

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	i
<b>PERNYATAAN</b> .....	ii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR TABEL, GRAFIK DAN DIAGRAM</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>INTISARI</b> .....	xiv
<b>ABSTRACTION</b> .....	xv
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Pengantar.....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian.....	10
1.3 Tinjauan Pustaka .....	11
1.4 Kerangka Pemikiran .....	31
1.5 Metode Penelitian .....	40
<b>BAB II : GAMBARAN UMUM KOMUNITAS DAKWAH</b> .....	44
2.1 Pengantar.....	44
2.2 Komunitas Pejuang Mahar (PM) .....	47
2.2.1 Sejarah Komunitas Pejuang Mahar (PM) .....	47
2.2.2 Keanggotaan dan Pembagian Kerja Komunitas.....	49

2.2.3 Bentuk Kegiatan Komunitas ( <i>offline</i> dan <i>online</i> ).....	54
2.2.4 Gerakan Dakwah Komunitas.....	59
2.3 Komunitas Solidaritas Peduli Jilbab (SPJ).....	62
2.3.1 Sejarah Komunitas Solidaritas Peduli Jilbab (SPJ)...	62
2.3.2 Keanggotaan dan Pembagian Kerja Komunitas.....	64
2.3.3 Bentuk Kegiatan Komunitas ( <i>offline</i> dan <i>online</i> ).....	70
2.3.4 Gerakan Dakwah Komunitas.....	72
2.4 Komunitas Muslimah Berkah (MB).....	75
2.4.1 Sejarah Komunitas Muslimah Berkah (MB).....	75
2.4.2 Keanggotaan dan Pembagian Kerja Komunitas.....	76
2.4.3 Bentuk Kegiatan Komunitas ( <i>offline</i> dan <i>online</i> ).....	79
2.4.4 Gerakan Dakwah Komunitas.....	81
2.5 Penutup.....	83
<b>BAB III : INSTADAKWAH: PERILAKU BERDAKWAH DAN MENGAKSES DAKWAH DI INSTAGRAM.....</b>	<b>86</b>
3.1 Pengantar.....	86
3.2 Metode Dakwah dalam <i>Instagram</i> .....	89
3.2.1 Pola Wacana Dakwah Komunitas.....	89
3.3. Realita Virtual dalam Dakwah Komunitas.....	93
3.3.1 Bentuk <i>Aesthetic Persuasion</i> dalam Konten Dakwah Komunitas.....	93
3.3.2 Visual Information dalam Visualisasi Dakwah <i>Instagram</i> .....	108
3.4 Pola Perilaku Individu Mengakses dan Melakukan Dakwah dalam <i>Instagram</i> .....	122

3.5 Penutup	134
<b>BAB IV : OBJEKTIFIKASI DAN PERLAWANAN PEREMPUAN DALAM <i>INSTADAKWAH</i>.....</b>	<b>139</b>
4.1 Pengantar.....	139
4.2 Wacana Pendisiplinan Tubuh dalam <i>Instadakwa</i> Sebagai Bentuk Representasi Diri Secara Visual ( <i>branding identity</i> ).....	140
4.3. Proses Internalisasi Mediatisasi Dakwah Melalui Objektifikasi Perempuan.....	150
4.4 Resistensi Sebagai Produk Internalisasi Mediatisasi Dakwah Perlawanan Tersembunyi (Lewat <i>Offline</i> dan <i>Online</i> ).....	163
4.4.1 Identitas Baru sebagai Praktik Infrapolitik.....	172
4.5 Penutup.....	178
<b>BAB V : KESIMPULAN .....</b>	<b>182</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>188</b>

## DAFTAR TABEL, GRAFIK, DAN DIAGRAM

### TABEL

Tabel 1	Kumpulan kosa kata berbahasa Arab yang digunakan ketiga komunitas dakwah.....	95
---------	---	----

### GRAFIK

Grafik 1	Proses internalisasi-eksternalisasi dalam mediatisasi dakwah.....	32
----------	---	----

