

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Dakwah mulai tumbuh dalam penyajian maupun medianya, seperti media sosial yang menggambarkan salah satu contoh dari pemanfaatan media dakwah. Seorang muslim mempunyai tugas untuk menyampaikan amar makruf nahi mungkar, dengan ditunjang oleh ilmu agama yang mendalam.<sup>1</sup> Seperti yang mana telah dijelaskan oleh Allah SWT dalam perintah-Nya untuk berdakwah Q.S. Ali Imran/3: 104.

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ  
١٠٤

Artinya: “Hendaklah ada di antara kamu segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar.111) Mereka itulah orang-orang yang beruntung.”<sup>2</sup>

Berdakwah dengan melalui media sosial yang hadir terbilang efektif dalam menyelesaikan persoalan penyambungan antara proses dakwah dan modernisasi, dengan menggunakan media sosial sebagai mediator dari dakwah. Tentu dengan menggunakan media sosial seperti pada Instagram memberikan kesempatan kepada para *da'i* untuk menyiarkan dakwahnya. Interaksi antara *da'i* dan khalayak dalam

---

<sup>1</sup> Nurhidayat Muhammad Said, *Dakwah Dan Berbagai Aspeknya* (Makassar: Alauddin Press, 2014).

<sup>2</sup> Kemenag RI, “Al-Qur’an Terjemahan,” Indonesia 2019.

dakwah di Instagram terlihat dari komunikasi di kolom komentar. Syarat terjadinya interaksi adalah adanya komunikasi pada kolom komentar yang disediakan oleh media sosial untuk dapat berinteraksi dan merespons apa yang disiarkan, khususnya terkait konten dakwah.<sup>3</sup>

Instagram digunakan sebagai sarana untuk menyampaikan suatu pesan dakwah. Pesan dakwah yang mana mencakup akidah, syariah, dan juga akhlak. Pada akun Instagram @kalis.mardiasih yang telah memiliki 185 ribu *followers* dengan 2.624 *posts* yang mana terhitung hingga pada awal bulan Juni 2024 merupakan akun yang dimiliki oleh Kalis Mardiasih, ia terkenal sebagai tokoh perempuan kuat yang menggunakan suaranya untuk menyuarakan isu feminisme dan bahkan juga mengaitkannya dengan Islam. Akun Instagram @kalis.mardiasih juga disebut sebagai akun aktivisme pemberdayaan perempuan untuk mengedukasi perempuan di Indonesia mengenai kesetaraan gender, selain *women empowerment* yakni isu lingkungan atau *sustainability*, otentik atau menjadi diri sendiri, komunitas dan kesehatan mental.

Begitu banyak hal yang dibahas di media sosial seperti pada Instagram yang terus berkembangnya gerakan feminisme pada media sosial.<sup>4</sup> Feminisme merupakan pertukaran gagasan pemikiran untuk mencapai keadilan dan juga suatu hakikat pada kemanusiaan. Ada juga berbagai akun Instagram yang membuat suatu

---

<sup>3</sup> Agung Tirta Wibawa, "Fenomena Dakwah Di Media Sosial Youtube," *Jurnal RASI* 1, no. 1 (January 9, 2021): 1–19, <https://doi.org/10.52496/rasi.v1i1.23>.

<sup>4</sup> Lailatuzz Zuhriyah, "Perempuan, Pendidikan dan Arsitek Peradaban Bangsa," *Martabat: Jurnal Perempuan dan Anak* 2, no. 2 (December 20, 2018): 249–68, <https://doi.org/10.21274/martabat.2018.2.2.249-268>.

isu feminisme dan juga gerakannya yakni seperti, Jember Feminis, Mubadalah.id, Puan Cilacap.id, Feminist Event, Indonesia Feminis, Magdaleneid, dan juga lain sebagainya. Pada setiap suatu akun Instagram tersebut memiliki suatu ideologi feminismenya tersendiri dalam hal menyampaikan suatu dakwahnya.

Keterlibatan adanya paham feminisme pada akun Instagram @kalis.mardiasih yakni, ada terletak di sisi penjelasan dan juga perspektif yang dibawa oleh pemilik akun feminis muslim Kalis Mardiasih. Hal inilah yang menjadi suatu alasan penting bagi peneliti untuk mengkaji penelitian ini. Pada hal ini, pengunggahan dalam setiap konten yang disajikan, peneliti lebih memfokuskan sebanyak 10 unggahan konten yang dibagikan melalui *carousel* Instagram yakni foto yang dapat digeser (*slide*). Maka dari itu, peneliti mengangkat judul **“Pesan Dakwah tentang Feminisme pada Akun Instagram @kalis.mardiasih”**

## **B. Rumusan Masalah**

Sebagaimana yang telah dijelaskan mengenai suatu permasalahan yang ada pada latar belakang masalah. Selanjutnya peneliti mengidentifikasi rumusan masalah pada penelitian yang mana akan dibahas, yakni:

1. Bagaimana isi pesan dakwah tentang feminisme pada akun Instagram @kalis.mardiasih?
2. Bagaimana respons *followers* pada kolom komentar unggahan konten akun Instagram @kalis.mardiasih?

