

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Komunikasi dan Komunikasi Massa**

Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari satu pihak kepada pihak lain melalui penggunaan simbol, tanda, atau bahasa dengan tujuan tercapainya pemahaman bersama dalam suatu konteks tertentu. Proses ini tidak hanya mencakup kegiatan mengirim dan menerima informasi, tetapi juga bagaimana pesan ditafsirkan, dinegosiasikan, dan dimaknai oleh pihak-pihak yang terlibat. Dalam komunikasi, terdapat unsur-unsur penting seperti sumber, pesan, saluran, penerima, dan efek, yang saling berkaitan dan menentukan berhasil atau tidaknya proses penyampaian makna tersebut. Melalui komunikasi, individu maupun kelompok membangun pengetahuan, menyusun pengalaman, serta membentuk sikap dan nilai yang menjadi dasar dalam bertindak di lingkungan sosialnya. Oleh karena itu, komunikasi tidak sekadar dipahami sebagai proses teknis pertukaran informasi, tetapi juga sebagai proses sosial dan simbolik yang berperan dalam pembentukan realitas sosial yang diyakini bersama.

Komunikasi massa adalah bentuk komunikasi yang menggunakan media massa sebagai saluran untuk menyebarkan pesan kepada khalayak luas yang jumlahnya besar, heterogen, dan tersebar secara geografis. Dalam komunikasi massa, pesan diproduksi oleh lembaga atau komunikator yang terorganisir dan didistribusikan melalui teknologi kepada publik yang sifatnya anonim. Media massa berperan sebagai perantara yang menghubungkan sumber pesan dengan khalayak, sehingga apa yang diketahui masyarakat tentang peristiwa sosial, politik, ekonomi, maupun isu kemanusiaan banyak bergantung pada bagaimana media mengemas dan menyajikan informasi tersebut.

Dalam perkembangan sejarahnya, komunikasi massa pada awalnya didominasi oleh media tradisional seperti surat kabar, majalah, radio, dan televisi. Media-media ini menyebarkan pesan secara satu arah, di mana khalayak lebih banyak berperan sebagai penerima yang pasif dan memiliki ruang yang terbatas

untuk memberikan umpan balik secara langsung. Namun, kemajuan teknologi informasi dan komunikasi melahirkan media baru berbasis internet yang mengubah pola komunikasi massa menjadi lebih interaktif, cepat, dan partisipatif.

Media baru memungkinkan khalayak tidak hanya menerima, tetapi juga memproduksi dan mendistribusikan pesan kepada publik yang lebih luas. Platform seperti situs web, portal berita online, dan terutama media sosial memberikan ruang bagi individu, komunitas, maupun organisasi untuk menyampaikan pandangan, pengalaman, dan informasi secara langsung tanpa harus melalui filter ketat lembaga media tradisional. Dalam konteks ini, batas antara komunikator dan komunikan menjadi lebih cair karena setiap pengguna berpotensi menjadi produsen sekaligus konsumen pesan.

Media sosial sebagai bagian dari media baru menggabungkan karakter komunikasi interpersonal dan komunikasi massa. Pesan dapat ditujukan kepada jaringan pertemanan yang spesifik, namun pada saat yang sama dapat menjangkau khalayak yang sangat luas ketika konten tersebut dibagikan dan menjadi viral. Kondisi ini menjadikan media sosial, termasuk Instagram, sebagai arena penting dalam pembentukan opini publik, penyebaran narasi, serta mobilisasi dukungan terhadap berbagai isu global seperti konflik Israel–Palestina. Dalam penelitian ini, komunikasi massa melalui media sosial menjadi pusat perhatian karena memungkinkan akun individu seperti @bangonim memiliki pengaruh signifikan dalam membingkai isu kemanusiaan di Gaza di hadapan publik Indonesia.

### **2.1.1. Macam - Macam Media Massa**

Secara umum, media massa dapat dibedakan menjadi dua kelompok besar, yaitu media massa tradisional dan media massa baru (new media). Media massa tradisional mencakup surat kabar, majalah, radio, dan televisi yang telah lama digunakan sebagai sarana utama penyebaran informasi, hiburan, dan pesan-pesan persuasif kepada masyarakat. Media ini biasanya dikelola oleh institusi profesional dengan struktur organisasi yang jelas, proses produksi yang terstandar, serta mekanisme penyuntingan yang ketat sebelum pesan dipublikasikan kepada khalayak.

Media massa baru merupakan media yang berbasis teknologi digital dan jaringan internet, seperti portal berita online, situs web interaktif, blog, media sosial, dan platform berbagi video. Media baru ditandai oleh kemampuan untuk menyajikan konten secara multimodal (teks, gambar, audio, dan video) serta memungkinkan interaktivitas tinggi antara pengguna. Berbeda dengan media tradisional yang cenderung satu arah, media baru memungkinkan komunikasi dua arah bahkan banyak arah, sehingga pengguna memiliki kesempatan untuk memberikan komentar, melakukan berbagi ulang, serta memproduksi konten sendiri.

