

Ringkasan penelitian tidak lebih dari 500 kata yang berisi latar belakang penelitian, tujuan dan tahapan metode penelitian, luaran yang ditargetkan, serta uraian TKT penelitian yang diusulkan.

## RINGKASAN

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan teknologi komunikasi, yaitu sosial media khususnya instagram yang menjadi sosial media ke empat yang paling banyak digunakan di Indonesia setelah youtube, whatsapp dan facebook (Hootsuite-We-are-Social-Indonesian-Digital-Report-2019). Muhammadiyah yang merupakan persyarikatan besar juga menggunakan Instagram sebagai salah satu media dakwahnya, padahal media Instagram umumnya diakses oleh anak muda, sementara yang kita tahu, masyarakat Muhammadiyah tidak hanya terbatas anak muda, tetapi justru kadernya mayoritas dewasa sampai dengan tua, mengingat sudah tuanya pula persyarikatan ini. Di sisi lain, sebagai bentuk memberikan wawasan dan penuntun dalam memanfaatkan informasi, Majelis Tarjih dan Tajdid Muhammadiyah menyusun sebuah buku panduan yaitu fikih informasi yang salah satu pembahasannya yaitu pedoman praktis ber-Informasi.

Penelitian ini merupakan penelitian pemula yang bertujuan untuk melihat bagaimana konten pesan dari dua akun Instagram di bawah Pimpinan Pusat Muhammadiyah yaitu *lensamu* dan *aisyiyahpusat*. Diharapkan setelah didapatkan kualifikasi konten dalam Instagram, akan dilanjutkan dengan penelitian mengenai bagaimana pengelolaan sosial media tersebut. Hal ini sejalan dengan roadmap penelitian prodi yaitu pada bidang komunikasi islam yang berhubungan dengan pemanfaatan media baru pada masyarakat muslim dan dakwah. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pijakan dalam melihat salah satu bidang komunikasi, yaitu pesan. Fokusnya adalah pada penggunaan media baru dalam membuat dan mendistribusikan pesan dakwah.

Adapun tahapan metode penelitian yang digunakan adalah dengan menggunakan analisis isi pesan. Penelitian ini merupakan penelitian kajian teks yang melihat isi pesan dalam Instagram di bawah pimpinan pusat Muhammadiyah dengan pendekatan pedoman praktis ber-informasi. Peneliti akan melihat konten-konten yang terdapat dalam akun kedua Instagram. Metode analisis isi yang digunakan adalah dengan Analisis isi kuantitatif yang akan dilakukan secara objektif, sistematis, replikabel, manifest, perangkuman dan pada akhirnya melihat generalisasi yang terjadi dalam aliran transmisi pesan. Isi pesan yang dianalisis merupakan pesan yang dapat didengar, dilihat, dirasa, dibaca dengan teknik menghitung dan mengukur. Penelitian ini berfokus pada metode analisis isi kuantitatif ke tiga yaitu melihat isi pesan pada khalayak yang berbeda (produsen sama namun audiencenya berbeda) di mana *lensamu* memiliki *audience* seluruh kader muhammadiyah sementara *suaraaisyiyah* berfokus pada dakwah yang umumnya adalah kepada wanita.

Penelitian ini akan menghasilkan artikel yang akan dikirimkan ke jurnal ISSN sinta 2 dan diharapkan dapat diikutkan pada *international conference on communication and media* (i-Come) yang akan berlangsung pada bulan Juli 2020 di Malaysia.

Kata kunci maksimal 5 kata

Analisis isi; instagram; pesan, *lensamu*, *aisyiyahpusat*

Latar belakang penelitian tidak lebih dari 500 kata yang berisi latar belakang dan permasalahan yang akan diteliti, tujuan khusus, dan urgensi penelitian. Pada bagian ini perlu dijelaskan uraian tentang spesifikasi khusus terkait dengan skema.

