



Pengaruh Representasi Idol dalam Anime terhadap Konstruksi Sosial dan Ekspektasi Masyarakat terhadap Figur Idola di Dunia Nyata

Fathiyah Ramadhani Azmi¹, Ramadita Fetrianggi., M.Ds², Muhamad Ridha Agustianthy., M.Ds³

¹Desain Komunikasi Visual, Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung, Indonesia

²Desain Komunikasi Visual, Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung, Indonesia

³Desain Komunikasi Visual, Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung, Indonesia

*Correspondence: E-mail: Ariefjohari@upi.edu

ABSTRACT

Media massa sekarang ini tidak hanya terbatas kepada berita di televisi, koran, maupun radio. Muncul istilah New Media atau media baru, dimana merupakan teknologi komunikasi digital yang memerlukan jaringan internet. Media online termasuk ke dalam media massa, salah satu media online adalah Instagram. Instagram memungkinkan pengguna untuk mengunggah foto maupun video dan berinteraksi menggunakan fitur komentar. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis komentar pada salah satu akun Instagram yang berfokus pada dakwah, yaitu akun @quranreview. Penelitian ini berdasarkan dari teori *Uses and Gratification*. Untuk memenuhi tujuan tersebut, penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang menganalisis tanggapan audiens terhadap konten yang dibuat akun @quranreview. Hasil penelitian menunjukkan bahwa audiens aktif dalam menyampaikan pendapat mereka, baik setuju maupun ketidaksetujuan, serta keinginan mereka terhadap media massa. Sehingga dapat dilihat bahwasannya audiens tidak bersifat pasif dan menerima saja mentah-mentah pesan yang ada. Tanggapan-tanggapan yang disampaikan pengguna mampu digunakan sebagai acuan dalam membuat konten kedepannya.

ARTICLE INFO

Article History:

Submitted/Received 31 Dec 2024

First Revised 25 Jan 2025

Accepted 21 Feb 2025

Publication Date 11 April 2025

Keyword:

Konten; Dakwah; Instagram; Uses and Gratification

1. INTRODUCTION

Perputaran informasi di masyarakat tidak terlepas dari peran media massa. Media massa sendiri tidak hanya berfungsi sebagai tempat informasi, Pendidikan, dan hiburan. Namun, media massa juga mampu mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang, bahkan media massa pun mampu memengaruhi sistem sosial dan sistem budaya di masyarakat (Husni, 2022). Dunia sekarang ini telah memasuki era New Media atau dapat disebut juga sebagai media baru, yang mana memiliki arti sebagai teknologi komunikasi digital yang dihubungkan secara online dengan jaringan internet (Syaifuddin, 2022).

Media online termasuk ke dalam New Media yang mana Media online merupakan media komunikasi, baik dari sisi pengirim maupun sisi penerima pesan memerlukan koneksi internet agar bisa diakses (Nur, 2021). Maka dari itu, sekarang media massa tidak hanya terbatas pada radio, koran, ataupun televisi. Berkat sumbangsih internet, banyak bentuk-bentuk baru, Seperti Youtube yang mengandung video-video, Instagram dan Tiktok yang mengandung video dengan durasi pendek serta gambar, X yang berisi tulisan, dan Spotify yang berisi podcast serta lagu-lagu. Media massa yang berkembang menjadi media baru memungkinkan dalam menerima dan menyampaikan pesan secara cepat dan luas, dikarenakan Batasan tempat tidak ada di dalam dunia maya.

Salah satu media online yang banyak digunakan orang-orang adalah Instagram. Instagram merupakan aplikasi digital yang memfokuskan dalam menghasilkan konten berupa gambar dan video pendek. Instagram lahir pada tanggal 6 Oktober 2010 dari Perusahaan Bernama Brubn, Inc. Instagram merupakan inovasi terbaru dalam jejaring sosial yang berbasis foto dan video. Awalnya Instagram dirancang sebagai aplikasi yang berbasis lokasi, sehingga pengguna mampu berbagi foto dan melakukan check in di lokasi yang dikunjungi, namun pendiri perusahaan Brubn, inc merasa aplikasi ini mirip dengan aplikasi lain yang sudah populer,. Sehingga, mereka memutuskan untuk mengembangkan aplikasi yang bertujuan untuk berbagi foto dan video yang memiliki fitur 'likes' dan 'comments'. Fitur komentar ini yang memungkinkan untuk masyarakat saling berinteraksi.