Perbedaan penting antara media tradisional dan media baru terletak pada pola aliran pesan dan posisi khalayak. Dalam media tradisional, aliran pesan umumnya bergerak dari satu sumber ke banyak penerima, sementara dalam media baru, setiap pengguna berpotensi menjadi sumber dan penyebar pesan kepada jaringannya masing-masing. Karena itu, dalam konteks isu-isu global seperti konflik Israel–Palestina, media baru memberikan ruang yang lebih luas bagi aktor-aktor non-negara, aktivis, dan relawan untuk membangun narasi alternatif yang mungkin tidak sepenuhnya terwakili dalam media arus utama.

### **2.1.2. Ciri – Ciri Pesan dalam Komunikasi Massa**

Pesan dalam komunikasi massa memiliki karakteristik tertentu yang membedakannya dari pesan dalam komunikasi interpersonal atau kelompok. Pertama, pesan bersifat publik, artinya isi pesan ditujukan kepada khalayak luas dan dapat diakses oleh siapa saja yang termasuk dalam jangkauan media tersebut. Sekali pesan dipublikasikan melalui media massa, kontrol komunikator terhadap siapa saja yang akan menerima pesan menjadi terbatas karena audiensnya berskala besar dan heterogen.

Kedua, pesan dalam komunikasi massa terbakukan dan terstandar karena harus melalui proses seleksi, pengolahan, dan penyuntingan sebelum disiarkan atau diterbitkan. Proses ini melibatkan berbagai pertimbangan, seperti kebijakan redaksi, kepentingan ekonomi, nilai-nilai tertentu, maupun regulasi yang berlaku.

Akibatnya, pesan yang sampai ke khalayak bukanlah realitas yang “apa adanya”, melainkan realitas yang sudah diseleksi dan dikonstruksi oleh media.

Ketiga, pesan komunikasi massa bersifat tidak personal dan ditujukan kepada audiens yang tidak saling mengenal satu sama lain. Komunikator tidak berhadapan langsung dengan penerima pesan, sehingga isi pesan dirancang untuk relevan bagi banyak orang dengan latar belakang sosial, budaya, dan kepentingan yang berbeda-beda. Pesan sering kali menggunakan simbol-simbol dan representasi tertentu agar mudah dipahami oleh khalayak yang luas, namun pada saat yang sama dapat menimbulkan penafsiran yang beragam.

Keempat, pesan komunikasi massa disampaikan melalui media teknologis yang memungkinkan pesan direproduksi, disimpan, dan disebar ulang. Dalam era digital, pesan yang sudah dipublikasikan dapat dengan cepat tersebar ke berbagai platform dan mengalami pengkonteksan ulang oleh pengguna lain, misalnya melalui tangkapan layar, unggahan ulang, atau penggabungan dengan narasi baru. Hal ini menjadikan pesan media massa memiliki daya jangkau dan daya hidup yang panjang, sekaligus membuka peluang terjadinya distorsi atau perubahan makna.

Kelima, pesan komunikasi massa sangat erat dengan praktik gatekeeping dan framing, yaitu proses seleksi informasi dan penentuan cara suatu peristiwa ditampilkan. Media memilih aspek tertentu dari realitas untuk disorot, menonjolkan aktor, latar, atau sudut pandang tertentu, sehingga khalayak cenderung melihat peristiwa tersebut melalui bingkai yang disediakan media. Dalam konteks konflik Israel–Palestina, cara media menampilkan korban, pelaku, istilah yang digunakan (misalnya “serangan”, “perlawanan”, “teror”), serta fokus pada aspek kemanusiaan, politik, atau agama akan sangat memengaruhi cara khalayak memaknai konflik tersebut.

Ciri-ciri pesan dalam komunikasi massa ini menjadi dasar penting bagi penelitian yang menganalisis isi unggahan di media sosial, karena meskipun media sosial memungkinkan interaksi yang lebih personal, pesan yang disebarluaskan dengan pengikut besar seperti @bangonim pada praktiknya juga berfungsi

sebagai pesan komunikasi massa yang memengaruhi cara publik melihat isu kemanusiaan di Gaza.

## **2.2. Pesan Media sebagai Konstruksi Realitas**

Pesan media merupakan produk komunikasi yang memiliki kekuatan dalam membentuk cara pandang masyarakat terhadap realitas sosial. Media, baik konvensional maupun digital, tidak hanya berfungsi sebagai penyalur informasi, tetapi juga sebagai agen sosial yang merepresentasikan realitas melalui pesan yang diproduksi. McQuail (2020) menjelaskan bahwa isi media adalah hasil konstruksi yang dipengaruhi oleh faktor sosial, budaya, ekonomi, dan politik yang melatarbelakanginya. Artinya, setiap pesan yang disajikan media membawa nilai tertentu dan versi tertentu tentang dunia, yang secara halus maupun eksplisit dapat membentuk persepsi khalayak.