## LATAR BELAKANG

Penelitian ini berjudul Analisis isi Pesan Instagram *lensamu* dan *aisyiyahpusat* dengan Pendekatan Pedoman Praktis Ber-Informasi dalam Fikih Informasi Majelis Tarjih dan Tajdid Pimpinan Pusat Muhammadiyah. Penelitian ini berfokus pada bagaimana isi pesan yang ditampilkan pada dua akun instagram tersebut. Penelitian ini berlatarbelakang pada perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, khususnya instagram yang menduduki peringkat ke empat paling banyak digunakan masyarakat Indonesia, dengan pengguna usia 18 sampai 34 tahun.

Muhammadiyah merupakan suatu persyarikatan yang didirikan di Yogyakarta dan sudah berusia 107 tahun pada tahun 2019. Jika dilihat dari segi usia, tentu saja anggota atau kader Muhammadiyah tidak hanya anak muda saja, begitupun ‘Aisyiyah yang merupakan persyarikatan perempuan Muhammadiyah. Namun Instagram yang kita ketahui baru saja marak dalam 10 tahun terakhir, dipilih oleh persyarikatan ini dalam bersosial media. Instagram yang fokus kepada penggunaan gambar dan interaksi yang lebih sederhana, lebih sesuai dengan target usia muda dibandingkan dengan keseluruhan kader aktif Muhammadiyah. Selain itu, dengan adanya pedoman yang dikeluarkan majelis tarjih dan tajdid PP Muhammadiyah tentang fikih informasi, membuat peneliti ingin mengeksplorasi mengenai isi pesan yang dipublikasikan dalam akun Instagram *lensamu* dan *aisyiyahpusat*. Apakah antara perkembangan teknologi, sifat khas Instagram dan pedoman yang telah dibuat, dapat diterapkan dan apa saja isi pesan yang ada di dalam Instagram *lensamu* dan *aisyiyahpusat*.

Penelitian dalam kajian dakwah dan komunikasi berfokus pada 5 hal, yaitu komunikator, komunikan, media, pesan dan efek. Dalam penelitian ini, peneliti berfokus pada satu kajian dalam dakwah dan komunikasi yaitu pesan. Peneliti akan melakukan penelitian dengan kajian teks terhadap pesan-pesan yang ditampilkan pada akun instagram di bawah pimpinan pusat Muhammadiyah. Hal ini sejalan dengan *roadmap* penelitian program studi KPI pada bagian Komunikasi Islam yaitu pemanfaatan media baru pada masyarakat muslim dan dakwah. Sebagaimana tertera dalam gambar di bawah.

**ROADMAP PENELITIAN PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS AGAMA ISLAM UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
TAHUN 2018 – 2025**

ROAD MAP PENELITIAN KPI TH 2015 – 2040

POLA PENGEMBANGAN UMY	2015 – 2020 REPUTABLE INTERNATIONAL UNIVERSITY	2020 – 2025 RESEARCH EXCELLENCE UNIVERSITY	2025 – 2030 TOWARD LEARNING ENTREPRENEURIAL UNIVERSITY	2030 – 2035 ACADE-PRERENTIAL UNIVERSITY	2035 – 2040 SOSIO-PRERENTIAL UNIVERSITY
OUTPUT	Output : Lulusan berdaya saing internasional	Output : Keunggulan internasional dengan mengangkat potensi dan keunikan lokal	Output : Melahirkan inovasi produk dan pengetahuan	Output : kerjasama universitas, pemerintah dan industri	Output : Kontribusi maksimal pd penyelesaian masalah & peningkatan kesejahteraan masyarakat
DAKWAH & SYARIAH	Kajian interaksi antara kelompok agama, antar etnis, aliran-aliran teologis klasik & modern	Kajian fiqh kontemporer dan media baru Kajian kelompok etnis dan aliran dalam masyarakat postmodern	Kajian tafsir ilmu jiwa dan konseling dlm Al Qur'an dan Hadits Kajian masyarakat & budaya (???)	Produk-produk tafsir / fiqh kontemporer masyarakat posmodern	Pusat rujukan tafsir / fiqh kontemporer masyarakat posmodern
KOMUNIKASI ISLAM	Pemanfaatan media baru pada masyarakat muslim dan dakwah	Pengembangan media baru untuk dakwah	Kajian efek penggunaan media baru pada masyarakat	Pusat studi dakwah dan media baru Pusat sertifikasi profesi komunikasi dakwah	Pengembangan aplikasi dakwah di media baru
KONSELING ISLAM	Pengembangan modul konseling Islam dalam keluarga	Pengembangan modul konseling Islam usia remaja khususnya pada kasus kecanduan gawai, cyberbullying, dll	Pusat sertifikasi konseling Islam	Model keluarga Muslim posmodern	Permbudayaan keluarga muslim dalam masyarakat posmodern

