

**PERAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROPAGANDA PADA KASUS  
BENDERA INDONESIA TERBALIK DI SEA GAMES 2017  
STUDI KASUS MAHASISWA UIN JURUSAN JURNALISTIK ANGKATAN  
2014**



**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Sosial (S.Sos.) dalam Jurusan Jurnalistik**

**Diajukan Oleh:**

**MUHAMAD AMIN**

**NIM 14530065**

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGRI RADEN FATAH PALEMBANG**

**2018**

## NOTA PEMBIMBING

**Hal : Persetujuan Munaqosyah**

**Kepada Yth,  
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Raden Fatah  
Palembang**

Assalammu'alaikum Wr.Wb.

Dengan Hormat,

Setelah mengadakan bimbingan dengan sungguh-sungguh maka kami berpendapat bahwa skripsi Muhamad Amin NIM. 14530065 yang berjudul "Peran Instagram Sebagai Media Propaganda Pada Kasus Bendera Indonesia Terbalik Di Sea Games 2017 (Studi Kasus Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang Jurusan Jurnalistik Angkatan 2014" sudah dapat diajukan dalam sidang munaqosyah di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.

Demikian hal ini disampaikan

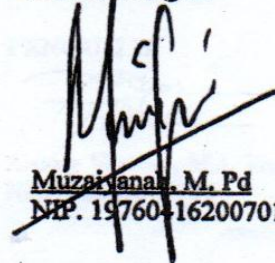
Wassalammu'alaikum Wr.Wb.

**Pembimbing I**



Drs. Aliasan, M.Pd.I  
NIP. 196108281991011001

**Pembimbing II**



Muzaiyana, M. Pd  
NIP. 197604162007012012

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

**Nama** : Muhamad Amin  
**Tempat & Tanggal Lahir** : Tanjung Miring, 15 Oktober 1994  
**Nim** : 14530065  
**Jurusan** : Jurnalistik  
**Judul Skripsi** : Peran Instagram Sebagai Media Propaganda pada Kasus Bendera Indonesia Terbalik di Sea Games 2017 (Studi kasus mahasiswa UIN Raden Fatah Jurusan Jurnalistik Angkatan 2014)

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa :

1. Seluruh data, informasi, interpretasi, pembahasan, dan kesimpulan yang disajikan dalam skripsi ini kecuali yang disebutkan sumbernya adalah hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahannya pembimbing yang ditetapkan.
2. Skripsi yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah maupun di perguruan Tinggi lainnya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti ketidakbenaran dalam pernyataan tersebut diatas, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar akademik yang saya peroleh melalui skripsi ini.

Palembang, 16 Juli 2018

yang membuat pernyataan



**M. Amin**  
**NIM. 14530065**



**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

**Nama** : Muhamad Amin  
**NIM** : 1453 00 65  
**Fakultas** : Dakwah dan Komunikasi  
**Jurusan** : Jurnalistik  
**Judul Skripsi** : Peran Instagram sebagai media propanda pada kasus bendera Indonesia terbalik di Sea Games 2017 (Studi kasus mahasiswa UIN Raden Fatah Jurusan Jurnalistik 2014).

Telah dimunaqosahkan dalam sidang terbuka Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang pada :

**Hari / Tanggal** : 25 Juli 2018

**Tempat** : Ruang sidang Munaqosah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang.

Dan telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Program Strata 1 (S1) pada Jurusan Jurnalistik.

Palembang, Agustus 2018

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi



Dr. Kusnadi, M.A  
NIP.19716819266631662

**TIM PENGUJI**

**KETUA,**

**DR. H. Abdur Razzaq, MA**  
NIP.197307112006041001

**SEKERTARIS**

**Melsa Faradila, M.Pd.**  
NIDN.2007129101

**PENGUJI I**

**DR. H. Abdur Razzaq, MA**  
NIP.197307112006041001

**PENGUJI II**

**Anang Walian, MA, Hum**  
NIDN.2005048701

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*Rabbmu tidak akan pernah mengabaikan doa dan usaha dari hamba yang memiliki  
kemauan kuat*

**(Muhamad Amin)**

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

- Bapakku Syarifudin Umar Rahimakumullah dan Ibuku Titik Sahati Rahimakumullah, Semoga Allah SWT kelak mempertemukan kita di Jannahnya, *Aminyarabb*.
- Keluargaku Alumni warnet Muslim, Iwan Rinaldi, Lukata Yovanda, Janero Desen, Adi Nugraha, Hendri Wiranata yang telah memberikan inspirasi dan mendukungku.

## KATA PENGANTAR

*Alhamdulillah* *robbil'alamin*. Segala puji hanya bagi Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat, taufik, hidayah serta ridhonya, sehingga dalam penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar dan mendapat kemudahan. selanjutnya shalawat beriringan salam tak lupa diartikan kepada suri teladan, junjungan umat manusia, teladan yang sempurna yakni Nabi Muhammad S A W, semoga pula shalawat ini tersampaikan kepada keluarganya, para sahabat, tabi'in. tabi'tabi'in. serta kita semua yang senantiasa berusaha menjalankan sunnahnya hingga kita bisa mendapatkan syafaat Rasulullah di *yaumul akhir* nanti. Aamiin...

Peneliti sepenuhnya menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi dengan judul **PERAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROPAGANDA PADA KASUS BENDERA INDONESIA TERBALIK DI SEA GAMES 2017** (Studi kasus mahasiswa UIN Raden Fatah jurusan Jurnalistik angkatan 2014) tidak akan terwujud dan terselesaikan dengan baik tanpa adanya bantuan, serta bimbingan dari berbagai pihak. oleh karena itu, peneliti mengucapkan haturan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Sirozi, M.A Ph. D selaku Rektor UIN Raden Fatah beserta staf Rektorat yang telah memberikan ranah untuk menempuh kegiatan-kegiatan yang menopang selama perkuliahan baik itu dibidang akademik maupun non akademik.

2. Bapak Dr. Kusnadi, MA, selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang, sekaligus menjadi orang tua yang telah memberikan banyak sekali ilmu serta menjadi panutan di Fakultas.
3. Ibu Sumaina Duku, M.Si selaku ketua Jurusan Jurnalistik yang senantiasa dengan senang hati melayani urusan perkuliahan kami.
4. Bapak Drs. Aliasan, M.Pd.I selaku pembimbing pertama yang telah bersedia meluangkan waktunya serta selalu memberikan masukan dan saran hingga penyusunan skripsi ini selesai.
5. Ibu Muzaiyanah, M.Pd selaku pembimbing kedua, terimakasih atas kesabaran ibu membimbing hingga skripsi ini selesai, saya meminta maaf jika pernah membangkang atau menyakiti hati ibu, baik sengaja maupun tidak sengaja.
6. Bapak Taufik Akhyar, M.Si selaku pembimbing akademik yang senantiasa membimbing dari awal masa perkuliahan sampai dengan selesainya skripsi ini.
7. Teman-teman Jurusan Jurnalistik angkatan 2014, yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Palembang, Juli 2018  
Penulis

Muhamad Amin  
NIM.14530065

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>x</b>

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian .....	5
E. Tinjauan Pustaka .....	6
F. Kerangka Teori.....	8
G. Metode Penelitian.....	11
H. Sistematik Penulisan .....	13

### **BAB II LANDASAN TEORI**

A. Komunikasi Massa dan <i>New Media</i> .....	15
1. Karakteristik <i>New Media</i> .....	18
B. Media Sosial.....	19
1. Karakteristik Media Sosial .....	21
C. Instagram.....	23
1. Fitur-fitur Instagram .....	25
2. Kelebihan Instagram .....	27



3. Kelemahan Instagram.....	28
-----------------------------	----

D. Propaganda.....	29
1. Teknik Propaganda.....	29
2. Jenis Propaganda.....	34
3. Sistem Propaganda Dilakukan.....	35
4. Media Propaganda.....	36

### **BAB III DESKRIPSI WILAYAH PENELITIAN**

A. Sejarah Singkat Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang	39
B. Gambaran Umum Fakultas Dakwah dan Komunikasi.....	42
C. Gambaran Umum Prodi Jurnalistik.....	52
1. Visi Dan Misi Prodi Jurnalistik.....	53
2. Tujuan Dan Sasaran.....	54
3. Tujuan Program Studi.....	55
4. Keadaan Dosen.....	55
5. Keadaan Mahasiswa.....	56

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

1. Proses Instagram Sebagai Media Propaganda.....	58
2. Peranan Instagram Sebagai Media Propaganda.....	60

### **BAB V PENUTUP**

A. Simpulan.....	71
B. Saran.....	72

<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>73</b>
----------------------------	-----------

### **LAMPIRAN**

## ABSTRAK

Kasus Bendera Indonesia yang terbalik di buku pedoman Sea Games 2017 di Malaysia menjadi *tranding topic* di media sosial, salah satunya di Instagram, hal tersebut menuai pro dan kontra di masyarakat, sehingga peneliti mencoba meneliti kasus tersebut dengan judul Penelitian Peran Instagram sebagai media propanda pada kasus bendera Indonesia terbalik di Sea Games 2017 (Studi kasus mahasiswa UIN Raden Fatah jurusan Jurnalistik 2014), dengan rumusan masalah bagaimana peran Instagram sebagai media propaganda dan bagaimana prosesnya. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui bagaimana peran Instagram sebagai alat propaganda dan bagaimana proses propaganda dalam Instagram itu sendiri. Sebagai dasar penelitian, penelitian ini menggunakan dasar teori Prof. Dr.H.C.J. Duykur yang memberikan rumusan menggunakan berbagai lambang untuk mempengaruhi pikiran atau perasaan manusia sedemikian rupa. Sumber data yang digunakan adalah data-data primer dan data sekunder, yang mana sistem mendapatkan data yang akurat dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi. Data yang diperoleh akan di analisa dengan metode deskriptif kualitatif yaitu menguraikan, menjelaskan secara mendalam seluruh permasalahan yang dirumuskan dalam pokok masalah secara tegas dan jelas, sehingga penelitian dapat dipahami dengan mudah. Kemudian disajikan dalam bentuk motode kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh secara observasi dan wawancara adalah pertama, setelah melihat unggahan gambar di Instagram ada perubahan sikap yang terjadi terhadap mahasiswa jurnalistik 2014, seperti membenci, kecewa, bahkan terpancing emosi terhadap Negara Malaysia. kedua mahasiswa menyadari melalui media sosial di zaman yang berkembang ini, pengaruh Instagram sangat dirasakan dan dianggap sebagai alat yang cocok untuk melakukan propaganda, baik propaganda positif maupun negatif.

***Kata Kunci : Media Sosial, Instagram, Propaganda.***

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Dewasa ini, perkembangan teknologi sangat pesat terjadi, salah satunya teknologi yang menciptakan media sosial yang banyak diminati oleh masyarakat, berkembangnya teknologi komunikasi, tentu memberikan dampak positif dan negatif, tergantung dengan si pemilik akun media sosial tersebut, akan digunakan seperti apa media sosial yang dimilikinya. Instagram adalah salah contoh satu dari sekian banyak media sosial yang saat ini banyak digandrungi oleh masyarakat, pengguna Instagram tidak terbatas usia, dari anak-anak hingga dewasa pun ikut menikmati media sosial ini. Dengan kata lain, majunya teknologi komunikasi, tidak bisa dipisahkan dengan jaringan Internet. dengan jaringan internet, orang dimanapun berada, dapat mengakses segala informasi yang diperlukannya<sup>1</sup>

Instagram adalah salah satu Media sosial yang saat ini menjadi primadona, beragam manfaat yang bisa petik dengan menggunakan Instagram, didalam Instagram sudah tentu berisi Propaganda. dari pengertiannya propaganda sendiri berasal dari Bahasa latin odern *Propagare* yang berarti mengembangkan atau memekarkan. arti propaganda tersebut kemudian dimaknai secara konstektual sebagai rangkain pesan yang bertujuan untuk mepengaruhi pendapat dan kelakuan masyarakat atau

---

<sup>1</sup> Hidajanto Jamal dan Andi Fachrudin, *Dasar-Dasar Penyiaran*, (Jakarta : Kencana 2011), hlm 40

sekelompok orang. Sudah dipastikan isi Instagram itu sendiri adalah membujuk, mengajak, mempengaruhi si pemakai Instagram itu sendiri.

Propaganda yang dilancarkan melalui media memang memiliki dampak sangat dahsyat. Propaganda dalam seketika bisa membentuk khalayak target pemberitaan menjadi berkubu kubu. Bersitegang, bahkan bisa sampai menimbulkan *chaos* jika ditunjukkan untuk tujuan negatif, namun disamping itu, untuk tujuan positif propaganda juga bisa digunakan mengarahkan kepublik melakukan hal hal kebaikan. Kedahsyatan propaganda ibarat tajamnya mata pisau memiliki dua sisi positif dan negatif yang bisa dimanfaatkan oleh pemegangnya untuk kebaikan dan keburukan.<sup>2</sup> Istilah propaganda mulai muncul pada abad keenam belas, digunakan pertama kali oleh gereja katolik saat reformasi. Berbagai kelompok membelot dari gereja katolik, dan jamaat tersebut adalah bagian dari gereja kontra reformasi, tujuan dari propaganda adalah mengubah cara orang berperilaku.<sup>3</sup>

Propaganda bersifat persuasif atau mengajak, banyak cara yang digunakan komunikator (penyampai pesan) dalam melakukan propaganda, bisa dengan menggunakan cara rayuan, ajakan dengan iming-iming tertentu, atau pun himbauan yang disebar media sosial, seperti Facebook, Twitter, Instagram. Semua itu dilakukan agar komunikator (penerima pesan) dengan senang hati melakukan sesuatu yang telah

---

<sup>2</sup> Andi Youna dan Zulmi Savitri, *Propaganda Media Teori dan Studi Kasus Aktual*. (Jakarta : Wacana Media 2015), hlm 9.

<sup>3</sup> Inge Hutangalung, *Teori- Teori Komunikasi dalam Pengaruh Psikologi*.(Jakarta : Indeks 2015), hlm 24.

diinginkan oleh komunikator. Secara tidak langsung Instagram yang saat ini dengan pengguna lebih banyak dari media sosial lainnya merupakan media yang paling subur untuk melakukan propaganda, baik itu propaganda baik, propaganda buruk, maupun propaganda jahat.

dengan *symbolic interaction*, yang dimaksudkan suatu propaganda yang menggunakan lambang lambang komunikasi yang penuh arti yaitu Bahasa (lisan dan tulisan), gambar-gambar, tanda tanda isyarat-isyarat, dan telah dirumuskan di *encode* sedemikian rupa sehingga dapat merangsang jiwa komunikan untuk menerima pesan dan kemudian memberikan reaksinya yang pada akhirnya menumbuhkan efek atau hasil seperti yang telah direncanakan atau ditetapkan komunikator.<sup>4</sup>

Instagram adalah wadah yang tepat untuk melakukan propaganda, olehnya Instagram lebih fokus ke foto dan video yang berdurasi pendek, dibandingkan dengan media sosial lainnya yang lebih fokus pada kicauan perkataan atau status, sehingga Instagram lebih mudah digunakan dan dinikmati, serta dapat digunakan sebagai alat untuk membujuk, mempengaruhi bahkan membuat masyarakat berkelompok-kelompok dan saling bermusuhan.