Dalam kajian komunikasi massa, analisis pesan menjadi penting karena memungkinkan peneliti memahami makna dan representasi realitas yang dibentuk media. Analisis isi tidak hanya digunakan dalam pendekatan kuantitatif, tetapi juga dapat diterapkan secara kualitatif untuk mengidentifikasi tema, pola, dan kecenderungan makna yang muncul dalam teks media. Pendekatan analisis isi kualitatif menekankan pada penafsiran konteks, pemaknaan simbol, serta bagaimana kategori-kategori tertentu dimunculkan dan diulang dalam pesan media. Dengan analisis isi kualitatif, peneliti dapat memetakan tema-tema yang muncul dalam pesan media, seperti kemanusiaan, solidaritas, politik, atau agama, kemudian mendeskripsikan bagaimana tema-tema tersebut dikonstruksikan. Fokusnya bukan hanya pada perhitungan angka, tetapi pada pemahaman bagaimana realitas sosial dipresentasikan dan dimaknai melalui isi pesan.

Peran pesan media dalam membentuk realitas semakin menguat di era digital. Media sosial memungkinkan individu maupun kelompok memproduksi dan menyebarkan pesan secara cepat dan luas, sehingga ruang representasi realitas menjadi lebih plural. Penelitian Happer dan Philo (2019), menunjukkan bahwa media berperan besar dalam membentuk keyakinan publik melalui pemilihan topik, sudut pandang, dan narasi yang ditonjolkan. Konsep prosumer yang

dikemukakan Jenkins menggambarkan bahwa pengguna kini berperan sekaligus sebagai produsen dan konsumen informasi, sehingga pesan yang beredar di media sosial juga merefleksikan pandangan, pengalaman, dan aspirasi publik.

Analisis isi menjadi pendekatan yang tepat untuk memahami kecenderungan pesan media sosial karena memungkinkan peneliti mengidentifikasi dan mengelompokkan tema-tema yang muncul secara sistematis. Jenkins (2018) menjelaskan bahwa di era media baru, masyarakat berperan sebagai prosumer, yakni sekaligus produsen dan konsumen informasi. Dengan demikian, pesan yang diproduksi di media sosial merefleksikan pandangan, pengalaman, serta aspirasi publik. Melalui analisis isi kualitatif, peneliti dapat memetakan tema-tema yang menonjol, seperti isu kemanusiaan, politik, atau agama, sehingga dapat dipahami bagaimana realitas sosial terbentuk dan dikonstruksi di ruang digital.

Dalam konteks konflik Israel–Palestina, pesan media menjadi salah satu sarana utama untuk membangun persepsi global mengenai siapa yang dianggap korban, pelaku, maupun pihak yang bertanggung jawab. Perbedaan cara media menampilkan peristiwa, pilihan istilah, serta fokus pada aspek tertentu akan memengaruhi cara publik memahami konflik tersebut. Media sosial seperti Instagram memperluas ruang produksi pesan dengan menghadirkan narasi alternatif yang tidak selalu mendapatkan ruang dalam media arus utama. Oleh karena itu, penelitian ini memandang pesan media sebagai realitas yang dikonstruksi melalui unggahan akun Instagram @bangonim yang membingkai konflik Israel–Palestina terutama sebagai isu kemanusiaan.

Pesan yang ditampilkan dalam bentuk caption, gambar, maupun video di akun @bangonim dapat dianalisis untuk melihat kecenderungan isi yang dominan terkait konflik Israel–Palestina. Melalui analisis isi kualitatif, penelitian ini mengidentifikasi dan mengelompokkan tema-tema pesan yang muncul, kemudian mendeskripsikan bagaimana konflik tersebut direpresentasikan sebagai isu kemanusiaan, solidaritas, politik, maupun agama. Dengan demikian, pesan media dipahami sebagai realitas yang dikonstruksi melalui isi yang disampaikan kepada

khalayak, dan analisis isi memberikan kerangka sistematis untuk menelaah konstruksi tersebut di ruang digital.

Dengan demikian, pesan media dipahami sebagai realitas yang dikonstruksi melalui isi yang disampaikan kepada khalayak. Analisis isi memberikan kerangka untuk melihat konstruksi realitas ini secara sistematis, dengan mengidentifikasi, mengklasifikasikan, dan mendeskripsikan tema-tema pesan yang muncul. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang bagaimana media sosial berkontribusi dalam membentuk realitas sosial sekaligus memperlihatkan kecenderungan representasi isu kemanusiaan di era digital.

### **2.3. Media Sosial sebagai Saluran Pesan**

Perkembangan teknologi digital telah melahirkan media sosial sebagai salah satu saluran komunikasi yang paling dominan dalam kehidupan masyarakat modern. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana interaksi personal, tetapi juga telah menjadi medium penyebaran informasi publik yang bersifat cepat, luas, dan masif. Menurut Nasrullah (2020), media sosial memberikan ruang partisipasi aktif bagi pengguna dalam proses produksi, distribusi, dan konsumsi pesan, sehingga menjadikannya berbeda dari media konvensional. Dengan karakteristik ini, media sosial menghadirkan dinamika komunikasi baru yang lebih terbuka dan partisipatif.

