BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah cara penyebaran dakwah Islam secara signifikan. Kini, penyampaian nilai-nilai keagamaan tidak lagi terbatas pada ruang fisik, melainkan telah merambah ke platform digital seperti media sosial dan situs berita online. Perkembangan internet dan media sosial memungkinkan dakwah dilakukan secara lebih luas, menjangkau berbagai lapisan masyarakat tanpa terbatas oleh ruang dan waktu. Dakwah yang dahulu dilakukan melalui ceramah di masjid, pengajian, atau media cetak, kini telah bertransformasi ke dalam bentuk digital melalui berbagai platform seperti Youtube, Instagram, TikTok, dan portal berita daring. Perubahan ini membawa dampak besar dalam cara masyarakat memahami ajaran Islam, termasuk dalam hal etika berpakaian bagi wanita muslimah.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Media sosial menjadi ruang dakwah yang efektif, di mana para ulama, cendekiawan muslim, serta tokoh agama dapat menyampaikan ajaran Islam dengan cara yang lebih interaktif dan mudah diakses. Namun, di sisi lain, media sosial juga menghadirkan tantangan baru, terutama dalam hal interpretasi ajaran agama, termasuk makna hijab. Tidak jarang, muncul kontroversi terkait penggunaan hijab di media sosial, terutama ketika hijab tidak lagi dipandang sebagai simbol kesopanan dan identitas muslimah, melainkan sebagai tren mode atau alat untuk meningkatkan popularitas.

Inspira tv merupakan salah satu stasiun televisi digital yang berfokus pada pengembangan, produksi, dan distribusi konten informasi serta hiburan melalui berbagai platform. Menyasar kalangan anak muda dan keluarga, Inspira tv mengudara di wilayah Bandung sejak Juni 2019, dengan izin penyiaran di channel 35 UHF dari pukul 06.00 hingga 24.00 WIB. Didirikan di Bandung dengan kantor pusat di Cipamokolan, stasiun ini memiliki izin resmi dari pemerintah dan aktif dalam menyediakan beragam program baik melalui siaran televisi maupun portal berita daring, Inspira.tv. Melalui portal ini, Inspira tv menyajikan konten berita atau artikel yang mengedepankan isu-isu yang sedang hangat diperbincangkan di masyarakat, salah satunya terkait etika penggunaan hijab di media sosial (Keputusan Menteri Komunikasi dan Informatika RI No. 840 Tahun 2014).

Salah satu topik yang menjadi sorotan adalah penggunaan hijab oleh figur publik di media sosial. Dalam artikel yang terbit pada 10 Agustus 2023, portal berita Inspira.tv mengulas isu ini melalui kasus yang melibatkan selebgram Oklin Fia. Unggahan Oklin, yang menampilkan konten kontroversial dengan *gesture* tertentu yang melibatkan es krim, memicu reaksi keras dari masyarakat karena dianggap tidak pantas bagi wanita berhijab. Penampilannya, yang dinilai tidak sesuai dengan prinsip hijab sebagai penutup aurat dan simbol kesopanan dalam Islam (Guindi, 2001: 154), telah menimbulkan polemik mengenai standar etika berpakaian di media sosial, khususnya bagi wanita muslimah.

Hijab dalam Islam bukan hanya berfungsi sebagai penutup tubuh, tetapi juga melambangkan komitmen moral dan etika. Dalam Surah Al-Ahzab ayat 59, disebutkan:

يٰٓاَيُّهَا النَّبِيُّ قُلْ لِّاَزْوَاجِكَ وَبَنٰتِكَ وَنِسَاۤءِ الْمُؤْمِنِيْنَ يُدْنِيْنَ عَلَيْهِنَّ مِنْ جَلَابِيْبِهِنَّۗ ذٰلِكَ اَدْنٰٓى اَنْ يُّعْرَفْنَ فَلَا يُؤْذَيْنَۗ وَكَانَ اللّٰهُ غَفُوْرًا رَّحِيْمًا ۝٥٩

Artinya

“Wahai Nabi (Muhammad), katakanlah kepada istri-istrimu, anak-anak perempuanmu dan istri-istri orang mukmin supaya mereka mengulurkan jilbabnya ke seluruh tubuh mereka. Yang demikian itu agar mereka lebih mudah untuk dikenali sehingga mereka tidak diganggu. Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.”

Pada ayat ini, Hijab disebutkan sebagai pelindung dan tanda identitas yang dapat menghindarkan wanita muslimah dari gangguan. Ini menandakan hijab sebagai nilai kehormatan dan perlindungan yang seharusnya dipegang teguh oleh setiap wanita berhijab. Namun, di era digital, di mana media sosial menjadi wadah ekspresi diri yang luas, makna hijab sering kali mengalami reduksi, dan penggunaannya kadang-kadang tidak lagi mencerminkan nilai-nilai yang diamanatkan oleh agama. Hal ini menciptakan kebingungan dan kekhawatiran di masyarakat, yang melihat hijab sebagai bagian dari identitas moral yang semestinya terjaga.