### **C. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan fokus penelitian pada sebelumnya, selanjutnya dapat ditemukan tujuan pada penelitian, yakni:

1. Mengetahui bagaimana isi pesan dakwah tentang feminisme yang tercantum pada unggahan konten akun Instagram @kalis.mardiasih.
2. Mengetahui bagaimana respons *followers* pada kolom komentar unggahan konten akun Instagram @kalis.mardiasih.

### **D. Signifikansi Penelitian**

Adapun manfaat yang ingin dicapai dengan harapan dapat berguna baik bagi peneliti, akademisi, serta khalayak umum. Maka dari itu, keunggulan penelitian dibagi menjadi dua kategori, yakni:

#### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitiannya ini bisa memberikan pengetahuan baru juga memperluas pengetahuan. Tentu juga dapat diterima dan memberikan wawasan oleh peneliti serta para akademisi khususnya memberikan kontribusi wawasan dalam hal keilmuan pada ilmu komunikasi dalam suatu kajian ilmu dakwah. Selain itu, dapat memberikan referensi yang terkait pada judul peneliti serta juga perpaduan terhadap peneliti lain agar menjadi lebih ideal dalam mengkajinya, mendalaminya, juga mempelajari pengembangan suatu media dakwah pada teknologi yang seterusnya.

## **2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini bisa dimanfaatkan oleh peneliti, para akademisi, dan khalayak umum. Diharapkan dapat berguna sebagai motivasi diri untuk meningkatkan kualitas diri dari manfaat penelitian ini. Sebagai bentuk kontribusi yang dapat memberikan pilihan untuk mengetahui tentang pesan dakwah melalui media sosial yakni Instagram terkhusus mengenai feminisme.

### **E. Definisi Istilah**

Peneliti menentukan definisi operasional dengan mengukur suatu konsep masalah tersebut berdasarkan definisi terminologi pada latar belakang masalah. Adapun penjelasan berdasarkan definisi operasional, yakni:

#### **1. Pesan Dakwah**

Pesan dakwah merupakan sesuatu yang dikomunikasikan mengenai isi atau juga materi dakwah yang mana diterangkan oleh *da'i* kepada *mad'u*. Untuk ini pasti bahwa dalam materi dakwah atau juga pesan dakwah yakni ajaran agama Islam itu sendiri. Maka dari itu, dalam pembahasan yang mana menjadi materi dakwah, yakni ajaran agama Islam itu sendiri yang harus dibahas sesuai petunjuk Al-Qur'an dan juga hadis. Ajaran agama Islam yang dijadikan pesan dakwah dapat diklasifikasikan yakni berupa akidah, syariah, dan juga akhlak. Peneliti memaparkan pesan dakwah menjadi sumber utamanya yang meliputi akidah, syariah juga akhlak tentu yang terdapat pada unggahan konten tentang feminisme dan juga melihat respons *followers* dari kolom komentar pada akun Instagram @kalis.mardiasih.

## 2. Feminisme

Feminisme (orangnya disebut dengan Feminis), sebuah paham yang mana memperjuangkan keadilan dan kebebasan bagi perempuan untuk menghindari pelecehan seksual, dieksploitasi, marginalisasi, dan juga dijadikan suatu objek kekerasan atau objek karma laki-laki. Dalam penelitian ini peneliti meneliti tentang feminisme yang mana diperoleh pada suatu unggahan konten akun Instagram @kalis.mardiasih mengenai perempuan feminis untuk mendapatkan kesetaraan yang menyesuaikan dengan kodratinya sehingga tidak melewati batas dirinya sesuai kodrat dan fitrahnya sebagai perempuan dan manusia. Tentu tidak bertentangan dengan pemaparan yang diterangkan oleh Al-Qur'an juga hadis.

## 3. Akun Instagram @kalis.mardiasih

Instagram yaitu suatu aplikasi untuk media sosial yang membuat para pengguna bisa untuk berbagi foto juga video berdasarkan lokasi mereka. Instagram mempunyai beragam jenis fitur semacam *Instagram Stories*, *Streaming/ Live Video*, *Reels*, *Slide Post* atau *Carousel* dan sebagainya. Peneliti memilih meneliti akun Instagram @kalis.mardiasih yang merupakan akun milik Kalis Mardiasih, yang memiliki pengikut 185 ribu *followers* yang terhitung hingga awal bulan Juni 2024 yang mana terdapat unggahan konten tentang feminisme. Peneliti tidak menggunakan seluruh unggahan konten dalam akun tersebut. Peneliti menggunakan 10 unggahan dengan rentang waktu dari bulan Desember 2021 sampai Maret 2024 yang dibagikan melalui *carousel* Instagram dari yang telah diunggah untuk menjadi bahan penelitian.

