

Konstruksi Etika Dakwah dalam Pemberitaan Media Islam: Analisis *Framing* Kontroversi Ucapan “Goblok” Gus Miftah

Rania Fatima¹

Lukman Hakim²

Corresponding Author: raniafatima830@gmail.com

Abstract: This article aims to analyze the construction of *da'wah* ethics in the coverage of *Republika.co.id* and *Hidayatullah.com* concerning the controversy surrounding the use of the term “goblok” by Miftah Maulana, known as Gus Miftah. The study employs media text analysis using Robert Entman’s *framing* model to examine six news reports published by the two Islamic media outlets in December 2024. The findings show that *Republika.co.id* tends to construct *da'wah* ethics within a framework of relationship restoration, clarification, and self-improvement on the part of the preacher. In contrast, *Hidayatullah.com* more strongly frames the issue in terms of the moral propriety of a preacher and public official, emphasizing *muhasabah* (self-reflection), public pressure, accountability, and institutional consequences. Despite these differences in articulation, both media outlets construct *da'wah* ethics along two dimensions: interpersonal and public-institutional.

Keywords: Da'wah ethics; *framing* analysis, Islamic media, Gus Miftah, media construction

Abstrak: Artikel ini bertujuan menganalisis konstruksi etika dakwah dalam pemberitaan *Republika.co.id* dan *Hidayatullah.com* mengenai kontroversi ucapan “goblok” Miftah Maulana, akrab disapa Gus Miftah. penelitian ini menggunakan analisis teks media dengan model *framing* Robert Entman untuk menganalisis enam berita yang dipublikasikan selama Desember 2024. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Republika.co.id* cenderung mengonstruksi etika dakwah dalam kerangka pemulihan hubungan, klarifikasi, dan perbaikan diri seorang pendakwah. Sementara itu, *Hidayatullah.com* lebih kuat menempatkan persoalan kepantasan moral seorang pendakwah dan pejabat publik melalui penekanan pada *muhasabah*, tekanan publik, tanggung jawab, dan konsekuensi institusional. Meskipun memiliki artikulasi yang berbeda, kedua media mengonstruksi etika dakwah dalam dua dimensi, yakni interpersonal dan publik-institusional.

¹ Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

² Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Pendahuluan

Dakwah merupakan aktivitas komunikasi keagamaan yang tidak hanya berkaitan dengan penyampaian pesan Islam, tetapi juga menyangkut cara pesan tersebut disampaikan kepada masyarakat. Dalam konteks ini, etika menjadi bagian penting karena dakwah menempatkan *da'i* sebagai komunikator yang membawa pesan keagamaan sekaligus merepresentasikan nilai-nilai yang disampaiakannya. Secara etimologis, etika berasal dari bahasa Yunani *ethos* yang berkaitan dengan watak atau karakter, sedangkan secara terminologis etika berkaitan dengan prinsip moral yang mengarahkan perilaku manusia (Oxford Advanced Learner's Dictionary, 2025). K. Bertens menjelaskan bahwa etika merupakan cabang filsafat yang membahas nilai dan norma moral yang mengatur perilaku manusia dalam kehidupan (Bertens, 1993). Sejalan dengan itu, Kamus Besar Bahasa Indonesia mendefinisikan etika sebagai pengetahuan mengenai baik dan buruk serta hak dan kewajiban moral (KBBI, 2025). Dengan demikian, etika tidak hanya berkaitan dengan penilaian terhadap suatu tindakan, tetapi juga menjadi pedoman mengenai bagaimana seseorang seharusnya bertindak.

Dalam perspektif Islam, dakwah merupakan aktivitas yang memiliki dimensi etis karena orientasinya adalah mengajak manusia kepada kebaikan dan mencegah kemungkaran. Ali Aziz menjelaskan bahwa dakwah merupakan aktivitas syariat yang diarahkan pada peningkatan iman dan perubahan positif dalam kehidupan manusia (Aziz, 2024). Secara terminologis, dakwah berarti menyeru, memanggil, atau mendorong manusia menuju suatu tujuan tertentu (Aziz, 2024). Orientasi tersebut ditegaskan dalam Q.S. Ali Imran ayat 104 yang memerintahkan adanya sekelompok orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang *ma'ruf*, dan mencegah dari yang mungkar (Dalimunthe, 2023). Karena itu, dakwah tidak dapat dilepaskan dari cara seorang *da'i* menjalankan aktivitas komunikasinya. M. Natsir memandang dakwah sebagai seruan agar manusia hidup sesuai dengan syariat Allah, sedangkan Toha Yahya Omar menekankan bahwa dakwah merupakan ajakan yang dilakukan dengan cara yang baik dan bijaksana demi kemaslahatan dunia dan akhirat (Kadir, 2022; Hendra

& Hartati, 2019). Dengan demikian, keberhasilan dakwah tidak hanya ditentukan oleh substansi pesan yang disampaikan, tetapi juga oleh cara *da'i* berkomunikasi dengan *mad'u*.

Dalam konteks tersebut, etika dakwah mencakup sikap, perilaku, dan adab yang harus dijunjung oleh seorang *da'i* ketika menyampaikan pesan keagamaan. Toha Yahya Omar memandang etika dakwah sebagai perilaku lahiriah yang dilakukan dengan niat baik dan berkaitan erat dengan sikap serta adab seorang *da'i* dalam menjalankan tugas dakwahnya (Habibi, 2025). Etika dakwah dengan demikian tidak berhenti pada persoalan benar atau salahnya isi pesan, tetapi juga menyangkut kesesuaian antara tujuan dakwah dan perilaku komunikator. Prinsip tersebut sejalan dengan pandangan tentang dakwah humanis yang menempatkan kelembutan, penghormatan terhadap martabat manusia, keteladanan moral, dan sensitivitas terhadap kondisi *mad'u* sebagai bagian penting dari komunikasi keagamaan (Habibi, 2015). Dalam perspektif tersebut, bahasa yang santun, sikap rendah hati, empati, dan penghormatan terhadap pihak lain menjadi bagian dari kualitas etis seorang *da'i*.

Prinsip etika dakwah tersebut juga dapat dirumuskan melalui konsep *hikmah*, *mau'izah hasanah*, *mujadalah billati hiya ahsan*, dan *uswah hasanah*. Hikmah menuntut *da'i* memilih waktu, cara, dan bahasa yang tepat; *mau'izah hasanah* menekankan nasihat yang baik dan tidak menyakiti; *mujadalah billati hiya ahsan* mengharuskan dialog dilakukan secara santun; sedangkan *uswah hasanah* menempatkan keteladanan sebagai bagian dari keberhasilan dakwah (Handayani, Tri & Jaya, 2024). Prinsip-prinsip tersebut menunjukkan bahwa dimensi etika dalam dakwah sangat berkaitan dengan penggunaan bahasa dan cara *da'i* memperlakukan mitra dakwah (*mad'u*). Dalam ruang publik, tuntutan tersebut menjadi semakin penting karena komunikasi seorang pendakwah tidak hanya didengar oleh orang yang hadir secara langsung, tetapi dapat direproduksi, diberitakan, dan dikonsumsi oleh khalayak yang lebih luas. Oleh karena itu, ucapan seorang *da'i* dapat memperoleh konsekuensi sosial dan moral yang melampaui konteks ketika ucapan tersebut pertama kali disampaikan.

Persoalan tersebut terlihat dalam kontroversi ucapan “goblok”

yang disampaikan Miftah Maulana Habiburrahman atau Gus Miftah kepada seorang penjual es teh dalam sebuah acara pengajian di Magelang pada November 2024. Potongan video yang memperlihatkan peristiwa tersebut kemudian beredar luas di media sosial dan memunculkan perdebatan publik. Dalam video tersebut, Gus Miftah, ketika berada di atas panggung sebuah acara keagamaan, merespons keberadaan penjual es teh dengan ucapan dalam bahasa Jawa yang diakhiri dengan kata “goblok”. Pernyataan tersebut kemudian dipahami secara berbeda oleh publik: sebagian melihatnya dalam konteks candaan dan spontanitas, sementara sebagian lainnya menilainya sebagai bentuk penghinaan terhadap seorang pedagang dan tidak sesuai dengan kesantunan seorang pendakwah (Muhyiddin, 2024). Kontroversi tersebut dengan demikian tidak hanya menyangkut penggunaan satu kata, tetapi menyentuh persoalan yang lebih luas mengenai batas humor, kesantunan bahasa, penghormatan terhadap *mad'u*, dan keteladanan seorang pendakwah dalam ruang publik.

Kontroversi tersebut kemudian berkembang dari media sosial ke media massa. Perpindahan suatu peristiwa dari ruang sosial ke ruang pemberitaan menjadikan media memiliki peran penting dalam menentukan bagaimana peristiwa tersebut dipahami oleh khalayak. Perspektif konstruksi realitas sosial memandang bahwa realitas yang hadir dalam media bukan sekadar reproduksi langsung atas realitas empiris, melainkan merupakan hasil seleksi dan pemberian makna. Dalam konteks media massa, berita tidak hanya berfungsi menyampaikan informasi, tetapi juga mengonstruksi realitas melalui pemilihan fakta, sumber, bahasa, dan sudut pandang tertentu (Santoso, 2016). Media dengan demikian memiliki kemampuan untuk menentukan aspek suatu peristiwa yang dianggap penting dan layak ditonjolkan, sekaligus mengurangi atau menghilangkan aspek lainnya (Mulyana & Eriyanto, 2002). Media juga dapat berperan dalam membentuk keyakinan dan pemahaman publik terhadap suatu peristiwa melalui konstruksi makna yang dihasilkannya (Happer & Philo, 2013).

Salah satu pendekatan yang dapat digunakan untuk memahami proses tersebut adalah analisis pembingkaihan berita (*news framing*). Entman menjelaskan *framing* sebagai proses menyeleksi aspek tertentu

dari realitas dan membuatnya lebih menonjol dalam teks komunikasi sehingga mendorong khalayak memahami suatu peristiwa melalui definisi masalah, diagnosis penyebab, penilaian moral, dan rekomendasi penyelesaian tertentu (Entman, 1993). Keempat fungsi tersebut menjadi relevan dalam melihat pemberitaan mengenai kontroversi ucapan Gus Miftah karena media bukan hanya menentukan apa yang dianggap sebagai masalah, tetapi juga dapat menentukan bagaimana tindakan tersebut dinilai secara moral dan bagaimana seharusnya persoalan tersebut diselesaikan. Dengan demikian, *framing* dapat digunakan untuk mengidentifikasi bagaimana media mengonstruksi batas antara perilaku yang dianggap sesuai atau tidak sesuai dengan etika dakwah.

