UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pesan Hijab Syar'i di Instagram (Analisis Isi Kualitatif Kampanye Hijab Syar'i #Syar'iEverywhere di Instagram @hijabalila)
SEKAR DWISKA TYADI, Adam W Sukarno, SIP,.M.A.
Universitas Gadjah Mada, 2019 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ABSTRAK

Media sosial dengan segala kemajuan sistem komunikasi dan interaksi di dalamnya menyebabkan ketersediaan bagi kegiatan komunikasi untuk memanfaatkan media sosial sebagai saran penyebaran pesan yang masif dan cepat. Sama halnya dengan kampanye sosial yang marak menggunakan media sosial sebagai media utama menyebarkan nilai dan isu yang diulas. Hijab syar'i menjadi salah satu isu yang muncul di tengah muslimah. Bagaimana isu hijab menjadi berkembang, dimulai dari penggunaannya yang dinilai sebagai urusan privat individu dalam beribadah hingga menyebarnya gagasan hijab sebagai gaya hidup muslimah. Hijab menjadi banyak jenisnya salah satunya yakni hijab syar'i. Sayangnya, stigma masyarakat terhadap hijab syar'i terkesan fundamentalis, konservatif, antimodernisasi, dan eksklusif. Untuk meluruskan pemikiran tersebut, terdapat pihak yang melakukan kampanye sosial mengenai hijab syar'i. Hijab Alila melakukan kampanye hijab syar'i melalui akun Instagram @hijabalila dengan mengunggah konten tematik setiap minggu. Penelitian ini mengambil salah satu sub tema dengan judul #SyariEverywhere untuk mengetahui pesan hijab syar'i yang disampaikan oleh Hijab Alila. Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah analisis isi kualitatif yang menganalisis 13 konten kampanye berbasis foto dan teks. Data kemudian dianalisis dengan menggunakan elemen gambar milik Van Leeuwen dan Jewitt (2012) yang dikombinasikan dengan elemen teks milik Hootsuite (2018). Dari analisis didapatkan bahwa penyampaian Hijab Alila mengenai hijab syar'i berupa peningkatan kesadaran muslimah akan konsep dasar agama sehingga muslimah dapat memahami secara jelas esensi perintah berhijab dan mengenakan hijab syar'i secara sadar dan dengan pemahaman yang baik.

Kata kunci: kampanye sosial, hijab syar'i, analisis isi kualitatif, Instagram

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pesan Hijab Syar'i di Instagram (Analisis Isi Kualitatif Kampanye Hijab Syar'i #Syar'iEverywhere di Instagram @hijabalila)
SEKAR DWISKA TYADI, Adam W Sukarno, SIP,.M.A.
Universitas Gadjah Mada, 2019 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ABSTRACT

Social media with all developed system of communication and interaction causes its availability for every communication program to utilize social media as the medium for spreading the messages wide, massive, and fast. It also works on social campaign which uses social media to deliver issues and values. Hijab syar'i becomes one of the trends that grows around muslimah. Based on the development of hijab, how it represents one's private space for worshiping Allah until it begins representing lifestyle. Since then, there are a lot of varieties of hijab and hijab syar'i emerges by the time. Unfortunately, hijab syar'i is depicted as fundamentalist, conservative, anti-modernization, and exclusive. To straighten up the perspective, there are some organizations which run social campaign about hijab syar'i. Hijab Alila does hijab syar'i campaign through its official Instagram account @hijabalila by uploading thematic campaign content every week. This research takes one of the contents entitled #SyariEverywhere to discover the message of hijab syar'i by Hijab Alila. This research uses qualitative content analysis as the method. It analyzes 13 contents of photos and texts by combining the photo elements by Van Leeuwen and Jewitt (2012) and text elements by Hootsuite (2018). Based on the research, it is known that Hijab Alila tries to build the awereness of muslimah about the fundamental things of hijab syar'i. Hijab Alila delivers the knowledge in order to get muslimah understood and want to use hijab syar'i by good understanding.

Keyword: social campaign, hijab syar'i, qualitative content analysis, Instagram