafi'i, dan Hanbali. Pengikut NU umumnya bermazhab Syafi'i, tetapi mereka juga menghormati dan mengakui keabsahan mazhab lainnya.
- NU menekankan adaptasi ajaran Islam dengan budaya lokal Indonesia. Mereka percaya bahwa Islam harus mampu berinteraksi dengan budaya setempat tanpa kehilangan esensinya. Pendekatan ini dikenal sebagai "pribumisasi Islam" atau "Islam Nusantara".⁴³
- NU mengamalkan prinsip-prinsip Aswaja yang meliputi tawasuth (moderat), tasamuh (toleransi), tawazun (seimbang), dan amar ma'ruf nahi munkar (mengajak kepada kebaikan dan mencegah kemungkaran). Prinsip ini mengarahkan NU untuk selalu berada di tengah-tengah, tidak

⁴¹ A. Khoirul Anam, "Ahlussunnah wal Jama'ah menurut NU," Article, NU Online, 24 Agustus 2015, <https://nu.or.id/nasional/ahlussunnah-wal-jamaah-menurut-nu-2WYIW>.

⁴² artikelpendidikan.id, "Nahdlatul Ulama: Pengertian, Sejarah, dan Peran dalam Islam Indonesia," Artikel Pendidikan, 10 November 2023, <https://artikelpendidikan.id/apa-arti-nahdlatul-ulama-secara-istilah/>.

⁴³ Mujamil Qomar, "Islam Nusantara: Sebuah Alternatif Model Pemikiran, Pemahaman, dan Pengamalan Islam," *EL-HARAKAH (TERAKREDITASI)* 17, no. 2 (5 Februari 2016), hlm. 198–217, <https://doi.org/10.18860/el.v17i2.3345>.

ekstrem, dan realistis dalam menghadapi berbagai masalah keagamaan dan kemasyarakatan.⁴⁴

5. Influencer

Tak jarang pula informasi yang berada di media sosial dapat dipercaya oleh masyarakat meskipun bukan berasal dari suatu lembaga yang legit hanya berasal dari *influencer*. Hanya karena memiliki *followers* yang banyak, masyarakat dapat menilai bahwa data-data yang diberikan oleh *influencer* tersebut benar. Hadirnya *influencer* dalam media sosial mempengaruhi pemikiran audiens dalam menentukan pilihan. *Influencer* menyediakan pilihan alternatif sebagai opsi dari suatu fenomena, biasanya *influencer* berperan dalam pemasaran atau promosi produk tertentu.

Influencer juga dapat menggunakan akun mereka untuk mempengaruhi opini publik dengan cara mengunggah video yang dapat memicu tren.⁴⁵ Karena memiliki pengikut yang banyak, *influencer* kerap menjadi standar dalam menentukan pilihan, bisa dibilang *influencer* adalah *opinion leader* dalam media sosial.⁴⁶ Kata *influencer* tidak hanya berarti kepada seseorang yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif audiens yang berhubungan dengan promosi dan merek, tetapi *influencer* merupakan

⁴⁴ Ach Tirmizdi Munahwan, "Memahami Aswaja ala NU," Article, NU Online, 1 Juli 2007, <https://nu.or.id/pustaka/memahami-aswaja-ala-nu-XmrNq>.

⁴⁵ Suwarno, "Pengaruh Influencer Media Sosial: Bagaimana Mereka Membentuk Budaya Kita," Article, *Pendidikan Guru Sekolah Dasar* (blog), 2023, <https://pgsd.binus.ac.id/2023/03/11/pengaruh-influencer-media-sosial-bagaimana-mereka-membentuk-budaya-kita/>.

⁴⁶ FISIPOL UGM, "Menyoal Jasa Influencer Bayaran dalam Pembentukan Opini Publik dan Demokrasi – Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik," News, FISIPOL UGM, 2020, <https://fisipol.ugm.ac.id/menyoal-jasa-influencer-bayaran-dalam-pembentukan-opini-publik-dan-demokrasi/>.

individual yang memiliki otoritas, pengetahuan, dan hubungan untuk mempengaruhi keputusan audiens.⁴⁷ Media sosial yang berkembang tidak luput dari peranan dari *influencer* yang ada. Setiap media sosial memiliki segmentasi *influencer* tersendiri. *Influencer* media sosial merupakan pemimpin opini platform media sosial dalam topik minat tertentu. Seorang *influencer* menggunakan *word of mouth* dalam postingan mereka untuk memberikan dampak kepada audiens mereka. Dampak yang diberikan oleh *influencer* menjadikan audiens menuruti atau mempercayai perkataan mereka sepenuhnya.

Masyarakat virtual dapat dikatakan sebagai *influencer* dengan memenuhi beberapa kriteria kemampuan. Kriteria pertama adalah *Reach*, ini adalah kemampuan seseorang untuk mengirim konten kepada audiens. Kriteria kedua adalah *Relevance*, yaitu kemampuan seseorang untuk memiliki koneksi ke topik yang sedang ramai, atau memiliki kemampuan untuk mendekati diri kepada audiens ramai. Kriteria ketiga adalah *Resonance*, kemampuan yang dimiliki seorang individu itu mengarahkan audiens kepada hal yang dia inginkan.⁴⁸ Apabila seseorang dapat memenuhi tiga kriteria tersebut dalam media sosial, seorang dapat dikatakan sebagai *influencer*. Adapun klasifikasi daripada *influencer* tersebut, *influencer* dibagi menjadi tiga, yaitu:

⁴⁷ Sari Anjani dan Irwansyah Irwansyah, "Peranan Influencer Dalam Mengkomunikasikan Pesan Di Media Sosial Instagram [THE ROLE OF SOCIAL MEDIA INFLUENCERS IN COMMUNICATING MESSAGES USING INSTAGRAM]," *Polyglot: Jurnal Ilmiah* 16, no. 2 (7 Mei 2020): hlm. 208, <https://doi.org/10.19166/pji.v16i2.1929>.

⁴⁸ *Ibid.*, hlm. 211

- *Mikro Influencer*

Mikro influencer merupakan *influencer* yang memiliki punya audiens kecil, tetapi mereka jaga secara strategis melalui komunikasi yang konsisten. Salah satu contoh dari *influencer* ini adalah orang yang sukses, berbakat, dan menginspirasi

- *Makro Influencer* atau *opinion leader*

Influencer makro dikategorikan sebagai blogger atau jurnalis yang memiliki kedekatan dengan pengikutnya. Kemampuan utama dari *influencer* makro ditonjolkan dari kemampuan menyampaikan opininya terhadap pengikutnya dan kemampuan mempengaruhi pengambilan keputusan pengikutnya.

