

ABSTRAK

Muhammad Izzul Islami, 2018: Penggunaan Video Tutorial Hijab Youtube Terhadap Tingkat Kepuasan Mahasiswi IAIN Jember.

Youtube memiliki pengaruh terhadap perkembangan trend berhijab. Hijab Ala Video Tutorial youtube merupakan cara-cara berhijab yang diperlihatkan menggunakan media youtube yang mengacu pada trend dan fashion masa kini. Penggunaan youtube akhirnya didasarkan pada alasan atau motif untuk mencapai kebutuhan. Dari berbagai motif penggunaan media, akan tumbuh semacam harapan yang dicarikan pemuasannya melalui media tersebut. Hal ini akan menimbulkan suatu pola perilaku penggunaan media sebagai perwujudan dari motif yang ada.

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: 1) Bagaimana keaktifan mahasiswi IAIN Jember menggunakan video tutorial hijab Youtube?. 2) Mengapa mahasiswi IAIN Jember menggunakan video tutorial hijab Youtube?. 3) Bagaimana kepuasan mahasiswi IAIN Jember terhadap video tutorial hijab Youtube?.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, mendeskripsikan dan menganalisis tentang bagaimana keaktifan, alasan dan kepuasan mahasiswi IAIN Jember dalam menggunakan Youtube yang dianalisis menggunakan teori Penggunaan dan Pemenuhan Kepuasan (*Uses and Gratification*).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pengumpulan data diperoleh melalui observasi secara langsung, wawancara, dan dokumentasi. Data dianalisis secara kualitatif yang terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, serta keabsahan data dengan triangulasi sumber.

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa : 1) Mahasiswi IAIN Jember merupakan khalayak aktif yang menggunakan youtube untuk menonton video tutorial hijab yang tengah menjadi tren. Mahasiswi memiliki ruang dan gerak serta kemampuan untuk melihat isi video tutorial hijab yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan mereka. 2) Alasan mahasiswi IAIN Jember dalam menggunakan youtube ada 4 antara lain: Motif informasi, motif identitas pribadi untuk meningkatkan rasa percaya diri mahasiswi dengan terlihat modis, motif integrasi dan interaksi sosial, dan motif hiburan 3) Kepuasan yang dirasakan oleh Mahasiswi meliputi kepuasan informasi yakni pembelajaran mengenai langkah-langkah menggunakan hijab sesuai tutorial dan kepuasan identitas pribadi yakni merasa lebih modis, percaya diri dan *stylish* setelah menonton video tutorial hijab di youtube.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Layanan internet sangat beragam dan selalu berinovasi sesuai kebutuhan masyarakat. Internet (*interconnection networking*) merupakan jaringan komputer yang dapat menghubungkan suatu komputer dengan jaringan komputer lain, sehingga dapat berkomunikasi atau berbagi data tanpa melihat jenis komputer itu sendiri. Seperti yang di ketahui, internet merupakan bentuk konvergensi dari beberapa teknologi penting terdahulu seperti komputer, televisi, radio, dan telepon.²

Kehadiran internet telah membawa revolusi serta inovasi pada cara manusia berkomunikasi dan memperoleh informasi. Internet berhasil mengatasi masalah klasik manusia, karena keterbatasan ruang jarak dan waktu tidak lagi menjadi suatu kendala, disebabkan Internet turut mengubah bentuk masyarakat dunia, dari masyarakat dunia lokal menjadi masyarakat dunia global. Perkembangan teknologi informasi tidak hanya mampu menciptakan masyarakat dunia global, namun secara materi dapat mengembangkan ruang gerak kehidupan baru bagi masyarakat. Dari adanya internet terciptalah beberapa media sosial yang sangat berperan penting bagi masyarakat.

Salah satu media sosial yang saat ini berperan penting bagi masyarakat adalah *Youtube* yang merupakan media sosial yang penting dan menjadi situs *web* video sharing (berbagi video) populer dimana para pengguna dapat memuat,

² Burhan Bungin, *Sosiologi komunikasi*, (Prenada Media Grup, Jakarta, 2006) h.135.

menonton, dan berbagi klip video secara gratis seperti klip musik (video klip), film, TV, serta video buatan para penggunanya sendiri. Media sosial *Youtube* juga sangat berpengaruh dan berdampak pada perubahan secara individu maupun masyarakat yang salah satunya mencakup perubahan dalam berbagai sektor, contohnya adalah perubahan mode pakaian (*fashion*).

Fashion merupakan bagian dari gaya hidup masyarakat seluruh dunia dengan berbagai macam jenis dan mode yang terus mengalami dinamika/perubahan mulai dari mode-mode yang berkiblat dari dunia timur sampai tren *fashion* yang banyak dipengaruhi oleh budaya bangsa barat. *Fashion* atau Mode sebagai bagian dari budaya populer mengalami perkembangan yang cukup pesat ke seluruh dunia dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya media sosial. Bentuk mode pakaian yang tengah populer saat ini adalah tren berhijab.

Jilbab di Indonesia menurut Suzanne April Brenner, merupakan suatu peristiwa “100% modern bahkan terlampau modern” dimana perempuan berhijab adalah sebagai suatu tanda globalisasi, suatu lambang identifikasi orang Islam di Indonesia dengan umat Islam di negara-negara lain di dunia modern ini, menolak tradisi lokal, dalam hal berpakaian dan sekaligus juga menolak hegemoni Barat. Oleh karena itu jilbab saat ini sudah menjadi bagian dari kultur masyarakat. Berkembangnya cara pemakaian jilbab dan pakaian muslimah saat ini mulai mengikuti mode *fashion* yang berlaku di masyarakat. Jadi Jilbab dan pakaian muslimah itu sendiri tidak lagi dikatakan sebagai pakaian yang ketinggalan zaman,

malah saat ini mengikuti *trend fashion* sehingga sudah layak untuk disebut sebagai pakaian yang modern.³

Perubahan makna terhadap pemakaian jilbab memang telah menjadi *trend* di kalangan masyarakat muslim dan parahnya lagi mahasiswi yang memakai jilbab tapi cara berpakaianya memakai baju yang ketat serta transparan dan memakai rok yang sempit sehingga memperlihatkan lekukan tubuhnya dan cara berjilbabnya ditarik kebelakang sehingga makna jilbab yang harusnya menutup aurat tapi tidak dipahami oleh sebagian besar mahasiswi yang menggunakan jilbab hanya sekedar memakai jilbab tapi tidak memperhatikan nilai-nilai syariah dalam berjilbab yang menutupi semua bagian tubuh kecuali wajah dan tangan. Sebagaimana firman Allah SWT :

يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ قُلْ لَأَزُوجِكُمْ وَبَنَاتِكُمْ وَنِسَاءَ الْمُؤْمِنِينَ يُدْنِينَ عَلَيْهِنَّ مِنْ جَلْبَابِهِنَّ ذَلِكَ آدْنَىٰ أَنْ يُعْرَفْنَ فَلَا يُؤْذَيْنَ وَكَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَحِيمًا

“Hai Nabi, katakanlah kepada isteri-isterimu, anak-anak perempuanmu dan perempuan-perempuan orang-orang mukmin supaya mereka menutupkan baju mantelnya ke seluruh badannya. Hal itu lebih mudah untuk mengenal mereka, sehingga mereka tidak diganggu (disakiti) (oleh orang-orang jahat). Allah Pengampun lagi Pengasih.”⁴

Seiring dengan perkembangan zaman maka pengertian jilbabbun bergeser, dimana jilbab adalah penutup kepala dengan berbagai macam model atau kreasi untuk mempercantik diri. Fenomena itulah yang mengakibatkan munculnya berbagai tren dalam berjilbab serta makna yang berbeda dari jilbab itu sendiri bagi mahasiswi IAIN Jember. Perkembangan gaya berbusana tidak bisa di pungkiri lagi akan selalu

³ <http://dullhariz.blogspot.co.id/p/fenomena-pakaian-remaja-modern-yang.html>. Diakses pada tanggal 10 maret 2018 pukul 09.20.

⁴ Prof H, Mahmud Junus, *Tarjamah Al-Qur'an Al-Karim Cet. 7*, (Bandung:PT Al-Ma'arif, 1993) hal.384

mengalami perubahan setiap tahun pasti ada mode-mode terbaru dalam hal berbusana. Mahasiswi IAIN Jember pun mengikuti perkembangan mode busana setiap tahunnya, yang akan berdampak pada gaya berbusana Mahasiswi IAIN Jember.

Perkembangan tersebut berdampak positif dan negatif. Dampak positif yaitu semakin kreatifnya cara berbusana mahasiswi, banyaknya model jilbab. Dampak negatif yaitu cara berbusana mahasiswa menjadi tidak sesuai dengan syariat islam. Mudahnya dalam akses informasi akan sangat mendukung persebaran gaya berbusana ini dalam masyarakat umum, serta mudahnya informasi pada saat ini.⁵ Manusia akan dipengaruhi oleh informasi tersebut untuk mengambil tindakan dalam kehidupannya. Perkembangan informasi ini membuat semakin mudahnya persebaran gaya berbusana yang sedang berkembang di Indonesia dan seseorang dengan mudah mengakses informasi tersebut. Salah satu cara mengakses informasi mengenai fashion yang belakangan ini banyak diminati generasi milenial adalah melalui Youtube. Peran youtube di Indonesia sebagai sarana publikasi konten video terus meningkat. Menurut hasil riset, 92 persen pengguna Indonesia menyatakan Youtube adalah tujuan pertama mereka ketika mencari konten video. Dari 1.500 responden yang terlibat dalam riset tersebut, 53 persen menyatakan mengakses Youtube setiap dan 57 persen menyatakan menonton televisi setiap hari.⁶

Kategori konten yang diminati pengguna urban dan rural memiliki perbedaan. Secara umum, pengguna urban lebih meminati konten yang dapat

⁵ Abdul A'la. "Mengenal Entitas KeIslaman Indonesia DI Era Globalisasi", Majalah Aula Edisi 10 (Oktober 2012),h,55

