

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam cara masyarakat berinteraksi dan menyebarkan informasi, termasuk dalam konteks dakwah Islam. Salah satu fenomena yang menarik perhatian adalah munculnya konten dakwah tentang muslimah di berbagai platform media sosial, khususnya instagram.¹

Akun @fiqihwanita_ merupakan salah satu dari sekian banyak akun media sosial instagram yang aktif menghadirkan berbagai unggahan yang bertujuan untuk menyebarkan dakwah Islam, khususnya yang berkaitan perempuan muslim. Akun @fiqihwanita_ menyajikan berbagai topik fiqih Islam khusus untuk wanita, termasuk pembahasan mengenai peran tradisional muslimah dalam keluarga dan masyarakat. Konten yang disajikan sering kali menekankan peran-peran tradisional muslimah, seperti menjadi istri yang shalihah, ibu yang mendidik anak-anaknya dengan nilai-nilai Islam, dan anggota masyarakat yang menjunjung tinggi norma-norma agama.

Akun instagram @fiqihwanita_ saat ini telah mencapai kurang lebih 3,9JT *followers* dan mempunyai jumlah 26,4RB postingan terhitung sejak awal dibuatnya akun tersebut yakni pada tahun 2016 sampai dengan Desember 2023. Dalam sehari ada sekitar kurang lebih 4-5 unggahan yang

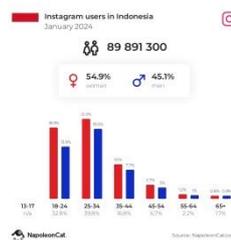
¹ Fakhruroji, *Dakwah di Era Media Baru: Teori dan Aktivisme Dakwah di Internet* (Simbiosis Rekatama Media, 2017), 15.

diunggah dan disebarluaskan. Disetiap unggahan konten dakwah, akun @fiqihwanita_ memiliki jumlah *likes* yang bervariasi, mencapai 1000k bahkan sampai 30.000k *likes*, dan memiliki jumlah komentar-komentar rata-rata 5 komentar sampai puluhan bahkan ratusan komentar. Hal tersebut menunjukkan bahwa akun instagram @fiqihwanita_ dinilai aktif dalam interaktif dunia jejaring sosial. Kehadiran dan popularitas akun semacam ini mencerminkan adanya pergeseran signifikan dalam cara dakwah disampaikan dan diterima oleh masyarakat muslim, khususnya kaum perempuan. Sebagaimana diungkapkan oleh Arifin dalam bukunya "Dakwah Digital: Transformasi dan Tantangan", fenomena ini menandai era baru dalam penyebaran pengetahuan agama yang lebih interaktif dan mudah diakses². Selain itu, kehadiran konten dakwah tentang muslimah di media sosial telah menciptakan ruang virtual yang unik, di mana para muslimah dapat mengekspresikan diri, belajar, dan terhubung dengan komunitas yang lebih luas.

Berdasarkan laporan NapoleonCat.com mencatat bahwa pada Januari 2024, pengguna Instagram di Indonesia mencapai 89.891.300 orang, yang merupakan 31,9% dari seluruh populasi. Menariknya, pengguna Instagram di Indonesia didominasi oleh perempuan dengan proporsi sebesar 54,9%, sementara laki-laki hanya sebesar 45,1%.³ Data ini menunjukkan bahwa perempuan Indonesia memiliki keterlibatan yang lebih tinggi dalam platform media sosial ini.

² Arifin, B, *Dakwah Digital: Transformasi dan Tantangan* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018), 45.

³ NapoleonCat.com di akses melalui <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2024/01/> pada 2 Maret 2024 pukul 20.06 WIB



Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia bulan Januari 2024

(Sumber : <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2024/01/>)

Selain itu, dari segi usia, pengguna Instagram paling banyak ada di kisaran usia 25-34 tahun sebanyak 39,8%, diikuti oleh kelompok usia 18-24 tahun sebanyak 33%. Fakta ini menunjukkan bahwa mayoritas pengguna Instagram adalah perempuan muda dan dewasa awal, yang merupakan kelompok usia produktif dan aktif secara sosial. Angka-angka tersebut menunjukkan bahwa Instagram menjadi platform yang sangat potensial untuk penyebaran konten dakwah yang ditujukan khusus untuk muslimah, mengingat dominasi pengguna perempuan dan konsentrasi pada kelompok usia produktif.

