

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Hijab dalam serapan bahasa Arab berarti penghalang. Hijab sering diartikan sebagai penutup untuk melindungi badan atau tubuh. Islam sendiri memaknai hijab sebagai suatu atribut yang dipakai muslim untuk melindungi aurat dengan batasan-batasan tertentu.¹ Penggunaan hijab dalam Islam merupakan sebuah upaya melaksanakan ajaran agama dan mematuhi perintah Allah sebagai umat muslim yang taat.² Seperti contohnya bagi perempuan dianjurkan untuk menutupi seluruh tubuh kecuali muka dan telapak tangan serta untuk laki-laki yang juga memiliki batas tertentu. Istilah hijab seringkali dikaitkan dengan jilbab bagi sebagai penutup kepala untuk perempuan, namun dalam Islam jilbab tidak terbatas pada jilbab saja, akan tetapi juga pada penampilan dan perilaku bagi manusia setiap harinya. Menurut istilah hijab merupakan sekat yang menjadi penghalang bagi wanita agar tidak Nampak atau (terlihat) oleh laki-laki.³

Tren pemakaian jilbab ini bertransformasi menjadi pakaian yang kerap dilekatkan dengan fenomena Hijrah. Belakangan ini realitas masyarakat kerap memberikan doktrinasi penggunaan jilbab (khususnya tren berbusana *syar'i*) sebagai parameter tingkat keshalehan seorang perempuan, sehingga muncul

¹ Ayi Yunus, *Fikih Milenial* (Tangerang Selatan: Yayasan Islam Cinta Indonesia, 2018), 109

² Nina Surtiretna, *Anggun Berjilbab* (Bandung: Al- Bayyan, 1995), 51.

³Ibid.

stigma bahwa menutup aurat yang benar adalah menggunakan jilbab besar dan panjang. memakai cadar dan dinilai memiliki tingkat keimanan yang lebih tinggi.⁴

Ada semacam dikotomi dalam masyarakat milenial antara yang berhijrah dan yang belum atau tidak berhijrah. Hijrah salah satunya dimulai dengan hijrah penampilan fisik, dari cara berpakaian dan penampilan, karena penampilan merupakan suatu identitas. Perempuan milenial yang berhijrah salah satunya memiliki ciri identitas berpenampilan tertutup dengan jilbab panjang dan sering dikombinasikan dengan cadar merupakan versi lanjutan dari jilbab. Cadar digunakan oleh sebagian kaum wanita muslimah sebagai kesatuan dengan jilbab.⁵

Dakwah adalah dimana usaha untuk menyerukan konsep Islam kepada seluruh umat Islam yang menjelaskan arti tujuan serta pandangan manusia yang mencakup *amar ma'ruf nahi munkar* dengan adanya media yang dibolehkan dalam keberlangsungan hidup perseorangan, dalam rumah tangga serta dalam bermasyarakat dan bernegara. Islam adalah ketetapan agama yang *Rahmatan lil 'alamin* dimana memberikan ketentraman, kenyamanan bagi umat manusia. Bahkan tidak ada satu ajaran pun yang di dalamnya terdapat pengajaran kepada umatnya untuk menyakiti umat lainnya.⁶

Perkembangan teknologi dan informasi yang begitu pesat memunculkan berbagai tren baru. salah satunya adalah munculnya tren pendakwah baru di media.

⁴ Binar dan Aichi Halik, "*Jagat Wanita dalam Pandangan Para Tokoh Dunia*", (Jakarta: Pustaka CIDESINDO, 1999), 37-38.

⁵ Anisa, *Jihad Perempuan Milenial: Makna Jihad bagi Perempuan* (Tangerang Selatan: Yayasan Islam Cinta Indonesia, 2018), 124.

⁶ Bassam Tibi, *Islam Kebudayaan dan Perubahan Sosial* (Yogyakarta: PT. Tiara Wacana Yogya, 1999), 15.

metode yang dilakukan juga cenderung serupa, dengan menitikberatkan pada kata “hijrah”, mengangkat tentang konservatisme Islam, namun tetap dikemas secara ringan dan mudah dipahami.⁷ Metode seperti ini yang kemudian disukai oleh banyak anak muda dan menjadi salah satu motivasi untuk melakukan pergerakan, salah satunya adalah berdakwah melalui sosial media.