⁶ Diaz Praditya, 3 Fakta Menarik dari Riset Google tentang Perkembangan Youtube di Indonesia, <https://www.google.com/amp/s/id.techinisia.com/fakta-perkembangan-youtube-di-indonesia/amp/> diakses pada tanggal 30 mei 2018 pukul 21:20

menunjang kehidupan sehari-hari, seperti tema *travel*, *lifestyle*, dan video tutorial. Hal ini menunjukkan besarnya minat pengguna Youtube terhadap video tutorial sangatlah besar. Khususnya dalam penelitian ini, saya mengamati terdapat berbagai model hijab yang digunakan oleh mahasiswi. Meskipun jenisnya sama, namun dalam cara pemakaiannya berbeda. Dari 8 informan dalam penelitian ini, semuanya merupakan pengguna Youtube untuk menonton konten video tutorial hijab. Sehingga dalam menggunakan hijab, mahasiswi terinspirasi dari video tutorial tersebut. Dari fakta menarik diatas, peneliti merasa perlu untuk melakukan penelitian dengan judul “*Penggunaan Video Tutorial Hijab Youtube Terhadap Tingkat Kepuasan Mahasiswi IAIN Jember*”. Penelitian yang diharapkan dapat memberikan masukan terhadap mahasiswi mengenai penggunaan hijab yang tidak hanya mengikuti tren berdasarkan video tutorial, tetapi juga harus mengacu kepada nilai-nilai syariat islam. Penelitian ini, berfokus pada analisis deskriptif terhadap alasan mahasiswi mengakses Youtube serta video tutorial hijab, dan kepuasan mahasiswi mengakses video tersebut yang akan dianalisis menggunakan teori *Uses and Gratification*.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang di uraikan diatas, maka fokus penelitian ini adalah:

1. Bagaimana keaktifan mahasiswi IAIN Jember menggunakan video tutorial hijab Youtube?
2. Mengapa mahasiswi IAIN Jember menggunakan video tutorial hijab Youtube?

3. Bagaimana kepuasan mahasiswi IAIN Jember terhadap video tutorial hijab Youtube?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus yang telah ditentukan, maka tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui, mendeskripsikan dan menganalisis tentang keaktifan mahasiswi IAIN Jember dalam menggunakan Youtube.
2. Untuk mengetahui, mendeskripsikan dan menganalisis tentang alasan mahasiswi IAIN Jember menggunakan video tutorial hijab Youtube.
3. Untuk mengetahui, mendeskripsikan dan menganalisis tentang kepuasan mahasiswi IAIN Jember terhadap video tutorial hijab Youtube.

D. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis dan praktis kepada pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini. Adapun manfaat dalam penelitian ini antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan atas sumbangan dalam kajian ilmu komunikasi dan informasi yang akhir-akhir ini makin banyak memperoleh kajian dari berbagai disiplin ilmu baik melalui kajian teoritis maupun melalui kajian riset di bidang terapan.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat merefleksikan bagaimana penggunaan video tutorial hijab Youtube terhadap tingkat kepuasan mahasiswi

IAIN Jember, dan hasil penelitian ini memperkaya hasil penelitian pada ilmu komunikasi yang kemudian diharapkan dapat meningkatkan pemahaman serta mengurangi sifat konsumerisme terhadap terpaan teknologi yang akhirnya menjauhkan diri dari syariat islam.

3. Manfaat Lembaga

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi kontribusi atau sumbangan pemikiran bagi diskursus keilmuan Komunikasi dan Penyiaran Islam serta dapat dimanfaatkan oleh IAIN Jember sebagai bahan acuan untuk para peneliti selanjutnya. Manfaat penelitian ini secara khusus bagi Fakultas Dakwah adalah penggunaan hijab tidak seharusnya hanya mengikuti tren, namun harus mengacu pada nilai-nilai syariat islam.

E. Definisi Istilah

Untuk menghindari kekeliruan penafsiran terhadap variabel, kata dan istilah teknis yang terdapat dalam judul, maka penulis merasa perlu untuk mencantumkan definisi istilah dalam skripsi ini. Judul penelitian ini adalah *Penggunaan Video Tutorial Hijab Youtube Terhadap Tingkat Kepuasan Mahasiswi IAIN Jember*, dengan pengertian antara lain:

a. Video Tutorial

Video adalah bagian yang memancarkan gambar pada pesawat televisi; rekaman gambar hidup atau program televisi untuk di tayangkan.⁷ Video atau Film adalah rangkaian banyak frame gambar yang diputar secara cepat.

⁷ Tim Redaksi Pusat Bahasa Depdiknas, Kamus Besar Bahasa Indonesia (Edisi ketiga), Balai Pustaka Jakarta 2001,h.1261

Masing-masing frame merupakan rekaman dari tahapan-tahapan dalam suatu gerakan. Semakin cepat perputarannya, semakin halus gerakannya, walaupun sebenarnya terdapat jeda antar frame. Namun, kita (sebagai manusia) tidak bisa menangkap jeda tersebut.⁸

Tutorial adalah (1) Pembimbingan kelas oleh seorang pengajar (tutor) untuk seorang mahasiswa atau sekelompok kecil mahasiswa, (2) Pengajaran tambahan melalui tutor.⁹ Sedangkan menurut Cheppy Riyana media video pembelajaran adalah media yang menyajikan audio dan visual yang berisi pesan-pesan pembelajaran baik yang berisi konsep, prinsip, prosedur, teori aplikasi untuk membantu pemahaman terhadap suatu materi pembelajaran.¹⁰

Jadi video tutorial adalah adalah rangkaian gambar hidup yang ditayangkan oleh seorang pengajar yang berisi pesan-pesan pembelajaran untuk membantu pemahaman terhadap suatu materi pembelajaran sebagai bimbingan atau bahan pengajaran tambahan kepada sekelompok kecil peserta didik.

b. Hijab

Hijab dalam istilah asli diartikan sebagai segala hal yang menghalangi antara laki-laki dan perempuan. Akan tetapi, degradasi makna terjadi dalam perjalanannya. Masyarakat mengalami bias persepsi yang kebetulan saat ini penggunaan jilbab sedang menjadi tren. Hal ini menyebabkan modifikasi dari cara memakai jilbab yang syar'i menurut islam atau bisa dikatakan

⁸ Iqra' Al-Firdaus, Buku Lengkap Tuntunan Menjadi Kameran Profesional, Buku Biru, Yogyakarta, 2010, h.13.

⁹ Tim Redaksi Pusat Bahasa Depdiknas, Kamus Besar Bahasa Indonesia (Edisi ketiga), Balai Pustaka Jakarta 2001, h.1230

¹⁰ Cheppy Riyana, Pedoman Pengembangan Media Video, P3AI UPI, Jakarta, 2007, h.2.

konvensional. Jilbab yang mengikuti fasion, yang berbeda inilah yang akhirnya muncul dengan istilah baru. Para pengguna jilbab model inilah yang menyebut dirinya sebagai Hijabers.¹¹

c. Youtube

Pada dasarnya, Youtube merupakan sebuah website yang memfasilitasi penggunaannya untuk berbagi video yang mereka miliki, atau sebatas menikmati berbagai video klip yang diunggah oleh berbagai pihak. Terdapat berbagai macam video yang dapat diunggah ke situs ini, seperti misalnya video klip musik dari musisi tertentu, film pendek, film televisi, trailer film, film pendek, video edukasi, video blog milik para vlogger, video tutorial berbagai macam aktivitas, dan masih banyak lagi.¹²

Youtube adalah sebuah situs web berbagi video yang dibuat oleh tiga mantan karyawan *PayPal* pada Februari 2005. Situs ini memungkinkan pengguna mengunggah, menonton, serta berbagi video. Youtube memakai teknologi Adobe Flash Video dan HTML5 untuk menampilkan berbagai macam konten video buatan pengguna, termasuk klip film, klip TV, dan video musik. Selain itu ada pula konten amatir seperti Blog video, video orisinal pendek, dan video pendidikan.

¹¹M.Ardyanto, Antara Hijab, Jilbab dan Hijabers
http://www.academia.edu/3134645/antara_Hijab_Jilbab_dan_Hijabers/ diakses pada tanggal 29 Januari 2018 pukul 15.31

¹²Nadira Aliya, Pengertian Youtube Beserta Manfaat dan Fitur-fitur Youtube yang Perlu Anda Ketahui, <https://www.nesabamedia.com/pengertian-youtube/> diakses pada tanggal 20 mei 2018 pukul 12:50

d. Kepuasan

Kepuasan menurut Kamus Bahasa Indonesia adalah puas; merasa senang; perihal (hal yang bersifat puas, kesenangan, kelegaan dan sebagainya). Kepuasan dapat diartikan sebagai perasaan puas, rasa senang dan kelegaan seseorang dikarenakan mengkonsumsi suatu produk atau jasa untuk mendapatkan pelayanan suatu jasa.

Menurut Kotler (2008) kepuasan adalah tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Jadi kepuasan atau ketidakpuasan adalah kesimpulan dari interaksi antara harapan dan pengalaman sesudah memakai jasa atau pelayanan yang diberikan. Apabila penampilan kurang dari harapan, maka pelanggan tidak dipuaskan, namun apabila penampilan sebanding dengan harapan, pelanggan puas, dan apabila penampilan melebihi harapan pelanggan akan sangat puas atau senang.

Jadi maksud dari definisi istilah diatas adalah kajian yang mencoba untuk menguraikan tentang penelitian yang berjudul penggunaan video tutorial hijab youtube terhadap tingkat kepuasan mahasiswi IAIN Jember.

F. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah cara-cara untuk memperoleh pengetahuan atau memecahkan suatu permasalahan yang dihadapi. Pada dasarnya metode penelitian merupakan metode ilmiah (*scientific method*). Metode Ilmiah adalah cara penerapan terhadap prinsip-prinsip logis dalam penemuan, pengesahan, dan penjelasan

kebenaran. Metode penelitian ini juga sering disebut pendekatan, karena pendekatan penelitian pada dasarnya merupakan keseluruhan cara serta kegiatan yang dilakukan dalam pelaksanaan penelitian, mulai memilih masalah sampai penulisan laporan.¹³

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) yang bermaksud mempelajari secara intensif tentang latar belakang, keadaan sekarang, dan interaksi suatu kelompok, individu, lembaga, dan masyarakat. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif yang memberi gambaran secermat mungkin mengenai suatu individu, keadaan, gejala atau kelompok tertentu. Penelitian kualitatif bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya pelaku, persepsi, motivasi, tindakan secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.¹⁴ Hal ini sesuai dengan tujuan dari penelitian kualitatif yaitu untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya.¹⁵ penelitian ini berupaya untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang penggunaan video tutorial hijab Youtube terhadap tingkat kepuasan mahasiswi IAIN Jember serta menjawab rumusan masalah yang telah ditentukan secara deskriptif dan mendalam.

