

ABSTRAK

Dina Arum Maghfiroh, 2024. **Komunikasi Dakwah Ning Sheila Hasina Pada Akun Youtube Lim Production Dalam Pemahaman Fiqih Wanita.**

Dosen Pembimbing Clara Sinta Pratiwi, M. Sos.

Kata Kunci: YouTube, Dakwah, Fiqih wanita.

Munculnya berbagai konten pada media sosial memberikan kontribusi pada perkembangan dunia teknologi komunikasi, salah satunya ialah podcast YouTube LIM Production yang menjadi media dalam menyampaikan dakwah. Segmen Fiqih Wanita ft. Ning Sheila Hasina menjadi salah satu segmen dakwah pada akun YouTube tersebut, dimana fokus dakwahnya menjelaskan persoalan tentang fiqih wanita haid, problematika haid menjadi pembahasan yang kadang dikesampingkan dan dianggap tabu. Kenyataannya edukasi perempuan tentang haid masih mengalami keterbatasan yang berdampak pada kesehatan fisik dan kondisi ibadah mereka. Dari paparan tersebut dapat ditarik rumusan masalah yakni 1) bagaimana gaya bahasa dakwah Ning Sheila Hasina pada akun YouTube LIM Production dalam menyampaikan pemahaman tentang fiqih wanita? 2) Bagaimana pola penggunaan kata atau istilah tertentu dalam konten video dakwah yang disampaikan ning sheila hasina pada akun YouTube LIM Production?

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik analisis isi menurut Klaus Krippendorff. Penelitian kualitatif bertujuan memahami fenomena yang dialami subjek penelitian, seperti perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan. Tujuannya adalah menganalisis video Podcast ning Sheila hasina dan membuat kesimpulan yang valid dari teks atau data kualitatif lainnya dengan mengidentifikasi pemaparan tema dan pola komunikasi.

Hasil Penelitian ini menunjukkan bagaimana komunikasi dakwah Ning Sheila Hasina tidak hanya menjelaskan tentang haid dan masa suci, tetapi juga membentuk wacana yang lebih luas tentang peran perempuan, ketaatan, dan spiritualitas. Dakwahnya menampilkan komunikasi yang sistematis, bahasa yang luwes, penggunaan istilah-istilah islam sederhana, serta penyertaan perbedaan pendapat membuka ruang dialog yang lebih inklusif dan interaktif bagi audiens untuk memahami kompleksitas fiqih wanita dengan cara yang lebih mudah dipahami dan diaplikasikan.

ABSTRACT

Dina Arum Maghfiroh, 2024. "**Ning Sheila Hasina's Religious Communication on the YouTube LIM Production Channel in Understanding Women's Fiqh.**" Supervisor: Clara Sinta Pratiwi, M. Sos.

Keywords: YouTube, Religious Communication, Women's Fiqh.

The emergence of various content on social media has contributed to the development of communication technology, one of which is the YouTube podcast by LIM Production, which serves as a medium for delivering religious teachings. The *Fiqih Wanita* segment featuring Ning Sheila Hasina is one of the segments on this YouTube channel, focusing on explaining issues related to women's fiqh, especially menstruation. Discussions about menstruation are sometimes overlooked and considered taboo. In reality, women's education on menstruation is still limited, impacting their physical health and religious practices. Based on this context, the research questions are: 1) What is Ning Sheila Hasina's style of religious communication on the YouTube LIM Production channel in conveying an understanding of women's fiqh? 2) What is the pattern of word or term usage in the religious video content delivered by Ning Sheila Hasina on the LIM Production YouTube channel?

This research employs a qualitative method with content analysis techniques according to Klaus Krippendorff. Qualitative research aims to understand phenomena experienced by the research subjects, such as behavior, perception, motivation, and actions. The objective is to analyze Ning Sheila Hasina's podcast videos and draw valid conclusions from texts or other qualitative data by identifying theme presentation and communication patterns.

The findings of this study reveal that Ning Sheila Hasina's religious communication not only explains menstruation and purity periods but also creates a broader discourse on the role of women, piety, and spirituality. Her approach showcases systematic communication, flexible language, simple Islamic terminology, and the inclusion of differing opinions, opening a more inclusive and interactive dialogue for the audience to better understand and apply the complexities of women's fiqh.

المستخلص

دينا أروم مغفيروه، 2024. "التواصل الدعوي لنيغ شيلا حاسينا على قناة يوتيوب لم برودكشن في فهم فقه المرأة". بإشراف كلارا سينتا براتيوي، ماجستير في العلوم الاجتماعية.

الكلمات المفتاحية: يوتيوب، الدعوة، فقه المرأة.

يساهم ظهور محتويات متنوعة على وسائل التواصل الاجتماعي في تطور تكنولوجيا الاتصال. ومن هذه المحتويات يأتي بودكاست قناة يوتيوب "لم برودكشن" كوسيلة لنشر الدعوة. ويُعتبر قسم "فقه المرأة" بمشاركة نيغ شيلا حاسينا من بين الأقسام المهمة، حيث يركز على توضيح قضايا فقه المرأة مثل الحيض. تُعد قضايا الحيض في بعض الأحيان موضوعات مُهملة وتُعتبر من المحرمات، في حين أن نقص التثقيف لدى النساء في هذا المجال يؤثر على صحتهن البدنية وحالتهم العبادية.

تتناول الدراسة أسئلة بحثية تشمل: (1) كيف تستخدم نيغ شيلا حاسينا أسلوبها في التواصل الدعوي على قناة يوتيوب "لم برودكشن" لشرح فقه المرأة؟ (2) ما هو نمط استخدام الكلمات أو المصطلحات في محتوى الفيديو الدعوي الذي تقدمه نيغ شيلا حاسينا على القناة؟

اعتمد البحث على المنهج النوعي باستخدام تقنية تحليل المحتوى وفقاً لمنهج كلاوس كريندورف. يهدف البحث النوعي إلى فهم الظواهر التي يمر بها موضوع الدراسة مثل السلوكيات والإدراكات والدوافع. الغرض من البحث هو تحليل فيديوهات بودكاست نيغ شيلا حاسينا واستخلاص استنتاجات دقيقة من النصوص أو البيانات النوعية من خلال تحديد الموضوعات وأنماط التواصل.

أظهرت نتائج البحث أن تواصل نيغ شيلا حاسينا الدعوي لا يقتصر على شرح مسائل الحيض وفترات الطهارة فقط، بل يتوسع ليشمل بناء خطاب أوسع حول دور المرأة، الالتزام، والروحانية. يتميز أسلوبها باستخدام لغة مرنة ومنظمة، ومصطلحات إسلامية بسيطة، وتقديم وجهات نظر متعددة، مما يتيح حواراً تفاعلياً وشاملاً للجمهور لفهم تعقيدات فقه المرأة بشكل أوضح وأسهل للتطبيق في الحياة اليومية.