Banyak Masyarakat yang menggunakan platform Instagram sebagai tempat untuk berbagi dan menyimpan kenangan, menyampaikan pesan, serta berhubungan dengan orang lain di dunia. Salah satu yang dapat dimanfaatkan dari platform Instagram adalah sebagai media dakwah. Salah satu akun Instagram yang berfokus untuk dakwah adalah akun *@quranreview*. Akun tersebut memposting pertama kali pada juni 2019 dan saat tulisan ini dibuat telah memiliki 771 unggahan dan 406 ribu pengikut. Akun *@quranreview* merupakan akun dakwah yang fokus membahas ayat-ayat Al-Qur'an, baik tentang cara mengamalkan, memahami, serta membedah Al-Qur'an dengan literatur Arab serta kaidah ilmu nahwu (Octaviani, 2023). Cara akun *@quranreview* dalam menyebarkan dakwah adalah dengan visual yang menarik dan Bahasa yang santai, serta menggunakan kasus-kasus yang relate dengan masyarakat. Hasil dari cara tersebut dapat dilihat dari komentar positif masyarakat. Namun, tentu saja disaat yang sama ada pula komentar kontra yang muncul.

Penelitian ini bertujuan untuk membahas tanggapan audiens dari akun *@quranreview*, baik yang merupakan pengikut atauun bukan dari fitur komentar yang disediakan oleh Instagram. Manfaat yang diharapkan dari penelitian adalah mampu mengidentifikasi keinginan dan harapan masyarakat terhadap konten yang ingin didapatkan. Sehingga, pelaku-pelaku dakwah yang ingin menggunakan media sosial terkhususnya Instagram sebagai tempat berdakwah, memiliki gambaran untuk rancangan konten yang akan dibuat.

2. METHODS

Penelitian ini dilaksanakan menggunakan metode kualitatif yang menganalisis tanggapan audiens pada kolom komentar @quranreview. Metode kualitatif merupakan metode yang berusaha memahami, menyelidiki, serta menganalisis secara menyeluruh terkait aspek dari pertemuan, perilaku, dan kejadian di masyarakat. (Ardyan, et al., 2023). Menurut Creswell (dalam Syamsuddin, et al., 2023) penelitian kualitatif adalah penelitian dengan tujuan untuk mempelajari serta memahami makna yang mana sejumlah individu dan kelompok menanggapi hal itu berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan.

Sumber data penelitian ini diperoleh dari komentar-komentar audiens pada beberapa unggahan @quranreview. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah metode Simak dan catat, dengan tahapan:

1. Pencarian data
2. Menyimak dan memperhatikan
3. Menyalin atau mengambil tangkapan layar
4. Transkrip data.

Penelitian ini berlandaskan teori *Uses and Gratification* atau teori kegunaan dan kepuasan. Teori ini menyatakan bahwa pengguna tidak pasif dalam memilih media yang akan digunakan untuk kebutuhan mereka (Isnaini, 2023). Teori ini berkebalikan dengan teori Hypodermic Needle yang menerangkan bahwa pengirim pesan atau dalam hal ini media massa, memiliki kekuatan yang mampu mempengaruhi khalayak yang tidak berdaya dan berkekuatan. Sehingga, audiens dianggap pasif dan komunikasi hanya berjalan satu arah (Sopiyan, et al., 2023). Teori ini dikemukakan pada tahun 1974 oleh Elihu Katz, Blumler, dan Michael Gurevitch. Awalnya, teori ini diajukan oleh Elihu Katz sebagai tanggapan dari Berdard Berelson, yang menyatakan bahwa penelitian tentang dampak media sudah mati. Teori ini mengutarakan bahwa pengguna akan menggunakan, mencari, dan menanggapi suatu media disebabkan oleh bermacam-macam faktor (Isnaini, 2023).