¹³ Toto Syatori Nasehuddin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2012), 37-38

¹⁴ Lexy J. Moloeng, *Metode penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2008), 6.

¹⁵ Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*, (Jakarta: Kencana Prenda Media Grup, 2011), 56-57.

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat sumber data berada. Sumber data atau lokasi penelitian dianggap sebagai suatu populasi sehingga dapat diambil sampelnya sebagai objek yang diteliti. Adapun Lokasi penelitian yang dipilih oleh peneliti adalah IAIN Jember.

3. Subjek Penelitian

Dalam penelitian kualitatif, yang dimaksud dengan sumber data adalah subjek darimana data-data dapat diperoleh. Sumber data dapat berupa benda gerak, atau proses sesuatu. Data adalah bahan keterangan tentang sesuatu objek penelitian. Untuk memperoleh informasi tentang jawaban penelitian diperlukan data. Adapun data yang dimaksud adalah sejumlah fakta atau keterangan yang digunakan sebagai sumber atau bahan dalam mengambil keputusan ada dua sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

a. Data Kepustakaan

Yaitu sumber data yang diperoleh dari berbagai sumber literatur yang ada relevansinya dengan penulisan, untuk menjawab masalah-masalah yang telah dipaparkan dalam bentuk pertanyaan dalam rumusan masalah di atas seperti buku ilmiah, makalah, koran, atau majalah.

b. Data Empiris

Yaitu data yang digali dan diperoleh dari lapangan yaitu kalangan mahasiswa. Dalam menentukan subjek penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengambilan sample sumber data dengan pertimbangan tertentu, misalnya orang tersebut yang dianggap paling

mengetahui tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajah objek atau situasi sosial yang diteliti.¹⁶ Sesuai dengan judul penelitian maka peneliti akan mengambil informan yang akan diteliti yaitu mahasiswa IAIN Jember.

4. Teknik Pengumpulan Data Terdapat beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti, yaitu sebagai berikut:

a. Teknik *Interview* (wawancara)

Wawancara (*Interview*) merupakan salah satu metode pengumpulan bahan berita (data atau fakta). Pelaksanaannya bisa dilakukan secara langsung bertatap muka dengan orang yang diwawancarai, atau secara tidak langsung seperti melalui telepon, internet, atau surat (wawancara tertulis termasuk lewat e-mail, chat, dan sms).¹⁷ Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), wawancara adalah tanya jawab dengan seseorang (pejabat dsb) yang diperlukan untuk dimintai keterangan atau pendapatnya mengenai suatu hal untuk dimuat dalam surat kabar, disiarkan melalui radio, atau ditayangkan pada layar televisi.¹⁸

Sedangkan menurut Sudarwan Danim, wawancara adalah suatu metode pengumpulan data yang berupa pertemuan antara dua orang atau lebih secara langsung yang pertanyaannya diajukan oleh peneliti kepada subjek

¹⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2007), 207.

¹⁷ Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Orajtis Untuk Pemula*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009), 35.

¹⁸ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*, 1270.

atau sekelompok subjek penelitian untuk dijawab.¹⁹ Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik wawancara untuk menggali data yang ada hubungannya dengan faktor-faktor pola hubungan komunikasi virtual terhadap intensitas interaksi aktual. Peneliti melakukan wawancara dengan mahasiswa IAIN Jember.

b. Teknik Observasi

Menurut Hadi, pengamatan (Observasi) merupakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap suatu gejala yang tampak pada suatu objek peneliti.²⁰ Melalui observasi, peneliti belajar tentang perilaku dan makna dari perilaku tersebut. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik observasi terstruktur. Jadi, peneliti dalam pengumpulan data menyatakan terstruktur kepada sumber data, sedang melakukan penelitian. Sehingga mereka yang diteliti mengetahui sejak awal sampai akhir aktivitas peneliti.

c. Teknik Dokumentasi

Selain dengan menggunakan teknik observasi dan wawancara, teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan dengan teknik dokumentasi. Teknik dokumentasi yaitu studi literatur dan dokumenter. Teknik dokumenter adalah teknik pengumpulan data dan informasi melalui pencarian dan penemuan bukti-bukti.²¹ dalam arti lain teknik dokumentasi adalah upaya pengumpulan data dengan menyelidiki

¹⁹ Andi Prastowo, *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Perspektif Rancangan Penelitian*, 212.

²⁰ Andi Prastowo, 248

²¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 140-141.

benda-benda tertulis. Benda-benda tersebut dapat berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lenger, agenda, dan sebagainya.²²

5. Analisa Data

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif deskriptif yaitu data yang diperoleh, dipilih, dan disusun secara sistematis kemudian dianalisa dengan menggunakan berbagai ketentuan atau peraturan. Untuk menguji kebenaran dan kejujuran subjek dalam mengungkap realitas menurut apa yang dialami, dirasakan, atau dibayangkan perlu menggunakan metode pengecekan data dengan analisis triangulasi. Teknik pengolahan data terdiri dari beberapa alur kegiatan yang terjadi bersamaan, yaitu:

- a. Reduksi data : proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data yang muncul dari catatan-catatan lapangan.
- b. Penyajian data : adalah sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.
- c. Penarikan kesimpulan : adalah pembuktian kembali yang dilakukan untuk mencari pembenaran dan persetujuan sehingga validitas dapat tercapai.²³ Sesuai dengan metode penelitian yang digunakan, dalam analisis data ini peneliti menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif.

²² Mundir, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, (Jember: STAIN Jember Press, 2013), 186.

²³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 244.

6. Keabsahan Data

Dalam Penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi data untuk menguji kredibilitas atau keabsahan data. Menurut Kriyantono, triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan menganalisis jawaban subjek dengan meneliti kebenarannya dengan data empiris (sumber data lainnya) yang tersedia.²⁴ Peneliti menggunakan triangulasi sumber untuk mengecek keabsahan data dalam penelitian. Cara pengecekan dengan triangulasi sumber yaitu peneliti akan memeriksa data yang telah diperoleh dari satu sumber data dengan beberapa sumber data lainnya.

7. Tahap-tahap Penelitian

Tahapan-tahapan penelitian yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah menguraikan rencana pelaksanaan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Tahapan yang perlu dilakukan dalam penelitian ini terdiri dari tiga tahapan, yaitu tahap pra lapangan, tahap pekerjaan lapangan, dan tahap analisis data. Tahapan-tahapan tersebut diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Tahap Pra Lapangan

Dalam tahap awal ini, terdapat enam langkah yang dilakukan oleh peneliti, yaitu:

a. Menyusun Rancangan Penelitian

Rencana penelitian ini diawali dengan pengajuan judul, menyusun matriks penelitian yang kemudian dikonsultasikan pada

²⁴ Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi, Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*, 72.

dosen pembimbing dan berlanjut dengan penyusunan proposal hingga seminar proposal.

b. Memilih Lapangan Penelitian

Lokasi penelitian yang akan diteliti adalah mahasiswa IAIN Jember yang beralamatkan di Jl.Mataram No.1 Mangli Jember.

c. Mengurus Perizinan

Mengurus perizinan dilakukan sebelum dimulainya penelitian

d. Menjajaki dan Menilai Lapangan Tahap ini merupakan pengenalan awal terhadap kondisi lapangan juga sebagai bekal permulaan penelitian yang akan dilakukan.

e. Memilih dan Memanfaatkan Informan

Pada tahap ini peneliti memilih informan yang sesuai dengan judul yaitu mahasiswa IAIN Jember

f. Mempersiapkan Perlengkapan penelitian

Dalam melakukan penelitian, peneliti sebelum terjun ke lapangan pasti membutuhkan perlengkapan yang sesuai dengan teknik pengumpulan data yang telah dipilih (observasi, interview, dan dokumentasi). Perlengkapan yang dibutuhkan seperti mempersiapkan pertanyaan sebagai pegangan sementara, alat perekam, dan semacamnya yang dapat digunakan peneliti untuk membantu mendapatkan informasi.

2. Tahap Pekerjaan Lapangan

Setelah menyelesaikan tahapan-tahapan pada tahap pra lapangan, peneliti dapat mengawali dan memulai penelitian sesuai rancangan penelitian yang telah disusun sebelumnya.²⁵ Peneliti mengumpulkan data-data yang diperlukan dengan menggunakan beberapa metode yaitu, wawancara, observasi, dan dokumentasi.

3. Tahap Analisis Data

Setelah kegiatan penelitian selesai, peneliti mulai menyusun langkah-langkah berikutnya, yaitu menyusun kerangka laporan hasil penelitian dengan menganalisis data yang telah dikonsultasikan kepada dosen pembimbing karena mungkin masih ada yang perlu direvisi untuk mencapai hasil penelitian yang maksimal. Laporan yang selesai, sudah siap untuk dipertanggung jawabkan didepan penguji yang kemudian digandakan untuk diserahkan kepada pihak terkait.

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan digunakan untuk memberikan gambaran secara global tentang isi dari satu bab ke bab yang lain sehingga akan lebih memudahkan dalam meninjau dan menanggapi isinya. Untuk lebih jelasnya akan dipaparkan sebagai berikut:

²⁵ Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, Ibid 127-128.

BAB I: PENDAHULUAN

Dalam pendahuluan ini menyebutkan tentang hal yang menjadi latar belakang penelitian ini. Setelah itu menentukan fokus kajian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, kerangka pemikiran, metode penelitian dan sistematika pembahasan

BAB II: KAJIAN PUSTAKA

Penelitian terdahulu menjadi awal pembahasan dalam bab ini. Penelitian terdahulu berisi tentang dua penelitian terdahulu yang peneliti amati. Hal ini dilakukan untuk melihat tingkat kolaborasi peneliti, orisinalitas penelitian dan juga pembahasan kajian teori yang membahas teori-teori yang terkait dengan judul penelitian.

BAB III: METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan membahas tentang metode penelitian yang berisi pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data dan tahap-tahap penelitian. Yang nantinya akan menemukan data temuan baru. Kemudian temuan tersebut akan di bahas pada bab pembahasan.