Sama halnya ketika melihat fenomena dakwah yang marak di kalangan anak muda belakangan ini, trend hijrah dengan mengubah pakaian yang terbuka dan menutupnya dengan hijab dianggap merupakan salah satu upaya penting untuk dilakukan. Tidak hanya demikian, upaya dakwah banyak diberlakukan secara langsung maupun lewat sosial media yang sering digunakan oleh anak muda, seperti Instragram, Twitter, atau YouTube.⁸

YouTube telah menjadi saluran penting bagi orang-orang untuk berbagi pengetahuan, pandangan, dan pemahaman tentang Islam. Melalui channel YouTube yang dikelola oleh para muslim dan penggiat Islam, banyak konten yang dapat ditemukan, seperti ceramah agama, kajian Al-Quran, diskusi tentang isu-isu kontemporer yang terkait dengan Islam, tutorial tentang agama, dan banyak lagi. Para pendakwah, ulama, dan *content creator* muslim menggunakan YouTube sebagai sarana untuk mencapai audiens yang lebih luas untuk berinteraksi dengan mereka melalui komentar dan pesan.

⁷ Saniyah Pertiwi dan Naupal Asnawi, “Membaca Persoalan Hijab dan Otonomi Perempuan Melalui Epistemology Ignorance”, *Jurnal Paradigma* (tb, 2022), 153.

⁸ Ibnu Hajar, “Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Dakwah Di Kota Makassar (Analisis Sosial Media). *Jurnal Al-Khitabah*, Vol. 5, No. 2 (November, 2018), 79 – 94 .

YouTube juga memberikan kesempatan bagi individu biasa untuk berkontribusi dalam menyebarkan pesan-pesan keislaman. Ada banyak konten kreatif, seperti nashid (lagu-lagu religius), animasi Islami, cerita inspiratif, dan ajakan kebaikan yang mengambil tema agama, yang dapat mempengaruhi, menginspirasi, dan memberikan pemahaman tentang Islam kepada penonton. Namun, perlu diingat bahwa karena YouTube adalah platform yang terbuka, tidak semua konten terkait Islam di YouTube memiliki kualitas yang sama atau sesuai dengan pandangan mayoritas umat Islam. Dalam menyebarkan wacana keislaman, penting bagi pengguna YouTube untuk mengembangkan pemahaman kritis, untuk memverifikasi sumber informasi, dan mencari konten yang didasarkan pada pengetahuan yang akurat dan berwawasan luas.

Kesempatan seperti inipun tidak akan luput dari pandangan para pendakwah yang menjadi *conten creator*. Pemanfaatan YouTube sebagai media komunikasi dalam menyampaikan materi agama dan juga menjadi tempat dakwah baru bagi beberapa ustad dan ulama, seperti Ustad Abdul Somad (UAS), Ustad Adi Hidayat (UAH), Gus Muwafiq (GM), Ustadzah Mumpuni Handayekti (UMH), Felix Siau (FS) dan banyak lagi tokoh agama yang berdakwah melalui YouTube.

Berbeda dengan beberapa ustad yang disebutkan diatas, peneliti menemukan salah satu channel YouTube yang memimiliki motifasi berdakwah dengan melakukan *social experiment*. Zavilda TV merupakan salah satu channel Youtube yang cukup menyita perhatian publik yang membawakan konten dakwahnya dengan mendekati beberapa pengunjung atau wisatawan perempuan

yang tidak berhijab, untuk memakai busana sesuai dengan yang dipakainya. Yang menyorot perhatian adalah tindakan dalam konten Zavilda TV yang melakukan objektifikasi kepada narasumbernya sekaligus memberikan dakwah menggunakan hijab.⁹

Banyak pro dan kontra yang dalam menyikapi konten yang ada pada akun Zavilda TV ini dikarenakan konten yang dipertontonkan seakan-akan, perempuan yang menggunakan hijab lebih baik dari pada yang berpakaian terbuka. Selain itu, judul-judul yang mereka gunakan adalah kata “seksi” dan “akan terkena murka Allah” jika tidak mematuhi ajaran agama. Konten-konten yang ada pada kanal Youtube tersebut beberapa kali mengeluarkan komentar berkaitan dengan penampilan yang digunakan, hal ini membuktikan betapa tindakan yang dilakukan oleh akun tersebut dapat dikategorikan dengan salah satu bentuk objektifikasi dari perempuan.