Konstruksi tersebut menjadi semakin menarik ketika objek penelitian diarahkan pada media Islam. Media Islam tidak hanya berfungsi sebagai institusi jurnalistik yang menyampaikan informasi, tetapi juga membawa identitas, nilai, dan orientasi keagamaan tertentu. Perbedaan latar institusional dapat memberikan konteks terhadap cara media memahami dan menyajikan suatu isu keagamaan. Dalam kasus ini, *Republika.co.id* dan *Hidayatullah.com* merupakan dua media Islam yang memiliki latar institusional berbeda. *Republika.co.id* memiliki sejarah keterkaitan dengan Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan dalam perkembangan jurnalismenya dikenal dengan orientasi Islam yang kosmopolitan (Saepullah & Muchtar, 2020; Steele, 2020). Sementara itu, *Hidayatullah.com* berkembang dari lingkungan organisasi Hidayatullah dan membawa perhatian yang kuat terhadap isu-isu keislaman serta pembinaan kehidupan umat (Pratiwi, Syafrin & Syarah, 2021; Prihastuti, 2019). Perbedaan latar tersebut tidak semata menunjukkan bahwa kedua media pasti memiliki *framing* yang berbeda, tetapi memberikan konteks penting untuk mengkaji bagaimana keduanya mengonstruksi persoalan etika dakwah terhadap peristiwa yang sama.

Sejumlah penelitian sebelumnya telah mengkaji hubungan antara media, figur keagamaan, dan kontroversi dakwah. Fikri dan Indriana (2025), misalnya, membahas kontroversi dakwah Gus Miftah dalam diskursus digital dengan menyoroti respons netizen dan dimensi sosial-kultural dari kontroversi tersebut. Penelitian mengenai *framing* figur

keagamaan juga menunjukkan bahwa media dapat memberikan konstruksi yang berbeda terhadap tokoh agama melalui pemilihan isu, sumber, dan penekanan tertentu (Santoso, 2022). Penelitian lain mengenai *Hidayatullah.com* juga memperlihatkan bahwa media Islam dapat menjadi arena konstruksi makna terhadap isu keagamaan melalui pilihan *framing* tertentu (Prihastuti, 2019). Sementara itu, penelitian tentang *Republika.co.id* menunjukkan bahwa media tersebut juga melakukan seleksi dan penonjolan aspek tertentu dalam pemberitaannya (Anggoro et al., 2023). Meskipun demikian, penelitian-penelitian tersebut belum secara khusus mempertemukan persoalan etika dakwah dengan konstruksi *framing* media Islam dalam pemberitaan mengenai perilaku komunikasi seorang pendakwah.

Celah tersebut penting karena kontroversi ucapan “goblok” tidak hanya merupakan persoalan mengenai bagaimana seorang tokoh publik diberitakan, tetapi juga menyangkut bagaimana standar etis seorang pendakwah dikonstruksi melalui pemberitaan. Ketika media menampilkan permintaan maaf, klarifikasi, teguran, kesalahan tutur kata, persoalan adab, atau keteladanan sebagai bagian dari berita, media pada saat yang sama sedang membentuk pemahaman tertentu mengenai perilaku yang dianggap layak atau tidak layak bagi seorang *da'i*. Dengan kata lain, pemberitaan dapat menjadi ruang tempat nilai-nilai etika dakwah dinegosiasikan dan dipertegas. Persoalan inilah yang belum cukup dijelaskan oleh penelitian yang hanya melihat kontroversi Gus Miftah sebagai fenomena komunikasi digital atau hanya membandingkan perbedaan *framing* media.

Berdasarkan perspektif tersebut, penelitian ini memandang bahwa analisis *framing* tidak hanya digunakan untuk mengidentifikasi perbedaan sudut pandang pemberitaan, tetapi juga untuk mengungkap bagaimana media Islam mengonstruksi etika dakwah melalui penilaian terhadap perilaku seorang pendakwah. Analisis terhadap enam berita dari *Republika.co.id* dan *Hidayatullah.com* diarahkan pada empat perangkat *framing* Entman, yaitu *define problems*, *diagnose causes*, *make moral judgment*, dan *treatment recommendation*. Melalui perangkat tersebut, penelitian ini berupaya melihat bagaimana kedua media mendefinisikan persoalan, menentukan penyebab, memberikan

penilaian moral, dan menawarkan bentuk penyelesaian terhadap kontroversi ucapan “goblok” Gus Miftah.

Penelitian ini bertujuan menganalisis konstruksi etika dakwah dalam pemberitaan *Republika.co.id* dan *Hidayatullah.com* mengenai kontroversi ucapan “goblok” Gus Miftah. Secara khusus, penelitian ini berupaya mengidentifikasi persamaan dan perbedaan kedua media dalam mendefinisikan persoalan etika, memosisikan Gus Miftah sebagai subjek pemberitaan, memberikan penilaian moral, serta mengonstruksi bentuk tanggung jawab yang dianggap tepat.

Etika Dakwah

Etika dakwah merupakan bagian penting dalam komunikasi dakwah karena aktivitas dakwah tidak hanya berkaitan dengan substansi pesan yang disampaikan, tetapi juga dengan cara seorang pendakwah (*da'i*) menyampaikan pesan tersebut kepada mitra dakwah (*mad'u*). Dalam komunikasi dakwah, pesan tidak sekadar disebarkan oleh komunikator, tetapi perlu disampaikan dengan kejujuran, kepercayaan, dan kebijaksanaan (Tanjung & Abdullah, 2025). Dengan demikian, etika dakwah berkaitan dengan prinsip moral yang mengarahkan perilaku *da'i* ketika menjalankan aktivitas dakwah. Etika tidak hanya berfungsi untuk menentukan benar atau salahnya suatu tindakan, tetapi juga memberikan pedoman mengenai bagaimana seseorang seharusnya bertindak dalam relasi sosial.

Dalam perspektif dakwah, dimensi etis tersebut menjadi semakin penting karena *da'i* tidak hanya menyampaikan ajaran agama, tetapi juga menjadi representasi nilai-nilai yang disampaikannya. Toha Yahya Omar memandang etika dakwah sebagai perilaku lahiriah yang dilakukan dengan niat baik dan berkaitan erat dengan sikap, perilaku, serta adab yang harus dijunjung oleh seorang *da'i* dalam menjalankan tugas dakwahnya (Habibi, 2025).

Kajian Literatur

Pandangan tersebut menunjukkan bahwa etika dakwah mencakup dimensi internal berupa niat dan dimensi eksternal berupa perilaku yang dapat diamati dalam proses komunikasi. Dengan demikian, kualitas etis seorang *da'i* tidak hanya dapat dilihat dari kebenaran pesan yang disampaikan, tetapi juga dari sikap, bahasa, dan cara memperlakukan *mad'u*.

Salah satu perspektif yang relevan untuk memahami dimensi tersebut adalah pemikiran Fethullah Gülen mengenai dakwah humanis. Gülen menempatkan kelembutan, toleransi, keterbukaan dialog, pelayanan kemanusiaan, keteladanan moral, dan penghormatan terhadap martabat manusia sebagai prinsip penting dalam penyampaian pesan keagamaan (Habibi, 2015, 2025). Di antara prinsip tersebut, kelembutan memiliki relevansi khusus dengan etika komunikasi *da'i*. Kelembutan tidak hanya berarti berbicara dengan nada yang halus, tetapi juga mencakup sikap ramah, rendah hati, santun dalam berbahasa, dan menghormati pihak yang menjadi sasaran dakwah. Dakwah tidak seharusnya dibangun melalui paksaan, kekerasan verbal, atau penghinaan karena tindakan semacam itu dapat menciptakan jarak antara *da'i* dan *mad'u* (Ridho & Hariyadi, 2021).

Prinsip kelembutan tersebut berkaitan erat dengan penghormatan terhadap martabat manusia. Dalam aktivitas dakwah, *mad'u* tidak semestinya diposisikan hanya sebagai objek yang harus menerima pesan, tetapi sebagai manusia yang memiliki martabat dan harus diperlakukan secara hormat. Karena itu, penggunaan bahasa yang merendahkan, memperlakukan, atau menempatkan seseorang sebagai objek ejekan dapat menjadi persoalan etis, terutama ketika dilakukan oleh seorang *da'i* di ruang publik. Dakwah yang berorientasi pada kemanusiaan justru menuntut kemampuan *da'i* untuk memahami kondisi sosial dan psikologis *mad'u* serta menyesuaikan bahasa dengan konteks komunikasi (Arianti, 2026). Dalam perspektif ini, humor sekalipun tidak dengan sendirinya bertentangan dengan dakwah, tetapi penggunaannya tetap dibatasi oleh tuntutan untuk menjaga kehormatan dan martabat orang lain.

Selain kelembutan, etika dakwah juga berkaitan dengan keteladanan. *Da'i* memiliki posisi komunikatif yang memungkinkan

perilaku dan tutur katanya diamati, ditiru, serta dinilai oleh masyarakat. Karena itu, terdapat tuntutan kesesuaian antara pesan moral yang disampaikan dan perilaku komunikatornya. Prinsip *uswah hasanah* menempatkan keteladanan sebagai salah satu dimensi penting dalam dakwah, yaitu kesesuaian antara ucapan dan tindakan seorang *da'i* (Handayani & Jaya, 2024). Dalam konteks tersebut, ucapan seorang pendakwah tidak hanya dipahami sebagai ekspresi personal, tetapi juga dapat memperoleh makna moral karena melekat pada posisi sosialnya sebagai figur keagamaan.

Prinsip etika dakwah juga dapat dipahami melalui konsep hikmah, *mau'izah hasanah*, dan *mujadalah billati hiya ahsan*. Hikmah menuntut kebijaksanaan dalam menentukan waktu, cara, dan bahasa yang digunakan dalam menyampaikan pesan. *Mau'izah hasanah* menekankan penyampaian nasihat dengan cara yang baik, menenangkan, dan tidak menyakiti, sedangkan *mujadalah billati hiya ahsan* mengharuskan perbedaan pandangan disampaikan melalui dialog yang santun dan argumentatif (Handayani & Jaya, 2024). Ketiga prinsip tersebut menunjukkan bahwa etika dakwah tidak dapat dipisahkan dari pilihan bahasa dan strategi komunikasi. Seorang *da'i* dituntut memiliki kemampuan untuk menempatkan bahasa secara proporsional sesuai dengan situasi, karakter *mad'u*, dan tujuan dakwah.

Berdasarkan berbagai pandangan tersebut, etika dakwah dalam penelitian ini dipahami sebagai seperangkat prinsip moral yang mengatur cara seorang *da'i* menyampaikan pesan dan memperlakukan *mad'u* dalam proses dakwah. Etika tersebut tidak hanya menyangkut kebenaran materi dakwah, tetapi juga mencakup kesantunan bahasa, kelembutan dalam berkomunikasi, penghormatan terhadap martabat manusia, keteladanan, sensitivitas terhadap kondisi *mad'u*, serta tanggung jawab moral atas perilaku dan ucapan. Dengan pengertian tersebut, tindakan seorang *da'i* dapat dinilai secara etis bukan hanya berdasarkan apa yang dikatakannya, tetapi juga berdasarkan bagaimana, kepada siapa, dan dalam konteks apa sesuatu disampaikan.