Dalam beberapa tahun terakhir, penggunaan media sosial di Indonesia mengalami lonjakan yang signifikan. Menurut survei terbaru yang dilakukan oleh We Are Social, pada Januari 2024, jumlah pengguna

media sosial di Indonesia tercatat mencapai 139 juta orang, dengan durasi rata-rata penggunaan harian sekitar 3 jam 18 menit (Rizaty, 2024). Peningkatan ini menjadikan media sosial tidak hanya sebagai sarana hiburan tetapi juga sebagai ruang publik yang membentuk persepsi dan nilai-nilai sosial. Media sosial menjadi tempat di mana individu dapat membagikan kehidupan pribadi mereka, termasuk dalam hal berbusana. Sebagai platform yang memungkinkan siapa saja untuk menjadi pembuat konten, media sosial kerap menghadirkan standar yang kabur terkait etika berpakaian, termasuk bagi wanita berhijab. Fenomena ini menimbulkan pergeseran nilai, di mana hijab sebagai simbol kesopanan menjadi objek komodifikasi untuk meningkatkan jumlah pengikut atau popularitas.

Dalam konteks tulisan media, terdapat kecenderungan untuk menyoroti figur publik yang menggunakan hijab tetapi tidak menjalankan etika berpakaian sesuai dengan norma agama. Media sering kali mengekspos dan memberikan perhatian lebih pada kasus-kasus yang kontroversial, seperti yang terjadi pada Oklin Fia, untuk menarik minat pembaca. Konten semacam ini berpotensi menggeser persepsi masyarakat mengenai nilai moral dan keagamaan yang melekat pada hijab. Dampaknya, hijab bisa dilihat sebagai aksesori mode yang fleksibel dan mengikuti tren, bukan sebagai ekspresi spiritual yang sarat makna.

Dengan tingginya ketergantungan pada media sosial, standar etika berhijab menjadi topik yang kompleks. Banyak perempuan muslimah,

terutama kalangan muda, menghadapi tekanan untuk mengikuti tren dan standar kecantikan yang didorong oleh media. Mereka sering kali terjebak antara menjaga nilai-nilai religius yang mereka anut dan mengikuti norma sosial yang diterima di media sosial. Di satu sisi, hijab adalah bagian dari identitas agama dan budaya yang memberikan kesan kehormatan dan perlindungan; di sisi lain, media sosial mendorong eksposur diri yang kadang melampaui batas nilai keagamaan.

Untuk itu, penelitian ini akan menganalisis bagaimana tulisan di Inspira.tv membingkai isu etika berhijab di media sosial. Penelitian ini akan mengkaji teks artikel dengan menganalilis teks, kognisi, dan konteks sosial mengacu kepada teori analisis wacana kritis *Van Dijk* yang digunakan media dalam membahas kontroversi tersebut. Penelitian ini diharapkan dapat membuka ruang diskusi yang lebih luas mengenai standar etika di media sosial bagi wanita berhijab serta membantu menyoroti pentingnya keseimbangan antara ekspresi diri dan etika yang sesuai dengan nilai-nilai budaya dan agama di era digital ini.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

B. Fokus Utama

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut adapun fokus dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana dimensi Teks dalam Artikel Etika Berhijab di Media Sosial oleh Inspira.tv?
2. Bagaimana dimensi Kognisi Sosial dalam Artikel Etika Berhijab di Media Sosial oleh Inspira.tv?

3. Bagaimana dimensi Konteks Sosial dalam Artikel Etika Berhijab di Media Sosial oleh Inspira.tv?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian tersebut, berikut adalah tujuan penelitian yang dapat dirumuskan:

1. Menganalisis dan memahami bagaimana dimensi teks dalam artikel etika berhijab yang dipublikasikan oleh Inspira.tv.
2. Mengidentifikasi dan mengeksplorasi dimensi kognisi sosial yang terdapat dalam artikel etika berhijab di media sosial oleh Inspira.tv.
3. Meneliti dan memahami konteks sosial yang melatarbelakangi artikel etika berhijab di media sosial oleh Inspira.tv.

D. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan Tujuan Penelitian tersebut, adapun kegunaan penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu Kegunaan Akademis dan Praktisi.

1. Kegunaan Akademis

   Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan kajian komunikasi dan media, khususnya dalam konteks etika berpakaian di era digital. Dengan menggunakan pendekatan analisis wacana kritis model Van Dijk, penelitian ini tidak hanya mengkaji bagaimana media menyampaikan informasi terkait etika berhijab, tetapi juga mengidentifikasi pola-pola bahasa yang membentuk persepsi masyarakat terhadap nilai-nilai keagamaan. Hasil penelitian ini akan menjadi referensi bagi

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

akademisi dan peneliti lain dalam memahami dinamika antara media, identitas, dan norma sosial, serta memberikan wawasan baru mengenai dampak media sosial terhadap perilaku dan sikap masyarakat, terutama perempuan muslimah.

