

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat sebanyak 438.168 kasus perceraian terjadi di Indonesia sepanjang tahun 2025, dari total 1.480.048 pernikahan yang dilangsungkan pada periode yang sama. Angka ini menunjukkan bahwa hampir sepertiga pasangan yang menikah berakhir pada perceraian, sekaligus memperlihatkan bahwa ketahanan keluarga di Indonesia masih menghadapi tantangan serius. Dibandingkan tahun 2020 yang mencatat 291.677 kasus perceraian, terjadi kenaikan yang sangat signifikan dalam kurun lima tahun terakhir. Kondisi ini menandakan bahwa berbagai faktor sosial, ekonomi, maupun psikologis yang memicu perceraian belum dapat ditangani secara optimal melalui program intervensi yang telah dijalankan pemerintah.¹

Kementerian Agama sempat mencatat penurunan pada tahun 2023 menjadi 463.654 kasus, namun tren tersebut tidak bertahan lama karena angka perceraian kembali merangkak naik pada tahun 2025.² Hal ini menunjukkan bahwa upaya seperti bimbingan perkawinan, konseling keluarga, dan edukasi pranikah masih memerlukan penguatan, baik dari sisi kualitas pelaksanaan maupun jangkauan masyarakat yang menerima layanan tersebut. Provinsi Jawa Barat menempati posisi tertinggi dalam statistik perceraian nasional dengan 98.903 kasus pada tahun 2025, disusul provinsi Jawa Timur dan Jawa Tengah. Ketiga provinsi tersebut sekaligus merupakan kawasan dengan kepadatan penduduk dan laju urbanisasi tertinggi di Indonesia, sebuah kondisi yang mengindikasikan bahwa tekanan psikososial di lingkungan urban dan semi-urban turut membebani stabilitas institusi pernikahan.³

Data BPS tahun 2025 mengungkap bahwa lebih dari 63% kasus perceraian dipicu oleh “perselisihan dan pertengkaran terus-menerus,” bukan oleh kehadiran

¹Badan Pusat Statistik (BPS), “*Nikah dan Cerai Menurut Provinsi (Kejadian), 2025*,” terakhir diperbarui 9 Februari 2026, diakses pada 11 Mei 2026, <https://www.bps.go.id>.

²Kementerian Agama Republik Indonesia, “*Angka Cerai Turun 10% di 2023, Kemenag Dorong Peran KUA Jaga Ketahanan Keluarga*,” 15 Mei 2024, diakses pada 11 Mei 2026.

³ Agnes Z. Yonatan, “10 Provinsi dengan Jumlah Perceraian Tertinggi 2025,” *GoodStats Data*, 14 Maret 2026, diakses 28 Mei 2026.

orang ketiga maupun tekanan ekonomi semata. Temuan tersebut membuktikan bahwa disintegrasi keluarga di Indonesia lebih banyak lahir dari akumulasi gesekan komunikasi harian yang gagal dimediasi, bukan dari satu peristiwa krisis yang tunggal. Statistik yang sama mencatat bahwa 78% dari seluruh kasus perceraian diajukan oleh pihak istri melalui mekanisme cerai gugat.⁴ Dominasi angka ini mencerminkan ketidaksesuaian yang mendalam antara ekspektasi komunikasi perempuan dalam pernikahan dengan realitas interaksi yang sesungguhnya mereka alami dari hari ke hari.

Masyarakat Indonesia secara masif beralih ke platform digital sebagai ruang konsultasi alternatif untuk memahami mengapa suami dan istri kerap tidak saling memahami, dan YouTube menjadi platform yang paling dominan untuk keperluan tersebut. Laporan DataReportal Digital 2026 mencatat jumlah pengguna YouTube di Indonesia mencapai 151 juta orang pada akhir tahun 2025, setara dengan 53% dari total populasi nasional, menjadikan Indonesia salah satu negara pengguna YouTube terbesar keempat di dunia.⁵ Konten ceramah keagamaan bertema komunikasi pasangan dan relasi gender tercatat sebagai salah satu kategori paling banyak dikonsumsi, mengindikasikan bahwa kebutuhan publik terhadap literasi komunikasi pernikahan sangat tinggi, sementara saluran pemenuhannya kini semakin bergeser dari ruang formal ke ruang digital. Tanpa pemahaman teoretis yang memadai, konsumsi konten digital tentang relasi gender berisiko hanya memperkuat stereotip tanpa menghasilkan pemahaman yang transformatif.