Konseptualisasi tersebut penting dalam penelitian ini karena kontroversi ucapan “goblok” Gus Miftah tidak semata-mata berkaitan dengan pilihan satu kata, tetapi menyangkut persoalan mengenai batas

kesantunan, penghormatan terhadap orang lain, posisi sosial *da'i*, dan tanggung jawab moral dalam komunikasi dakwah. Ketika suatu media menyebut tindakan tersebut sebagai kesalahan dalam bertutur, pelanggaran adab, persoalan keteladanan, atau tindakan yang perlu diperbaiki melalui permintaan maaf dan klarifikasi, media pada dasarnya sedang menghadirkan penilaian tertentu mengenai perilaku yang dianggap sesuai atau tidak sesuai dengan etika dakwah.

Dalam penelitian ini, prinsip-prinsip tersebut selanjutnya digunakan sebagai perspektif interpretatif untuk membaca hasil analisis *framing*, bukan sebagai kategori *framing* yang menggantikan perangkat analisis Entman. Empat perangkat *framing* Entman, yakni *define problems*, *diagnose causes*, *make moral judgment*, dan *treatment recommendation*, digunakan untuk mengidentifikasi bagaimana media mendefinisikan persoalan, menentukan penyebab, memberikan penilaian moral, dan menawarkan penyelesaian. Sementara itu, konsep etika dakwah digunakan untuk menginterpretasikan substansi moral yang muncul dalam proses *framing* tersebut. Dengan demikian, penelitian dapat melihat bukan hanya bagaimana *Republika.co.id* dan *Hidayatullah.com* membingkai kontroversi ucapan “goblok”, tetapi juga nilai etika dakwah apa yang ditonjolkan, bagaimana pelanggaran tersebut dimaknai, serta bentuk tanggung jawab moral apa yang dianggap tepat bagi seorang pendakwah.

Berdasarkan sintesis literatur tersebut, penelitian ini memusatkan perhatian pada lima dimensi etika dakwah yang paling relevan dengan objek penelitian, yaitu (1) kesantunan dan kelembutan bahasa, (2) penghormatan terhadap martabat *mad'u*, (3) keteladanan *da'i*, (4) sensitivitas terhadap kondisi sosial dan posisi *mad'u*, serta (5) tanggung jawab moral atas ucapan dan tindakan.

Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis teks media untuk mengkaji bagaimana realitas

kontroversi ucapan “goblok” Miftah Maulana dikonstruksi dalam pemberitaan. Analisis dilakukan menggunakan model *framing* Robert Entman yang mengoperasionalkan empat perangkat, yaitu *define problems*, *diagnose causes*, *make moral judgment*, dan *treatment recommendation* (Entman, 1993). Keempat perangkat tersebut digunakan untuk mengidentifikasi bagaimana media mendefinisikan persoalan, memosisikan penyebab, memberikan penilaian moral, dan mengonstruksi bentuk penyelesaian terhadap kontroversi tersebut. Hasil *framing* selanjutnya diinterpretasikan menggunakan perspektif etika dakwah, terutama nilai kelembutan komunikasi, penghormatan terhadap martabat manusia, keteladanan moral, menjaga lisan, dan tanggung jawab pendakwah.

Data penelitian berupa teks berita straight news mengenai kontroversi ucapan “goblok” Miftah Maulana kepada penjual es teh yang dipublikasikan oleh *Republika.co.id* dan *Hidayatullah.com* pada 3–7 Desember 2024. Berdasarkan penelusuran arsip pemberitaan, ditemukan 12 berita yang relevan, masing-masing enam berita dari setiap media. Dari keseluruhan data tersebut, dipilih enam berita sebagai unit analisis, masing-masing tiga berita dari setiap media, melalui teknik sampel bertujuan (*purposive sampling*) berdasarkan relevansi dengan fokus penelitian dan kemampuan berita merepresentasikan penekanan *framing* masing-masing media, sebagaimana dideskripsikan dalam table 1. Periode tersebut dipilih karena merupakan momentum meningkatnya perhatian publik terhadap kontroversi Miftah Maulana, sebagaimana terlihat dari peningkatan pencarian terkait “Gus Miftah” dan “penjual es teh” pada *Google Trends*.

Analisis data mengikuti tahapan analisis kualitatif Miles, Huberman, dan Saldaña (2014), meliputi kondensasi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Pada tahap kondensasi, keenam teks dibaca secara menyeluruh dan bagian yang relevan, meliputi judul, paragraf pembuka, diksi, kutipan narasumber, kronologi, dan informasi pendukung, dikategorikan berdasarkan empat perangkat *framing* Entman. Data kemudian disajikan dalam tabel secara komparatif untuk mengidentifikasi persamaan dan perbedaan konstruksi kedua media. Selanjutnya, hasil *framing* diinterpretasikan

melalui perspektif etika dakwah untuk mengidentifikasi nilai moral yang ditonjolkan dalam pemberitaan. Kesimpulan ditarik berdasarkan pola *framing* yang muncul secara konsisten dan diverifikasi dengan meninjau kembali teks, hasil kategorisasi, dan interpretasi agar setiap temuan memiliki dasar tekstual yang memadai.

Tabel 1. Unit Analisis Penelitian

Media	Judul Berita	Tanggal
<i>Republika.co.id</i>	Viral Gus Miftah Bilang Goblok ke Pedagang Es Saat Mengisi Pengajian, Warganet Geram	3 Desember 2024
	Respons MUI Soal Gus Miftah Menghina Penjual Es Teh	3 Desember 2024
	Gus Miftah Minta Maaf ke Pedagang Es: Kita Bisa Pengajian di Sini	4 Desember 2024
<i>Hidayatullah.com</i>	Miftah Datangi Penjual Es Teh setelah Kemarahan Netizen dan Peringatan dari Istana	4 Desember 2024
	Menangis, Miftah Maulana Mundur Dari Utusan Khusus Presiden Prabowo Subianto	6 Desember 2024
	Usai Penjual Es, Video Lawas Miftah Merendahkan Sinden Senior Yati Pesek Viral	6 Desember 2024

Hasil dan Pembahasan

Republika.co.id: Viral Gus Miftah Bilang Goblok ke Pedagang Es Saat Mengisi Pengajian, Warganet Geram Seleksi Isu

Berdasarkan judul berita, *Republika.co.id* menyeleksi dua isu utama, yaitu ucapan “goblok” yang disampaikan Gus Miftah kepada pedagang es dan reaksi negatif warganet terhadap peristiwa tersebut. Penggunaan kata “viral” pada awal judul menunjukkan bahwa media tidak hanya melihat peristiwa sebagai insiden personal, tetapi juga sebagai fenomena yang telah memperoleh perhatian luas di ruang publik. Sementara itu, frasa “bilang goblok ke pedagang es saat mengisi pengajian” menempatkan ucapan tersebut dalam konteks aktivitas dakwah. Dengan demikian, persoalan yang ditonjolkan bukan semata-mata penggunaan kata kasar, melainkan penggunaan bahasa tersebut oleh seorang pendakwah dalam ruang keagamaan dan di hadapan publik.

Frasa “warganet geram” semakin memperkuat arah seleksi isu. Reaksi masyarakat ditempatkan sebagai bagian penting dari pemberitaan sehingga tindakan Gus Miftah dipahami melalui perspektif penerimaan publik terhadap perilaku seorang tokoh agama. Media dengan demikian mengonstruksi peristiwa sebagai persoalan sosial dan etis yang berkaitan dengan ekspektasi masyarakat terhadap perilaku seorang pendakwah.

Seleksi isu tersebut menunjukkan bahwa *Republika.co.id* tidak menjadikan kronologi peristiwa sebagai satu-satunya fokus pemberitaan. Media lebih menonjolkan ketidaksesuaian antara posisi Gus Miftah sebagai pendakwah dengan bentuk komunikasi yang digunakan kepada seorang pedagang es. Dalam konstruksi ini, status sosial dan peran keagamaan Gus Miftah menjadi konteks penting dalam menentukan signifikansi peristiwa.

Penonjolan Isu

Penonjolan aspek dilakukan melalui pilihan diksi, struktur narasi, dan pemilihan sumber yang memperkuat dimensi etis peristiwa. Salah satu diksi yang paling dominan adalah kata “goblok”. Meskipun ditulis dengan penyensoran pada bagian tertentu, kata tersebut tetap menjadi pusat perhatian dalam judul maupun isi berita. Secara semantis, “goblok” merupakan bentuk bahasa kasar yang memiliki makna merendahkan atau menyebut seseorang sebagai sangat bodoh (Rochmah, 2018). Pengulangan kata tersebut membuat persoalan bahasa menjadi elemen penting dalam konstruksi berita.

Aspek lain yang ditonjolkan adalah penyebutan pihak yang menjadi sasaran ucapan sebagai “pedagang es”. Penyandingan antara identitas Gus Miftah sebagai tokoh agama dengan identitas pedagang es memberikan konteks relasional terhadap peristiwa. Media tidak hanya menampilkan siapa yang mengucapkan kata tersebut, tetapi juga kepada siapa kata itu diarahkan. Dengan demikian, tindakan tersebut dapat dibaca sebagai persoalan relasi sosial antara seorang tokoh agama dengan masyarakat biasa yang berada dalam posisi sosial dan ekonomi yang berbeda.

Jurnalis *Republika.co.id* memperkuat penonjolan aspek etis tersebut dengan mengutip komentar sejumlah warganet yang bernada kecaman. Misalnya, komentar yang menyatakan bahwa adab lebih tinggi daripada ilmu, @MarjukiSaleh:

"Adab lebih tinggi daripada ilmu. Setinggi apapun jabatan seseorang,sekaya apapun seseorang ,sepintar apapun seseorang gak ada yg berhak untuk merendahkan orang lain apalagi orang yg dlm keadaan mencari nafkah untuk keluarga. Bisa2nya orang seperti ini masih ada yang memuja."

Pula *Republika.co.id* menggunakan komentar yang mempertanyakan kelayakan seorang tokoh agama untuk merendahkan orang lain untuk memperlihatkan respons moral masyarakat terhadap tindakan Gus Miftah, @faizsalamI2u: “Gus gusan Ra duwe adabb blokk,” Serta @MuhAhmad-zhut menulis,

"Orang gitu masih diundang, masa iya ulama ketika sudah diatas menjina orang dibawah, Suatu saat akan kebalik, roda itu berputar, miris banget."

Pemilihan komentar tersebut bukan sekadar menunjukkan adanya reaksi publik, tetapi juga menyediakan perspektif evaluatif yang mengarahkan pembaca untuk memahami peristiwa sebagai persoalan adab dan etika.