2. Kegunaan Praktis

Bagi praktisi dakwah, baik dalam kepenulisan, muballigh, maupun broadcasting, penelitian ini memberikan panduan konkret untuk mengadaptasi konten dakwah mereka agar lebih relevan dengan perkembangan media sosial. Temuan dari penelitian ini dapat digunakan untuk merumuskan strategi komunikasi yang lebih efektif dalam menyampaikan pesan tentang etika berpakaian dan identitas keagamaan. Dengan memahami bagaimana media membingkai isu-isu terkait hijab, praktisi dakwah dapat lebih bijaksana dalam mengkomunikasikan nilai-nilai keagamaan kepada audiens mereka, serta menciptakan konten yang mendidik dan memberdayakan perempuan muslimah dalam menjaga identitas mereka di platform digital.

E. Tinjauan Pustaka

1. Landasan Teoritis

a. Analisis Wacana Kritis Model Teun A Van Dijk

Analisis wacana kritis (AWK) adalah pendekatan yang digunakan untuk mempelajari teks atau wacana dengan

memperhatikan konteks sosial yang ada di baliknya. Pendekatan ini berbeda dari studi bahasa konvensional karena tidak hanya menekankan pada struktur bahasa, tetapi juga memperhatikan bagaimana wacana berhubungan dengan kekuasaan, ideologi, dan ketidaksetaraan sosial. Dalam analisis ini, bahasa dilihat sebagai sarana untuk membentuk pandangan sosial dan untuk memperkuat atau menggugat struktur kekuasaan yang ada (Badara, 2012: 28). Dengan demikian, AWK digunakan untuk mengungkap bagaimana teks atau wacana dapat mempengaruhi pola pikir dan tindakan individu, terutama dalam konteks ketidaksetaraan sosial, politik, dan budaya (Silaswati, 2019: 6).

Van Dijk menjelaskan bahwa analisis wacana kritis dapat digunakan untuk memahami hubungan antara kekuasaan dan masyarakat. Menurutnya, wacana adalah cara untuk membentuk atau mempengaruhi pandangan sosial dan untuk membangun ideologi yang mendukung kekuasaan tertentu. Dalam konteks ini, media sosial bisa menjadi sarana untuk menyebarkan ideologi atau pandangan tertentu kepada publik, seperti yang terlihat pada tulisan tentang etika berhijab yang banyak dibicarakan di media sosial. Wacana ini bisa memperkuat pandangan sosial yang ada atau mengubah pandangan yang sudah ada (Rohana & Syamsuddin, 2015). Selain itu, Van Dijk juga menyatakan bahwa wacana berperan

dalam menggambarkan relasi sosial antara berbagai kelompok dalam Masyarakat.

Menurut Van Dijk, analisis wacana kritis mencakup tiga dimensi utama yang perlu diperhatikan dalam menganalisis suatu wacana, yaitu teks, kognisi sosial, dan konteks sosial (Kristina, 2020: 11). Dimensi teks mengacu pada isi dari artikel itu sendiri. Teks dalam tulisan tentang etika berhijab tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk pandangan pembaca atau audiens tentang bagaimana seharusnya perempuan berhijab. Kognisi sosial berkaitan dengan latar belakang ideologi dan pola pikir *produsen* teks, termasuk faktor-faktor yang memengaruhi perspektif dan cara pandang mereka terhadap suatu isu. Sedangkan konteks sosial mengacu pada kondisi sosial, budaya, dan politik yang mempengaruhi pembuatan dan pemahaman teks tersebut. Dalam hal ini, tulisan tentang etika berhijab harus dilihat dalam konteks sosial yang lebih luas, seperti peran media sosial dalam membentuk opini publik, norma sosial tentang hijab, dan pengaruh agama dalam kehidupan sosial.

b. New media

New media, atau media baru, merujuk pada bentuk-bentuk teknologi komunikasi yang didasarkan pada digitalisasi dan penggunaan internet untuk memfasilitasi komunikasi pribadi. Media

baru memiliki karakteristik yang dapat diakses secara luas oleh individu dengan menggunakan perangkat digital seperti komputer, smarthpone, atau tablet (McQuail, 2011: 148). Definisi ini menggambarkan sebuah fenomena komunikasi yang sangat terbuka, memungkinkan interaksi yang lebih luas antara pengguna dan penyedia informasi. *New media* juga melibatkan berbagai platform yang mendukung koneksi antar jaringan, seperti media sosial, aplikasi digital, dan lainnya, yang mempermudah akses terhadap informasi dan partisipasi pengguna dalam komunikasi.