Sebagai bagian dari sebuah proses komunikasi, tentunya propaganda sangat tepat (sesuai tujuan yang dikehendaki propagandis) di dalam mempengaruhi sikap

---

<sup>4</sup> Santoso Sastropetro, *Propaganda Salah Satu Bentuk Komunikasi Massa*, ( Bandung : Penerbit Alumni 1991), hlm 37.

dan perilaku orang lain. Ini disebabkan propaganda hanya sekedar alat untuk menyampaikan pesan dari satu orang ke orang lain.<sup>5</sup>

Merujuk dari penjelasan di atas penulis tertarik untuk membahas propaganda di media sosial, terkhusus media sosial Instagram, dalam kasus bendera Indonesia terbalik di Sea Games 2017 di Malaysia. Pada tahun 2017 negara Malaysia secara tidak sengaja telah mencetak bendera Negara Indonesia secara terbalik di pesta akbar olahraga Sea Games di Malaysia, berita tersebut tersebar di semua media, termasuk media sosial Instagram. Kejadian tersebut tentu saja membuat geram warga Indonesia, mengingat Indonesia dan Malaysia adalah kedua Negara yang beberapa kali terlibat konflik.

Selama Orde Baru berkuasa di Indonesia, hubungan kedua Negara tersebut cenderung tenang dan bersahabat, namun ketika Orde Baru runtuh, maka hubungan kedua Negara tersebut kembali memanas. berbagai permasalahan mulai dari tenaga kerja Indonesia, pulau Sipadan dan Ligitan serta perebutan Ambalat.<sup>6</sup>

Skripsi ini mencoba membahas tentang peran Instagram sebagai media propaganda dalam kasus bendera terbalik di Sea Games 2017 dengan studi kasus mahasiswa Jurnalistik 2014 Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang.

---

<sup>5</sup> Nurudin, *Komunikasi Propaganda*, ( Bandung : PT Reaja Rosdakarya Rosda 2002), hlm 15.

<sup>6</sup> Efantino dan arifin, *Ganyang Malaysia*, (Yogyakarta : Bio Pustaka 2009), hlm X.



## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan dari latar belakang masalah di atas, maka penulis dapat menarik rumusan masalah yang akan diteliti. Adapun rumusan masalah tersebut yaitu:

1. Bagaimana Proses Instagram Sebagai Media Propaganda dalam merubah sikap dan sudut pandang Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang Prodi Jurnalistik Angkatan 2014 melihat Kasus Bendera Indonesia Terbalik di Sea Games 2017 ?
2. Bagaimana peran Instagram Sebagai Media Propaganda Pada Kasus Bendera Indonesia Terbalik di Sea Games 2018 bagi mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang Prodi Jurnalistik Angkatan 2014 ?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui bagaimana proses propaganda yang terjadi di media sosial Instagram.
2. Untuk mengetahui peran Instagram Sebagai Media Propaganda Pada Kasus Bendera Indonesia Terbalik di Sea Games 2017 bagi mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang Prodi Jurnalistik angkatan 2014.

## **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini mempunyai dua manfaat, yaitu : manfaat teoritis dan manfaat praktis

## **1. Manfaat Teoretis**

Dengan adanya penelitian ini, berguna untuk sumbangan pemikiran dalam bidang Jurnalistik.

## **2. Manfaat Praktis**

- a. Dapat memberikan pemahaman kepada masyarakat baik dari kalangan mahasiswa maupun dari kalangan lainnya, bahwa aplikasi Instagram dapat dijadikan sebagai sarana Propaganda.
- b. Merupakan persyaratan akademis untuk memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.
- c. Dapat dijadikan referensi selanjutnya dan memberikan informasi serta pengetahuan kepada pihak akademisi dan peneliti mengenai Peran Instagram Sebagai Media Propaganda.

## **E. Tinjauan Pustaka**

Skripsi Mahir Pratama jurusan Jurnalistik Fakultas Dakwah dan komunikasi Universitas Islam Negri Raden Fatah Palembang angkatan 2012 dengan judul Propaganda dalam film (Analisis semiotika tentang perlawanan Dalam Film *The Hunger Games : Mockingjay Part I Karya Francis Lawrance* ). Kesimpulan dari Skripsi ini diketahui makna denotasi dan konotasi serta mitos yang merepresentasikan

tentang persuasif, propaganda dan perlawanan dalam film *The hunger Games : Mocking Jay Part I* dalam film tersebut.<sup>7</sup>

Skripsi Kurnia mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang dengan judul skripsi *Propaganda Barat Dalam Film (Analisis Semiotik Film Submission)* dalam hal ini Kurnia membahas apa makna denotasi, konotasi dan mitos yang merepresentasikan kedudukan perempuan dalam Islam pada film *Submission* dan bagaimana mengetahui berapa banyak bentuk propaganda Barat terhadap Islam yang terdapat dalam Film *Submission*, sehingga diketahui bentuk propaganda dalam film tersebut.<sup>8</sup>

Skripsi Shaum Akbar Razaka Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, dengan judul “Propaganda di Media *Online*” dalam skripsinya Akbar membahas adakah Propaganda putih dalam pemberitaan Donald Trump di media *online* BBCIndonesia.com periode Maret – Mei 2016. Kesimpulan skripsi tersebut tidak menemukan propaganda putih dalam pemberitaan Donald Trump.<sup>9</sup>

Ketiga skripsi diatas, membahas tentang propaganda, seperti propaganda film dan media online, sama seperti pembahasan peneliti yang membahas tentang propaganda media, sedangkan letak perbedaannya yaitu di objek penelitian serta kasus yang diteliti.

---

<sup>7</sup> Mahir Pratama, ( Propaganda dalam Film ( Analisis Semiotika Tenatng perlawanan dalam Film *The Gunger Games : Mockingjay Part I* Karya Francis Lawrance) hlm 9.

<sup>8</sup> Kurnia (Propaganda Barat Dalam film (Analisis semiotic Film *Submission*) hlm 6.

<sup>9</sup> Shoum Akbar Razaka (Propoganda di Media Online) hlm 6.

## F. Kerangka Teori

### 1. Media Sosial dan Media Online

Media sosial (*social media*) telah menjadi bagian dari kehidupan manusia modern saat ini, diperkirakan yang menjadi tren adalah 3S, yakni *Social, Share, and Speed*.

*Social* adalah bagaimana seseorang terhubung dengan orang lain dan saling berbagi, *Share* adalah bagaimana seseorang membagikan pengalamannya kepada orang lain, melalui teks, foto, video, apapun itu, melalui jejaring sosial. *Speed* adalah bagaimana jejaring sosial bisa memberikan informasi yang sangat cepat, melebihi kecepatan wartawan menuliskan berita.<sup>10</sup>

Menurut Michelle Chmielewski yang tertulis pada buku komunikasi antar personal karangan Alo Liliweri. Media sosial adalah media yang tidak bicara tentang apa yang orang lakukan atau orang katakan tetapi tentang apa yang orang lakukan dan katakana bersama-sama tentang sesuatu di dunia dan dipertukarkan ke seluruh dunia, atau media yang dapat mengkomunikasikan sesuatu pada saat yang sama ke segala arah karena dukungan oleh teknologi digital.<sup>11</sup>

Dalam perpektif studi media atau komunikasi massa, media *online* menjadi objek kajian teori media baru (*new media*), yaitu istilah yang mengacu pada

---

<sup>10</sup> Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Online : Panduan Mengelola Media Online (dilengkapi Kiat Blogger, Teks dan Tips Media Sosial)*, ( Bandung : Nuansa Cendikia, 2012), hlm 103.

<sup>11</sup> Alo Liliweri, *Komunikasi Antar Budaya*, (Jakarta : Kencana Premedia Group, 2015 ) hlm 288.

permintaan akses ke konten ( isi/informasi) kapan saja, di mana saja, pada setiap perangkat digital serta umpan balik pengguna interaktif, partisipasi kreatif, dan pembentukan komunitas sekitar konten media, juga aspek generasi real – time.

*New media* merupakan penyederhanaan istilah (simpli fikasi) terhadap bentuk media di luar lima media massa konvensional, televisi, radio, majalah, koran, dan film. Sifat *new media* adalah cair (*fluids*), konektivitas individual, dan menjadi sarana untuk membagi peran kontrol dan kebebasan.<sup>12</sup>

## 2. Instagram

Nama Instagram berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata *Insta* berasal dari kata instan, seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan foto instan. Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata *gram* berasal dari kata telegram, dimana cara kerja telegram sendiri adalah untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan Instagram yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet. Kegunaan utama instagram adalah sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagai foto-foto kepada pengguna lainnya. foto yang telah diambil melalui aplikasi Instagram dapat di simpan di dalam *idevice* tersebut. Penggunaan kamera melalui Instagram juga dapat langsung menggunakan efek-efek yang ada, untuk mengatur pewarnaan dari foto yang dikehendaki oleh sang pengguna.<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup> Asep Samsul M. Romli, *Jurnalistik Online*, ( Bandung : Nuansa Cendikia, 2012 ), hlm 31.

<sup>13</sup> Bimo Mahendra, *Eksistensi Sosial Remaja dalam Instagram (sebuah perspektif Kounikasi)*, Jurnal Visi Komunikasi Volume / 16 No. 01, Mei 2017, hlm 155.

Kehadiran media siber dipandang sebagai bentuk cara komunikasi baru, diantara jenis media *siber* yaitu media sosial (*Social Media*), merupakan media yang digunakan untuk mempublikasikan konten seperti profil, aktivitas, atau bahkan pendapat pengguna.<sup>14</sup>

### **3. Propaganda**

Menurut Harold D. Laswell dalam tulisannya *Propaganda* (1937) mengatakan propaganda adalah teknik untuk mempengaruhi kegiatan manusia dengan memanipulasikan refresentasikannya. Namun, Ralp D. Casey mengatakan propaganda modern adalah suatu usaha yang dilakukan secara sengaja dan sadar untuk memantapkan sesuatu sikap atau merupakan suatu pendapat yang berkaitan dengan suatu dokterin atau program dan di pihak lain, merupakan usaha yang sadar dari lembaga lembaga komunkasi untuk menyebarkan fakta dalam semangat objektivitas dan kejujuran.<sup>15</sup>

## **G. Metodologi Penelitian**

### **a. Jenis penelitian**

Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Menurut Beni Ahmad Saebani dalam bukunya *metodelogi Penelitian* penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk memeliti kondisi objek ilmiah, (sebagai lawannya eksperimen), yaitu peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data

---

<sup>14</sup> Rulli Nasrullah, *Teori dan Riset Media Siber*, (Jakarta : Kencana Prenamedia Group, 2014), hlm 23.

<sup>15</sup> Narudin. *Op.cit.* hlm 10



dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.<sup>16</sup>

## **b. Sumber data**

1. Data primer, merupakan data yang diperoleh dari sumber data pertama dilapangan.<sup>17</sup> dalam penelitian ini data primernya yaitu mahasiswa Jurnalistik Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang.
2. Data Sekunder, merupakan data yang diperoleh dari sumber kedua. Data sekunder ini untuk melengkapi data primer, dan biasanya data sekunder ini sangat membantu peneliti bila data primer terbatas atau sulit diperoleh.<sup>18</sup>

## **c. Teknik pengumpulan data**

### **1. Observasi**

Menurut Racmat Kriyanto, dalam bukunya, *Prosedur Teknik Praktis Riset Komunikasi*, observasi adalah interaksi (prilaku) dan terapan yang terjadi diantara subjek yang diriset.<sup>19</sup> Observasi dilakukan dengan mengadakan pengamatan kepada mahasiswa Jurnalistik angkatan 2014 UIN Raden Fatah Palembang.

---

<sup>16</sup> Beni Ahmad Saebani, *metodeogi penelitian*, (Bandung : Pustaka Setia 2008). Hal.122

<sup>17</sup> Rachmat Kriyanto, *Teknik Praktis riset komunikasi : Disertai contoh praktis riset media, Publik Relation, Advertising, komunikasi Organisasi, komunikasi Pemasaran*, (Jakarta: kencana, 2006), hal. 41.

<sup>18</sup> *Ibid*, hlm 24

<sup>19</sup> *Ibid*, hlm 24.

## 2. Wawancara

Menurut Burhan Bungin, “wawancara mendalam secara umum adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara Tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dan informan atau oaring yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara.”

Wawancara dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan dua jenis pertanyaan yang telah dibuat oleh penulis sebagai panduan (*interview guide*). dan kedua wawancara tidak terstruktur, yaitu menggunakan pertanyaan-pertanyaan yang muncul serta seponatan dan merupakan perkebangan dari daftar pertanyaan yang ada, sifatnya informal.<sup>20</sup> adapun wawancara ini akan dilakukan kepada mahasiswa Jurnalistik angkatan 2014 UIN Raden Fatah Palembang.

## 3. Dokumentasi

Menurut Bungin, teknik dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian sisol untuk menelusuri data historis. Penggalian sumber data lewat studi dokumen menjadi pelengkap bagi proses penelitian kualitatif. Bahkan menurut guba dan Lincoln (2005) tingkat kredibilitas suatu hasil penelitian kualitatif sedikit banyaknya ditentukan oleh penggunaan dan pemanfaatan dokumen yang ada. Berdasarkan berbagai pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa dokumen merupakan sumber data

---

<sup>20</sup> Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif : Komunikasi dan Ekonomi, Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen, Dan Pemasaran*, (Jakarta : Prenada Media Group, 2013), hlm 133.

yang dipergunakan untuk melengkapi penelitian, baik berupa sumber tertulis, film, gambar (foto) dan karya-karya monumental yang semuanya itu memberikan informasi bagi proses penelitian<sup>21</sup>

## **H. Sistematika penulisan**

Untuk mempermudah penulisan skripsi ini, maka pembahasan dalam skripsi ini dibagi dalam lima bab dengan perincian sebagai berikut:

### **BAB I: Pendahuluan**

Pendahuluan yang meliputi: latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori, metode penelitian dan sistematika tulisan.

### **BAB II: Kerangka Teori**

Pada bab ini dipaparkan beberapa teori yang berhubungan dengan topik pembahasan yang meliputi sebagai berikut : media sosial (Instagram), dan Propaganda.

### **BAB III: Deskripsi wilayah penelitian**

Pada bab ini dipaparkan tentang penjelasan wilayah penelitian, sejarah singkat wilayah penelitian, dan jumlah aktif mahasiswa yang akan di teliti.

---

<sup>21</sup> Imam Gunawan, metode penelitian Kualitatif Teori dan Praktik, ( Jakarta : Bumi Aksara 2013), hlm. 177—178.

**BAB IV: Hasil penelitian**

Pembahasan mengenai proses Instagram sebagai media propaganda dan bagaimana perannya pada kasus bendera Indonesia terbalik di Sea Games 2017.

**BAB V: Adalah penutup yang berisi tentang kesimpulan dan saran-saran.**

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Komunikasi Massa dan *New Media*.

Kemampuan untuk menjangkau ribuan, atau bahkan jutaan orang ciri dari komunikasi massa (*mass communication*), yang dilakukan melalui media massa seperti televisi atau koran. Komunikasi dapat didefinisikan sebagai proses penggunaan sebuah media massa untuk mengirim pesan kepada audien yang luas untuk tujuan memberi informasi, menghibur atau membujuk.<sup>22</sup>

Media baru adalah konsep yang menjelaskan kemampuan media yang dengan dukungan perangkat digital dapat mengakses konten kapan saja, di mana saja sehingga memberikan kesempatan bagi siapa saja baik sebagai penerima, pengguna untuk berpartisipasi aktif, interaktif, dan kreatif terdapat umpan balik pesan yang pada gilirannya membentuk komunitas / masyarakat baru melalui isi media. Aspek penting lain dari media baru, selain mengharuskan adanya perangkat digital maka lahirlah media yang berbasis digital yakni media yang berkemampuan melakukan manipulasi, kemampuan bekerja dalam jaringan (termasuk jaringan padat), serta mempunyai *compressible* terhadap informasi (pesan)

---

<sup>22</sup> Jhon Vivian, *Teori Komunikasi Massa*, Tri Wibowo (Jakarta : Prenamedia Group, 2008), hlm 450.

