

**KOMODIFIKASI HIJRAH PADA AKUN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@INDONESIA TANPAPACARAN**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi



TIAS PRASETYO

1151003197

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE**

2019

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan secara benar.

Nama : Tias Prasetyo

NIM : 1151003197

Tanda Tangan :



Tanggal : 1 Agustus 2019

HALAMAN PENGESAHAN

Proposal skripsi ini diajukan oleh:


Nama : Tias Prasetyo
NIM : 1151003197
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : **Komodifikasi Hijrah Pada Akun Media Sosial
Instagram @indonesiatanpapacaran**

Telah berhasil dipertahankan dihadapan dewan penguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang dilakukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Anastasya Andriarti, S.Sos., M.Si ()

Penguji 1 : Mirana Hanathasia, S.Sos., M.Media Prac ()

Penguji 2 : Dr. Kinkin Yulianty Subarsa Puteri, M.Si ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 15 Agustus 2019

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan karunia – Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik. Penulisan Tugas Akhir ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada program Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie.

Dalam pelaksanaan penyusunan Tugas Akhir ini penulis tidak lepas dari dukungan, doa, semangat serta bimbingan dari berbagai pihak baik berupa moril maupun materil. Oleh karena itu, sebagai ucapan rasa syukur penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Orang Tua dan Keluarga Besar Penulis

Terima kasih kepada Bapak Rostyo dan Ibu Isah Fatimah selaku orang tua penulis serta adik-adik penulis, Tiara dan Tatia yang selalu memberikan dukungan semangat dan tak henti – hentinya mendoakan penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.

2. Ibu Dra. Suharyanti, M.S.M.

Terima kasih penulis ucapkan kepada Ibu Dra. Suharyanti, M.S.M. selaku ketua program studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bakrie.

3. Ibu Anastasian Andriarti, S.Sos., M.Si

Penulis sangat berterima kasih kepada Ibu Anastasya selaku dosen pembimbing yang banyak sekali memberikan ilmu serta saran bagi penulis dalam proses penyusunan Tugas Akhir.

4. Sahabat – Sahabat Penulis

Terimakasih kepada Ananda Luriana, Diah Anzilir, Dhita Ariiqoh, Yunasita Habibah, Coryna Lembayung, Safira serta perkumpulan grup Line *OTW* S.I.Kom yang selama ini selalu berjuang bersama untuk menyelesaikan Tugas Akhir.

5. Teman – teman Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie 2015

Terima kasih kepada teman – teman Ilmu Komunikasi 2015 yang selalu menyemangati satu sama lain.

6. Serta seluruh kerabat yang telah berjasa dalam penulisan Tugas Akhir ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir yang penulis buat ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu penulis meminta masukan, saran dan kritik yang membangun untuk Tugas Akhir ini.

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Tias Prasetyo
NIM : 1151003197
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas **Royalti Noneklusif (*Non-Exclusive Royaty Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Komodifikasi Hijrah Pada Akun Media Sosial Instagram @indonesiatanpapacaran”

Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepingan akademik.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 15 Agustus 2019

Yang menyatakan,



Tias Prasetyo

**KOMODIFIKASI HIJRAH PADA AKUN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@INDONESIATANPAPACARAN**

Tias Prasetyo

ABSTRAK

Kata “Hijrah” marak digunakan belakangan ini untuk mengkampanyekan gerakan Islam. Hijrah dalam konteks penelitian ini diartikan sebagai suatu kondisi seseorang dengan kebiasaan buruk berubah menjadi pribadi yang lebih baik sesuai syariat Islam. Hijrah telah menjadi gaya hidup yang dapat dijadikan komoditas, sehingga mendatangkan keuntungan. Gerakan Indonesia Tanpa Pacaran @indinesiatanpapacaran hadir dengan semangat hijrah anti pacaran. Praktik transformasi nilai hijrah menjadi nilai tukar ini disebut dengan komodifikasi dan telah marak dilakukan di media mainstream. Menurut Mosco, Ada tiga jenis komodifikasi, yakni komodifikasi konten, komodifikasi khalayak, dan komodifikasi pekerja. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana komodifikasi konten dan komodifikasi khalayak yang dipraktikkan oleh akun @indonesiatanpapacaran, sebagai salah satu akun yang melakukan komodifikasi. Metode penelitian yang digunakan di sini adalah studi deskriptif kualitatif, di mana data dikumpulkan melalui in-depth interview. Data yang diperoleh selanjutnya dianalisis melalui reduksi data, penyajian data, penarikan dan pengujian kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terjadi komodifikasi konten dan khalayak yang dilakukan oleh instagram @indonesiatanpapacaran.