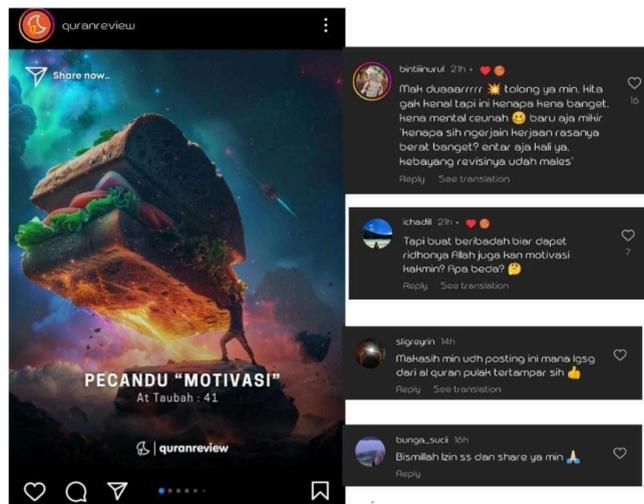
Pengguna atau audiens akan memilih media yang menyediakan konten sesuai keinginan dan kebutuhan mereka. Sehingga media yang baik tentu saja yang mampu menyediakan hal tersebut. Teori ini dapat dipakai untuk memahami keinginan audiens terhadap media, sehingga pihak komunikator mampu merancang konten yang sesuai agar senantiasa dipilih oleh audiens. Dengan menggunakan teori *Uses and Gratification*, penelitian ini akan melihat tanggapan pengguna terhadap suatu konten, apakah sesuai yang diharapkan atau tidak, sehingga komunikator mampu merancang konten yang sesuai dengan harapan audiens.

3. RESULTS AND DISCUSSION

Berikut adalah hasil dan pembahasan dari tangkapan layar unggahan dan komentar akun Instagram @quranreview.

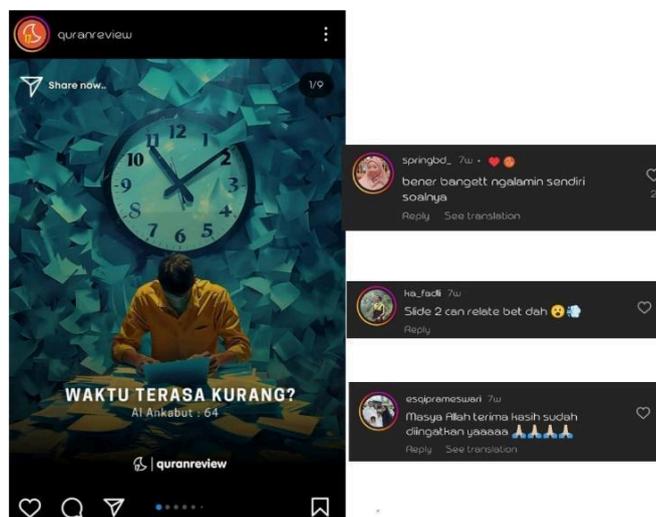
Unggahan ini diunggah pada tanggal 22 Mei 2024 dengan judul "Pecandu Motivasi" yang membahas surat At-Taubah ayat 41. Unggahan ini berisi tentang kita yang tidak memerlukan motivasi atau semangat dahulu untuk beribadah, sehingga kita tidak menjadi seorang "pecandu" yang hanya akan mengerjakan sesuatu jika motivasi hadir. Dijelaskan disini bahwa yang kita perlukan adalah komitmen yang kuat. Seperti firman Allah SWT pada surat

At-Taubah ayat 41 yang berbunyi: "Berangkatlah kamu baik dengan rasa ringan maupun dengan rasa berat, dan berjihadlah dengan harta dan jiwamu di jalan Allah.



Yang demikian itu adalah lebih baik bagimu jika kamu mengetahui.” Sehingga, meski kita merasa berat maupun ringan, kita tetap menjalankan perintah Allah karena, beribadah kepada Allah adalah komitmen kita sebagai seorang hamba.

Tanggapan akun @bintiinurul terhadap unggahan tersebut adalah: “Mak duarrrrr [] tolong ya min, kita gak kenal tapi ini kenapa kena banget, kena mental ceunah [] baru aja mikir “kenapa sih ngerjain kerjaan rasanya berat banget? Entar kali ya, kebayang revisinya udah males”” ada pula dari akun @sligreyrin menanggapi: “Makasih min udh posting ini mana lgsg dari al quran pulak tertampar sih [].” Kedua akun tersebut merasa diingatkan dan tersadar dari unggahan tersebut. Lalu, tanggapan lain muncul dari akun @ichadill : “Tapi buat beribadah biar dapet ridhonya Allah juga kan memotivasi kakmin? Apa beda?” Dari tanggapan tersebut dapat dilihat bahwa pengguna merasa kontra terhadap unggahan tersebut dan ingin mengetahui apakah kontra mereka adalah suatu hal yang benar. Tanggapan lain juga hadir pada akun @bunga_sucii : “Bismillah Izin ss dan share ya min []” dari hal tersebut dapat terlihat pengguna menyukai unggahan tersebut dan merasa perlu untuk menyimpan serta membagikan yang lain.



