

**RESPON MAHASISWA KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
TERHADAP PENYEBARAN INFORMASI MENGANDUNG  
UNSUR SARA DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

**Skripsi**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi  
Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)  
dalam Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi**

**Oleh**

**RENDI KRISDIANTA**

**1641010186**

**Jurusan : Komunikasi Dan Penyiaran Islam**



**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
1442/2021 M**

**RESPON MAHASISWA KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
TERHADAP PENYEBARAN INFORMASI MENGANDUNG  
UNSUR SARA DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

**Skripsi**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi  
Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)  
dalam Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi

**Oleh**

**RENDI KRISDIANTA**

**NPM. 1641010186**

**Jurusan : Komunikasi Dan Penyiaran Islam**

**Pembimbing I : Bambang Budiwiranto, Ph.D**

**Pembimbing II : Yunidar Cut Mutia Yanti, M.Sos.I**

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
1442/2021 M**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rendi Krisdianta  
Npm : 1641010186  
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Respon Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Terhadap Penyebaran Informasi Mengandung Unsur Sara di Media Sosial Instagram”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusunan sendiri, bukan duplikasi ataupun tiruan dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *Footnote* atau daftar pustaka. Apabila lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, 20 Agustus 2021  
Penulis

Rendi Krisdianta  
NPM. 1641010186

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui respon mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam terhadap postingan SARA di media sosial Instagram. Penelitian ini dilaksanakan di UIN Raden Intan Lampung. Jenis dan sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer atau data utama berupa hasil wawancara dengan informan dan data sekunder atau data pendukung berupa buku, disertasi, tesis, jurnal, artikel, dan internet. Informan dalam penelitian ini terdiri atas sebelas orang.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Sampel penelitian ini adalah mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung yang aktif menggunakan Instagram. Sampel penelitian ditentukan secara non random sampling, dimana peneliti memilih sampel dari populasi melalui kriteria tertentu. Teknik pengumpulan data menggunakan metode dokumentasi, wawancara dan korespondensi melalui WhatsApp. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara deskriptif dengan cara reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) postingan SARA di media sosial Instagram ternyata banyak dijumpai dan berisi ujaran kebencian yang dapat memecah belah umat. Mahasiswa KPI memberikan tanggapan bahwasannya mereka tidak setuju dan tidak menyukai adanya konten dakwah yang mengandung unsur sara di Instagram. (2) sebagian informan memilih untuk mengabaikan postingan tersebut, sebagian lagi memilih untuk crosscheck kebenarannya, serta adapula yang melaporkan sebuah postingan yang dianggap mengganggu. (3) postingan SARA memberikan dampak positif kepada mahasiswa untuk selalu berhati-hati dalam menyaring informasi, mengakses konten-konten dakwah yang ada di media sosial. Dampak negatifnya lebih banyak yaitu dapat menimbulkan perpecahan antara satu dan lainnya, karena unsur sara juga dikategorikan sebagai rasisme. Serta yang paling ditakutkan adalah yang melihat dan mendengarkan mengikuti perkataan Da'i tersebut karena menganggap bahwa itu adalah sesuatu yang benar.

Kata Kunci: Respon, Unsur Sara, Media Sosial Instagram.

## MOTTO

وَمِنْ آيَاتِهِ خَلْقُ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَاخْتِلَافُ أَلْسِنَتِكُمْ وَأَلْوَانِكُمْ إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِّلْعَالَمِينَ

“Dan di antara tanda-tanda kekuasaan-Nya ialah menciptakan langit dan bumi dan berlain-lainan bahasamu dan warna kulitmu. Sesungguhnya pada yang demikian itu benar-benar terdapat tanda-tanda bagi orang-orang yang mengetahui.”

(Q.S Rûm: 22)

## **PERSEMBAHAN**

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan segala kerendahan hati Skripsi ini kupersembahkan kepada orang-orang yang kusayangi dan selalu memberikan support.

1. Orangtuaku tercinta, Ayahanda Herman Tarigan dan Ibunda Erma Sofia, dengan jiwa besar yang telah menunggu selesainya studi, dengan penuh do'a serta kasih sayang yang tidak terhingga dalam membesarkan dan mendidikku dalam kebaikan hingga saat ini.
2. Mamang Suparno Bin Bonggo, yang telah banyak membantu dan selalu memberi support untuk keberhasilanku.
3. Abang dan Kakakku tercinta Abang Heprido Maigana Tarigan dan Kakak Yosieana Duli Deslima Tarigan S.Sos yang telah memberikan motivasi dan keceriaan canda serta tawa bersama, sehingga memberikan semangat dalam berjuang.
4. Adik Sepupuku, Riska, Revida, Alin, dan Denis canda tawa yang mereka yang menjadi semangat untukku.
5. Almamater tercinta UIN Raden Intan Lampung semoga tetap terjaga kejayaannya dalam berjuang.

## **RIWAYAT HIDUP**

Penulis, dilahirkan pada tanggal 07 April 1998 di Bandar Lampung. Penulis yang bernama Rendi Krisdianta adalah Anak ketiga dari tiga bersaudara, buah hati dari pasangan Ayahanda Herman Tarigan dan Ibunda Erma Sofia.

Penulis menempuh pendidikan pertama di TK Transmigrasi Labuhan Ratu dan lulus pada tahun 2004, setelah Lulus dari TK melanjutkan pendidikan ke Sekolah Dasar SDN 3 Labuhan Ratu Bandar Lampung dan Lulus pada tahun 2010, kemudian melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 20 Bandar Lampung dan Lulus pada tahun 2013, setelah lulus SMP, penulis melanjutkan pendidikan di SMK Mutiara Natar dan lulus pada tahun 2016.

Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan lebih tinggi pada tahun 2016 dan diterima sebagai mahasiswa prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Bandar Lampung, April 2021

Rendi Krisdianta  
NPM: 1641010186

## **KATA PENGANTAR**

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi yang berjudul : “Respon Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Terhadap Penyebaran Informasi Mengandung Unsur Sara Di Media Sosial Instagram” dapat diselesaikan. Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya hingga akhir zaman.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi tugas dan melengkapi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya dan apresiasi yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang terlibat dalam penulisan skripsi ini. Secara rinci penulis ucapkan terimakasih kepada :

1. Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si yang telah memberikan rekomendasi sehingga mempermudah dalam proses perjanjian penelitian.
2. Bapak M. Apun Syaripudin, S. Ag, M. Si. dan Ibu Yunidar Cut Mutia Yanti, M. Sos.I selaku Ketua dan Sekertaris Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.

3. Bapak Bambang Budiwiranto, Ph.D dan Ibu Yunidar Cut Mutia Yanti, M. Sos.I selaku Pembimbing I dan Pembimbing II yang dengan sabar telah membimbing dan memberikan pengarahan sejak awal sampai dengan selesainya penulisan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen/Asisten Dosen dan Staf Administrasi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.
5. Seluruh pegawai perpustakaan UIN Raden Intan Lampung dan perpustakaan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi yang telah menyediakan buku-buku refrensi bagi penulis.
6. Ayah dan Ibu yang tiada hentinya memberikan do'a dan kasih sayangnya dalam setiap langkah sehingga penulis bisa mencapai harapan dan cita-cita.
7. Abang, Kakaku Heprido dan Yosie yang selalu ceria membagikan senyum dan sapa hangat hingga sampai detik ini.
8. Sahabat dekat KPI C Restu Wicaksono, Rangga Villadika, dan Toto Setiawan yang selama 3 tahun lebih selalu mendukung dan membantuku dalam keadaan apapun.
9. Sahabat dekat Rumah Fahrizi Adi Putra, Diki Kurnia Sandi, dan Rama Erfanika yang selalu mensupport dan membantuku dalam hal apapun.
10. Kepada keluarga besar KPI angkatan 2016 yang selama ini selalu bersama berbagi cerita, canda dan tawa. Teman seperjuangan Arma, Wahyuni, Lutfi, Aulia, Ocha, dan Heny.
11. Keluarga KKN 116 Desa Suka Negri Talang Padang, Tanggamus yang menjadi pengingat dan semangat untukku.

12. Saudara-saudaraku, sahabat-sahabatku yang tiada bosan memberikan dukungan dan dorongan semangat hingga sampai sekarang ini.
13. Adik-adik KPI angkatan 2017 yang bersedia memberikan informasi, Tri Riza, Ridho, May Nanda, Radika, Siti, Aci, Syamzakiah, Safitri, Nadila, Ridita, dan Raihan tanpa bantuan kalian semua skripsiku tak akan selesai.
14. Semua pihak yang turut serta membantu dalam penyelesaian Skripsi ini.

Semoga amal kebaikan yang telah diberikan selama ini dibalas oleh Allah SWT, dengan kebaikan yang berlipat ganda. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, dikarenakan keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki. Oleh sebab itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan dan diterima dengan sepenuh hati. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca umumnya. Amiin.  
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Bandar Lampung, April 2021

Penulis

Rendi Krisdianta  
NPM: 1641010186

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
ABSTRAK .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN .....	vi
RIWAYAT HIDUP .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Penegasan Judul .....	1
B. Latar Belakang Masalah .....	4
C. Fokus Penelitian .....	8
D. Rumusan Masalah .....	8
E. Tujuan Penelitian .....	9
F. Manfaat Penelitian .....	9
G. Kajian Pustaka .....	9
H. Metode Penelitian .....	11
I. Sistematika Pembahasan .....	17
<b>BAB II RESPON, INFORMASI ISU SARA, DAN INSTAGRAM</b>	
A. Respon .....	19
1. Teori S-O-R .....	19
2. Pengertian Respon .....	19
3. Macam-Macam Respon .....	21
4. Faktor Terbentuknya Respon .....	23
B. Informasi dan Isu Sara .....	24
1. Pengertian Informasi .....	24
2. Manfaat Informasi .....	26
3. Sistem Informasi .....	27
4. Sumber-Sumber Informasi .....	27
5. Kebutuhan Informasi .....	29
6. Pengertian Isu Sara .....	30
7. Peyebaran Isu Sara .....	35
C. Media Sosial Instagram .....	36
1. Pengertian Instagram .....	36
2. Sejarah Instagram .....	37
3. Fitur-Fitur Instagram .....	40
4. Penggunaan Media Sosial Instagram .....	44
5. Isu Sara di Media Sosial Instagram .....	46

<b>BAB III GAMBARAN UMUM MAHASISWA KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM</b>	
A. Kondisi Umum Mahasiswa KPI.....	50
B. Kondisi Mahasiswa dari Aspek Sosial, Ekonomi, Keagamaan .....	57
C. Penyebaran Informasi melalui Media Sosial di kalangan Mahasiswa .....	61
D. Respon Mahasiswa terhadap Penyebaran Informasi Mengandung Unsur Sara di Media Sosial Instagram .....	63
<b>BAB IV Respon Mahasiswa KPI Terhadap Penyebaran Informasi Mengandung Unsur Sara di Media Sosial Instagram</b>	
A. Temuan Penelitian.....	78
B. Perbandingan Temuan Dengan Teori.....	79
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	92
B. Saran.....	93
C. Penutup.....	94