BAB IV : PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

Pada bab ini memuat hasil penelitian dari judul yang diteliti, yaitu penyajian data dan analisis. Berisi tentang gambaran objek penelitian, penyajian data dan analisis dan pembahasan temuan.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan dari analisa dan pembahasan yang telah didapat selama penelitian. Setelah itu, saran yang berisi dorongan kepada berbagai pihak terkait penelitian ini.



BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAN

A. Penelitian Terdahulu

Pada penelitian ini, peneliti mencoba menelusuri berbagai penelitian terdahulu yang memiliki kemiripan. Berikut beberapa penelitian tersebut menjadi langkah untuk melihat sejauh mana orisinalitas dan posisi penelitian yang akan dilakukan. Berikut penelitian terdahulu yang peneliti amati.

Penelitian yang dilakukan oleh Yasinta Fauziah Novitasari, 2014 : *Jilbab Sebagai Gaya Hidup (Studi Fenomenologi Tentang Alasan Perempuan Memakai Jilbab dan Aktivitas Solo Hijabers Community)*, (Universitas Sebelas Maret Surakarta). Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui jilbab sebagai gaya hidup bagi solo Hijabers community yang dilihat dari tiga hal yaitu alasan perempuan bergabung dengan Solo Hijabers Community, pemakaian jilbab bagi anggota Solo Hijabers Community dan aktivitas Solo Hijabers Community. Hasil penelitian tersebut menyimpulkan bahwa, alasan mereka bergabung dengan komunitas tersebut karena mereka haus akan ilmu agama, komunitas muslimah dengan anggota mayoritas kaum muda dan kegiatan yang dilakukan oleh Solo Hijabers Community adalah religi, charity, dan fashion. Latar belakang mereka mulai menggunakan hijab adalah karena kesadaran diri, keinginan dan lingkungan keluarga yang islami.²⁶

²⁶ Yasinta Fauziah Novitasari, *Jilbab Sebagai Gaya Hidup (Studi Fenomenologi Tentang Alasan Perempuan Memakai Jilbab dan Aktivitas Solo Hijabers Community)*, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2014, h.38.

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan adalah mengkaji mengenai hijab dan alasan menggunakan hijab. Namun perbedaannya adalah terletak pada fokus yang akan dikaji, penelitian diatas untuk mengetahui alasan *Hijabers* menggunakan jilbab dan bagaimana pemaknaan mereka terhadap jilbab. Sedangkan pada penelitian ini, akan lebih fokus terhadap alasan atau motif mahasiswi menonton video tutorial hijab Youtube dan tingkat kepuasan mahasiswi IAIN Jember.

Penelitian kedua yang dilakukan oleh Endah Budi S, 2012: *Strategi Komunikasi Hijabers Community Regional Yogyakarta Dalam Menarik Minat Penggunaan Hijab Ala Hijabers*, (Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta). Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui tentang strategi komunikasi yang digunakan untuk menarik minat penggunaan jilbab. Hasil penelitian tersebut menyimpulkan bahwa Hijabers community belum seutuhnya menggunakan strategi komunikasi, karena tidak mempunyai landasan yang terstruktur dalam hal pemilihan media dan audiens serta dalam proses evaluasi. Akan tetapi, proses yang terjadi telah berhasil mengubah minat masyarakat untuk merubah penggunaan hijab dari konvensional menjadi “ala Hijabers”. Perubahan minat yang signifikan terlihat dari para pengguna hijab. Pengguna hijab yang menjadi anggota dan pernah mengikuti kegiatan Hijabers community cenderung lebih intensif dalam hal pemakaian hijab “ala Hijabers”, lain halnya yang sekedar mengetahui keberadaan Hijabers community dan style berhijab yang diciptakannya cenderung masih lebih sering menggunakan hijab konvensional.²⁷

²⁷ Endah Budi S, *Strategi Komunikasi Hijabers Community Regional Yogyakarta Dalam Menarik Minat Penggunaan Hijab Ala Hijabers*, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta, 2012, h.30.

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan yakni sama-sama mengkaji tentang penggunaan jilbab ala Hijabers. Namun yang menjadi perbedaannya, fokus penelitian tersebut adalah strategi komunikasi yang digunakan oleh komunitas hijab untuk menarik minat penggunaan jilbab. Sedangkan dalam penelitian ini, akan lebih fokus terhadap alasan atau motif mahasiswa menonton video tutorial hijab Youtube dan tingkat kepuasan mahasiswa IAIN Jember yang dianalisis menggunakan teori *Uses and Gratification*.

B. Kajian Teoritik

1. Komunikasi massa

Banyak definisi tentang komunikasi massa yang telah dikemukakan para ahli komunikasi. Banyak ragam dan titik tekan yang dikemukakannya. Namun, dari sekian banyak definisi itu ada benang merah kesamaan definisi satu sama lain. Pada dasarnya komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik). Sebab, awal perkembangannya saja, komunikasi massa berasal dari pengembangan kata *media of mass communication* (media komunikasi massa).²⁸

Ada satu definisi komunikasi massa yang dikemukakan Michael W.Gamble dan Teri Kwal Gamble (1986) akan semakin memperjelas apa itu komunikasi massa. Menurut mereka sesuatu bisa didefinisikan sebagai komunikasi massa jika mencakup hal-hal sebagai berikut :

1. komunikator dalam komunikasi massa mengandalkan peralatan modern untuk menyebarkan atau memancarkan pesan secara cepat kepada khalayak yang luas dan tersebar.

²⁸ Nurudin, Pengantar Komunikasi Massa, Raja Grafindo Persada Jakarta, 2011, Hal.3-4

2. komunikator dalam komunikasi massa dalam menyebarkan pesan-pesannya bermaksud mencoba berbagi pengertian dengan jutaan orang yang tidak saling kenal atau mengenal satu sama lain. Anonimitas *audience* dalam komunikasi massa inilah yang membedakan pula dengan jenis komunikasi yang lain.

3. pesan adalah milik publik. Artinya bahwa pesan ini bisa didapatkan dan diterima oleh banyak orang. Karena itu, diartikan milik publik.

4. sebagai sumber, komunikasi massa biasanya organisasi formal seperti jaringan, ikatan, atau perkumpulan.

5. komunikasi massa dikontrol oleh *gatekeeper* (penapis informasi). Artinya pesan-pesan yang disebarkan atau dipancarkan dikontrol oleh sejumlah individu dalam lembaga tersebut sebelum disiarkan lewat media massa.

6. umpan balik dalam komunikasi massa sifatnya tertunda.²⁹

Seseorang yang akan menggunakan media massa sebagai alat untuk melakukan kegiatan komunikasinya perlu memahami karakteristik komunikasi massa yakni seperti yang diuraikan dibawah ini :

a. Komunikasi massa bersifat umum

Pesan komunikasi yang disampaikan melalui media massa adalah terbuka untuk semua orang. Meskipun pesan komunikasi massa bersifat umum dan terbuka, sama sekali terbuka juga jarang diperoleh, disebabkan faktor yang bersifat paksaan yang timbul karena struktur sosial.

²⁹ Nurudin, Pengantar Komunikasi Massa, Raja Grafindo Persada Jakarta, 2011, hal.8-9

b. Komunikasikan bersifat heterogen

Perpaduan antara jumlah komunikan yang besar dalam komunikasi massa dengan keterbukaan dalam memperoleh pesan-pesan komunikasi, erat sekali hubungannya dengan sifat heterogen komunikan. Jelasnya, komunikan dalam komunikasi massa adalah sejumlah orang yang disatukan oleh suatu minat yang sama yang mempunyai bentuk tingkah laku yang sama dan terbuka bagi pengaktifan tujuan yang sama.

c. Media massa menimbulkan keserempakan

Yang dimaksudkan dengan keserempakan ialah keserempakan kontak dengan sejumlah besar penduduk dalam jarak yang jauh dari komunikator, dan penduduk tersebut satu sama lainnya berada dalam keadaan terpisah.

d. Hubungan komunikator-komunikan bersifat non-pribadi

Dalam komunikasi massa, hubungan antara komunikator dan komunikan bersifat non-pribadi, karena komunikan yang anonim dicapai oleh orang-orang yang dikenal hanya dalam peranannya yang bersifat umum sebagai komunikator. Sifat non-pribadi ini timbul disebabkan teknologi dari penyebaran yang massal dan sebagian lagi dikarenakan syarat-syarat bagi peranan komunikator yang bersifat umum.³⁰

³⁰ Onong uchjana effendy, *Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi*, PT: Citra Aditya Bakti Bandung, 2000, hal.81-83

2. Teori Penggunaan dan Pemenuhan Kepuasan (*Uses and Gratification*)

Teori *Uses and Gratification* yang dikemukakan Herbert Blumer dan Elihu Katz menjelaskan bahwa pemirsa memiliki segala kuasa dalam pemilihan informasi. Teori ini membantah adanya pernyataan bahwa media memberi informasi dan penonton menerima semuanya dengan pasif. Teori milik Blumer dan Katz ini mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut, serta lebih menekankan pada pendekatan manusiawi dalam melihat media massa. Artinya, manusia mempunyai otonomi, wewenang untuk memperlakukan media. Blumer dan Katz percaya bahwa ada banyak alasan/motif khalayak untuk menggunakan media.³¹

Teori Penggunaan dan Pemenuhan Kepuasan (*Uses and Gratifications Theory*) dapat dilihat sebagai kecenderungan yang lebih luas dari pihak media untuk memberikan kepuasan kepada khalayak. Model ini merupakan pergeseran fokus dari tujuan komunikator ke tujuan komunikan. Model ini juga menentukan fungsi komunikasi massa dalam melayani khalayak. Menurut Jalaluddin Rakhmat mengutip dari Katz, Blumer, dan Gurevitch bahwa:

“Uses and gratification meneliti asal mula kebutuhan secara psikologis dan sosial, yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber yang lain, yang membawa pada pola terpaan media yang berlainan (keterlibatan media kegiatan lain), dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain, dan barang kali termasuk yang tidak kita inginkan”.³²

Uses and Gratifications menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi

³¹ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, Raja Grafindo Persada Jakarta, 2011, hal.192

³² Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi komunikasi*, PT Remaja Rosdakarya Bandung, 2007, hal.205

bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadinya dan sosial khalayak.³³ Jadi, bobotnya ialah pada khalayak yang aktif, yang sengaja menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus. Konsep *use* (penggunaan) merupakan bagian penting dan pokok dalam pemikiran ini. Pengetahuan mengenai penggunaan media dan penyebabnya akan memberikan jalan bagi pemahaman dan perkiraan tentang hasil dari suatu proses komunikasi massa.