Dalam konteks penelitian komunikasi, media sosial dapat dipahami sebagai ruang terbuka yang menampung beragam bentuk pesan, baik berupa teks, gambar, video, maupun kombinasi multimodal. Arifianto & Yanuar (2023) menyatakan bahwa sifat media sosial yang berbasis partisipasi memungkinkan setiap individu menjadi produsen pesan sekaligus konsumen informasi. Dengan demikian, media sosial tidak hanya menjadi alat komunikasi, tetapi juga menjadi panggung representasi isu sosial, politik, budaya, dan kemanusiaan. Hal ini memperlihatkan bahwa media sosial merupakan sumber data penting dalam kajian analisis isi karena di dalamnya tersimpan beragam kategori pesan yang dapat diidentifikasi.

Analisis isi berfungsi untuk mengungkap apa yang sebenarnya dikomunikasikan melalui media sosial dengan cara mengklasifikasikan dan menafsirkan pesan-pesan yang muncul. Dalam praktiknya, metode ini memungkinkan peneliti mengidentifikasi tema-tema yang berulang dan kecenderungan pesan yang menonjol, sehingga pola representasi suatu isu dapat terlihat lebih jelas. Krippendorff (2018) menjelaskan bahwa analisis isi merupakan teknik penelitian yang digunakan untuk membuat inferensi yang dapat direplikasi dan sah dari data melalui proses pengodean yang sistematis. Dengan demikian, media sosial tidak hanya dipahami sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai objek penelitian yang isinya dapat dipetakan dan ditafsirkan secara ilmiah melalui kategori-kategori tertentu.

Instagram, sebagai salah satu platform media sosial visual, menjadi contoh penting bagaimana pesan diproduksi dan disebarluaskan dalam bentuk *caption*, gambar, maupun video. Setiap unggahan di Instagram dapat memuat satu atau lebih tema pesan, yang dapat dianalisis untuk melihat kecenderungan tertentu. Misalnya, unggahan yang menampilkan korban konflik dapat dimasukkan ke dalam kategori pesan kemanusiaan, sementara unggahan yang berisi kritik terhadap kebijakan internasional dapat dikategorikan sebagai pesan politik. Dengan cara ini, analisis isi membantu peneliti memahami distribusi tema pesan yang beredar di media sosial.

Dalam konteks konflik Israel–Palestina, media sosial menjadi saluran penting karena isu ini bersifat global, aktual, dan sarat dengan muatan emosional. Akun Instagram seperti @Bangonim berperan aktif dalam menyajikan informasi mengenai situasi konflik, baik melalui teks naratif, dokumentasi visual, maupun ajakan solidaritas. Melalui pendekatan analisis isi, unggahan akun semacam ini dapat dipetakan berdasarkan tema-tema utama yang muncul, sehingga diperoleh gambaran yang jelas mengenai kecenderungan pesan yang dibangun. Hal ini sejalan dengan pendapat Effendy (2021) yang menegaskan bahwa media sosial kini menjadi medium advokasi alternatif yang efektif dalam isu-isu kemanusiaan.

Selain sebagai ruang penyebaran pesan, media sosial juga menghadirkan tantangan berupa derasnya arus informasi yang bercampur antara fakta dan opini.

Menurut Widodo et al. (2022), literasi digital diperlukan agar masyarakat dapat memilah informasi yang valid dari konten yang bias atau tidak akurat. Dari perspektif penelitian analisis isi, kondisi ini semakin memperkuat pentingnya pemetaan isi pesan untuk mengetahui kecenderungan representasi isu di media sosial. Dengan begitu, hasil penelitian dapat berkontribusi dalam memahami bagaimana realitas sosial dibangun melalui distribusi pesan digital.

Dengan demikian, media sosial berfungsi sebagai saluran pesan yang kaya akan data komunikasi yang dapat dianalisis secara sistematis. Melalui metode analisis isi, peneliti dapat menelusuri isi pesan yang muncul, mengklasifikasikannya ke dalam tema-tema tertentu, serta menggambarkan kecenderungan pesan yang menonjol. Dalam penelitian ini, akun Instagram @bangonim menjadi objek yang relevan untuk dianalisis karena aktif menyajikan pesan tentang konflik Israel–Palestina. Hasil analisis isi dari unggahan akun tersebut diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai tema-tema pesan yang disampaikan, sekaligus memperlihatkan peran media sosial dalam membangun opini publik terkait isu kemanusiaan global.