**DAFTAR PUSTAKA**  
**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## **DAFTAR TABEL**

Tabel

1. Pedoman Dokumentasi
2. Daftar Nama Sampel

## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. Lampiran : Surat Keputusan Judul Skripsi dan Penunjukan Pembimbing dari Rektorat UIN Raden Intan Lampung.
2. Lampiran : Surat Rekomendasi Penelitian Survei dari Kesbang dan Politik Kota Bandar Lampung.
3. Lampiran : Surat Perubahan Judul Skripsi.
4. Lampiran : Pedoman Wawancara.
5. Lampiran : Kartu Konsultasi Skripsi.
6. Lampiran : Kartu Hadir Munaqosyah.
7. Lampiran : Daftar Foto-foto Wawancara.
8. Lampiran : Daftar Nama Sampel.
9. Lampiran : Pedoman Observasi.
10. Lampiran : Pedoman Dokumentasi

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Penegasan Judul**

Agar menghindari terjadinya salah pengertian serta interpretasi dalam memahami judul skripsi ini, maka penulis perlu memaparkan secara singkat penguraian judul skripsi ini. Judul skripsi ini adalah: **“RESPON MAHASISWA KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM TERHADAP PENYEBARAN INFORMASI MENGANDUNG UNSUR SARA DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM.”**

Kata respon berasal dari *response*, yang bermakna jawaban, balasan ataupun tanggapan.<sup>1</sup> Respon juga berarti reaksi, tanggapan, dan jawaban dalam kamus besar bahasa Indonesia. Sedangkan dalam kaamus bsar imu pngetahuan disebutkan bahwa, “respon adalah reaksi psikologis-metabolik terhadap tibanya suatu rangsang, ada yang bersifat otomatis seperti refleksi dan reaksi emosional langsung, adapula yang bersifat terkendali”.<sup>2</sup>

Secara universal pengertian respon atau reaksi merupakan hasil atau kesan yang diperoleh dari suatu pengamatan. Tanggapan adalah pengamatan

---

<sup>1</sup> Jhon. M. Echoles dan Hassan Shadily, *Kamus Bahasa Inggris-Indonesia*, cet. Ke-27, (Jakarta : PT. Gramedia, 2003), h. 481

<sup>2</sup> Save M. Dagun, *Kamus Besar Ilmu Pengetahuan*, (Jakarta : Lembaga pengkajian dan kebudayaan Nusantara, 1997), h. 964

tentang subjek, dan peristiwa- peristiwa yang terjadi dengan menyimpulkan informasi serta menafsirkan pesan yang didapat dalam hal ini.

Sara adalah kepanjangan Suku, Agama, Ras, dan Antargolongan, yang memiliki pengertian sara merupakan pandangan serta tindakan yang dilakukan bersumber pada identitas yang mencakup ras, suku, agama serta antargolongan. Isu sara sering menjadi hal yang sensitif di Indonesia. Banyak kasus yang terjadi setelah itu diseret ke isu sara.

Sara adalah isu yang berpotensi memecah belah masyarakat yang bersifat majemuk seperti di Indonesia. Tindakan yang dapat dikategorikan sebagai sara yaitu segala macam bentuk aksi atau tindakan baik itu secara lisan maupun tidak yang didasarkan pada pandangan sentiment tentang identitas diri atau golongan. Sara yang penulis maksud dalam penelitian ini adalah Da'i dalam menyebarkan pesan dakwah yang mengandung unsur sara, seperti tindakan yang bersifat diskriminatif antar golongan baik dari segi suku, agama, dan ras.

Media sosial merupakan suatu media *online*, melalui media sosial semua orang dapat mengakses data dan informasi serta dapat berbagi informasi yang ada di internet. Contoh bentuk media sosial yang sering digunakan secara universal yaitu blog, jejaring sosial dan wikipedia.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Irwan Sahaja, "Pengertian Media Sosial, Manfaat, dan Jenisnya", diakses dari <http://irwansahaja.blogspot.com/2013/05/pengertian-media-sosial-manfaat-dan.html> pada tanggal 24 Juni 2020.

Media sosial adalah sebuah wadah yang mampu menciptakan berbagai bentuk komunikasi dan pemberian berbagai macam informasi bagi semua kalangan masyarakat. Media sosial yang dimaksud dalam penelitian ini adalah situus jejariing sosial microblog yaitu aplikasi yang dapat terhubung dengan pengguna media sosial lain dengan cara membuat informasi pribadi pengguna. Informasi pribadi itu bisa seperti foto–foto. media sosial seperti facebook, path, instagram, twitter, whatsApp dan lain-lain adalah contoh yang sering digunakan, tetapi yang menjadi objek penelitian penulis membahas hanya satu media sosial yaitu INSTAGRAM.

Instagram adalah salah satu aplikasi media sosial dari *smartphone* yang digunakan untuk membagi-bagikan foto dan video. Awal mula Instagram adalah perusahaan yang berdiri sendiri namun, pada tahun 2012 perusahaan instagram dibeli oleh Mark Zuckerberg yaitu pemilik perusahaan facebook sehingga instagram berada dibawah naungan facebook dan memungkinkan kita dapat berinteraksi dengan teman kita yang berada di facebook dan saling *follow*. Karena kepopuleran instagram sebagai aplikasi untuk berbagi foto dan video membuat para Da'i dan Dai'ah turut membagikan pesan dakwahnya lewat instagram.

Dengan adanya instagram para Da'i memanfaatkan *fitur* yang ada di instagram dengan meng-*upload* konten dakwah-nya di instagram agar Mad'u dapat melihat dan mendengarkan isi pesan dakwah yang disampaikan melalui foto dan video serta dapat mengakses konten tersebut dimanapun dan kapanpun.

Mahasiswa adalah orang yang sedang belajar di perguruan tinggi, baik di Universitas, Institut, maupun Akademi. Mahasiswa yang dimaksud dalam penelitian ini adalah Mahasiswa jurusan Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) yang sedang menempuh pendidikan dikampus Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung yaitu Mahasiswa KPI angkatan 2017 atau semester 7.

Maka Respon Mahasiswa KPI terhadap penyebaran informasi mengandung unsur sara terhadap masyarakat nonmuslim adalah bagaimana tanggapan mahasiswa terhadap penyebaran informasi terkait pandangan dan tindakan yang dilakukan berdasarkan identitas yang meliputi ras, suku, agama dan antargolongan.

## **B. Latar Belakang Masalah**

Indonesia merupakan negara yang terdiri dari berbagai macam suku budaya, etnis, agama, dan golongan. Keanekaragaman ini disatukan dengan semboyan Bhineka Tunggal Ika yang berarti berbeda-beda tetapi tetap satu jua. Indonesia adalah suatu bangsa yang mencerminkan jati diri bangsa yang besar dan kaya akan sumber daya budaya yang berbeda-beda dari etnis suku bangsa, ras, agama dan antar golongan masyarakat namun tetap bersatu dalam negara kesatuan Republik Indonesia adalah makna dari semboyan ini. Akan tetapi disatu sisi lain dari keberagaman ini sebenarnya menyimpan suatu potensi konflik yang dapat menghancurkan persatuan dan kesatuan Indonesia. Karena melalui keberagaman ini dapat memicu suatu konflik yang melibatkan

perpecahan atau kerusuhan massal antar etnis suku bangsa, antar agama, ras dan antar golongan (SARA).

Menurut Najwan dari keaneragaman budaya, etnis, agama dan multi golongan ini dari suatu sisi secara teori multi budaya merupakan potensi budaya yang dapat mencerminkan bangsa yang besar, akan tetapi dari sisi yang lain dapat berpotensi memunculkan masalah yang bisa mengancam integrasi karena konflik antar budaya biasanya memunculkan pertikaian antar etnis, antar agama, ras dan antar golongan (SARA) yang bersifat *sensitive* dan rapuh yang menjurus kearah disintegrasi bangsa Indonesia.<sup>4</sup>

Industri media di Indonesia berkembang pesat sebagaimana kebutuhan masyarakat akan informasi yang semakin meningkat. Media massa ada sebagai alat atau sarana, berfungsi menyampaikan informasi kepada khalayak dimana pesan yang disampaikan bersifat umum, tetap, berkala, berkesinambungan serta berisi ha;-hal aktual.

Media sosial merupakan sebuah wadah dimana setiap penggunanya dapat berinteraksi secara online. Penggunaan media sosial sangat beragam tergantung dari para pemilik akun. Media sosial menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein adalah sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun diatas dasar ideologi dan teknologi.<sup>5</sup> Kemudian menurut Taprial dan

---

<sup>4</sup> Najwan. "Konflik Antar Budaya dan Antar Etnis di Indonesia Serta Alternatif Penyelesaiannya". *Jurnal Hukum* No. Edisi Khusus Vol. 16 Oktober 2009. h. 196.

<sup>5</sup> Sugeng Cahyono. "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia." *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, ISSN : 1979 – 0295.

Kanwar (2012) media sosial adalah media yang digunakan oleh individu agar menjadi sosial, secara daring dengan cara berbagi isi, berita, foto, dan lain sebagainya dengan orang lain.<sup>6</sup>

Sara (suku, agama, ras dan antargolongan) menjadi isu publik yang selalu ramai diperbincangkan. Sebagai contoh, apabila seorang pemimpin tidak bisa mengakomodir dan mengendalikan kekuatan massa yang besar, maka pasti akan terjadi, saling serang, saling memboikot, saling menghancurkan bahkan berdampak pada bahaya yang bakal menyebabkan disintegrasi bangsa.

Isu sara menjadi point penting munculnya konflik-konflik, karena kita mengetahui bahwa Indonesia merupakan negara yang majemuk, plural, dan homogen dengan mayoritas muslim terbanyak. Tidak berdasarkan satu agama, satu ras, dan satu suku, melainkan banyak perbedaan. Munculnya isu adanya politikus yang anti terhadap Islam, sehingga banyak muncul da'i yang memiliki pesan kampanye politik di mimbar-mimbar khutbah, terkait tentang ujaran kebencian terhadap agama lain.

Postingan SARA yang menyebar di media sosial, tidak dapat dipungkiri ternyata banyak diminati para pemilik akun, atau pengguna media sosial. Ada yang langsung mempercayai informasi yang mereka peroleh namun ada juga yang mencari kebenaran seputar informasi tersebut. Tidak semua pengguna media sosial mampu mengolah informasi yang mereka peroleh dengan bijak.

---

<sup>6</sup> Dedi Rianto Rahadi. "Perilaku Pengguna dan Informasi Hoax di Media Sosial." *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol 5. No 1, 2017.

Hal tersebut yang kadang menjadi pemicu terjadinya gesekan sosial antar masyarakat akibat informasi SARA yang tidak jelas kebenarannya yang mereka peroleh dari media sosial.

Postingan SARA adalah postingan informasi atau penyebaran informasi yang isinya menyinggung hal-hal yang berhubungan dengan suku, agama, ras, dan antar golongan. Tujuan dari penyebaran informasi tersebut sangat beragam, mulai dari sekedar posting, menciptakan sekat-sekat antar masyarakat, memancing agar timbul atau terjadi konflik, hingga membangun hubungan permusuhan. Penyebaran informasi yang berkaitan dengan sara menjadi hal yang perlu diwaspadai karena dapat menjadi pemicu terjadinya ketegangan antar masyarakat terutama bagi masyarakat yang kurang mampu menyaring informasi yang diterimanya.

Konflik tentang sara kini merambah menjadi pesan dakwah, hal demikian tentu disayangkan karena merubah citra da'i sebagai penceramah agama, muncul di Masjid sebagai juru kampanye politik. Hal demikian banyak terjadi, dan terus dipertontonkan oleh orang-orang di dalamnya. Konflik ini, menggerus terhadap buruknya citra dakwah, yang mengakibatkan pesan-pesan dakwah, terobsesi pada ujaran kebencian terhadap orang yang memiliki perbedaan.