Konten dakwah tentang muslimah di Instagram seringkali membahas tema-tema seperti adab berpakaian, peran dalam keluarga, dan spiritualitas personal. Namun, cara penyampaian dan sudut pandang yang digunakan dapat bervariasi, mulai dari yang konservatif hingga yang lebih progresif. Selain itu, konten dakwah tentang muslimah di Instagram juga tidak hanya berfokus pada aspek ritual keagamaan, tetapi juga mencakup isu-isu kontemporer seperti pemberdayaan ekonomi, pendidikan, dan kesehatan mental. Hal ini mencerminkan adanya pergeseran paradigma dalam dakwah digital yang

berusaha menjawab kebutuhan dan tantangan muslimah di era modern. Hal tersebut, sejalan dengan temuan penelitian Ellys Lestari Pambayun yang menunjukkan bahwa perempuan muslimah kini mengisi berbagai ruang maya sesuai kapasitas, kebutuhan, dan kepentingan mereka. Media sosial menjadi wadah bagi perempuan untuk mengekspresikan pemikiran, perasaan, keluhan, inspirasi, dan semangat mereka, ini menunjukkan bahwa perempuan Indonesia semakin aktif dalam ruang digital, yang dapat diinterpretasikan sebagai bentuk ekspresi diri dan partisipasi sosial.⁴ Keberagaman konten dakwah tentang muslimah di media sosial mencerminkan kompleksitas dan dinamika kehidupan muslimah di era digital.

Berdasarkan data pra penelitian, terlihat bahwa konten-konten yang diunggah oleh @fiqihwanita_ mendapatkan tanggapan *respons* dan interaksi yang cukup signifikan dari para pengikutnya. Tanggapan *respons* dan interaksi yang diberikan dapat berupa komentar pujian atau apresiasi, pertanyaan, pendapat atau saran, komentar interaksi, komentar humor, komentar emotikon, *tag* teman, maupun komentar kritik atau pendapat negatif. Hal ini dapat ditunjukkan melalui salah satu contoh unggahan konten dakwah tentang muslimah “Kenapa wanita lebih baik banyak berdiam di rumah? *Rasullah shallahu a’alaihi wa sallam* bersabda Sesungguhnya wanita itu aurat, dan jika dia keluar dari rumahnya maka setan menghiasi-hiasinya. Sungguh, keadaan wanita yang paling dekat dengan Allah adalah ketika dia berada di dalam

⁴ Ellys Lestari Pambayun, Pendekatan Feminist Communication Theory pada Cybercommunity “Cerdas Nonton Televisi”, *Journal of Communication Studies* 3, no. 2 (Juli-Desember 2020), 75.

rumahnya. Pada unggahan tersebut terdapat beberapa tanggapan *respons* dan interaksi pengikut dalam bentuk komentar, salah satunya komentar dari akun @ambar_s.w “Kalau mencari nafkah gpp kan ya” dan ditanggapi oleh akun @amaaaaaa_24 “hukumnya boleh ukhty asal niatnya baik tidak memamerkan aurat atau menimbulkan kesombongan dan memang untuk suatu urusan yang dibenarkan syariat dan tidak berbaur dengan laki2 ajnabi”. Interaksi ini memungkinkan terjadinya aktivitas dialog antara sesama pengikut yang memungkinkan mereka berbagi pengalaman serta pemikiran mereka terkait topik yang dibahas. Hal ini menunjukkan adanya minat yang besar dari para muslimah untuk memperoleh informasi keagamaan melalui platform media sosial.