Dari fenomena tersebut, terdapat beberapa konten Zavilda TV memaksa orang lain mengikuti apa yang dipahaminya sebagai sebuah kebenaran, tanpa melihat situasi dan kondisi. Hal semacam ini perlu dikaji lebih dalam untuk memberikan konstruksi pada paham keagamaan yang konservatif tentang pemakaian hijab dan cara berdakwah yang dilakukan Zavilda TV. Dari sini peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam dengan menggunakan Teori Tindakan Komunikatif dalam Diskursus Jurgen Habermas untuk melihat cara kerja komunikasi media dalam YouTube Zavilda Tv dan Objektifikasi pemakaian

⁹ Saras Bening Sumunar, “Kontroversi Youtube Zavilda TV, Perhatikan 5 Hal ini sebelum Ajak Orang lain membuat konten”. <https://www.parapuan.co/read/533466333/kontroversi-youtube-zavilda-tv-perhatikan-5-hal-ini-sebelum-ajak-orang-lain-membuat-konten>. Diakses pada 8 maret 2023.

hijab yang dilakukan. seluruh poin penting diatas tertuang pada penelitian ini yang berjudul “*Hijab dan Objektivikasi Dakwah Pada YouTube Zavilda TV*”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjabaran mengenai persoalan diatas penulis ingin menjawab persoalan sebagai berikut:

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?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab beberapa persoalan yang terdapat dalam rumusan masalah yang telah ada, yaitu sebagai berikut:

1. Untuk Mendeskripsikan makna hijab dalam Youtube Zavilda TV.
2. Untuk Mendeskripsikan objektivikasi dakwah pada akun YouTube Zavilda TV
3. menganalisis teori tindakan komunikasi Jurgen Habermas dalam melihat objektivikasi hijab pada Youtube Zavilda Tv

D. Kegunaan Penelitian

Ada dua kegunaan yang ada dalam penelitian ini. Yaitu kegunaan secara praktis dan kegunaan secara praktis. Hasil Penelitian ini diharapkan mengandung manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih teori atau konsep baru dalam menganalisis media, khususnya kepada model dakwah online khususnya youtube dengan segala keberagamannya.
- b. Penelitian ini dapat dijadikan acuan dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya yang berkaitan dengan isu-isu dakwah, objektifikasi makna hijab pada perempuan, dan domain tindakan komunikasi Jurgen Habermas.
- c. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pedoman untuk kegiatan penelitian serupa pada waktu mendatang khususnya terhadap pemaknaan hijab diruang digital.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi penelitian selanjutnya, khususnya pada mereka yang meneliti tentang fenomena berdakwah diruang digital khususnya YouTube dan pemaknaan objektifikasi hijab dapat dikaji dengan lebih mendalam. Selain itu juga dapat menjadi salah satu referensi bacaan tambahan bagi akademisi maupun mahasiswa pascasarjana UIN Sayyid Ali Rahmatullah.

E. Penegasan Istilah

1. Objektifikasi

Objektifikasi adalah praktik atau kecenderungan memperlakukan seseorang sebagai objek atau benda yang dapat dikendalikan, dimanfaatkan,

atau dinilai berdasarkan penampilan fisiknya.¹⁰ Objektifikasi sering terjadi terhadap perempuan, tetapi tidak terbatas pada gender tertentu. Hal ini dapat terjadi dalam berbagai situasi, seperti iklan, media massa, industri hiburan, dan interaksi sosial sehari-hari. Dalam konteks ini, objektifikasi sering kali mengarah pada pemenuhan kepuasan seksual atau pemuasan keinginan pribadi, tanpa mempertimbangkan kesetaraan, penghormatan, atau hubungan yang sehat antara individu.¹¹