- *Mega Influencer*

Mega influencer berasal dari kalangan selebritis, aktris, atlet, atau public figure. *Mega influencer* dapat dikenali dengan banyaknya intensitas hadirnya sosok tersebut di media. *Mega influencer* mempunyai pengaruh terendah dalam mempengaruhi pengikutnya dikarenakan *mega influencer* tidak memiliki relevansi yang tinggi dengan pengikutnya. Namun, *mega influencer* mendapat tingkat kepercayaan tertinggi audiens dikarenakan pengaruh pengikut dan nama besar mereka.⁴⁹

⁴⁹ Anjani dan Irwansyah, “Peranan Influencer Dalam Mengkomunikasikan Pesan Di Media Sosial Instagram [THE ROLE OF SOCIAL MEDIA INFLUENCERS IN COMMUNICATING MESSAGES USING INSTAGRAM]”, hlm. 210–211.

Influencer dan *word of mouth* sangat melekat dalam mempengaruhi audiens. Maka dari itu indikator kepercayaan audiens terhadap *influencer* adalah citra diri dari *influencer*. Konstruksi citra diri yang dilakukan oleh *influencer* bertujuan untuk menjaga posisi menjadi pribadi sesuai dengan personal branding mereka di media sosial. Tujuan membuat citra diri tampil positif untuk menjaga kredibilitas dihadapan pengikut media sosial. Selain itu, citra diri yang ditampilkan *influencer* bertujuan untuk mempengaruhi tanggapan dari followers. Citra diri oleh *influencer* merupakan konstruksi self-presentation di media, tujuannya untuk mempengaruhi kesan orang lain terhadap dirinya.⁵⁰

6. Gaya Bahasa/majas

Komunikasi merupakan proses yang kompleks yang melibatkan pertukaran pesan antara dua atau lebih individu atau kelompok. Littlejohn menekankan bahwa memahami konteks komunikasi sangat penting, yang mencakup berbagai faktor seperti budaya, sejarah, dan struktur sosial. Faktor-faktor ini mempengaruhi bagaimana pesan dipahami dan diterima oleh orang yang menerimanya.⁵¹ Dapat dikatakan bahwa komunikasi merupakan cara manusia agar dapat berinteraksi dan saling memahami. Terdapat dua jenis komunikasi, yaitu komunikasi verbal dan komunikasi non-verbal. Komunikasi non-verbal merupakan cara menyampaikan pesan melalui gestur atau mimik. Sedangkan komunikasi verbal merupakan cara

⁵⁰ Atmadiwangsa dan Yulianita, "Konstruksi Citra Diri melalui Media Sosial Instagram", hlm. 257.

⁵¹ Stephen W. Littlejohn dan Karen A. Foss, *Theories of Human Communication*, 10th ed (Long Grove, Ill: Waveland Press, 2011).

menyampaikan pesan melalui kata-kata. Kata-kata yang terangkai dalam komunikasi merupakan hasil dari retorika bahasa. Istilah "retorika" secara tradisional mengacu pada teknik pemakaian bahasa sebagai seni yang didasari pada pengetahuan yang terstruktur. Oleh karena itu, dalam berretorika seseorang harus memahami dua aspek, yaitu aspek pengetahuan tentang objek yang dibahas dan bagaimana penggunaan bahasa dan pengetahuan bahasa.⁵²

Menurut Devitt dan Hanley bahasa adalah pesan yang disampaikan dalam bentuk ekspresi sebagai alat komunikasi dalam situasi tertentu dalam berbagai aktivitas. Ekspresi melibatkan elemen segmental dan suprasegmental, baik lisan maupun kinesik, sehingga kalimat dapat menyampaikan berbagai pesan dengan cara yang berbeda.⁵³ Setiap komunikator memiliki caranya tersendiri dalam menggunakan bahasa. Penggunaan bahasa sebagai alat komunikasi dapat dibedakan dari segi gaya bahasa. Gaya bahasa adalah keahlian untuk mempertimbangkan bagaimana kata, frasa, atau klausa tertentu akan berfungsi dalam situasi tertentu. Oleh karena itu, unsur penting dalam membentuk gaya bahasa meliputi seluruh hierarki kebahasaan, yaitu kata yang dipilih individual, frasa, klausa, dan kalimat, bahkan mencakup wacana secara keseluruhan.⁵⁴ Gaya bahasa seorang komunikator dapat diidentifikasi dari ciri gaya bahasa yang

⁵² Gorys Keraf, *Diksi dan Gaya Bahasa*, 14 ed. (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2004), hlm. 1.

⁵³ Michael Devitt dan Richard Hanley, *The Blackwell Guide to the Philosophy of Language* (Oxford: Blackwell Publishing, 2006).

⁵⁴ Keraf, *Diksi dan Gaya Bahasa*, hlm. 112.

berdasarkan pada gaya bahasa berdasarkan nada dan gaya bahasa berdasarkan langsung tidaknya makna.

a. Gaya bahasa berdasarkan nada

Salah satu elemen paling penting dalam sebuah wacana adalah suara atau nada, juga dikenal sebagai intonasi atau titik nada. Nada ini mampu membuat pendengarnya terkesima dan bahkan menggugah hatinya, karena fungsinya untuk menentukan seberapa jelas dan tidak jelas ucapan orang lain. Oleh karena itu gaya bahasa dapat dilihat dari aspek nada yang terdapat dalam wacana. Ada tiga jenis gaya bahasa berdasarkan nada, yaitu:

1) Gaya sederhana

Gaya sederhana digunakan untuk memberi perintah, instruksi, pelajaran, dan sejenisnya. Gaya ini cocok untuk menyampaikan fakta-fakta atau pembuktian karena tidak menggunakan emosi yang dapat meragukan peranan fakta.⁵⁵

2) Gaya mulia dan bertenaga

Gaya mulia dan bertenaga digunakan untuk menggerakkan sesuatu seperti emosi pendengar. Gaya ini penuh dengan vitalitas dan tenaga, selain itu gaya ini menggunakan nada keagungan dan kemuliaan. Salah satu contoh penggunaan gaya mulia dan bertenaga

⁵⁵ Ibid., hlm. 121

adalah khotbah kemanusiaan, keagamaan, kesusilaan, dan ketuhanan.⁵⁶

3) Gaya menengah

Fokus gaya menengah adalah untuk menciptakan suasana yang menyenangkan dan damai. Untuk menciptakan suasana yang senang dan damai, maka dalam gaya menengah nada yang digunakan dalam wacana memiliki sifat lemah lembut, penuh kasih sayang, dan mengandung humor sehat. Gaya menengah yang memiliki nada wacana lemah lembut dan sopan santun biasanya menggunakan metafora dalam wacananya.⁵⁷

b. Gaya bahasa berdasarkan langsung tidaknya makna

Gaya bahasa berdasarkan makna diukur dari langsung tidaknya makna, yaitu apakah acuan mempertahankan makna denotatifnya atau mengalami perubahan. Jika acuan mempertahankan makna dasar, yaitu bahasa masih bersifat secara harfiah, tetapi jika ada perubahan, baik itu dalam makna konotatifnya ataupun di luar makna denotatifnya, maka acuan itu dianggap memiliki gaya. Dalam hal ini makna konotasi berarti wacana yang mengalami kiasan, sedangkan makna denotasi merupakan wacana secara harfiah. Ada berbagai macam gaya bahasa berdasarkan langsung tidaknya makna, yaitu:

1) Majas Eufemisme

⁵⁶ Ibid., hlm. 122

⁵⁷ Ibid., hlm. 123

Majas eufemisme merupakan majas dengan tipe ungkapan yang baik, halus, dan tidak menyinggung perasaan orang lain. Majas ini bertujuan pengganti ungkapan yang sekiranya dapat menyinggung lawan bicara dengan maksud yang sama.⁵⁸

2) Majas Disfemisme

Majas disfemisme merupakan kebalikan dari majas eufemisme. Dalam majas ini, kata-kata digunakan dengan konotasi negatif atau terkesan kasar, yang dapat menyinggung perasaan orang.

3) Majas Hiperbola

Majas hiperbola adalah gaya bahasa yang menggunakan pernyataan yang terlalu berlebihan, bersifat membesar-besarkan.⁵⁹

4) Majas Metafora

Majas metafora merupakan gaya bahasa di mana sesuatu dianalogikan dengan cara yang sama seperti membandingkan dua hal secara singkat.⁶⁰

5) Majas Simile

Sama seperti majas metafora, yaitu membandingkan, tetapi bersifat eksplisit. Eksplisit yang dimaksud adalah menyatakan perbandingan wacana secara langsung.⁶¹

6) Majas Personifikasi

⁵⁸ Ibid., hlm. 132

⁵⁹ Ibid., hlm. 135

⁶⁰ Ibid., hlm. 139

⁶¹ Ibid., hlm. 138

Majas personifikasi adalah gaya bahasa kiasan yang seolah olah membuat benda mati yang tidak mempunyai nyawa memiliki sifat kemanusiaan⁶²

7) Majas Ironi, Sinisme, dan Sarkasme

Majas ironi (berpura-pura) merupakan gaya bahasa kiasan yang bermaksud untuk mengatakan sesuatu dengan makna atau maksud yang berbeda dari rangkaian kata-katanya. Rangkaian kata yang digunakan untuk mengikari maksud yang sebenarnya. Syarat majas ironi berhasil jika pendengarnya sadar maksud tersembunyi dari rangkaian kata.

Majas sinisme adalah gaya bahasa dengan kiasan sindiran berupa ejekan yang berbentuk kesangsian terhadap keikhlasan dan ketulusan hati. Dapat dikatakan bahwa majas sinisme merupakan ironi yang lebih kasar.

Majas sarkasme adalah gaya bahasa kiasan yang lebih kasar dari ironi dan sinisme karena sinisme adalah gaya bahasa yang mengandung kepahitan dan celaan yang getir. Gaya bahasa ini dapat bersifat ironis atau tidak, tetapi selalu menyakitkan hati.⁶³

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

⁶² Ibid., hlm. 140

⁶³ Ibid., hlm. 143

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan penelitian menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian konten analisis. Metode kualitatif digunakan untuk mencari data mengandung makna secara mendalam. Jenis penelitian kualitatif menghasilkan data yang menyeluruh berupa eksposur secara keseluruhan dan menggunakan analisis semiotika sosial model M.A.K Halliday. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang didasari madzhab postpositivisme, sebab digunakan untuk meneliti alamiah. Peran peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif,⁶⁴ dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi. Oleh karena itu penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan fokus menganalisis isi terhadap video TikTok dalam akun @anasamiii.

2. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian merupakan fokus peneliti terhadap benda, hal, atau orang yang menentukan batasan penelitian. Subjek dari penelitian merupakan sumber yang sesuai dengan observasi masalah dalam penelitian. Adapun subjek dari penelitian ini adalah akun @anasamiii. Akun @anasamiii merupakan akun di platform TikTok yang berisi konten dakwah. Dakwah pada kontennya berorientasi pada permasalahan sehari-hari dengan pembawaan *talking head* atau *story telling*. Sedangkan objek

⁶⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfa Beta, 2013), hlm. 2.

penelitian merupakan variabel perhatian suatu penelitian. Objek penelitian adalah bagian variabel dari subjek penelitian itu sendiri. Objek penelitian merupakan topik yang ingin diteliti menjadi fokus teliti. Adapun objek penelitian merupakan konten video-video dakwah yang membahas aqidah atau akhlak dalam akun @anasamiii.

3. Sumber Data dan Fokus Penelitian

Pada penelitian ini juga berfokus kepada isi konten video dakwah @anasamiii berupa video-video *reminder* yang membahas tentang aqidah atau akhlak.

Sumber data dan fokus penelitian bertujuan sebagai pembatas dalam penelitian ini agar bahasan sesuai dengan tujuan. Sumber data peneliti terdiri dari data primer dan data sekunder.

- a. Data primer dalam penelitian ini diperoleh secara langsung melalui observasi dan dokumentasi video TikTok @anasamiii. Peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* dalam menentukan data primer. Data primer didapatkan dari video dakwah dalam akun TikTok @anasamiii yang membahas tentang aqidah atau akhlak. Faktor lain pengambilan konten dilihat dari *views* video serta kuantiti komentar dan like dalam video masuk kedalam data primer. Terdapat 524 video dalam akun @anasamiii. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil sembilan video dalam akun tersebut.
- b. Data sekunder merupakan data pendukung peneliti. Data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui

media perantara. Data sekunder didapatkan dari kajian literatur teks-teks dengan tujuan melengkapi data analisis peneliti, seperti jurnal ilmiah, buku-buku, dan artikel yang relevan dalam penelitian ini dengan topik identitas Islam modern.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data kualitatif dilakukan dengan berbagai aturan, berbagai sumber, dan berbagai cara.⁶⁵ Pengumpulan data dilakukan agar data-data yang terhimpun terstruktur di dalam penelitian dan menjadi bukti validasi peneliti. Ada pun teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan adalah dokumentasi

a. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan tahap penelitian dengan mengumpulkan hal-hal berupa catatan transkrip, surat, buku, dokumentasi, dan sebagainya. Pada bagian teknik dokumentasi, peneliti menyimpan bukti video terkait dan mentranskrip isi dalam video tersebut kedalam teks. Dokumentasi terkait adalah semua video yang sesuai dengan kategori peneliti, yaitu video reminder akun TikTok @anasamiii yang membahas aqidah atau akhlak.