Teori *Genderlect Styles* yang dikembangkan oleh Deborah Tannen memberikan penjelasan konseptual mengenai fenomena tersebut. Teori ini menjelaskan bahwa laki-laki dan perempuan tumbuh dalam subbudaya komunikasi yang berbeda, sehingga keduanya mengembangkan “dialek gender” (*genderlect*) yang khas dalam menyampaikan pesan dan mengekspresikan emosi. Laki-laki

⁴Kompas.com, “Perceraian di Indonesia Didominasi Gugatan dari Istri, Kenapa Bisa Ini?,” diakses pada 11 Mei 2026, <https://www.kompas.com>.

⁵Ikhsan Suryakusumah. “DataReportal: 151 juta pengguna YouTube di Indonesia, tembus 53 persen populasi!” Inilah.com, 29 November 2025. Diakses pada 13 Mei 2026, <https://www.inilah.com/datareportal-151-juta-pengguna-youtube-di-indonesia-tembus-53-persen-populasi>

cenderung menggunakan bahasa sebagai instrumen untuk membangun status sosial, komunikasi yang bersifat informatif, transaksional, dan berorientasi solusi. Perempuan cenderung menggunakan bahasa untuk membangun dan memelihara koneksi emosional, komunikasi yang bersifat suportif, empatik, dan berorientasi pada hubungan itu sendiri.⁶

Perbedaan orientasi komunikasi ini menciptakan benturan makna yang berulang dalam kehidupan pernikahan. Seorang suami yang menjawab keluhan istrinya dengan solusi praktis merasa telah menjalankan fungsinya dengan baik, sang istri justru merasa tidak didengarkan karena yang ia butuhkan adalah validasi emosional bukan instruksi teknis. Benturan antarsistem makna semacam inilah yang secara kumulatif membentuk pola “pertengkaran terus-menerus” sebagaimana tercatat dalam data BPS. Laki-laki dan perempuan tidak beroperasi dalam sistem komunikasi yang lebih baik atau lebih buruk satu sama lain, melainkan dalam sistem yang berbeda namun kerap diperlakukan seolah-olah sama, dan ketidaktahuan akan perbedaan inilah yang menjadi akar konflik tanpa resolusi.

Pola *genderlect* berpotensi bertransformasi menjadi ideologi ketika perbedaan gaya komunikasi tidak lagi dipandang sebagai produk konstruksi sosial-budaya, melainkan diterima sebagai kodrat alamiah yang tidak perlu dipertanyakan. Pelabelan seperti “laki-laki memang tidak ekspresif” atau “perempuan memang cerewet” menunjukkan bahwa perbedaan *genderlect* telah melampaui tataran deskriptif dan masuk ke ranah normalisasi, yang pada gilirannya memperkuat ketimpangan relasi dalam pernikahan dan menjadikan hambatan komunikasi sebagai sesuatu yang seolah tidak bisa diubah. Kondisi inilah yang mendesak dikaji secara kritis: bagaimana wacana *genderlect* diproduksi, disebarluaskan, dan dinaturalisasikan dalam ruang publik kontemporer, khususnya melalui platform dakwah digital.

Dakwah digital di YouTube menjadi salah satu arena paling signifikan dalam produksi dan naturalisasi wacana *genderlect* di Indonesia saat ini. Platform ini telah

⁶ Em Griffin, Andrew Ledbetter, dan Glenn Sparks, *A First Look at Communication Theory*, archived chapter “Genderlect Styles—Deborah Tannen”, ed. ke-10 (New York: McGraw-Hill, 2019), 384-385.

menggeser struktur otoritas keagamaan yang sebelumnya terpusat pada institusi tradisional seperti pesantren dan majelis ulama. Kredibilitas seorang pendakwah di ekosistem YouTube tidak lagi semata-mata ditentukan oleh kedalaman ilmu agama, melainkan juga oleh kemampuannya mengemas pesan secara relevan dan menyentuh masalah keseharian audiens, sebuah pergeseran yang melahirkan model pendakwah baru yang memadukan legitimasi keagamaan dengan keahlian profesional, dikenal dalam kajian sosiologi agama sebagai *expertise authority*.

Konten ceramah tentang perbedaan komunikasi gender tidak bekerja secara netral di hadapan jutaan penontonnya. Konten tersebut secara bersamaan menyampaikan informasi, membentuk ekspektasi, dan membangun norma mengenai bagaimana laki-laki dan perempuan seharusnya berkomunikasi dalam rumah tangga. Ketika pesan-pesan itu dikemas dalam bingkai keagamaan yang otoritatif dan diperkuat oleh klaim ilmiah, penonton cenderung menerimanya bukan sebagai sekadar opini, melainkan sebagai kebenaran yang bersumber dari agama dan sains sekaligus. Mekanisme inilah yang menjadikan dakwah digital tentang gender sebagai arena produksi mitos dalam landasan semiotika Roland Barthes, sebuah ruang di mana konstruksi sosial-budaya diubah menjadi sesuatu yang tampak sebagai kodrat alam yang tidak terbantahkan, sementara makna-makna konotatif yang sarat nilai kultural dihadirkan seolah-olah bersifat denotatif dan universal.