Asumsi dasar mengenai media baru berpusat pada pemikiran bahwa teknologi komunikasi baru ini tidak hanya meningkatkan efisiensi dalam berbagi informasi, tetapi juga mengubah cara individu berinteraksi dengan informasi. Menurut *Littlejohn* (2008: 413) mengidentifikasi perubahan signifikan antara dua era media: era media yang lebih tradisional (satu menjadi banyak) dan era media baru yang lebih demokratis dan desentralisasi. Era pertama menggambarkan komunikasi satu arah di mana informasi dikendalikan oleh pihak tertentu, sedangkan era media baru lebih cenderung pada komunikasi dua arah dan memberi kebebasan bagi individu untuk berpartisipasi secara aktif. Dalam konteks ini, media baru menawarkan peluang bagi individu untuk membentuk kesadaran sosial melalui interaksi yang lebih terbuka dan dinamis.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

New media melibatkan beberapa konsep utama yang mencakup desentralisasi, interaktivitas, dan kemudahan akses. Sebagai contoh, media sosial memungkinkan audiens untuk tidak hanya menerima informasi, tetapi juga berpartisipasi dalam penciptaan dan distribusi informasi tersebut. Ini berlawanan dengan media tradisional yang lebih terstruktur dan terbatas pada komunikasi satu arah. Keterlibatan audiens dalam media sosial, seperti yang dijelaskan oleh Setiawan (2013), memperkenalkan konsep "interaktivitas" di mana pengguna aktif memberi respons terhadap informasi yang diterima dan turut memengaruhi budaya populer.

Penelitian ini menganalisis artikel tentang etika berhijab di media sosial melalui lensa teori analisis wacana kritis model Van Dijk. Dalam konteks media sosial, etika berhijab diposisikan sebagai wacana yang dibentuk melalui interaksi antara pembuat konten dan audiens, dan dipengaruhi oleh berbagai kekuatan sosial yang ada. Van Dijk mengemukakan bahwa wacana tidak hanya mencerminkan kenyataan sosial, tetapi juga mengkonstruksi dan memengaruhi ideologi, nilai-nilai, dan kekuasaan dalam masyarakat. Oleh karena itu, penelitian ini akan melihat bagaimana wacana tentang etika berhijab dibentuk di media sosial, mengidentifikasi nilai-nilai ideologis yang mendasari, dan memeriksa bagaimana proses tersebut dapat memengaruhi audiens.

Teori ini sangat relevan karena media sosial, sebagai salah satu bentuk *New media*, memungkinkan penyebaran wacana dengan cara yang lebih bebas dan demokratis. Setiap individu dapat menjadi bagian dari konstruksi wacana tersebut, memberikan respons, dan mengubah arah pesan yang diterima.

2. Kerangka Konseptual

Tulisan tentang etika berhijab di media sosial, seperti yang disorot oleh portal Inspira.tv, mencerminkan dinamika antara nilai-nilai agama dan tekanan sosial yang terbentuk di ruang digital. Dalam penelitian ini, analisis wacana kritis (AWK) digunakan untuk memahami bagaimana teks media sosial membentuk persepsi publik terhadap etika berhijab. AWK, menurut Van Dijk (2001), berfokus pada tiga dimensi utama: teks, kognisi sosial, dan konteks sosial, yang saling berinteraksi dalam menciptakan dan mendistorsi wacana sosial yang ada. Dimensi teks mengacu pada cara informasi tentang etika berhijab disajikan di media sosial, dengan fokus pada struktur bahasa dan pilihan kata yang digunakan untuk menggambarkan norma-norma berpakaian di kalangan wanita berhijab. Wacana yang terbentuk melalui teks ini dapat membentuk pandangan pembaca tentang apa yang dianggap pantas atau tidak pantas dalam penggunaan hijab di dunia maya.

