

## ABSTRAK

**Raqhell Safitri:** Pengaruh Pola Komunikasi *Event* Hijab Sebagai Media Dakwah Terhadap Pemahaman Menutup Aurat Mahasiswi Muslimah Kota Bandung (Survei Pada Mahasiswi Institut Seni Budaya Indonesia Bandung Tahun Angkatan 2020/2021)

Perspektif Islam memandang komunikasi di samping untuk mewujudkan hubungan vertikal dengan Allah SWT, juga untuk menguatkan relasi secara horizontal terhadap sesama manusia. Dalam aktivitas dakwah dibutuhkan media atau *wasilah*, maka da'i perlu memilih media yang paling efektif untuk mencapai tujuan dakwah. *Event* Ramadhan Fashion Market merupakan salah satu media komunikasi dakwah yang dipandang mampu meningkatkan minat dalam memahami pentingnya menutup aurat. *Event* ini diselenggarakan pada Kamis 13 April 2023 hingga Minggu 16 April 2023 di Trans Convention Center – The Trans Luxury Hotel, Jalan Gatot Subroto, Kota Bandung. Selain bertujuan untuk mendukung bisnis pelaku UMKM di bidang industri *fashion* dan desain, tujuan digelarnya *event* Ramadhan Fashion Market yakni sebagai media dakwah yang dipandang mampu menguatkan motivasi dalam menutup aurat, terutama di kalangan mahasiswi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pola komunikasi *event* hijab sebagai media dakwah, terhadap pemahaman menutup aurat mahasiswi muslimah di kota Bandung. Penelitian ini menggunakan paradigma positivisme dengan pendekatan kuantitatif dan metode deskriptif dengan penyebaran kuesioner. Penelitian ini dilakukan terhadap mahasiswi Institut Seni Budaya Indonesia (ISBI) Bandung tahun angkatan 2020/2021 dengan jumlah populasi 830 orang dan sampel sejumlah 83 responden. Teknik pengambilan data yang digunakan adalah *probability sampling* dengan jenis *simple random sampling*. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Stimulus-Organism-Respon (S-O-R), untuk membuktikan bahwa komunikasi dapat merasakan tumbuhnya motivasi serta merasakan perubahan tertentu setelah berpartisipasi dalam *event* tersebut.

Penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara pola komunikasi *event* hijab sebagai media dakwah terhadap pemahaman menutup aurat mahasiswi ISBI Bandung dengan angka kontribusi mencapai 60,6%. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi diperoleh bahwa pola komunikasi *event* hijab sebagai media dakwah memberikan pengaruh sebesar 28,4% terhadap pemahaman menutup aurat mahasiswi.

Secara praktik, pemanfaatan *event* hijab sebagai media dakwah mampu mengubah persepsi mad'u sebagai pemenuhan gaya hidup, upaya melindungi diri, meningkatkan minat, serta mempengaruhi mad'u dalam menutup aurat. Dampak dari penelitian ini diharapkan mampu mengembangkan inovasi media dakwah, terutama melalui pendekatan budaya dan digelarnya sebuah *event*.

**Kata Kunci:** Pola Komunikasi, *Event*, Media Dakwah, Aurat