Figur paling representatif dari model *expertise authority* dalam lanskap dakwah digital Indonesia saat ini adalah dr. Aisah Dahlan. Latar belakangnya sebagai dokter dengan keahlian di bidang kedokteran jiwa, hipnoterapi klinis, dan *neuoparenting* memberikannya otoritas ganda yang tidak dimiliki kebanyakan pendakwah lainnya, yaitu legitimasi ilmiah dari kualifikasi medisnya sekaligus legitimasi keagamaan dari posisinya sebagai pendakwah Muslimah. Kanal YouTube resminya draisahdahlan telah melampaui 311 ribu *subscriber*, dengan video-video unggulan yang masing-masing meraih antara satu juta hingga dua belas juta penayangan. Kehadiran figur seperti dr. Aisah Dahlan bukan sekadar fenomena popularitas, melainkan penanda pergeseran struktural dalam cara masyarakat

Muslim Indonesia mengakses dan memvalidasi pengetahuan tentang relasi gender dalam pernikahan.

Ceramah dr. Aisah Dahlan menampilkan sistem tanda audio-visual yang jauh lebih kompleks dibandingkan dengan ceramah konvensional di mimbar masjid. Ia secara konsisten menyajikan penjelasan mengenai anatomi otak, khususnya perbedaan antara laki-laki dan perempuan, sebagai landasan ilmiah untuk menjelaskan perbedaan kecenderungan perilaku dan gaya komunikasi keduanya. Dalam konstruksi tersebut, perempuan direpresentasikan lebih mampu melakukan *multitasking* dan lebih ekspresif secara emosional, sementara laki-laki cenderung digambarkan lebih terfokus dan kurang ekspresif secara verbal. Penjelasan tersebut dikemas melalui visualisasi diagram anatomi otak, intonasi suara yang dinamis, ekspresi wajah dan gestur tubuh yang terencana, serta setting panggung yang profesional dan turut mengonstruksi citra otoritas. Seluruh elemen tersebut bukan sekadar berfungsi sebagai kemasan estetis, melainkan membentuk suatu sistem tanda yang secara aktif turut memproduksi dan mengarahkan pemaknaan terhadap pesan yang disampaikan.

Penjelasan berbasis data biologis dalam ceramah dr. Aisah Dahlan beroperasi pada tiga tataran makna sekaligus. Pada tataran denotatif, penjelasan tersebut merupakan deskripsi anatomi otak yang bersifat faktual dan dapat diverifikasi secara ilmiah. Pada tataran konotatif, penjelasan yang sama berubah menjadi pembenaran atas ekspektasi peran komunikasi yang berbeda antara suami dan istri, seolah-olah perbedaan biologis secara langsung menentukan pola interaksi dalam rumah tangga. Pada tataran mitos, transformasi ini mencapai puncaknya: perbedaan komunikasi gender dihadirkan seolah-olah merupakan kodrat alam yang tidak dapat diubah, bukan hasil dari konstruksi sosial-budaya.

Tampilan seorang pendakwah perempuan berjilbab yang memaparkan diagram otak medis di hadapan ratusan audiens tidak sekadar menyampaikan fakta anatomi, melainkan sekaligus mengonstruksi citra tentang siapa yang berwenang berbicara tentang perbedaan gender dan dengan dasar otoritas apa. Kompleksitas berlapis inilah yang menjadikan ceramah dr. Aisah Dahlan sebagai teks semiotis yang kaya untuk dikaji secara ilmiah. Lebih jauh, ceramah-ceramah semacam ini

tidak hanya dikonsumsi secara pasif, melainkan aktif dibagikan dan didiskusikan di berbagai platform lain seperti Instagram, WhatsApp, dan TikTok, sehingga jangkauannya melampaui ekosistem YouTube itu sendiri dan mempercepat internalisasi narasi *genderlect* di kalangan pasangan muda Indonesia yang berada pada fase paling rentan dalam siklus kehidupan pernikahan.