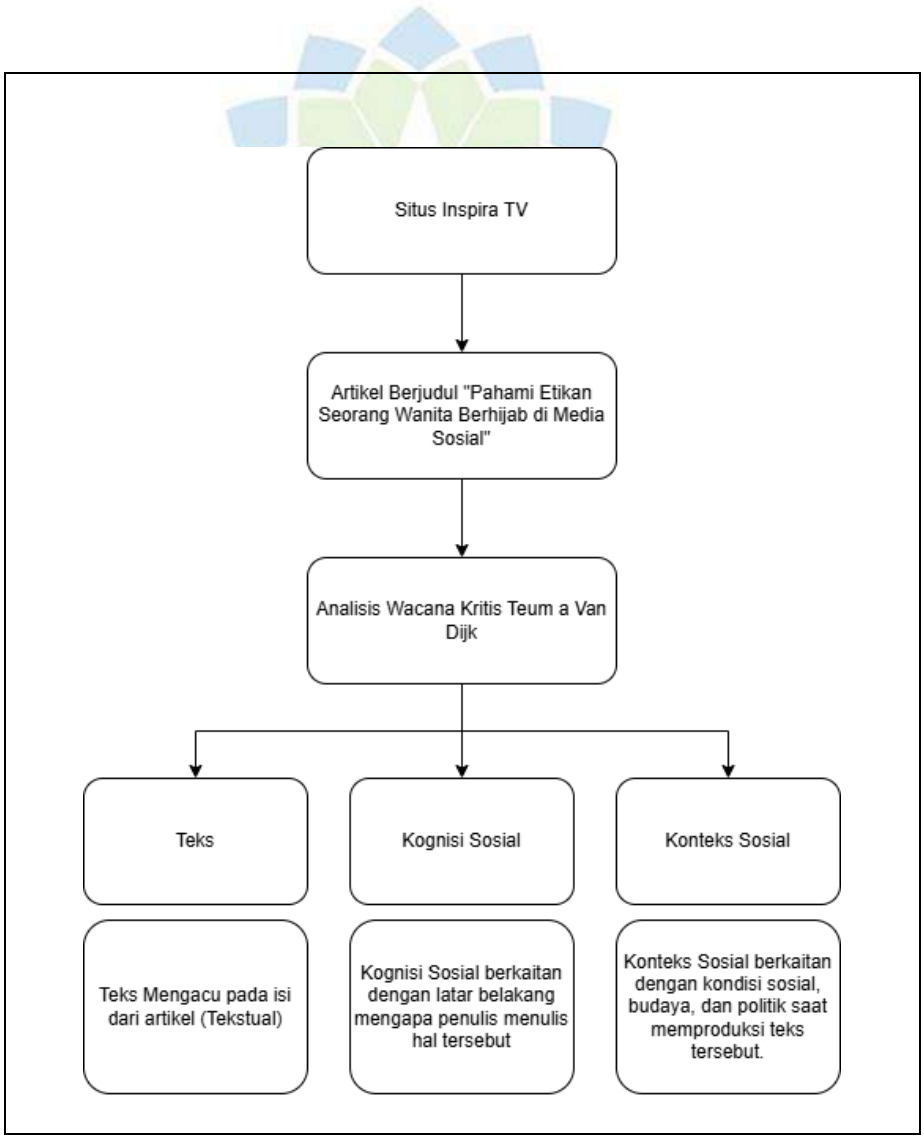
Kognisi sosial berkaitan dengan latar belakang ideologi dan pola pikir produsen teks, termasuk faktor-faktor yang memengaruhi

perspektif dan cara pandang mereka terhadap suatu isu. Dalam konteks media sosial, interpretasi audiens terhadap konten tentang etika berhijab dapat bervariasi tergantung pada latar belakang agama, budaya, serta pengalaman pribadi mereka terkait dengan hijab. Hal ini menciptakan ruang bagi perbedaan pemahaman, di mana sebagian audiens mungkin menganggap hijab sebagai simbol kesopanan yang harus dijaga, sementara yang lain mungkin melihatnya lebih sebagai bagian dari tren mode yang lebih fleksibel dan mudah disesuaikan dengan kebutuhan popularitas.

Konsep konteks sosial mengacu pada faktor sosial, budaya, dan politik yang memengaruhi produksi dan pemahaman teks. Dalam hal ini, konteks sosial yang melibatkan penggunaan media sosial sebagai platform untuk berbagi dan mengonsumsi informasi menjadi penting dalam memahami bagaimana etika berhijab dikonstruksi. Media sosial menyediakan ruang bagi individu untuk menyuarakan pendapat mereka, namun hal ini juga menciptakan tantangan baru dalam mempertahankan nilai-nilai yang terkandung dalam hijab sebagai simbol identitas agama dan moralitas. Media sosial, sebagai ruang komunikasi yang terbuka dan tidak terstruktur (McQuail, 2011: 148).

Dalam penelitian ini, teks yang dianalisis adalah tulisan tentang penggunaan hijab oleh selebgram Oklin Fia di Inspira.tv, yang menyoroti kontroversi terkait etika berhijab di media sosial. Melalui analisis ini, diharapkan dapat diungkap bagaimana media menggunakan

wacana untuk memengaruhi cara masyarakat berpikir dan bertindak terkait dengan hijab, serta bagaimana nilai-nilai sosial dan agama dipertentangkan dalam ruang digital yang semakin global dan bebas. Berdasarkan konsep teori analisis wacana kritis Van Dijk (2001), media memiliki kekuatan untuk mengarahkan persepsi publik dan membentuk ideologi yang mendukung atau mengkritik suatu norma sosial, termasuk dalam hal berpakaian sesuai dengan agama.



Gambar 1.1 Keranga Konseptual

F. Langkah-Langkah Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini berfokus pada artikel berjudul *Pahami Etika Seorang Wanita Berhijab dalam Menggunakan Media Sosial*, yang diterbitkan di Inspira.tv pada tanggal 10 Agustus 2023. Artikel ini dipilih karena relevansinya dalam mengkaji wacana etika berhijab di media sosial, serta pengaruhnya terhadap pandangan dan perilaku perempuan berhijab dalam konteks digital. Sebagai platform media sosial yang menjangkau audiens luas, Inspira.tv memainkan peran penting dalam membentuk opini publik tentang isu-isu sosial dan agama, khususnya terkait dengan etika berhijab. Penelitian ini akan menggali bagaimana artikel tersebut membangun wacana seputar etika berhijab di media sosial dan bagaimana wacana ini dipengaruhi oleh konteks sosial dan ideologi yang lebih besar.