Proses komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan. Pikiran bisa berupa gagasan, informasi, opini, dan lainnya. Sedangkan perasaan dapat berupa keyakinan, kepastian, keberanian, dan sebagainya yang timbul dari lubuk hati seseorang. Pada era modern seperti sekarang komunikasi massa yang paling populer adalah komunikasi massa melalui media internet atau yang sering kita sebut dengan *online* media.

Dalam Komunikasi Massa, menurut Cangara selalu melibatkan peran media, atau alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Pengertian media massa sendiri adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari sumber ke khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis, seperti surat kabar, film, radio, dan televisi. Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa media massa merupakan media yang digunakan dalam penyampaian pesan dari komunikator kepada khalayak yang berjumlah besar secara serempak.<sup>23</sup>

Media massa sangat berperan dalam perkembangan atau bahkan perubahan pola tingkah laku dari suatu masyarakat, oleh karena itu kedudukan media massa dalam masyarakat sangatlah penting. Dengan adanya media massa, masyarakat yang tadinya dapat dikatakan tidak beradab dapat menjadi masyarakat yang beradab. Hal itu disebabkan, oleh karena media massa mempunyai jaringan

---

<sup>23</sup> Bimo Mahendra, *Eksistensi Sosial Remaja dalam Instagram (sebuah perspektif Kounikasi)*, Jurnal Visi Komunikasi Volume / 16 No. 01, Mei 2017, hlm 153-154.



yang luas dan bersifat massal sehingga masyarakat yang membaca tidak hanya orang perorang tapi sudah mencakup jumlah puluhan, ratusan, bahkan ribuan pembaca.

Seiring dengan perkembangan teknologi dan sosial budaya telah berkembang media-media lain yang kemudian dikelompokkan ke dalam media massa seperti internet dan telepon selular.

*New media* atau media baru merupakan sarana perantara yang baru dilihat dari segi waktu, manfaat, produksi, dan distribusinya. Salah satu ciri yang menonjol adalah adanya interaksi antara manusia dengan komputer dan internet. Bentuknya beragam mulai dari web, blog, *online social network*, dan *online* forum.

Kehadiran media baru tak lepas dari prediksi McLuhan yang mengatakan dunia akan menjadi satu desa global (*global village*) dimana produk produk yang ada akan menjadi cita rasa semua orang. *Global Village* menjelaskan bahwa tidak ada lagi batas waktu dan tempat yang jelas. Informasi dapat berpindah dari satu tempat ke belahan dunia lain dalam waktu yang sangat singkat. *Global Village* adalah konsep mengenai perkembangan teknologi komunikasi di mana dunia dianalogikan menjadi sebuah desa yang sangat besar. McLuhan memperkenalkan konsep ini pada awal tahun 60-an dalam bukunya yang berjudul *Understanding Media: Extension of A Man*.<sup>24</sup>

---

<sup>24</sup> *Ibid*, hlm 154.

Manuel Castells mengatakan, bahwa bukanlah sebuah desa yang dikatakan seragam, melainkan masyarakat dalam jaringan global yang saling terhubung lewat *New Media, Network society*. Menurutnya, media tidak lagi merupakan media massa melainkan menjadi media jaringan, atau jaringan interaktif multimedia, yang akan menjadikan komunikasi dunia suatu jaring-jaring raksasa, suatu dunia yang saling terhubung. Teori Castells tentang *network society* adalah sebuah bentuk jaringan yang mewakili morfologi sosial baru sebuah masyarakat dan penyebaran logika *networking* secara substansial memodifikasi operasi dan hasil di dalam proses produksi, pengalaman, kekuasaan, dan budaya.

### **1. Karakteristik *New Media***

- a. Mudah dimanipulasi. hal ini sering kali mendapat tanggapan negatif dan menjadi perdebatan, karena media baru memungkinkan setiap orang untuk memanipulasi dan merubah berbagai data dan informasi dengan bebas.
- b. Bersifat *networkable*, artinya, konten-konten yang terdapat dalam media baru dapat dengan mudah dishare dan dipertukarkan antar pengguna lewat jaringan internet yang tersedia.
- c. Bersifat *compressible*, konten-konten yang ada dalam media baru dapat diperkecil ukurannya sehingga kapasitasnya dapat dikurangi. Hal ini memberi kemudahan untuk menyimpan konten-konten tersebut dan membagikannya kepada orang lain.

- d. Padat, dimana kita hanya membutuhkan *space* yang kecil untuk menyimpan berbagai konten yang ada dalam media baru. Sebagai contoh, kita hanya memerlukan satu PC yang terkoneksi dengan jaringan internet untuk dapat menyimpan berbagai informasi dari berbagai penjuru dunia dalam PC tersebut.
- e. *Imparsial*, konten-konten yang ada dalam media baru tidak berpihak pada siapapun dan tidak dikuasai oleh segelintir orang saja. Karena itulah media baru seringkali disebut sebagai media yang sangat demokratis.<sup>25</sup>

## **B. Media Sosial**

Secara sederhana istilah media bisa dijelaskan sebagai alat komunikasi sebagai definisi yang selama ini diketahui. terkadang pengertian media ini cenderung lebih dekat terhadap sifatnya yang massa karena terlihat dari berbagai teori yang muncul dalam komunikasi massa. dalam upaya guna memahami media beroperasi ada tiga ungkapan untuk melihat media. pertama, media sebagai saluran yaitu yang membawa pesan atau dalam contoh nyatanya suara yang ada di radio. Kedua, media bahasa yaitu bermakna bahwa media memiliki sesuatu yang unik yang bisa mewakili ekspresi atau mengandung suatu pesan. Ketiga, media sebagai lingkungan yaitu media tidak bisa dipandang pada teks semata tetapi dilihat dari dalam segi konteks itu sendiri.

---

<sup>25</sup> *Ibid*, hlm 154.

Kata sosial dalam media sosial secara teori semestinya didekati oleh ranah sosiologi. Inilah yang menurut Fuch ada beberapa pertanyaan dasar ketika melihat kata sosial, misalnya terkait dengan informasi dan kesadaran.

Menurut Durkhem, sosial merujuk pada kenyataan sosial, bahwa setiap individu melakukan aksi yang memberikan kontribusi kepada masyarakat. Pernyataan ini menegaskan bahwa pada kenyataannya media dan semua perangkat lunak (*software*) merupakan sosial dalam makna bahwa keduanya merupakan produk dari proses sosial.<sup>26</sup>

Teori ini menekankan bahwa media sosial merujuk pada kenyataan sosial bahwa setiap individu melakukan aksi yang memberikan kontribusi kepada masyarakat, dalam hal ini setiap individu melakukan aksi dan keikutsertaan dalam masyarakat yang tentunya didalamnya terjadi proses komunikasi dan media sosial sebagai alat dari proses sosial dan juga media sosial merupakan satu kesatuan sebagai proses sosial yang didalamnya terkait dari proses komunikasi secara keseluruhan.

Dua pengertian dasar media dan sosial telah dijelaskan, berdasarkan teori-teori sosial yang dikembangkan oleh Durkheim, Weber, Tones, maupun Marx, dapat disimpulkan individu dengan perangkat media. Karakteristik dalam kerja komputer

---

<sup>26</sup> Rulli Nasrullah, *Media Sosial* (Simbiosis Rekatama Media : Bandung, 2015), hlm 3--8.

dalam *web.1.0* berdasarkan pengenalan individu terhadap individu lain yang berada dalam sebuah sistem jaringan<sup>27</sup>

## 1. Karakteristik media sosial

### a. Jaringan (*Network*)

Kata jaringan bisa dipahami dalam *terminology* bidang teknologi seperti ilmu komputer yang berarti infrastruktur yang menghubungkan antara komputer maupun perangkat keras (*hardware*) lainnya. koneksi ini diperlukan karena komunikasi bisa terjadi jika antar komputer terhubung, termasuk didalamnya perpindahan data.

### b. Informasi (*information*)

Informasi menjadi entitas yang penting dari media sosial. Sebab tidak seperti media media lainnya di internet, pengguna media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi. Bahkan, informasi menjadi semacam komoditas dalam masyarakat informasi.

### c. Arsip (*Archive*)

Bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapanpun dan melalui perangkat apa pun. Setiap informasi apapun yang diunggah di Facebook,

---

<sup>27</sup> *Ibid*, hlm 8.

sebagai contoh, informasi itu akan terus tersimpan dan dengan mudahnya akan bisa diakses.

d. Interaksi (*Inteactivity*)

Karakter dasar dari media sosial adalah terbentuknya jaringan antar pengguna. Jaringan ini tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut (*follower*) di internet semata, tetapi juga harus dibangun dengan interaksi antar pengguna tersebut

e. Simulasi (*Simulation*) sosial

Media sosial memiliki karakter sebagai medium berlangsungnya masyarakat di dunia virtual. Meski pada awal pembahasan buku ini media sosial didekati dengan teori-teori sosial, media sosial memiliki keunikan dan pola yang banyak kasus bisa berbeda dan titik dijumpai dalam tatanan masyarakat yang real. Misalnya, pengguna media sosial bisa dikatakan sebagai warga negara digital yang berlandaskan keterbukaan tanpa adanya batasan-batasan.

f. Konten oleh pengguna (*User Generateed Content*)

Karakteristik media sosial lainnya adalah konten oleh pengguna atau lebih populer disebut dengan *usergenerated content* (UGC). Term ini menunjukkan bahwa di media sosial konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau

pemilik akun. Contoh bagaimana karakteristik media sosial ini bekerja bisa dilihat dari jenis-jenis media sosial.<sup>28</sup>

Media merupakan media yang berbentuk jaringan yang didalamnya terdapat aplikasi dan salah satu contoh dari media sosial adalah *Instagram*. Aplikasi ini merupakan bagian dari media sosial yang di gunakan untuk berkomunikasi secara luas dengan menggunakan akun.

### C. INSTAGRAM

Instagram secara sederhana dapat didefinisikan sebagai aplikasi *mobile* berbasis *iOS*, *Android* dan *Windows Phone* dimana pengguna dapat membidik, meng-*edit* dan mem-*posting* foto atau video ke halaman utama Instagram dan jejaring sosial lainnya.

Foto atau video yang dibagikan nantinya akan terpampang di *feed* pengguna lain yang menjadi *follower* Anda. Sistem pertemanan di Instagram menggunakan istilah *following* dan *follower*. *Following* berarti Anda mengikuti pengguna, sedangkan *follower* berarti pengguna lain yang mengikuti Anda. Selanjutnya setiap pengguna dapat berinteraksi dengan cara memberikan komentar dan memberikan respon suka terhadap foto yang dibagikan.<sup>29</sup>

---

<sup>28</sup> *Ibid*, hlm 16.

<sup>29</sup> <https://dailysocial.id/post/apa-itu-instagram>, di akses pada tanggal 04 April 2018, pukul 08.30 Wib.

Instagram awalnya dikembangkan oleh *startup* bernama Burbn Inc yang dimotori oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger. Di tangan keduanya Instagram sukses membuat raksasa jejaring sosial Facebook bertekuk lutut sehingga bersedia membelinya seharga \$1 miliar, akuisisi itu terjadi pada 9 April 2012.

Instagram adalah sebuah aplikasi media sosial yang memungkinkan pengguna untuk mengambil foto dan video, menerapkan fitur digital (pemberian efek pada foto), dan membagikannya ke berbagai media sosial, termasuk Instagram itu sendiri. Foto dan video yang dibagikan nantinya akan terpampang di *feed followers* yang mengikuti.

Sistem pertemanan di Instagram menggunakan sistem *following* dan *followers* seperti di twitter, *following* berarti anda mengikuti pengguna, sedangkan *followers* berarti pengguna lain yang mengikuti, selanjutnya setiap pengguna dapat berinteraksi dengan cara memberikan komentar dan memberikan respon suka terhadap foto yang dibagikan.

Instagram berasal dari pengertian dan keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata *Insta* berasal dari kata *Instan*. Seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan foto instan. Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara secara instan, seperti polaroid didalam tampilannya. Sedangkan kata *gram* berasal dari kata *Telegram* yang cara kerjanya untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan Instagram yang dapat mengunggah foto

---



dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itulah Instagram merupakan gabungan dari kata instan dan telegram.<sup>30</sup>

Pada tanggal 9 April 2012, diumumkan bahwa Facebook mengambil alih Instagram dengan nilai hampir satu miliar dolar dalam bentuk tunai dan saham. Pada tanggal 11 Mei 2016, Instagram memperkenalkan tampilan baru. Sekaligus ikon baru merupakan kamera sederhana pelangi hidup dalam bentuk gradien.



Gambar 2.1  
**Ikon lama dan Baru Instagram<sup>31</sup>**

## 1. Fitur-fitur yang ada di Instagram :

### a. Kamera

Fitur kamera memungkinkan pengguna Instagram tidak hanya bisa mengunggah foto dari galeri. Tapi dapat juga langsung membidik atau merekam

---

<sup>30</sup> Skripsi Ikhsan Tila Mahendra, *Peran Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Kepribadian Remaja Usia 12-17 Tahun di Kelurahan Kebalen Kecamatan Babelan Kabupaten Bekasi*, (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah : Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, 2017), hlm 21-22.

<sup>31</sup> <https://goo.gl/image/tecuWq>, diakses pada tanggal 27 April 2018, Pukul 08:19 WIB.

momen dari dalam aplikasi kemudian mengedit, memberi *caption* baru membagikannya.

b. Editor

Editor adalah fitur yang memungkinkan pengguna untuk memoles foto yang dijepret lewat kamera perangkatnya. Di sini akan dijumpai 10 *tool editor* tingkat lanjut untuk mengatur kembali pencahayaan. Kontras dan saturasi semudah menggerakkan jari tangan. Di *update* terbaru Instagram tidak lagi mengharuskan foto berwujud kotak, tapi sudah mendukung pilihan portrait dan juga *landscape*. Memberikan keleluasan kepada pengguna saat ingin membagikan foto dengan sudut tangkapan lensa yang lebih besar.

c. *Tag* dan *Hashtag*

Fitur ini sebagaimana jejaring sosial pada umumnya memiliki fungsi untuk menandai teman atau mengelompokkan dalam satu label.

d. *Caption*

*Caption* berfungsi layaknya deskripsi, disinilah pengguna bisa memberikan sepatah dua patah kata soal foto yang diunggah. Di samping tentunya menambahkan *hashtag*.

e. Integrasi ke media sosial

Instagram juga memungkinkan penggunanya untuk berbagi foto atau video ke jaringan sosial lain seperti Facebook, Twitter, dan Flickr. Bila *tool* ini diaktifkan maka setiap kali foto dibagikan, secara otomatis Instagram juga akan membagikannya ke jaringan sosial yang sudah terhubung.

f. *Instastory*

*Instastory* adalah fitur terbaru dari Instagram, yang mengambil format *snaphchat* dimana unggahan hanya akan bertahan selama 1 hari dengan durasi maksimal 10 detik.

g. *Explore*

Fitur yang menampilkan konten yang dilihat *Following* atau *Follower* pengguna.<sup>32</sup>

Sebagai sebuah media sosial yang digunakan oleh khalayak ramai, tentunya Instagram memiliki beberapa kelebihan dan kekurangan. Berikut penjabaran kelebihan dan kekurangan Instagram :

**2. Kelebihan Instagram :**

a. Mudah digunakan

---

<sup>32</sup> *Ibid*, hlm 21--24.

Kemudian yang ditawarkan Instagram menjadikannya media yang cepat menarik minat masyarakat untuk menggunakannya, memposting foto atau video, mengikuti, mengomentari, memberi like, hingga *searching* sesuai *hashtag* pun bisa dilakukan dengan praktis.

b. Media utama berupa foto

Menjadi media sosial yang unggul pada hal posting melalui foto, membentuk media ini menyampaikantampilan serta kualitas foto yang baik, visual yang menjadi daya tarik utama Instagram untuk digunakan.

c. Koneksi dengan media sosial yang lain

Kelebihan Instagram yang memberikan koneksi dengan beberapa sosial media berbentuk kemudahan tersendiri untuk para penggunanya.