## F. Penelitian Terdahulu

Pada penelitian terdahulu telah ditentukan searah dengan masalah dalam penelitian ini, untuk itu yang diharapkan dapat memaparkan atau menjadi acuan bagi peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini. Berikut ini beberapa penelitian terdahulu yang dipilih, yakni:

1. Jurnal yang berjudul “Gender Construction in Feminist Da’wah by Women Preachers on Youtube” oleh Muhammad Taufiq Syam, Abdullah Thahir, Nurhikmah, dan Mifda Hilmiyah pada State Islamic Institute Parepare, Indonesia tahun 2021.<sup>5</sup> Tujuan penelitian ini yakni untuk menganalisis hubungan antara pesan dakwah feminis yang disampaikan oleh mubaligh perempuan Youtube dengan konstruksi gender perempuan dalam keluarga serta mendeskripsikan reduksi kognitif masyarakat terkait pesan dakwah perempuan di Youtube dengan isu emansipasi dan kesetaraan gender. Hasil penelitian ini yakni, pertama menurut pemahaman Islam perempuan mempunyai kedudukan yang mulia dan juga terhormat. Dalam hal dakwah, seperti beramar makruf nahi mungkar, Islam tidak membedakan antara laki-laki dan juga perempuan. Kemudian yang kedua, berkaitan peran para perempuan dalam urusan rumah tangga sangat beragam, secara garis besar berfungsi sebagai istri, ibu dan juga anggota masyarakat. Yang ketiga, peran perempuan dalam dakwah tergantung pada seberapa baik perempuan dapat berdakwah di dalam rumah bersama keluarganya, di pasar, atau melalui

---

<sup>5</sup> Muhammad Taufiq Syam et al., “Gender Construction in Feminist Da’wah by Women Preachers on Youtube,” *Jurnal Dakwah Risalah* 32, no. 2 (January 31, 2022), <https://doi.org/10.24014/jdr.v32i2.15322>.

media sosial. Untuk persamaan dalam penelitian ini yakni menggunakan suatu metodologi penelitian kualitatif. Perbedaannya terletak pada platform yang digunakan yakni Youtube, sedangkan peneliti menggunakan Instagram yakni akun Instagram @kalis.mardiasih.

2. Jurnal yang berjudul “Critical Discourse Analysis on the Instagram Account Mubadalah.id from the Perspective of Islamic Feminism” oleh Sitti Rohmah dan Budi Suyanto pada Universitas Jember tahun 2023.<sup>6</sup> Tujuan penelitian ini yakni untuk menganalisis struktur makro, struktur super, dan juga struktur mikro yang mana terdapat dalam teks media Mubadalah.id. Hasil penelitian ini yakni (1) struktur makro menggambarkan bagaimana tindakan poligami dalam Islam tidak dianjurkan; (2) superstruktur dalam penelitian menunjukkan bahwa data diawali dengan judul, teks pembuka, isi berita, dan bagian penutup; dan (3) struktur mikro dalam penelitian ini terdiri dari semantik yang di dalamnya terdapat latar belakang berupa sebelum menikah, detail yang menunjukkan penguasaan media atau penekanan terhadap keputusan dalam suatu perjanjian yang dibuat sebelum menikah, maksud atau implikasinya adalah hubungan suami istri tidak dapat menciptakan dominasi haknya pada salah satunya, antara keduanya, dan juga praduga yang muncul yakni bahwa perempuan memiliki hak penuh untuk memutuskan atau juga menolak poligami. Selanjutnya sintaksis yang terdiri dari koherensi, sebab akibat untuk mendapatkan pernikahan idaman

---

<sup>6</sup> Sitti Rohmah and Budi Suyanto, “Critical Discourse Analysis on the Instagram Account Mubadalah.id from the Perspective of Islamic Feminism,” *Journal of Feminism and Gender Studies* 3, no. 1 (January 31, 2023): 53, <https://doi.org/10.19184/jfgs.v3i1.36258>.

yakni dengan menjalin komunikasi dengan cara menyampaikan syarat ataupun perjanjian pranikah dan stilistika berupa pemilihan kata yang tepat adalah pernikahan. Semua data memuat pandangan feminisme Islam yang dibangun tidak untuk memihak hanya satu gender saja. Namun, memberikan suatu pandangan yang luas untuk memuliakan sesama antar manusia. Persamaan pada penelitian ini yakni menggunakan suatu metodologi penelitian kualitatif dan juga menggunakan platform yang sama yakni Instagram. Bedanya pada penelitian ini yakni akun Instagram yang digunakannya Mubadalah.id sedangkan untuk peneliti menggunakan akun Instagram @kalis.mardiasih.