Objektifikasi mencerminkan pandangan yang dangkal dan tidak menghormati terhadap nilai-nilai kemanusiaan dan hak asasi manusia. Hal ini juga dapat berkontribusi pada perasaan rendah diri, stres psikologis, dan kekerasan terhadap individu yang menjadi objek tersebut. Representasi objektifikasi perempuan merujuk pada bagaimana perempuan ditampilkan dalam media sosial khususnya untuk dikonstruksikan oleh si pembuat kontennya.¹²

Sedangkan Objektifikasi hijab adalah tindakan memperlakukan hijab, atau lebih tepatnya perempuan yang mengenakan hijab, sebagai objek seksual atau barang yang bisa dipamerkan. Hal ini melibatkan pandangan yang mempersempit identitas perempuan berhijab hanya pada penampilan fisik mereka, dan mengabaikan aspek-aspek lain dari kepribadian dan kehidupan

¹⁰Fajar Kumara Widyastana A, "Objektifikasi Dan Abjeksi Terhadap Perempuan Dalam Hannah Kent Ritus Pemakaman, *Jurnal Litera Kultura*, (tb, 2018), 3.

¹¹ Dinar Standard, "The Objectification of Hijab in the Media," <https://www.dinarstandard.com/objectification-hijab-media/>. Diakses pada 20 Mei 2023.

¹² Freshia Trinanda Hamid, Sunarto, Lintang Ratri Rahmiaji, "Representasi Objektifikasi Perempuan dalam Film Selesai (Analisis Semiotika Roland Barthes)". <file:///C:/Users/axioo/Downloads/36607-82582-1-SM.pdf>. diakses pada 15 Mei 2023.

mereka.¹³ Objektifikasi hijab sering kali terjadi dalam berbagai bentuk, termasuk dalam media massa, iklan, film, dan bahkan interaksi sehari-hari.¹⁴ Dalam beberapa kasus, hijab digunakan dalam konteks yang tidak sesuai atau merendahkan, di mana perempuan berhijab ditampilkan secara berlebihan, sensual, atau dihadirkan sebagai benda hias semata.¹⁵

2. Hijab

Menurut kamus bahasa Indonesia kata hijab diartikan sebagai dinding yang membatasi antara satu dengan yang lainnya.¹⁶ Hijab adalah istilah yang umumnya digunakan untuk merujuk pada penutup atau kerudung yang dipakai oleh wanita Muslim. Secara harfiah, "hijab" berasal dari bahasa Arab yang berarti "penutup" atau "tabir". Namun, makna hijab lebih luas daripada sekadar penutup kepala atau kerudung yang dipakai oleh wanita Muslim, karena juga melibatkan pemahaman tentang aurat dan kepatuhan terhadap aturan berpakaian dalam agama Islam.¹⁷

Dalam Islam, hijab merujuk pada seperangkat prinsip dan pedoman mengenai berpakaian dan perilaku yang diterapkan oleh wanita Muslim. Tujuan utama hijab adalah untuk menjaga kesucian, kepatutan, dan kesederhanaan dalam berpakaian, serta untuk melindungi kehormatan dan

¹³ Ibid.

¹⁴ Fredrickson, B. L., & Roberts, T, "Objectification theory: Toward understanding women's lived experiences and mental health risks. *Psychology of Women Quarterly*" (1997), 173-206.

¹⁵ R handayani. "Male Gaze dalam Fotografi Model: Objektifikasi dan Komersialisasi Tubuh Perempuan", *Jurnallisa* Vol.3, No. 1 (tb,th),91.

¹⁶ Yang dimaksud dengan dengan membatasi adalah antara harti manusia dan Allah, serta dinding yang menghalangi seseorang untuk mendapatkan hak waris. lihat Pusat Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2001), 60.

¹⁷ Abdul Aziz, "Perempuan Bercadar: Antara Budaya dan Syari'ah", *Jurnal Darussalam: Jurnal Pendidikan Komunikasi dan Pemikiran Hukum Islam*, Vol. X, No. 1 (September 2018), 205.

martabat wanita.¹⁸ Dalam konteks ini, hijab melibatkan penutup kepala (kerudung), pakaian yang longgar, dan menjaga bagian tubuh tertentu dari pandangan orang yang bukan mahram (kerabat terdekat yang diharamkan menikah).