### **3. Kelemahan Instagram**

a. *Spaming*

Kemudian yang diberikan Instagram dalam hal berinteraksi, membentuk sosial media ini sangat rawan *spamming*. Umumnya *spamming* banyak terlihat pada bagian komentar. Namun bisa disiasati menggunakan menggunakan *private* di akun agar tidak sembarang orang bisa berkomentar di postingan.

b. Tidak adanya konten penyaring konten

Dengan kemudahan yang diberikan Instagram membuat siapa saja bisa memiliki akun Instagram. Hal tersebut tentunya menjadikan Instagram sangat mudah dimasuki orang-orang yang ingin menyebarkan konten-konten yang buruk.<sup>33</sup>

#### D. PROPAGANDA

Teori Duyker dalam *Winkler Prins Encylopadle* mengemukakan, menggunakan berbagai lambang untuk mempengaruhi perasaan atau pikiran manusia sedemikian rupa, sehingga tingkah laku yang timbul karena pengaruh itu sesuai dengan keinginan dari propagandis.<sup>34</sup>

Dengan menggunakan teori Duyker, Instagram yang menggunakan gambar atau unggahan sebagai lambang dapat merubah pikiran dan perasaan pengguna Instagram itu sendiri.

##### 1. Teknik Propaganda

Untuk mencapai sasaran dan tujuannya, propaganda seperti halnya komunikasi, sangat membutuhkan teknik. Sebab dengan teknik yang tepat akan menghasilkan capaian yang optimal seperti yang diharapkan oleh propagandis. Ini juga sangat berkait erat dengan objek sasaran yang dituju. Berikut teknik propaganda

---

<sup>33</sup> *Ibid*, hlm 21--25.

<sup>34</sup> Sastropoetro Santoso, *Propaganda Salah Satu bentuk Komunikasi Massa*, (Alumni : Bandung, 1991), hlm 17.

*a. Name Calling*

*Name calling* adalah propaganda dengan memberikan sebuah ide atau label yang buruk. Tujuannya adalah agar orang menolak dan menyangsikan ide tertentu tanpa mengoreksinya / memeriksanya terlebih dahulu. Salah satu ciri yang melekat pada teknik ini adalah propagandis menggunakan sebutan-sebutan yang buruk pada lawan yang dituju. ini dimaksudkan untuk menjatuhkan atau menurunkan derajat seseorang atau kelompok tertentu. Sebutan, jahanam, biang kerok, provakator, Partai Komunis Indonesia (PKI), gerakan pengacu keamanan (GPK). Menjadi ciri khas yang melekat pada teknik ini. Teknik ini biasa digunakan dalam propaganda lisan.

*b. Glittering Generalities*

*Glittering Generalities* adalah mengasosiasikan sesuatu dengan suatu kata bijak yang digunakan untuk membuat kita menerima dan menyetujui hal itu tanpa memeriksanya terlebih dahulu.

Teknik propaganda ini digunakan untuk menonjolkan propagandis dengan mengidentifikasikan dirinya dengan segala apa yang serba luhur dan agung. Dengan kata lain propagandis berusaha menyanjung dirinya mewakili sesuatu yang luhur dan agung. Ungkapan kata-kata “ demi keadilan dan kebenaran” menjadi salah satu teknik propaganda ini. Sekedar contoh adalah “ demi keadilan dan keadilan, maka demokrasi harus ditegakkan dalam semua bentuknya” yang pernah sangat marak ketika era reformasi tiba dan banyak diteriakan oleh mahasiswa.

c. Transfer

Transfer meliputi kekuasaan, sanksi dan pengaruh sesuatu yang lebih dihormati serta dipuja dari hal lain agar membuat sesuatu lebih bisa diterima.

Teknik propaganda transfer bisa digunakan dengan memakai pengaruh seseorang atau tokoh yang paling dikagumi dan berwibawa dalam lingkungan tertentu. Propagandis dalam hal ini mempunyai maksud agar komunikan terpengaruh secara psikologi terhadap apa yang sedang dipropagandakan. Partai demokrasi Indonesia – Perjuangan (PDI-P) dalam berbagai kesempatan (terutama menjelang pemilu) sering memakai pengaruh bung Karno yang sangat dikagumi dan berwibawa bagi masyarakat Indonesia (juga dilingkungan tertentu seperti golongan nasionalis) karena dia sebagai proklamator, intelektual dan orator ulung.

d. *Testimonials*

*Testimonials* berisi perkataan manusia yang dihormati atau dibenci bahwa ide atau program/produk adalah baik atau buruk. Propaganda ini sering digunakan dalam kegiatan komersial, meskipun juga bisa digunakan untuk kegiatan politik.

Dalam teknik ini digunakan nama seorang terkemuka yang mempunyai otoritas dan *prestise* sosial tinggi di dalam menyodorkan dan meyakini sesuatu hal dengan jalan menyatakan bahwa hal tersebut didukung oleh orang-orang terkemuka tadi.

Hal ini bisa diamati dalam propaganda iklan. Iklan mie instan karomah memakai KH Zainudin MZ dengan ungkapan *alhamdulillah*, sekarang sudah ada karomah. Iklan ini seolah menganggap hanya karomahlah yang didukung oleh seorang kiai (dan bisa jadi mengklaim yang paling halal).

*e. Plain Folk* (perendahan diri)

Adalah propaganda dengan menggunakan cara memberi identifikasi terhadap suatu ide. Teknik ini mengidentikan yang dipropagandakan milik atau mengabdikan pada komonikan. Misal dengan kata-kata milik rakyat atau dari rakyat. Golkar pernah mempropagandakan Soeharto sebagai milik rakyat serta dikehendaki rakyat. Sifat merakyat sering dimunculkan dalam propaganda ini. Propaganda ini banyak digunakan untuk mengambil simpati rakyat.

*f. Card Stacking* (pemalsuan)

Meliputi seleksi dan kegunaan fakta atau kepalsuan, ilustrasi atau kebingungan dan masuk akal atau tidak masuk akal suatu pernyataan agar memberikan kemungkinan terburuk atau terbaik untuk suatu gagasan, program, manusia dan barang.

Teknik propaganda yang hanya menonjolkan hal-hal atau segi baiknya saja, sehingga publik hanya melihat satu sisi saja. Program Pak Harto adalah Bapak Pembangunan yang pernah dicanangkan oleh Ali Moertopo seolah mengklaim hanya



dialah pelopor dan penggerak pembangunan di Indonesia dengan menafikan sisi buruknya.

*g. Bandwagon Technique (Hura-Hura)*

Teknik ini dilakukan dengan menggembor-gemborkan sukses yang dicapai oleh seseorang, suatu lembaga atau suatu organisasi. Dalam bidang ekonomi, teknik ini digunakan untuk menarik minat pembeli akan suatu produk tertentu yang laku keras dipasaran. Sebuah perusahaan minuman ringan dengan semboyan inilah generasi pepsi, memberi kesan bahwa seluruh generasi minuman produk itu.

Propaganda ini mengajak kepada khalayak untuk secara beramai ramai menyetujui suatu gagasan atau program. Dengan terlebih dahulu meyakinkan mereka bahwa kawan-kawan lainnya pun kebanyakan telah menyetujuinya.

*h. Reputable Mounthpiece*

Teknik yang dilakukan dengan mengemukakan sesuatu yang tidak sesuai kenyataan. Teknik ini biasanya dilakukan oleh seseorang yang menjunjung pemimpin, akan tetapi tidak lulus. Bung Karno pernah diangkat sebagai *waliyul amri* dan panglima besar revolusi. Teknik ini dilakukan karena ada ambisi seseorang atau sekelompok orang yang ingin aman dilingkaran kekuasaan. Dengan mengemukakan yang baik-baik saja sehingga, sang pemimpin jadi lupa diri. Ini dimungkinkan sebab dengan cara lain tidak bisa dilakukan. Maka jalan memuji yang pada prinsipnya ingin menjatuhkan pun dilakukan.

i. *Using All Forms Of Persuasions*

Teknik yang digunakan untuk membujuk orang lain dengan rayuan, himbauan dan iming-iming. Teknik propaganda ini sering digunakan dalam kampanye pemilu. Di Indonesia untuk mendapatkan simpati masyarakat, ada sebuah partai politik yang menjanjikan pada masyarakat untuk mengenyam pendidikan gratis jika partainya menang. Ada pula, partai politik yang menjanjikan akan mengaspal jalan jika warga di daerah tersebut memenangkan partai tertentu.<sup>35</sup>

## 2. Jenis Propaganda

a. *White Propaganda* (Propaganda Putih)

Adalah Propaganda yang diketahui sumbernya. Propaganda jenis ini juga dinamakan *over propaganda* atau propaganda terbuka. Propaganda yang dilakukan secara terang terangan itu dapat diketahui dengan mudah, terutama dari media massa, baik dalam ajang kemiliteran, politik maupun ekonomi. Semasa peperangan. Dalam ajang politik, propaganda yang terang terangan menunjukkan sumbernya dapat dijumpai pada saat kampanye menjelang pemilihan umum. Sedangkan dalam bidang ekonomi dapat ditemukan dalam periklanan yang sering pula disebut *commercial propaganda* atau propaganda komersial.

b. *Black Propaganda* (Propaganda Hitam)

---

<sup>35</sup> Nurudin, *Komunikasi Propaganda*, ( Bandung : PT Remaja Rosdakarya Rosda, 2002), hlm 29--34.

Propaganda yang menunjukkan sumbernya, tetapi bukan sumber yang sebenarnya, sering juga disebut *covert propaganda* (propaganda terselubung). Propaganda yang dilancarkan seperti itu, bagaikan lempar batu sembunyi tangan, dalam kehidupan sehari-hari dianggap sebagai perbuatan yang buruk, karena bersikap pengecut. Karena propaganda ini bersifat terselubung, sehingga tidak diketahui sumbernya, maka jika ada orang yang menilai kegiatan itu tidak etik, tidak akan diketahui kepada siapa tuduhan itu sebenarnya di alamatkan.

c. *Gray Propaganda* (propaganda kelabu)

Yang melancarkan propaganda jenis ini menghindari identifikasi, baik sebagai sumber yang bersahabat, maupun sumber yang mempunyai sikap permusuhan. Ada ahli lain yang menganggap propaganda jenis ini tidak lebih dari propaganda hitam atau propaganda terselubung yang kurang mantab.<sup>36</sup>

### 3. Sistem Propaganda Dilakukan

#### 1. Menggunakan simbol-simbol (*symbolic interaction*)

Propaganda jenis ini menggunakan lambang-lambang komunikasi yang penuh arti, yaitu Bahasa lisan ataupun tulisan dan isyarat-isyarat. Ketiganya telah dirumuskan sedemikian rupa sehingga dapat merangsang jiwa komunikan untuk menerima pesan dan kemudian memberikan reaksi seperti yang diharapkan oleh komunikator.

---

<sup>36</sup> Onong Uchjana Effendi, *Ilmu Komunikasi*, ( PT. Remaja Posdakarya : Bandung, 2015), hlm 160-161.

## 2. Menggunakan perbuatan nyata (*Propaganda of the deed*)

Propaganda jenis ini, menggunakan tindakan nyata, untuk memaksa komunikan menerima pesan dan melakukan tindakan seperti apa yang diharapkan oleh komunikator<sup>37</sup>

## 4. Media Propaganda

### 1. Media Massa

Salah satu unggulan media ini adalah jangkauan yang luas. Peran media massa dalam propaganda bisa dikatakan sangat efektif. Sampai-sampai Napoleon Bonaparte harus mengurangi surat kabar dari 13 buah menjadi 4 buah saja dengan melarang pers mengkritik kebijakan pemerintah.

### 2. Buku

Buku menjadi sangat efektif karena sangat mempengaruhi pemikiran seseorang. Dan pemikiran akan mempengaruhi sikap dan perilaku. Di Indonesia bentuk propaganda yang dilakukan dengan buku adalah pelaksanaan dan sosialisasi pedoman penghayatan dan pengamalan Pancasila (P4). Bahkan karena semangatnya untuk membentuk perilaku Pancasila pemerintah memaksa setiap instansi atau membentuk kegiatan baru harus didahului dengan penataran P4 dari pendidikan dasar hingga pendidikan tinggi.

---

<sup>37</sup> Andi dan Zulmi Savitri, *Propaganda Media*, (Mitra Wacana Media : Jakarta, 2015), hlm 18.

### 3. Film

Film juga bisa dijadikan media propaganda. Di Indonesia propaganda lewat film nyata terlihat dalam pemutaran film Penghianatan G 30 S/PKI yang pada zaman pemerintah Soeharto setiap setahun sekali (malam 30 September) diputar di stasiun TVRI. sekitar tahun 80 an atau awal kemunculan film ini siswa-siswa sekolah wajib menontonnya. Pesan yang dikandung dalam propaganda film tersebut adalah bahwa bangsa Indonesia harus waspada bahaya laten terhadap PKI. Dan Soeharto digambarkan satu satunya pahlawan dalam menumpas pemberontakan itu.

### 4. Selebaran

Selebaran ini biasanya digunakan oleh kelompok tertentu yang ada dalam masyarakat untuk mempengaruhi kebijakan publik pemerintahnya. Di Indonesia menjelang dan pasca jatuhnya Soeharto (20 Mei 1998) banyak selebaran muncul. Dari isinya cukup beragam dari yang menolak Soeharto, ajakan berdemonstrasi, menciptakan *clean government* sampai himbauan pembersihan Korupsi, Kolusi dan Nepotisme (KKN). Bahkan selebaran ini tidak hanya beredar di kampus-kampus tetapi juga merambah ke tengah masyarakat umum.<sup>38</sup>

---

<sup>38</sup> *Ibid*, hlm 35--37.

Media massa menjadi satu-satunya cara yang praktis untuk menyebarkan pesan-pesan, dan menjadi pembawa propaganda baru sejalan dengan perkembangannya.<sup>39</sup>

Pertanyaan mengenai bagaimana peran Instagram sebagai media Propaganda Pada Kasus Bendera Indonesia Terbalik di Sea Games 2017 mahasiswa Jurnalistik Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang angkatan 2014.

1. Apa yang anda ketahui tentang Negara Malaysia ?
2. Pernah mendengar, melihat, mendapatkan informasi mengenai hal bendera kebangsaan Negara Indonesia yang di buat terbalik di Sea Games 2017 oleh Negara Malaysia ?
3. Apa tanggapan anda dengan terjadinya terbaliknya bendera Indonesia ?
4. Bagaimana menurut anda melihat fenomena seperti itu ?
5. Apa yang semestinya dilakukan setelah terjadinya kejadian tersebut ?
6. Tanggapan setelah dan sebelum melihat postingan ?
7. Adakah perubahan sikap, sudut pandang, tingkah laku ?
8. Apa yang ingin anda lakukan setelah melihat postingan di *Instagram* mengenai bendera kebangsaan Negara Indonesia yang di buat terbalik ?

---

<sup>39</sup> James E. combs dan Nimmo, *Propaganda Baru*, (PT Remaja Rosdakarya : Bandung, 1994), hlm 53.

9. Bagaimana sikap anda terhadap Negara Malaysia yang membuat bendera Indonesia terbalik di Sea Games 2017 setelah dan sebelum melihat postingan di Instagram ?
10. Seberapa besar pengaruh propaganda di aplikasi Instagram ?
11. Apakah anda merasa terpropaganda oleh Instagram, setelah melihat Postingan tersebut ?