3. Jurnal yang berjudul “Peran Perempuan dalam Dakwah Kontemporer” Oleh Lia Wati Harahap pada UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta tahun 2022.<sup>7</sup> Tujuan penelitian ini yakni untuk mengetahui peran pada perempuan dalam dakwah modern (kontemporer), hal ini karena dalam ajaran agama Islam untuk perempuan memiliki hak yang sama dengan para laki-laki, tetapi ada perbedaannya yakni dalam tingkat dan juga jumlahnya. Karena perempuan memiliki tanggung jawab yang tidak dapat dilakukan oleh seorang laki-laki, seperti mengandung, melahirkan, dan juga menyusui, agama Islam menempatkan perempuan pada posisi yang terhormat dan terpuji. Tiga peran perempuan telah dibicarakan. Pertama, untuk peran perempuan dalam agama Islam, yang tidak membedakan antara laki-laki dan juga perempuan

---

<sup>7</sup> Lia Wati Harahap, “Peran Perempuan dalam Dakwah Kontemporer,” *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Kajian Islam*, 2022.

dalam hal dakwah. Untuk yang kedua, peran perempuan dalam hal rumah tangga yang mana sangat kompleks karena peran mereka sebagai seorang ibu, dan juga seorang anggota masyarakat. Ketiga, peran perempuan dalam dakwah modern (kontemporer) yang mana harus sepadan dengan kemampuan. Hal ini karena disebabkan fakta bahwa dakwah dapat dilakukan di mana saja, seperti di rumah, di perjalanan, di pasar, dan juga melalui media sosial (platform), dengan tujuan untuk beramar makruf nahi mungkar. Untuk persamaan dalam penelitian ini yakni menggunakan suatu metodologi penelitian kualitatif. Namun bedanya ialah menggunakan suatu penelitian lapangan (*Field Research*) sedangkan peneliti menggunakan suatu penelitian pustaka (*Library Research*).

4. Skripsi yang berjudul “Perempuan dalam Kajian Media Feminis dan Gender Islam” oleh Ika Khasanah pada Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta tahun 2019.<sup>8</sup> Tujuannya pada penelitian ini yakni untuk mengetahui sejauh mana kajian mengenai perempuan Islam juga eksistensi feminisme yang mana digambarkan pada media Islam. Hasil penelitian ini yakni pesan tentang perempuan dalam artikel Mubadalah.Id disampaikan dengan sistematis, kosakata, dan juga keterbukaan wacana gender Islam, sementara pesan dalam *This Is Gender* cenderung disampaikan dengan tata bahasa akademis, yang mana meningkatkan gangguan pada bahasa. Keterkaitan untuk penelitian ini yakni menggunakan suatu metodologi

---

<sup>8</sup> Ika Khasanah, *Perempuan Dalam Kajian Media Feminis Dan Gender Islam* (Yogyakarta, 2019).

penelitian kualitatif. Penelitiannya meneliti artikel yakni di media *mubaadalahnews.com* dan juga *thisisgender.com*. Sedangkan peneliti menggunakan platform Instagram yakni akun Instagram @kalis.mardiasih.

## G. Kerangka Teori

### 1. S-O-R

Teori S-O-R merupakan kependekan dari *Stimulus – Organism – Response* yang pertama kali dikemukakan oleh Carl Iver Hovland, Irving Lester Janis, dan Harold H. Kelly pada tahun 1953 dalam bukunya yang berjudul “*Communication and Persuasion: Psychological Studies of Opinion Change*” yang mendeskripsikan mengenai bagaimana suatu rangsangan (stimulus) menimbulkan respons. Ketika seseorang melakukan suatu tindakan dan mendapat respons dari orang lain, maka ini disebut dengan tingkat interaksi yang paling sederhana.