Tabel 1. Roadmap penelitian prodi

Tujuan khusus dari penelitian ini adalah mengembangkan keilmuan dalam bidang peneliti yakni mengenai pesan dakwah dan manajemen media baru. Penelitian ini juga bertujuan untuk memberi masukan kepada persyarikatan mengenai aturan, atau pedoman yang bisa dikembangkan sesuai dengan prakteknya di lapangan. Dengan melakukan penelitian mengenai analisis isi pesan dalam media baru, akan menjadi pijakan untuk penelitian selanjutnya yaitu mengenai pengelolaan media sosial dan khususnya akan memberikan sumbangsih pengetahuan dan kajian pesan dan manajemen media baru. Penelitian ini dianggap penting bagi keilmuan terutama kajian teks karena belum banyak yang melakukan penelitian dalam ranah kajian teks yang dibuat oleh persyarikatan Muhammadiyah, selain itu penelitian ini akan sesuai dengan *roadmap* penelitian prodi yang diintegrasikan dengan pola pengembangan universitas.

Urgensi dari penelitian ini adalah semakin pesatnya perkembangan teknologi, sementara sumber daya manusia dalam pengembangan konten guna memenuhi tuntutan zaman masih sangatlah kurang. Sehingga butuh analisis mendasar guna meneliti bagian konten dakwah untuk ke depannya membuat formula konten yang disesuaikan dengan manajemen medianya.

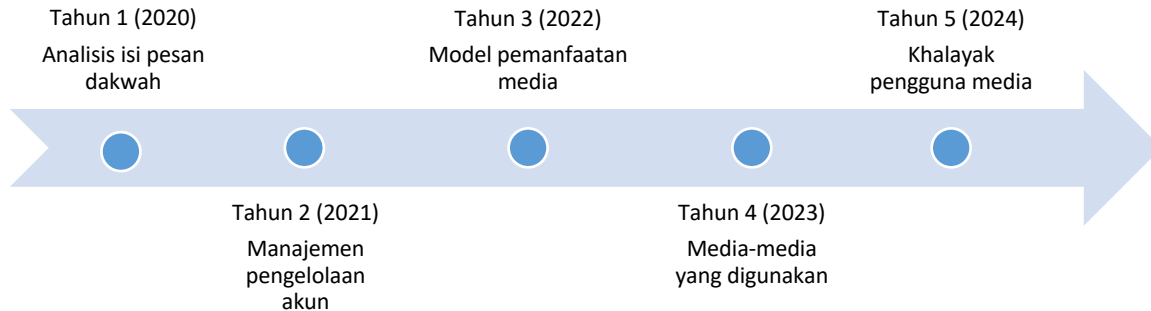
Tinjauan pustaka tidak lebih dari 1000 kata dengan mengemukakan *state of the art* dan peta jalan (*road map*) dalam bidang yang diteliti. Bagan dan *road map* dibuat dalam bentuk JPG/PNG yang kemudian disisipkan dalam isian ini. Sumber pustaka/referensi primer yang relevan dan dengan mengutamakan hasil penelitian pada jurnal ilmiah dan/atau paten yang terkini. Disarankan penggunaan sumber pustaka 10 tahun terakhir.