Dari latar belakang diatas penulis tertarik untuk mengetahui respon mahasiswa terhadap penyebaran informasi yang mengandung unsur sara pada non muslim. Mahasiswa merupakan salah satu generasi muda yang diharapkan

mampu menyebarkan pesan dakwah dengan baik, terutama sebagai mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.

Dengan skripsi ini, penulis mengadakan suatu penelitian di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Di mana pada objek tersebut mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam.

### **C. Fokus Penelitian**

Fokus penelitian dalam penelitian ini bertujuan untuk membatasi studi kualitatif sekaligus membatasi penelitian guna memilih data mana yang relevan dan data yang tidak relevan.<sup>7</sup> Oleh karena itu, pembatasan dalam penelitian ini lebih mendasar pada tingkat kepentingan/urgensi dari suatu masalah yang dihadapi. Penelitian ini akan difokuskan pada “Respon Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Terhadap Informasi Mengandung Unsur Sara di Media Sosial Instagram” yang objek utamanya merupakan Mahasiswa KPI semester 7 UIN Raden Intan Lampung.

### **D. Rumusan Masalah**

1. Informasi apa saja yang mengandung unsur sara dalam Instagram?

---

<sup>7</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010).

2. Bagaimana respon mahasiswa KPI terhadap penyebaran informasi yang mengandung unsur sara di Media Sosial Instagram?

### **E. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Mendeskripsikan isu-isu sara yang ada di media sosial Instagram.
2. Untuk mendeskripsikan respon mahasiswa KPI terhadap penyebaran informasi yang mengandung usur sara di media sosial Instagram.

### **F. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian sebagai berikut :

1. Teoritis
  - Untuk menambah pemahaman tentang isu-isu sara yang beredar di media sosial Instagram.
2. Praktis
  - Memberikan pemahaman tentang isu-isu sara dan respon mahasiswa terhadapnya di media sosial Instagram.

### **G. Kajian Pustaka**

Peneliti menggali informasi dari penelitian-penelitian sebelumnya sebagai bahan perbandingan dalam penulisan skripsi ini, baik mengenai kekurangan atau kelebihan yang telah ada. Kemudian, peneliti menggali

informasi lebih dari literatur buku-buku maupun skripsi dalam rangka memperoleh informasi yang ada sebelumnya tentang teori-teori yang berkaitan dengan judul yang digunakan peneliti untuk memperoleh landasan teori ilmiah.

1. Skripsi Mardiana, Mahasiswa Fakultas Ushulludin UIN Raden Intan Lampung tahun 2017 dengan judul “Isu Sara Dalam Pilkada”. Penelitian ini membahas tentang isu sara dalam pilkada (studi kontroversi eksploitasi sara dalam black campaign). Hasil penelitian menunjukkan kontroversi isu sara dalam pilkada mempengaruhi elektabilitas dari seorang pemilih. Perbedaan dengan penelitian penulis adalah penulis meneliti tentang isu sara yang ada di media sosial Instagram sedangkan penelitian Mardiana isu sara dalam politik.
2. Skripsi M. Fatah Abqari, Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya Indralaya Palembang pada tahun 2018 dengan judul “Tinjauan Yuridis Terhadap Perbuatan Ujaran Kebencian yang Berkonten Sara” penelitian ini membahas tentang bagaimana penegakan hukum terhadap tidak pidana ujaran kebencian (*Hate Speech*) yang berkonten Sara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peraturan perundang-undangan yang mengatur ujaran kebencian bukan untuk membatasi hak menyampaikan informasi tetapi, sebagai batasan agar yang disampaikan tidak mengandung sara.

Perbedaan dengan penelitian penulis adalah penulis meneliti isu sara yang ada di media sosial Instagram sedangkan penelitian M. Fatah Abqari isu sara dalam pandangan hukum.

## H. Metode Penelitian

Dalam suatu penelitian dibutuhkan metode agar penelitian bisa dilakukan secara sistematis, sehingga menghasilkan penjelasan yang akurat terhadap masalah yang diteliti. Metode Penelitian atau *Methodology Research* dapat dibedakan pengertiannya dengan penelitian atau *research* dalam artian umum, dalam pengertian umum metodologi penelitian merupakan suatu ilmu atau studi mengenai sistem. Ataupun tindakan mengerjakan investigasi sedangkan penelitian merupakan tindakan melakukan investigasi untuk mendapatkan fakta baru, tambahan informasi dan sebagainya yang dapat bersipat mendalam (*indef research*), beragam akan tetapi tidak lazim sebagaimana biasanya. Dengan perkataan lain, metodologi penelitian merupakan ilmu ataupun studi yang berhubungan dengan penelitian dengan penelitian, sedangkan penelitian menunjukkan kegiatan pelaksanaan penelitian.<sup>8</sup>

Metode adalah sebuah prosedur tata cara mengetahui sesuatu yang memiliki langkah-langkah sistematis. Ilmu yang mempelajari tentang metode ilmiah disebut dengan metodologi, metodologi merupakan suatu pekerjaan dalam

---

<sup>8</sup> Muhammad Teguh, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), h. 7.

mempelajari peraturan-peraturan dalam metode tersebut.<sup>9</sup> Metode yang penulis gunakan dalam skripsi ini adalah sebagai berikut:

## **1. Jenis dan Sifat Penelitian**

### **a. Pendekatan Kualitatif**

Prosedur pengambilan data yang menghasilkan data deskriptif yang berupa kata-kata tertulis dari fenomena dan perilaku tertentu. Suatu pendekatan penelitian, diarahkan pada latar dan individu secara alami dan holistik (utuh) sehingga tidak ‘mengisolasi’ individu atau organisasi kedalam sebuah variabel/hipotesis.

Penelitian yang bertujuan memahami suatu fenomena secara apa adanya (khususnya dari perspektif subjek) yang dideskripsikan dalam bentuk kata dan kalimat pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai pendekatan yang terdapat didalamnya.

Jenis metode yang dipakai dalam penelitian ini yaitu penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan adalah melakukan penelitian dilapangan untuk mendapatkan informasi atau data secara langsung dengan menemui responden yang berada di rumah, atau konsumen di lokasi pasar.<sup>10</sup> Penelitian yang dilakukan dalam masyarakat yang sebenarnya untuk menemukan realita

---

<sup>9</sup> *Ibid.*, h.12.

<sup>10</sup> Rosadi Ruslan, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003), h. 32.

apa yang tengah terjadi.<sup>11</sup> Penulis menggunakan metode ini karena akan langsung mendatangi responden dimana mereka berada.

#### b. Desain Study Kasus

Dalam penelitian ini melalui metode deskriptif peneliti memeriksa antara realita empirik dengan teori yang ada. Berdasarkan sifat penelitian termasuk penelitian deskriptif, dalam penelitian ini memaparkan tentang karakteristik (ciri-ciri) individu, situasi kelompok tertentu. Penelitian ini relatif sederhana karena tidak memerlukan landasan teoritis rumit dan pengajuan hipotesis tertentu, serta dapat meneliti pada satu variabel, termasuk penelitian tentang gejala atau hubungan antara dua gejala atau lebih.<sup>12</sup> Deskriptif berkaitan dengan situasi yang memerlukan teknik pengumpulan data dan informasi melalui wawancara dan melakukan observasi (pengamatan) secara langsung.<sup>13</sup>

Dipilihnya penelitian ini untuk mengharapkan memperoleh gambaran dan paparan yang tepat tentang respon mahasiswa KPI terhadap penyebaran informasi yang mengandung unsur sara pada non muslim.

## **2. Subyek dan Sampel Penelitian**

#### a. Subyek

Menurut Arikunto subyek penelitian adalah: Subyek penelitian yang dituju untuk diteliti oleh peneliti. Jika kita bicara tentang subyek penelitian,

---

<sup>11</sup> Marzuki, *Metodologi Riset*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2005), h.14.

<sup>12</sup> Jalaluddin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, ( Bandung: PT. Remaja Rosdakarya: 2007), h. 34.

<sup>13</sup> *Ibid.*, h. 35.

sebelumnya kita bicara tentang unit analisis, yaitu subyek yang menjadi pusat perhatian atau sasaran peneliti. Responden dalam penelitian ini adalah orang yang diminta keterangan tentang suatu fakta atau pendapat.<sup>14</sup>

Subyek penelitian atau responden dalam penelitian ini adalah: mahasiswa KPI angkatan 2017 atau semester 7 Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung yang berjumlah 11 mahasiswa.

#### b. Sampel Penelitian

Sampel dalam penelitian adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.<sup>15</sup> Jenis sampel yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah teknik “*non probability sampling*” atau “*non random sampling*” yaitu *nonprobability* menurut Sugiyono adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.<sup>16</sup> Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* menurut Sugiyono adalah teknik penentuan sampel menggunakan pertimbangan tertentu.<sup>17</sup>

---

<sup>14</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta 2006), h. 145.

<sup>15</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*, (Bandung: Alfabeta 2006), h. 91.

<sup>16</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta 2018), h, 84

<sup>17</sup> *bid.*, h. 85

Pertimbangan yang digunakan oleh peneliti untuk menentukan sampel adalah mahasiswa KPI Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung. Dengan ciri-ciri:

1. Mahasiswa KPI semester 7 atau angkatan 2017.
2. Mahasiswa yang aktif menggunakan Instagram.
3. Mahasiswa yang mengakses informasi unsur sara di Instagram.
4. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 11 mahasiswa.

Alasan penulis menggunakan teknik tersebut, karena mengingat populasi yang begitu banyak.

### **3. Metode Pengumpulan Data**

Dalam pengumpulan data penulis menggunakan alat pengumpulan data sebagai berikut:

#### **a. Metode Wawancara**

Metode wawancara adalah salah satu teknik pengumpulan data dalam metode survei melalui daftar pertanyaan yang di ajukan secara lisan terhadap responden (subjek).<sup>18</sup> Teknik wawancara atau *interview* digunakan untuk mengungkap keterangan dari responden.

Teknik wawancara yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah wawancara bebas terpimpin, yaitu kombinasi antar wawancara tak terpimpin dengan wawancara terpimpin. Dalam wawancara ini pewawancara hanya membuat pokok-pokok masalah yang hendak diteliti, kemudian saat proses

---

<sup>18</sup> Sugiyono, *Op. Cit.*, h. 23.

wawancara berlangsung mengikuti situasi, pewawancara harus pandai mengarahkan yang ia diwawancarai apabila ternyata ia menyimpang.<sup>19</sup> Pewawancara menggunakan pedoman wawancara (guide) yang berfungsi untuk pengendali agar proses wawancara tidak kehilangan arah.

#### b. Dokumentasi

Menurut Koentjara ningrat dokumentasi adalah kumpulan-kumpulan data verbal berupa tulisan-tulisan disebut dokumen dalam arti sempit, dokumen dalam arti luas meliputi monument, artifack, foto, tape, dan sebagainya. Jadi dokumentasi adalah suatu cara yang ditempuh untuk memperoleh data melalui dokumen-dokumen yang ada, serta hal-hal yang berhubungan dengan lokasi yang diteliti, metode ini penulis gunakan sebagai metode pelengkap dalam mengumpulkan data yang diinginkan.

#### 4. Analisa Data

Penelitian yang akan dilakukan yaitu bersifat kualitatif, menurut sifatnya kualitatif yaitu data yang abstrak (*intangible*) atau tidak terukur.