Pada teori ini menggambarkan fondasi dari proses komunikasi yang dipelajari dalam penelitian ini. Teori ini awalnya berasal dari ilmu psikologi dan kemudian berkembang menjadi bidang dari ilmu komunikasi, karena ada persamaan objek dari ilmu psikologi dan juga ilmu komunikasi<sup>9</sup> yang merupakan manusia dengan mempunyai beberapa bagian dalam jiwanya yang meliputi opini (pendapat), sikap, perilaku, kognisi (sikap yang bertepatan dengan wawasan atau

---

<sup>9</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori, Dan Filsafat Komunikasi* (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2003).

juga pemahaman), afeksi (sikap yang bertepatan dengan perasaan), konasi (sikap yang bertepatan dengan kecondongan untuk berbuat), dan lain sebagainya.<sup>10</sup>

Model *Stimulus Organism Response* menunjukkan bahwa komunikasi merupakan proses aksi-reaksi. Artinya teori ini mengasumsikan bahwa kata-kata verbal, isyarat non verbal, simbol-simbol tertentu akan merangsang orang lain memberikan respons dengan cara tertentu. Model S-O-R ini dapat berlangsung secara positif atau negatif. Misalnya jika orang tersenyum akan dibalas tersenyum berarti ini menunjukkan reaksi positif tetapi jika tersenyum dibalas dengan palangan muka, maka ini menunjukkan reaksi negatif.<sup>11</sup>

Pada dasarnya, teori ini adalah topik belajar yang sederhana di mana efek adalah reaksi terhadap rangsang (*stimulus*) tertentu. Dengan ini, seseorang dapat menjelaskan hubungan yang erat antara pesan dalam media dan juga reaksi pendengar. Teori ini juga tidak jauh berbeda dengan teori S-O-R, yang mengatakan bahwa media mempengaruhi komunikasi secara langsung dan juga cepat. Pada titik penekanan dalam model komunikasi S-O-R ini lebih kepada pesan yang disampaikan dapat menumbuhkan gairah kepada komunikasi sehingga komunikasi cepat menerima pesan yang diterima dan selanjutnya terjadi perubahan perilaku. Untuk itu, unsur penting dalam model komunikasi ini ada tiga yakni: Pesan (*Stimulus*, S), Komunikasi (*Organism*, O), dan juga efek (*Response*, R). Efek dari

---

<sup>10</sup> Andi Rahmat Abidin and Mustika Abidin, "Urgensi Komunikasi Model Stimulus Organism Response (S-O-R) dalam Meningkatkan Kualitas Pembelajaran," *al-Iltizam: Jurnal Pendidikan Agama Islam* 6, no. 2 (December 9, 2021): 74–90, <https://doi.org/10.33477/alt.v6i2.2525>.

<sup>11</sup> Yasir, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Pekanbaru: CV. Witra Irzani, 2009).

teori ini adalah kemampuan untuk mengukur kesesuaian antara pesan dan juga reaksi. Ini dikenal sebagai reaksi terhadap pesan. Oleh karena itu, komponen teori S-O-R ini yakni:<sup>12</sup>

- a. Pesan (*Stimulus*, S)
- b. Komunikan (*Organism*, O)
- c. Efek (*Response*, R)

Pada penelitian ini, untuk teori S-O-R digunakan oleh peneliti karena ingin mengetahui isi pesan dakwah tentang feminisme dan bagaimana respons *followers* pada kolom komentar akun Instagram @kalis.mardiasih. Teori ini menjelaskan bagaimana pesan dakwah tentang feminisme yang disampaikan akan menimbulkan suatu efek.

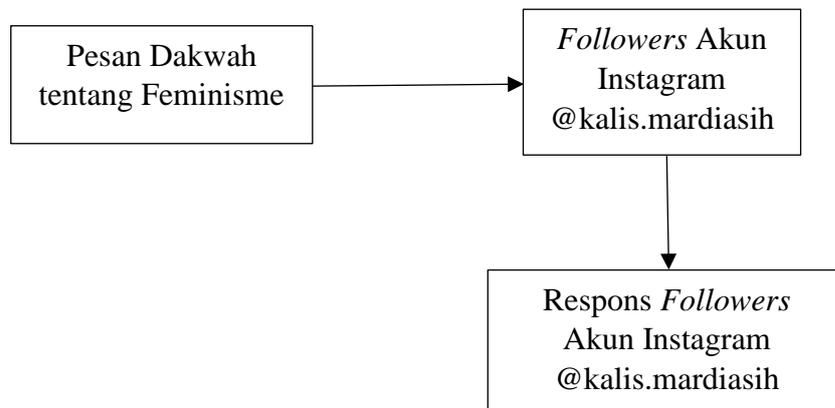
## 2. Kerangka Pikir

Berkenaan dengan keterlibatan teori S-O-R dalam penelitian ini, yakni:

- a. *Stimulus* yang dimaksud yakni unggahan konten yang dibagikan mengenai pesan dakwah yang disampaikan tentang feminisme pada akun Instagram @kalis.mardiasih.
- b. Organisme yang dimaksud yakni *followers* pada akun Instagram @kalis.mardiasih.
- c. Respons yang dimaksud yakni kolom komentar *followers* pada akun Instagram @kalis.mardiasih.

---

<sup>12</sup> Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori, Dan Filsafat Komunikasi*.