Pengamatan dilakukan dalam penelitian ini dan mencatat bagian yang diperlukan mengenai video reminder yang membahas aqidah atau akhlak dalam akun @anasamiii. Dalam melakukan observasi pada

⁶⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.

konten, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* dalam memilih objek penelitian

- *Purposive Sampling*

Dalam memilih objek penelitian, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* dalam memilih data sesuai kriteria yang ditentukan peneliti. *Purposive Sampling* adalah metode pengambilan data sampel non-random dengan pertimbangan tertentu.⁶⁶ Pertimbangan yang dimaksud adalah kriteria yang ditentukan peneliti terhadap subjek penelitian. Pada akun @anasamiii terdapat 524 video didalamnya, peneliti mengambil sembilan video. Untuk memilih objek penelitian, maka ada beberapa kriteria, yaitu:

- 1) Video pada konten tersebut bermuatan dakwah.
- 2) Video pada konten tersebut membahas aqidah atau akhlak sebagai topik atau substansi konten.
- 3) Video dengan muatan identitas (klasifikasi berdasarkan teori islam modern, baik berdasarkan Muhammadiyah, NU, atau Neo-moderisasi Islam)
- 4) Video pada konten tersebut memiliki cukup atensi publik dengan syarat jumlah *views videos* lebih dari 50 ribu tayangan.

⁶⁶ Sugiyono, hlm. 85.

Dengan demikian, maka ditemukan sembilan video yang menjadi objek teliti, yaitu:

- 1) Video dengan judul “Jadi Mahasiswa itu Susah!!!”
- 2) Video dengan judul “Tingkatan Malu Perempuan”
- 3) Video *comment*: komen “kl nonton bl sama aja dosa jugakan??”
- 4) Video “JANGAN DIAM #istandwithpalestine”
- 5) Video dengan judul “Bolehkah Menyebut Nama Seseorang dalam Doa Kita?”
- 6) Video dengan judul “Kenapa ya nggak ada yang deketin aku”
- 7) Video dengan judul “Cemas Akan masa Depan”
- 8) Video dengan judul “Apa Batas Wajar Iman Naik Turun”
- 9) Video dengan judul “Konser Hindia Viral”

5. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis data analisis semiotika sosial model M.A.K Halliday. Halliday merupakan ahli bahasa yang lahir pada tanggal 13 April 1925 dan wafat pada 15 April 2018. Secara etimologis semiotika berarti tanda dalam bahasa Yunani “*semeion*”. Secara terminologis semiotika berarti ilmu yang mempelajari sederetan fenomena sederetan objek, peristiwa dan kebudayaan sebagai tanda. Jadi semiotika atau semiologi adalah bidang kajian yang mempelajari makna

dari suatu tanda. Ada beberapa tokoh terkemuka dalam analisis semiotik, seperti Ferdinand de Saussure dan Charles Sander Peirce. Ferdinand de Saussure berpandangan bahwa semiotika merupakan pendekatan linguistik menjadi pendekatan ilmu pengetahuan umum mengenai tanda. Sedangkan Peirce menyampaikan bahwa semiotikanya dipahami sebagai perluasan logika dan memandang bahwa linguistik dalam semiotika lebih dari sekedar model.⁶⁷

Ada beberapa macam semiotika, salah satunya adalah semiotika sosial. Semiotik sosial merupakan semiotika yang menelaah tanda yang dihasilkan manusia yang berwujud lambang. Lambang yang dimaksud adalah kata dalam satuan maupun kata dalam kalimat.

Halliday mengemukakan bahwa kajian semiotik sosial mengkaji sistem tanda dalam bahasa.⁶⁸ Halliday berpendapat bahwa kata dalam bahasa bukan hanya sebagai kode, yang tidak semata-mata membangun kalimat. Namun, kata merupakan lambang yang menghasilkan makna. Dalam semiotik, "tanda" tidak dianggap sebagai sesuatu yang tetap. Jadi, Van Leeuwen menggunakan istilah "sumber semiotik" daripada kata "tanda". Menurut semiotik sosial, "sumber semiotik" adalah tindakan atau artefak yang digunakan dan diciptakan dalam peristiwa komunikasi.⁶⁹ Istilah semiotika sosial menurut Halliday terdiri dari dua konsep, yaitu

⁶⁷ Alex Sobur, *Analisis Teks Media (Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing)* (Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA, 2012), hlm. 96.

⁶⁸ Ibid., hlm. 101

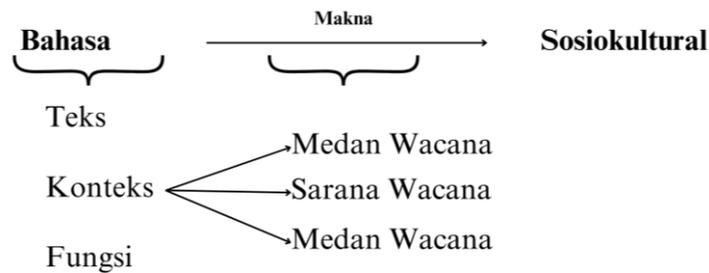
⁶⁹ A. Arga Adhy Praditya, "Semotika Sosial," Article, Misetika, 2019, <https://misketa.id/article/semiotika-sosial>.

konsep semiotika dan konsep sosial. Konsep semiotika yang dimaksud adalah mengkaji makna dalam sistem tanda. Pandangan Halliday berorientasi pada bahasa sebagai semiotika sosial. Bahasa ditafsirkan dalam bentuk terminologis sebagai sistem informasi berasal dari tafsiran konteks sosiokultural dari kebudayaannya.⁷⁰ Sedangkan konsep sosial menurut Halliday "Semiotika sosial" didefinisikan sebagai batas kebudayaan atau sistem sosial sebagai suatu struktur makna. Namun, dalam kasus ini, Halliday ingin menggunakan istilah "sosial" dengan lebih spesifik untuk menunjukkan perhatian terutama pada hubungan antara bahasa dan struktur sosial; dia melihat struktur sosial sebagai satu aspek dari sistem sosial. Sementara struktur sosial dapat dilihat melalui hubungan sosial manusia dalam kehidupan sehari-hari ketika mereka berkomunikasi dan bertukar makna, konteks di mana kata-kata dipertukarkan mendapatkan artinya dari kegiatan sosial dengan perantara dan tujuan sosial.⁷¹ Jadi semiotika sosial adalah bagaimana bahasa digunakan sebagai sistem tanda atau simbol untuk menyampaikan nilai dan norma sosial dan kultural masyarakat tertentu melalui proses bahasa sosial. Dalam memaknai bahasa, terdapat 3 komponen didalamnya, yaitu teks, konteks, dan fungsi bahasa.