Penelitian kualitatif adalah data atau informasi yang diuraikan dengan kata-kata maupun kalimat-kalimat yang dipisahkan menurut kategori untuk memperoleh kesimpulan, dengan analisi kualitatif ini diharapkan bisa menjawab dan memecahkan masalah dengan melakukan pemahaman dan pengalaman secara menyeluruh dan utuh dari obyek yang akan diteliti.

---

<sup>19</sup> Cholid Narbuko, Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1997), h. 85.

Maka. proses analisis data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah setelah data terkumpul, lalu data disaring terlebih dahulu. Selanjutnya data akan dioalah dan penulis akan menganalisis data hasil penelitian sehingga dapat menjadi suatu keputusan yang objektif dengan mengambil kesimpulan yang berdasar pada fakta-fakta dan data yang ada dan merangkainya menjadi solusi dalam permasalahan yang ada dalam penelitian ini.

## **I. Sistematika Pembahasan**

### **BAB I. PENDAHULUAN**

BAB ini berisi berupa latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan, sistematika Penelitian.

### **BAB II. LANDASAN TEORI**

BAB ini berisi uraian tentang kerangka teori relevan dan terkait dengan tema skripsi.

### **BAB III. DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN**

Memuat secara lengkap gambaran umum objek yang akan diteliti. Memuat secara rinci penyajian fakta dan data penelitian di lapangan.

### **BAB IV. ANALISIS PENELITIAN**

Berisi : (1) Analisis Data Penelitian, (2) Temuan Penelitian, klasifikasi bahasan disesuaikan dengan pendekatan, sifat penelitian, dan rumusan masalah atau fokus penelitiannya

## BAB V. PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan yang menyajikan secara ringkas dari seluruh hasil penelitian yang telah didapat. Kesimpulan yang diperoleh berdasarkan hasil analisis dan interpretasi dari data yang telah dijelaskan pada bab-bab sebelumnya.

Saran-saran dirumuskan sesuai hasil penelitian, berisi uraian berupa langkah-langkah apa saja yang perlu diambil oleh pihak-pihak terkait dengan hasil penelitian yang bersangkutan. Saran dibagi menjadi 2 hal, yaitu:

- 1) Saran dalam upaya memperluas hasil penelitian, contohnya seperti menyarankan penulis agar diadakannya penelitian lebih lanjut.
- 2) Saran dalam upaya menentukan kebijakan dibidang-bidang yang relevan dengan masalah yang diteliti.

## **BAB II**

### **RESPON MAHASISWA, INFORMASI ISU SARA, DAN INSTAGRAM**

#### **A. Respon**

##### **1. Teori S-O-R**

Teori S-O-R sebagai singkatan *Stimulus-Organism-Response*, yang semula berasal dari Psikologi, yang muncul antara tahun 1930 dan 1940. Kalau menjadi juga teori komunikasi, hal ini dikarenakan objek material dari psikologi dan ilmu komunikasi adalah sama, yaitu manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen: sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi, dan konasi.

Teori stimulus respon beranggapan bahwa media massa memiliki efek langsung yang dapat mempengaruhi individu sebagai *audience* (penonton/pendengar). Teori ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan. Jadi unsur-unsur dalam model ini adalah: pesan (*stimulus*, S), komunikan (*organism*, O), dan efek (*response*, R).

##### **2. Pengertian Respon**

Berdasarkan teori S-O-R di atas, dapat dipahami bahwa dari teori tersebut membentuk sebuah respon. Respon berasal dari kata *response*, yang berarti jawaban, menjawab, balasan atau tanggapan (*reaction*). Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia disebutkan bahwa respon adalah tanggapan, reaksi atau

jawaban terhadap suatu gejala atau peristiwa yang terjadi.<sup>69</sup> Ada beberapa pengertian respon menurut para ahli, yaitu:

- a. Respon menurut Poerwadarminta, diartikan sebagai tanggapan, reaksi, dan jawaban. Respon akan muncul dari penerimaan pesan setelah sebelumnya terjadi serangkaian komunikasi. Sedangkan bagi Ahmad Subandi, "mengemukakan respon dengan istilah umpan balik (*feed back*) yang memiliki peranan atau pengaruh yang besar dalam menentukan baik atau tidaknya suatu komunikasi".<sup>70</sup>
- b. Menurut Jalaluddin Rakhmat menjelaskan bahwa "respon adalah suatu kegiatan dari organisme itu bukanlah semata-mata suatu gerakan yang positif, setiap jenis kegiatan yang ditimbulkan oleh suatu perangsang juga dapat disebut respon".<sup>71</sup>
- c. Menurut Effendy respon adalah feedback atau umpan balik yang diberikan komunikan kepada komunikator. Setelah komunikator dalam hal ini adalah media massa menyampaikan pesan kepada komunikannya yaitu khlayak yang menimbulkan efek yang ditimbulkan dan ada umpan balik dari khalayak. Umpan balik atau efek yang terjadi pada khalayak setelah mengkonsumsi media massa itulah yang disebut sebagai respon.<sup>72</sup>

---

<sup>69</sup> Depdiknas, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2007) h. 585

<sup>70</sup> Poerwadarminta, *Psikologi Komunikasi*, (Jakarta: UT, Cet ke-3, 1999) h. 43.

<sup>71</sup> Jalaluddin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005) h. 17.

<sup>72</sup> Onong Uchjana Effendy, *Spektrum Komunikasi*, (Bandung: Penerbit Mandar Maju, 1992) h. 41.

Dari beberapa pengertian di atas menurut penulis respon adalah suatu reaksi atau tanggapan seseorang terhadap stimulus atau rangsangan yang muncul, dimana biasanya stimulus tersebut berpengaruh terhadap diri seseorang. Kemudian muncul suatu reaksi yang beraneka ragam baik sebatas pengetahuan atau pendapat, perasaan, maupun sikap atau perilaku.

Sesuai dengan permasalahan yang diteliti penulis, yaitu mengenai respon mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung terhadap penyebaran informasi mengandung isu sara pada masyarakat nonmuslim.

### **3. Macam-Macam Respon**

Istilah respon dalam komunikasi adalah kegiatan komunikasi yang diharapkan mempunyai hasil atau dalam komunikasi dinamakan efek. Suatu kegiatan komunikasi itu memberikan efek berupa respon dari komunikasi terhadap pesan yang dilancarkan oleh komunikator. Menurut Steve M. Chaf macam-macam respon dibagi menjadi tiga bagian:

- a. Kognitif, yaitu respon yang berkaitan erat dengan pengetahuan keterampilan dan informasi seseorang mengenai sesuatu. Respon ini timbul apabila adanya perubahan terhadap yang dipahami oleh khalayak.
- b. Afektif, yaitu respon yang berhubungan dengan emosi, sikap, dan menilai seseorang terhadap sesuatu. Respon ini timbul apabila ada perubahan pada apa yang disenangi khalayak terhadap sesuatu

- c. Konatif, yaitu respon yang berhubungan dengan dorongan dan perilaku nyata khalayak, yaitu yang meliputi tindakan atau kebiasaan.<sup>73</sup>

Respon khalayak terhadap media massa yang terbentuk terus menerus dan dalam jumlah besar, lama-kelamaan akan membentuk sebuah opini publik. Sikap, opini, dan perilaku merupakan aspek psikologis yang penting yang menyangkut efek komunikasi sosial.

Melalui saluran komunikasi yaitu media yang berisi pesan dari komunikator kepada komunikan, saluran komunikasi dalam hal ini adalah media massa. Sikap dapat terpengaruh oleh media massa, yaitu antara pikiran dan perasaan dapat ditunjukkan dalam bentuk suatu tindakan atau perilaku secara fisik. Inilah yang disebut dengan efek komunikasi massa kognitif, afektif, dan konatif atau *behavioral*. Dari berbagai studi terhadap pengaruh dalam komunikasi, dapat diketahui bahwa komunikasi massa cenderung mempengaruhi pengetahuan dan tingkat kesadaran seseorang. Komunikasi antar pribadi cenderung mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang.<sup>74</sup>

#### **4. Faktor Terbentuknya Respon**

Tanggapan yang dilakukan seseorang dapat terjadi jika terpenuhi faktor penyebabnya. Hal ini perlu diketahui supaya individu yang bersangkutan dapat menanggapi dengan baik. Pada proses awalnya individu mengadakan tanggapan tidak hanya dari stimulus yang ditimbulkan oleh keadaan sekitar. Tidak semua

---

<sup>73</sup> Jalaludin Rahmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1999) h. 118.

<sup>74</sup> *Ibid.*, h. 240.

stimulus yang ada persesuaaian atau yang menarik darinya. Dengan demikian maka akan ditanggapi adalah individu tergantung pada stimulus juga bergantung pada keadaan individu itu sendiri. Dengan kata lain, stimulus akan mendapatkan pemilihan dan individu akan bergantung pada 2 faktor, yaitu :

a. Faktor Internal

Yaitu faktor yang ada dalam diri individu manusia itu sendiri dari dua unsur yakni rohani dan jasmani. Seseorang yang mengadakan tanggapan terhadap stimulus tetap dipegaruhi oleh eksistensi kedua unsur tersebut. Apabila terganggu salah satu unsur saja, maka akan melahirkan hasil tanggapan yang berbeda intensitasnya pada diri individu yang melakukan tanggapan atau akan berbeda tanggapannya tersebut antara satu orang dengan orang lain. Unsur jasmani atau fisiologis meliputi keberadaan, keutuhan dan cara kerja atau alat indera, urat syaraf dan bagian-bagian tertentu pada otak. Unsur-unsur rohani dan fisiologisnya yang meliputi keberadaan dan perasaan (*feeling*), akal, fantasi, pandangan jiwa, mental, pikiran, motivasi, dan sebagainya.

b. Faktor Eksternal

Yaitu faktor yang ada pada lingkungan. Faktor ini intensitas dan jenis benda perangsang atau oang menyebutnya dengan faktor stimulus. Bimo walgito dalam bukunya menyatakan bahwa faktor psikis berhubungan

dengan objek menimbulkan stimulus dan stimulus akan mengenai alat indera.<sup>75</sup>

## **B. Informasi dan Isu Sara**

### **1. Pengertian Informasi**

Tidak mudah untuk mendefinisikan konsep informasi karena istilah yang satu ini mempunyai bermacam aspek, ciri, dan manfaat yang satu dengan yang lainnya terkadang sangat berbeda. Informasi merupakan data yang berasal dari fakta yang tercatat dan selanjutnya dilakukan pengolahan (proses) menjadi bentuk yang berguna atau bermanfaat bagi pemakainya. Informasi adalah hasil dari kegiatan pengolahan data yang memberikan bentuk yang lebih berarti dari suatu kejadian. Kemudian pengertian lain dari informasi adalah data berupa catatan historis yang dicatat dan diarsipkan tanpa maksud dan segera diambil kembali untuk pengambilan keputusan. Data yang telah diletakkan dalam konteks yang lebih berarti dan berguna yang dikomunikasikan kepada penerima untuk digunakan di dalam pembuatan keputusan.

Menurut Davis yang dikutip oleh Abdul Kadir Informasi adalah data yang telah diolah menjadi sebuah bentuk yang berarti bagi penerimanya dan bermanfaat bagi pengambilan keputusan saat ini atau saat mendatang.<sup>76</sup>

---

<sup>75</sup> Bimo Walgito, *Psikologi Umum*, (Yogyakarta: UGM, 199) h. 55.