2. Paradigma dan Pendekatan

Paradigma penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah paradigma kritis, yang berfokus pada pemahaman dan analisis terhadap wacana yang ada, serta bagaimana kekuasaan dan ideologi dibangun dalam suatu teks. Paradigma kritis ini bertujuan untuk mengungkapkan struktur-struktur yang tersembunyi dalam media dan komunikasi massa, serta bagaimana teks-teks tersebut memengaruhi pemikiran dan perilaku masyarakat (Muslim, 2018:79). Menurut Horkheimer, teori kritis memiliki potensi emansipatoris karena selalu mempertanyakan dan

menganalisis kondisi sosial yang ada, serta berusaha untuk memberikan perubahan melalui pemahaman yang lebih mendalam tentang masalah yang ada dalam masyarakat (Sindhunata, 1983:80). Dalam konteks penelitian ini, paradigma kritis digunakan untuk mengkritisi dan menganalisis representasi etika berhijab yang ada dalam artikel-artikel media sosial, khususnya di Inspira.tv, serta bagaimana teks-teks tersebut mengkonstruksi nilai-nilai tertentu tentang hijab dan identitas perempuan.

Pendekatan penelitian ini menggunakan kualitatif. Oleh karena itu, pendekatan ini tidak hanya menekankan pada analisis teks secara struktural, tetapi juga pada konteks sosial, politik, dan ideologi yang membentuk cara pandang terhadap etika berhijab (Eriyanto, 2011:48). Dengan menggunakan pendekatan kualitatif ini, penelitian ini diharapkan dapat menggali lebih dalam tentang bagaimana media sosial membingkai dan mengarahkan opini publik terkait etika berhijab, serta bagaimana ideologi yang dominan membentuk pandangan masyarakat tentang hijab. Dalam hal ini, teori analisis wacana kritis model Van Dijk akan digunakan untuk melihat bagaimana struktur sosial, kekuasaan, dan kognisi sosial mempengaruhi cara artikel-artikel tersebut menyampaikan pesan tentang etika berhijab.

3. Metode Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan Analisis Wacana Kritis (AWK) model Van Dijk, yang fokus pada tiga aspek utama: teks, kognisi sosial,

dan konteks sosial (Kristina, 2020: 11). Pertama, analisis dilakukan pada teks itu sendiri, yakni artikel *Pahami Etika Seorang Wanita Berhijab dalam Menggunakan Media Sosial* yang diterbitkan di Inspira.tv. Di sini, peneliti mengidentifikasi tema utama, struktur kalimat, dan pilihan kata yang digunakan untuk menggambarkan etika berhijab di media sosial. Aspek ini membantu untuk memahami bagaimana pesan yang disampaikan dalam teks dikonstruksi dan dipresentasikan kepada audiens.

Selanjutnya, analisis beralih ke kognisi sosial, Kognisi sosial berkaitan dengan latar belakang ideologi dan pola pikir produsen teks, termasuk faktor-faktor yang memengaruhi perspektif dan cara pandang mereka terhadap suatu isu. Kognisi sosial ini mengarah pada pemahaman tentang bagaimana ideologi dan pengetahuan yang dibawa oleh pembaca memengaruhi cara mereka menerima dan mengartikan pesan dalam artikel. Terakhir, analisis memperhatikan konteks sosial yang melingkupi teks tersebut, dengan mengamati faktor-faktor sosial, budaya, dan politik yang dapat mempengaruhi pembuatan dan penyebaran artikel. Melalui ketiga dimensi ini, penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan bagaimana wacana etika berhijab dibangun dan bagaimana hal tersebut mempengaruhi persepsi sosial di media sosial.

4. Jenis Data dan Sumber Data

a) Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif, yang berfokus pada pengumpulan informasi dalam bentuk kata-kata, narasi, dan gambar, bukan angka-angka. Menurut Emzir, data kualitatif berfokus pada pengumpulan informasi yang dapat mengungkapkan makna yang terkandung dalam teks atau gambar secara lebih mendalam dan kontekstual (Emzir, 2011: 3). Dalam penelitian ini, data kualitatif akan digunakan untuk menggali bagaimana makna etika berhijab dikonstruksi dalam artikel, serta bagaimana hal itu diterima dan diinterpretasikan oleh pembaca, dengan memperhatikan struktur wacana, kognisi sosial, dan konteks sosial yang relevan. Data tersebut memungkinkan peneliti untuk memahami dinamika sosial yang terjadi melalui teks dan memberikan wawasan lebih dalam mengenai peran media sosial dalam membentuk opini publik terkait etika berhijab.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

b) Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini terbagi menjadi dua jenis, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah artikel yang diterbitkan di Inspira.tv berjudul *Pahami Etika Seorang Wanita Berhijab dalam Menggunakan Media Sosial*, yang terbit pada tanggal 10 Agustus

2023. Artikel ini menjadi objek utama yang dianalisis dalam penelitian ini, karena langsung mengandung wacana yang relevan mengenai etika berhijab di media sosial. Data primer ini mencakup teks artikel tersebut yang akan dianalisis menggunakan pendekatan analisis wacana kritis model Van Dijk, dengan fokus pada dimensi teks, kognisi sosial, dan konteks sosial yang ada.