3. YouTube

YouTube adalah sebuah situs web video sharing (berbagi video) yang populer dimana para pengguna dapat memuat, menonton, dan berbagi klip video secara gratis. Bisa dikatakan YouTube adalah *database* video yang paling populer di dunia internet, atau bahkan mungkin yang paling lengkap dan variatif. Youtube dimanfaatkan pengguna sebagai media untuk melihat berbagai macam konten video, dapat digunakan oleh pengguna untuk aliran langsung. Tetapi media Youtube lebih mudah diakses dan lebih banyak konten video yang disajikan serta dapat menjadi media dakwah dalam bentuk video ceramah.

F. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian terdahulu ini merupakan proses pemetaan atas referensi yang ditemukan oleh peneliti terkait pembahasan yang akan dikaji lebih dalam. Dimana bertujuan memberikan sebuah identifikasi serta batasan masalah yang dapat dilakukan pada penelitian secara lebih rinci. Beberapa sumber-sumber penelitian terdahulu ini mencangkup tema pemaknaan jilbab. penelitian terdahulu ini antara lain berupa buku, jurnal ilmiah dan juga Tesis. Upaya dalam melakukan identifikasi dari beberapa penelitian yang berupa tesis diantaranya, sebagai berikut:

¹⁸ Surtiretna, *Anggun Berjilbab*, 51.

Pertama, Ratna Wijayanti, “Jilbab Sebagai Etika Busana Muslimah dalam Perspektif Al-Qur’an”.¹⁹ Tulisan yang dibangun oleh Ratna Wijayanti ini menjelaskan bahwa penggunaan jilbab merupakan pakaian yang menunjukkan identitas seorang muslimah yang taat terhadap agama. Berpedoman kepada ayat-ayat Al-Qur’an sebagai kitab muslim. Tulisan ini mengungkapkan lebih dalam pembahasan dalil-dalil yang terkandung dalam al-Qur’an mengenai jilbab sebagai etika busana muslimah.

Kedua, Ahmad Suhendra, “Kontestasi Identitas Melalui Pergeseran Interpretasi Hijab dan Jilbab Dalam Al-Qur’an”.²⁰ Dalam penelitian ini penulis menjelaskan bahwa perkembangannya menimbulkan sebuah kontroversi secara teologi maupun sosiologis atas dampak globalisasi. Analisis penulis berpendapat bahwa dengan mengumpulkan fenomena jilbab sebagai simbol identitas dan resistensi yang berawal dari perintah menutup aurat menjadi sebuah trend fashion yang menjadi perenungan lebih lanjut dalam realitasnya tidak hanya dilihat sebagai dinamika sosial saja.

Ketiga, Siti Robikah “Reinterpretasi Makna Jilbab dan Khimar Dalam Al-Qur’an Pendekatan Ma’na Cum Maghza Sahiron Syamsudin”²¹, penelitian ini dilakukan dengan membaca fenomena jilbab dengan pendekatan Hermenutika Ma’na Cum Maghza Sahiron Syamaudin, Reinterpretasi dalam penelitian ini merupakan sebuah konstruksi makna jilbab sebagaimana ayat dianjurkannya

¹⁹ Ratna Wijayanti, “Jilbab Sebagai Etika Busana Muslimah dalam Perspektif Al-Qur’an”, *Jurnal Cakrawala: Jurnal Studi Islam*, Vol 12, No.2 (tb, 2017).

²⁰ Ahmad Suhendra, “Kontestasi Identitas Melalui Pergeseran Interpretasi Hijab dan Jilbab Dalam Al-Qur’an”, *Jurnal Palastren*, Vol 6, No.1 (tb, 2013).