### DIAGRAM

Diagram 1	Presentase lama penggunaan <i>Instagram</i> .....	123
Diagram 2	Presentasi durasi penggunaan <i>Instagram</i> per hari.....	124
Diagram 3	Jumlah responden berdasarkan jenis akun yang diikuti dalam <i>Instagram</i> .....	125
Diagram 4	Presentase akun ustaz/ustazah yang diikuti dalam <i>Instagram</i> .....	125
Diagram 5	Presentase jumlah akun dakwah yang diikuti dalam <i>Instagram</i> ...	126
Diagram 6	Jumlah responden berdasarkan akun <i>Instagram</i> ustaz/ustazah yang diikuti dalam <i>Instagram</i> .....	126
Diagram 7	Jumlah responden berdasarkan akun dakwah yang diikuti dalam <i>Instagram</i> .....	128
Diagram 8	Jumlah responden berdasarkan faktor pendorong untuk mengikuti akun <i>Instagram</i> ustaz/ustazah//dakwah.....	129
Diagram 9	Jumlah responden berdasarkan tema dakwah paling diminati dalam akun dakwah di <i>Instagram</i> .....	130
Diagram 10	Presentase preferensi mengunggah ulang konten dakwah yang berasal dari <i>Instagram</i> milik ustaz/ustazah/dakwah.....	131
Diagram 11	Presentase preferensi responden dalam mendiskusikan konten <i>Instagram</i> milik ustaz/ustazah/dakwah dengan orang lain.....	131
Diagram 12	Presentase pemenuhan akses informasi mengenai kajian dakwah dari <i>Instagram</i> .....	132
Diagram 13	Jumlah responden berdasarkan jenis konten yang diunggah dalam <i>Instagram</i> .....	133
Diagram 14	Presentase preferensi penggunaan caption berupa kutipan ayat Al-Qur'an.....	134
Diagram 15	Jumlah responden berdasarkan pemilihan sumber utama akses	

	ajaran agama.....	152
Diagram 16	Jumlah responden berdasarkan tingkat keaktifan dalam kajian dakwah.....	153
Diagram 17	Jumlah responden berdasarkan frekuensi kunjungan kajian dakwah per bulan.....	153
Diagram 18	Jumlah responden berdasarkan pengalaman negatif yang diterima saat berhijrah.....	173
Diagram 19	Jumlah responden berdasarkan pengalaman negatif yang diterima saat menghadiri kajian dakwah.....	174
Diagram 20	Jumlah responden berdasarkan jenis stigma negatif yang diterima saat berhijrah.....	175

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Contoh desain poster kajian PM (1).....	53
Gambar 2	Contoh desain poster kajian PM (2).....	53
Gambar 3	Contoh desain poster kajian PM (3).....	54
Gambar 4	Suasana ketika kajian MB berlangsung di Masjid TSB.....	55
Gambar 5	Foto bersama peserta Bandung Lautan Jomblo dengan properti yang telah disediakan panitia.....	57
Gambar 6	Seorang panitia tengah melatih peserta memanah.....	57
Gambar 7	Foto bersama di sesi akhir acara Bandung Lautan Jomblo.....	58
Gambar 8	Poster konseling Jilbab SPJ Bandung disertai nomor kontak narahubung. ....	66
Gambar 9	Seminar <i>entrepreneur</i> bersama salah satu pebisnis <i>handsock</i> di Bandung.....	66
Gambar 10	Sesi tutorial pakaian <i>syar'i</i> yang dilakukan di akhir kajian.....	68
Gambar 11	Poster yang dibuat oleh tim divisi humas SPJ Bandung.....	69
Gambar 12	Poster hasil karya tim divisi <i>content creative</i> MB.....	78
Gambar 13	Acara buka bersama antar anggota MB yang dibuka dengan kajian dari Teh Desi Ncim. ....	79
Gambar 14	Situasi saat kajian berlangsung di Masjid TSB.....	82
Gambar 15	Karikatur ala Manga yang digunakan dalam poster kajian PM.....	97
Gambar 16	Poster petunjuk berpakaian <i>syar'i</i> yang dibuat oleh komunitas SPJ.....	98
Gambar 17	Contoh poster dengan memadukan foto yang dibuat oleh komunitas MB.....	98
Gambar 18	Tokoh karikatur yang terinspirasi dari poster film Dilan karya komunitas PM.....	99
Gambar 19	Poster yang dibuat oleh komunitas SPJ mengenai ajakan bergabung dengan <i>Muslim Cyber Army</i> .....	101
Gambar 20	Poster dari komunitas PM mengenai kajian bertemakan kehidupan di akhirat.....	101
Gambar 21	Poster dari komunitas MB sebagai bentuk respons atas kejadian teror bom di Surabaya tahun 2018 silam.....	102
Gambar 22	Salah satu jenis retorika yang diterapkan oleh komunitas PM.....	103
Gambar 23	Retorika yang dibuat oleh komunitas PM dengan menyelipkan Bahasa Sunda.....	104
Gambar 24	Humor satir yang memyiratkan motivasi pernikahan dari komunitas PM.....	104