Banyak asumsi *Uses and Gratifications* secara jelas dinyatakan oleh para pencetus pendekatan ini (Katz, Blumler, dan Gurevitch, 1974). Mereka menyatakan bahwa terdapat 5 asumsi dasar teori *Uses and Gratifications* :³⁴

- a. Khalayak aktif dan penggunaan medianya berorientasi pada tujuan.
- b. Inisiatif dalam menghubungkan kepuasan kebutuhan pada pilihan media tertentu terdapat pada anggota khalayak.
- c. Media berkompetisi dengan sumber lainnya untuk kepuasan kebutuhan.
- d. Orang mempunyai cukup kesadaran diri akan penggunaan media mereka, minat, dan motif sehingga dapat memberikan gambaran yang akurat mengenai kegunaan tersebut kepada para peneliti.
- e. Penilaian mengenai nilai isi media hanya dapat dinilai oleh khalayak.

Sedangkan Blumer seperti yang dikutip oleh Jalaluddin Rakhmat mengatakan bahwa, ada tiga orientasi teori *uses and gratifications*, yaitu:

³³ Onong uchjana effendy, *Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi*, PT: Citra Aditya Bakti Bandung, 2003, hal.289

³⁴ Richard West & Lynn H. Turner, *Pengantar Teori Komunikasi Analisis Dan Duplikasi*, Salemba Humanika, Jakarta, 2008, Hal.104.

- a. Kognitif (kebutuhan akan informasi *surveillance*, atau eksplorasi realitas)
- b. Diversi (kebutuhan akan pelepasan dari tekanan dan kebutuhan akan hiburan)
- c. Identitas personal (yakni menggunakan media untuk memperkuat atau menonjolkan sesuatu yang penting dalam kehidupan dan situasi khalayak sendiri).

Dasar utama dari teori *Uses And Gratification* ini diringkas juga oleh Stephen W. Littlejohn:

“Dibandingkan dengan penelitian berpengaruh, pendekatan penggunaan dan kepuasan berfokus pada konsumen media ketimbang pesan media pada titik awalnya, dan menelusuri perilaku komunikasinya dalam artian pengalaman langsung dengan media. Pendekatan ini memandang audiens sebagai pengguna isi media yang aktif, alih-alih digunakan secara pasif oleh media. Jadi, pendekatan ini tidak mengharapkan adanya hubungan langsung antara pesan dan pengaruh, tetapi sebaliknya merumuskan pesan-pesan yang akan digunakan oleh audiens, dan bahwa penggunaan tersebut bertindak sebagai variabel penghalang dalam proses pengaruh”.³⁵

Teori *Uses And Gratification* lebih menekankan pada pendekatan manusiawi dalam melihat media massa. Artinya, manusia punya otonomi, wewenang untuk merperlakukan media. Blumer dan Katz percaya bahwa tidak hanya ada satu jalan bagi khalayak untuk menggunakan media. Sebaliknya, mereka percaya bahwa ada banyak alasan khalayak untuk menggunakan media.³⁶ Ada beberapa motif penggunaan media yang diutarakan oleh para ahli, antara lain:

³⁵ Stephen W. Littlejohn, Teori Komunikasi, *Theories of Human Communication*, Salemba Humanika Jakarta, 2009. Hal. 426

³⁶ Nuruddin, Pengantar Komunikasi Massa, PT Rajagrafindo Persada Jakarta, 2007. Hal.192

1. William J. McGuire seorang psikolog motivasional menyebutkan terdapat 16 motif penggunaan media yang dirangkum kedalam dua motif utama dalam hubungannya dengan gratifikasi media yaitu motif kognitif dan motif afektif.

- Motif kognitif : menitikberatkan pada kebutuhan manusia akan informasi dan mencapai tingkat ideasional tertentu.

- Motif afektif : menitikberatkan pada aspek perasaan dan kebutuhan mencapai tingkat emosional tertentu.

2. Denis McQuail, Jay G. Blumler, dan Joseph Brown menggambarkan interaksi media dengan khalayak ke dalam suatu model guna mengklasifikasikan 4 gratifikasi media yang penting yaitu :

- Pengalihan (*diversion*) : lari dari rutinitas sehari-hari atau masalah yang dihadapi sehari-hari.

- Hubungan pribadi (*personal relationship*) : menggunakan media untuk menjalin pertemanan.

- Identitas pribadi atau psikologi individual (*personal identity or individual psychology*) : mencari media untuk menguatkan nilai-nilai individu.

- Pengawasan (*surveillance*) : mencari informasi untuk membantu seorang individu mencapai sesuatu.

3. Elihu Katz, Michael Gurevitch dan Hadassah Hass mengembangkan 35 macam kebutuhan yang diperoleh dari fungsi sosial dan psikologis media massa dan menempatkannya kedalam 5 kategori, yaitu :

a. Kognitif (*Cognitive*), yang meliputi informasi atau pengetahuan.

- b. Afektif (*Affective*), yang mencakup emosi, kesenangan, dan perasaan
 - c. Integrasi pribadi (*Personal integrative*), meliputi peningkatan status atau kredibilitas.
 - d. Integrasi sosial (*Social integrative*).misalnya interaksi antara anggota keluarga dan teman.
 - e. Melepaskan tegangan (*Tension release*), misalnya pelarian.
4. B. Rubin memandang motivasi khalayak menggunakan media melalui penelitiannya tentang motivasi khalayak menonton televisi, yaitu: Untuk menghabiskan waktu, Untuk bersantai, Untuk kesenangan, Untuk kebahagiaan, Untuk mempelajari isi-isi yang khusus, Untuk pertemanan, Untuk pelarian, Untuk Interaksi sosial, dan Untuk memperoleh informasi.
5. Denis McQuail menyebutkan alasan-alasan khalayak menggunakan media adalah sebagai berikut :
- a. Informasi (*information*)
 - Mencari berita tentang peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan terdekat, masyarakat, dan dunia.
 - Mencari bimbingan menyangkut berbagai masalah praktis, pendapat, dan hal-hal lain berkaitan dengan penentuan pilihan.
 - Memuaskan rasa ingin tahu dan minat umum.
 - Belajar, pendidikan diri sendiri.
 - Memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan

b. Identitas pribadi (Personal Identity)

- Menemukan penunjang nilai-nilai pribadi.
- Menemukan model perilaku.
- Mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai.
- Meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri.

c. Integrasi dan Interaksi sosial (Integration and Social interaction)

- Memperoleh pengetahuan tentang keadaan orang lain, empati sosial.
- Mengidentifikasi diri dengan orang lain dan meningkatkan rasa memiliki.
- Menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial.
- Memperoleh teman selain dari manusia.
- Membantu menjalankan peran sosial.
- Memungkinkan seseorang untuk dapat menghubungi sanak keluarga, teman, dan masyarakat.

d. Hiburan (Entertainment)

Melepaskan diri dari permasalahan, bersantai, memperoleh kenikmatan jiwa dan estetis, mengisi waktu luang, penyaluran emosi, membangkitkan gairah seks.

3. Video Tutorial

a. Definisi Video Tutorial / *Training*

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Video adalah bagian yang memancarkan gambar pada pesawat televisi; rekaman gambar hidup atau

program televisi untuk ditayangkan.³⁷ Video atau film adalah rangkaian banyak frame gambar yang diputar secara cepat. Masing-masing frame merupakan rekaman dari tahapan-tahapan dalam suatu gerakan.³⁸ Semakin cepat perputarannya, semakin halus gerakannya, walaupun sebenarnya terdapat jeda antarframe. Namun, kita (sebagai manusia) tidak bisa menangkap jeda tersebut.

Sedangkan menurut Jarice Hanson:

*video is a unique form of visual communication that has been influenced by historical factors, technical development, and criticism given to other for of media. Defining video is difficult because we have been introduced to the medium through a number of related technologies – most of which grew from the development of other form of media. The term „video” relates to a process, and can denote either the actual visual image.*³⁹

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, Tutorial adalah (1) pembimbingan kelas oleh seorang pengajar (tutor) untuk seorang mahasiswa atau sekelompok kecil mahasiswa, (2) Pengajaran tambahan melalui tutor.⁴⁰

Sedangkan menurut media video pembelajaran adalah media yang menyajikan audio dan visual yang berisi pesan-pesan pembelajaran baik yang berisi konsep, prinsip, prosedur, teori aplikasi untuk membantu pemahaman terhadap suatu materi pembelajaran⁴¹

Jadi video tutorial adalah adalah rangkaian gambar hidup yang ditayangkan oleh seorang pengajar yang berisi pesan-pesan pembelajaran untuk membantu pemahaman terhadap suatu materi pembelajaran sebagai bimbingan

³⁷Tim Redaksi Pusat Bahasa Depdiknas, *Kamus Besar Bahasa Indonesia (Edisi ketiga)*. Jakarta: Balai Pustaka, BukuBiru Yogyakarta, 2001, hal.1261

³⁸Iqra' al-Firdaus, *Buku Lengkap Tuntunan Menjadi Kameraman Profesional*, BukuBiru Yogyakarta, 2010, hal.13-14

³⁹Jarice Hanson, *Understanding Video Applications, Impact, and theory* California: SAGE Publications, Inc. II, *Cetakan Kesembilan*, Penerbit Rineka Cipta Jakarta, 1987, hal.23.

⁴⁰Tim Redaksi Pusat Bahasa Depdiknas, *Kamus Besar Bahasa Indonesia (Edisi ketiga)*. Jakarta: Balai Pustaka, BukuBiru Yogyakarta, 2001, hal.1230

⁴¹Cheppy Riyana, *Pedoman Pengembangan Media Video*, P3AI UPI Jakarta, 2007, hal.2

atau bahan pengajaran tambahan kepada sekelompok kecil peserta didik. Video tutorial/*training* dapat diproduksi untuk menjelaskan secara detail suatu proses tertentu, cara pengerjaan tugas tertentu, cara latihan, dan lain sebagainya guna memudahkan tugas para trainer/instruktur/guru/dosen/manajer.