Tidak hanya mendapatkan komentar yang memicu adanya interaksi, namun beberapa unggahan konten dakwah tentang muslimah akun instagram @fiqihwanita_ juga mendapatkan tanggapan atau respons yang memungkinkan adanya tanggapan atau respons kritik atau ketidaksukaan pengikut terhadap unggahan konten dakwah yang di unggah, seperti dalam unggahan konten dakwah tentang muslimah “Gelar sarjana tapi jadi ibu rumah tangga, wahai wanita muslimah tetaplah bangga menjadi ibu rumah tangga. Bangunlah surga melalui rumahmu. Wanita terbaik adalah wanita yang bertanggung jawab untuk mengurus rumah dan anak-anaknya. Sedangkan wanita karir tidak bisa sepenuhnya memenuhi tugasnya sebagai istri dan ibu bagi anak-anaknya”, tanggapan respons kritik atau ketidaksukaan terhadap konten dakwah yang di unggah tersebut dapat ditunjukkan melalui komentar yang dituliskan oleh akun

@potrait.anita “gini banget postingannya, seolah2 yang wanita karier lebih rendah derajatnya dari full mom (sedih) Allah Yang Maha Tau Segalanya”, tanggapan respons yang sama juga dituliskan oleh akun @nurulwindulestari “Ini ust atau apa ya? Kok mencela wanita karir(sedih). Mbok ya dakwah dg damai. Sukanya bikin eror. Agama apa yg dibawa.??, tanggapan atau respons yang dituliskan oleh followers di atas menunjukkan adanya suatu interaksi atau aktivitas yang terjadi dalam akun instagram @fiqihwanita_. Interaksi ini terjadi pada kolom komentar pada unggahan konten dakwah yang di unggah pada akun tersebut, yang selanjutnya memicu terjadinya suatu interaksi dan aktivitas antarfollowers di dalamnya.

Penggunaan Instagram sebagai platform dakwah oleh @fiqihwanita_ menunjukkan bagaimana media sosial dapat menciptakan ruang interaksi yang dinamis dan partisipatif. Ruang ini tidak hanya menjadi tempat bagi muslimah untuk mendapatkan ilmu dan inspirasi, tetapi juga menjadi medium untuk berbagi pengalaman, bertanya, dan berdiskusi mengenai berbagai isu yang relevan dengan kehidupan mereka sehari-hari. Dengan demikian, akun-akun seperti @fiqihwanita_ mampu membentuk komunitas yang mendukung pertumbuhan spiritual bersama.⁵

Mengingat kompleksitas dan signifikansi fenomena ini, penelitian studi netnografi konten dakwah tentang muslimah di media sosial menjadi sangat relevan dan penting. Netnografi, sebagai metode penelitian yang mengadaptasi

⁵ Wulandari, *Komunitas Digital dan Pengaruhnya dalam Penyebaran Dakwah Islam* (Bandung : Al Ma’arif, 2021), 123-125.

teknik etnografi tradisional untuk mempelajari budaya dan komunitas online, menawarkan pendekatan yang tepat untuk memahami dinamika, dan makna dari konten-konten tersebut terhadap kehidupan muslimah di era digital.

Akun instagram @fiqihwanita_ menjadi objek penelitian yang menarik karena memiliki jumlah pengikut yang cukup banyak dan aktif dalam berinteraksi dengan konten yang di unggah, gaya penyampaian dalam konten dakwah pun bervariasi, tergantung pada preferensi dan strategi yang digunakan oleh pengelola akun instagram tersebut. Gaya penyampaian berupa tulisan, gambar, atau kombinasi dari beberapa media. Tujuannya adalah untuk menarik perhatian pengikut dan menyampaikan pesan-pesan dakwah secara menarik dan mudah dipahami. Selain itu, konten dakwah tentang muslimah pada akun instagram @fiqihwanita_ rupanya belum banyak diteliti secara mendalam, oleh karena itu melalui studi netnografi penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan menganalisis konten dakwah tentang muslimah di media sosial secara mendalam, termasuk bagaimana konten-konten tersebut mempresentasikan dan menegosiasikan peran-peran tradisional muslimah dalam konteks modern. Dengan menggunakan pendekatan netnografi, penelitian ini akan melihat tidak hanya simpul budaya konten tentang muslimah yang dihasilkan, tetapi juga interaksi dan komunitas virtual yang terbentuk dalam akun instagram @fiqihwanita terhadap konten-konten dakwah tentang muslimah akun tersebut. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan konten dakwah yang lebih baik dan efektif di media sosial serta memberikan pemahaman yang lebih baik tentang peran