⁷⁰ M.A.K Halliday dan Ruqaiya Hasan, *Bahasa, Konteks, dan Teks: Aspek-aspek bahasa dalam pandangan semiotik sosial*, trans. oleh Asruddin Barori Tou (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 1992), hlm. 5.

⁷¹ Halliday dan Hasan, hlm. 4–5.

Gambar 1.3: Struktur analisis semiotika M.A.K Halliday



Menurut Hamad, tujuan dari aplikasi Semiotika Sosial, yang digunakan dalam analisis isi media dengan menggunakan komponen Semiotika Sosial oleh MAK Halliday dan Ruqaiya Hassan, adalah untuk mengidentifikasi hubungan antara tiga instrument Semiotika Sosial: Medan Wacana (*field of discourse*), Pelibat Wacana (*tenor of discourse*), dan Sarana Wacana (*mode of discourse*). Ada pun penjabaran instrument dari teknik analisis data Analisis Semiotik model M.A.K Halliday

- Dari segi medan wacana (*field of discourse*), tujuannya adalah untuk mengidentifikasi wacana media tentang peristiwa yang

terjadi di lapangan. Apa yang dilakukan oleh sebuah objek berita?

Untuk menganalisis medan, kita dapat mengajukan pertanyaan

"apa yang sedang terjadi?", yang mencakup tiga hal: (1) Ranah pengalaman mengacu pada ketransitifan yang mempertanyakan

apa yang terjadi dengan keseluruhan "proses", "partisipan", dan

"keadaan". (2) Tujuan jangka pendek, tujuan yang bersifat konkret

yang harus segera dicapai. (3) Tujuan jangka panjang, tujuan

bersifat abstrak terfokus pada posisi teks dalam konteks masalah yang lebih besar.⁷²

- Dalam hal pelibat wacana (*tenor of discourse*), penting untuk mengetahui siapa yang disebutkan dalam teks (seperti berita, editorial, dan lain-lain). Pelibat wacana mencari tau bagaimana hubungan antara para pelibat seperti karakteristik mereka, posisi, dan peran mereka. Untuk melihat pelibat, kita dapat mengajukan pertanyaan tentang “siapa yang terlibat?”, yang mencakup tiga hal: (1) peran agen atau masyarakat terkait dengan tugas yang dilakukan individu atau masyarakat, (2) status sosial terkait dengan posisi individu dalam masyarakat dibandingkan dengan orang lain, sejajar atau tidak, dan (3) jarak sosial terkait dengan seberapa dekat partisipan dikenal dengan partisipan lainnya, akrab atau jauh. Ketiga hal tersebut mungkin permanen atau sementara.⁷³

- Dari perspektif sarana wacana (*mode of discourse*), untuk mengidentifikasi aspek yang diperankan oleh bahasa, adalah bagaimana komunikator (media massa) menggunakan gaya bahasa mereka untuk menggambarkan medan (situasi) dan orang-orang yang dikutip. Bagaimana implikasi kandungan tersebut

⁷² Wulantari, “Analisis Semiotika Sosial Makna Pemahaman dalam Pengalaman Surat Al-Fatihah Pada Program Acara BERITA ISLAMIC MASA KINI di TRANS TV (Episode “Kesalahpahaman dalam Mengamalkan Surat Al-Fatihah)” (Skripsi, Jakarta, UIN Syarif Hidayatullah, 2016), hlm. 27.

⁷³ Wulantari, hlm. 27.

berdampak pada masalah nyata? (termasuk makna, gambar, pendapat, dan alasan).⁷⁴ Untuk menganalisis sarana, pertanyaan “apa yang dapat diajukan adalah peran yang diberikan kepada bahasa?” Peran ini mencakup lima hal, yaitu (1) Peran bahasa terkait dengan posisi bahasa dalam aktivitas: bahasa dapat berfungsi sebagai wajib (konstitutif) atau tidak wajib, mendukung, atau tambahan. Peran tambahan muncul ketika bahasa membantu aktivitas lain. (2) Tipe interaksi mengacu pada jumlah pelaku: monologis atau dialogis. (3) Medium mengacu pada sarana yang digunakan: lisan, tulisan, atau isyarat. (4) Saluran mengacu pada cara teks diterima: fonis, grafis, atau visual. (5) Modus retorik mengacu pada "perasaan" teks secara keseluruhan, termasuk persuasif, kesastraan, akademis, edukatif, dan sebagainya.⁷⁵

Struktur	Fokus Analisa	Indikator Analisa
Medan wacana	Apa yang sedang terjadi	1. Ranah pengalaman mengacu pada ketransitifan yang mempertanyakan apa yang terjadi dengan keseluruhan "proses", "partisipan", dan "keadaan"

⁷⁴ Hasyim Ali Imran, “Semiotika Sosial Sebagai Alat Analisis Teks Dalam Penelitian Komunikasi Kualitatif,” *INSANI* 1, no. 1 (2014), hlm. 3.

⁷⁵ Wulantari, “Analisis Semiotika Sosial Makna Pemahaman dalam Pengalaman Surat Al-Fatihah Pada Program Acara BERITA ISLAMIC MASA KINI di TRANS TV (Episode “Kesalahpahaman dalam Mengamalkan Surat Al-Fatihah),” hlm. 28.

		<p>2. Tujuan jangka pendek, tujuan yang bersifat konkret yang harus segera dicapai</p> <p>3. Tujuan jangka panjang, tujuan bersifat abstrak terfokus pada posisi teks dalam konteks masalah yang lebih besar.</p>
Pelibat wacana	Siapa yang terlibat	<p>1. Peran agen atau masyarakat terkait dengan tugas yang dilakukan individu atau masyarakat.</p> <p>2. Status sosial terkait dengan posisi individu dalam masyarakat dibandingkan dengan orang lain, sejajar atau tidak.</p> <p>3. Jarak sosial terkait dengan seberapa dekat partisipan dikenal dengan partisipan lainnya, akrab atau jauh</p>
Sarana wacana	Bagaimana peran dari bahasa	<p>1. Peran bahasa terkait dengan kedudukan bahasa dalam aktivitas: bisa saja bahasa</p>

		<p>bersifat wajib (konstitutif) atau tidak</p> <p>wajib/penyokong/tambahan.</p> <p>Peran tambahan terjadi apabila bahasa membantu aktivitas lainnya.</p> <p>2. Tipe interaksi mengacu pada jumlah pelaku: monologis atau dialogis.</p> <p>3. Medium mengacu pada sarana yang digunakan: lisan, tulisan, atau isyarat.</p> <p>4. Saluran mengacu pada cara teks diterima: fonis, grafis, atau visual.</p> <p>5. Modus retorik mengacu pada "perasaan" teks secara keseluruhan, termasuk persuasif, kesastraan, akademis, edukatif, dan sebagainya.</p>
--	--	---

Tabel 1.1: Komponen Analisis Semiotika Sosial M. A. K Halliday

H. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada penelitian ini ditulis sesuai dengan Buku Pedoman Penulisan Skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang telah diterbitkan pada tahun 2014. Karena penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif, maka penelitian ini dipisahkan dalam empat bab yang akan dijelaskan lebih lanjut berikut ini.