### **2.3.1. Akun @bangonim sebagai Komunikator di Media Sosial**

Akun Instagram @Bangonim dikelola oleh Bang Onim sebagai relawan dan pendiri Nusantara Palestina Center yang secara aktif membagikan informasi mengenai kondisi Gaza dan aktivitas kemanusiaan kepada para pengikutnya. Posisi ini menjadikannya bukan sekadar pengguna biasa, tetapi komunikator yang memiliki otoritas pengalaman lapangan serta kedekatan langsung dengan realitas konflik yang direpresentasikan melalui unggahan foto, video, dan *caption*. Dalam setiap konten, Bang Onim memiliki kebebasan untuk menentukan peristiwa mana yang diangkat, sudut pandang apa yang digunakan, bahasa seperti apa yang dipilih, dan nuansa emosional apa yang ingin dibangun—apakah fokus pada penderitaan korban, urgensi bantuan, atau seruan tindakan. Ada subjektivitas Bang Onim dalam membangun narasi untuk mempengaruhi cara pandang followers terhadap situasi di Palestina, misalnya dengan secara konsisten menonjolkan aspek kemanusiaan dan solidaritas sebagai bingkai utama pesan,

sehingga audiens diarahkan untuk melihat konflik bukan sekadar sebagai masalah politik, tetapi sebagai krisis kemanusiaan yang menuntut empati dan dukungan.

Subjektivitas tersebut wajar dan tidak terpisahkan dari karakter media sosial yang memberi ruang luas bagi individu untuk mengonstruksi dan menyebarkan narasi sesuai nilai, pengalaman, dan tujuan komunikatif yang diyakininya. Namun, dalam konteks penelitian ini, subjektivitas dan niat komunikatif Bang Onim tidak dinilai secara normatif sebagai benar atau salah, melainkan diposisikan sebagai latar belakang penting yang menjelaskan mengapa tema-tema tertentu—seperti kemanusiaan, solidaritas, politik, dan agama—muncul dengan frekuensi tertentu dalam konten akun @Bangonim. Melalui analisis isi kualitatif, penelitian ini berupaya menggambarkan bagaimana kebebasan dan pilihan naratif tersebut tercermin dalam pola tema pesan yang menonjol, sehingga dapat diketahui kecenderungan representasi konflik Israel–Palestina yang dibangun akun @bangonim dan bagaimana akun ini berperan dalam membingkai realitas konflik di mata publik.

### **2.3.2. Konten @bangonim di Instagram**

Akun Instagram @bangonim merupakan salah satu sumber informasi lapangan tentang kondisi masyarakat Palestina yang dikelola oleh Abdillah Onim, relawan kemanusiaan Indonesia yang telah lama menjalankan misi kemanusiaan di Gaza melalui Nusantara Palestina Center (NPC). Melalui akun ini, Bang Onim membagikan berbagai dokumentasi langsung dari wilayah konflik, sehingga audiens di Indonesia dapat mengikuti situasi terkini tanpa melalui perantara media arus utama. Konten yang disajikan didominasi oleh dokumentasi visual berupa foto dan video kondisi korban, aktivitas penyaluran bantuan, kondisi fasilitas kesehatan, serta kehidupan sehari-hari warga Gaza di tengah konflik, yang kemudian diperkuat dengan narasi di kolom keterangan unggahan. Narasi tersebut tidak hanya menjelaskan fakta peristiwa, tetapi juga menonjolkan dimensi empati, harapan, dan ajakan untuk terus mendukung perjuangan rakyat Palestina melalui doa, donasi, dan kampanye dukungan di media sosial.

Dalam konteks penelitian ini, konten @Bangonim dipandang sebagai rangkaian pesan media sosial yang menyatukan fakta lapangan dengan penekanan nilai kemanusiaan dan solidaritas, sehingga membentuk cara pandang tertentu tentang konflik Israel–Palestina di benak audiens Indonesia. Akun ini berfungsi bukan hanya sebagai saluran distribusi informasi, tetapi juga sebagai ruang konstruksi realitas yang menggambarkan Palestina terutama sebagai medan krisis kemanusiaan yang membutuhkan keberpihakan moral dan aksi nyata dari publik.

### **2.3.3. @bangonim Sebagai *Influencer* kemanusiaan**

Di tengah maraknya arus informasi di media sosial, sosok Bang Onim dapat dikategorikan sebagai influencer kemanusiaan karena memiliki jumlah pengikut yang besar, berbasis kepercayaan publik, dan secara konsisten menggunakan akunnya untuk mengangkat isu penderitaan warga Palestina. Influencer di media sosial sendiri dipahami sebagai figur yang memiliki kemampuan memengaruhi sikap, opini, dan bahkan tindakan pengikutnya karena otoritas, pengetahuan, atau kedekatannya dengan audiens. Dalam konteks ini, posisi Bang Onim sebagai relawan yang telah bertahun-tahun tinggal di Gaza menjadikan kesaksiannya dinilai lebih autentik dan kredibel dibandingkan sumber sekunder yang tidak berada langsung di wilayah konflik.