## **BAB III**

### **DESKRIPSI WILAYAH PENELITIAN**

#### **A. Sejarah Singkat UIN Raden Fatah Palembang**

Pada sejarahnya Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Raden Fatah Palembang diresmikan pada tanggal 13 Nopember 1964, di Gedung Dewan Perwakilan Rakyat Propinsi Sumatera Selatan. Berdasarkan surat Keputusan Menteri Agama Nomor 7 Tahun 1964 tanggal 22 Oktober 1964.<sup>40</sup>

Asal-usul berdirinya IAIN Raden Fatah erat kaitannya dengan keberadaan lembaga-lembaga pendidikan tinggi agama Islam yang ada di Sumatera Selatan dengan IAIN Sunan Kalijaga di Yogyakarta dan IAIN Syarif Hidayatullah di Jakarta. Cikal bakal IAIN awalnya digagas oleh tiga orang ulama, yaitu K.H.A. Rasyid sidik, K.H. Husin Abdul Mu'in dan K.H. Siddik Adim pada saat berlangsung muktamar Ulama se Indonesia di Palembang tahun 1957.

Gagasan tersebut mendapat sambutan luas baik dari pemerintah maupun peserta muktamar. Pada hari terakhir muktamar, tanggal 11 September 1957 dilakukan peresmian pendirian Fakultas Hukum Islam dan pengetahuan Masyarakat yang diketuai oleh K.H.A. Gani Sindang Muchtar Effendi sebagai Sekretaris.

---

<sup>40</sup> [www.uinradenfatah.ac.id/sejarah-uin-raden-fatah](http://www.uinradenfatah.ac.id/sejarah-uin-raden-fatah)-Diakses Pada Hari Senin Tanggal 12 Februari 2018 Pukul 22.26 WIB.



Setahun kemudian dibentuk Yayasan Perguruan Tinggi Islam Sumatra Selatan (Akte Notaris No. 49 Tanggal 16 Juli 1958 ) yang pengurusnya terdiri dari Pejabat Pemerintah, ulama dan tokoh- tokoh masyarakat.

Pada tahun 1975 s.d tahun 1995 IAIN Raden Fatah memiliki 5 Fakultas, tiga Fakultas di Palembang, yaitu Fakultas Syariah, Fakultas Tarbiyah dan Fakultas Ushuluddin, dan dua Fakultas di Bengkulu. yaitu fakultas Ushuluddin di Curup dan Fakultas Syariah di Bengkulu. Sejalan dengan kebijakan pemerintah dalam upaya pengembangan kelembagaan perguruan tinggi agama Islam, maka pada tanggal 30 juni 1997, yang masing-masing ke dua fakultas di tingkatkan statusnya menjadi sekolah tinggi Agama Islam Negeri (STAIN), yaitu STAIN Curup dan STAIN Bengkulu.

Dalam perkembangan berikutnya IAIN Raden Fatah membuka dua Fakultas baru, yaitu Fakultas Adab dan Fakultas Dakwah berdasarkan Surat keputusan Menteri Agama R.I Nomor 103 tahun 1998 tanggal 27 Februari 1998. Cikal bakal Fakultas Adab dimulai dari pembukaan dan penerimaan mahasiswa Program Studi (Prodi) Bahasa dan Sastra Arab dan Sejarah Kebudayaan Islam pada tahun Akademik 1995/1996.

Pendirian Program Pasca sarjana pada tahun 2000 mengukuhkan IAIN Raden Fatah sebagai institusi pendidikan yang memiliki komitmen terhadap pencerahan masyarakat akademis yang selalu berkeinginan untuk terus menimba dan mengembangkan ilmu-ilmu keislaman *multidisipliner*.

Uin Raden Fatah Palembang mempunyai visi, misi dan tujuan dalam tujuan tersebut mempunyai arti makna yang berbeda-beda yaitu:

**1. VISI UIN Raden Fatah Palembang yaitu:**

Menjadi Universitas Berstandar Internasional, Berwawasan Kebangsaan, dan Berkarakter Islami.

**2. Adapun Misi UIN Raden Fatah Palembang yaitu:**

1. Melahirkan sarjana dan komunitas akademik yang berkomitmen pada mutu, keberagaman, dan kecendekiawanan.
2. Mengembangkan kegiatan Tri Dharma yang sejalan dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, relevan dengan kebutuhan bangsa, dan berbasis pada tradisi keilmuan Islam yang integralistik.
3. Mengembangkan tradisi akademik yang universal, jujur, objektif, dan bertanggung jawab.

**Selain memiliki Visi dan Misi UIN Raden Fatah memiliki tujuan, yaitu:**

1. Memberikan akses pendidikan yang lebih besar kepada masyarakat, dalam rangka meningkatkan Angka Partisipasi Pendidikan Tinggi.
2. Menghasilkan sumber daya manusia yang kompetitif, profesional, terampil, berakhlakul karimah, dan berintegritas.
3. Menghasilkan karya-karya akademik yang bermanfaat bagi peningkatan kualitas hidup masyarakat.

Tujuan tersebut sesuai dengan tugas pokok IAIN yang tercantum dalam Peraturan Pemerintah No.33/1985, yakni menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran di atas perguruan tingkat menengah yang berdasarkan kebudayaan bangsa Indonesia dan secara ilmiah memberikan pendidikan pada masyarakat di bidang ilmu pengetahuan agama Islam sesuai dengan perundang-undangan yang berlaku.

Tujuan itu diperinci menjadi : (1) Tujuan eksistensial, yakni memberikan pendidikan dan pengajaran agama Islam tingkat universitas serta menjadi pusat untuk memperdalam dan memperkembangkan ilmu pengetahuan agama Islam. (2). Tujuan institusional, yakni membentuk sarjana muslim yang ahli dalam ilmu agama Islam dan ilmu-ilmu lainnya yang berkaitan, yang bertaqwa dan berakhlak mulia, yang cakap dan trampil serta bertanggung jawab atas kesejahteraan umat, bangsa dan negara.

## **B. Gambaran Umum Fakultas Dakwah dan Komunikasi**

Fakultas dakwah dan Komunikasi awalnya bernama Fakultas Dakwah. Keberadaan Fakultas Dakwah sendiri tidak terlepas dari Fakultas Ushuludin IAIN Raden Fatah Palembang, dimana sejak tahun 1976 Fakultas Ushuludin telah mengembangkan jurusan yang sebelumnya hanya ada satu jurusan saja, yaitu jurusan perbandingan Agama, ditambah satu jurusan yaitu Dakwah.

Seiring dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, maka diperlukan adanya pengembangan Fakultas di lingkungan IAIN Raden Fatah Palembang untuk menambah berbagai disiplin ilmu sebagai pelengkap keilmuan yang berhubungan dengan agama Islam, sehubungan dengan hal tersebut menjelang tahun akademik

1995/1996 Fakultas Ushuludin jurusan Dakwah membentuk program studi Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) dan bimbingan Penyuluhan Islam (BPI)

Sebagai langkah awal untuk pendirian Fakultas Dakwah, maka dilaksanakanlah rapat senat Fakultas Ushuludin pada tanggal 23 Februari 1995. Dari hasil rapat tersebut ditetapkan Tim persiapan pendirian Fakultas Dakwah dengan SK Dekan Nomor : IN/ 4/III.2/PP.07.660/1995 Tanggal 16 Februari 1995 dengan personil sebagai berikut : Ketua Drs. Komaruddin Sahar, Sekertaris Drs. Taufik Yusuf, Anggota Drs. H.M. Yamin Maris, Drs. H. Abdullah Yahya, Drs. Thohlon Abdul Rauf, Drs. Saifullah Rasyid, MA, Drs. Turmudzi Ds.<sup>41</sup>

Selanjutnya pada tanggal 10 Agustus 1995 Fakultas Ushuludin IAIN Raden Fatah Palembang kembali mengadakan siding senat dengan hasil keputusan bahwa : pada tahun akademik 1995/1996 mahasiswa yang akan mendaftar jurusan Dakwah adalah sebagai mahasiswa program studi KPI dan BPI. Mahasiswa inilah yang merupakan cikal bakal mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN Raden Fatah Palembang.

Upaya untuk mendirikan Fakultas Dakwah dan selanjutnya yaitu dengan membentuk pengelola program sebagai berikut : Ketua Pengelola Drs. Komaruddin Sahar, Sekertaris Drs. H.M Kamil Kamal, Anggota Drs. H. Thohloh Abdul Rauf, Drs. Basyaruddin Hamdan, Drs. Asmawi.

---

<sup>41</sup> Tim Penyusun, *Pedoman Akademik Mahasiswa, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Uin Raden Fatah Palembang*, hlm 1.

Sebagai usaha untuk mempepercayai proses pendirian Fakultas Dakwah dan Adab di lingkungan IAIN Raden Fatah Palembang, dibentuklah Tim gabungan pendirian Fakultas Dakwah dan Adab, dengan SK Rektor Nomor : XXXIII tahun 1995. Personelnya sebagai berikut :

Ketua : Drs.H.M. Yamin Maris

Sekretaris : Drs. H. Saifullah Rasyid, MA

Anggota : 1. Drs. H. Ali Ahmad Zen

2. Drs. Komaruddin Sahar

3. DR. J. Syuthi Pulungan, MA<sup>42</sup>

Dalam pertemuan tim gabungan tersebut dengan Rektor IAIN Raden Fatah Drs. Moh. Said, MA disepakati bahwa kedua Fakultas yang akan didirikan itu hendaknya mempersiapkan mahasiswa-mahasiswanya dan menyusun proposal untuk dikirim ke Menteri Agama RI guna merealisasikannya.

Langkah berikutnya Tim menyebarkan angket ke Pesantren-Pesantren serta MAN /MAS yang ada di wilayah Sumatra Selatan. Disamping itu dilaksanakan juga studi banding ke IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, IAIN Sunan Gunung Jati Bandung serta IAIN Syarif Hidayatullah Jakarta pada tanggal 1-9 Desember 1995. Dari fakulas Dakwah diwakili oleh Drs. Komaruddin Sahar dan Drs. H. M. Kamal

---

<sup>42</sup> *Ibid*, hlm 2.

Kamal. Kesemuanya dilakukan dalam rangka studi kelayakan berdirinya Fakultas Dakwah.

Berdasarkan hasil angket dan studi banding yang telah dilaksanakan tersebut, maka dibuatlah proposal dan kemudian diajukan kepada Menteri Agama RI. Disamping itu, Rektor IAIN Raden Fatah telah mengeluarkan SK No. B/II-i/UP/212/1997 tentang struktur Badan Pengelola Persiapan Fakultas Dakwah IAIN Raden Fatah Palembang, yakni sebagai berikut :

Ketua : Dr. Aflatun Muchtar, MA

Wakil Ketua : Drs. Komaruddin Sahar

Wakil Ketua : Drs. H. M. Kamil Kamal

Anggota : 1. Mirwan Fasta, S.Ag

2. Ahmad Darmawan

Pada tahun akademik 1997/1998 badan pengelola persiapan Fakultas Dakwan mulai mempersiapkan jadwal kuliah. Di samping itu dosen- dosen Fakultas Ushuludin mengadakan konsolidasi dengan mahasiswa Fakultas Ushuludin jurusan Dakwah angkatan 1995/1996 dan 1996/1997 dengan membagi dua jurusan yaitu

Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) dan jurusan Bimbingan Penyuluhan Islam (BPI).<sup>43</sup>

Pada tanggal 27 Februari 1998 dengan SK menteri Agama RI No. 103 Tahun 1998 berdirilah Fakultas Dakwah di IAIN Raden Fatah Palembang dan baru diresmikan oleh Rektor IAIN Raden Fatah pada tanggal 13 Juli 1998.

Berdasarkan SK Rektor Nomor : IN/4/1.2/KP.07.6/140/1998 tanggal 14 Mei 1998 ditetapkanlah pelaksanaan harian tugas Dekan Fakultas Dakwah IAIN Raden Fatah dan pembantu-pembantunya yaitu :

Dekan : Dr. Aflatun Muchtar, MA,

Pembantu Dekan I : Drs. H.M. Kamil Kamal

Pembantu Dekan II : Dra. Dalinur M. Nur,

Pembantu Dekan III : Drs. Komaruddin Sahar,<sup>44</sup>

Sedangkan pengangkatan staff jurusan ditetapkan dengan SK Rektor Nomor : IN/4/1.2/KP.06.6?145/1998 sebagai berikut : Ketua Jurusan KPI Drs. M. Amin, Sekertaris Jurusan KPI Dra. Hamidah, M.Ag, Ketua Jurusan BPI Drs. Musrin HM, Sekertaris Jurusan BPI DRa. Eni Murdiati.

---

<sup>43</sup> *Ibid*, hlm 3.

<sup>44</sup> *Ibid*, hlm 4.

Akan tetapi hal serupa ini tidak berlangsung lama karena Dr. Aflatun Muchtar, MA yang menjadi Dekan Fakultas Dakwah IAIN Raden Fatah Palembang terpilih sebagai pembantu Rektor IAIN Raden Fatah bidang kemahasiswaan, oleh karena itu sebagai pelaksana tugas harian Dekan ditunjuk Drs. H.M Kamil Kamal.

Dengan keluarnya S Menteri Agama RI tentang Dekan dan pembantu Dekan Fakultas Dakwah, maka secara definitif terhitung mulai tanggal 4 Oktober 2000 kepemimpinan Fakultas Dakwah sebagai berikut :

Dekan : Drs. H.M Kamil Kamal

Pembantu Dekan I : Drs. Amin S.

Pembantu Dekan II : Dra. Dalinur M. Nur

Pembantu Dekan III : Drs. Komaruddin Sahar

Karena Drs. Amin S, terpilih sebagai pembantu Dekan I Fakultas Dakwah dan Dra. Hamidah, M.Ag mengikuti pendidikan program S3 di IAIN Syarif Hidayatullah Jakarta, maka posisi Kajur dan Sekjur KPI tidak terisi. Untuk mengatasi hal ini Drs. M. Amin S merangkap jabatan, sebagai PDI dan Kajur KPI dan Sekjur dipilihlah Dra. Hj. Choriyah. Berikutnya setelah Dra.Hamidah M. Ag kembali, maka diusulkan untuk menjadi kajur KPI menggantikan posisi Drs. Amin S sehingga struktur jurusannya sebagai berikut : Ketua jurusan BPI Drs. Musrin HM, Sekertaris



Jurusan BPI Dra. Eni Murdiati, Ketua Jurusan KPI Dra. Hamidah, M.Ag, Sekretaris Jurusan KPI Dra. Hj. Choriyah.<sup>45</sup>

Dengan selesainya masa tugas Drs. H.M Kamil Kamal sebagai Dekan Fakultas Dakwah, maka berdasarkan SK Rektor, terhitung mulai tanggal 26 Agustus 2004 jabatan Dekan di jabat oleh DRA. Hmidah, M.Ag, karena Dra. Hamidah, M.Ag terpilih dua priode sebagai Dekan Fakultas Dakwah IAIN Raden Fatah Palembang. Adapun struktur dekanat priode 2004-2008 :

Dekan : Dr. Hamidah, M.Ag

Pembantu Dekan I : Drs. M. Hatta Wahid, M.Pd.I

Pembantu Dekan II : Dra. Hj. Choiriyah, M.Hum

Pembantu Dekan III : Drs. Musrin, H.M

Pada priode 2008-2012 kepemimpinan Fakultas Dakwah dan Komunikasi masih dibawah kepemimpinan Dr. Hamidah, M.Ag dibantu oelh para pembantu Dekan yang lama dan Dekan yang baru, yaitu :

Dekan : Dr. Hamidah, M.Ag

Pembantu Dekan I : Drs. Hatta A. Wahid, M. Pd.I

Pembantu Dekan II : Dra. Hj. Choiriyah, M.Hum

---

<sup>45</sup> *Ibid*, hlm 5.