Kata kunci: Hijrah, Komodifikasi, Komoditi, Instagram, Penelitian Kualitatif

**COMMODIFICATION OF HIJRAH IN SOCIAL MEDIA INSTAGRAM
@INDONESIATANPAPACARAN**

Tias Prasetyo

ABSTRACT

The word "Hijrah" is rife in use lately to Islamic movement campaign. Migration in the context of this research is interpreted as a condition where a person with bad habits turns into a better person according to Islamic law. Hijrah has become a lifestyle that can be used as a commodity, so that it brings benefits. The Indonesia Without Dating Movement @ indinesiatanpapacaran comes with a spirit of anti-dating migration. The practice of transforming the value of hijrah into exchange rates is called commodification and has been rampant in the mainstream media. According to Mosco, there are three types of commodification, namely commodification of content, commodification of audiences, and commodification of workers. This study aims to find out how the commodification of content and commodification of audiences is practiced by @indonesiatanpapacaran accounts, as one of the accounts that do commodification. The research method used here is a qualitative descriptive study, where

data is collected through in-depth interviews. The data obtained are then analyzed through data reduction, data presentation, withdrawal and testing conclusions. The results of the study show that there was commodification of content and audiences carried out by Instagram @indonesiatanpapacaran.

Keywords: *Hijrah, Commodification, Commodity, Instagram, Qualitative Descriptive Study*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS... Error! Bookmark not defined.	
HALAMAN PENGESAHAN.....	i
KATA PENGANTAR	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.. Error! Bookmark not defined.	
ABSTRAK.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR BAGAN.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	15
1.4.1 Manfaat Teoretis	15
1.4.2 Manfaat Praktis	15
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	16
2.1 Tinjauan Pustaka Terkait Penelitian Sebelumnya	16
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait dengan Kerangka Pemikiran	24
2.2.1 Komunikasi Massa.....	24
2.2.2 Media Baru	26
2.2.3 Instagram	27
2.2.4 Pengertian Hijrah	30
2.2.5 Konsep Gerakan Islam Tanpa Pacaran	35
2.2.6 Peran Instagram Dalam Gerakan Islam	37
2.2.7 Komodifikasi	38
2.3 Kerangka Pemikiran	44
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	45
3.1 Metode Penelitian.....	45
3.2 Subjek dan Objek Penelitian	45
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.3.1 Sumber Data	46
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.4 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep.....	49
3.5 Teknik Analisis Data	51
3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data.....	52

3.7 Keterbatasan Penelitian	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Gambaran Objek Penelitian.....	55
4.1.1 Profil Gerakan Indonesia Tanpa Pacaran.....	55
4.1.2 Profil Informan	65
4.1.3 Subjek Triangulator	69
4.2 Hasil Penelitian.....	70
4.2.1 Motivasi Mengikuti Instagram @Indonesiatanpapacaran	70
4.2.2 Komodifikasi Konten Hijrah Secara Ekonomi	72
4.2.3 Komodifikasi Konten Hijrah Secara Politik	78
4.2.4. Komodifikasi Khalayak Secara Ekonomi.....	83
4.2.5 Komodifikasi Khalayak Secara Ekonomi.....	85
4.3 Pembahasan	86
4.3.1 Analisis Komodifikasi Konten Hijrah Secara Ekonomi Pada Akun Instagram @indonesitanpapacaran	88
4.3.2 Analisis Komodifikasi Konten Hijrah Secara Politik Pada Akun Instagram @indonesitanpapacaran.....	92
4.3.3 Analisis Komodifikasi Khalayak Secara Ekonomi Pada Akun Instagram @indonesiatanpapacaran	97
4.3.4 Analisis Komodifikasi Khalayak Secara Politik Pada Akun Instagram @indonesiatanpapacaran	98
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	100
5.1 Kesimpulan.....	100
5.2 Saran	101
5.2.1 Saran Praktis	101
5.2.2 Saran Akademis	101