Peran Bang Onim sebagai influencer kemanusiaan tampak dari pola konten yang tidak hanya menampilkan fakta peristiwa, tetapi juga selalu disertai ajakan moral dan praktis, seperti berdonasi, menyebarkan informasi, atau mendoakan korban. Melalui kombinasi visual lapangan, narasi empatik, dan ajakan konkret, unggahan tersebut membangun hubungan emosional antara audiens di Indonesia dengan masyarakat Palestina, sehingga audiens merasa “dekat” dan memiliki tanggung jawab bersama terhadap krisis kemanusiaan yang terjadi. Dengan cara ini, Bang Onim tidak sekadar bertindak sebagai pengirim informasi, melainkan sebagai pemimpin opini (*key opinion leader*) dalam isu kemanusiaan yang mampu mengarahkan perhatian, mengkonstruksi cara pandang terhadap konflik, dan memobilisasi dukungan publik melalui media sosial. Dalam konteks analisis isi,

posisi sebagai influencer ini penting karena akan memengaruhi jenis tema yang dipilih dan cara konflik direpresentasikan kepada pengikutnya

#### **2.3.4. Tema Unggahan Sebagai Konsep Isi**

Dalam kajian komunikasi, isi pesan dipahami sebagai materi atau bahan utama yang dipilih komunikator untuk menyampaikan maksud tertentu kepada khalayak, yang dapat berupa teks, gambar, suara, maupun gabungannya. Isi tersebut tidak disusun secara acak, melainkan diorganisasikan ke dalam satu fokus makna yang disebut tema, yaitu gagasan pokok yang mengikat seluruh elemen konten sehingga audiens menangkap pesan inti yang sama dari suatu unggahan. Dengan demikian, tema unggahan merupakan kerangka konseptual yang mengarahkan bagaimana fakta, narasi, dan visual disusun sehingga membentuk satu kesan utama, misalnya sebagai isu kemanusiaan, ajakan solidaritas, kritik politik, atau seruan religius.

Pada akun Instagram seperti @Bangonim, tema unggahan dapat dilihat dari kecenderungan isi yang berulang, seperti penonjolan penderitaan korban, ajakan berdonasi, kritik terhadap sikap politik tertentu, atau penguatan melalui doa dan kutipan keagamaan. Setiap unggahan mengandung kombinasi unsur visual dan verbal, tetapi tema membuat kombinasi tersebut “mengarah” pada satu pesan dominan yang diingat audiens, misalnya bahwa konflik Palestina adalah krisis kemanusiaan yang memerlukan aksi nyata, atau bahwa dukungan terhadap Palestina merupakan bagian dari solidaritas dan komitmen keagamaan. Dalam penelitian ini, tema unggahan terlebih dahulu dipahami secara konseptual sebagai pola isi yang memaknai konflik melalui beberapa kategori tema, sementara perumusan kategori tema dan prosedur analisisnya secara rinci akan dijelaskan pada bab metode melalui teknik analisis isi kualitatif.

#### **2.4. Konflik Israel-Palestina**

Konflik Israel-Palestina merupakan salah satu konflik paling kompleks dan berkepanjangan dalam sejarah modern. Konflik ini bermula sejak berdirinya negara Israel pada tahun 1948 yang disusul dengan pengusiran masal warga

Palestina dari wilayah yang kini menjadi bagian dari Israel. Sejak saat itu, ketegangan antara kedua belah pihak terus terjadi dan telah menelan banyak korban jiwa serta dampak kemanusiaan yang serius.

Isu konflik ini tidak hanya bersifat lokal, tetapi juga menjadi perhatian internasional. Negara-negara di dunia memiliki pandangan dan sikap yang berbeda-beda terhadap konflik ini, tergantung dari kepentingan politik, ekonomi, dan hubungan diplomatik masing-masing. Di Indonesia, isu ini kerap menjadi perhatian publik karena faktor kedekatan ideologis dan solidaritas kemanusiaan terhadap warga Palestina yang mengalami penderitaan akibat agresi militer.

Konflik Israel–Palestina tidak hanya ditandai oleh kekerasan fisik dan krisis kemanusiaan, tetapi juga oleh beragam kontroversi politik, hukum, dan wacana publik yang menyertainya. Perdebatan muncul, misalnya, terkait status Yerusalem, legalitas pemukiman Israel di wilayah pendudukan, blokade terhadap Gaza, serta perbedaan pelabelan terhadap aktor seperti Hamas—yang oleh sebagian pihak disebut organisasi teroris, sementara pihak lain memandangnya sebagai gerakan perlawanan. Di tingkat internasional, keputusan lembaga seperti PBB, sikap negara-negara besar, serta kebijakan normalisasi hubungan dengan Israel sering memicu pro dan kontra yang tajam, karena dinilai berpengaruh terhadap legitimasi perjuangan rakyat Palestina maupun penilaian atas pelanggaran hak asasi manusia.

Kontroversi juga tampak dalam cara media dan media sosial membingkai konflik ini, di mana sebagian kanal informasi dinilai bias dalam menampilkan korban, memilih istilah, atau memberi porsi yang tidak seimbang pada narasi tertentu. Di ruang digital, perdebatan mengenai “siapa yang menyerang siapa terlebih dahulu”, “siapa korban” dan “siapa agresor” kerap muncul dalam bentuk argumen, tagar tandingan, maupun kampanye dukungan ke masing-masing pihak. Dalam konteks ini, akun-akun seperti @Bangonim hadir membawa narasi yang cenderung menonjolkan dimensi kemanusiaan dan solidaritas, sehingga di satu sisi ikut merespons kontroversi dengan menegaskan keberpihakan pada korban sipil, namun di sisi lain tidak terlalu menggarap secara mendalam perdebatan politik dan hukum internasional yang melingkupi konflik tersebut.