²¹ Siti Robikah, “Reinterpretasi Makna Jilbab dan Khimar Dalam Al-Qur’an Pendekatan Ma’na Cum Maghza Sahiron Syamsudin”, *Jurnal Ijouis (studi Gender Indonesia)* Vol. 1, No.1 (2020).

berjilbab. menggunakan signifikasi maghza yang dikaitkan dengan orientasi kepada ayat dan kesetaraan gender secara moralitas dan pemakaiannya kepada ketidakadilan gender.

Keempat, Ziska Yanti dengan judul “Reinterpretasi Ayat Jilbab dan Cadar Studi Analisis Ma’na Cum Maghza atas Q.S Al-Ahzab: 53 dan Qs An-Nur:31”²², penelitian ini membahas jilbab yang pada aspek historis dan normatif, penulis menganalisis interpretasi ayat Jilbab dan Cadar menggunakan landasan normatif. ayat Q.S Al-Ahzab: 53 dan Qs An-Nur:31 sebagai implikasi penafsiran ayat di era kontemporer. Disini penulis mengupas pemaknaan jilbab dan cadar dengan menganalisa secara penafsiran, linguistik dan konteks historis mikro dan makro menggunakan Ma’na Cum Maghza.

Kelima, Egi Tanadi Taufik dengan judul “Two Face of Veil in The Qur’an :Reinverting Makna Jilbab Dalam Al-Qur’an Perspektif Tafsir Maqashidi dan Hermeneutika Ma’na Cum Maghza”. Penelitian ini fokus pada perspektif multidisiplin dan kognitif terhadap interpretasi dari makna jilbab yang otoriter. Melalui hermeneutika Cum Maghza dari Abdul Mustaqim dan Sahiron Syamsudin yang memunculkan sebuah hasil bahwa pengembangan jilbab telah mengalami pergeseran aksiologis dari nilai-nilai etis menjadi nilai estetika sehingga penerimaan masyarakat mengubah posisi dari aspek fundamental produktif menjadi *hifz al-nasl* menjadi *dhauriyyat*.²³

²² Ziska Yanti, “Reinterpretasi Ayat Jilbab dan Cadar Studi Analisis Ma’na Cum Maghza atas Q.S Al-Ahzab: 53 dan Qs An-Nur:31”, *Jurnal El-Maqra*, Vol 2, No. 1 (2022).

²³ Egi Tanadi Taufik, “Two Face of Veil in The Qur’an :Reinverting Makna Jilbab Dalam Al-Qur’an Perspektif Tafsir Maqashidi dan Hermeneutika Ma’na Cum Maghza” *Jurnal Panangkaran*, Vol 3, no. 2 (2019).

Keenam, Alif Fathur Rahman dan Muhammad Syafiq “Motivasi, Stigma, Dan Coping Stigma pada Perempuan Bercadar”.²⁴ Penelitian ini memfokuskan kepada motivasi an stigma perempuan bercadar sebagai upaya perlindungan diri dari tindakan-tindakan kriminal yang tidak diinginkan. Berbagai stigma muncul bahwa perempuan bercadar merupakan perempuan yang menutup diri dan enggan untuk berinteraksi, bercadar dikaitkan dengan identitas sebagai teroris dan fanatik terhadap agama.

berdasarkan beberapa penelitian yang membahas tentang hijab, penelitian ini berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya. tema yang mengangkat tentang hijab telah banyak dilakukan sebatas pemaknaan al-Qur’an dan penafsiran menurut beberapa tokoh saja. penelitian yang fokus terhadap tema hijab khususnya pada ruang digital seperti YouTube. Penelitian yang membahas tentang hijab sudah banyak ditemui, namun belum ada yang membahas tentang objektifikasi hijab di ruang digital seperti YouTube.

G. Metode Penelitian

Penelitian ini akan membahas mengenai tiga hal yang berkaitan dengan metode yang digunakan dalam menganalisis problem akademis sebagaimana yang telah disebutkan sebelumnya.