Gambar 25	Permainan rima lewat pemilihan kata yang dilakukan oleh tim media sosial PM.....	104
Gambar 26	Salah satu unggahan poster dakwah di <i>Instagram</i> SPJ.....	105
Gambar 27	Retorika lewat bermain rima yang diterapkan oleh komunitas SPJ.....	106
Gambar 28	Karikatur bergaya Chibi di salah satu poster dakwah SPJ.....	106
Gambar 29	Kutipan ayat dalam Al-Qur'an yang menjadi <i>quotes</i> dalam <i>Instagram</i> komunitas MB.....	107
Gambar 30	<i>Quotes</i> dalam <i>Instagram</i> MB yang dikutip dari isi dakwah Teh Desi Ncim.....	107
Gambar 31	Karakter utama muslimah berjilbab ungu yang menjadi ikon SPJ.....	110
Gambar 32	Pakaian olahraga <i>syar'i</i> yang muncul dalam ilustrasi di poster SPJ.....	110
Gambar 33	Pengeditan foto yang dilakukan oleh tim SPJ pada bagian muka.....	112
Gambar 34	Relawan yang mendapatkan satu set pakaian <i>syar'i</i> secara disengaja diedit fotonya karena terlihat aurat.....	112
Gambar 35	Logo dari Komunitas MB.....	114
Gambar 36	Salah satu poster kajian MB dengan model muslimah bercadar.....	114
Gambar 37	Dokumentasi acara kajian MB dengan menampilkan narasumber bercadar dan berpakaian <i>syar'i</i>	114
Gambar 38	Salah satu poster yang diunggah komunitas PM lengkap dengan karikatur laki-perempuan yang berpakaian <i>syar'i</i> .....	116
Gambar 39	Dokumentasi acara kajian PM di mana semua muka jemaah perempuan ditutup dengan editan dan berpose mengacungkan telunjuk.....	116
Gambar 40	Contoh salah satu polling yang diadakan oleh SPJ.....	119
Gambar 41	Salah satu contoh unggahan yang mengundang <i>like</i> hingga ribuan serta komentar dari para <i>follower</i> di <i>Instagram</i> PM.....	120
Gambar 42	Contoh penggunaan <i>hashtag</i> di <i>Instagram</i> PM (lihat textbox merah).....	121
Gambar 43	Contoh penggunaan <i>hashtag</i> di <i>Instagram</i> MB (lihat textbox merah).....	122
Gambar 44	Bio <i>Instagram</i> dari Rina memperlihatkan bahwa ia hanya menerima permintaan teman perempuan saja (lewat tulisan 'only akhwat').....	144
Gambar 45	Akun <i>Instagram</i> Nadya yang memperlihatkan pemasangan fitur <i>private</i> dalam <i>Instagram</i> .....	146
Gambar 46	Contoh feeds <i>Instagram</i> salah satu responden yang memilih untuk mengunggah quotes dibandingkan selfie/foto muka.....	146
Gambar 47	Potongan curahan hati Riri yang mengaktifkan fitur <i>private</i> di	

	<i>Instagramnya</i> namun tetap mendapatkan direct message dari lawan jenis.....	147
Gambar 48	Salah satu bio <i>Instagram</i> responden yang menggunakan kata mutiara dalam Bahasa Arab serta menuliskan profesi diri.....	148
Gambar 49	Salah satu bio <i>Instagram</i> responden yang menggunakan kutipan ayat Al-Qur'an.....	148
Gambar 50	Contoh inkorelasi antara foto dengan caption di salah satu unggahan <i>Instagram</i> responden.....	149
Gambar 51	Bentuk introspeksi Dinda yang tertuang dalam <i>Instastory</i> (1)..	161
Gambar 52	Bentuk introspeksi Dinda yang Tertuang dalam <i>Instastory</i> (2)	161
Gambar 53	Bentuk introspeksi Gina yang tertuang dalam <i>Instastory</i> .....	163
Gambar 54	Bentuk pembelaan diri yang dilakukan oleh responden atas proses hijrah yang tengah dilakukan.....	169
Gambar 55	Respons responden terhadap fenomena social experiment yang dilakukan perempuan-perempuan bercadar.....	169
Gambar 56	Proses penerimaan identitas baru responden dalam sebuah unggahan <i>Instastory</i> .....	171
Gambar 57	Salah satu keputusan responden dalam upaya pembentukkan identitas baru.....	171
Gambar 58	Contoh pemakaian cadar dalam bentuk masker serta pilihan warna masker muslimah yang tersedia di <i>online shop</i> .....	175
Gambar 59	Unggahan Astri tentang pengalaman berkuda serta penggunaan <i>counter digital</i> untuk berzikir.....	177