Di era digital, konflik ini semakin banyak diperbincangkan di media sosial. Berbagai pihak, baik individu, komunitas, maupun organisasi kemanusiaan memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan informasi, membangun opini, serta menggalang dukungan internasional. Media sosial menjadi sarana yang efektif dalam membentuk narasi global tentang kondisi Palestina, sekaligus menekan berbagai pihak untuk peduli terhadap isu kemanusiaan ini.

Melalui akun-akun seperti @Bangonim, masyarakat dapat mengikuti perkembangan terkini konflik Israel-Palestina secara langsung. Akun ini tidak hanya menyajikan berita, tetapi juga opini, seruan aksi, dan informasi kemanusiaan. Peran akun-akun seperti ini penting dalam menyebarkan narasi alternatif yang seringkali tidak diangkat oleh media arus utama. Oleh karena itu, penting dilakukan penelitian untuk mengetahui kecenderungan isi pesan yang disampaikan oleh akun-akun tersebut.

## **2.5 Tema Pesan Sebagai Kategori Analisis Isi**

Dalam kajian komunikasi, tema pesan dipahami sebagai gagasan pokok atau ide utama yang mengikat berbagai unsur isi pesan sehingga membentuk satu makna yang relatif utuh di benak khalayak. Tema menjadi kerangka yang mengarahkan bagaimana fakta, narasi, dan simbol disusun dalam suatu pesan, sehingga audiens dapat menangkap pesan inti yang ingin ditekankan komunikator. Dalam konteks analisis isi, tema berfungsi sebagai kategori utama yang digunakan untuk mengelompokkan dan menafsirkan isi pesan, sehingga pola representasi suatu isu dapat dipetakan secara sistematis.

Pada penelitian ini, tema pesan difokuskan pada empat kategori utama, yaitu tema kemanusiaan, solidaritas, politik, dan agama. Keempat tema ini disusun berdasarkan kajian teori tentang representasi konflik dan studi pendahuluan pada unggahan akun Instagram @bangonim. Tema kemanusiaan merujuk pada pesan yang menonjolkan penderitaan korban sipil, pelanggaran hak asasi manusia, dampak konflik terhadap anak-anak, perempuan, dan warga sipil, serta kebutuhan dasar seperti makanan, obat-obatan, dan tempat tinggal. Tema solidaritas merujuk pada pesan yang berisi dukungan moral dan material, ajakan

berdonasi, doa, kampanye dukungan, dan penegasan rasa kebersamaan dengan rakyat Palestina sebagai sesama manusia atau sesama umat.

Tema politik berkaitan dengan pesan yang menyinggung kebijakan negara, keputusan lembaga internasional, pernyataan tokoh politik, serta istilah-istilah yang mengandung penilaian terhadap tindakan aktor negara atau organisasi tertentu dalam konflik Israel–Palestina. Adapun tema agama berkaitan dengan pesan yang mengaitkan konflik dengan nilai, ajaran, dan simbol keagamaan, seperti penggunaan ayat suci, hadis, doa, istilah jihad, amanah keimanan, atau narasi bahwa dukungan kepada Palestina merupakan bagian dari ketaatan beragama. Dengan demikian, setiap tema tidak hanya berfungsi sebagai label, tetapi juga sebagai kerangka makna yang memandu peneliti dalam membaca dan mengelompokkan isi unggahan.

Secara operasional dalam penelitian ini, tema pesan dipahami sebagai kategori isi yang digunakan peneliti untuk mengelompokkan setiap unggahan ke dalam satu tema yang paling dominan. Satu unggahan akun @bangonim dipandang memiliki satu tema utama yang paling menonjol, meskipun di dalamnya tetap dimungkinkan terdapat unsur-unsur tema lain yang bersifat pendukung. Penentuan tema dominan dilakukan dengan melihat fokus utama narasi dalam caption, didukung oleh konteks visual serta ajakan atau penekanan makna yang paling kuat dalam unggahan tersebut. Dengan cara ini, kategori tema kemanusiaan, solidaritas, politik, dan agama berfungsi sebagai dasar pengelompokan dan penafsiran isi pesan dalam proses analisis isi yang dilakukan peneliti.

## **2.6 Kategorisasi Tema Pesan**

Dalam penelitian analisis isi, kategorisasi tema pesan merupakan proses penting yang bertujuan untuk mengelompokkan isi pesan ke dalam beberapa kategori tertentu yang telah ditetapkan sebelumnya. Proses kategorisasi ini dilakukan berdasarkan hasil studi pendahuluan terhadap konten-konten unggahan akun Instagram @Bangonim terkait konflik Israel-Palestina, serta mengacu pada

kajian literatur mengenai tema-tema umum yang sering muncul dalam pemberitaan atau pesan media tentang konflik tersebut.