Penelitian terdahulu yang mengkaji dakwah digital di Indonesia umumnya belum menggunakan semiotika tiga tingkat Roland Barthes untuk membedah representasi *genderlect* secara sekaligus pada tataran denotasi, konotasi, dan mitos dalam satu objek ceramah digital. Pendekatan yang lebih banyak digunakan adalah analisis *framing*, manajemen dakwah, atau pengukuran efektivitas pesan secara kuantitatif. Celah akademis inilah yang menjadikan penelitian ini memiliki nilai kebaruan yang signifikan, baik dari sisi objek kajian maupun dari sisi pendekatan metodologisnya.

Dua landasan analisis yang saling melengkapi digunakan secara bersamaan dalam kajian ini. *Genderlect Styles* Tannen difungsikan sebagai landasan sosiolinguistik untuk mengidentifikasi pola-pola komunikasi berbasis gender yang hadir dalam ceramah. Semiotika tiga tingkat Barthes digunakan sebagai piranti analisis untuk membongkar lapisan-lapisan makna yang bekerja di balik tanda-tanda verbal dan audio-visual, dari makna harfiah (denotasi), makna kultural yang lahir karena tanda dibaca melalui pengetahuan dan kebudayaan masyarakat (konotasi), hingga makna yang telah dinaturalisasikan sebagai kebenaran universal (mitos). Kombinasi kedua landasan tersebut memungkinkan kajian ini tidak hanya mendeskripsikan apa yang ditampilkan dalam ceramah, tetapi juga menganalisis bagaimana makna tentang gender diproduksi dan ideologi apa yang bekerja di baliknya.

Perlu ditegaskan bahwa tingginya angka perceraian dalam kajian ini tidak dimaksudkan sebagai data yang diuji hubungan sebab-akibatnya dengan jumlah penonton ceramah dr. Aisah Dahlan. Kedua data tersebut berasal dari sumber dan sifat yang berbeda, dan penelitian ini tidak berupaya membuktikan bahwa konsumsi konten tersebut menurunkan atau meningkatkan risiko perceraian audiensnya. Data perceraian berfungsi sebagai premis yang menunjukkan urgensi sosial dari

persoalan komunikasi gender dalam pernikahan, sebagai fenomena nyata yang mendorong masyarakat mencari pemahaman melalui ruang digital. Ceramah dr. Aisah Dahlan dipilih sebagai objek kajian karena representatif dari fenomena tersebut, yakni figur dengan otoritas ganda yang kontennya paling banyak dikonsumsi dalam kategori dakwah bertema relasi gender, bukan karena hendak menempatkannya sebagai penyebab atau solusi atas angka perceraian itu sendiri.

Kajian deskriptif-analitis menjadi pendekatan yang dipilih dalam tulisan ini, bukan sebagai evaluasi atas kualitas dakwah, kebenaran klaim ilmiah yang disampaikan, maupun efeknya terhadap perilaku audiens. Landasan normatif Islam melalui QS. Ar-Rum: 21, yang menggambarkan pernikahan sebagai *mitsaqan ghalizhan* dengan tujuan menghadirkan sakinah, mawaddah, dan rahmah, menjadi titik pijak etis yang mengingatkan bahwa wacana komunikasi gender dalam dakwah semestinya memperkuat, bukan mereduksi, prinsip kesetaraan dan saling menghormati antara suami dan istri. Berdasarkan seluruh uraian tersebut, penelitian ini bermaksud mengkaji bagaimana makna *genderlect* direpresentasikan dan dinaturalisasikan dalam ceramah dr. Aisah Dahlan di YouTube melalui pendekatan semiotika tiga tingkat Roland Barthes, sekaligus memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian komunikasi dakwah digital, studi gender, dan semiotika komunikasi di Indonesia.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, penelitian ini difokuskan pada analisis semiotika tiga tingkat Roland Barthes terhadap representasi *genderlect* dalam ceramah dr. Aisah Dahlan di YouTube. Fokus penelitian dirumuskan dalam pertanyaan-pertanyaan berikut:

1. Bagaimana pesan verbal dan audio-visual yang merepresentasikan *genderlect* ditampilkan pada tataran denotatif dalam ceramah dr. Aisah Dahlan di YouTube?
2. Bagaimana pesan *genderlect* tersebut membentuk makna konotatif terkait relasi gender dalam ceramah dr. Aisah Dahlan di YouTube?
3. Bagaimana mitos gender direpresentasikan melalui narasi dakwah digital pada ceramah dr. Aisah Dahlan di YouTube?