Dalam proses produksi video ini, informasi dapat ditampilkan dalam kombinasi berbagai bentuk (shooting video, grafis, animasi, narasi, dan teks), yang memungkinkan informasi tersebut terserap secara optimal oleh para penonton. Sebagai contohnya ialah training safety process produksi di pabrik kimia, latihan ritual manasik haji, training sepak bola, dan konsep-konsep ilmu pengetahuan yang lebih mudah dipahami jika dijelaskan secara visual.⁴²

Video bersifat interaktif tutorial membimbing peserta didik untuk memahami sebuah materi melalui visualisasi. Peserta didik dapat secara interaktif mengikuti kegiatan praktik sesuai dengan yang diajarkan dalam video. Oleh karena itu sedikit banyak video merupakan salah satu alternatif dalam mengatasi kemerosotan pelajaran dan pembelajaran.

b. Karakteristik video

Menurut Smaldino, Lowther, dan Russell, karena video sebagai salah satu sarana yang dirancang untuk memproduksi gambar realistik dari dunia di sekitar kita, kita cenderung lupa bahwa atribut mendasar dari video adalah kemampuan merekayasa perspektif ruang dan waktu.⁴³

- 1) Rekayasa Waktu, video memungkinkan kita untuk meningkatkan atau mengurangi waktu yang dibutuhkan untuk mengamati sebuah

⁴² Ibid, Hal 70-71

⁴³ Lowther, D. L, Russell, J. D, Smaldino, S. E, *Instructional Technology & Media For Learning Teknologi Pembelajaran dan Media untuk Belajar (Terjemahan. Edisi Kesembilan)*. Kencana Prenada Media Group Jakarta, 2001, Hal.407- 408

kejadian. Misal, mungkin butuh waktu yang sangat lama bagi para siswa untuk sebenar-benarnya mengamati pembangunan jalan tol, tetapi menyunting video dengan cermat dari berbagai kegiatan berbeda-beda bisa menata ulang pentingnya kejadian tersebut dalam beberapa menit saja.

- Kompresi Waktu : video bisa mengkompresi waktu yang dibutuhkan untuk mengamati sebuah kejadian. Misal, sebuah bunga bisa terlihat mengembang dihadapan mata kita, atau bintangbintang bisa menggores di sepanjang langit pada malam hari. Teknik ini dikenal dengan *time lapse* atau “selang waktu”.
- Perluasan waktu : waktu juga bisa diperluas dengan video melalui sebuah teknik yang disebut *slow motion* atau “gerak lambat”. Beberapa kejadian terjadi terlalu cepat untuk dilihat. Dengan memvideo kejadian semacam itu pada kecepatan sangat tinggi dan kemudian memproyeksikan gambar tersebut pada kecepatan normal, kita bisa mengamati apa yang sedang terjadi.

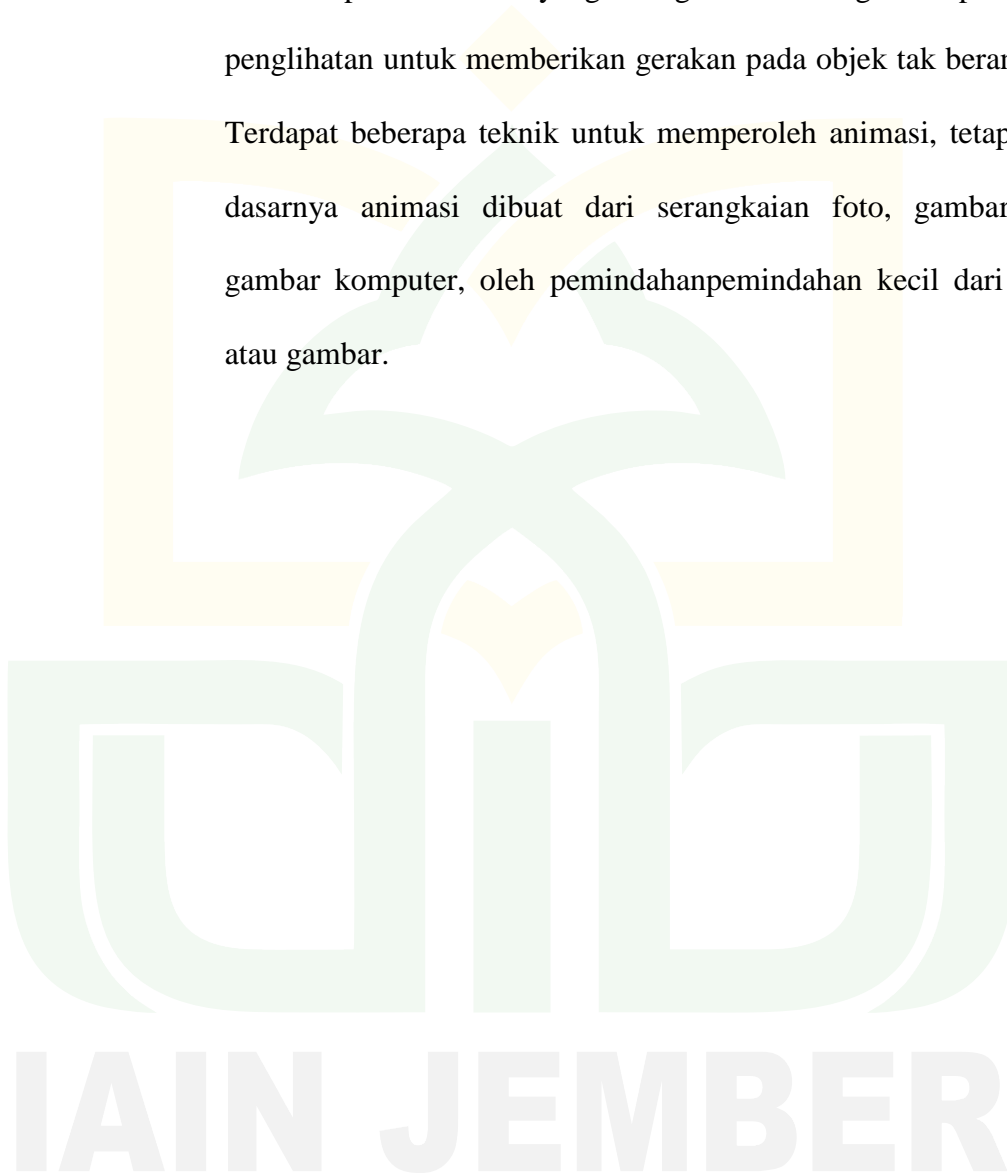
2) Rekayasa Tempat, video memungkinkan kita untuk melihat fenomena baik dalam makrokosmos maupun mikrokosmos, yaitu pada kisaran yang sangat dekat atau jarak yang sangat jauh. Siswa bisa melihat bumi dari pesawat ulang alik (pandangan makro). Di

titik ekstrem lainnya, mereka bisa melihat pembelahan sel dalam mikroskop (pandangan mikro).

3) Animasi Waktu dan tempat bisa juga direkayasa dengan animasi.

Ini merupakan teknik yang mengambil untung dari persistensi penglihatan untuk memberikan gerakan pada objek tak beranimasi.

Terdapat beberapa teknik untuk memperoleh animasi, tetapi pada dasarnya animasi dibuat dari serangkaian foto, gambar, atau gambar komputer, oleh pemindahan pemindahan kecil dari benda atau gambar.



BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Rasional berarti kegiatan penelitian itu dilakukan dengan cara-cara yang masuk akal, sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. Empiris berarti cara-cara yang dilakukan itu dapat diamati oleh indera manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara-cara yang digunakan. Sistematis artinya, proses yang digunakan dalam penelitian itu menggunakan langkah-langkah tertentu yang bersifat logis.⁴⁴

Jadi metode penelitian adalah suatu rancangan, cara ilmiah agar peneliti tidak tersesat dalam melakukan sebuah pengamatan atau penelitian. Sehingga penelitian yang dilakukan oleh peneliti dapat menghasilkan valid dan jelas. Metode yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif yakni penelitian yang menggunakan latar alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada.

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan penelitian deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang bermaksud untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi.⁴⁵ Maka penelitian

⁴⁴ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, Alfabeta, Bandung, 2008, Hal.2

⁴⁵ Suryabrata, Metodologi Penelitian, PT raja Grafindo Persada, Jakarta, 2008, Hal.75

kualitatif dapat diartikan sebagai penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Dalam hal ini adalah semua pihak yang berkaitan dengan penelitian ini yaitu, mahasiswi, mahasiswa, dosen pengampu serta pembuat kebijakan busana kode etik di IAIN Jember.

B. Lokasi Penelitian

Menurut Suyanto dan Sutinah dalam penelitian kualitatif, setting penelitian akan mencerminkan lokasi penelitian yang langsung melekat pada fokus penelitian yang telah ditetapkan sejak awal. Setting penelitian ini menunjukkan komunitas yang akan diteliti sekaligus kondisi fisik dan sosial mereka.⁴⁶ Penelitian ini dilakukan di Institut Agama Islam Negeri Jember Kecamatan Mangli Kabupaten Jember.