Daftar Pustaka

Lampiran-Lampiran

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hasil Pencarian Kata “Hijrah”	3
Gambar 1.2 Komentar Pada Akun Instagram Dimas Seto.....	4
Gambar 1.3 Komentar Pada Akun Instagram Dimas Seto.....	6
Gambar 1.4 Foto Pengajian Selebritis.....	7
Gambar 1.5 Usia Pengguna Instagram.....	9
Gambar 1.6 Akun Instagram @indonesiatanpacaran.....	10
Gambar 1.7 Kolase Konten Instagram.....	11
Gambar 1.8 Poster Digital Seminar Pernikahan.....	13
Gambar 4.1 La Ode Munafar.....	56
Gambar 4.2 Logo Gerakan Indonesia Tanpa Pacaran.....	56
Gambar 4.3 Tampilan Grup facebook Indonesia Tanpa Pacaran.....	57
Gambar 4.4 Salah Satu Unggahan Pada Grup Facebook.....	58
Gambar 4.5 Tampilan <i>Like Fanpage</i> Indonesia Tanpa Pacaran.....	58
Gambar 4.6 Tampilan Twitter Indonesia Tanpa Pacaran.....	59
Gambar 4.7 Tampilan kanal Youtube Indonesia Tanpa Pacaran.....	59
Gambar 4.8 Tampilan Instagram Indonesia Tanpa Pacaran.....	60
Gambar 4.9 Kartu Indonesia Tanpa Pacaran.....	61
Gambar 4.10 Dokumentasi Kegiatan Indonesia Tanpa Pacaran.....	63
Gambar 4.11 Slogan dakwah Aksesoris Indonesia Tanpa Pacaran.....	63
Gambar 4.12 Hasil Pencarian Kata Kunci “Indonesia Tanpa Pacaran”.....	64
Gambar 4.13 Informan Yudi.....	65
Gambar 4.14 Informan Risal Barnawijaya.....	66
Gambar 4.15 Informan Lely Widiya.....	67
Gambar 4.16 Informan Alia.....	67
Gambar 4.17 Informan Rohmah Sriutami.....	68
Gambar 4.18 Informan Ananda Luriana.....	69
Gambar 4.19 Triangulator Rubiyannah, M.A.....	70
Gambar 4.20 Informasi Pendaftaran Indonesia Tanpa Pacaran.....	74

Gambar 4.21 Produk Khimar dan Cadar Indonesia Tanpa Pacaran.....	76
Gambar 4.22 Contoh <i>Merchandise</i> Indonesia Tanpa Pacaran.....	76
Gambar 4.23 Contoh Buku Yang Diperjual Belikan.....	77
Gambar 4.24 Paket Lebaran Indonesia Tanpa Pacaran.....	77
Gambar 4.25 Konten Instagram.....	78
Gambar 4.26 Konten Bertema Pernikahan.....	80
Gambar 4.27 Konten Seminar.....	81
Gambar 4.28 Seminar Indonesia Tanpa Pacaran di SMK 1 Sukoharjo.....	82
Gambar 4.29 Peresmian Indonesia Tanpa Pacaran Lubuk Linggau.....	83
Gambar 4.30 <i>Caption</i> Pada Instagram @indonesiatanpapacaran.....	89
Gambar 4.31 Hasil Pencarian Yayasan Indonesia Tanpa Pacaran.....	91
Gambar 4.32 Konten Bertema Pernikahan.....	94
Gambar 4.33 Konten Istri Solehah.....	96

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran.....44

DAFTAR TABEL

Table 2.1 Indikator Penelitian Sebelumnya.....	18
Table 3.1 Data Narasumber.....	48
Table 3.2 Oprasionalisasi Konsep.....	50