Keterkaitan ketiga fokus penelitian tersebut dijabarkan sebagai berikut: pada tahap signifikasi tingkat pertama (denotasi), kajian ini mengidentifikasi pesan verbal dan audio-visual yang digunakan dalam ceramah. Pada tahap ini, analisis difokuskan pada bagaimana pesan-pesan tersebut ditampilkan secara literal sebelum dimaknai lebih lanjut, mencakup pilihan kata yang diucapkan, intonasi suara, ekspresi wajah, gestur tubuh, hingga visualisasi yang ditampilkan dalam ceramah.

Pada tahap signifikasi tingkat kedua atau tataran konotatif, kajian ini menginterpretasikan makna yang muncul melalui hubungan antarpesan yang terdapat dalam ceramah. Dengan menggunakan perspektif *genderlect* Deborah Tannen, analisis difokuskan pada representasi gaya komunikasi *report talk* yang dikaitkan dengan laki-laki dan *rapport talk* yang dikaitkan dengan perempuan. Analisis pada tahap ini diarahkan untuk mengungkap pemaknaan yang terbentuk mengenai relasi gender, khususnya bagaimana representasi tersebut menghasilkan ekspektasi tertentu terhadap cara laki-laki dan perempuan berkomunikasi dalam hubungan suami-istri.

Analisis ini mengungkap representasi mitos gender melalui narasi dakwah digital dalam ceramah dr. Aisah Dahlan di YouTube. Analisis tersebut memusatkan perhatian pada proses pembentukan makna ideologis yang dinaturalisasikan melalui narasi dakwah, sehingga konstruksi gender tertentu tampil sebagai sesuatu yang alamiah, wajar, dan tidak perlu dipertanyakan. Narasi dakwah tersebut membentuk pemahaman tertentu mengenai peran dan relasi gender dalam kehidupan rumah tangga. Representasi tersebut mengukuhkan pola relasi suami-istri yang bersifat komplementer namun asimetris, dengan menempatkan istri sebagai pihak yang lebih dituntut untuk menyesuaikan diri dan mengelola beban emosional, sedangkan suami ditempatkan sebagai pihak yang perlu dipahami dan diakomodasi. Ceramah dr. Aisah Dahlan di YouTube dengan demikian berfungsi sebagai praktik diskursif yang tidak hanya menyampaikan pesan keagamaan, tetapi juga membentuk dan menaturalisasi pandangan mengenai relasi gender dalam kehidupan rumah tangga di era digital.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini secara umum adalah untuk menganalisis bagaimana *genderlect* direpresentasikan serta bagaimana makna komunikasi gender diproduksi dalam dakwah digital yang disampaikan oleh dr. Aisah Dahlan di platform YouTube, dengan menggunakan landasan semiotika Roland Barthes:

1. Untuk mengidentifikasi dan mendeskripsikan pesan verbal dan audio-visual yang merepresentasikan *genderlect* pada tataran denotatif dalam dakwah digital dr. Aisah Dahlan di YouTube.
2. Untuk menganalisis makna konotatif yang dibentuk melalui pesan *genderlect* dalam dakwah digital dr. Aisah Dahlan, khususnya yang berkaitan dengan relasi gender.
3. Untuk mengungkap representasi mitos gender dalam narasi dakwah dr. Aisah Dahlan di YouTube, serta implikasinya terhadap pembentukan relasi gender dalam konteks komunikasi keluarga.

D. Manfaat Hasil Penelitian

Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat hasil penelitian:

1. Manfaat Ilmiah (Signifikansi Akademik)

Penelitian ini diharapkan mampu memperkaya khazanah keilmuan di bidang studi komunikasi, khususnya dalam ranah komunikasi gender dan media digital. Secara lebih spesifik, kontribusi ilmiah penelitian ini mencakup beberapa poin utama:

- a. Pengayaan Perspektif Kritis Gender dalam Komunikasi Dakwah

Penelitian ini berupaya memperdalam penggunaan perspektif gender kritis dalam konteks dakwah digital di Indonesia. Melalui analisis semiotika Roland Barthes terhadap narasi dr. Aisah Dahlan, kajian ini memberikan pemahaman baru mengenai cara perbedaan komunikasi laki-laki dan perempuan direpresentasikan dalam konten keagamaan. Selain itu, penelitian ini menyingkap mekanisme produksi makna dan pembentukan mitos gender yang selama ini dilegitimasi melalui penggabungan otoritas ilmiah serta religius.

b. Pengembangan Pendekatan Interdisipliner

Kajian ini menawarkan sebuah pendekatan interdisipliner dengan mengintegrasikan teori *Genderlect Styles* dari Deborah Tannen dan semiotika Roland Barthes dalam satu landasan analitis yang koheren. Integrasi teoretis tersebut sangat penting untuk memperluas kajian dakwah yang selama ini cenderung bersifat normatif-tekstual menuju kajian yang lebih analitis-kritis. Penelitian ini menyoroti penggunaan wacana ilmiah, seperti neurosains, sebagai instrumen retorik dalam produksi makna dan pembentukan relasi suami-istri di era digital.