Pembantu Dekan III : Dra. Eni Murdiati, M.Hum

Ditengah perjalanan kepemimpinan Dr. Hamidah, M.Ag, tepatnya pada tahun 2011 terjadi perubahan Dekan I karena yang bersangkutan yakni Drs. Hatta Wahid, M.Pd.I meninggal dunia, maka dipilihlah Dr. Kusnadi M.A sebagai PAW pembantu Dekan I Priode 2009-2013.<sup>46</sup>

Sehubungan beredarnya kabar bahwa IAIN Raden Fatah Palembang akan melakukan trasformasi menjadi UIN Raden Fatah Palembang, dipandang perlu Fakultas Dakwah mengadakan perubahan nama dengan pertimbangan bahwa dalam rangka pemerataan pendidikan dan mendukung trasformasi IAIN Raden Fatah menuju Universitas Islam Negri (UIN) Raden Fatah Palembang, maka pada tanggal 9 Maret 2010 dengan nomor surat. 03/v.2/Kp.01.2/108/2010 pihak Fakultas mengusulkan kepada Rektor untuk perubahan nama Fakultas Dakwah menjadi Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Raden Fatah Palembang.

Setelah masa kepemimpinan DR. Hamidah, MA berakhir, berdasarkan hasil sidang senat Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Raden Fatah Palembang tanggal 20 Juni 2012, terpilihlah Dekan Dakwah dan Komunikasi yang baru dengan masa jabatan dari tahun 2012-2016 yaitu Dr. Kusnadi, MA.

Berdasarkan surat keputusan Rektor IAIN Raden Fatah Palembang dengan nomor surat. 03/1.1/Kp.07.5/477/2012 tanggal 23 Agustus 2012 telah ditetapkan Dr.

---

<sup>46</sup> *Ibid*, hlm 5.

Kusnadi, MA dengan jabatan sebagai Dekan Dakwah dan Komunikasi IAIN Raden Fatah Palembang, dan telah dilantik oleh Rektor IAIN Raden Fatah Palembang pada tanggal 28 Agustus 2012.<sup>47</sup>

Dengan dilantikannya Dr. Kusnadi, MA sebagai Dekan, maka jabatan pembantu Dekan bidang akademik mengalami kekosongan, oleh karena itu dipandang perlu untuk mengangkat PAW (Pembantu Antar Waktu), dan Achmad Syarifuddin, M.A terpilih sebagai pejabat antar waktu 2009-2013. Adapun pembantu Dekan bidang Administrasi dan keuangan, serta bidang kemahasiswaan masih berlaku dan baru berakhir pada Januari 2013, setelah masa kerja pembantu Dekan berakhir pada Januari 2013. Setelah masa kerja pembantu Dekan berakhir maka dipih ulang melalui siding senat januari 2013, sebagai pembantu Dekan I : Achmad Syarifuddin, M.A, pembantu Dekan II : Aminullah Cik Sohar, M.Pd.I, pembantu Dekan III : Drs, M.Amin, M.Hum.

Setelah masa para wakil Dekan periode 2009-2012 berakhir maka perlu dilakukan pemilihan ulang. Setelah melalui proses pemilihan calon wakil Dekan, maka yang terpilih adalah : Achmad Syarifudin, M.A Sebagai Dekan I, lalu Drs. Aminullah Cik Sohar, M.Pd.I sebagai wakil Dekan II, dan Drs M. Amin S., M.Hum sebagai wakil Dekan III. Adapun komposisi di jurusan adalah sebagai berikut : Kajor KPI : Manalullaili, M.Ed, lalu Mohd. Aji Isnaini sebagai sekretaris Jurusan KPI, pada jurusan BPI, ketua jurusannya adalah Neny Noviza, M.Pd dan Ainur Rofik, M.Si

---

<sup>47</sup> *Ibid*, hlm 6.

sebagai sekretaris Jurusan. Adapun prodi Jurnalistik, diketuai oleh Dra. Nuraida, M.Ag dan Suryati, M.Pd sebagai sekretaris nya.<sup>48</sup>

Sehubungan dengan perubahan status IAIN Raden Fatah menjadi UIN Raden Fatah dan perubahan status sekaligus juga struktur organisasi baru, baik ditingkat Universitas maupun tingkat Fakultas. Adapun struktur organisasi ditingkat Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang adalah :

Dekan : DR. Kusnadi, MA.  
Wakil Dekan I : DR. H. Abdul Razzaq. MA.  
Wakil Dekan II : Dra. Hj. Dalinur M Nur, MM.  
Wakil Dekan III : Manalullaili, M.Ed.

Sedangkan, struktur di tingkat Program Studi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang adalah :

Kaprodi KPI : Anita Trisiah, M. sc.  
Kaprodi BPI : Neni Noviza, M. Pd.  
Sekprodi BPI : Hj. Manah Rasmanah, M.Si.  
Kaprodi Jurnalistik : Sumaina Duku, M.Si  
Sekprodi Jurnalistik : Mirna Ari Mulyani, M.Pd.

---

<sup>48</sup> *Ibid*, hlm 7.

Kaprodi SI : Ruliansyah, M. Kom.

Sekprodi SI : Rusmala Santi, M. Kom.

Seiring dengan peralihan status IAIN Raden Fatah menjadi UIN Raden Fatah dan seiring dengan tuntutan pasar, maka pertahun 2016/2017 dibuatlah dua Jurusan baru di Fakultas Dakwah dan Kounikasi UIN Raden Fatah Palembang dengan struktur organisasi sebagai berikut :

Kaprodi PMI : Mohd Aji Isnaini, MA.

Sekprodi PMI : Muzaiyanah, M. Pd.

Kaprodi MD : Candra Darmawan, M. Hum.

Sekprodi MD : Anang Walian, MA. Hum.

Fakultas Dakwah dan Komunikasi awalnya hanya memiliki 3 Jurusan yaitu jurusan Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) dan Bimbingan Penyuluhan Islam (BPI), tetapi pada tahun 2010 Fakultas Dakwah dan Komunikasi ini sesuai dengan perkembangannya, Fakultas ini menambah dua jurusan yaitu Sistem Informasi (SI) dan Jurnalistik dan kemudian sesuai dengan tuntutan pasar tahun 2016/2017 dibuatlah dua jurusan baru yaitu Prodi Pengembangan Masyarakat Islam (PMI) dan Manajemen Dakwah (MD).

### C. Gambaran Umum Prodi Jurnalistik

Jurusan Jurnalistik merupakan pecahan dari Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam awalnya Jurnalistik hanya merupakan konsentrasi atau hanya matakuliah yang sifatnya khusus sejak berdirinya jurusan KPI. tetapi, pada perkembangannya Jurnalistik pada tahun 2009 menjadi jurusan (Prodi) sesuai dengan SK yang ditrunkan oleh Direktur Jenderal Pendidikan Islam Nomor Dj.I/787/2009 pada tanggal 23 Desember 2009 maka Jurnalistik dinyatakan resmi menjadi jurusan atau program studi (Prodi).<sup>49</sup>

Pada awal pendiriannya, jurusan Jurnalistik menampung sebanyak 14 orang mahasiswa, yang terdiri dari 8 mahasiswa perempuan dan 6 mahasiswa laki-laki. tahun inilah Jurnalistik resmi menjadi prodi. pada tahun berikutnya, jurusan Jurnalistik menerima 22 peserta didik, lalu pada tahun 2012 Jurnalistik menerima 94 mahasiswa, pada tahun 2013 berjumlah 71 mahasiswa dan tahun 2014 berjumlah 122 mahasiswa.

Tanggal 26 April jurusan Jurnalistik di tetapkan telah terakreditasi C. Melalui surat edaran yang ditetapkan Direktur Pendidikan Islam Nomor SE/DJ.I/PP.00.9/42/2013 tentang izin penyelenggaraan dan akreditasi program studi walaupun belum divisitasi badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi.

---

<sup>49</sup> Skripsi Yucika Putri, *Persepsi Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang Terhadap Penggunaan Aplikasi OLX Sebagai Media Komunikasi Bisnis Online* (UIN Raden Fatah Palembang : jurusan Jurnalistik, 2017), hlm 68.

## 1. Visi dan Misi Prodi Jurnalistik

### a. Visi

Menjadi pusat studi jurnalistik yang unggul dan berkarakter islami di tahun 2020.

### b. Misi

1. Melaksanakan dan mengembangkan pendidikan dan pengajaran ilmu jurnalistik terutama jurnalistik radio, film, televisi, dan surat kabar.
2. Melakukan penelitian dalam media masa yang didasarkan dengan nilai-nilai Islami.
3. Melakukan pengabdian kepada masyarakat terutama dala profesi jurnalistik baik elektronik maupun printed media.<sup>50</sup>

Dengan adanya Visi Misi diatas, maka diharapkan mahasiswa sebagai pemegang amanah, agar menjadi seorang jurnalis yang professional, menjalankan profesinya sesuai dengan kode etik yang berlaku.

## 2. Tujuan dan Sasaran

Tujuan dan Sasaran jurusan Jurnalistik adalah :

---

<sup>50</sup> Tim Pembuat Katalog, *Buku Katalog Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi* (Palembang : NoerFikri, 2014) hlm 8.

- a. dalam penyusunan tujuan dan sasaran program studi jurnalistik dimulai dari analisis eksternal dan internal program studi dan mengacu kepada visi dan misi Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
- b. Tujuan dan sasaran program studi jurnalistik disusun pada saat pembentukan program studi dengan melibatkan pihak yang berkopoten, yaitu ketua program studi, dosen-dosen yang ada pada program studi serta pihak fakultas.
- c. Menciptakan proses pembelajaran yang dinamis, progresif dan kondusif sehingga tercapai hasil (*output*) yang mumpuni dalam bidang jurnalistik. mempersiapkan tenaga-tenaga profesional pada jenjang strata satu (S1) yang memiliki intelektual yang tinggi serta dibalut dalam bingkai islami.
- d. Formulasi dan tujuan program studi kemudian disosialisasikan kepada seluruh civitas akademika Fakultas Dakwah dan Komunikasi

### **3. Tujuan Program Studi**

1. Memiliki kemampuan dalam bidang jurnalistik serta agamis
2. Terampil dalam mencari, mengolah, menulis, dan menyampaikan berita, laporan melalui media cetak dan elektronik dengan kode etik jurnalistik.
3. Memahami fungsi dan hakikat hukum yang mengatur media masa
4. Mampu mengolah dan mengembangkan usaha pemberitaan media cetak dan elektronik.<sup>51</sup>

---

<sup>51</sup> Dokumentasi, Jurusan Jurnalistik Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang.



#### 4. Keadaan Dosen

Untuk bisa mengetahui keadaan dosen prodi jurnalistik, penulis menggunakan data tentang dosen di dokumentasi. hal tersebut dapat dilihat pada table berikut :

NO	NAMA	JENIS KELAMIN	NIP
1	Drs. Aliasan, M.Pd	L	19610828199110 11 001
2	Sumaina Duku, M.Si	P	1982011620091 22 002
3	Indrawati, S.S.M.Pd	P	1975100720090 12 003
4	M.Amin Sihabuddin, M.Hum	L	1959040319830 31 000
5	Dra. Nuraida, M. Ag.	P	19670413 199503 2 001
6	Indrawati, SS., M. Pd.	P	19751007 200901 2 003

Tabel 3.1 Daftar Dosen Jurnalistik Dakwah dan Kounikasi  
UIN Raden Fatah Palembang

Selain dosen tetap diatas, tenaga pengajar di jurusan Jurnalistik juga dilengkapi dengan dosen kontrak BLU berikut :

1. Muslimin, M.I.Kom

#### 5. Keadaan Mahasiswa

Jumlah mahasiswa jurusan jurnalistik yang dapat dilihat dari table berikut :

<b>TAHUN AJARAN AKADEMIK</b>	<b>TOTAL MAHASISWA</b>
2010/2011	14
2011/2012	22
2012/2013	94
2013/2014	71
2014/2015	123
2015/2016	147
2016/2017	140
<b>Jumlah</b>	<b>611</b>

Tabel 3.2 Data Mahasiswa Jurusan Jurnalistik tahun 2010-2018<sup>52</sup>

#### **BAB IV**

##### **HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN**

Berikut ini merupakan hasil analisis dari hasil dan wawancara yang telah peneliti lakukan dengan narasumber. Dalam bab ini, penulis menyajikan hasil penelitian yang diperoleh, dengan menggunakan hasil observasi, *Interview*, dan dokumentasi. dan disajikan dengan cara kualitatif deskriptif, adapun masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah peranan Instagram sebagai media propaganda pada kasus bendera Indonesia terbalik di *Sea Games 2017* dengan Studi Kasus Mahasiswa Jurnalistik 2014 UIN Raden Fatah Palembang.

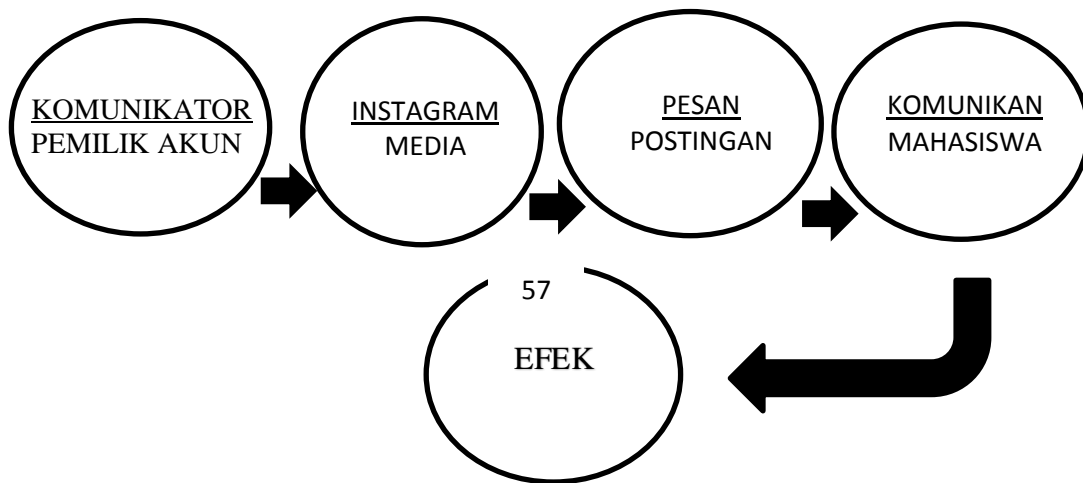
---

<sup>52</sup> Data diperoleh dari BAAK Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang. di peroleh pada hari Selasa 24 April 2018 Pukul : 10.00 WIB.

## 1. Proses Instagram sebagai media propaganda

Ilmu komunikasi, adalah ilmu yang mempelajari pernyataan antar manusia yang bersifat umum, dengan menggunakan lambang-lambang yang berarti. dimaksud dengan pernyataan bersifat umum adalah pernyataan yang dapat diketahui oleh siapa saja, tidak bersifat rahasia dan memenuhi persyaratan. lambang lambang yang mempunyai arti adalah isyarat-isyarat Bahasa (lisan atau tulisan) tanda tanda dan gambar.<sup>53</sup>

Dalam prosesnya, propaganda yang dilakukan dengan Instagram yaitu sebagai berikut :



Sumber : Diolah dari data lapangan

**Uraian :**

---

<sup>53</sup> Santoso Satropoetro, *Propaganda salah satu bentuk komunikasi massa*, (Alumni : Bandung, 1991) hlm. 87

1. Komunikator : Penyampai pesan atau penyebar pesan, dalam hal ini dilakukan oleh pemilik akun Instagram.
2. Media : Sarana pesan disampaikan, yaitu dengan menggunakan Instagram.
3. Pesan : lambang-lambang yang dimengerti, seperti bahasa, isyarat, tanda-tanda, gambar-gambar, termasuk dengan Postingan di Instagram.
4. Komunikan: Penerima pesan yang sekaligus tujuan dari proses komunikasi, pada penelitian ini, peneliti meneliti mahasiswa Jurnalistik tahun ajaran 2014 UIN Raden Fatah sebagai Komunikan atau penerima pesan.
5. Efek : Perubahan yang terjadi terhadap penerima pesan, disinilah peran propanda terlihat, baik perubahan sikap, sudut pandang dan yang lainnya.