C. Subyek Penelitian

Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan metode purposive sampling yaitu teknik pengambilan informan dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tersebut adalah informan dianggap paling memahami atau orang yang berkuasa sehingga memudahkan peneliti menjelajah objek/ situasi sosial yang diteliti.⁴⁷

Sampling yang dimaksud adalah menjaring sebanyak mungkin informasi dari berbagai macam informasi dari berbagai macam informan yang bertujuan untuk memusatkan pada perbedaan-perbedaan pendapat yang selanjutnya dikembangkan ke dalam generalisasi untuk merinci kekhususan yang ada.⁴⁸

Metode purposive sampling digunakan dalam penelitian ini karena informan yang ditentukan dianggap orang yang paling memahami tentang video tutorial hijab Youtube. Dengan mempertimbangkan siapa yang dipandang dalam mendeskripsikan dapat memberikan informasi terhadap masalah yang diteliti, maka informan dalam penelitian ini

⁴⁶ Suyanto dan Sutinah, *Metode Penelitian Sosial*, Kencana Renada Media Group, Jakarta, 2008, Hal.171

⁴⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, alfabeta, Bandung, 2014, hlm.309

⁴⁸ Lexy, J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Remaja Rosdakarya, Bandung, 2010, hlm.224

adalah mahasiswi berhijab IAIN Jember. Selanjutnya, pembagian informan dalam penelitian ini dibagi menjadi dua kategori berdasarkan fungsinya, yaitu Informan pokok dan informan tambahan. Berikut adalah profil informan pokok secara umum:

1. Nama : Vina
Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan
Prodi : Pendidikan Agama Islam
Semester : 4
2. Nama : Feggy Aditiya Cahaya
Fakultas : Syariah
Prodi : Al- Ahwal al-Syakhsiyyah
Semester : 2
3. Nama : Anis Lailatul Fitriah
Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan
Prodi : Pendidikan Agama Islam
Semester : 10
4. Nama : Dika F. Asyari
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Perbankan Syariah
Semester : 6
5. Nama : Wahyun Sufika
Fakultas : Tarbiyah
Prodi : Pendidikan Agama Islam
Semester : 10
6. Nama : Siti Nur Halimah
Fakultas : Ekonomi & Bisnis
Prodi : Perbankan Syariah
Semester : 10
7. Nama : Dewi Khumairoh
Fakultas : Tarbiyah
Prodi : Pendidikan Agama Islam
Semester : 10
8. Nama : Wina

Fakultas : Syariah
 Prodi : Perbankan Syariah
 Semester : 2

D. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono, pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai sumber dan berbagai cara. Bisa dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sumber sekunder.⁴⁹ Sumber data utama/ informan primer dalam penelitian ini adalah orang-orang yang dapat memberikan informasi secara langsung dilokasi penelitian.⁵⁰

Maka sumber data yang digunakan dalam penelitian ini dibagi dua, yaitu:

- a. Data primer atau disebut juga data utama, dalam penelitian ini data primer diperoleh dari informan (orang yang memberikan informasi) yaitu dari :
 1. Mahasiswi berhijab IAIN Jember
- b. Data sekunder atau data penunjang terhadap data primer. Merupakan sumber yang tidak secara langsung memberikan data dan informasi kepada pengumpul data.

Dalam penelitian ini yang digunakan peneliti sebagai data penunjang adalah buku-buku, artikel, jurnal, dan bacaan lain yang berkaitan dengan pembahasan dan penelitian.

Data merupakan hal yang sangat substansif (utama) dalam suatu penelitian, maka dalam pengumpulan data tentu tidak hanya mempertimbangkan tingkat efisiensinya saja, namun harus mempertimbangkan juga mengenai kesesuaian tehnik yang digunakan dalam menggali dan mengumpulkan data tersebut, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Hal ini berkaitan dengan tingkat validitas dan relevansi dengan obyek penelitian.

⁴⁹ Ibid, h.308

⁵⁰ Ibid, h.309

Oleh karena itu teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yang hendak dilakukan adalah menggunakan :

a. Metode observasi

Dalam usaha pengembangan ilmiah mengenai segala sesuatu yang diwujudkan oleh alam semesta, pengamatan atau observasi merupakan metode atau alat yang pertama digunakan dalam melakukan penelitian, dalam rangka mencari kebenaran teori pada khalayak ramai khususnya dimasyarakat kelurahan jember kidul. Dimana dengan observasi ini peneliti bisa mengetahui secara luas tentang realitas yang terjadi di kelurahan tersebut dengan melakukan interaksi obyektif, sebagaimana yang dikemukakan oleh Muhajir bahwa, observasi adalah interaksi antara peneliti dengan yang diteliti dan ada pengaruh timbal balik .⁵¹

Dalam hal ini peneliti menggunakan observasi pasrtisipasi pasif, dimana peneliti hanya datang ketempat atau objek penelitian tanpa melakukan apa-apa, artinya tidak ikut terlibat dalam kegiatan.⁵²

b. Metode interview

Interview atau wawancara adalah alat pengumpul informasi dengan cara mengajukan sejumlah pertanyaan secara lisan untuk dijawab secara lisan pula.⁵³

Jadi interview yang dilakukan oleh kedua pihak, yaitu pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai, yang memberi jawaban atas pertanyaan itu yang dipandang perlu untuk diketahui oleh peneliti. Menurut

Sugiyono ada tiga macam wawancara yaitu:

⁵¹ Muhajir, *Penelitian kualitatif*, Rake Salasin, Yogyakarta, 2002. h. 115.

⁵² Muhajir, *Penelitian kualitatif*, h. 227.

⁵³ Amirul & Haryono, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, Pustaka Setia Bandung, Bandung, 2005, h.135.

- a. Wawancara terstruktur
- b. Wawancara semiterstruktur
- c. Wawancara tidak terstruktur

Dalam penelitian ini, penulis memakai jenis interview semi terstruktur, yaitu pedoman wawancara dalam kategori *in-dept interview*, dimana dalam pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat, dan ide-idenya.

c. Metode Dokumentasi

Dokumentasi merupakan dokumen yang artinya barang-barang tertulis. Metode dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variable yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen, rapat, agenda, dan sebagainya.⁵⁴ Dari pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa metode dokumenter adalah suatu metode untuk memperoleh keterangan-keterangan atau informasi dari catatan peristiwa yang berupa dokumen.

Dalam penelitian ini terdapat 3 bentuk dokumentasi yaitu dokumentasi tertulis, dokumentasi lisan, dan dokumentasi tergambar. Peneliti menggunakan dokumentasi tertulis yang berupa profil IAIN Jember, dokumentasi lisan berupa hasil wawancara dengan informan, sedangkan dokumentasi tergambar yang berupa foto-foto saat melakukan wawancara dengan informan.

⁵⁴ Ari Kunto & Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Rineka Cipta, Jakarta, 2010, h.274.

E. Analisis data

Analisis data menurut Patton sebagaimana yang dikutip oleh Moleong, adalah proses mengatur data, mengorganisasikannya kedalam pola, kategori, dan satuan uraian data.⁵⁵ Miles dan huberman mengemukakan bahwa aktifitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu data reduction, data display, dan conclusion drawing/ verification.

Dengan demikian peneliti tidak hanya sekedar menafsirkan data, tetapi lebih dari itu mampu memahami makna dibalik realitas objek penelitian.

1. Reduksi data

Yaitu proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan dan transparansi data “kasar” yang muncul sari catatan-catatan tertulis dilapangan atau suatu bentuk yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang, yang tidak perlu dan mengkoordinasikan dengan cara sedemikian rupa , sehingga kesimpulan akhirnya dapat ditarik dan diverifikasi. Dengan demikian data yang direduksi akan memberikan gambaran yang jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya bila diperlukan.

2. Penyajian Data

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart, dan sejenisnya. Namun yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif, adalah dengan teks yang bersifat naratif.

Dengan mendisplay data, maka akan mempermudah untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja, selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami

⁵⁵ Lexy, J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Remaja Rosdakarya, Bandung, 2010, hlm.280

tersebut. Selanjutnya disarankan, dalam melakukan display data berupa grafik, matrik, network (jejaring kerja) dan chart.

3. *Conclusion Drawing/ Verification*

Langkah ketiga ini dalam analisi data kualitatif menurut Miles and Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali kelapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

F. Keabsahan Data

Keabsahan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi, triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Bila peneliti melakukan pengumpulan dengan triangulasi, maka sebenarnya peneliti mengumpulkan data yang sekaligus menguji kredibilitas data, yaitu mengecek kredibilitas data dengan berbagai teknik pengumpulan data dan berbagai sumber data.

Adapun teknik triangulasi yang digunakan yaitu teknik triangulasi dengan sumber, menurut Patton dalam Moleong berarti teknik membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang akan berbeda dalam penelitian kualitatif hal ini dapat dicapai dengan:

- a. Membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara.
- b. Membandingkan apa yang dikatakan orang didepan umum dengan yang dikatakan secara pribadi.

- c. Membandingkan apa yang akan dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu.
- d. Membandingkan keadaan dan prespektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pendapat orang.
- e. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.⁵⁶

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi sumber yaitu dengan cara membandingkan hasil wawancara dari informan pokok dengan informan tambahan.

G. Tahap-tahap Penelitian

Tahap penelitian yang dimaksud dalam penelitian ini adalah berkenaan dengan proses pelaksanaan penelitian. adapun tahap penelitian yang peneliti lakukan dalam penelitian ini secara garis besarnya sebagai berikut :

1. Tahap pra lapangan, segala macam persiapan yang diperlukan sebelum peneliti terjun kedalam kegiatan lapangan. Dalam tahap ini terdapat enam langkah yang dilakukan peneliti, antara lain:

- a) Menyusun rancangan penelitian.

Rencana penelitian ini diawali dengan pengajuan judul, menyusun matriks penelitian yang kemudian di konsultasikan kepada dosen pembimbing dan dapat berlanjut dengan penyusunan proposal.

- b) Memilih Lapangan Penelitian

Lokasi penelitian yang diteliti adalah Institut Agama Islam Negri Jember.

- c) Mengurus Perizinan

Mengurus perizinan dilakukan sebelum dimulainya penelitian dan meminta surat selesai penelitian.

⁵⁶ Lexy, J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, h.331

d) Menjajaki dan Menilai Lapangan

Tahap ini merupakan pengenalan awal terhadap kondisi lapangan dan juga sebagai bekal permulaan penelitian yang akan dilakukan.

e) Memilih dan Memanfaatkan Informan

Pada tahap ini peneliti memilih informan yang sesuai dengan judul penelitian, diantaranya mahasiswi pengguna video tutorial hijab Youtube, mahasiswa, dosen, dan pembuat kebijakan kode etik IAIN Jember.