## H. Metode Penelitian

### 1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

#### a. Jenis Penelitian

Pada penelitian ini terkandung dalam penelitian kepustakaan (*Library Research*). Untuk penelitian ini dikerjakan dengan cara membaca, menelaah, dan juga menganalisis dari berbagai macam literatur sesuai pokok bahasan, kemudian disaring, dituangkan data dan juga informasi yang didapatkan dari berbagai macam sumber kepustakaan yang mana akan menjadi dasar untuk memajukan kerangka pemikiran teoritis yang dimanfaatkan dalam suatu analisis penelitian.<sup>13</sup> Penelitian ini diambil dari perpustakaan atau tempat lain seperti buku-buku, catatan, internet yang terdapat jurnal *online*, dan dokumentasi lainnya.<sup>14</sup> Terpilihnya penelitian ini

<sup>13</sup> Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Research* (Bandung: ALUMNI, 1993).

<sup>14</sup> Marzuki, *Metode Riset Panduan Penelitian Bidang Bisnis Dan Sosial* (Yogyakarta: Ekonisia, 2005).

yakni peneliti menginginkan dengan bisa mencurahkan penjelasan pesan dakwah tentang feminisme pada akun Instagram @kalis.mardiasih.

### **b. Pendekatan Penelitian**

Pada penelitian ini peneliti memakai pendekatan penelitian kualitatif, yakni penelitian sistematis yang mana digunakan untuk mempelajari atau juga meneliti suatu objek pada suatu latar alamiah tanpa mengubahnya atau menguji hipotesis.

Adapun metode analisis data yang dimanfaatkan pada penelitian ini yakni analisis isi Etnografi (*Ethnographic Content Analysis*), menurut seorang ahli yang bernama David L. Altheide dalam jurnalnya yang berjudul “*Qualitative Sociology*” yang merupakan pendekatan untuk analisis dokumen yang berdasarkan pada prinsip-prinsip pengumpulan dan analisis data kualitatif yang sesuai apa yang telah disebutkan dalam bukunya, yakni:

*An ethnographic approach to document analysis is offered based on principles of qualitative data collection and analysis.*<sup>15</sup> Yang artinya kependekan etnografi untuk analisis dokumen ditawarkan berdasarkan prinsip-prinsip pengumpulan dan analisis data kualitatif.

Adapun menurut David L. Altheide, kegunaan dari *Ethnographic Content Analysis* (ECA) ini adalah untuk mendokumentasikan dan memahami komunikasi makna. “*Ethnographic content analysis is used to document and understand relationships. Its distinctive characteristic is the reflexive and highly interactive*

---

<sup>15</sup> David L. Altheide, *Ethnographic Content Analysis* (Arizona State University: School Of Justice Studies, 1987).

*nature of the investigator, concepts, data collection and analysis.*(Analisis isi etnografi digunakan untuk mendokumentasikan dan memahami komunikasi makna, serta untuk memverifikasi hubungan teoritis”. Memiliki ciri khas berupa sifat refleksif dan sangat interaktif dari peneliti, konsep, pengumpulan dan analisis data). Serta bertujuan untuk menjadikannya tidak kaku dan sistematis sesuai dengan yang dijelaskan oleh David L. Altheide “*ECA consists of reflexive movement between concept development, sampling, data collection, data coding, data analysis, and interpretation. The aim is to be systematic and analytic, but no rigid.*” (ECA terdiri dari gerakan refleksif antara pengembangan konsep, sampling, pengumpulan data, pengkodean data, analisis data, dan interpretasi. Tujuannya adalah menjadi sistematis dan analitik, tetapi tidak kaku).<sup>16</sup>

Analisis isi etnografi ini menggunakan metode kualitatif yang mengkaji pesan-pesan dalam media untuk akan menghasilkan suatu kesimpulan tentang kecenderungan isi, tema, dan lain sebagainya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang menekankan pada aspek pemahaman secara mendalam (*in depth analysis*) kepada suatu masalah yang mengkaji secara kasus per kasus karena pada metode ini meyakini bahwa sifat suatu masalah satu akan berbeda dengan sifat dari masalah lainnya.

Agar penelitian dapat benar-benar berkualitas, maka data yang dikumpulkan harus lengkap, yang berupa data primer (utama) dan juga data sekunder

---

<sup>16</sup> David L. Altheide and Christopher J. Schneider, *Ethnographic Content Analysis* (California: SAGE Publications, 2017).