c. Kontribusi Metodologis Analisis Semiotika Media Baru

Secara metodologis, penelitian ini menyajikan contoh penerapan analisis semiotika Roland Barthes secara sistematis pada konten media baru berbasis YouTube. Model analisis tiga lapis (denotasi, konotasi, dan mitos) dalam penelitian ini menyediakan rujukan aplikatif bagi pengkaji selanjutnya yang ingin mengkaji representasi ideologi dalam media keagamaan digital. Penerapan prosedur analisis tersebut membuktikan bahwa semiotika tetap relevan untuk membedah teks multimodal yang kompleks di platform media sosial modern.

2. Manfaat Sosial (Signifikansi Praktis)

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi berbagai lapisan masyarakat dan praktisi komunikasi, antara lain:

a. Bagi Pendakwah dan Kreator Konten Digital

Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan refleksi bagi para pendakwah digital dalam memahami bagaimana pilihan bahasa, narasi, dan representasi dalam konten dakwah berkontribusi dalam membentuk pemahaman audiens. Kesadaran terhadap mekanisme pembentukan makna diharapkan dapat mendorong penyajian konten yang lebih kontekstual dan sensitif terhadap relasi gender.

b. Bagi Masyarakat dan Pasangan Suami-Istri

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bagian dari literasi media dan literasi komunikasi keluarga. Temuan penelitian dapat membantu masyarakat dalam memahami dan menafsirkan secara lebih kritis narasi tentang perbedaan komunikasi gender yang disampaikan melalui dakwah digital.

c. Bagi Pengembangan Wacana Keluarga Muslim di Era Digital

Penelitian ini berkontribusi dalam memperkaya diskursus mengenai komunikasi dalam relasi gender salah satunya dalam lingkungan rumah tangga suami-istri, dengan menyoroti bagaimana representasi gender dibentuk dalam media digital. Pemahaman ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam membangun pola komunikasi yang lebih adaptif terhadap dinamika sosial kontemporer.

d. Bagi Institusi Akademik

Penelitian ini memperkaya referensi perpustakaan mengenai kajian media digital dan komunikasi gender di lingkungan perguruan tinggi Islam khususnya di lingkungan Pascasarjana UIN Sunan Gunung Djati Bandung, sekaligus menjadi pijakan bagi penelitian lanjutan yang mengkaji representasi gender dalam berbagai platform dakwah digital.

E. Landasan Pemikiran

Pesan dakwah secara umum diklasifikasikan ke dalam tiga kategori, yaitu pesan akidah yang berkaitan dengan keimanan, pesan syariah yang berkaitan dengan hukum ibadah dan muamalah, serta pesan akhlak yang berkaitan dengan etika dan adab dalam berinteraksi⁷. Ceramah dr. Aisah Dahlan yang membahas perbedaan pola komunikasi antara suami dan istri tergolong ke dalam kategori pesan akhlak, khususnya akhlak dalam relasi rumah tangga, sehingga menjadi pijakan awal bahwa objek kajian dalam penelitian ini layak dianalisis sebagai pesan dakwah, sebelum representasi genderlect di dalamnya dikaji lebih lanjut melalui landasan *Genderlect Styles* dan semiotika Roland Barthes.

Genderlect adalah istilah yang menggabungkan kata gender dan dialect (dialek), yang merujuk pada gaya bicara atau pola komunikasi khas berdasarkan gender. Konsep ini dikembangkan secara sistematis oleh Deborah Tannen melalui karyanya *You Just Don't Understand: Women and Men in Conversation*, dan

⁷Endang Saifuddin Anshari, *Wawasan Islam: Pokok-pokok Pikiran tentang Paradigma & Sistem Islam* (Jakarta: Gema Insani, 2004), 45-46.

menjadi titik berangkat pemikiran dalam kajian ini sebagai premis utama mengenai adanya perbedaan gaya komunikasi antara laki-laki dan perempuan.⁸