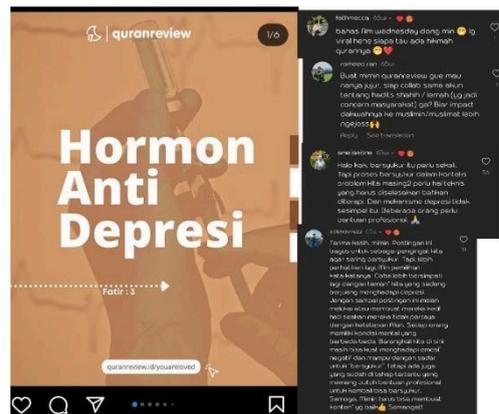
Unggahan ini diunggah pada tanggal 3 Mei 2024 dengan judul “Waktu Terasa Kurang?” yang membahas surat Al-Ankabut ayat 64. Unggahan ini membahas tentang time management yang sebenarnya dan mengambil sudut pandang dari Al-Qur’an. Unggahan ini membahas makna Lahwun dalam surat Al-Ankabut ayat 64, yang mana salah satu makna kata tersebut adalah mengerjakan sesuatu yang tidak seharusnya dikerjakan. Unggahan ini menyatakan bahwa time management adalah priorities management sehingga, kita harus bisa menentukan yang yang seharusnya dikerjakan. Dalam konteks unggahan ini, prioritas paling utama adalah ibadah, dan apabila kita gagal menentukan prioritas, maka nanti kita akan tenggelam dalam urusan dunia yang tidak ada habisnya.

Tanggapan muncul dari akun @ka_fadli : “Slide 2 can relate bet dah [[]]” dan akun @springbd_ : “bener banagett ngalamin sendiri soalnya”. Dapat dilihat kedua akun tersebut merasa berkaitan dengan unggahan tersebut dikarenakan mengalami pengalaman yang sama.



Unggahan ini diunggah pada tanggal 15 Maret 2024 dengan judul “Nolak Temen Ngutang” yang membahas surat Al-Isra’ ayat 28. Unggahan membahas terkait menolak memberikan pinjaman atau sedekah kepada orang lain. Berdasarkan firman Allah surat Al-Isra’ ayat 28 yang berbunyi “Dan jika engkau berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari Tuhanmu yang engkau harapkan, maka katakanlah kepada mereka ucapan yang lemah lembut.” Kita diperbolehkan untuk menolak dengan dua kondisi. Pertama, dikarenakan kita juga membutuhkan uang tersebut dan bukan dikarenakan ini malas memberi. Kedua, memberi tanggapan erupa ucapan serta gesture yang lembut dan tidak meremehkan.

Akun @savrassv memberi tanggapan: “Sedih bgt knp baru tauu, kirain aku tu hrs dikasi gt kalo ada yg mau ngutang [[]]” dapat dilihat bahwa pengguna mendapat informasi baru dari unggahan tersebut.



Unggahan ini diunggah pada tanggal 23 Februari 2023 yang berjudul “Hormon Anti Depresi” yang membahas surat Fatir ayat 3 yang berbunyi: “Wahai manusia, ingatlah nikmat Allah kepadamu! Adakah pencipta selain Allah yang dapat memberikan rezeki kepadamu dari langit dan bumi? Tidak ada Tuhan selain Dia. Lalu, bagaimana kamu dapat dipalingkan (dari ketauhidan)?” postingan ini membahas terkait hormon yang mampu mencegah depresi, yaitu hormon serotonin. Salah satu cara untuk menstimulasi hormon serotonin adalah dengan memikirkan atau mengingat keberhasilan serta kebahagiaan yang terjadi di masa lalu. Unggahan tersebut berpendapat yang berdasar dari surat fatir ayat 3, bahwa seorang muslim yang menerapkan ayat tersebut, yaitu senantiasa mengingat nikmat Allah dalam kehidupan, maka akan terhindar dari depresi. Diakhir, unggahan tersebut menyatakan bahwa bersyukur itu akan membuat hidup kita lebih bahagia.