## **2. Peranan Instagram sebagai Media Propaganda**

Media sosial telah menjadi suatu fenomena yang besar di era digital ini. hal yang harus diakui bahwa peranannya sangat besar dalam membentuk pola pikir, pengembangan wawasan dan pendapat umum, termasuk juga dapat merubah sikap seseorang, terhadap sesuatu yang di dapat dalam media sosial tersebut. Yang demikian tidak terlepas dari majunya zaman yang saat ini semakin berkembang, dan mudahnya suatu informasi yang didapat dengan satu genggam tangan saja.



Gambar 4.1 Postingan Bendera Indonesia terbalik.<sup>54</sup>

Media sosial Instagram memiliki peranan yang sangat besar dalam merubah sikap, mempengaruhi, merubah pola pikir, mengajak kepada sesuatu yang diinginkan oleh propagandis. Hal ini terlihat dari penelitian yang telah dilakukan dengan menunjukan postingan-postingan di Instagram yang terkait dengan pembahasan kepada mahasiswa Jurnalistik angkatan 2014 UIN Raden Fatah Palembang.

Dalam akun *Twitter* pribadinya yang di *repost* ulang di Instagram Menteri Pemuda dan Olahraga Imam Nahravi menuliskan, Pembukaan #SEAGame2017 yang

<sup>54</sup> Akun Instagram @jeki\_julian\_amin diakes 04 April 2018 Pukul 11.05 WIB

bagus tapi tercederai dengan keteledoran fatal yang amat menyakitkan. Bendera kita merah putih. *Astaghfirullah.*

Setelah terjadinya insiden tersebut, ramai di Instagram mengunggah gambar yang di anggap sebagai bentuk kekecewaan warga Indonesia.

Berikut peneliti paparkan hasil wawancara dengan Mahasiswa Jurnalistik

Berdasarkan penjelasan dari Informan pertama, sebelum melihat postingan tersebut pandangan dirinya terhadap Negara Malaysia sangat positif bahkan dirinya membanggakan Negara Malaysia lebih dari negaranya sendiri (Indonesia), dari infrastruktur, kedisiplinan dan kemajuan. Namun setelah dirinya melihat postingan bendera Indonesia yang terbalik di Malaysia, perubahan sikap terjadi, dirinya merasa tersinggung dan kecewa sehingga merubah sikap yang sebelumnya positif menjadi negative terhadap Negara Malaysia itu sendiri. Peran Instagram sebagai media Propaganda sangatlah terbukti, sebagai mana yang terjadi kepada Deni Wahyudi saat dirinya melihat postingan Instagram terkait bendera Indonesia terbalik, perubahan sikap dari sebelum melihat postingan hingga melihat sangat berbeda, sikap yang sebelumnya membanggakan Negara Malaysia, merubah total membenci dan kecewa terhadap Negara Malaysia. Bahkan informan ini menerangkan Negara Indonesia yang ia cintai tidak pernah merusak ataupun menyakiti hingga meremehkan Negara

Malaysia, tapi mengapa sebaliknya, dirinya sangat kecewa, terhadap apa yang telah Negara Malaysia lakukan<sup>55</sup>

Hal serupa juga disampaikan informan kedua, dirinya melihat Negara Malaysia adalah sebuah Negara yang lebih maju jika dibandingkan Negaranya sendiri. Hal tersebut menurutnya adalah sebuah prestasi yang lebih maju jika dibandingkan dengan negaranya, namun setelah melihat kejadian tersebut melalui media sosial Instagram, dirinya tersinggung dan merasa di permainkan. Bahkan dirinya sangat kecewa dengan apa yang Negara Malaysia lakukan terhadap Negaranya, hal tersebut tentu membuat dirinya merasa ilfil atas apa yang dilakukan Negara Malaysia, kekewaan rasa benci merubah hal positif menjadi negatif.<sup>56</sup>



Gambar 4.2 wawancara mahasiswa UIN Raden Fatah

---

<sup>55</sup> Deni Wahyudi, Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan Jurnalistik A, Wawancara Tanggal 27 April 2018.

<sup>56</sup> Nabila, Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan Jurnalistik C, Wawancara Tanggal 27 April 2018.

Menurut informan ketiga, melihat dari sisi keagamaan dirinya merasa kagum dengan Negara Malaysia, namun jika dilihat dari sisi pemerintahan dirinya kurang setuju. diakuinya, dirinya mengetahui berita tentang bendera Indonesia terbalik dari televisi dan media sosial Instagram. Melihat hal tersebut pandangan negatif terhadap Negara tersebut ada, namun hal tersebut tidak mempengaruhi pandangannya yang mengkagumi Negara Malaysia dari sisi keagamaannya. dirinya mengkritisi panitia penyelenggara bagaimana hal tersebut dapat terjadi, namun hal tersebut dapat di manfaatkan jika memang ada kesalahan atau unsur ketidak sengajaan, dan kita jangan membesar-besarkan kejadian tersebut<sup>57</sup>



Gambar 4.3 bentuk propaganda di Instagram

<sup>57</sup> Fernando Okta Reza, Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan Jurnalistik A, Wawancara Tanggal 27 April 2018.



Informan ke empat berpendapat, Negara Malaysia tidak bisa di pungkiri lebih maju jika dibandingkan Negara Indonesia, sehingga membuat dirinya mengagumi Malaysia dengan prestasi tersebut. di analogikannya Negara Indonesia sebagai orang tua, jika dibuat terbalik apapun alasannya hal tersebut tidak bisa dibenarkan, dirinya sangat menyayangkan hal tersebut, Negara yang lebih maju dari negaranya dapat melakukan kesalahan fatal, menurutnya ini adalah sebuah penghinaan dan meremehkan bangsa Indonesia, diakuinya, Instagram sangat berperan sebagai alat untuk berpropaganda, tergantung penggunaannya, untuk hal positif atau negatif.<sup>58</sup>

Serupa apa yang dikatakan informan ke lima, menurutnya lambang Indonesia sangat detail terlihat secara terbalik dalam kejadian itu, melihat fenomena ini dirinya merasa sedih, kecewa dan merasa diremehkan, kejadian seperti ini sudah menyangkut harga diri, dimana lambang Negara sudah menjadi dirinya sendiri. di akuinya sebelum melihat postingan tersebut, dirinya merasa biasa saja terhadap Negara Malaysia, namun setelah melihat kejadian tersebut di Instagram, dirinya merasa di khianati dari Negara tetangga yang seharusnya itu tidak terjadi.

Melihat kejadian tersebut, dirinya mencoba lebih meningkatkan prestasi agar dapat membanggakan negaranya, mengenai Instagram sebagai alat propaganda dirinya mengaku Instagram benar benar efektif sebagai alat propaganda, dimana

---

<sup>58</sup> Rusmiati, Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan Jرنalistik A, Wawancara Tanggal 27 April 2018.

masyarakat bisa menggunakannya dan mengambil informasi informasi dari Instagram itu sendiri, serta dapat merubah pola pikir penggunanya.<sup>59</sup>

Informan ke enam mengatakan dirinya mengetahui, sejak dahulu bangsa Indonesia dan Malaysia pernah ada perang dingin, mungkin fenomena ini bisa jadi dari kelanjutan perang dingin tersebut. dirinya tidak dapat menerima dengan kejadian tersebut. menurutnya perjuangan untuk memerdekakan Negara Indonesia dengan tetesan darah dan keringat pahlawan. sehingga membuat dirinya merubah sikap dan sudut pandang terhadap Negara Malaysia. Namun sebagai warga negara yang baik, untuk melakukan balas dendam sangat tidak di anjurkan namun harapannya agar Negara Indonesia dapat menindak tegas kejadian ini dan tidak terulang di kemudian hari.<sup>60</sup>



---

<sup>59</sup> Rohmi, Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan Jurnalistik A, Wawancara Tanggal 27 April 2018.

<sup>60</sup> Adwinda Febriani, Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan Jurnalistik A, Wawancara Tanggal 27 April 2018.

#### Gambar 4.4 wawancara mahasiswa UIN Raden Fatah

Informan ke tujuh ini bisa di katakan cukup anarkis, dirinya sangat kecewa melihat kejadian tersebut. Menurutnya sebagai Negara yang maju hal seperti ini tidak patut terjadi. Negara adalah jiwa raganya, untuk mendapatkan kemerdekaan RI ada tumpah darah pahlawan. bahkan dirinya siap untuk berperang dengan Negara Malaysia jika memang itu perlu dilakukan. dirinya menambahkan meskipun Negara Malaysia sudah meminta maaf, namun sakit di dalam hati tidak akan bisa di hilangkan dan akan selalu membekas, hal ini menunjukkan informasi yang didapat di Instagram dapat merubah sikap dan tingkah laku.<sup>61</sup>

Informan ke delapan berpendapat, Negara Malaysia sering mengklaim banyak budaya budaya Indonesia, seperti pengakuan batik, dan masih banyak lagi, hal ini membuat dirinya kesal dan marah. melihat kasus bendera negaranya terbalik, menurutnya Ini merupakan sebuah kasus besar yang mencakup Negara. Dirinya menilai pemerintah hanya menyelesaikan sebatas perundingan, sehingga setiap kasu Indonesia dengan Malaysia sebatas perundingan dan tidak membuat efek jera Negara Malaysia, sehingga akan menimbulkan kasus-kasus yang lainnya. Kekecewannya

---

<sup>61</sup> Lukata Yovanda, Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan Jurnalistik A, Wawancara Tanggal 27 April 2018.

terhadap Negara Malaysia sudah sejak dahulu dan ditambah dengan kejadian-kejadian seperti ini.<sup>62</sup>

Begitu juga yang di sampaikan informan ke Sembilan, menurutnya hal seperti ini sangat di sayangkan terjadi, seharusnya pihak panitia sebagai penyelenggara harus lebih teliti memeriksa dan lebih serius dengan apa yang sudah menjadi tugasnya (panitian Sea Games 2017) dirinya sangat kecewa dengan kejadian ini, Indonesia adalah Negara besar, pengorbanan untuk mendapatkan kemerdekaannya berbeda dengan Negara Malaysia, ada pertumpahan darah. Hal seperti ini sudah membahas tentang harga diri Negara, seharusnya pemerintah harus tindak tegas kejadian seperti ini agar tidak terjadi di Negara manapun. dan menjadi pelajaran untuk Negara lainnya. ditambahkannya, melihat melihat postingan di Instagram dirinya menganggap wajar jika ada yang memosting balasan. karena itu bentuk dari kekecewaan warga Negara, dan dirinya memiliki cara tersendiri untuk mebalas rasa kekecewaan itu, namun tidak di luapkan di media sosial.<sup>63</sup>

. Informan ke sepuluh juga berpendapat, dirinya mengetahui berita tersebut di media online dan menurutnya, hal demikian sangat fatal terjadi, jika dilihat dari kejadiannya dapat disimpulkan antara sengaja dan tidak sengaja, namun setelah Negara Malaysia meminta maaf dan dikatakan itu merupakan ketidaksengajaan.

---

<sup>62</sup> Iwan Rinaldi, Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan Jurnalistik A, Wawancara Tanggal 26 April 201

<sup>63</sup> Fachra Fadlin, Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan Jurnalistik A, Wawancara Tanggal 23 April 2018.

Menanggapi hal tersebut dirinya kecewa dengan apa yang dilakukan Negara Malaysia, namun tidak untuk membalas kejadian tersebut. Sebagai warga Negara yang baik sudah sepatutnya masyarakat bersikap baik pula, dan jangan mudah untuk di adu domba. Diakuinya, secara pribadi Negara Malaysia sudah berkurang satu poin dimatanya, informan ini mengakui di jaman sekarang ini Instagram sangat berhasil dalam berpropaganda, dimana ketika ada suatu kejadian yang *viral*, maka kebanyakan *netizen* Indonesia yang berkomentar. dan Instagram sangat berperan dalam melakukan komunikasi propaganda, meskipun dampaknya baik ataupun buruk.<sup>64</sup>

Informan ke sebelas menanggapi kasus terbaliknya bendera Indonesia di buku panduan Sea Games 2017 merupakan hal yang sangat disayangkan dan jangan sampai terjadi di *event* lainnya, kejadian tersebut *viral* di media sosial sehingga membuat dirinya merasa dilecehkan oleh Negara Malaysia, mengingat *event* Sea Games merupakan *event* internasional dan disaksikan oleh banyak Negara dunia, ditambahkannya sangat wajar apa yang menjadi viral di media sosial dan menyangkut harga diri Negara, masyarakat yang menyaksikannya menjadi marah dan kecewa, karena hal tersebut tidak patut dilakukan oleh Negara yang lebih dulu maju oleh Negara Indonesia.<sup>65</sup>

---

<sup>64</sup>Nadia Elrani, Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan Jurnalistik C, Wawancara Tanggal 23 April 2018.

<sup>65</sup> Hendri Wiranata, Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan Jurnalistik A, Wawancara Tanggal 01 Agustus 2018.



Gambar 4.5 menunjukkan postingan propaganda di Instagram kepada informan

Seperti tanggapan dari informan ke sebelas, informan ke dua belas ini merasa kecewa dengan apa yang telah dilakukan oleh Negara maju seperti Malaysia, diakuinya hubungan Malaysia dan Indonesia sangat baik dan juga sebagai Negara tetangga, namun apa yang telah dilakukan oleh nagara Malaysia sengat disayangkan dan menodai perasaan Negara tetangganya yang juga serumpun, media sosial menurutnya sangat berguna untuk mempengaruhi sikap dan prilaku seseorang sehingga dapat digunakan oknum sebagai propaganda negatif atau buruk.<sup>66</sup>

Meskipun dapat dimaafkan menurut informan ke 13, kejadian seperti ini akan terjadi lagi dikemudian hari jika tidak ada ketegasan dari Negara yang menjadi korban, rasa kecewa tetap ada dan sudut pandang kepada Negara Malaysia akan membekas didalam hati, sebuah lambang Negara tidak sepatutnya di cetak terbalik, masyarakat dan saya pribadi sudah tentu merasa disakiti dengan kejadian tersebut.

---

<sup>66</sup> Janero Desen, Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan Jurnalistik A, Wawancara Tanggal 01 Agustus 2018.

informan ke 13 ini juga terprovokasi setelah postingan di Instagram terkait terbaliknya bendera Indonesia di Sea Games 2017 Malaysia.<sup>67</sup>

---

<sup>67</sup> Muhamad Jakaswarna, Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan Jurnalistik A, Wawancara Tanggal 01 Agustus 2018.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil kualitatif dengan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi yang dilaksanakan di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang tentang peran Instagram sebagai media propaganda pada kasus bendera Indonesia terbalik di Sea Games 2017, dapat diambil beberapa kesimpulan. Kesimpulan tersebut dipaparkan sebagai berikut.

##### 1. Proses Instagram dalam merubah sikap

Propaganda yang dilakukan di Instagram yaitu Komunikator menggugah gambar (pesan berupa simbol) dengan media Insatagram sebagai alat, diterima oleh komunikan, sehingga menimbulkan efek dari pesan yang diterima, seperti terprovokasi, perubahan sikap, tingkah laku, bahkan menghujat.

##### 2. Peran Instagram,

Keikutsertaan Instagram sebagai media baru yang berpengaruh dalam merubah sikap, pola tingkah laku serta sudut pandang mahasiswa Jurnalistik 2014, setelah melihat unggahan gambar terkait dengan bendera Indonesia terbalik yang di unggah di Instagram, keseluruhan mahasiswa berubah sikap, hal ini menunjukkan peran Instagram sebagai media propaganda sangat besar atau berpengaruh.