Secara operasional, penonjolan isu (*salience*) tersebut secara detail tampak dari bagaimana media tersebut mendefinisikan masalah (*define problems*), mengidentifikasi penyebab (*diagnose causes*), memberikan penilaian moral (*make moral judgment*), dan memberikan saran (*treatment recommendation*) sebagaimana berikut:

Define problems. Berdasarkan seleksi dan penonjolan aspek tersebut, *Republika.co.id* mendefinisikan persoalan (*define problems*) sebagai perilaku komunikasi seorang pendakwah yang diposisikan tidak sesuai dengan etika dan ekspektasi moral publik. Masalah utama bukan hanya terletak pada kata “goblok”, tetapi pada penggunaan bahasa tersebut oleh seorang tokoh agama dalam konteks pengajian dan terhadap seseorang yang berada dalam posisi sosial yang berbeda. Ringkasnya, *define problems* pada berita ini adalah perilaku komunikasi Gus Miftah sebagai pendakwah diposisikan sebagai persoalan etika karena penggunaan bahasa yang kasar dan merendahkan terhadap pedagang es dalam ruang publik keagamaan.

Diagnose causes. Dalam perangkat *diagnose causes*, penyebab persoalan diarahkan pada gaya komunikasi Gus Miftah yang menggunakan bahasa kasar dalam konteks candaan. Berita menunjukkan bahwa ucapan tersebut muncul dalam suasana pengajian dan berkaitan dengan interaksi antara Gus Miftah dan pedagang es. Akan tetapi, konteks candaan tidak sepenuhnya menghilangkan persoalan karena ucapan tersebut tetap diterima sebagai bentuk penghinaan oleh sebagian publik.

Dengan demikian, penyebab masalah tidak terutama dikonstruksi sebagai persoalan niat buruk, tetapi sebagai ketidaktepatan penggunaan bahasa dan cara berkomunikasi dalam situasi publik. Posisi Gus Miftah sebagai pendakwah membuat standar komunikasi yang melekat padanya menjadi lebih tinggi. Dalam konteks etika dakwah, kondisi tersebut berkaitan dengan prinsip hikmah, kelembutan dalam komunikasi, serta penghormatan manusia.

Tabel 2. Konstruksi komunikasi dakwah Gus Miftah yang tidak sesuai dengan etika dakwah

Perangkat <i>Framing</i>	Hasil Analisis <i>Framing</i> Berita
<i>Define Problem</i>	Gus Miftah diposisikan sebagai pendakwah yang menggunakan komunikasi yang tidak sesuai dengan ekspektasi etika dakwah.
<i>Diagnose causes</i>	Penyebab masalah diarahkan pada gaya komunikasi Gus Miftah yang dianggap kasar dan tidak pantas. Konteks candaan tidak menghilangkan persoalan etis karena ucapan tersebut diarahkan kepada seorang pedagang es yang diposisikan sebagai masyarakat biasa.
<i>Make Moral Judgement</i>	Komunikasi Gus Miftah dinilai bertentangan dengan nilai adab, penghormatan terhadap martabat manusia, dan ekspektasi etis terhadap seorang tokoh agama. Penilaian tersebut diperkuat melalui komentar warganet yang dikutip jurnalis <i>Republika</i> .
<i>Treatment recommendation</i>	Media tidak memberikan rekomendasi penyelesaian secara eksplisit. Namun, secara implisit, <i>framing</i> mengarah pada pentingnya penggunaan bahasa yang santun dan penghormatan terhadap masyarakat dalam komunikasi dakwah.

Make Moral Judgement. Penilaian moral dalam berita terutama dibangun melalui kutipan komentar warganet yang mengecam perilaku Gus Miftah. Pernyataan seperti “adab lebih tinggi daripada ilmu” dan kritik terhadap tindakan merendahkan orang lain menunjukkan bahwa perilaku tersebut dinilai bertentangan dengan norma kesopanan dan

keteladanan seorang tokoh agama. Penilaian moral tersebut diperkuat oleh konteks sosial pelaku dan sasaran ucapan. Gus Miftah tidak diposisikan semata-mata sebagai individu yang melakukan kesalahan komunikasi, tetapi sebagai pendakwah yang memiliki tanggung jawab moral lebih besar karena perilakunya menjadi perhatian publik. Dengan demikian, standar etika yang digunakan dalam pemberitaan berkaitan dengan adab, keteladanan, penghormatan terhadap orang lain, dan tanggung jawab seorang pendakwah dalam menggunakan bahasa.

Treatment recommendation. Pada perangkat *treatment recommendation*, berita pertama tidak memberikan rekomendasi penyelesaian secara eksplisit. *Republika.co.id* lebih berfungsi menampilkan peristiwa, reaksi publik, dan penilaian moral terhadap tindakan Gus Miftah. Tidak ditemukan anjuran langsung dari media mengenai bentuk penyelesaian yang harus dilakukan oleh Gus Miftah.

Absennya rekomendasi penyelesaian menunjukkan bahwa pada berita pertama *Republika.co.id* masih berada pada tahap membangun persoalan dan memperlihatkan penilaian publik, bukan menawarkan solusi. Hal ini penting karena rekomendasi penyelesaian baru terlihat lebih jelas pada pemberitaan berikutnya ketika Gus Miftah menyampaikan permintaan maaf kepada pedagang es.

***Republika.co.id*: MUI Soal Gus Miftah Menghina Penjual Es Teh Seleksi Isu**

Berdasarkan judul berita, *Republika.co.id* secara tegas menyeleksi isu dengan memusatkan perhatian pada respons institusi keagamaan, yakni Majelis Ulama Indonesia (MUI), terhadap pernyataan Gus Miftah kepada penjual es teh. Penempatan frasa “Respons MUI” pada bagian awal judul menunjukkan bahwa fokus utama berita bukan semata-mata tindakan Gus Miftah, melainkan penilaian moral dan sikap otoritatif MUI terhadap peristiwa tersebut. Dengan demikian, ucapan “goblok” ditempatkan dalam kerangka evaluasi normatif oleh otoritas keagamaan, bukan sekadar sebagai polemik yang berkembang di media sosial.

Pilihan kata “menghina” dalam judul juga memiliki bobot makna yang kuat. Diksi tersebut menunjukkan bahwa *Republika.co.id* tidak membingkai peristiwa ini semata-mata sebagai candaan atau kesalahan

komunikasi, tetapi mengonstruksinya sebagai tindakan yang bermasalah secara etis. Dengan seleksi isu tersebut, *Republika.co.id* membingkai peristiwa Gus Miftah sebagai persoalan etika komunikasi seorang penceramah dan pejabat publik, terutama berkaitan dengan tuntutan keteladanan yang melekat pada posisi tersebut.

Seleksi isu ini semakin terlihat melalui penempatan KH Cholil Nafis sebagai figur yang memberikan interpretasi terhadap peristiwa. Sebagai Ketua MUI Bidang Dakwah dan Ukhuwah, KH Cholil Nafis tidak hanya diposisikan sebagai sumber informasi, tetapi juga sebagai otoritas yang memberikan penilaian normatif terhadap tindakan Gus Miftah. Dengan demikian, media mengarahkan pembaca untuk memahami peristiwa melalui perspektif etika dan kepantasan komunikasi tokoh agama di ruang publik.

Penonjolan Isu

Untuk menonjolkan aspek tertentu, *Republika.co.id* menempatkan Ketua MUI Bidang Dakwah dan Ukhuwah, KH Cholil Nafis, sebagai narasumber utama yang memberikan interpretasi terhadap peristiwa. Kutipan yang dipilih secara dominan menekankan pesan moral dan peringatan etis, seperti pernyataan bahwa “ucapan itu tak baik dikatakan apalagi di depan publik oleh penceramah dan pejabat publik” serta bahwa “orang-orang berharap kepada penceramah apalagi merangkap pejabat untuk mendapat keteladanan.” Pemilihan pernyataan tersebut memperkuat bingkai bahwa persoalan utama bukan hanya penggunaan kata yang kasar, tetapi ketidaksesuaian antara perilaku komunikator dengan ekspektasi keteladanan yang melekat pada statusnya sebagai penceramah dan pejabat publik.

Secara kebahasaan, *Republika.co.id* tetap mempertahankan istilah “goblok” dalam kutipan langsung sehingga aspek penggunaan bahasa kasar tetap menjadi bagian penting dari konstruksi berita. Namun, dibandingkan dengan berita sebelumnya yang lebih menonjolkan reaksi warganet, berita ini memberikan ruang yang lebih besar kepada otoritas keagamaan formal. Kehadiran MUI melalui KH Cholil Nafis memberikan legitimasi normatif terhadap kritik yang diarahkan kepada Gus Miftah. Dengan demikian, kontroversi tersebut tidak hanya

dikonstruksi sebagai persoalan yang ramai diperbincangkan publik, tetapi sebagai persoalan etika yang memperoleh penilaian dari otoritas keagamaan.

Di sisi lain, *Republika.co.id* tetap menyajikan kronologi peristiwa secara cukup rinci, mulai dari waktu dan lokasi pengajian, keberadaan pedagang es teh di tengah jamaah, percakapan Gus Miftah dengan pedagang, hingga respons tawa para jamaah dan tokoh yang berada di atas panggung. Namun, kronologi tersebut berfungsi terutama sebagai konteks yang menjelaskan munculnya pernyataan kontroversial, bukan sebagai kerangka utama untuk membenarkan tindakan Gus Miftah.

Hal yang sama terlihat pada penyajian kisah tasawuf mengenai pedagang es teh dan pedagang bakso yang disampaikan Gus Miftah. Narasi tersebut memang ditampilkan dalam berita, tetapi tidak ditempatkan sebagai kerangka utama untuk memahami peristiwa. Narasi tersebut lebih berfungsi sebagai bagian dari kronologi yang berada dalam kerangka evaluasi etis yang diberikan oleh MUI. Dengan demikian, aspek yang paling ditonjolkan *Republika.co.id* adalah persoalan kepantasan komunikasi, etika penceramah, dan keteladanan tokoh agama di ruang publik.

Define Problem. Dalam hal ini, *Republika.co.id* mendefinisikan persoalan bukan semata-mata sebagai viralnya ucapan “goblok”, tetapi sebagai persoalan etika komunikasi seorang penceramah dan pejabat publik. Ucapan tersebut menjadi problematis karena disampaikan oleh figur yang memiliki posisi publik dan keagamaan serta diharapkan dapat memberikan keteladanan kepada masyarakat.

Dengan menghadirkan respons KH Cholil Nafis, persoalan tersebut memperoleh kerangka normatif yang lebih jelas. Pernyataan bahwa ucapan tersebut “tak baik dikatakan apalagi di depan publik oleh penceramah dan pejabat publik” menunjukkan bahwa problem yang dibangun berkaitan dengan kepantasan perilaku komunikator agama dalam ruang publik. Dengan demikian, masalah didefinisikan sebagai ketidaksesuaian antara perilaku komunikasi Gus Miftah dengan ekspektasi keteladanan yang melekat pada posisi seorang penceramah dan pejabat publik.

Diagnose causes. Pada elemen *diagnose causes*, *Republika.co.id*

membingkai penyebab persoalan melalui pernyataan KH Cholil Nafis mengenai perlunya “kemampuan diri sang penceramah dalam menanggapi sesuatu sehingga tidak kontra produktif.” Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa persoalan dikaitkan dengan ketidakmatangan diri seorang penceramah dalam mengelola respons dan komunikasi ketika berada di ruang publik.

