

ABSTRAK

Tesis dengan judul “**Hijab dan Objektivikasi Dakwah Pada YouTube Zavilda TV**” ini ditulis oleh Lailatul Fitria dengan pembimbing Prof. Dr. Syamsun Niam, M.Ag dan Prof.Dr. Ngainum Naim, M.H.I

Kata Kunci: Hijab, Objektivikasi, Dakwah, YouTube

Dakwah di media sosial kini sudah menjadi hal yang lazim untuk dilakukan karena merupakan sebuah motivasi dalam mengajak serta mengingatkan kembali kepada perintah Allah SWT melalui konten yang menarik, khususnya dakwah melalui media masa di YouTube. Hal inilah yang melatarbelakangi penelitian ini dilakukan. Salah satu objek utama dalam penelitian ini adalah konten dakwah yang dilakukan oleh Channel YouTube salah satu *contentcreator* yaitu Zavilda TV. Yang menjadi menarik adalah dengan bagaimana dia melakukan aksi dakwahnya secara terang-terangan dengan maksud memakaikan hijab secara paksa kepada orang yang menjadi target yang akan dijadikan konten. Objektivikasi terjadi dengan proses dilakukannya justifikasi dan *thumbnail* yang dipasang pada kanal akun Youtube tersebut. Hal semacam ini perlu dikaji lebih dalam untuk memberikan konstruksi pada paham keagamaan yang konservatif tentang pemaknaan hijab.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pengamatan fenomena dan lebih meneliti ke substansi makna dari fenomena tersebut. Karena penelitian ini dilakukan dengan mengamati media YouTube maka teknik analisis data yang digunakan diantaranya adalah *Media Effect theory* dan *persuasion theory* dan diskursus teori Jurgen Habermas dalam melihat objektivikasi yang dilakukan oleh Zavilda TV.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1). Bagaimana makna hijab dalam Youtube Zavilda TV (2). Bagaimana objektivikasi dakwah pada akun Youtube Zavilda TV? (3). Bagaimana Teori tindakan komunikasi Jurgen Habermas dalam melihat objektivikasi hijab pada YouTube Zavilda TV?

Pengarusutamaan konten dengan gaya dakwah memberikan objektivikasi masuk dalam kategori konten yang memiliki ideologi konservatif di ruang digital. Secara *validity claims* tindakan komunikatif aksi yang dilakukan berpengaruh kepadadakwah yang radikal dan ekstrimis sehingga perlu adanya refleksi dalam tindakan dakwah pada media sosial khususnya YouTube dan pemahaman lebih komprehensif terhadap etika dakwah dan pemahaman mengenai pemahaman hijab.

ABSTRACT

The thesis entitled "**Hijab And Dakwah Objectification On YouTube Zavilda TV**" was written by Lailatul Fitria with the supervisors Prof. Dr. Syamsun Niam, M.Ag and Prof.Dr. Ngainun Naim, M.H.I.

Keywords:Hijab, Objectification, Dakwah, YouTube

Dawah on social media has now become a common thing to do because it is a motive in inviting and reminding the commandments of Allah SWT through interesting content, especially da'wah through mass media on YouTube. This is the background of this research. One of the main objects in this study is the da'wah content carried out by the YouTube Channel of one of the content creators, Zavilda TV. What is interesting is how she performs her da'wah action openly with the intention of forcibly wearing the hijab to the target person who will be used as content. Objectification occurs with the process of justification and thumbnails posted on the Youtube account channel. This kind of thing needs to be studied more deeply to provide construction on conservative religious understanding of the meaning of hijab.

This research is a qualitative research by observing the phenomenon and examining more into the substance of the meaning of the phenomenon. because this research was conducted by observing YouTube media, the data analysis techniques used include Media Effect theory and persuasion theory and Jurgen Habermas' discourse theory in seeing the objectification carried out by Zavilda TV.

The problem formulations in this study are: (1). How is the meaning of hijab in Youtube Zavilda TV (2). How is the objectification of da'wah on the YouTube Zavilda TV account? (3).How is Jurgen Habermas' communication action theory in seeing the objectification of hijab on YouTube Zavilda TV?

Mainstreaming content with a da'wah style provides objectification in the category of content that has a conservative ideology in the digital space. In validity claims, communicative actions carried out affect radical and extremist da'wah so that there needs to be reflection in the act of da'wah on social media, especially YouTube and a more comprehensive understanding of the ethics of da'wah and understanding of the understanding of hijab.