## B. Saran

Dari hasil penelitian yang dilakukan, dapat di sampaikan saran sebagai berikut :

1. Informasi yang didapat melalui media sosial Instagram sangat deras, sehingga disaat mendapatkan informasi agar mengklarifikasi informasi tersebut.
2. Pengguna Instagram dapat dapat diartikan sebagai pisau bermata dua, apa yang di sebarakan melalui Instagram dapat berdampak positif dan negatif. Bijaklah dalam menggunakan media sosial.

Saran untuk peneliti selanjutnya yang akan meneliti berkaitan dengan media sosial Instagram dan propaganda, yaitu:

1. Meneliti persepsi Mahasiswa terhadap media bullying di Media Sosial Instagram.
2. Meneliti tingkat penggunaan Instagram sebagai media propaganda putih (*White Propaganda*) di kalangan Mahasiswa.
3. Meneliti antisipasi *Black Propaganda* di media sosial Instagram.

## DAFTAR PUSTAKA

- Jamal Hidajanto dan Fachrudin Andi. *Dasar-Dasar Penyiaran*, Jakarta: Kencana. 2011.
- Hutangalung, Inge. *Teori-Teori Komunikasi Dalam Pengaruh Psikologi*. Jakarta: Indeks. 2015.
- Santoso, Sastropoetro. *Propaganda salah satu bentuk komunikasi Massa*. Bandung: Alumni. 1991.
- Andi Youna Bachtiar dan Zulmi Savitri. *Propaganda Media Teori dan Studi Kasus Aktual*. Jakarta: Mitra Wacana Media. 2015.
- Nurudin. *komunikasi Propaganda*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya. 2001.
- Efantino dan Arifin. *Ganyang Malaysia*. Yogyakarta: Bio Pustaka. 2009.
- Beni Ahmad, Saebani. *Metodeogi Penelitian*. Bandung: Pustaka Setia. 2008.
- Kriyanto, Rachmat. *Teknik Praktis riset komunikasi, Disertai Contoh Praktis Riset Media, Publik Relation, Advertising, komunikasi Organisasi, komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana. 2006.
- Bungin, Burhan. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi dan Ekonomi, Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen, dan Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media Group. 2013.
- Gunawan, Imam. *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara. 2013.
- Liliweri, Alo. *Komunikasi Antar Budaya*, Jakarta: Kencana Prenadamedia group. 2015.
- M. Romli, Asep Syamsul. *Jurnalistik Online*, Bandung: Nuansa Cendekia. 2012.
- Nasrullah, Rulli. *Teori dan Riset Media Siber*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group. 2014.
- Combs James E dan Nimmo. *Propaganda Baru*, Bandung: Remaja Rosdakarya. 1994.
- Youna Bachtiar Andi dan Zulmi Savitri. *Propaganda Media*. Jakarta: Mitra Wacana Media. 2015.

Nasrullah Rulli, *Media Sosial*, Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2015.

Vivian Jhon, *Teori Komunikasi massa*, Jakarta : Prenamedia Group, 2008.

Tim Penyusun Buku Panduan Akademik Fakultas Dakwah dan Komunikasi Tahun 2013-2016, *Pedoman Akademik Mahasiswa*, 2014.

Tim Pembuat Katalog, *Buku Katalog Mahasiswa*, Palembang : NoerFikri, 2014

Uchjana Effendi Onong, *Ilmu Komunikasi*, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2015.

### **Skripsi :**

Mahir Pratama, *Propaganda Dalam Film ( Analisis Semiotika Tentang perlawanan dalam Film The Hunger Games : Mockingjay Part I Karya Francis Lawrence* ,Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, 2016.

Kurnia, *Propaganda Barat Dalam Film (Analisis semiotic Film Submission)*, (Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.

Shaum Akbar Razaka, *Propaganda di Media Online*, (Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Ikhsan Tila Mahendra, *Peran Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Kepribadian Remaja Usia 12-17 Tahun di Kelurahan Kebalen Kecamatan Babelan Kabupaten Bekasi*, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah : Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, 2017.

### **Internet :**

<https://dailysocial.id/post/apa-itu-instagram>, di akses pada tanggal 04 April 2018, pukul 08.30 wib

<https://goo.gl/image/tecuWq>, diakses pada tanggal 27 April 2018, Pukul 08:19 WIB

### **Jurnal :**

Mahendra Bimo, *Eksistensi Sosial Remaja dalam Instagram (Sebuah Perspektif Kounikasi)*, Jurnal Visi Komunikasi Volume / 16 No. 01, Mei 2017.

## PERMOHONAN PENJILIDAN SKRIPSI

Palembang, Agustus 2018

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UIN Raden Fatah Palembang

*Assalamu'alaikum Wr.Wb.*

Setelah mengadakan pemeriksaan dan perbaikan seperlunya, kami berpendapat bahwa skripsi:

Nama : Muhamad Amin  
NIM : 145300 65  
Fakultas / Jurusan : Dakwah dan Komunikasi / Jurnalistik  
Judul Skripsi : Peran Instagram sebagai media propanda pada kasus bendera Indonesia terbalik di Sea Games 2017 (Studi kasus mahasiswa UIN Raden Fatah Jurusan Jurnalistik 2014).

Telah diperbaiki sesuai saran tim penguji oleh sebab itu disetujui untuk dijilid. Demikian atas kerjasamanya saya sampaikan terima kasih.

*Wasaalamu'alaikum Wr. Wb .*

Penguji I



**DR. H. Abdul Razzaq, MA.**  
NIP.197307112006041001

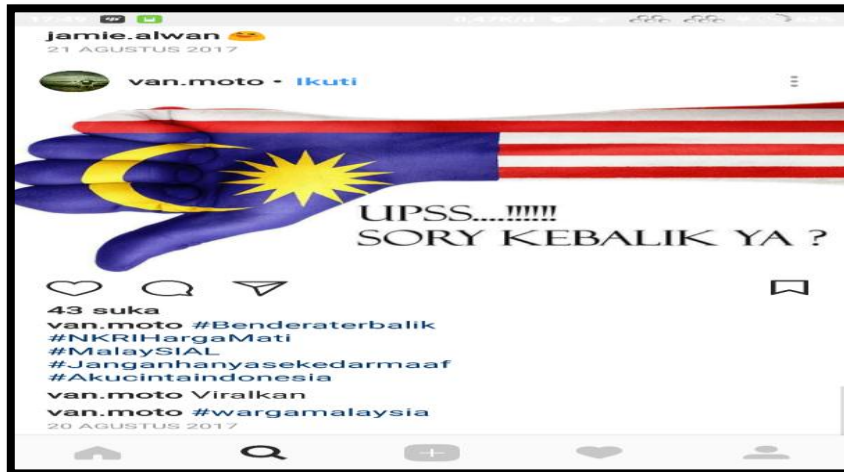
Penguji II

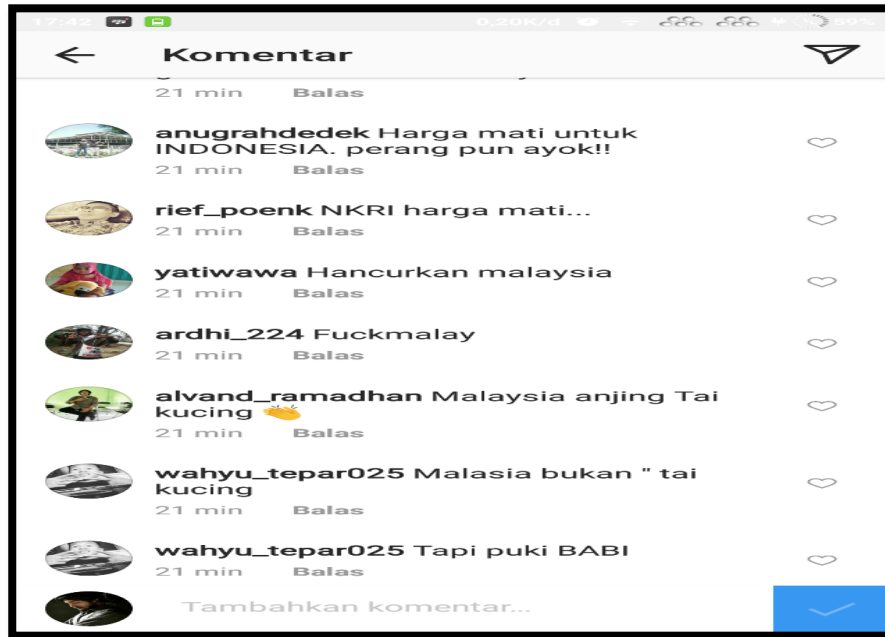


**Anang Walian, MA. Hum.**  
NIDN.2005048701

## LAMPIRAN

### A. Postingan terkait propaganda di Instagram :

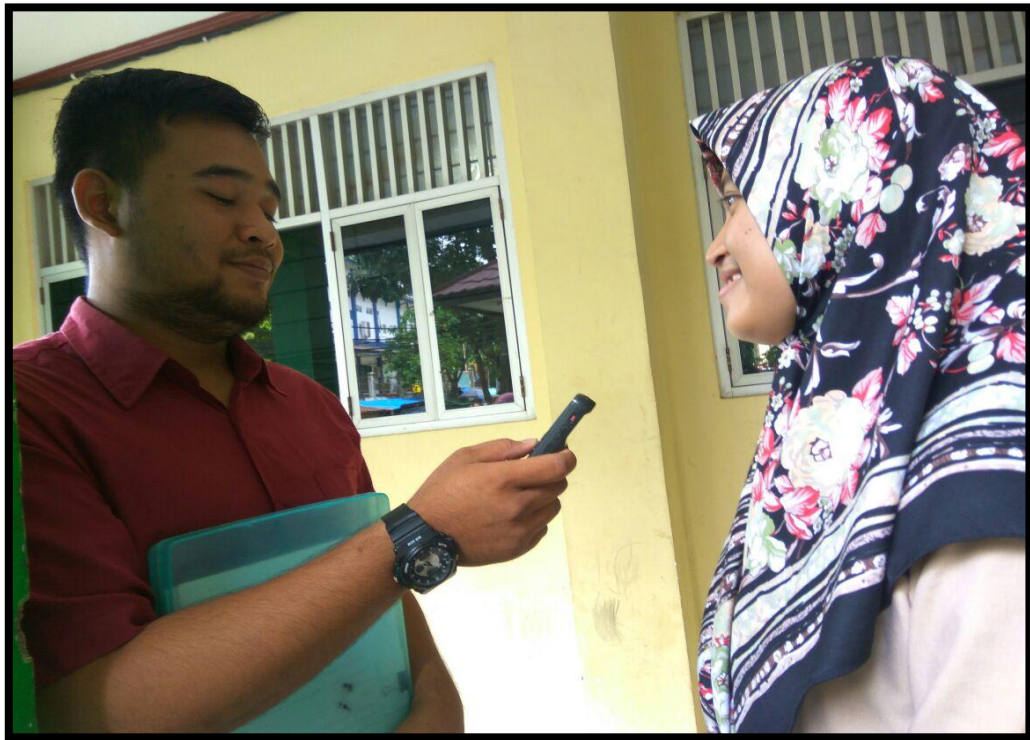




**B. Wawancara narasumber**









KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN FATAH PALEMBANG  
NOMOR : 26 TAHUN 2018

TENTANG

PENUNJUKAN PEMBIMBING SKRIPSI STRATA SATU ( S.1 )  
BAGI MAHASISWA TINGKAT AKHIR FAKULTAS DAKWAH  
UIN RADEN FATAH PALEMBANG

DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UIN RADEN FATAH PALEMBANG.

- Menimbang : 1. Bahwa untuk mengakhiri Program sarjana (S1) bagi Mahasiswa, maka perlu ditunjuk Tenaga ahli sebagai Pembimbing Utama dan Pembimbing kedua yang bertanggung jawab dalam rangka penyelesaian Skripsi Mahasiswa.
2. Bahwa untuk lancarnya tugas pokok itu, maka perlu dikeluarkan Surat Keputusan Dekan (SKD) tersendiri. Dosen yang ditunjuk dan tercantum dalam SKD ini memenuhi syarat untuk melaksanakan tugas tersebut.
- Mengingat : 1. Undang-undang No. 2 Tahun 1989 tentang sistem Pendidikan Nasional;
2. Peraturan Pemerintah No. 30 Tahun 1990 tentang Pendidikan tinggi;
3. Keputusan Menteri Agama RI No. 53 Tahun 2015 tentang Organisasi dan tata kerja Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang;
4. Keputusan Menteri Agama RI No. 62 tahun 2015 tentang statuta UIN Raden Fatah Palembang;
5. Keputusan Menteri Agama RI No. 27 Tahun 1995 tentang Kurikulum Nasional Program Sarjana (S1) Universitas Islam Negeri;
6. Keputusan Menteri Agama RI No. 232 Tahun 1991 yang telah disempurnakan dengan Keputusan Menteri Agama No. 298 Tahun 1993.

MEMUTUSKAN

MENETAPKAN

Pertama : Menunjuk sdr. : 1. Drs. Aliasan, M.Pd.I NIP : 196108281991011001  
2. Muzaiyanah, M.Pd NIP : 197604162007012012

Dosen Fakultas Dakwah UIN Raden Fatah Palembang masing-masing sebagai Pembimbing Utama dan Pembimbing Kedua Skripsi Mahasiswa :

Nama : MUHAMAD AMIN  
NIM/Jurusan : 14530065 / Jurnalistik  
Semester/Tahun : Genap / 2017 – 2018  
Judul Skripsi : PERAN INSTAGRAM SEBAGI MEDIA PROGANDA PADA KASUS BENDERA INDONESIA TERBALIK DI SEA GAMES 2017 ( Studi kasus mahasiswa Jurnalistik angkatan 2014 )

Kedua : Berdasarkan masa studi tanggal 19 Februari Tahun 2019.  
ketiga : Keputusan ini mulai berlaku satu tahun sejak tanggal ditetapkan dan akan ditinjau kembali apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam penetapan ini.

DITETAPKAN DI : PALEMBANG  
PADA TANGGAL : 19 – 02 – 2018  
Oleh : REKTOR UIN RADEN FATAH PALEMBANG  
DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI,



KUSNADI

TEMBUSAN :

1. Rektor UIN Raden Fatah Palembang ;
2. Ketua Jurusan KPI/BPI / Jurnalistik Fakultas Dakwah UIN - RF Palembang
3. Mahasiswa yang bersangkutan





# UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) RADEN FATAH PALEMBANG FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Nomor : B. 430/ Un.09/V.1/PP.00.9/05/2018  
Lampiran :  
Hal : Izin penelitian

21 Mei 2018

Kepada Yth.  
Sdr. Muhamad Amin / 14530065.  
Mahasiswa Prodi Jurnalistik Fakultas Dakwah dan  
Komunikasi UIN Raden Fatah

di.  
Palembang

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Menindaklanjuti surat Saudara tanggal 21 Mei 2018 tentang permohonan izin penelitian di Prodi Jurnalistik Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah, Pada prinsipnya kami menyetujui Saudara,

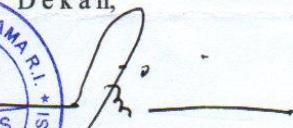
Nama : Muhamad Amin  
NIM/Prodi : 14530065/ Jurnalistik  
Judul Penelitian : *Peran Instagram Sebagai Media Propaganda Pada Kasus Bendera Indonesia Terbalik di Sea Games 2017. (Studi Kasus Mahasiswa Jurnalistik Angkatan 2014)*

Untuk melaksanakan penelitian di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang.

Demikian atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih



Dekan,

  
Dr. Kusnadi, MA  
NIP. 197108192000031002