<sup>76</sup> Abdul Kadir, *Pengertian Informasi*, (Jakarta: Herwin Goernia, 2003) h. 28.

Informasi merupakan kumpulan data yang diolah menjadi bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi yang menerima.<sup>77</sup>

Menurut Yusup Ditinjau dari sudut pandang dunia kepustakawan dan perpustakaan, informasi adalah suatu rekaman fenomena yang diamati, atau bisa juga berupa putusan-putusan yang dibuat seseorang. Sebuah fenomena akan menjadi informasi jika ada yang melihatnya atau menyaksikannya atau bahkan mungkin merekamnya. Hasil kesaksian atau rekaman dari orang yang melihat atau menyaksikan peristiwa atau fenomena itulah yang dimaksud informasi. Jadi dalam hal ini informasi lebih bermakna berita.<sup>78</sup>

Dari berbagai pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa informasi merupakan hasil kesaksian atau rekaman peristiwa atau data yang berasal dari fakta yang tercatat dan selanjutnya dilakukan pengolahan (proses) menjadi bentuk yang berguna dan berarti bagi pemakainya yang pada akhirnya akan mempengaruhi kehidupan pemakai informasi.

## **2. Manfaat Informasi**

Informasi itu sangat beragam, baik dalam jenis, tingkatan maupun bentuknya. Manfaat informasi bagi setiap orang berbeda-beda. Adapun manfaat dari informasi menurut Sutanta adalah :<sup>79</sup>

---

<sup>77</sup> Andri Kristanto, *Perancangan Sistem Informasi dan Aplikasinya*, (Jakarta: Gava Media, 2003) h. 6.

<sup>78</sup> Yusup, Pawit M. *Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Perpustakaan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009) h. 11.

<sup>79</sup> Edhy Sutanta, *Sistem Informasi Manajemen*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2003) h. 11.

- a. Menambah pengetahuan Adanya informasi akan menambah pengetahuan bagi penerima yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan yang mendukung proses pengambilan keputusan.
- b. Mengurangi ketidakpastian pemakai informasi Informasi akan mengurangi ketidakpastian karena apa yang akan terjadi dapat diketahui sebelumnya, sehingga kemungkinan menghindari keraguan pada saat pengambilan keputusan.
- c. Mengurangi resiko kegagalan Adanya informasi akan mengurangi resiko kegagalan karena apa yang akan terjadi dapat diantisipasi dengan baik, sehingga kemungkinan terjadinya kegagalan akan dapat dikurangi dengan pengambilan keputusan yang tepat.
- d. Mengurangi keanekaragaman yang tidak diperlukan Mengurangi keanekaragaman yang tidak diperlukan akan menghasilkan keputusan yang lebih terarah.
- e. Memberikan standar, aturan-aturan, ukuran-ukuran, dan keputusan untuk menentukan pencapaian, sasaran dan tujuan.

Pendapat di atas menunjukkan bahwa informasi akan memberikan standar, aturan dan keputusan yang lebih terarah untuk mencapai sasaran dan tujuan yang telah ditetapkan secara lebih baik berdasarkan informasi yang diperoleh. Informasi juga dapat mengurangi ketidakpastian dan menambah pengetahuan dan wawasan.

### 3. Sistem Informasi

Sistem Informasi adalah kombinasi dari sejumlah komponen (manusia, komputer, teknologi informasi) yang akan memproses data menjadi informasi untuk mencapai suatu sasaran atau tujuan.<sup>80</sup> Sistem informasi dapat didefinisikan sebagai kumpulan elemen yang saling berhubungan satu sama lain yang membentuk satu kesatuan untuk mengintegrasikan data, memproses dan menyimpan serta mendistribusikan informasi. Dengan kata lain, Sistem informasi merupakan kesatuan elemen-elemen yang saling berinteraksi secara sistematis dan teratur untuk menciptakan dan membentuk aliran informasi yang akan mendukung pembuatan keputusan dan melakukan control terhadap jalannya perusahaan.<sup>81</sup>

### 4. Sumber-Sumber Informasi

Sumber informasi berperan penting bagi seseorang dalam menentukan sikap atau keputusan bertindak. Sumber informasi itu ada di mana-mana, di pasar-pasar, sekolah, rumah, lembaga-lembaga suatu organisasi komersial, buku-buku, majalah, surat kabar, perpustakaan dan tempat-tempat lainnya. Intinya dimana suatu benda atau peristiwa berada, di sana bisa tercipta informasi yang kemudian direkam dan disimpan melalui media cetak ataupun media elektronik.

Menurut M. Yusup sumber-sumber informasi banyak jenisnya. Buku, majalah, surat kabar, radio, tape recorder, CD-ROM, disket komputer, brosur,

---

<sup>80</sup> Abdul Kadir, *Pengenalan Sistem Informasi*, (Yogyakarta: Andi, 2003) h.10.

<sup>81</sup> Budi Suteja Dharma, *Perencanaan dan Pembangunan Sistem Informasi*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2006) h. 11.

pamphlet, dan media rekaman informasi lainnya Universitas Sumatera Utara merupakan tempat disimpannya informasi atau katakanlah sumber-sumber informasi, khususnya informasi terekam.<sup>82</sup>

Perpustakaan merupakan tempat yang menyediakan sumber-sumber informasi mulai dari informasi tercetak, seperti buku, majalah, novel, jurnal dan lain-lain sampai informasi yang berbentuk digital seperti internet. Internet memberikan kemudahan dalam mencari informasi karena memberikan fasilitas mesin pencari (*search engine*) dengan akses tanpa batas. Kekayaan akan informasi yang sekarang tersedia di internet telah lebih mencapai harapan dan bahkan imajinasi dari para penemu sistem yang pertama. Dengan menggunakan internet kita dapat mengakses sumber-sumber informasi tanpa batas dan sedang berkembang secara cepat sekali.

## **5. Kebutuhan Informasi**

Kebutuhan informasi setiap orang berbeda-beda. Tidak ada seorang pun yang tidak membutuhkan informasi, apapun jenis pekerjaannya. Pelajar, mahasiswa, guru, dosen, semua memerlukan informasi guna mendukung pekerjaannya sehari-hari. Setiap orang membutuhkan informasi yang akurat, relevan, cepat dan mudah didapat. Kebutuhan diartikan sebagai sesuatu yang

---

<sup>82</sup> Pawit M. Yusup, *Ilmu informasi, Komunikasi dan Kepustakaan*, (Jakarta: Bumi Aksara. 2009) h. 31

harus dimiliki oleh seseorang yang harus dipenuhi. Ada banyak pengertian kebutuhan informasi yang dikemukakan para ahli, antara lain :

Kulthau yang dikutip oleh Ishak menyatakan bahwa kebutuhan informasi muncul akibat kesenjangan pengetahuan yang ada dalam diri seseorang dengan kebutuhan informasi yang diperlukan.<sup>83</sup>

Menurut Krikelas yang dikutip oleh Ishak mendefinisikan kebutuhan informasi sebagai berikut, “... *when the current state of possessed knowledge is less than needed*. Krikelas menyatakan bahwa kebutuhan informasi timbul ketika pengetahuan yang dimiliki seseorang kurang dari yang dibutuhkan, sehingga mendorong seseorang untuk mencari informasi.<sup>84</sup>

Dari kedua pernyataan di atas terlihat bahwa setiap orang membutuhkan informasi dalam hidupnya. Kebutuhan informasi disebabkan oleh adanya keinginan untuk mendapatkan sebuah kepastian terhadap satu situasi yang dianggap membingungkan. Informasi sebagai jawaban atas ketidakpastian tersebut.

## **6. Pengertian Isu Sara**

Suku Agama Ras dan Antar Golongan atau yang biasa disebut sara adalah berbagai tindakan yang didasarkan pada sentimen identitas yang menyangkut keturunan, agama, kebangsaan atau kesukuan dan golongan. Setiap tindakan kekerasan, diskriminasi dan pelecehan yang didasarkan pada identitas

---

<sup>83</sup> Ishak, “Kebutuhan Informasi Mahasiswa Program Pendidikan Dokter Spesialis (PPDS) FK. UI”. *Pustaka: Jurnal Studi Perpustakaan dan Informasi*, Vol.2, No.2, Desember 2006.

<sup>84</sup> *Ibid.*, h.91

diri dan golongan dapat dikatakan sebagai tindakan sara. Tindakan ini mengebiri dan melecehkan kemerdekaan dan segala hak-hak dasar melekat pada manusia.

Suku, Agama, Ras, dan Antar Golongan atau menjadi sebuah akonim yang disebut SARA adalah merupakan realitas sosial yang tidak dapat dielakan oleh siapapun di dalam masyarakat. Baik dalam masyarakat pada jenjang perkembangan tradisional maupun modern. Realitas yang berpengaruh sara yang telah menjadi nasib bagi setiap masyarakat dimanapun masyarakat itu berada. Kenyataan sosial menegaskan bahwa masyarakat-masyarakat di dunia ini terdiri dari berbagai macam etnis, agama dan golongan. Kenyataan seperti ini tidak jarang meyebabkan problem sosial seperti konflik dan disintegrasi, tetapi pada sudut lain (berdasarkan temuan-temuan historis) sara justru dijadikan pemberdayaan dan deminkrasi. Indonesia penduduknya saat ini kurang lebih 200 juta orang dan terdiri dari multi etnis (Jawa, Sumatra, Kalimantan, Sulawesi, Maluku dan Irian) dimana masing-masing masih dibagi kedalam sub-sub etnis seperti Sunda, Padang, Amungme, dan lainnya. Di tanah air agama juga terdiri dari bermacam-macam mulai dari Islam, Katolik, Protestan, Hindu, Budha, agama lokal, dan aliran-aliran kepercayaan.

Sara dapat digolongkan dalam beberapa kategori antara lain yaitu:<sup>85</sup>

---

<sup>85</sup> Bagja Waluya. *Sosiologi: Menyelami Fenomena Sosial di Masyarakat*, (Bandung, Setia Purnama Inves, 2007) h. 114.

- a. Kategori pertama yaitu Individual: merupakan tindakan sara yang dilakukan oleh individu maupun kelompok. Termasuk di dalam kategori ini adalah tindakan maupun pernyataan yang bersifat menyerang, mengintimidasi, melecehkan dan menghina satu sama lain antara kandidat.
- b. Kategori kedua yaitu Institusional : merupakan tindakan sara yang dilakukan oleh suatu institusi, termasuk negara, baik secara langsung maupun tidak langsung, sengaja atau tidak sengaja telah membuat peraturan diskriminatif dalam struktur organisasi maupun kebijakannya.
- c. Kategori ketiga yaitu Kultural : merupakan penyebaran mitos, tradisi dan ide-ide diskriminatif melalui struktur budaya masyarakat.