## TINJAUAN PUSTAKA

Konten, atau pesan media merupakan salah satu yang penting dalam ilmu komunikasi begitupun dalam berdakwah. Dalam sambutannya di buku fikih informasi, ketua umum PP Muhammadiyah Prof. Dr. H. Haedar Nasir, M.Si menyampaikan bahwa dalam beraspirasi melalui media sosial, perlu berkeadaban. Beliau menyatakan bahwa kita harus menjaga agar tetap bertutur kata yang elok dan mulia. Lebih-lebih manakala menyangkut urusan banyak orang (Majelis Tarjih, 2019 : xi). Hal ini juga merujuk pada penggunaan sosial media yaitu Instagram, di mana situs resmi Instagram PP Muhammadiyah adalah *lensamu* yang dikelola oleh tim website Muhammadiyah, serta Instagram PP ‘Aisyiyah yaitu *aisyiyahpusat* yang dikelola oleh tim Pimpinan Pusat Aisyiyah. Dalam buku fikih informasi menjelaskan mengenai produksi, distribusi dan konsumsi informasi (Majelis Tarjih, 2019 : 36) dan mengenai pedoman praktis berinformasi (Majelis Tarjih, 2019 : 57). Kedua konsep ini akan digunakan untuk menganalisis pesan yang ditampilkan dalam kedua akun Instagram di atas.

Penelitian dengan judul Analisis isi Pesan Instagram *lensamu* dan *aisyiyahpusat* dengan Pendekatan Pedoman Praktis Ber-Informasi dalam Fikih Informasi Majelis Tarjih dan Tajdid Pimpinan Pusat Muhammadiyah ini, merupakan penelitian mendasar yang dilakukan peneliti. Hal ini sesuai dengan *roadmap* penelitian prodi yang telah sempat di singgung di bagian latar belakang penelitian yakni pada bagian Komunikasi Islam yaitu pemanfaatan media baru pada masyarakat muslim dan dakwah. Dalam hal ini, penelitian yang dilakukan peneliti merupakan pemanfaatan media baru instagram pada sebuah persyarikatan, yaitu Muhammadiyah dengan dua akun yang dikelola oleh dua ortom berbeda. Adapun dalam rencana penelitian peneliti secara pribadi, yaitu sampai lima tahun ke depan bertahap untuk meneliti kajian yang sejalan dengan penelitian awal ini, yaitu yang pertama kajian tentang isi pesan, kedua mengenai manajemen pengelolaan akun, ke tiga model

pemanfaatan media, ke empat media-media yang digunakan dan terakhir mengenai khalayak pengguna atau yang mendapat manfaat dari akun yang dikelola. Sebagai mana yang tertulis dalam roadmap penelitian yang direncanakan peneliti pada gambar di bawah ini.



Gambar 1. Rencana penelitian peneliti

Analisis isi pesan ditujukan untuk mengidentifikasi secara sistematis isi komunikasi yang tampak (Eriyanto, 2015:15). Dalam penelitian yang dilakukan peneliti, fokusnya adalah untuk mengidentifikasi isi pesan dakwah yang terunggah di Instagram lensamu dan aisyiyah pusat, kemudian dianalisis kembali dengan konsep produksi, distribusi dan konsumsi informasi (akan menitik beratkan pada bagian produksi) serta akan menganalisis dengan pedoman praktis berinformasi yang ada dibagi menjadi 3 hal, yakni fungsi informasi, hal yang wajib ada dalam berinformasi dan hal-hal yang tidak boleh ada dalam berinformasi.

Metode atau cara untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan ditulis tidak melebihi 600 kata. Bagian ini dilengkapi dengan diagram alir penelitian yang menggambarkan apa yang sudah dilaksanakan dan yang akan dikerjakan selama waktu yang diusulkan. Format diagram alir dapat berupa file JPG/PNG. Bagan penelitian harus dibuat secara utuh dengan penahapan yang jelas, mulai dari awal bagaimana proses dan luarannya, dan indikator capaian yang ditargetkan. Di bagian ini harus juga mengisi tugas masing-masing anggota pengusul sesuai tahapan penelitian yang diusulkan.

## METODE

Adapun metode yang digunakan adalah dengan analisis isi kuantitatif. Analisis isi kuantitatif (quantitative content analysis adalah analisis yang dipakai untuk mengukur aspek-aspek tertentu dari isi yang dilakukan secara kuantitatif. Prosedurnya adalah dengan jalan mengukur aspek dari isi dan menyajikannya secara kuantitatif (Eriyanto, 2015:1). Peneliti akan melihat dan menyajikan bagaimana Instagram lensamu dan aisyiyah pusat dalam menyajikan konten.