Dengan demikian, penyebab problem tidak hanya diletakkan pada penggunaan kata “goblok”, tetapi pada kurangnya kemampuan untuk mempertimbangkan kepantasan ucapan dalam konteks sosial dan posisi komunikator. Status Gus Miftah sebagai penceramah sekaligus pejabat publik membuat tuntutan terhadap kemampuan komunikasi menjadi lebih besar. Oleh karena itu, *Republika.co.id* melalui sumber yang dipilih mengonstruksi persoalan sebagai akibat dari ketidaksesuaian antara tanggung jawab komunikasi seorang tokoh publik dengan cara ia merespons situasi dalam forum pengajian.

Make moral judgment. Pada elemen ini, *Republika.co.id* menampilkan penilaian moral melalui pernyataan KH Cholil Nafis. Ucapan Gus Miftah dinilai “tak baik” untuk disampaikan, terlebih oleh seorang penceramah dan pejabat publik. Penilaian tersebut semakin diperkuat dengan pernyataan bahwa masyarakat berharap kepada penceramah untuk memperoleh keteladanan. Selain itu, pedagang es teh dikonstruksi secara positif sebagai seseorang yang sedang “berkasab mencari rezeki yang halal sesuai kemampuannya.” *Framing* ini menempatkan pedagang sebagai pihak yang menjalankan pekerjaan secara wajar dan halal. Sebaliknya, perilaku Gus Miftah memperoleh evaluasi negatif karena dianggap tidak sesuai dengan ekspektasi keteladanan seorang penceramah.

Puncak penilaian moral terlihat pada pernyataan KH Cholil Nafis, “Yang seperti itu jangan ditiru ya dek. Astagfirullah.” Pernyataan tersebut memberikan batas moral yang jelas bahwa perilaku tersebut tidak layak dijadikan teladan. Dengan demikian, pemberitaan tidak berhenti pada penyampaian fakta mengenai kontroversi, tetapi mengarahkan pembaca pada pemahaman bahwa seorang penceramah memiliki tanggung jawab moral untuk menjaga ucapan dan perilakunya di ruang publik.

Treatment recommendation. Pada elemen *treatment recommendation*, *Republika.co.id* tidak menyampaikan rekomendasi penyelesaian secara langsung melalui suara redaksional. Namun, rekomendasi dapat ditemukan secara implisit melalui pernyataan KH Cholil Nafis yang dijadikan sumber utama dalam berita.

Pernyataan mengenai perlunya “kematangan diri sang penceramah” menunjukkan bahwa penyelesaian persoalan diarahkan pada peningkatan kematangan diri dan kemampuan mengendalikan komunikasi. Sementara itu, pernyataan “Yang seperti itu jangan ditiru” menunjukkan adanya tuntutan agar perilaku serupa tidak direproduksi oleh penceramah maupun masyarakat. Dengan demikian, rekomendasi penyelesaian yang dikonstruksi secara implisit adalah perlunya penceramah memiliki kematangan diri, menjaga ucapan dalam komunikasi publik, serta mempertahankan keteladanan sebagai bagian dari tanggung jawab moralnya sebagai tokoh agama dan pejabat publik.

Tabel 3. Konstruksi pendakwah sebagai teladan etis

Perangkat <i>Framing</i>	Hasil Analisis <i>Framing</i> Berita
<i>Define Problem</i>	Ucapan Gus Miftah kepada pedagang es teh diposisikan sebagai persoalan etika komunikasi penceramah dan pejabat publik karena tidak sesuai dengan ekspektasi keteladanan yang melekat pada posisi tersebut.
<i>Diagnose causes</i>	Persoalan dikaitkan dengan ketidakmatangan diri penceramah dalam menanggapi situasi dan kurangnya kehati-hatian dalam komunikasi publik sehingga menghasilkan ucapan yang kontra produktif.
<i>Make Moral Judgement</i>	Tindakan Gus Miftah dinilai tidak baik, tidak pantas, dan tidak patut ditiru karena seorang penceramah dan

	pejabat publik diharapkan menjadi teladan bagi masyarakat.
<i>Treatment recommendation</i>	Penyelesaian secara implisit diarahkan pada perlunya kematangan diri, pengendalian ucapan, dan keteladanan penceramah dalam berkomunikasi di ruang publik.

Secara keseluruhan, *Republika.co.id* membingkai peristiwa dalam berita kedua sebagai persoalan etika komunikasi dan keteladanan penceramah, bukan sekadar kontroversi akibat viralnya sebuah video. Berbeda dengan berita pertama yang lebih menonjolkan viralitas dan reaksi publik, berita kedua menggeser pusat legitimasi penilaian kepada otoritas keagamaan formal melalui MUI. Pergeseran tersebut memperkuat konstruksi bahwa perilaku seorang dai di ruang publik tidak hanya dinilai berdasarkan konteks candaan atau maksud komunikator, tetapi juga berdasarkan tanggung jawab moral dan keteladanan yang melekat pada statusnya sebagai tokoh agama dan pejabat publik.

***Republika.co.id*: Gus Miftah Minta Maaf ke Pedagang Es: Kita Bisa Pengajian di Sini Seleksi Isu**

Berdasarkan judul berita, *Republika.co.id* menyeleksi isu dengan memusatkan perhatian pada tindakan Gus Miftah yang mendatangi dan meminta maaf secara langsung kepada pedagang es, Sonhaji. Penempatan frasa “Gus Miftah Minta Maaf ke Pedagang Es” pada bagian awal judul menunjukkan bahwa fokus utama berita bukan lagi kontroversi ucapan “goblok”, melainkan respons Gus Miftah setelah peristiwa tersebut menjadi viral.

Seleksi isu tersebut diperkuat dengan kutipan “Kita Bisa Pengajian di Sini” yang ditempatkan sebagai bagian dari judul. Kutipan tersebut memberikan nuansa rekonsiliatif dan menunjukkan adanya upaya membangun kembali hubungan antara Gus Miftah dengan

pedagang es yang sebelumnya menjadi sasaran ucapannya. Dengan demikian, sejak judul, *Republika.co.id* mengarahkan perhatian pembaca dari konflik menuju proses permintaan maaf dan pemulihan hubungan.

Lead berita juga memperkuat seleksi isu tersebut dengan menjelaskan bahwa Gus Miftah “menyambangi kediaman pedagang es yang sempat viral usai dihina saat pengajian.” Kata “menyambangi” menunjukkan adanya tindakan aktif dari Gus Miftah untuk mendatangi pihak yang menjadi sasaran ucapannya. Sementara itu, penyebutan bahwa pedagang tersebut merupakan pihak yang “sempat viral usai dihina” berfungsi sebagai konteks yang menjelaskan latar belakang permintaan maaf.

Dengan demikian, isu yang dipilih *Republika.co.id* dalam berita ini adalah permintaan maaf dan upaya rekonsiliasi Gus Miftah dengan pedagang es setelah kontroversi ucapan dalam pengajian. Kontroversi awal tetap dipertahankan, tetapi posisinya lebih sebagai latar belakang bagi tindakan permintaan maaf.

Penonjolan Isu

Untuk menonjolkan aspek, *Republika.co.id* tampak memilih diksi dan bahasa yang bernuansa positif dan membangun citra Gus Miftah seperti “menyambangi kediaman,” “merangkul,” “bersilaturahmi,” dan “minta maaf”. Diksi-diksi tersebut membangun dan memperbaiki citra Gus Miftah sebagai figur yang rendah hati, terbuka terhadap kritik, dan bersedia memperbaiki kesalahan.

Kemudian, kesan perbaikan citra ini juga didukung di awal narasinya, *Republika.co.id* menulis “Gus Miftah menyambangi kediaman pedagang es yang sempat viral usai dihina saat pengajian Gus Miftah di Magelang, Jawa Tengah”, kalimat “...pedagang es...dihina saat pengajian Gus Miftah” menunjukkan bahwa *Republika.co.id* tidak memfokuskan Gus Miftah sebagai pelaku penghinaan.

Selain itu, penonjolan aspek silaturahmi dan permintaan maaf secara langsung kepada Kang Sonhaji tersebut terlihat dari penggunaan visual berupa video dari akun youtube potret Magelang yang disajikan *Republika.co.id*, yang menampilkan Gus Miftah merangkul pedagang es di kediamannya. Visual tersebut memperkuat konstruksi verbal

mengenai adanya pendekatan personal dan rekonsiliasi antara kedua pihak. Visual tersebut memperkuat konstruksi verbal mengenai adanya pendekatan personal dan rekonsiliasi antara kedua pihak. Penonjolan tersebut juga diperkuat melalui kutipan langsung Gus Miftah, “Saya perlu bersilaturahmi dengan Kang Son Haji penjual es yang viral.”

Gambar 1. Tangkapan layar Gus Miftah rangkul Sonhaji, pedagang es



Kata “bersilaturahmi” memberikan makna penting dalam konstruksi berita. Permintaan maaf tidak hanya disajikan sebagai tindakan formal untuk merespons kritik publik, tetapi ditempatkan dalam kerangka hubungan sosial dan keagamaan. Penggunaan istilah tersebut memperlihatkan bahwa penyelesaian persoalan dikonstruksi melalui pendekatan interpersonal.

Aspek lain yang ditonjolkan adalah pengakuan Gus Miftah terhadap adanya kesalahpahaman. Ia menyatakan bahwa perkataannya pada saat pengajian merupakan “*guyon tapi disalahpersepsikan*”. Pernyataan tersebut memberikan penjelasan dari perspektif Gus Miftah mengenai konteks ucapan yang kontroversial. Namun, pernyataan tersebut segera diikuti oleh permintaan maaf, “*Apapun itu abah minta maaf sama kang Son.*”

Struktur kutipan tersebut menarik karena memperlihatkan dua posisi sekaligus. Di satu sisi, Gus Miftah menjelaskan bahwa ucapan

tersebut dimaksudkan sebagai candaan; di sisi lain, ia tetap menyampaikan permintaan maaf. Dengan demikian, berita membingkai respons Gus Miftah sebagai upaya mengakui dampak kontroversi sekaligus menjelaskan konteks atau maksud awal ucapannya.

Penekanan lain terlihat saat Gus Miftah menyebut bahwa Kang Sonhaji (pedagang es) adalah “*pedagang es spesialis pengajian*” dan “*sering ikut pengajian*” yang secara implisit ditulis untuk memberi kesan bahwa hubungan antara Gus Miftah dan pedagang es bukanlah hubungan yang timpang, melainkan relasi yang sudah terjalin sebelumnya. Makna yang ingin disampaikan adalah bahwa peristiwa tersebut tidak dilandasi niat merendahkan, melainkan terjadi dalam konteks kedekatan dan guyonan internal jamaah.