1. BAB I PENDAHULUAN

Menjelaskan terkait dengan latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan kegunaan penelitian yang dilihat dari kegunaan 21 akademis maupun praktisnya. Pada bab ini juga dituliskan beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dengan judul dan isi penelitian yang relevan dan setara pada bagian kajian pustaka. Kemudian sebagai arah untuk menganalisis dapat dilihat pada kerangka teori, cara analisis dapat dilihat pada metode penelitian, dan terakhir uraian menyeluruh terkait sistematika penulisan.

2. BAB II GAMBARAN UMUM

Pada bab ini akan dijelaskan subjek dan objek penelitian secara lebih lengkap, seperti penjelasan TikTok, profil pemilik akun @anasamiii, dan profil akun TikTok @anasamiii dan konten dakwahnya berupa video reminder dengan muatan akhlak atau aqidah dalam pengimplementasian sehari-hari

3. BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dipaparkan secara rinci berdasarkan data yang telah diperoleh dari observasi, dokumentasi, dan analisis dari data-data sebelumnya yang sudah dikumpulkan dan dianalisis sesuai dengan langkah-langkah dalam analisis semiotik M.A.K Halliday.

4. BAB IV PENUTUP

Pada penutup dalam penelitian ini berusaha untuk merangkum keseluruhan dari penelitian dalam satu kesimpulan ringkas yang dapat menjawab pertanyaan dalam rumusan masalah dan menyajikan saran tentang penelitian

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Beberapa media mengonstruksi Islam dalam kontennya tidak terkecuali *influencer*. Hadirnya *influencer* memiliki pengaruh yang besar terhadap opini public. Salah satu *influencer* yang mengonstruksikan identitas Islam adalah akun TikTok @anasamiii. Konstruksi identitas Islam modern dalam akun @anasamiii dapat dilihat dari konten-kontennya. Peneliti mengambil sembilan konten berupa video dakwah pada akun @anasamiii yang berisikan video muatan aqidah atau akhlak.

Ada tiga tahap yang dilakukan dalam melakukan konstruksi sosial. Pada tahap eksternalisasi, tahap dimana individu menyesuaikan diri terhadap lingkungannya. Dalam hal ini Himma merespon persoalan kontemporer yang dialami Muslim dengan sikap dan pengetahuannya. Pada tahap kedua ada objektivasi, tahap dimana membuat realitas objektif dari tahap eksternalisasi melalui tanda-tanda yang diberikan. Tanda-tanda berikut merupakan penggunaan majas dan gaya bicara dalam dialetika pada video @anasamiii. Kemudian terakhir adalah tahap internalisasi, yaitu tahap dimana seseorang mengidentifikasi dirinya sendiri terhadap lembaga sosialnya. Dalam hal ini adalah komentar pada video akun @anasamiii yang merupakan hasil konstruksi dari tahap eksternalisasi dan objektivasi yang dilakukan Himma.

Penelitian ini menganalisis bagaimana identitas Islam modern dikonstruksi melalui konten video di akun TikTok @anasamiii, yang dikelola oleh Himma. Beberapa kesimpulan utama dari penelitian ini adalah:

1. Penyampaian Nilai-nilai Islam:

Himma menekankan pentingnya menjalankan ibadah sunnah sebagai perlindungan ketika iman seorang Muslim naik turun. Dia memberikan contoh-contoh konkret untuk menunjukkan bagaimana menjaga keimanan dalam kehidupan sehari-hari.

2. Pendekatan Komunikasi Efektif:

Himma menggunakan gaya komunikasi yang sederhana dan ramah, memanfaatkan media sosial TikTok untuk menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi muda. Hal ini mempermudah audiens dalam memahami pesan-pesan agama yang disampaikan.

3. Isu Norma dan Penyimpangan:

Himma juga menyoroti isu-isu penyimpangan dari ajaran Islam yang sering dinormalisasi, seperti meninggalkan ibadah wajib. Melalui sindiran dan contoh-contoh sederhana, dia berusaha meningkatkan kesadaran dan mengajak audiens untuk memperbaiki diri.

4. Pengaruh Media Sosial dalam Dakwah:

Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial seperti TikTok dapat menjadi alat yang kuat dalam menyebarkan dakwah dan membentuk identitas Islam modern, asalkan digunakan dengan bijak dan sesuai dengan nilai-nilai agama.

5. Integrasi Ajaran Islam dengan Kehidupan Kontemporer:

Konten video di akun @anasamiii mengintegrasikan ajaran-ajaran Islam dengan konteks kehidupan modern. Himma menggambarkan persoalan kontemporer yang dihadapi oleh Muslim modern, seperti masalah takdir, percintaan, pergaulan, iman, ketaqwaan, dan gaya hidup, dan membungkusnya dalam bentuk reminder untuk dirinya dan pengikutnya.

6. Pentingnya Ijtihad:

Dalam menyikapi permasalahan modern, penelitian ini menekankan keutamaan ijtihad bagi Muslim. Muslim modern diharapkan tidak hanya menilai ajaran Islam dari sisi tekstual tetapi juga mengambil makna kontekstual dari ajaran tersebut.

Secara keseluruhan, penelitian ini menekankan bahwa identitas Islam modern dapat dikonstruksi melalui pendekatan yang relevan dengan zaman sekarang, dan media sosial memainkan peran penting dalam proses ini

Penelitian memberikan analisis mendalam tentang bagaimana akun @anasamiii membangun identitas Islam modern melalui narasi dan visual dalam video TikTok. Namun penelitian ini memiliki keterbatasan sampel, penelitian ini hanya berfokus pada satu akun TikTok, sehingga mungkin tidak mewakili seluruh spektrum identitas Islam modern di media sosial.