Analisis isi kuantitatif melihat pesan sebagai aliran transmisi, yaitu mengenai apa yang terlihat (dapat didengar, dirasakan atau dibaca. Sehingga dalam penelitian ini, fokus peneliti hanya akan melihat apa yang disajikan akun, tanpa melihat latar belakang serta hubungan lainnya. Pada akhirnya penelitian ini berfokus kepada bagaimana menghitung dan mengukur sebuah isis pedan pada dua akun berbeda yang keduanya berada di bawah persyarikatan Muhammadiyah.

Tujuan analisis isi adalah menggambarkan karakteristik pesan untuk menjawab *what, how to whom* yang diturunkan lagi dalam perbandingan (*comparative content analysis*). Sedangkan dalam *comparative content analysis* sendiri masih dibagi menjadi 4 bagian lagi yaitu menggambarkan

pesan pada waktu yang berbeda, menggambarkan pesan pada situasi yang berbeda, menggambarkan pesan pada khalayak yang berbeda dan menggambarkan pesan dari komunikator yang berbeda (Eriyanto, 2015 : 33). Dalam penelitian dengan judul Analisis isi Pesan Instagram *lensamu* dan *aisyiyahpusat* dengan Pendekatan Pedoman Praktis Ber-Informasi dalam Fikih Informasi Majelis Tarjih dan Tajdid Pimpinan Pusat Muhammadiyah ini, peneliti akan memfokuskan pada bagian ke empat, yakni menggambarkan pesan dari komunikator yang berbeda. Lebih jauh yang dimaksud adalah menggambarkan pesan dakwah Muhammadiyah yang dilakukan dua akun berbeda yakni *lensamu* di bawah PP Muhammadiyah dan *aisyiyahpusat* yang berada di bawah PP ‘Aisyiyah. Analisis isi dengan jenis ke empat, yakni menggambarkan pesan dari komunikator yang berbeda, umumnya ingin melihat kasus yang sama dan bagaimana komunikator yang berbeda menghasilkan isi (konten) yang berbeda dari kasus yang sama.

Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan beberapa tahapan, yang pertama pembuatan proposal lengkap, kedua mulai mengumpulkan data gambar isi (konten) Instagram di kedua akun, ke tiga peneliti akan melakukan pengelompokan berdasar konsep pedoman praktis berinformasi dari majelis Tarjih dan Tajdid PP Muhammadiyah, selanjutnya peneliti akan mulai melakukan analisis data, selanjutnya melakukan penarikan kesimpulan dan terakhir melengkapi laporan dan membuat rekomendasi untuk penelitian lanjutan.

Jadwal penelitian disusun dengan mengisi langsung tabel berikut dengan memperbolehkan penambahan baris sesuai banyaknya kegiatan.

#### JADWAL

No	Nama Kegiatan	Bulan											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Pembuatan proposal lengkap	√											
2	Pengumpulan data		√	√	√								
3	Pengelompokan data				√	√	√						
4	Analisis data							√	√	√			
5	Penarikan kesimpulan										√	√	
6	Membuat laporan										√	√	
7	Membuat rekomendasi untuk penelitian lanjutan												√

Daftar pustaka disusun dan ditulis berdasarkan sistem nomor sesuai dengan urutan pengutipan. Hanya pustaka yang disitasi pada usulan penelitian yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka.

#### DAFTAR PUSTAKA

1. Dyah, Alyusi Shiefti (2016) Media Sosial : Interaksi, Identitas dan Modal Sosial. Kencana : Jakarta
2. Eriyanto (2015) Analisis isi. Kencana : Jakarta
3. Fiske John (2016) Pengantar Ilmu Komunikasi. Buku Litera : Yogyakarta

4. Majelis Tarjih dan Tajdid PP Muhammadiyah (2019) Fikih Informasi. Suara Muhammadiyah : Yogyakarta
5. Nasrullah, Rulli (2014) Teori dan Riset Media Siber. Kencana : Jakarta