Meski kronologi peristiwa viral tetap disajikan secara lengkap, bagian tersebut diletakkan setelah narasi permintaan maaf. Struktur ini menunjukkan bahwa *Republika.co.id* menempatkan klarifikasi dan rekonsiliasi sebagai bingkai utama, sementara kontroversi diposisikan sebagai konteks pendukung. Dengan strategi ini, makna dominan yang dibangun adalah bahwa konflik telah diselesaikan secara etis dan kekeluargaan.

Tabel 4. Klarifikasi dan permintaan maaf sebagai etika dakwah

Perangkat <i>Framing</i>	Hasil Analisis <i>Framing</i> Berita
<i>Define Problem</i>	Kontroversi ucapan Gus Miftah kepada pedagang es diposisikan sebagai persoalan komunikasi yang kemudian direspons melalui permintaan maaf dan pertemuan langsung.
<i>Diagnose causes</i>	Persoalan dikaitkan dengan candaan Gus Miftah yang dipersepsikan secara berbeda sehingga menimbulkan kontroversi antara maksud komunikator dan penerimaan pesan.
<i>Make Moral Judgement</i>	Permintaan maaf, silaturahmi, dan tindakan merangkul pedagang membangun penilaian bahwa persoalan

	komunikasi perlu direspons dengan tanggung jawab dan upaya memulihkan hubungan.
<i>Treatment recommendation</i>	Penyelesaian diarahkan pada permintaan maaf, silaturahmi, komunikasi langsung, dan rekonsiliasi antara Gus Miftah dan pedagang es.

Secara keseluruhan, *Republika.co.id* dalam berita ketiga mengonstruksi peristiwa sebagai proses pergeseran dari kontroversi menuju rekonsiliasi. Jika berita pertama menonjolkan viralitas dan reaksi publik, sedangkan berita kedua menekankan penilaian etis dari otoritas keagamaan, berita ketiga memberikan ruang lebih besar kepada respons Gus Miftah dan upaya penyelesaian personal. Dengan demikian, konstruksi etika dakwah dalam berita ini tidak hanya berkaitan dengan kewajiban menjaga ucapan, tetapi juga dengan tanggung jawab komunikator untuk melakukan klarifikasi, meminta maaf, dan memulihkan hubungan setelah terjadi persoalan komunikasi.

***Hidayatullah.com*: Menangis, Miftah Maulana Mundur dari Utusan Khusus Presiden Prabowo Subianto** **Seleksi Isu**

Dilihat dari judulnya, *Hidayatullah.com* menyeleksi isu dengan menempatkan fokus utama pada pengunduran diri Miftah Maulana dari jabatan publik. Kata “*Menangis*” di awal judul merupakan pilihan diksi yang emosional dan personal, sehingga sejak awal pembaca diarahkan untuk melihat peristiwa ini sebagai momen yang penuh penyesalan. Sementara itu, media ini tidak menambahkan gelar “Gus” untuk penyebutan nama Miftah Maulana, seolah tidak ingin terlalu mengafirmasi status keulamaan tokoh yang sedang terlibat kontroversi. Fokus lebih ditujukan kepada bagaimana seorang individu bertanggung jawab atas kesalahannya.

Dengan menonjolkan pengunduran diri sebagai isu utama, media ini menggeser perhatian dari polemik ucapan *goblok* menjadi konsekuensi moral dan tanggung jawab personal seorang tokoh agama.

Kasus *viral* penjual es hanya disebut di bagian akhir sebagai latar belakang, sehingga tidak menjadi pusat perhatian. Seleksi isu ini menunjukkan bahwa *Hidayatullah.com* tertarik membingkai peristiwa sebagai narasi taubat dan muhasabah seorang Miftah Maulana.

Penonjolan Isu

Penonjolan aspek dalam berita ini terlihat kuat melalui diksi-diksi religius dan spiritual, seperti *“berdoa,” “bermuhasabah,” “istighfar,” “kerendahan hati,”* dan *“ketulusan”* muncul untuk membangun citra Gus Miftah sebagai figur yang reflektif secara spiritual. Kemudian, *“Miftah dengan suara bergetar menuturkan bahwa keputusan itu bukan karena tekanan maupun permintaan siapa pun, akan tetapi didasari rasa cinta, hormat, dan tanggung jawab mendalam kepada Presiden Prabowo Subianto serta seluruh masyarakat”*

Cara penulisan ini mengarahkan pembaca untuk memandang keputusan mundur sebagai bagian dari penyesalan dan pertanggung jawaban moral, diperkuat dengan menyebut nama Presiden dan masyarakat. Kemudian, kalimat seperti *“Sebagai seorang pendakwah dan pelayan umat, Miftah menyebut pengabdian kepada bangsa dan negara...”* membingkai Miftah sebagai tokoh yang telah bermanfaat dan berjasa di masyarakat.

Selain itu, narasumber yang diangkat hampir sepenuhnya berasal dari pernyataan Miftah sendiri. Tidak ada kutipan dari pihak pengkritik, korban, atau pengamat eksternal. Dominasi suara tunggal ini membuat *framing* berita cenderung simpatik terhadap subjek, karena pembaca hanya menerima perspektif Miftah tentang alasan pengunduran dirinya. Beberapa aspek yang berulang kali ditonjolkan dalam pemberitaan adalah 1) keputusan pengunduran diri diambil setelah berdoa dan bermuhasabah, 2) pengunduran diri bukan disebabkan oleh tekanan pihak lain, 3) Miftah mengakui kekhilafan dan menyampaikan permohonan maaf kepada masyarakat, 4) jabatan dipandang sebagai amanah atau titipan yang harus digunakan untuk kebaikan dan pengabdian, 5) pengunduran diri diposisikan sebagai bentuk tanggung jawab moral.

Dominasi aspek tersebut menunjukkan bahwa *Hidayatullah.com*

lebih menonjolkan proses refleksi dan pertanggungjawaban Miftah daripada mempertajam kontroversi atau menghadirkan kritik terhadap tindakan yang memicu kontroversi tersebut.

Define Problem. Dalam perangkat *Define Problem*, *Hidayatullah.com* mendefinisikan persoalan sebagai pengunduran diri Miftah Maulana yang diposisikan sebagai bentuk penyesalan, muhasabah, dan tanggung jawab moral atas kontroversi yang terjadi. Dengan konstruksi tersebut, masalah utama tidak lagi ditekankan pada ucapan “goblok” sebagai tindakan penghinaan, tetapi pada bagaimana Miftah merespons kekhilafan yang telah menimbulkan kontroversi. Persoalan kemudian ditempatkan dalam kerangka moral dan spiritual, yakni kesadaran seorang pendakwah untuk melakukan introspeksi dan bertanggung jawab atas tindakannya.

Diagnose causes. Pada perangkat *Diagnose causes*, keputusan pengunduran diri dikonstruksikan sebagai hasil kesadaran dan refleksi pribadi Miftah setelah melakukan doa dan muhasabah, bukan sebagai akibat tekanan publik maupun kecaman sosial. Konstruksi sebab tersebut terlihat dari penekanan bahwa keputusan mundur bukan karena tekanan atau permintaan pihak lain. Dengan demikian, *Hidayatullah.com* lebih menonjolkan faktor internal berupa kesadaran moral dibandingkan faktor eksternal berupa tekanan sosial.

Pilihan tersebut menghasilkan atribusi sebab yang bersifat personal dan spiritual. Miftah digambarkan sebagai subjek yang secara sadar melakukan evaluasi terhadap dirinya sendiri, kemudian mengambil keputusan untuk mundur sebagai bentuk tanggung jawab atas kekhilafannya.

Make Moral Judgement. Pada perangkat *Make Moral Judgement*, *Hidayatullah.com* membangun penilaian moral melalui gagasan bahwa jabatan merupakan amanah atau titipan yang harus digunakan sebagai sarana untuk berbuat kebaikan dan memberikan pengabdian kepada masyarakat. Dalam kerangka tersebut, pengunduran diri tidak semata-mata dipandang sebagai kehilangan jabatan, tetapi sebagai bentuk kerendahan hati dan tanggung jawab ketika seorang pejabat atau pendakwah menyadari adanya kekhilafan. Nilai moral yang ditonjolkan adalah pentingnya kesediaan untuk mengakui kesalahan, melakukan

introspeksi, dan mengambil tanggung jawab.

Dengan demikian, media secara implisit membangun standar etis bahwa seorang pendakwah yang melakukan kekhilafan seharusnya tidak mempertahankan posisi dengan mengabaikan persoalan, tetapi menunjukkan sikap rendah hati dan bertanggung jawab.

Treatment recommendation. Pada perangkat *Treatment recommendation*, penyelesaian persoalan tidak disampaikan dalam bentuk rekomendasi eksplisit dari redaksi. Namun, melalui keseluruhan konstruksi pemberitaan, *Hidayatullah.com* memperlihatkan bentuk penyelesaian yang dapat diidentifikasi melalui tindakan Miftah.

Penyelesaian masalah dikonstruksikan melalui pengakuan atas kekhilafan, permohonan maaf, muhasabah, dan kesediaan mengambil tanggung jawab melalui pengunduran diri dari jabatan. Dengan demikian, solusi yang ditampilkan bukan berupa pembelaan terhadap tindakan yang menimbulkan kontroversi, tetapi penerimaan terhadap konsekuensi moral dari tindakan tersebut.

Dalam perspektif etika dakwah, konstruksi tersebut menunjukkan bahwa *Hidayatullah.com* secara implisit menawarkan pola penyelesaian ketika seorang pendakwah melakukan kekhilafan, yaitu mengakui kesalahan, melakukan introspeksi, meminta maaf, dan mengambil tanggung jawab.

Berdasarkan empat perangkat *framing Entman*, *Hidayatullah.com* mengonstruksi berita pengunduran diri Miftah Maulana terutama sebagai narasi *muhasabah* dan pertanggungjawaban moral seorang pendakwah. Kontroversi ucapan “goblok” tidak menjadi pusat perhatian, melainkan berfungsi sebagai konteks yang melatarbelakangi keputusan pengunduran diri.

Tabel 5. Kontruksi Miftah Maulana sebagai pendakwah yang bertanggung jawab secara moral

Perangkat <i>Framing</i>	Hasil Analisis <i>Framing</i> Berita
<i>Define Problem</i>	Miftah Maulana dikonstruksikan sebagai pendakwah yang menyadari kekhilafan dan bersedia bertanggung

	jawab atas tindakannya.
<i>Diagnose causes</i>	eputusan mundur dikonstruksikan sebagai hasil kesadaran dan refleksi pribadi setelah berdoa dan bermuhasabah, bukan karena tekanan publik atau kecaman sosial.
<i>Make Moral Judgement</i>	Jabatan dipandang sebagai amanah atau titipan yang harus digunakan untuk kebaikan dan pengabdian kepada masyarakat. Kesediaan mengundurkan diri diposisikan sebagai bentuk kerendahan hati dan tanggung jawab moral seorang pendakwah.
<i>Treatment recommendation</i>	Penyelesaian persoalan dikonstruksikan melalui pengakuan atas kekhilafan, permohonan maaf, muhasabah, dan kesediaan mengambil tanggung jawab melalui pengunduran diri.