Teori semiotika sosial Halliday memungkinkan analisis yang mendalam terhadap cara tanda-tanda dan simbol digunakan dalam komunikasi, yang sangat relevan untuk studi media sosial. Pendekatan ini memperhitungkan konteks sosial di mana tanda-tanda muncul, sehingga memberikan pemahaman

yang lebih holistik tentang identitas yang dibentuk. Metode semiotik sangat bergantung pada interpretasi peneliti, yang bisa berbeda jika dilakukan oleh peneliti lain

B. Saran

Dari hasil temuan yang ada, bahwa *influencer* sangat berpengaruh pada opini publik terlebih lagi jika *influencer* tersebut memiliki banyak pengikut atau pengguna. *Influencer* harus lebih bijaksana dalam memberikan informasi untuk khalayak umum. *Influencer* memiliki pengaruh besar dalam membentuk opini publik, namun mereka juga perlu lebih bertanggung jawab dalam menyampaikan konten yang akurat dan tidak menyesatkan Pemilihan kata, penggunaan simbol, dan pembingkaiian peristiwa menjadi faktor penting dalam mengubah persepsi publik. *Influencer* juga harus bersikap netral agar tidak merugikan pihak lain

Bagi konsumen atau pemakai media harus berhati-hati terhadap informasi yang diterima oleh media. Konsumen harus membandingkan pemberitaan media satu dengan media lainnya agar tidak salah mendapatkan informasi. Banyaknya media yang ada di era modern tidak berarti semua media memiliki kebenaran dalam informasinya. Banyaknya media dipengaruhi kepentingan pribadi atau kelompok yang mempengaruhi infomarsinya.

Penelitian di masa depan harus mencakup lebih banyak akun dan platform media sosial untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif tentang identitas Islam modern. Selain memperluas sampel, peneliti harus

mengkombinasi metode yang dapat memberikan hasil yang lebih robust dan dapat diandalkan.



DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Agus Satmoko. "Identitas Agama Islam Yang Moderat di Indonesia Sebagai Bagian dari Penguatan Identitas Nasional." *JCMS* 5, no. 02 (2020): 1–5.
- Ahsana, Himma. *Tuhan Ke Manakah Aku Harus Melangkah?* Yogyakarta: C-Klik Media, 2023.
- Ahsana, Himma, Atina Barokaatin, dan Zirny Rosida. Book Talk With Author (Tuhan, Ke Manakah Aku Harus Melangkah). C Klik Media, 20 Desember 2023.
- Aisyah. "7 Jenis Konten Media Sosial Berdasarkan Tujuannya!" *Argia Academy* (blog), 28 Februari 2023. <https://argiaacademy.com/jenis-konten-media-sosial/>.
- Allisa, Lutfiana, dan Agus Triyono. "Pengaruh Dakwah Di Media Sosial Tiktok Terhadap Tingkat Religiusitas Remaja Di Demak." *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi* 7, no. 1 (6 Januari 2023): 26–38. <https://doi.org/10.30596/ji.v7i1.13070>.
- @anasamiii, Himma. "A day in My Life Himma." Video. TikTok, 10 Maret 2022. <https://www.tiktok.com/@anasamiii>.
- Anjani, Sari, dan Irwansyah Irwansyah. "Peranan Influencer Dalam Mengkomunikasikan Pesan Di Media Sosial Instagram [THE ROLE OF SOCIAL MEDIA INFLUENCERS IN COMMUNICATING MESSAGES USING INSTAGRAM]." *Polyglot: Jurnal Ilmiah* 16, no. 2 (7 Mei 2020): 203–29. <https://doi.org/10.19166/pji.v16i2.1929>.
- artikelpendidikan.id. "Nahdlatul Ulama: Pengertian, Sejarah, dan Peran dalam Islam Indonesia." Artikel Pendidikan, 10 November 2023. <https://artikelpendidikan.id/apa-arti-nahdlatul-ulama-secara-istilah/>.
- Atmadiwangsa, MuthiaFebrianti Satari, dan Neni Yulianita. "Konstruksi Citra Diri melalui Media Sosial Instagram." *Bandung Conference Series: Public Relations* 2, no. 1 (20 Januari 2022): 255–59. <https://doi.org/10.29313/bcspr.v2i1.747>.
- Berger, Peter L, dan Thomas Luckmann. *The Social Construction of Reality*. London: Penguin Group, 1966.
- Data, GoodStats. "7 Negara Asia Yang paling Percaya Media." GoodStats Data. Diakses 18 Oktober 2023.

<https://data.goodstats.id/statistic/elmaarmavillia/7-negara-asia-yang-paling-percaya-media-wX2LU>.

———. “10 Media Sosial dengan Waktu Pemakaian Terlama 2023.” GoodStats Data. Diakses 18 Oktober 2023. <https://data.goodstats.id/statistic/agneszfanyayonatan/10-media-sosial-dengan-waktu-pemakaian-terlama-2023-U9VQ8>.

———. “Menilik Jumlah Pengguna Media Sosial 2013-2023.” GoodStats Data. Diakses 18 Oktober 2023. <https://data.goodstats.id/statistic/agneszfanyayonatan/menilik-jumlah-pengguna-media-sosial-2013-2023-WR7bg>.

Devitt, Michael, dan Richard Hanley. *The Blackwell Guide to the Philosophy of Language*. Oxford: Blackwell Publishing, 2006.

FISIPOL UGM. “Menyoal Jasa Influencer Bayaran dalam Pembentukan Opini Publik dan Demokrasi – Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.” News. FISIPOL UGM, 2020. <https://fisipol.ugm.ac.id/menyoal-jasa-influencer-bayaran-dalam-pembentukan-opini-publik-dan-demokrasi/>.

Ghulam. “Apa itu Konten? (Pengertian Menurut Ahli, Contoh, dan Jenis).” Blog. Sasana Digital, 7 Oktober 2022. <https://sasanadigital.com/apa-itu-konten/>.

Hadihah, Nur. “Peran TikTok Sebagai Konten Islami Dalam Memberikan Pemahaman Keislaman Pada Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Angkatan 2021 IAIN Parepare.” Skripsi, IAIN Parepare, 2022.

Halliday, M.A.K, dan Ruqaiya Hasan. *Bahasa, Konteks, dan Teks: Aspek-aspek bahasa dalam pandangan semiotik sosial*. Diterjemahkan oleh Asruddin Barori Tou. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 1992.

Handley, Ann, dan C.C. Chapman. *Content Rules: How to Create Killer Blogs, Podcast, Video, Ebook, Webinar (and More) That Engage Customers and Ignite Your Business*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc, 2011.

Hudaeri, Mohamad. “Relasi Kuasa Islam dan Negara Indonesia Modern.” *MIQOT: Jurnal Ilmu-ilmu Keislaman* 41, no. 2 (2017): 451–76.

Ilham. “Paradigma Keagamaan Muhammadiyah: Mengintegrasikan Ajaran Islam dan Kehidupan.” News. *Muhammadiyah* (blog), 5 Agustus 2023. <https://muhammadiyah.or.id/2023/08/paradigma-keagamaan-muhammadiyah-mengintegrasikan-ajaran-islam-dan-kehidupan/>.

Imran, Hasyim Ali. “Semiotika Sosial Sebagai Alat Analisis Teks Dalam Penelitian Komunikasi Kualitatif.” *INSANI* 1, no. 1 (2014): 1–10.