Kurun waktu tahun 1990-an sampai dengan 2000 banyak terjadi konflik dan kerusuhan sosial diberbagai daerah yang bernuansa sara (Suku, Agama, Ras dan Antar Golongan) konflik dan kerusuhan tersebut disebabkan oleh berbagai hal, tetapi dalam kenyataanya melibatkan simbol-simbol dan sentimen-sentimen agama. Salah satu faktor dominan terjadinya kerusuhan sosial adalah tersebarnya isu atau desas-desus yang dapat menarik simpati dari rakyat. Adapun konsep yang ada adalah :

1. Suku (Bangsa) atau etnik adalah sejumlah orang yang memiliki persamaan ras dan warisan budaya yang membedakan mereka dengan kelompok lainnya. Di Indonesia terdapat lebih dari 500 suku bangsa. Menurut sosialogi UI, Tamrin Amal Tamagola (2000) di Indonesia terdapat 636 suku bangsa. Kekhususan dari suku bangsa dari sebuah golongan sosial ditandai oleh ciri-

cirinya, munculnya dalam interaksi berdasarkan adanya pengakuan oleh warga suku bangsa yang bersangkutan dan diakui oleh suku lainnya.

2. Agama-agama dunia dipeluk oleh penduduk di Indonesia adalah Islam, Kristen Protestan, Katolik, Hindu dan Budha. Agama memang tidak secara langsung mencetuskan kekerasan, namun agama dapat berperan dalam membentuk jati diri yang berpengaruh pada konsep diri yang mewarnai pola perilaku dan relasi yang menumbuhkan perasaan negatif dan memicu kekerasan.
3. Ras: Suatu kelompok orang yang tidak berbeda dengan orang lain dalam segi ciri-ciri fisik bawaan. Secara etimologi berarti : golongan manusia yang jelas sekali memiliki kemiripan satu dengan yang lainnya, dan nyata berbeda jenis lainnya, tidak peduli bahasa dan adat. Ada tiga ras pokok manusia di dunia ini, yaitu : Eropid, Negrida dan Mongol. Dalam kasus-kasus yang biasa timbul di Indonesia tentang masalah ras adalah antara pribumi dan China.
4. Golongan: Dalam sosiologi berarti sejumlah orang yang memiliki kesadaran bersama sebagai anggota dan saling berinteraksi, istilah ini sering digunakan sebagai pengganti istilah agrerasi, kolektivitas atau kategori.

Sejarah kehidupan umat manusia tidak pernah sunyi dari konflik, naiki dari konflik suku sampai kepada konflik agama. Tidak dapat dipungkiri bahwa perbedaan ras dan agama memperbesar jurang permusuhan antara bangsa.

Perbedaan suku dan ras ditambah dengan perbedaan agama menjadi penyebab lebih kuat untuk menimbulkan perpecahan antar kelompok dalam masyarakat.

Koentjaraningrat dikutip oleh Khoiruzadid Taqwa Isu Suku, Ras, Agama, dan antar Golongan (SARA) sering diangkat menjadi isu krusial dalam Pilpres. Suku bangsa merupakan kelompok social atau kesatuan hidup manusia yang mempunyai sistem interaksi, sistem norma yang mengatur interaksi tersebut, adanya kontinuitas dan rasa identitas yang mempersatukan semua anggotanya serta memiliki sistemkepemimpinan sendiri.<sup>86</sup> Kelompok etnik adalah suatu kelompok sosial yang memiliki tradisi kebudayaan dan rasa identitas yang sama sebagai bagian dari kelompok masyarakat yang lebih besar.<sup>87</sup> Kelompok etnik adalah suatu kesatuan orang-orang yang secara bersama-sama menjalani pola-pola tingkah laku normatif, atau kebudayaan, dan yang membentuk suatu bagian dari populasi yang lebih besar, saling berinteraksi dalam kerangka suatu sistem sosial bersama, seperti negara. Jadi suku bangsa adalah kesatuan hidup manusia yang memiliki kebudayaan dan tradisi yang unik, membuat mereka mereka memiliki identitas khusus dan berbeda dengan kelompok lainnya, dan suku bangsa merupakan bagian dari populasi yang lebih besar yang disebut dengan bangsa.

Jadi SARA adalah berbagai pandangan dan tindakan yang didasarkan pada sentimen identitas yang menyangkut keturunan, agama, kebangsaan atau

---

<sup>86</sup> M Khoiruzadid Taqwa, Dkk, "Analisis Perspektif Mahasiswa Dalam Menyikapi Isu Sara Menjelang Pilpres 2019", *Jurnal Analisa Sosiologi* April 2019, 8(1): 18-34.

<sup>87</sup> *Ibid.*,

kesukuan dan golongan. Setiap tindakan yang melibatkan kekerasan, diskriminasi dan pelecehan yang didasarkan pada identitas diri dan golongan dapat dikatakan sebagai tindakan SARA. Tindakan ini mengabaikan dan melecehkan kemerdekaan dan segala hak-hak dasar yang melekat pada manusia. SARA dapat digolongkan dalam tiga kategori. Kategori individual merupakan tindakan SARA yang dilakukan oleh individu maupun kelompok. Termasuk di dalam katagori ini adalah tindakan maupun pernyataan yang bersifat menyerang, mengintimidasi, melecehkan dan menghina identitas diri maupun golongan.

## **7. Penyebaran Isu Sara**

Keanekaragaman suku, agama, ras, dan antargolongan (SARA) di Indonesia menjadi salah satu keunikan tersendiri bagi bangsa Indonesia. Keanekaragaman di satu sisi memiliki dampak positif karena menunjukkan kekayaan budaya yang dimiliki bangsa Indonesia, tetapi di sisi lain dapat menjadi salah satu potensi terjadinya konflik antarbudaya. Keanekaragaman juga melahirkan masyarakat yang multikultural di Indonesia. Dalam kehidupan masyarakat yang multikultural, tidak dapat dipungkiri anggota dari suatu kelompok melakukan pertukaran pesan ataupun informasi dengan anggota kelompok lainnya. Dalam proses ini, komunikasi antarbudaya tidak mungkin dihindarkan. Komunikasi antarbudaya terjadi ketika seseorang dari satu budaya memproduksi pesan untuk dikonsumsi oleh anggota dari kelompok budaya yang lain.

Sejak perkembangan teknologi internet yang terus mengalami kemajuan, komunikasi antarbudaya pada masyarakat multikultural tidak hanya berlangsung melalui tatap muka. Menurut Rheingold Internet mendukung terjadinya komunikasi antarbudaya dalam sebuah ruang siber (*cyberspace*) tanpa dibatasi ruang dan waktu. Ruang siber merupakan ruang konseptual di mana semua kata, hubungan manusia, data, kesejahteraan, dan juga kekuatan dimanifestasikan oleh setiap orang melalui teknologi *computer mediated communication*.<sup>88</sup>

Terjadinya konflik sebenarnya suatu hal yang normal, bahkan suatu waktu jika dikelola dengan baik dapat semakin menguatkan hubungan Tetapi konflik dalam konteks hubungan interpersonal, jika tidak dikelola dan diselesaikan dengan baik, tidak jarang mengganggu bahkan memutus hubungan interaksi antarindividu. Apalagi jika pemicu konflik berkaitan dengan isu SARA, maka potensi terjadi gangguan antarindividu semakin besar. Isu SARA juga menjadi faktor utama penyebab terjadinya konflik dalam masyarakat multikultural.<sup>89</sup>

---

<sup>88</sup> Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi*, (Bandung, Simbiosis Rekatama Media, 2015)

<sup>89</sup> Alo Liliweri, *Prasangka dan Konflik: Komunikasi Lintas Budaya Masyarakat Multikultur*. (Yogyakarta, LkiS, 2005).

## C. Media Sosial Instagram

### 1. Pengertian Instagram

Instagram berasal dari pengertian keseluruhan fungsi pada aplikasi ini. Instagram terdiri dari dua kata “Insta” dan “Gram”. Kata “Insta” berasal dari kata “Instan”, yang berarti bahwa instagram menampilkan foto-foto secara instan layaknya kamera polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan “Gram” berasal dari kata “Telegram” yang berarti memiliki cara kerja untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sehingga Instagram dapat mengacu ke kata “Instan-Telegram”.<sup>90</sup>

Menurut Bambang Dwi Atmoko, Instagram adalah sebuah aplikasi dari *handphone* yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi yang hampir sama dengan media sosial *twitter*, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya.<sup>91</sup>

Instagram juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunanya dan dapat meningkatkan kreatifitas, karena instagram mempunyai fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah, lebih artistik dan menjadi lebih bagus.

### 2. Sejarah Instagram

Berdiri pada tahun 2010 sebuah perusahaan bernama *Bubrn. inc* yang didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger pada 06 Oktober 2010

---

<sup>90</sup> “Instagram” (on-line), tersedia di: <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>. diakses pada 25 Agustus 2020

<sup>91</sup> Bambang Dwi Atmoko, *Instagram Handbook*, (Jakarta: Media Kita, 2012), h. 10.

menandai lahirnya aplikasi *photo sharing revolutioner* Instagram. Di startup yang didirikannya ini Kevin dan Mike Krieger bekerja keras untuk mewujudkan layanan jejaring sosial berbasis fotografi sesuai keinginannya.

Perusahaan *Burbn, Inc.* adalah perusahaan teknologi yang hanya berfokus kepada pengembangan aplikasi untuk telepon genggam. Pada awalnya *Burbn, Inc.* sendiri memiliki fokus yang terlalu banyak di dalam HTML5, namun kedua CEO, Kevin Systrom dan Mike Krieger memutuskan untuk lebih fokus pada satu hal saja.

Peluncuran perdana Instagram berlangsung sangat sukses karena tidak menggunakan iklan, dengan menggunakan viral marketing namun berhasil menjangkau 25 ribu pengguna di hari pertama. Setelah seminggu peluncuran Instagram, pengguna telah berjumlah 100 ribu orang. Maka dengan cepat Kevin dan Mike melakukan *upgrade* pada aplikasi buatan mereka ini. Dalam waktu singkat buzz di jejaring sosial terutama twitter membuat aplikasi ini semakin populer karena berada di *trending topic* dalam waktu yang cukup lama. Dalam waktu 2,5 bulan pengguna Instagram meningkat sangat cepat mencapai satu juta pengguna. Selama lebih dari satu tahun Instagram hadir secara eksklusif di platform IOS yang ada di hp Iphone. Kini instagram mendapatkan kedudukan istimewa dari *apple, app store* tempat pembelian aplikasi di *Iphone* telah memberikan apresiasi kepada instagram, dengan diberikannya penghargaan sebagai *App Of The Year 2011*. *App Store* adalah layanan katalog aplikasi

digital yang disediakan oleh Apple untuk perangkat IOS yang terdiri dari Iphone, Ipad touch, dan ipad.