Tannen berargumen bahwa komunikasi antara laki-laki dan perempuan menyerupai komunikasi lintas budaya, karena keduanya disosialisasikan ke dalam dua sistem komunikasi yang berbeda sejak masa kanak-kanak, bukan sebagai ekspresi dari kodrat biologis yang bersifat tetap. Laki-laki cenderung berkomunikasi melalui apa yang disebut Tannen sebagai *report talk*, yaitu gaya komunikasi yang bersifat informatif, transaksional, dan berorientasi pada pencapaian status sosial, sementara perempuan cenderung berkomunikasi melalui *rapport talk*, yaitu gaya komunikasi yang bersifat suportif, empatik, dan berorientasi pada pemeliharaan hubungan. Tannen mengidentifikasi lima dikotomi utama yang mencerminkan perbedaan orientasi komunikasi gender ini, meliputi status versus koneksi, *report talk versus rapport talk*, pemberian saran versus pencarian pemahaman emosional, toleransi terhadap konflik versus kecenderungan pada kompromi, serta independensi versus keintiman.⁹ *Genderlect* dengan demikian dipahami bukan sebagai hierarki di mana satu gaya lebih baik dari yang lain, melainkan sebagai dua sistem komunikasi yang berbeda namun setara. Teori Tannen dalam kajian ini tidak diposisikan sebagai kebenaran universal yang divalidasi, melainkan sebagai alat deskriptif untuk mengidentifikasi pesan-pesan *genderlect* yang hadir dalam ceramah dr. Aisah Dahlan pada tataran denotatif, sebelum dianalisis lebih lanjut melalui landasan semiotika Barthes.

Dakwah digital menjadi arena penting dalam produksi, penyebaran, dan naturalisasi pola-pola *genderlect* di ruang publik digital. Moch. Fakhruroji mendefinisikan dakwah digital sebagai aktivitas dakwah yang memanfaatkan platform berbasis internet sebagai media utama penyebaran pesan keagamaan. Dalam konteks tersebut, platform digital memungkinkan konstruksi makna tentang gender tersebar kepada jutaan penonton secara luas dan berkelanjutan. Platform YouTube berfungsi tidak hanya sebagai saluran distribusi pesan keagamaan, tetapi juga sebagai ruang produksi makna multimodal yang mengintegrasikan unsur

⁸ Deborah Tannen, *You Just Don't Understand: Women and Men in Conversation*. op.cit.,42.

⁹ Deborah Tannen, *You Just Don't Understand: Women and Men in Conversation*, op. cit., 49–50.

verbal, paraverbal, dan visual secara simultan dalam satu kemasan konten.¹⁰ Karakteristik tersebut menjadikan YouTube sebagai media yang efektif dalam membentuk persepsi audiens terhadap berbagai isu sosial, termasuk komunikasi gender.

Otoritas pendakwah dalam ekosistem dakwah digital tidak lagi ditentukan semata-mata oleh kedalaman ilmu agama yang dimiliki. Kemampuan pendakwah dalam mengemas pesan secara relevan, menarik, dan meyakinkan bagi audiens modern juga menjadi faktor penting dalam membangun legitimasi. Karakter algoritma YouTube turut memperkuat penyebaran berbagai narasi melalui mekanisme rekomendasi dan pengulangan konten kepada pengguna yang sama. Mekanisme tersebut memungkinkan narasi tentang perbedaan komunikasi gender terpapar secara berulang, sehingga narasi tersebut berpotensi dinaturalisasi sebagai kebenaran yang dianggap wajar dan tidak perlu dipertanyakan.

Roland Barthes berasumsi bahwa tanda tidak pernah bersifat netral; setiap representasi selalu membawa muatan ideologis tertentu yang tersembunyi di balik tampilan yang tampak alamiah. Ia mengembangkan sistem signifikasi yang melampaui tradisi semiotika sebelumnya dari Ferdinand de Saussure dengan menambahkan dimensi ideologis ke dalam analisis tanda, sehingga suatu teks dipahami tidak hanya menyampaikan makna harfiah, tetapi juga menghasilkan makna-makna kultural dan ideologis yang bekerja pada lapisan yang lebih dalam. Teori semiotika Roland Barthes menjelaskan bahwa proses pemaknaan suatu tanda berlangsung melalui tiga tataran signifikasi yang sistematis, yaitu denotasi, konotasi, dan mitos

Tataran denotatif berfungsi sebagai landasan awal dalam proses analisis makna, yakni tataran yang menunjukkan relasi langsung antara penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*) sehingga menghasilkan makna eksplisit, harfiah, dan objektif sebagaimana yang tampak secara kasatmata. Pada tataran ini, unsur-unsur komunikasi seperti kata-kata yang diucapkan, intonasi suara, ekspresi wajah, gestur

¹⁰ Fakhruroji, Moch. *Dakwah di Era Media Baru*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), 197-210

tubuh, serta unsur visual yang ditampilkan dibaca sebagaimana adanya, tanpa menambahkan interpretasi kultural maupun ideologis.¹¹