- Ittihadiyah, Himayatul. "Merunut Identitas Islam Indonesia (Kajian Historiografi Menurut Ulama Kontemporer Yogyakarta, Perspektif Muhammadiyah, NU, HTI, dan MMI)." *JURNAL PENELITIAN AGAMA* 17, no. 3 (2008): 586–606.
- Keraf, Gorys. *Diksi dan Gaya Bahasa*. 14 ed. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2004.
- Littlejohn, Stephen W., dan Karen A. Foss. *Theories of Human Communication*. 10th ed. Long Grove, Ill: Waveland Press, 2011.
- Mudjiyanto, Bambang, dan Emilsyah Nur. "Semiotika Dalam Metode Penelitian Komunikasi." *Jurnal Penelitian Komunikasi* 16, no. 1 (2013): 73–82.
- Muhammadiyah, Redaksi. "Muhammadiyah sebagai Gerakan Keagamaan yang Berkarakter Modernis." Muhammadiyah, 26 November 2020. <https://muhammadiyah.or.id/2020/11/muhammadiyah-sebagai-gerakan-keagamaan-yang-berkarakter-modernis/>.
- Munahwan, Ach Tirmizdi. "Memahami Aswaja ala NU." Article. NU Online, 1 Juli 2007. <https://nu.or.id/pustaka/memahami-aswaja-ala-nu-XmrNq>.
- Nashir, Haedar. "Memantapkan Paham Keislaman Muhammadiyah - Suara Muhammadiyah." Article. *suaramuhammadiyah*, 23 Desember 2020. <https://web.suaramuhammadiyah.id/2020/10/30/memantapkan-paham-keislaman-muhammadiyah/>.
- Nugroho, Rizki Setyo. "Sejarah TikTok yang Kini Jadi Salah Satu Media Sosial Ternama Dunia." <https://www.idxchannel.com/>, 5 Oktober 2023. <https://www.idxchannel.com/milenomic/sejarah-tiktok-yang-kini-jadi-salah-satu-media-sosial-ternama-dunia>.
- Obianto, Agung. "Aplikasi TikTok Sebagai Medan Dakwah Mahasiswa Promdi KPI Fakultas Dakwah IAIDA di Masa Pandemi COVID 19." *Dariscomb: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 3, no. 1 (2023): 41–51.
- Pardianti, Melly Septia, dan Velantin Valiant. "Pengelolaan Konten TikTok Sebagai Media Informasi." *IKON* 27, no. 2 (2022): 187–210.
- Praditya, A. Arga Adhy. "Semotika Sosial." Article. *Misetika*, 2019. <https://misketa.id/article/semiotika-sosial>.
- Prakoso, Agis Dwi. "Penggunaan Aplikasi TikTok dan Efeknya Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja Islam di Kelurahan Waydadi Baru Kecamatan Sukarame." Skripsi, UIN Raden Fatah, 2020.

- Qomar, Mujamil. "Islam Nusantara: Sebuah Alternatif Model Pemikiran, Pemahaman, dan Pengamalan Islam." *El-HARAKAH (TERAKREDITASI)* 17, no. 2 (5 Februari 2016): 198–217. <https://doi.org/10.18860/el.v17i2.3345>.
- Rahmawati, Eka. "Dampak Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Perilaku Belajar Siswa (Studi Kasus Siswa Kelas IX di SMPN 9 Tangerang Selatan)." Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah, 2023.
- Samsudin. "Islam Modern Era Abad 21." *QALAMUNA* 10, no. 02 (2018): 161–74.
- Seteyowati, Ririn. "Media Sosial dan Pengungkapan Identitas Muslim (Studi tentang Penggunaan Instagram sebagai Media Peneguhan dan Ekspresi Identitas Diri sebagai Muslim di Kalangan Aktivistis Dakwah Kampus Jamaah Nurulhuda Unit Kegiatan Mahasiswa Islam Universitas Sebelas Maret Surakarta)," 2019, 1–19.
- Sobur, Alex. *Analisis Teks Media (Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing)*. Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA, 2012.
- Southern, Matt G. "Why Is TikTok So Popular?" Article. *Search Engine Journal*, 24 Oktober 2021. <https://www.searchenginejournal.com/why-is-tiktok-so-popular/424603/>.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfa Beta, 2013.
- Suwarno. "Pengaruh Influencer Media Sosial: Bagaimana Mereka Membentuk Budaya Kita." Article. *Pendidikan Guru Sekolah Dasar* (blog), 2023. <https://pgsd.binus.ac.id/2023/03/11/pengaruh-influencer-media-sosial-bagaimana-mereka-membentuk-budaya-kita/>.
- Vedhitya, Mavellyno. "TikTok: Sejarah, Fenomena, dan Pengaruhnya bagi Kehidupan Digital." Article. *www.marketeers.com*, 23 April 2023. <https://www.marketeers.com/tiktok-sejarah-fenomena-dan-pengaruhnya-bagi-kehidupan-digital/>.
- Wood, Andrew F., dan Matthew J. Smith. *Online Communication: Linking Technology, Identity, and Culture*. 2 ed. USA: Lawrence Erlbaum Associates, Inc., 2005.
- Wulantari. "Analisis Semiotika Sosial Makna Pemahaman dalam Pengalaman Surat Al-Fatihah Pada Program Acara BERITA ISLAMIS MASA KINI di

TRANS TV (Episode "Kesalahpahaman dalam Mengamalkan Surat Al-Fatihah)." Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah, 2016.

XL PRIORITAS. "Mengenal Sejarah Tiktok Dan Perkembangannya." Blog. XL Prioritas, 2023. <https://prioritas.xl.co.id/>.

Yuliarti, Astinana, Muhammad Tahir Kasnawi, dan Hafied Cangara. "ISIS dan Stigma Islamofobia Framing Tentang Konstruksi Pemberitaan ISIS dalam Media Online." *KAREBA : Jurnal Ilmu Komunikasi* 6, no. 2 (25 Desember 2017): 285–93. <https://doi.org/10.31947/kjik.v6i2.5329>.

Zamroni, Mohammad. *RELASI KUASA MEDIA POLITIK: Kontestasi Politik dalam Redaksi Berita Televisi*. Jakarta: Kencana, 2022.

Zilfaroni. "Islam dan Identitas." Article. *UIN Syahada Padangsidempuan* (blog), 8 Desember 2020. <https://www.uinsyahada.ac.id/islam-dan-identitas/>.

Zuriet, Jade, dan Svetlana Lyausheva. "Muslim Identity in the Conceptual Field of Modern Religious Studies." Disunting oleh B. Yazyev. *SHS Web of Conferences* 72 (2019): 1–6. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20197202008>.