Berdasarkan hasil studi pendahuluan dan referensi dari beberapa penelitian terdahulu, peneliti menetapkan empat kategori tema pesan yang digunakan dalam penelitian ini. Kategori tersebut dirancang secara spesifik untuk menangkap berbagai dimensi pesan yang biasa muncul dalam unggahan tentang konflik Israel-Palestina. Adapun kategorisasi tema pesan yang ditetapkan adalah sebagai berikut:

### 1. Tema Kemanusiaan

Yaitu pesan-pesan yang menyoroti penderitaan, korban sipil, anak-anak, pengungsi dan dampak kemanusiaan lain akibat konflik.

Contoh Unggahan :



Gambar 2.1 Tema Kemanusiaan

### 2. Tema Politik

Tema politik membahas isu politik terkait konflik, seperti kebijakan negara-negara tertentu, peran lembaga internasional, ataupun diplomasi antarnegara terkait Israel-Palestina.

Contoh unggahan :



Gambar 2.2 Tema Politik

### 3. Tema Agama

Yaitu pesan-pesan yang mengaitkan konflik dengan nilai-nilai atau sentimen keagamaan.

Contoh unggahan :



Gambar 2.3 Tema Agama

### 4. Tema Solidaritas

Yaitu pesan-pesan yang berupa ungkapan dukungan, simpati, ajakan bersatu, dan penggalangan dana.

Contoh unggahan :



**Gambar 2.4 Tema Solidaritas**

Kategorisasi tema ini dirancang untuk memberikan gambaran yang sistematis mengenai kecenderungan isi pesan dalam unggahan akun Instagram @Bangonim, serta melihat perspektif atau isu apa yang lebih banyak diangkat dalam narasi media sosial tentang konflik Israel-Palestina.

## 2.7 Penelitian Terdahulu

Penelitian dilakukan dalam rangka memberikan pemahaman terkait isi pesan yang disampaikan pada unggahan akun Instagram @bangonim. Dalam upaya ini, analisis terhadap isi pesan merupakan hal penting untuk mengidentifikasi tema pesan yang disampaikan oleh isi unggahan.. Penting untuk melakukan peninjauan terhadap penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan. Bagian ini membantu pembaca memahami konteks penelitian serta menunjukkan apa yang telah ditemukan oleh penelitian sebelumnya dan bagaimana penelitian baru ini melengkapi, memperluas, atau berbeda dari studi-studi sebelumnya.

**Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 1**

Nama Peneliti	Mawardah R.D.P
Tahun Penelitian	2020

Judul Penelitian	Nilai Kemanusiaan dalam Akun Instagram Komunitas Manusaya @manusaya.project sebagai Dukungan kepada Anak-Anak LPKA Salemba Jakarta
Tujuan Penelitian	Mengetahui bagaimana nilai-nilai kemanusiaan direpresentasikan dalam konten Instagram @manusaya.project sebagai bentuk dukungan kepada anak-anak LPKA Salemba.
Hasil Penelitian	Penelitian menemukan bahwa konten @manusaya.project didominasi nilai kemanusiaan seperti empati, kepedulian, dan penghapusan stigma terhadap anak binaan LPKA sehingga mampu membangun dukungan publik.
Perbedaan Penelitian	Objek dan isu berbeda; Mawardah meneliti akun komunitas dengan isu anak LPKA, sedangkan penelitian ini meneliti akun @Bangonim dengan fokus tema pesan terkait konflik Israel–Palestina.

**Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu 2**

Nama Peneliti	Aryo Aji Septrian & Amanda Nirmala
Tahun Penelitian	2025
Judul Penelitian	<i>Analisis Isi Konten Sosial Media dalam Meningkatkan Engagement pada Akun Instagram @mercurymediagroup.id</i>
Tujuan Penelitian	Untuk mengidentifikasi bentuk konten yang paling berpengaruh terhadap engagement audiens
Hasil Penelitian	Konten yang bersifat informatif lebih efektif meningkatkan engagement dibanding konten hiburan
Perbedaan Penelitian	Fokus pada strategi engagement perusahaan media, sementara penelitian ini menyoroti pesan sosial dan kemanusiaan

**Tabel 2. 3 Penelitian Terdahulu 3**

Nama Peneliti	Yovanka Septina Wiryadiguna, Ririn Jamiah, & anindyalaila P.
Tahun Penelitian	2022
Judul Penelitian	<i>Analisis Konten Instagram @dinkeskotabandarlampung Sebagai Upaya Penanggulangan Penyebaran COVID-19</i>
Tujuan Penelitian	Untuk menganalisis tema pesan kesehatan yang disampaikan akun pemerintah dalam upaya penanggulangan COVID-19
Hasil Penelitian	Pesan kesehatan paling dominan, diikuti pesan ajakan pencegahan COVID-19
Perbedaan Penelitian	Meneliti isu kesehatan melalui akun instansi pemerintah, sedangkan penelitian ini meneliti isu konflik Israel–Palestina melalui akun individu