Instagram telah menjadi layanan berbagi foto yang handal dengan sejuta pengguna. Kevin dan Mike mulai menempatkan ke platform lainnya yaitu android, platform buatan google ini relatif baru namun sekarang menjadi terbesar di dunia. Pada tanggal 3 April 2012 hari bersejarah bagi instagram karena telah sukses berada di platform Android. Jumlah pengguna instagram yang sebelumnya 30 juta bertambah 1 juta hanya dalam waktu 12 jam saja dan terus meningkat. Hal ini yang membuat nilai harga instagram sebagai layanan photo sharing dan BubrN sebagai perusahaan semakin tinggi. Pada tanggal 1 mei 2012 jumlah pengguna mencapai 50 juta dan terus bertambah 5 juta tiap minggunya. Hanya berselang sembilan hari setelah kehadirannya di Android, perusahaan ini diambil alih oleh facebook pada tanggal 09 April 2012.<sup>92</sup>

Instagram banyak penggunanya karena kemudahan dan kecepatannya dalam berbagi foto yang diambil bergaya retro yang menarik. Pengguna dapat memanfaatkan 17 filter foto yang mengubah warna dan memberi kesan foto yang berbeda. Instagram memberikan cara baru berkomunikasi di jejaring sosial melalui foto. Konsep jejaring sosial dengan “follow”. “like” foto dan “popular” yang menjadikan instagram semakin banyak penggunanya. Pengguna smartphone menjadi lebih gemar memotret. Namun tujuan dibuatnya Instagram bukan hanya sebuah aplikasi foto, melainkan sebuah cara baru berkomunikasi lewat gambar dan merupakan komunikasi yang berbeda. Karena aplikasi pengolah foto adalah sebuah alat.<sup>93</sup>

Instagram resmi dirilis untuk platform IOS pada tanggal 6 oktober 2010 dan sebanyak 25 ribu pengguna berhasil terjaring pada hari pertama peluncuran. Pada tanggal 13 oktober 2010 pengguna mencapai 100 ribu, pada tanggal 21 Desember 2010 instagram mencapai 1 juta pengguna, kemudian instagram merilis fitur hashtag atau tagar pada 27 januari 2011 agar lebih memudahkan pengguna menemukan foto dan pengguna lainnya, pada tanggal 15 februari pengguna bertambah menjadi 2 juta, dan berhasil mengumpulkan uang

---

<sup>92</sup> Bambang Dwi Atmoko, *Op. Cit.*, h. 7.

<sup>93</sup> *Ibid.*, h. 13.

sebanyak US\$ 7 juta dari berbagai investor. Pada tanggal 12 juli dalam waktu 8 bulan mencapai 5 juta pengguna dan 100 juta foto diunggah di Instagram. Instagram merilis versi baru yaitu 2.0 pada tanggal 20 september 2011 dengan fitur filter dan resolusi tinggi.<sup>94</sup>

Pada 3 April 2012, instagram resmi dirilis pada sistem operasi Android. Aplikasi instagram berhasil di unduh sebanyak lebih dari satu juta kali dalam waktu kurang dari satu hari, nampaknya pengguna smartphone berbasis android telah menanti-nanti kehadiran instagram di handphone mereka.

Pertumbuhan pesat Instagram terlihat pula dari review yang diberikan pengguna mendapatkan 1 juta rating bagus di Google Play. Instagram saat itu menjadi salah satu aplikasi yang mencapai satu juta peringkat dan berhasil menduduki posisi ke lima. Pada tanggal 9 April 2012, diumumkan Instagram telah diambil alih oleh perusahaan Facebook dengan nilai hampir 1 miliar dollar dalam bentuk tunai dan saham. Tawaran ini datang dengan kebijakan untuk tetap membiarkan instagram di kelola secara mandiri. Pada 11 Mei 2016 Instagram memperkenalkan versi 10.10.0 dengan ikon baru dan tentunya desain dan tampilan baru. Terinspirasi oleh ikon sebelumnya, ikon baru lebih berwarna yaitu kamera sederhana dan pelangi hidup dalam bentuk gradien. Dengan ikon dan tampilan baru ini Instagram semakin banyak disukai oleh pengguna dan tetap menggunakan instagram bukan malah menghapusnya.

---

<sup>94</sup> Geoff Desreumaux, “*The Complete History Of Instagram*” (on-line), tersedia di <https://wersm.com/the-complete-history-of-instagram/>. Diakses pada 20 September 2020.

### 3. Fitur-Fitur Instagram

Instagram merupakan sebuah aplikasi berbagi foto yang menerapkan filter digital untuk mengubah tampilan efek foto, dan membagikannya ke berbagai layanan media sosial seperti facebook dan twitter, dan termasuk milik instagram sendiri. Instagram memiliki lima menu utama yang semuanya terletak dibagian bawah pada tampilan instagram.<sup>95</sup> Menu itu antara lain adalah:

#### a. *Home Page*

*Home page* adalah halaman utama yang menampilkan (*timeline*) foto-foto atau video terbaru dari sesama pengguna yang telah diikuti. Cara melihat foto yaitu dengan menggeser layar ke atas seperti saat *scroll* mouse di komputer, maka akan terlihat postingan atau konten-konten yang di unggah pengguna.

#### b. *Explore*

*Eksplora* adalah tampilan dari foto-foto populer yang paling banyak disukai para pengguna Instagram. Bisa merupakan foto-foto dan video dari artis terkenal atau foto-foto pemandangan yang menakjubkan. Atau foto-foto yang menarik bagi pengguna.

#### c. *News Feed*

*News Feed* merupakan fitur yang menampilkan notifikasi atau pemberitahuan terhadap berbagai aktifitas yang dilakukan oleh pengguna. *news feed* memiliki dua jenis tab yaitu "*following*" yang menampilkan aktivitas

---

<sup>95</sup> Bambang Dwi Atmoko, *Op. Cit.*, h. 28.

terbaru pada user yang telah pengguna ikuti dan “*news*” yang menampilkan notifikasi terbaru terhadap aktifitas para pengguna Instagram terhadap foto yang dibagikan.

#### d. Profil

Profil adalah halaman yang dapat mengetahui secara detail informasi dari pengguna, baik itu profil dari milik akun pribadi maupun pengguna lainnya. Fitur ini menampilkan jumlah foto dan video yang telah diupload, jumlah *following* dan *followers*.

#### e. *Stories*

*Stories* merupakan jendela yang menampilkan foto-foto dan video seperti fitur *home*, namun dalam fitur ini *Stories* atau cerita foto dan video tersebut memiliki batas waktu untuk ditampilkan, setiap *stories* yang di buat oleh pengguna akan ditampilkan selama 24 jam dan akan terhapus dengan sendirinya setelah waktu habis. Fitur ini lebih terlihat seperti kilas-kilas singkat untuk membagikan momen dengan mudah.

Selain fitur di atas, ada beberapa fitur lain yang dapat membuat konten foto atau video yang di unggah ke instagram menjadi lebih menarik dan bermakna, antara lain yaitu:<sup>96</sup>

---

<sup>96</sup> *Ibid.*, h. 36.

a. *Captions*

*Captions* atau keterangan untuk memperkuat karakter atau pesan yang ingin disampaikan oleh pengguna tersebut. *Captions* dibuat ketika sedang membuat konten foto atau video yang akan di posting.

b. *Hashtag*

*Hashtag* adalah simbol bertanda pagar (#), fitur ini memudahkan pengguna untuk menemukan foto-foto dan video di instagram dengan *hashtag* tertentu.

c. Lokasi

Fitur lokasi adalah fitur yang menampilkan lokasi dimana pengguna mengambil foto.

Sebagai media sosial, banyak interaksi yang terjadi dalam aplikasi instagram sehingga aplikasi ini menyediakan beberapa aktivitas yang dapat pengguna lakukan di instagram, yaitu sebagai berikut:<sup>97</sup>

a. *Follow*

*Follow* berarti ikut, *followers* adalah pengikut, dari pengguna instagram agar mengikuti atau berteman dengan pengguna lain bisa meng-klik follow. Jumlah pengikut dan yang mengikuti akan terlihat di laman profil pengguna.

---

<sup>97</sup> Nur Rohmah, "Dakwah Melalui Instagram (Studi Kasus Materi Dakwah Dalam Instagram Yusuf Mansyur, Felix Siau, Aa Gym, Arifin Ilham)". (Skripsi Program Sarjana UIN Walisongo, Semarang, 2016) h. 16.

b. *Like*

*Like* adalah ikon dimana pengguna dapat menyukai gambar atau video pada instagram, simbol suka pada instagram berbeda bentuk dengan simbol pada *facebook* yang berbentuk jempol, simbol suka pada instagram adalah simbol hati, menyukai atau like konten dilakukan dengan cara menekan tombol like dibagian bawah captions yang besebelahan dengan komentar atau bisa dengan double tap (mengetuk dua kali) pada konten yang disukai.

c. *Comments*

*Comments* atau komentar adalah aktivitas dalam memberikan pikirannya melalui kata-kata, pengguna bebas memberikan komentar apapun terhadap foto, baik itu saran, pujian atau kritikan.

d. *Mentions*

fitur ini adalah untuk menambah atau memanggil pengguna lain, caranya dengan menambah tanda arroba (@) dan memasukkan nama akun instagram dari pengguna tersebut.

#### **4. Penggunaan Media Sosial Instagram**

Media sosial dekat dengan kehidupan sehari-hari. Pengguna media sosial seolah menjadikan media sosial sebagai kebutuhan primer. Kini mereka menggunakan media sosial bukan hanya untuk bercakap-cakap atau sekedar melihat-lihat tetapi lebih dari itu mereka memanfaatkan media sosial yang ada.

Menurut Arif Rohmadi, media sosial memiliki banyak manfaat diantaranya sebagai berikut:<sup>98</sup>

a. Mendapatkan Informasi

Banyak informasi yang dapat diperoleh melalui media sosial, seperti informasi beasiswa, lowongan pekerjaan, info seputar agama maupun hal-hal yang sedang *trend* yang dibicarakan banyak orang.

b. Menjalin Silaturahmi

Melalui sosial media, kita sebagai *user* atau pengguna dapat melakukan komunikasi meski dengan jarak yang berjauhan dengan pengguna lain sehingga terjalin silaturahmi, baik dengan orang baru, teman lama, bahkan kerabat dan keluarga.

c. Kegiatan Sosial

Melalui media sosial, pengguna dimudahkan dalam menggalang dana bantuan untuk kegiatan sosial, hal ini dikarenakan informasi tentang penggalangan bantuan dapat dilihat dari oleh banyak orang dalam waktu yang singkat. Sehingga semakin banyak orang yang terketuk hatinya maka bantuan yang diperlukan akan terpenuhi.

d. *Branding*

*Branding* merupakan kumpulan kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh suatu perusahaan agar *brand* (merk) yang mereka tawarkan dikenal. Dalam

---

<sup>98</sup> Arif Rohmadi, *Tiga Produktif Ber-Sosial Media*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2016), h. 2.

perkembangan saat ini, *branding* tidak hanya dilakukan oleh perusahaan saja, namun meluas sampai tingkat *personal* (perorangan) atau yang lebih dikenal dengan *personal branding*.

e. Promosi

Adanya sosial media memudahkan orang mempromosikan produk atau jasa yang dimiliki, jika dahulu untuk berjualan harus berada dipinggir jalan, sekarang dari rumah pun kita bisa berjualan dengan menggunakan media sosial.

### **5. Isu Sara di media sosial Instagram**

Isu SARA merupakan isu yang sensitif dan mudah menjadi pemicu perpecahan maupun konflik. Tak ada habisnya perselisihan jika diawali dengan perbedaan SARA ini. Selain hoaks, tantangan besar yang dihadapi adalah merebaknya ujaran kebencian. Secara teoretis, ujaran kebencian (*hate speech*) didefinisikan sebagai ujaran, tulisan, tindakan, atau pertunjukan yang ditujukan untuk menghasut kekerasan atau memunculkan prasangka terhadap seseorang atas dasar karakteristik kelompok tertentu yang dianggap ia wakili, seperti kelompok ras, etnis, gender, orientasi seksual, agama, dan lain-lain. Definisi ujaran kebencian bervariasi di antara berbagai negara. Salah satunya adalah perjanjian multilateral tentang hak-hak sipil dan politik individu, *International Covenant on Civil and Political Rights* (ICCPR), yang diterapkan oleh Majelis Umum PBB sejak 1976. Termasuk di antara 169 negara yang terlibat dalam

perjanjian ini adalah Indonesia, yang telah meratifikasi perjanjian ini pada 23 Februari 2006.<sup>99</sup>

Konsep ujaran kebencian digunakan dalam UU nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Secara praktis, aturan ini berperan penting dalam menjaga kerukunan masyarakat Indonesia yang sangat plural. Undang-undang tersebut melarang setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan informasi yang ditujukan untuk menimbulkan rasa kebencian atau permusuhan individu dan/atau kelompok masyarakat tertentu berdasarkan atas suku, agama, ras, dan antar golongan (SARA) (Undang-Undang nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), 2008).