***Hidayatullah.com* Miftah Datangi Penjual Es Teh setelah Kemarahan Netizen dan Peringatan dari Istana Seleksi Isu**

Berdasarkan judul dan keseluruhan isi berita, *Hidayatullah.com* menyeleksi isu dengan menempatkan pertemuan dan permintaan maaf Miftah kepada penjual es teh dalam konteks tekanan publik dan institusional yang muncul setelah kontroversi ucapannya.

Hal tersebut terlihat sejak judul melalui frasa “setelah kemarahan netizen dan peringatan dari Istana.” Frasa tersebut memiliki fungsi penting karena menghubungkan tindakan Miftah menemui Sunhaji dengan dua kekuatan eksternal, yaitu tekanan masyarakat dan teguran dari lingkungan kekuasaan. Dengan demikian, pembaca diarahkan untuk memahami bahwa permintaan maaf Miftah berlangsung setelah muncul reaksi luas terhadap perilakunya.

Seleksi isu tersebut diperkuat oleh struktur berita. Pada bagian awal, media terlebih dahulu memberitakan pertemuan Miftah dengan Sunhaji dan permintaan maafnya. Namun, berita kemudian bergerak ke bagian “Teguran Istana Presiden” yang menjelaskan secara panjang lebar belakang munculnya kontroversi. Media menguraikan kembali ucapan Miftah kepada pedagang es teh, kemarahan warganet, respons Partai Gerindra, teguran Sekretaris Kabinet, hingga desakan agar Presiden Prabowo mencopot Miftah dari jabatannya.

Dengan demikian, fokus berita tidak berhenti pada rekonsiliasi antara Miftah dan Sunhaji. Pertemuan tersebut ditempatkan sebagai konsekuensi dari kontroversi yang telah berkembang menjadi persoalan publik dan institusional. Isu yang dipilih bukan semata-mata tentang permintaan maaf seorang pendakwah kepada pedagang kecil, tetapi tentang bagaimana perilaku seorang tokoh agama yang sekaligus pejabat publik menimbulkan respons sosial dan politik.

Seperti pada berita sebelumnya, *Hidayatullah.com* juga tidak menggunakan gelar “Gus” dalam penyebutan Miftah Maulana. Pilihan ini membuat penyebutan tokoh lebih bersifat personal dan formal sebagai pejabat publik, bukan secara khusus menegaskan identitas keulamaannya. Hal tersebut semakin relevan karena berita kemudian mempertanyakan kesesuaian perilaku Miftah dengan statusnya sebagai tokoh agama.

Dengan demikian, seleksi isu dalam berita ini mengonstruksikan peristiwa sebagai persoalan akuntabilitas seorang tokoh agama sekaligus pejabat publik yang mendapatkan tekanan sosial dan institusional akibat perilakunya.

Penonjolan Isu

Penonjolan aspek dalam berita ini terlihat melalui penggunaan diksi yang menekankan kritik, kecaman, dan tekanan publik, seperti “dikecam warganet,” “kasar,” “kemarahan warganet,” “ditegur,” “mendesak,” dan “mencopot.” Pilihan diksi tersebut membangun suasana bahwa tindakan Miftah bukan sekadar kesalahan dalam komunikasi interpersonal, tetapi telah berkembang menjadi persoalan yang mendapatkan perhatian luas.

Penonjolan kritik semakin kuat ketika media menyebut Miftah sebagai “pendakwah berambut gondrong” dan menjelaskan bahwa sikapnya dinilai kasar terhadap “warga berekonomi lemah.” Penyebutan posisi sosial Sunhaji sebagai warga dengan kondisi ekonomi lemah memberikan dimensi ketimpangan sosial dalam pemberitaan. Dengan demikian, ucapan Miftah tidak hanya dibingkai sebagai candaan yang gagal dipahami, tetapi sebagai tindakan yang berpotensi merendahkan seseorang yang berada pada posisi sosial-ekonomi yang lebih lemah.

Meskipun Miftah memberikan klarifikasi bahwa ucapannya dalam video viral merupakan candaan, media segera menghadirkan penjelasan yang membatasi pembenaran tersebut melalui kalimat bahwa candaan itu “ternyata dianggap mengolok-olok yang keterlaluan oleh banyak pihak.” Dengan konstruksi ini, alasan “bercanda” tidak dibiarkan menjadi interpretasi tunggal atas peristiwa. Media menempatkan klarifikasi Miftah berhadapan dengan persepsi publik yang menilai tindakan tersebut sebagai sesuatu yang berlebihan.

Penonjolan aspek kritik juga terlihat dari banyaknya aktor eksternal yang dimunculkan dalam berita. Selain Miftah dan Sunhaji, berita menghadirkan warganet, Partai Gerindra, Sekretaris Kabinet, Presiden Prabowo Subianto, dan Kepala Kantor Komunikasi Kepresidenan. Kehadiran berbagai aktor tersebut memperluas konteks pemberitaan dari persoalan personal menjadi persoalan sosial dan kelembagaan.

Kutipan Miftah mengenai teguran dari Sekretaris Kabinet, misalnya, menunjukkan bahwa kontroversi tersebut telah memperoleh respons dari lingkungan pemerintahan. Demikian pula, penyebutan desakan Partai Gerindra agar Miftah meminta maaf memperlihatkan bahwa persoalan tersebut telah memasuki ranah politik.

Penonjolan paling kuat terdapat pada bagian, “Warganet menilai bahwa tindakan yang dilakukan Miftah tidak mencerminkan perilaku seorang tokoh agama...” Kalimat ini penting karena tidak hanya menunjukkan reaksi publik, tetapi juga menghadirkan standar moral mengenai perilaku seorang tokoh agama. Dengan kata lain, berita membangun pertanyaan normatif: bagaimana seharusnya seorang tokoh agama berperilaku di hadapan masyarakat, terutama ketika ia sekaligus

memegang jabatan publik.

Tabel 6. Konstruksi kritik moral terhadap perilaku Miftah Maulana sebagai pendakwah dan pejabat Publik

Perangkat <i>Framing</i>	Hasil Analisis <i>Framing</i> Berita
<i>Define Problem</i>	Perilaku Miftah terhadap penjual es teh dikonstruksikan sebagai persoalan etika yang berkembang menjadi isu publik dan institusional karena dianggap tidak mencerminkan perilaku seorang tokoh agama.
<i>Diagnose causes</i>	Persoalan disebabkan oleh ucapan Miftah yang dianggap kasar dan merendahkan pedagang es teh, yang kemudian memicu kemarahan warganet, teguran Istana, serta respons politik.
<i>Make Moral Judgement</i>	Perilaku Miftah dinilai tidak mencerminkan etika seorang tokoh agama karena dianggap merendahkan masyarakat yang secara ekonomi lebih lemah, terlebih ketika ia juga memegang jabatan publik di bidang keagamaan.
<i>Treatment recommendation</i>	Penyelesaian interpersonal dikonstruksikan melalui permintaan maaf dan rekonsiliasi dengan penjual es teh, sedangkan penyelesaian institusional diarahkan pada tuntutan pertanggungjawaban Miftah atas kedudukannya sebagai Utusan Khusus Presiden.

***Hidayatullah.com:* Usai Penjual Es, Video Lawas Miftah Merendahkan Sinden Senior Yati Pesek Viral Seleksi Isu**

Dilihat dari judulnya, *Hidayatullah.com* memilih isu kontroversi

berulang. Upaya *Hidayatullah.com* dalam menjaga konsistensi *framing* terhadap kasus Miftah Maulana terlihat dari cara media tersebut menghadirkan kembali peristiwa masa lalu yang berkaitan dengan subjek pemberitaan. Strategi ini menunjukkan adanya praktik jurnalistik membangun pemahaman yang lebih utuh di benak pembaca. Dengan demikian, peristiwa yang sedang terjadi adalah bagian dari rangkaian perilaku yang dianggap memiliki keterkaitan. Praktik semacam ini dapat dikaitkan dengan konsep *selective retention*, yaitu kecenderungan individu untuk lebih mudah mengingat atau mempertahankan informasi yang sejalan dengan keyakinan atau penilaian yang telah terbentuk sebelumnya (Valkenburg, Semetko, and De Vreese, 1999, 550). Secara umum, jurnalis sering merujuk pada peristiwa masa lalu dengan beberapa tujuan, misalnya sebagai bahan perbandingan, analogi, dan menandai batas suatu periode, serta untuk memberikan penjelasan singkat atau pelajaran yang dapat diambil dari peristiwa tersebut (Henrichsen, 2023, 19).

Terlihat dari bagaimana kebahasaan yang dipilih *Hidayatullah.com*. Pertama, frasa “*Usai Penjual Es*” mengaitkan peristiwa baru dengan kasus sebelumnya, sehingga membangun narasi bahwa kontroversi bukan insiden terpisah, melainkan pola. Kedua, bagaimana media memilih isu juga terlihat dari tulisan “...*kembali menjadi sorotan publik setelah video lawasnya...*” Sementara itu, kata “*merendahkan*” sudah memuat penilaian moral sejak awal. Artinya, isu yang diambil bukan sekadar keberadaan video lama, tetapi rekam jejak perilaku verbal yang dianggap problematik pada tokoh agama sekaligus pejabat publik. Ketiga, penggunaan frasa “viral” menekankan bahwa ini adalah masalah yang diketahui secara luas oleh masyarakat. Dengan seleksi isu seperti ini, fokus media adalah mengenai etika seorang Miftah Maulana sebagai tokoh agama.

Dalam berita ini, *Hidayatullah.com* sekali lagi, secara konsisten, tidak menyertakan gelar “Gus” untuk menyebut Miftah Maulana, seolah tidak ingin memperkuat citra religiusnya. Alih-alih, media menjelaskan bahwa “Gus Miftah” merupakan panggilan untuk Miftah Maulana dari “pengikutnya”. Mediaa seolah memisahkan diri dari kalangan atau “pengikut” Miftah Maulana.

Penonjolan Isu

Penonjolan aspek dalam berita ini terlihat dari cara media mengonstruksi peristiwa melalui pilihan bahasa, narasumber, dan penekanan informasi tertentu. Secara kebahasaan, *Hidayatullah.com* menggunakan diksi yang bernuansa evaluatif dan terdengar *judgemental*, seperti frasa “*musibah keseleo lidah*,” “*cobaan kembali datang*,” “*kata-kata tidak pantas*,” serta “*amat merendahkan*.” yang mengarahkan pembaca untuk memahami peristiwa sebagai kesalahan serius.

Selain itu, penonjolan juga tampak dari pemilihan narasumber dan kutipan yang dimunculkan. Media lebih banyak menghadirkan suara warganet yang bernada kritik, termasuk komentar yang mempertanyakan kelayakan jabatan Miftah sebagai utusan presiden.