Sumber data sekunder meliputi literatur atau referensi yang digunakan untuk mendukung analisis dan pembahasan dalam penelitian ini. Referensi sekunder ini dapat mencakup buku, jurnal, artikel, dan kajian terdahulu yang berkaitan dengan analisis wacana kritis, etika media sosial, serta topik terkait lainnya. Sumber data sekunder ini memberikan perspektif teoretis dan kerangka konseptual yang memperkaya pemahaman mengenai wacana etika berhijab di media sosial, serta memperkuat argumentasi dalam analisis wacana yang dilakukan terhadap artikel Inspira.tv.

5. Penentuan Informan atau Unit Penelitian

Informan dalam penelitian kualitatif dibagi menjadi beberapa kategori berdasarkan peran dan tingkat keterlibatannya dalam proses penelitian. Menurut Suyanto (2005:172), terdapat tiga jenis informan yang dapat diidentifikasi dalam penelitian: informan kunci, informan utama, dan informan tambahan. Masing-masing informan memiliki peran yang berbeda namun sama penting dalam memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian.

Informan kunci (*key informant*) adalah individu yang memiliki pengetahuan mendalam dan informasi pokok yang sangat relevan dengan topik penelitian. Mereka adalah orang-orang yang dianggap sebagai sumber utama atau referensi karena pemahaman dan keahlian mereka dalam bidang yang diteliti. Informan kunci biasanya memiliki pengalaman langsung atau pemahaman teoretis yang luas, sehingga mereka dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam dan komprehensif terkait dengan isu yang sedang diteliti. Dalam penelitian mengenai etika berhijab di media sosial, misalnya, informan kunci bisa berupa akademisi atau ahli media sosial yang memiliki pengetahuan khusus dalam menganalisis wacana dan etika di platform digital.

Informan utama adalah individu yang terlibat langsung dalam interaksi sosial yang menjadi objek penelitian. Mereka adalah orang-orang yang berpartisipasi atau berkontribusi langsung dalam situasi sosial yang sedang dikaji. Dalam konteks penelitian ini, informan utama bisa mencakup penulis artikel atau pembaca yang aktif memberikan komentar atau tanggapan terhadap artikel yang menganalisis etika berhijab di media sosial. Mereka memberi informasi berdasarkan pengalaman dan pandangan mereka sendiri mengenai bagaimana wacana etika berhijab dipahami dan diterima oleh audiens.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

6. Teknik Pengumpulan Data

a) Observasi

Dalam penelitian ini, observasi dilakukan untuk memahami bagaimana artikel tentang etika berhijab di media sosial diterima oleh audiens. Peneliti mengamati interaksi, diskusi, dan respons yang muncul di ruang komentar artikel atau di platform media sosial terkait. Observasi ini bertujuan untuk menangkap dinamika yang terjadi, termasuk reaksi emosional, argumen, serta pola diskusi yang berkembang di antara pembaca. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat melihat bagaimana artikel tersebut memengaruhi pandangan publik serta menganalisis dampaknya terhadap wacana etika berhijab.

b) Wawancara

Wawancara dilakukan untuk menggali informasi mendalam dari informan utama dan kunci yang memiliki keterkaitan langsung dengan topik yang dibahas. Informan yang dipilih meliputi mereka yang terlibat dalam produksi artikel di Inspira.tv, seperti penulis atau editor, serta individu yang aktif dalam mengonsumsi konten tersebut, seperti pembaca atau pengguna media sosial. Teknik ini bertujuan untuk memperoleh perspektif langsung tentang konstruksi wacana, latar belakang produksi artikel, serta interpretasi informan terhadap isu yang diangkat.

c) Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data berupa artikel yang telah dipublikasikan di Inspira.tv mengenai etika berhijab di media sosial. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk meninjau teks secara langsung, menganalisis struktur narasi, gaya bahasa, serta pesan yang disampaikan. Analisis dokumen membantu mengidentifikasi bagaimana wacana dibangun oleh media dan bagaimana isu etika berhijab diposisikan dalam artikel tersebut. Dengan teknik ini, data tekstual menjadi bahan utama untuk analisis wacana kritis yang mendalam.