Penyebaran Isu SARA seringkali terdapat pada postingan-postingan di media sosial. Banyak didapati mengandung unsur sara yang melibatkan ujaran kebencian kepada sesama saudara, sesama umat muslim bahkan non muslim. Baik sebagai pertemanan, sebagai relasi, bahkan sebagai pemimpin. Seperti kasus Ahok pada tahun 2016 silam.

Dalam konteks Indonesia, para ulama tidak memosisikan non Muslim dengan dua kategori tersebut. Karena para ulama memahami Indonesia bukan merupakan negara agama (Islam). Pandangan ulama di Indonesia, menurut Kyai Ma'ruf adalah memilih posisi antar-umat beragama sebagai sesama warga

---

<sup>99</sup> Musmuallim, "Dinamika Prasangka Sosial Penyebaran Agama Terhadap Pihak Rumah Khalwat Oasis Sungai Kerit", *Al-Balagh* Vol. 4, No. 2, July - December 2019, h. 202

bangsa, yang bersepakat untuk mengikat janji hidup damai di dalam naungan Bangsa dan Negara (mu'ahadah, muwatsaqah).

Jadi Islam menurutnya, mengakui eksistensi agama lain sebagaimana pada masa nabi juga diakui eksistensi agama selain Islam, antara lain Yahudi, Nasrani dan Majusi. Dalam konteks berbangsa dan bernegara, setelah Proklamasi 1945, Islam memandang posisi umat beragama sebagai sesama bagian warga bangsa yang terikat oleh komitmen kebangsaan, sehingga harus hidup berdampingan secara damai.

Relasi antara umat Muslim dengan non Muslim di daerah mayoritas non Muslim, dalam arti Muslim menjadi minoritas, Allah SWT sudah memberikan panduannya Dalam al-Qur'an Allah SWT berfirman Q.S. Ali Imron: 28, yang berbunyi

لَا يَتَّخِذِ الْمُؤْمِنُونَ الْكَافِرِينَ أَوْلِيَاءَ مِنْ دُونِ الْمُؤْمِنِينَ وَمَنْ يَفْعَلْ ذَلِكَ فَلَيْسَ مِنَ اللَّهِ فِي شَيْءٍ إِلَّا أَنْ تَتَّقُوا مِنْهُمْ تُقَاتًا وَيَحْذَرُكُمُ اللَّهُ نَفْسَهُ وَإِلَى اللَّهِ الْمَصِيرُ

*Artinya: “Janganlah orang-orang mukmin mengambil orang-orang kafir menjadi wali dengan meninggalkan orang-orang mukmin. Barang siapa berbuat demikian, niscaya lepaslah ia dari pertolongan Allah, kecuali karena (siasat) memelihara diri dari sesuatu yang ditakuti dari mereka. Dan Allah memperingatkan kamu terhadap diri (siksa)-Nya. Dan hanya kepada Allah kembali(mu).”*

Maksud dari ayat diatas menurut Imam at-Thabari dalam karyanya “Jami al-Bayang fi Takwil” ayat tersebut menegaskan: “Maksud yang lebih

kuat dari ayat tersebut adalah bahwa mereka memang benar-benar takut. Dan maksud takut (taqwa) dalam ayat itu, adalah takut terhadap orang-orang kafir, bukan terhadap lainnya.”

Penjelasan ayat tersebut lagi-lagi disinggung ar-Razi dalam tafsirnya “Mafatih al-Ghaib” yang menyatakan:“Yang dimaksud taqiyah adalah seperti ketika seseorang berada di lingkungan mayoritas orang-orang kafir, dan orang tersebut khawatir akan keselamatan dirinya dan hartanya, lalu dalam lisannya dia menyatakan tidak adanya permusuhan dengan orang-orang kafir, malah dia boleh menampakkan ucapan senang dan pertemanan. Akan tetapi hal itu dengan syarat harus menyimpan perasaan sebaliknya, dan mengingkari setiap yang dia ucapkan. Karena sesungguhnya taqiyah disini imbasnya hanya secara dhahir saja, tidak di dalam hati.”<sup>100</sup>

Pada media sosial khususnya Instagram, dapat kita jumpai konten-konten dakwah dari berbagai Da’i pada akun pribadi mereka dan juga pada akun-akun yang menyebarkan dakwah mereka. Tidak jarang dalam konten tersebut terdapat postingan dakwah yang mengandung unsur sara. Dalam sebuah postingan terdapat pesan yang mengandung unsur sara yang seharusnya tidak boleh diujarkan oleh da’i yang sedang menyampaikan kebaikan. Seperti kasus Ustad Abdul Shomad yang sempat viral di media sosial tahun 2019 lalu.

---

<sup>100</sup> Sonny Majid, Bagaimana Islam Berhubungan dengan Non Muslim, Berikut Pandangan Kyai Ma’ruf Amin, 2018 (online) dalam <https://kumparan.com/sonny-majid/bagaimana-islam-berhubungan-dengan-non-muslim-berikut-pandangan-kyai-maruf-amin-1544039512795459579/full>

## DAFTAR RUJUKAN

### Buku

- Amsyah Zulkifli, *Manajemen Sistem Informasi*. (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. 2001).
- Arikunto Suharsimi, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. (Jakarta: Rineka Cipta. 1985).
- Atmoko Bambang Dwi, *Instagram Handbook*. (Jakarta: Media Kita. 2012).
- D. Dagun Save, *Kamus Besar Ilmu Pengetahuan*. (Jakarta : Lembaga pengkajian dan kebudayaan Nusantara. 1997).
- Depdiknas, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. 2007).
- Dharma Budi Suteja, *Perencanaan dan Pembangunan Sistem Informasi*. Yogyakarta: Andi Offset. 2006).
- Effendy Onong Uchjana, *Spektrum Komunikasi*. (Bandung: Penerbit Mandar Maju. 1992).
- Hasbullah, *Dasar-Dasar Ilmu Pendidikan*, (Jakarta: Rajawali Pers. 1997).
- Husaini Usman dan Punomo Setiady, *Metodologi Penelitian Sosial*. (Jakarta: Bumi Aksara. 2009).
- Jhon. M. Echoles dan Hassan Shadily, *Kamus Bahasa Inggris-Indonesia*. cet. Ke-27. (Jakarta: PT. Gramedia. 2003).
- Kadir Abdul, *Pengenalan Sistem Informasi*. (Yogyakarta: Andi. 2003).
- \_\_\_\_\_, *Pengertian Informasi*. (Jakarta: Herwin Goernia. 2003).
- Kristanto Andri, *Perancangan Sistem Informasi dan Aplikasinya*. (Jakarta: Gava Media. 2003).
- Liliweri Alo, *Prasangka dan Konflik: Komunikasi Lintas Budaya Masyarakat Multikultur*. (Yogyakarta: LkiS. 2005).
- Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010).
- Marzuki, *Metodologi Riset*. (Yogyakarta: Ekonisia. 2005).
- Narbuko Cholid, Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*. (Jakarta: Bumi Aksara. 1997).
- Nasrullah Rulli, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. (Bandung: Simbiosis Rekatama Media. 2015).

- Poerwadarminta, *Psikologi Komunikasi*. Jakarta: UT, Cet ke-3. 1999).
- Rakhmat Jalaluddin, *Psikologi Komunikasi*. (Bandung: Remaja Rosdakarya. 1999).
- \_\_\_\_\_, *Metode Penelitian Komunikasi*. (Bandung: Remaja Rosdakarya. 2007).
- Rohmadi Arif, *Tiga Produktif Ber-Sosial Media*. (Jakarta: Elex Media Komputindo. 2016).
- Ruslan Rosadi, *Metode Penelitian*. (Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2003).
- Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*. (Bandung: Alfabeta. 2006).
- \_\_\_\_\_. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. (Bandung: Alfabeta. 2017).
- Suranto AW, *Komunikasi Interpersonal*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011).
- Sutanta Edhy, *Sistem Informasi Manajemen*. (Yogyakarta: Graha Ilmu. 2003).
- Teguh Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi*. (Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2005).
- Walgito Bimo, *Psikologi Umum*. (Yogyakarta: UGM. 2002).
- Waluya Bagja, *Sosiologi: Menyelami Fenomena Sosial di Masyarakat*. (Bandung: Setia Purnama Inves. 2007).
- Yusup Pawit M, *Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Kepustakaan*. (Jakarta: Bumi Aksara. 2009).

## **Jurnal**

- Andu Christine Purnamasari. “Efek Postingan Sara Di Media Sosial Terhadap Pertemanan.” *Kritis: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Volume 4 No.1 Juni 2018.
- Cahyono Sugeng. “Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia.” *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, ISSN : 1979 – 0295.
- Ishak, “Kebutuhan Informasi Mahasiswa Program Pendidikan Dokter Spesialis (PPDS) FK. UI.” *Pustaka: Jurnal Studi Perpustakaan dan Informasi*, Vol.2, No.2, Desember 2006.
- Musmuallim, “Dinamika Prasangka Sosial Penyebaran Agama Terhadap Pihak Rumah Khalwat Oasis Sungai Kerit.” *Al-Balagh* Vol. 4, No. 2, July-December 2019.

- Najwan. "Konflik Antar Budaya dan Antar Etnis di Indonesia Serta Alternatif Penyelesaiannya." *Jurnal Hukum* No. Edisi Khusus Vol. 16 Oktober 2009.
- Nugro Heru. "Dekonstruksi Wacana SARA Negara dan Implikasinya Terhadap Kemajemukan Masyarakat Indonesia." *JSP Volume I Nomor 2*, Nopember 1997.
- Prahatmaja Nurmaya. "Pertukaran Informasi Pada Masyarakat Adat Kampung Naga." *Bibliotech: Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, Vo. 2, No. 1, 2017.
- Putra Fajar Dwi. "Psikologi Cyber Media Seni Komunikasi Propaganda Menggunakan Media Sosial Dalam Kaitannya Dengan Isu Sara di Indonesia." *Channel Vol 5*. No 2, Oktober 2017.
- Rahadi Dedi Rianto. "Perilaku Pengguna dan Informasi Hoax di Media Sosial." *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol 5. No 1, 2017.
- Rohmah Nur, "Dakwah Melalui Instagram (Studi Kasus Materi Dakwah Dalam Instagram Yusuf Mansyur, Felix Siauw, Aa Gym, Arifin Ilham)." (Skripsi Program Sarjana UIN Walisongo, Semarang, 2016).
- Syawqi Ahmad. "Perilaku Pencarian Informasi (Information Seeking Behaviour) Guru Besar Iain Antasari Banjarmasin." *Pustaka Karya: Jurnal Ilmiah Ilmu Perpustakaan Dan Informasi* Vol. 5 No. 9, 2017.
- Taqwa, M Khoiruzadid, Dkk. "Analisis Perspektif Mahasiswa Dalam Menyikapi Isu Sara Menjelang Pilpres 2019." *Jurnal Analisa Sosiologi* April 2019, 8(1): 18-34