Contohnya, komentar milik @addtaufiq yang juga turut melampirkan video terkait, “*Maaf, saya tidak ada intensi apa pun ke Pak Miftah. Tapi saya ingin bertanya ke Bpk. Presiden @prabowo: kenapa orang seperti Pak Miftah diangkat jadi Utusan Khusus Presiden Bidang Kerukunan Beragama? Video terlampir ini menimbulkan pertanyaan serius ttg kredibilitasnya.*” Hal serupa juga dilakukan oleh @prawtowoyustinus yang menulis “*Makin yakin ini bukan soal khilaf atau biasa bercanda. Miftah ini habitnya sudah buruk, otaknya jorok, mulutnya kotor. Bu Yati Pesek ini seniwati senior yang sangat dihormati. Mosok dihina seperti ini?*” Kutipan-kutipan ini membuat arah pemberitaan condong pada sudut pandang kritik sosial yang kuat.

Penekanan berulang pada status Miftah sebagai Utusan Khusus Presiden dan penyebutan Yati Pesek sebagai seniman senior yang dihormati membangun kontras moral antara pihak yang dianggap direndahkan dan pihak yang merendahkan.

Tabel 7. Konstruksi Miftah Maulana sebagai pendakwah bermasalah dalam etika komunikasi

Perangkat Framing	Hasil Analisis Framing Berita
-------------------	-------------------------------

<i>Define Problem</i>	Miftah Maulana dikonstruksikan sebagai pendakwah yang bermasalah dalam etika komunikasi.
<i>Diagnose causes</i>	Pola perilaku verbal Miftah yang dinilai tidak pantas dan berulang, ditunjukkan melalui kembali munculnya video lama ketika ia merendahkan Yati Pesek dengan sebutan “lonte”
<i>Make Moral Judgement</i>	Perilaku Miftah dinilai tidak mencerminkan kepantasan dan keteladanan seorang tokoh agama, sehingga kredibilitasnya sebagai Utusan Khusus Presiden turut dipertanyakan.
<i>Treatment recommendation</i>	Penyelesaian persoalan diarahkan pada evaluasi terhadap kelayakan dan kredibilitas Miftah sebagai Utusan Khusus Presiden.

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis *framing* terhadap pemberitaan *Republika.co.id* dan *Hidayatullah.com* mengenai kontroversi ucapan “goblok” Miftah Maulana (Gus Miftah) kepada pedagang es teh, penelitian ini menunjukkan bahwa kedua media Islam tersebut sama-sama mengonstruksi peristiwa tersebut sebagai persoalan etika dakwah, bukan semata-mata sebagai candaan atau kontroversi komunikasi personal. Ucapan tersebut dipahami dalam konteks posisi Gus Miftah sebagai pendakwah dan pejabat publik yang memiliki tuntutan moral lebih tinggi dalam berkomunikasi dengan masyarakat.

Melalui seleksi dan penonjolan isu yang dilakukan *Republika.co.id* dan *Hidayatullah.com* melalui proses pendefinisian masalah terhadap peristiwa, pengidentifikasian faktor penyebabnya, penilaian moral, serta pemberian arah penyelesaian terhadap peristiwa, kedua media tersebut menunjukkan artikulasi *framing* yang berbeda. *Republika.co.id* cenderung mengonstruksi etika dakwah melalui klarifikasi, permintaan maaf, rekonsiliasi, dan pertanggungjawaban, sehingga kesalahan lebih

banyak ditempatkan dalam kerangka pemulihan hubungan dan perbaikan diri. Sementara itu, *Hidayatullah.com* lebih kuat menempatkan persoalan dalam kerangka kepantasan moral seorang pendakwah dan pejabat publik dengan menonjolkan kritik masyarakat, teguran institusional, *muhasabah*, serta konsekuensi atas tindakan pendakwah. Perbedaan ini menunjukkan bahwa *framing* kedua media bukan merupakan pertentangan antara perspektif agama dan perspektif profesional, melainkan perbedaan dalam mengartikulasikan nilai moral sesuai dengan orientasi dan karakter institusional masing-masing media.

Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa konstruksi etika dakwah dalam media Islam memiliki dimensi interpersonal sekaligus publik-institusional. Pada dimensi interpersonal, etika dakwah diwujudkan melalui kelembutan bahasa, penghormatan terhadap martabat manusia, permintaan maaf, dan rekonsiliasi, sedangkan pada dimensi publik-institusional, etika berkaitan dengan keteladanan pendakwah, tanggung jawab kepada masyarakat, kepantasan memegang jabatan publik, dan kesediaan menerima konsekuensi atas tindakan. Temuan ini memperlihatkan bahwa media Islam tidak hanya berfungsi menyampaikan informasi mengenai peristiwa keagamaan, tetapi juga menjadi ruang untuk memproduksi dan menegosiasikan standar mengenai perilaku pendakwah di ruang publik. Dalam konteks tersebut, kontroversi ucapan “goblok” menjadi arena artikulasi nilai bahwa otoritas keagamaan harus disertai dengan adab komunikasi, penghormatan terhadap martabat manusia, dan tanggung jawab moral.

Referensi

- Ahmad. (2024, December 4). Miftah datangi penjual es teh setelah kemarahan netizen dan peringatan dari Istana. *Hidayatullah.com*.
<https://Hidayatullah.com/berita/2024/12/04/285671/miftah-datangi-penjual-es-teh-setelah-kemarahan-netizen-dan-peringatan-dari-istana.html>
- Ahmad. (2024, December 6a). Menangis, Miftah Maulana mundur dari utusan khusus Presiden Prabowo Subianto. *Hidayatullah.com*.
<https://Hidayatullah.com/berita/2024/12/06/285786/menangis>

- is-miftah-maulana-mundur-dari-utusan-khusus-presiden-prabowo-subianto.html
- Ahmad. (2024, December 6b). Usai penjual es, video lawas Miftah merendahkan sinden senior Yati Pesek viral. *Hidayatullah.com*. <https://Hidayatullah.com/none/2024/12/06/285752/usai-penjual-es-video-lawas-miftah-merendahkan-sinden-senior-yati-pesek-viral.html>
- Anggoro, A. D., Puspitasari, F. A., & Som, A. P. M. (2023). Robert Entman's *framing* analysis: Female representation in 2024 presidential candidates on Republika.com and Sindonews.com. *Komunikator*, 15(2), 211–224. <https://doi.org/10.18196/jkm.19247>
- Arianti, Q. H. (2026). Publik speaking dakwah di media sosial: Teori & praktik personal branding pendakwah. Basya Media Utama.
- Aziz, M. A. (2024). Ilmu dakwah (Edisi revisi). Prenada Media.
- Bertens, K. (1993). Etika K. Bertens. Gramedia Pustaka Utama.
- Dalimunthe, S. A. Q. (2023). Terminologi dakwah dalam perspektif Al-Qur'an. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1).
- Dheanita, V., Sugiana, D., & Priyatna, C. C. (2024). Analisis *framing* media online dalam pemberitaan tentang MUI (Majelis Ulama Indonesia) memboikot produk Israel. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, 18(5), 3650. <https://doi.org/10.35931/aq.v18i5.4027>
- Entman, R. M. (1993). *Framing*: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Fikri, M., & Indriana. (2025). Kontroversi dakwah Gus Miftah dalam diskursus digital: Analisis sosio-kultural respon netizen. *Jurnal Komunikasi Islam*, 15(1), 100–116. <https://doi.org/10.15642/jki.2025.15.1.100-116>
- Google Trends. (2024). Penelusuran Gus Miftah [Data set]. <https://trends.google.com/explore?geo=ID&date=2024-12-01%202024-12-31&q=gus%2520miftah>
- Habibi, I. (2025). Dakwah humanis: Cinta, toleransi dan dialog paradigma Muhammad Fethullah Gulen. Penerbit A-Empat.

- Handayani, N. A. T., & Jaya, C. K. (2024). Bentuk-bentuk etika komunikasi dakwah dalam perspektif Al-Qur'an. *Journal of Da'wah*, 3(2), 114–136. <https://doi.org/10.32939/jd.v3i2.4364>
- Happer, C., & Philo, G. (2013). The role of the media in the construction of public belief and social change. *Journal of Social and Political Psychology*, 1(1), 321–336. <https://doi.org/10.5964/jspp.v1i1.96>
- Hendra, T., & Hartati, S. (2019). Etika dakwah ditinjau dari perspektif psikologi komunikasi. *AL MUNIR: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 2(2).
- Henrichsen, J. R. (2023). When distancing fails—How journalists' discursive and mnemonic techniques facilitated the rise of Trump and Trumpism. *International Journal of Communication*, 17(1).
- Kadir, A. (2022). Da'wah ilallah Mohammad Natsir: Interpretasi untuk langkah da'wah masa kini. *Jurnal Da'wah: Risalah Merintis, Da'wah Melanjutkan*, 4(2), 29–47. <https://doi.org/10.38214/jurnaldawahstidnatsir.v4i2.116>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook*. SAGE.
- Muhyiddin. (2024). Viral Gus Miftah bilang gobl*k ke pedagang es saat mengisi pengajian, warganet geram. *Republika Online*. <https://khazanah.Republika.co.id/berita/snx413320/viral-gus-miftah-bilang-goblk-ke-pedagang-es-saat-mengisi-pengajian-warganet-geram>
- Mulyana, D., & Eriyanto. (2002). *Analisis framing: Konstruksi, ideologi, dan politik media*. LKiS Pelangi Aksara.
- Oxford Advanced Learner's Dictionary. (2025). *Oxford advanced learner's dictionary*.
- Pratiwi, H., Syafrin, N., & Syarah, M. M. (2021). Feature human interest pada portal berita Islam. *Global Komunika: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*.
- Prihastuti, I. S. E. (2019). Pemberitaan pelarangan penggunaan hijab dalam pertandingan judo pada Asian Para Games 2018

- (Analisis *framing* model Robert N. Entman pada *Hidayatullah.com* dan *Tempo.co* periode 8–10 Oktober 2018) [Skripsi, UIN Sunan Kalijaga].
- Ridho, A. R., & Hariyadi, M. (2021). Reformulasi etika dakwah berbasis komunikasi profetik dalam Al-Qur'an. *KOMUNIKE*, 13(1), 53–78. <https://doi.org/10.20414/jurkom.v13i1.3351>
- Saepullah, U., & Muchtar, K. (2020). E-dakwah Islam Digest *Republika.co.id* di Indonesia. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 14(1), 39–54. <https://doi.org/10.15575/idajhs.v14i1.8678>
- Santoso, P. (2022). *Framing* pemberitaan media televisi berita terhadap figur “Habib.” *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 19(3), 281. <https://doi.org/10.31315/jik.v19i3.5335>
- Tanjung, M. T. H., & Abdullah, A. (2025). The concept of communication in the Quran: Analysis of theory and practice. *International Journal of Education, Social Studies, and Management (IJESSM)*, 5(1), 72–85. <https://doi.org/10.52121/ijessm.v5i1.629>
- Valkenburg, P. M., Semetko, H. A., & De Vreese, C. H. (1999). The effects of news frames on readers' thoughts and recall. *Communication Research*, 26(5), 550–569. <https://doi.org/10.1177/009365099026005002>