1. Jenis penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif. Kualitatif sebagai metode dalam penelitian yaitu dengan menegaskan pada pemahaman terhadap

²⁴Alif Fathur Rahman dan Muhammad Syafiq, “Motivasi, Stigma, Dan *Coping Stigma* pada Perempuan Bercadar” *Jurnal Psikologi Teori dan Terapan*, Vol. 7 no. 2.(Februari, 2017).

aspek permasalahan melalui penyelidikan data-data yang diperoleh kemudian dan analisa dengan menggunakan metode berupa deskripsi.²⁵ Penelitian kualitatif dipilih agar dapat mengurai pemaknaan subjek penelitian terkait dengan kontribusi objektifikasi dakwah YouTube Zavilda TV di ruang digital. Peneliti nantinya akan melakukan analisis dan interpretasi teks atas suatu konten Kajian tersebut berupa analisis terhadap video yang diunggah di kanal YouTube Zavilda TV yang bertema paksa wanita untuk berhijab di ranah publik.

2. Sumber Data Penelitian

Marilyn Domas Whiten menegaskan bahwa kata kunci data yang bisa digunakan dalam metode analisis isi atau *content analysis* adalah data yang memberikan bukti dan berguna untuk menguji atau menjawab pertanyaan penelitian.²⁶ Jika fokus penelitian berupa konten media maka data bisa diambil dari media yang dibutuhkan seperti YouTube yang akan dianalisis kontennya. Analisis konten tersebut dapat dilihat bentuk utuh dalam bentuk video atau melihat hubungan antara visual, postingan, atau teks tertentu.²⁷

Dalam konteks penelitian ini data diambilkan dari beberapa konten dari akun YouTube Zavilda TV atas objektifikasi yang dilakukannya. “Objektifikasi yang dimaksudkan adalah konten yang dibuat oleh pemilik akun yang memfokuskan dan sering membuat konten pada Channel YouTube, khususnya pada konten sosial eksperimen yang dilakukannya dalam rangka meng-*counter*

²⁵Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1996), 54.

²⁶Anton Baker dan Achmad Charris Zubair, *Metode Penelitian Filsafat* (Yogyakarta: Kanisius, 2015), 11.

²⁷Haris Herdiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial* (Jakarta: Penerbit Selemba Humanika, 2011), 164.

narasi pentingnya berhijab dan menutup aurat. Hal ini dilakukan karena peneliti ingin mengkaji lebih dalam tentang pandangan dan persepsi atas konten-konten kewajiban berhijab.

3. Teknik Pengumpulan Data

Karena penelitian yang dilakukan termasuk dalam *content analysis* maka metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode dokumentasi. Sandu Siyoto dan Muhammad Ali Sodik mengatakan dalam bukunya bahwa metode dokumentasi termasuk penelitian yang dilakukan dengan mengamati benda mati.²⁸ Hal ini dikarenakan pencarian data diambil melalui dokumen tertentu yang dimaksud seperti buku, kajian terdahulu, dan media online tertentu. Berikut ini adalah beberapa teknik umum yang biasa digunakan dalam penelitian media YouTube

a. Analisis konten

Menganalisis konten video YouTube dengan cara melihat dan mengklasifikasikan tema atau topik yang dibahas dalam video. Anda juga dapat mengamati gaya presentasi, narasi, dan strategi penggunaan media dalam video tersebut. Pengumpulan data dapat dilakukan dengan menyusun daftar video yang relevan dengan topik penelitian dan kemudian menganalisis konten tersebut.

b. Analisis metadata

Metadata video YouTube seperti judul, deskripsi, dan tag dapat memberikan wawasan yang berguna dalam penelitian. Anda dapat

²⁸ Sandu Siyoto and Muhammad Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 77.

menggunakan alat analisis data untuk mengumpulkan dan menganalisis metadata dari video yang relevan dengan topik penelitian Anda. Data seperti tag yang digunakan, kata kunci yang terkait, atau pola penggunaan kata tertentu dapat memberikan informasi yang berharga.

c. Analisis data sekunder

Analisis data sekunder menggunakan data sekunder yang telah dikumpulkan oleh pihak lain, seperti data statistik tentang tayangan video, jumlah pelanggan, atau data demografis pengguna YouTube. Data ini umumnya tersedia melalui platform pemasaran digital atau alat analisis media sosial yang khusus untuk YouTube.