(pelengkap)<sup>17</sup> yang diambil dari akun Instagram @kalis.mardiasih. Analisis isi kualitatif tidak dipergunakan untuk mengetahui isi komunikasi yang tersirat atau terpendam, melainkan memfokuskan pada isi komunikasi yang nampak atau tersurat. Analisis isi kualitatif ini disebut juga sebagai *Ethnographic Content Analysis*.<sup>18</sup>

Kaitannya metode analisis isi kualitatif pada penelitian ini yakni bertujuan untuk menjelaskan secara rinci dan juga detail terhadap objek yang mana diteliti mengenai isi pesan dakwah tentang feminisme pada akun Instagram @kalis.mardiasih.<sup>19</sup>

## **2. Subjek dan Objek Penelitian**

### **a. Subjek Penelitian**

Subjek penelitian yakni sumber suatu data untuk penelitian dan yang menjadi fokus subjek pada penelitian ini yakni akun Instagram @kalis.mardiasih.

### **b. Objek Penelitian**

Objek dalam penelitian ini merupakan isi pesan dakwah tentang feminisme yang terdapat pada unggahan konten akun Instagram @kalis.mardiasih yang meliputi pesan akidah, syariah, dan juga akhlak. Untuk membatasi jumlah

---

<sup>17</sup> Sandu Siyoto, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media, 2015).

<sup>18</sup> Kriyantono Rachmat, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: Prenada Media, 2014).

<sup>19</sup> Sa'id bin 'Ali bin Wahf Al-Qahtahani and Shalatul Mu'min, *Terjemahan Abu Khadijah* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kompas-Gramedia, 2019).

unggahannya konten yang diteliti, peneliti hanya menetapkan 10 unggahan konten dengan rentang waktu dari bulan Desember 2021 sampai Maret 2024 yang dibagikan melalui *carousel* Instagram.

### 3. Data dan Sumber Data

Dua jenis data yang dimanfaatkan untuk penelitian ini:

#### a. Data primer

Sumber data primer yakni sumber data utama yang diharapkan dapat memberikan suatu jawaban atas masalah yang mana akan diteliti dengan diperoleh langsung melalui *carousel* Instagram yang diunggah oleh Kalis Mardiasih pada akun Instagram @kalis.mardiasih. Peneliti telah memilih 10 unggahan konten untuk dijadikan sampel penelitian untuk data primer yang telah dipilih, sebagai berikut:

**Tabel 1. 1 URL Unggahan Konten pada Akun Instagram @kalis.mardiasih**

No.	Tanggal Diunggah	URL
1.	11 Desember 2021	<a href="https://www.instagram.com/p/CXVI0Z5PjHa/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZ">https://www.instagram.com/p/CXVI0Z5PjHa/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZ</a>
2.	22 Maret 2022	<a href="https://www.instagram.com/p/CbZ149OPzhS/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZ">https://www.instagram.com/p/CbZ149OPzhS/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZ</a>
3.	11 April 2022	<a href="https://www.instagram.com/p/CcNLKDivqsn/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZ">https://www.instagram.com/p/CcNLKDivqsn/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZ</a>
4.	25 Agustus 2022	<a href="https://www.instagram.com/p/ChroUoWPfdK/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZ">https://www.instagram.com/p/ChroUoWPfdK/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZ</a>
5.	26 Oktober 2022	<a href="https://www.instagram.com/p/CkLK_MvShg0/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZ">https://www.instagram.com/p/CkLK_MvShg0/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZ</a>
6.	18 November 2022	<a href="https://www.instagram.com/p/CIGkVf3yo0E/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZ">https://www.instagram.com/p/CIGkVf3yo0E/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZ</a>

7.	20 November 2022	<a href="https://www.instagram.com/p/CILhNfJSEhc/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA==">https://www.instagram.com/p/CILhNfJSEhc/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA==</a>
8.	22 November 2022	<a href="https://www.instagram.com/p/CIQqtONybxM/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA==">https://www.instagram.com/p/CIQqtONybxM/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA==</a>
9.	16 Maret 2024	<a href="https://www.instagram.com/p/C4krxJmRW3d/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA==">https://www.instagram.com/p/C4krxJmRW3d/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA==</a>
10	18 Maret 2024	<a href="https://www.instagram.com/p/C4p7juJR ac/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA==">https://www.instagram.com/p/C4p7juJR ac/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA==</a>

### b. Data sekunder

Data sekunder adalah data tambahan yang mana digunakan untuk melengkapi suatu data primer. Untuk data sekunder berasal dari sumber yang mendukung terhadap penelitian, seperti buku, dokumentasi, jurnal *online*, transkrip, dan juga sumber lain yang mana berkaitan dengan topik penelitian. Seperti buku yang ditulis oleh Kalis Mardiasih yang berjudul “Muslimah yang Diperdebatkan”<sup>20</sup>, buku yang ditulis oleh Nadya Karima Melati yang berjudul “Membicarakan Feminisme”<sup>21</sup> dan lain sebagainya. Dokumentasi dengan cara screenshot unggahan konten pada akun Instagram @kalis.mardiasih untuk melengkapi data. Jurnal *online* yang sudah ada pada daftar pustaka dan juga sumber lainnya yang berhubungan dengan topik penelitian.