media sosial dalam menyebarkan pesan-pesan positif kepada masyarakat bagi umat muslim, terkhusus muslimah. Dengan demikian, berdasarkan uraian yang telah dijelaskan, maka peneliti tertarik untuk mengambil judul **Konten Dakwah tentang Muslimah di Media Sosial (Studi Netnografi Akun Instagram @fiqihwanita_)**.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian konteks latar belakang penelitian yang sudah diuraikan, fokus penelitian ini pada konten dakwah tentang muslimah secara spesifik penelitian ini memahami aktivitas budaya digital konten dakwah tentang muslimah pada akun instagram @fiqihwanita_.

1. Bagaimana simpul budaya yang terdapat dalam konten dakwah tentang muslimah akun instagram @fiqihwanita_?
2. Bagaimana interaksi dan pembentukan komunitas virtual dalam konten dakwah tentang muslimah akun instagram @fiqihwanita_?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi secara mendalam budaya konten dakwah tentang muslimah melalui studi netnografi pada akun instagram @fiqihwanita_. Penelitian ini memanfaatkan teori (CMC) sebagai teori pendukung, sesuai dengan fokus penelitian yang telah ditetapkan. Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui simpul budaya yang terdapat dalam konten dakwah tentang muslimah akun instagram @fiqihwanita_.

2. Untuk Bagaimana interaksi dan pembentukan komunitas virtual dalam konten dakwah tentang muslimah akun instagram @fiqihwanita_?

D. Manfaat Hasil Penelitian

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih dan kebaikan serta pengembangan bagi keilmuan bidang komunikasi dan dakwah khususnya pada Komunikasi dan Penyiaran Islam.

2. Manfaat praktis

Adapun harapan praktis dalam penelitian ini adalah:

- a. Penelitian ini diharapkan bisa membuka wawasan pembaca dalam menjadikan media sosial sebagai wadah untuk mendapatkan serta menyebarkan kebaikan, serta meningkatkan kualitas diri.
- b. Penelitian ini diharapkan mampu memperluas wawasan sebagai sumber informasi bagi mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam.
- c. Penelitian ini diharapkan menambah wawasan mengenai pemahaman ilmu agama, terutama bagi muslimah.

E. Landasan Pemikiran

Landasan pemikiran dapat diartikan juga sebagai kerangka berpikir ataupun teori yang bisa ditelusuri dalam sebuah penelitian dengan logis. Landasan pemikiran dalam sebuah penelitian berfungsi sebagai acuan dasar dan sebagai pendukung data yang tersedia sehingga dapat mencapai kesimpulan berdasarkan tujuan yang telah ditetapkan. Menurut Sugiono mengatakan bahwa

landasan pemikiran adalah alur logika atau penalaran yang merupakan seperangkat konsep, definisi, dan proporsi yang disusun secara sistematis.⁶

Semua penelitian bersifat ilmiah oleh karena itu, semua peneliti harus berbekal teori. Landasan pemikiran yang dimaksud sebagai acuan dalam penyelesaian suatu masalah penelitian. Dalam penelitian ini, landasan pemikiran yang akan digunakan berdasarkan kajian dan berbagai kepustakaan yang berhubungan dengan masalah pokok yang akan diteliti yaitu menggunakan studi netnografi. Studi netnografi adalah studi etnografi yang dikerjakan secara online, melalui observasi bisa dilakukan melalui diskusi dan wawancara online yang diikuti dengan eksplorasi secara lebih mendalam melalui internet *browsing* mengenai topik penelitian.⁷ Robert Kozinets dalam bukunya yang berjudul "*Netnography: Doing Ethnographic Research Online*", membahas konsep dan metodologi netnografi secara mendalam. Kozinets mendefinisikan netnografi sebagai "metode penelitian yang menggabungkan teknik etnografi dengan interaksi online untuk memahami budaya dan perilaku manusia di dunia maya." Kozinets berpendapat bahwa internet telah menjadi ruang sosial yang signifikan di mana individu berinteraksi, membentuk komunitas, dan berbagi budaya. Netnografi memanfaatkan internet sebagai sumber data dan area penelitian yang kaya untuk mempelajari perilaku dan budaya online.⁸ Pada penelitian konten dakwah tentang muslimah di media