4. Analisis Data

Analisis data adalah satu dari proses penelitian yang dilakukan setelah semua data terkumpul untuk memecahkan permasalahan yang diteliti telah diperoleh secara lengkap.²⁹ Crasswell mengatakan penelitian kualitatif dipengaruhi oleh paradigma naturalistic-interpretatif.³⁰ Jane Forman mengatakan analisis data yang berkaitan dengan analisis ini dapat dilakukan melalui 3 fase: Peredaman (*immersion*), reduksi (*reduction*) dan interpretasi (*interpretation*).³¹ Focus penelitian yang memiliki korelasi dengan pesan yang berada pada media, maka perlu dilakukan identifikasi terhadap media dan yang mengantarkan pesan tersebut. *Immersion* atau perendaman data ini merupakan keterlibatan peneliti dengan data dan memperoleh definisi secara

²⁹Ismail Suardi dkk, *Metode Penelitian Sosial* (Yogyakarta: CV Adi Karya Mandiri, 2019), 89.

³⁰ John W. Creswell, *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (SAGE, 2014), 4.

³¹M Iqbal Habibi, "Moderasi Beragama di Ruang Digital (Studi tentang Kontribusi "Kiai Medsos" Nahdlatul Ulama di Jawa Timur)" (Tesis- UINSA, 2021) 35.

keseluruhan, lalu yang harus dilakukan adalah mengklasifikasikan menjadi unit-unit terpisah untuk dianalisis.³²

Setelah proses reduksi terjadi, lalu memasuki proses *interpretasi*, proses analisa data menempatkan peneliti sebagai instrumen penelitian yang aktif untuk memahami subjek.³³ Selanjutnya data yang di interpretasikan adalah data yang berupa hasil *immersion* dan hasil reduksi sebelumnya. Melalui proses ini peneliti dapat mengidentifikasi hasil rediksi sebelumnya. Ketika analisis data selesai maka masuk dalam tahap untuk menarik kesimpulan atau *drawing conclusions*.³⁴

5. Sistematika Pembahasan

Rancangan penelitian dengan judul Hijab dan Objektivikasi Dakwah pada YouTube Zavilda TV” akan diuraikan secara terstruktur dalam bentuk bab. Berikut diantaranya:

Bab Pertama, menjelaskan tentang poin-poin penting yang dapat memberikan panduan awal objek penelitian dan jalannya penelitian. pada bab ini akan ada latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penegasan istilah, penelitian terdahulu, Metode penelitian, serta sistematika pembahasan

Bab kedua, membahas tentang diskursus media YouTube dalam wacana keislaman, Hijab dan Transformasi maknanya dari segi nomatif, spiritual, politik dan dakwah dan diskursus Teori Komunikasi Jurgen Habermas dalam

³² Haryatmoko, *Critical Discourse Analysis: Landasan Teori, Metodologi, dan Penerapan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), 13-14.

³³ Lexy J., *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, 103.

³⁴ Ibid.

diskursus media, lalu menjelaskan diskursus media sosial tentang objektifikasi hijab pada Zavilda TV dan transformasi maknanya.

Bab ketiga, memberikan data umum terkait dengan profil channel YouTube Zavilda Tv dimulai dari, sejarah kemunculan, susunan redaksi dan tim kreatif, pola konten, dan segmentasi penonton pada akun Youtube Zavilda Tv.

Bab keempat, membahas tentang objektifikasi makna Hijab pada channel Youtube Zavilda TV yang diantaranya meliputi karakteristik wacana hijab di channel Youtube Zavilda TV, bagaimana wacana hijab dalam sosiokultural di Indonesia, serta Nilai dan Identitas dalam Hijab menurut teori Tindakan Komunikasi Jurgen Habermas.

Bab kelima, tentang kesimpulan hasil penelitian atas jawaban dari rumusan masalah yang telah diuraikan. Selain memberikan ringkasan atas jawaban dari rumusan masalah, selanjutnya akan memberikan sebuah rekomendasi dari penelitian. Selanjutnya, dalam penelitian akan disertakan saran karena penulis menyadari bahwa dalam penelitian yang diberikan tidak luput atas kekurangan dari *reseach* yang dilakukan.