Tataran konotatif merupakan tataran kedua dalam sistem signifikasi Barthes yang memungkinkan teridentifikasinya makna-makna tambahan yang terbentuk melalui berbagai asosiasi sosial dan budaya yang melekat pada suatu pesan. Pada tataran ini, unsur denotatif yang bersifat faktual dapat menghasilkan pemaknaan lanjutan yang dipengaruhi oleh sistem nilai, ideologi, dan konteks budaya yang melingkupi penerima pesan, sehingga makna yang dihasilkan tidak lagi bersifat objektif melainkan sarat muatan subjektif dan kultural.¹²

Tataran mitos merupakan tataran ketiga dan paling kompleks dalam sistem signifikasi Barthes. Tataran ini mengungkap proses naturalisasi makna-makna konotatif yang terus-menerus direproduksi dalam masyarakat, sehingga konstruksi sosial dan budaya yang sesungguhnya bersifat historis tampak sebagai fakta alamiah yang tidak dapat diubah. Roland Barthes menjelaskan bahwa mitos bukan sekadar kebohongan atau cerita fiktif, melainkan mekanisme ideologis yang menyembunyikan proses historis dan kultural di balik suatu makna, sehingga makna tersebut tampak wajar, alami, dan tidak perlu dipertanyakan.¹³

Teori semiotika Roland Barthes pada penelitian ini digunakan untuk menganalisis pesan-pesan *genderlect* dalam ceramah dr. Aisah Dahlan yang dipublikasikan melalui YouTube. Tataran denotatif digunakan untuk mengidentifikasi pesan-pesan verbal dan audio-visual yang merepresentasikan *genderlect* dalam ceramah. Tataran konotatif digunakan untuk menganalisis makna-makna yang terbentuk terkait relasi gender di balik representasi tersebut. Tataran mitos digunakan untuk mengungkap proses naturalisasi makna yang membentuk dan mereproduksi mitos gender melalui narasi dakwah digital. Landasan semiotika Roland Barthes memungkinkan penelitian ini menjelaskan bagaimana pesan-pesan

¹¹ Kurniawan, *Semiologi Roland Barthes* (Magelang: Indonesia Tera, 2001), 55–60.

¹² Roland Barthes, *Elemen-Elemen Semiologi*, terj. M. Ardiansyah (Yogyakarta: BasaBasi, 2017), 127–133.

¹³ John Fiske, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, terj. Irfan Ibrahim, (Yogyakarta: Buku Litera Yogyakarta, 2016), 103–104.

genderlect diproduksi, dimaknai, dan dilegitimasi melalui proses pertandaan yang berlangsung secara berlapis.

Teori pesan dakwah menjadi pijakan awal untuk menetapkan kategori pesan yang dikaji, yakni pesan akhlak dalam relasi rumah tangga, sebelum representasi genderlect di dalamnya dianalisis melalui tiga elemen utama penelitian ini, yaitu konsep *Genderlect Styles* Deborah Tannen, dakwah digital, dan semiotika Roland Barthes. Konsep *Genderlect Styles* menyediakan premis mengenai adanya perbedaan pola komunikasi gender yang dapat diidentifikasi dalam materi ceramah. Konsep dakwah digital menjelaskan konteks produksi dan penyebaran pesan-pesan tersebut kepada khalayak yang luas melalui media digital. Sementara itu, semiotika Roland Barthes menyediakan prosedur analisis untuk mengungkap proses pembentukan makna dalam pesan-pesan komunikasi tersebut.

Integrasi ketiga perspektif tersebut memungkinkan penelitian ini untuk tidak berhenti pada deskripsi pesan-pesan yang tampak pada permukaan teks ceramah semata, melainkan bergerak lebih jauh untuk mengungkap proses produksi makna serta muatan ideologis yang bekerja secara tersembunyi di balik representasi gender yang disampaikan. Dengan kata lain, ketiga kerangka tersebut saling melengkapi satu sama lain: teori pesan dakwah menempatkan objek kajian dalam konteks keislaman yang tepat, konsep *Genderlect Styles* menyediakan kategori untuk mengenali pola-pola komunikasi gender yang muncul, konsep dakwah digital menjelaskan bagaimana pola-pola tersebut diproduksi dan disebarluaskan melalui platform YouTube, sementara semiotika Roland Barthes menyediakan prosedur analitis untuk membedah lapisan makna dari yang paling eksplisit hingga yang paling tersembunyi. Pembahasan yang lebih rinci mengenai masing-masing konsep dan teori tersebut, beserta keterkaitan konseptualnya satu sama lain, akan disajikan secara lebih mendalam pada Bab II.