⁶ Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2010), 54,

⁷ Ratna, Kajian Netnografi terhadap Komunitas Cyber DBC Network, *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, no. 7 (2018), 4.

⁸ Steeve A, J, dkk, *Studi Netnografi pada Media Sosial Instagram*, E- Jurnal Unsrat 3, no. 4 (2021), 12.

sosial melalui studi Netnografi akun Instagram @fiqihwanita_, studi netnografi merujuk kepada cara media sosial instagram menjadi tempat konvergensi informasi, interaksi, dan pengalaman pengguna. Penelitian ini bagaimana konten dakwah mengalami konvergensi media di platform instagram dan berdampak pada interaksi dan partisipasi pengguna.

Selain menggunakan studi netnografi, pada penelitian ini juga menggunakan teori pembantu *Computer Mediated Communication Theory* (selanjutnya CMC). Teori CMC adalah sebuah paradigma teoritis yang menggambarkan cara interaksi manusia dalam menggunakan media komputer seperti media sosial seperti Instagram. Teori CMC memfokuskan pada perbedaan antara interaksi komunikasi dalam media *offline (face-to-face)* dan online (*mediated*).⁹

Pada penelitian konten dakwah tentang muslimah di media sosial melalui studi Netnografi akun Instagram @fiqihwanita_, teori CMC membantu untuk memahami cara interaksi dan komunikasi antara pengguna akun tersebut dengan masyarakat. Di media online, interaksi antara pengguna dapat dilakukan dengan cara yang berbeda dari interaksi *offline*. Pengguna dapat menggunakan media online untuk mengkomunikasikan dan menginteraksi secara *asynchronous* (tidak berjalan secara real-time), seperti meninggikan komentar atau balasan, atau melakukan interaksi secara *synchronous* (berjalan *real-time*), seperti melakukan chat atau video *conference*.

⁹ Sri Hadijah Arnus, *Pengaplikasian Pola Computer Mediated Communication (CMC) dalam Dakwah*, Jurnalisa, no. 1 (2018), 13.

Pada akun Instagram @fiqihwanita_, pengguna dapat melakukan interaksi secara *synchronous* dan *asynchronous*. Pengguna dapat meninggalkan komentar atau balasan yang telah diberikan oleh lainnya, atau melakukan interaksi secara *real-time* melalui fitur Direct Message (DM). Teori CMC juga membantu untuk memahami perbedaan antara interaksi dalam media *offline* dan *online*. Dalam media *offline*, interaksi antara pengguna dapat dilakukan dengan cara yang lebih menggambarkan hubungan sosial dan emosi, seperti melihat dan mendengar suara dan gestur serta mengalami ruang dan lingkungan fisik. Pada media online, interaksi antara pengguna dapat dilakukan dengan cara yang lebih menggambarkan hubungan informasi dan keterbukaan, seperti melihat dan membaca teks dan gambar, dan mengalami ruang dan lingkungan virtual.

Pada penelitian konten dakwah tentang muslimah di media sosial melalui studi netnografi akun instagram @fiqihwanita_, teori CMC membantu untuk memahami cara interaksi dan komunikasi antara pengguna akun tersebut dengan masyarakat di media online, dan memahami perbedaan antara interaksi dalam media *offline* dan online. Di akhirnya, teori CMC membantu untuk memahami bagaimana interaksi dan komunikasi di media online seperti Instagram dapat digunakan untuk meningkatkan konten dakwah dan membangun hubungan sosial dan emosi antara pengguna akun tersebut dengan masyarakat.

Gambar 1.2 Kerangka Operasional Penelitian