7. Teknik Penentuan Keabsahan Data

Untuk memastikan keabsahan dan kualitas data yang diperoleh, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi data dan pemeriksaan anggota. Triangulasi data dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari berbagai sumber, seperti wawancara dengan informan utama dan kunci, hasil observasi di media sosial, serta dokumen atau artikel yang menjadi objek penelitian. Dengan membandingkan data dari berbagai perspektif dan teknik pengumpulan, peneliti dapat memverifikasi konsistensi dan keakuratan data. Selain itu, teknik pemeriksaan anggota dilakukan dengan meminta konfirmasi kepada informan mengenai temuan atau interpretasi yang telah dihasilkan selama proses analisis data. Hal ini berguna untuk

memastikan bahwa data yang diperoleh mencerminkan perspektif dan pengalaman asli informan yang terlibat dalam penelitian ini.

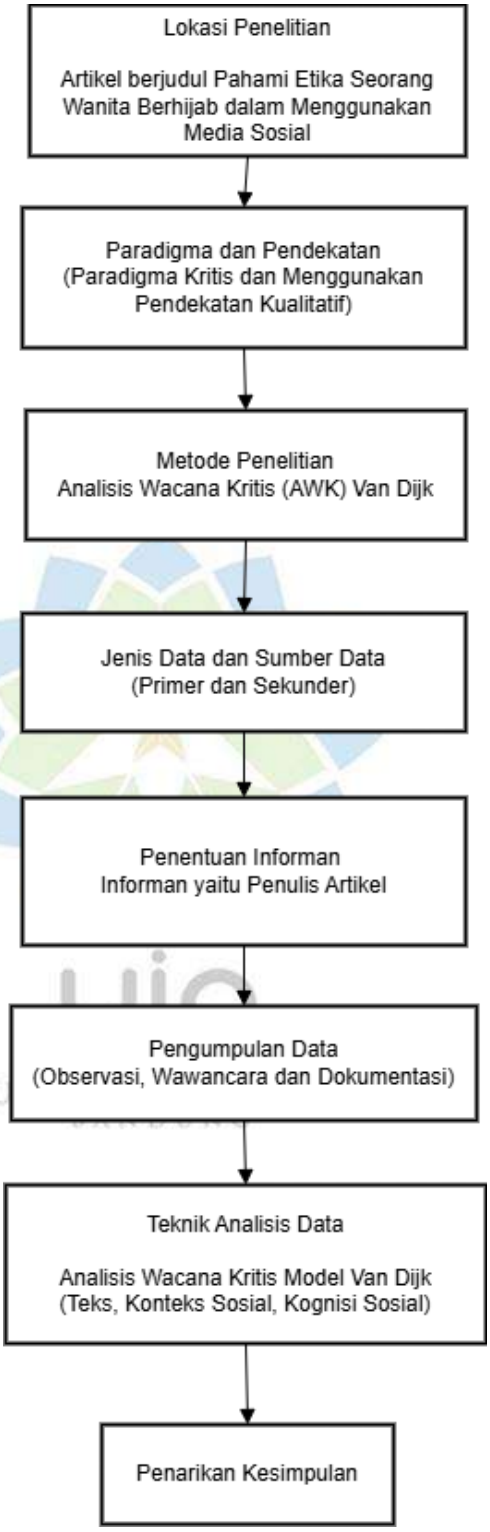
8. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Wacana Kritis Model Van Dijk, yang berfokus pada tiga dimensi utama: teks, kognisi sosial, dan konteks sosial. Dalam analisis teks, peneliti menganalisis struktur bahasa dan unsur-unsur tekstual dalam artikel, seperti pilihan kata, gaya bahasa, dan representasi yang dibangun oleh penulis. Selanjutnya, analisis kognisi sosial menggali bagaimana wacana dalam artikel mempengaruhi pemahaman dan persepsi audiens, serta bagaimana pembaca menginterpretasikan pesan yang terkandung dalam teks. Terakhir, analisis konteks sosial dilakukan untuk memahami bagaimana kondisi sosial, budaya, dan politik saat ini mempengaruhi konstruksi wacana dalam artikel tentang etika berhijab di media sosial.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

9. Lokasi dan Rencana Jadwal Penelitian

Lokasi penelitian ini berfokus pada artikel berjudul *Pahami Etika Seorang Wanita Berhijab dalam Menggunakan Media Sosial*, yang diterbitkan di Inspira.tv pada tanggal 10 Agustus 2023.



Gambar 1.2 Langkah-Langkah Penelitian

Tabel 1.1 Rencana Jadwal Penelitian

No	Jenis Kegiatan	Nov	Des	Jan	Feb
1	Penyusunan Proposal				
2	Perizinan				
3	*Survey* (Observasi awal)				
4	Observasi Lapangan				
5	Wawancara				
6	Penghimpunan Data Penelitian				
7	Mengkaji Kelengkapan Data				
8	Pengumpulan Data				
9	Analisis Data				
10	Kesimpulan				
11	Penyusunan Laporan Penelitian				
12	Revisi				
13	Sidang Munaqosah				