Hadir tanggapan dari akun @adenoviruzz : “Terima kasih, mimin. Postingan ini bagus untuk sebagai pengingat kita agar sering bersyukur. Tapi, lebih perhatikan lagi, Min pemilihan kata-katanya. Coba lebih bersimpati lagi dengan teman” kita yang sedang berjuang menghadapi depresi. Jangan sampai postingan ini malah melukai atau membuat mereka kecil hati seakan mereka tidak percaya dengan ketetapan Allah. Setiap orang memiliki kondisi mental yang berbeda-beda. Barangkali kita di sini masih bisa kuat menghadapi emosi” negatif dan mampu dengan sadar untuk "bersyukur", tetapi ada juga yang sudah di tahap tertentu yang memang butuh bantuan profesional untuk kembali bisa bersyukur. Semoga, Mimin terus bisa membuat konten" yg baik [] Semangat!” dan komentar akun @amaliaaisna : “Halo kak, bersyukur itu perlu sekali. Tapi proses bersyukur dalam konteks problem kita masing2 perlu hal teknis yang harus diselesaikan bahkan diterapi. Dan mekanisme depresi tidak sesimpel itu. Beberapa orang perlu bantuan profesional.[]” dapat dilihat bahwa kedua tersebut kontra terhadap pernyataan unggahan tersebut. Namun, dalam penyampaian ketidaksetujuan pengguna tetap sopan dan memberi kritik saran yang membangun

Selain tanggapan-tanggapan setuju dan tidak diatas, ada pula tanggapan yang berisi usulan, seperti yang disampaikan akun @romeeo.ran : “Buat mimin quranreview gue mau nanya jujur, siap collab sama akun tentang hadits shahih / lemah (yg jadi concern masyarakat) ga? Biar impact dakwahnya ke muslimin/muslimat lebih ngejoss[]” serta akun @fathmecca : “bahas film Wednesday dong min [] lg viral hehe siapa tau ada hikmah

gurannya []].” Dapat dilihat bahwa audiens pun aktif dalam menyampaikan konten yang mereka inginkan kedepannya.

4. CONCLUSION

Audiens aktif dalam menyampaikan setuju, ketidaksetujuan, serta harapan mereka terhadap konten di media massa, dalam hal ini media online berupa Instagram. Audiens senang dengan konten yang mampu memberi mereka pengingat serta penyampaian yang mudah dipahami dan berhubungan dengan mereka. Untuk media yang berfokus pada dakwah perlu memperhatikan ketika akan menyampaikan pesan melalui media massa, apakah audiens dapat relate terhadap hal tersebut? apakah mampu sebagai pengingat dan membuat audiens merasa perlu untuk membagikannya yang lain? serta dalam penyampaian pesan tidak melukai ataupun terkesan menggurui.

5. AUTHORS' NOTE

The authors declare that there is no conflict of interest regarding the publication of this article. Authors confirmed that the paper was free of plagiarism.

6. REFERENCES

- Ardyan, e., Boari, Y., Akhmad, Yuliyani, L., Hildawati, Suarni, A., . . . Judijanto, L. (2023). (METODE PENELITIAN KUALITATIF DAN KUANTITATIF (Pendekatan Metode Kualitatif dan Kuantitatif di Berbagai Bidang). Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Husni, M. Z. (2022). Media Massa, Industri, dan Dakwah Islam. *Nusantara: Indonesian Journal of Islamic Studies*, 2(1), 123-134. doi:<https://doi.org/10.54471/nusantara.v2i1.17>
- Nur, E. (2021). PERAN MEDIA MASSA DALAM MENGHADAPI SERBUAN MEDIA ONLINE. *Majalah Semi Ilmiah Populer Komnikasi Massa*, 2, 51-64. Retrieved from <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/mkm/article/view/4198>
- Sopiyan, W., Solimin, Qomarullah, M., Ulfinuwa, N., & Nurjanah, I. (2023). ANALISIS TEORI HYPODERMIC NEEDLE PADA IKLAN SIRUP MARJAN DI BULAN RAMADHAN TAHUN 2023. *Jurnal Khobar: Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 5, 29-40. doi:<https://doi.org/10.37092/khobar.v5i1.556>
- Syaifuddin, S. (2022). Preferensi media digital dakwah di organisasi milenial sintesa Kabupaten Bangkalan. UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Syamsuddin, N., Simbolon, G. A., Surni, Gani, R. A., Bugis, H., Towe, M. M., . . . Pitri, A. D. (2023). *Dasar-Dasar Metode Penelitian Kualitatif*. Lombok: Yayasan Hamjah Diha.
- Octaviani, Shanti. (2023). Analisis Isi Pesan Dakwah Pada Akun Instagram @quranreview. (Skripsi Sarjana, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta). <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/72127>