<sup>20</sup> Kalis Mardiasih, *Muslimah Yang Diperdebatkan* (Yogyakarta: Buku Mojok, 2019).

<sup>21</sup> Nadya Karima Melati, *Membicarakan Feminisme* (Yogyakarta: Buku Mojok, 2019).

#### **4. Teknik Pengumpulan Data**

##### **a. Observasi**

Observasi yakni metode pengumpulan suatu data dengan cara mengamati dan juga mencatat semua kejadian. Pada penelitian ini, untuk peneliti menggunakan suatu jenis observasi *non participant observation*<sup>22</sup> yang berarti peneliti hanya melihat objek yang diteliti secara langsung dan tidak terlibat dalam kegiatan sehari-hari akun Instagram @kalis.mardiasih. Objek observasi yang diterapkan dalam penelitian ini yakni unggahan konten melalui *carousel* pada akun Instagram @kalis.mardiasih dan merekapitulasi dari kolom komentar unggahan tersebut sebagai suatu tolak ukur dari teori yang untuk digunakan.

##### **b. Dokumentasi**

Dokumentasi yakni metode pengumpulan data dari dokumen melalui sumber data sekunder yang memenuhi kebutuhan semua pihak yang terlibat dalam masalah yang diteliti. Pada penelitian ini, peneliti melakukan pengumpulan data dokumentasi mengenai isi pesan dakwah tentang feminisme yang terdapat pada unggahan konten dalam bentuk *carousel* Instagram. Untuk data yang dipilih yakni dengan cara *screenshot* unggahan pada akun Instagram @kalis.mardiasih melalui *smartphone* atau juga PC (*Personal Computer*), serta juga meng-*copy paste* dan menempelkan komentar yang terdapat dalam kolom komentar pada akun Instagram @kalis.mardiasih.

---

<sup>22</sup> Agustinus Bandur, *Penelitian Kualitatif: Metodologi, Desain, Dan Teknik Analisis Data Dengan Nvivo 11 Plus* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016).

## 5. Teknik Analisis Data

Analisis data yakni proses untuk mengorganisasikan, mengurutkan suatu data ke dalam pola, dan mengkategorikannya menjadi satuan uraian yang dasar sehingga juga dapat menemukan suatu topik untuk merumuskan hipotesis kerja yang berdasarkan data. Analisis isi etnografi (*ethnographic content analysis*) yakni teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian, sebagai berikut ini:

### a. Analisis *carousel* Instagram

- 1.) Menentukan topik tentang feminisme yang berjenis *carousel* Instagram yang akan diteliti dari akun Instagram @kalis.mardiasih.
- 2.) Membaca dan mengamati unggahan konten dari setiap *carousel* Instagram yang akan diteliti.
- 3.) Transkrip atau menyertakan kalimat yang tertera pada unggahan konten *carousel* Instagram yang akan diteliti.
- 4.) Mengklasifikasikan setiap pesan dakwah tentang feminisme yang termasuk dalam unggahan konten yang akan diteliti dalam berbagai kategori.
- 5.) Meninjau kembali kategori yang telah dibuat sebelumnya yang berkaitan dengan pesan dakwah tentang feminisme pada unggahan konten dengan melalui ulasan para ahli dan referensi.
- 6.) Penutup kategori, yang mencakup kesimpulan dari semua pesan dakwah tentang feminisme yang didapat dalam unggahan konten yang diteliti.

### **b. Analisis Data pada Kolom Komentar**

- 1.) Transkrip kolom komentar dengan cara meng-*copy paste* dari akun Instagram @kalis.mardiasih kemudian dimasukkan ke *microsoft word* setelah itu dimuat ke *software Atlas.TI* dengan pengkodean.
- 2.) Selanjutnya dalam pengolahan data penelitian yakni mengedit pada *software Atlas.TI* yakni berarti melengkapi semua data sehingga sesuai dengan tujuan penelitian.

### **I. Sistematika Penulisan**

BAB I : Pendahuluan yang mana meliputi pada latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi istilah, penelitian terdahulu, kerangka teori, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : Deskripsi Kalis Mardiasih dan gambaran umum akun Instagram @kalis.mardiasih

BAB III : Kajian dan pemetaan pokok bahasan pesan dakwah tentang feminisme melalui Instagram.

BAB IV : Hasil Penelitian dan pembahasan yang mana meliputi hasil penelitian dan pembahasan pada pesan dakwah tentang feminisme dan respons *followers* akun Instagram @kalis.mardiasih.

BAB V : Penutup yang mana meliputi simpulan dan rekomendasi.