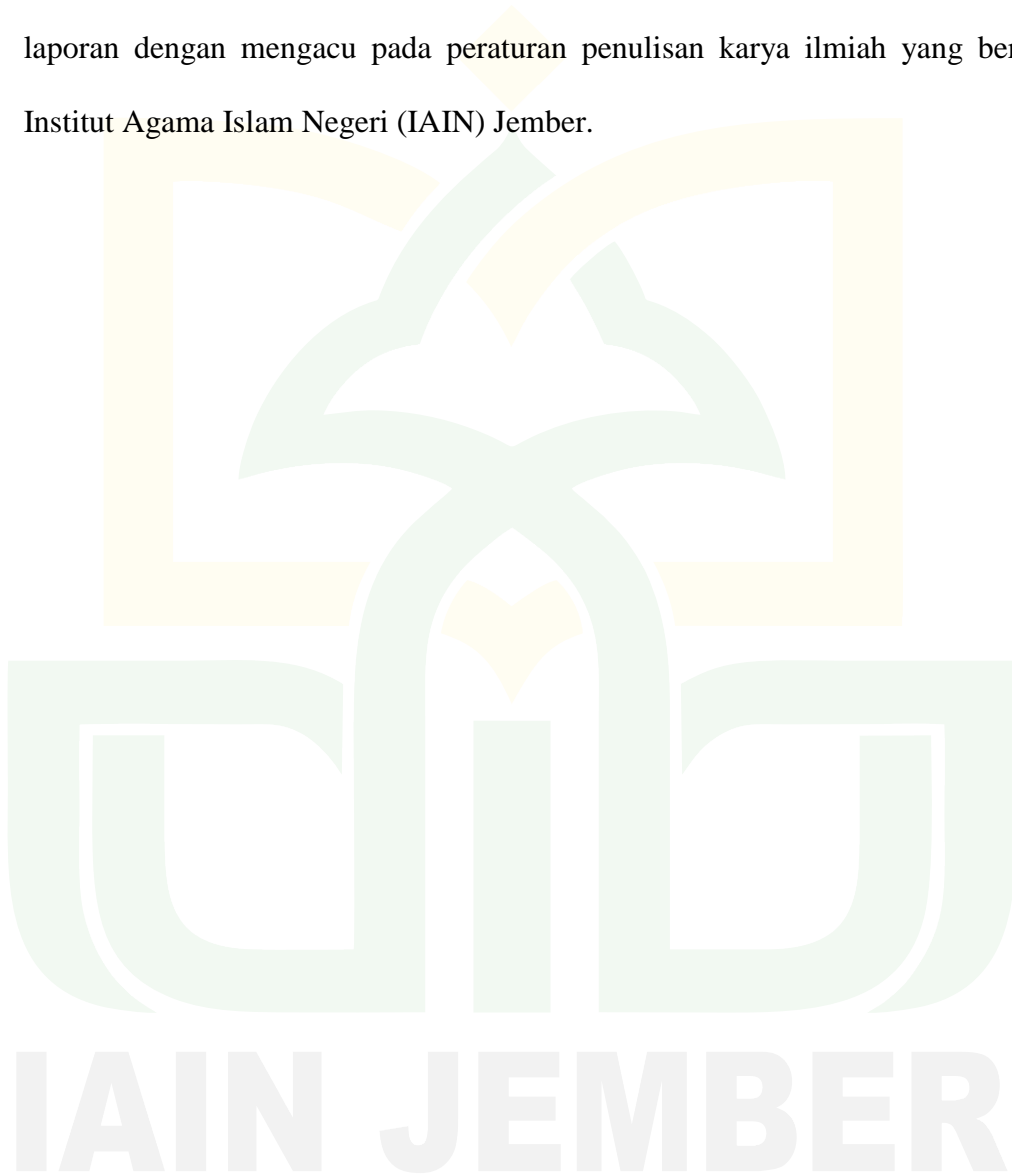
f) Mempersiapkan Perlengkapan Penelitian

Dalam melakukan penelitian, sebelum terjun ke lapangan pasti membutuhkan perlengkapan yang sesuai dengan teknik pengumpulan data yang dipilih (observasi, interview dan dokumentasi). Perlengkapan yang dibutuhkan seperti mempersiapkan pertanyaan sebagai pegangan sementara, alat perekam dan semacamnya yang dapat digunakan peneliti untuk membantu mendapatkan informasi.

2. Tahap pekerjaan lapangan adalah suatu tahap dimana peneliti dengan sungguh-sungguh memahami latar penelitian. Dalam tahap ini peneliti mencari dan mengumpulkan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang telah ditentukan. Selain itu hal-hal yang dilakukan pada tahap ini antara lain :

- a) Memahami latar belakang dan tujuan penelitian
- b) Memasuki lokasi penelitian
- c) Mencari sumber data yang telah ditentukan/objek penelitian
- d) Pengumpulan data

- e) Menganalisa data dengan menggunakan prosedur penelitian yang telah ditetapkan
3. Tahap analisis dan penulisan laporan. Pada tahap ini peneliti menganalisa data yang diperoleh dari lapangan. Setelah data dianalisis barulah masuk pada tahap penulisan laporan dengan mengacu pada peraturan penulisan karya ilmiah yang berlaku di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember.



BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Obyek Penelitian

1. Sejarah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember

Keberadaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember tidak dapat dipisahkan dari latar belakang historisnya, jauh sebelum lembaga ini eksis. Dulu, pada tahun 1960-an di Kabupaten Jember telah ada banyak lembaga pendidikan Islam, seperti : pondok pesantren, PGA, mu'allim dan mu'alimat, selain sekolah menengah umum. Pada masa itu, apabila seorang ingin melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi, terutama perguruan Islam, maka ia harus keluar daerah yang cukup jauh, misalnya ke Malang, Surabaya, atau Yogyakarta.⁵⁷

Keadaan seperti itu dari tahun ke tahun semakin mendorong keinginan masyarakat untuk memilih perguruan tinggi Islam di Jember. keinginan masyarakat untuk memiliki perguruan Islam di Jember. Keinginan masyarakat tersebut akhirnya ditindaklanjuti oleh para tokoh dan alim ulama di Jember. pada tanggal 30 September 1964, diselenggarakan konferensi alim ulama cabang Jember, bertempat di gedung PGAN, Jl. Agus Salim No. 65 yang dipimpin oleh KH. Sholeh Syakir. Di antara keputusan terpenting konferensi tersebut ialah akan didirikannya perguruan tinggi Islam di Jember.⁵⁸

⁵⁷ Tim Penyusun, Pedoman Pendidikan S-1 (Institut Agama Islam Negeri IAIN) Jember, 2017, Hal.1

⁵⁸ ibid

Untuk merealisasikan keputusan tersebut, dibentuk suatu panitia kecil yang terdiri dari : KH. Achmad Shiddiq, H. Shodiq Machmud, SH., Muljadi, Abd. Chalim Muhammad, SH., Drs. Sru Adji Surjadi, dan Muqsun Arr., BA. Setelah beberapa kali mengadakan rapat, panitia menentukan : (1) Perguruan tinggi yang akan didirikan itu adalah Fakultas Tarbiah dan (2) berkonsultasi kepada Rektor IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. KH. Saifuddin Zuhri, tentang kemungkinan di kemudian hari Fakultas Tarbiyah dapat dinegerikan. Konsultasi dilakukan oleh KH. Achmad Shiddiq dan kemudian dilanjutkan oleh H. Shodiq Machmud, SH. Hasil konsultasi pada prinsipnya menyetujui berdirinya Fakultas Tarbiyah di Jember.⁵⁹

Sebagai tindak lanjut rencana pendirian perguruan tinggi Islam di Jember, maka pada awal tahun 1965, berdirilah Institut Agama Islam Djember (IAID), dengan Fakultas Tarbiyah, dipimpin oleh H. Shodiq Machmud, SH. Kantor IAID pada saat itu berada di Jl. Dr. Wahidin 24, rumah H. Shodiq Machmud, SH. Bersamaan dengan berdirinya IAIN Sunan Ampel di Surabaya pada tanggal 5 Juli 1965, pengurus yayasan IAID dilantik sebagai Panitia Penegerian IAIN oleh Menteri Agama K.A Fatah Yasin. Panitia yang hadir antara lain R. Oetomo, KH. Dzofir Salam, H. Sodiq Machmud, SH dan Muljadi. Panitia penegerian IAIN Jember melakukan rapat pada tanggal 7 juli 1965 dan dan telah menetapkan pimpinan Fakultas Tarbiyah IAIN Sunan Ampel Jember sebagai berikut: Dekan : H Shodiq Machmud, SH. Wakil Dekan I: Abd. Chalim Muhammad, SH. Wakil Dekan II : Drs. Achmad Djazuli.

⁵⁹ ibid

Berdasarkan keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 11 tahun 1997 tentang pendidikan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN), maka Fakultas Tarbiah IAIN Sunan Ampel Jember beralih status menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Jember, kemudian ditindaklanjuti dengan Surat Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia nomor 291 tahun 1997 tentang organisasi dan tata kerja STAIN Jember.⁶⁰

Dengan peralihan status tersebut, STAIN Jember mempunyai peran yang sangat penting, mantap dan strategis dalam upaya meningkatkan kecerdasan, harkat, dan martabat bangsa dengan menghasilkan lulusan yang memiliki wawasan yang luas, terbuka, mempunyai kemampuan manajemen dan professional sesuai tuntunan dan kebutuhan masyarakat.

Setelah melalui proses panjang pengajuan peralihan status dari STAIN Jember menjadi IAIN Jember sebagaimana yang dirumuskan oleh tim taskforce yang telah dibantu oleh ketua STAIN Jember (saat itu), akhirnya pada tahun 2014, berdasarkan keputusan Presiden (Keppres) Nomor 142 Tahun 2014 telah terjadi perubahan status dari Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Jember menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember. Kemudian ditindak lanjuti dengan Peraturan Menteri Agama RI Nomor 6 Tahun 2015 tentang organisasi dan Tata Kerja Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember.

Seiring terjadinya transformasi menuju IAIN Jember ini, dibuka juga banyak program studi lain, hal ini dimaksudkan agar bisa memenuhi kebutuhan

⁶⁰ Ibid

masyarakat luas terhadap kebutuhan pendidikan tinggi islam. Adapun, Fakultas dan program studi yang ada hingga tahun 2018 ini, adalah sebagai berikut:

a. Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, Program Studi:

1. Pendidikan Agama Islam (PAI)
2. Pendidikan Bahasa Arab (PBA)
3. Manajemen Pendidikan Islam (MPI)
4. Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah (PGMI)
5. Pendidikan Guru Raudhatul Athfal (PGRA)
6. Tadris Ilmu Pengetahuan Sosial (IPS)
7. Tadris Ilmu Pengetahuan Alam (IPA)
8. Tadris Bahasa Inggris
9. Tadris Matematika
10. Tadris Biologi.

b. Fakultas Syariah, Program Studi:

1. Al-Ahwal al-Syakhsiyyah/AS (Hukum Keluarga/Perdata Islam)
2. Mu'amalah (Hukum Ekonomi Syari'ah)
3. Hukum Tata Negara (Siyasah)
4. Hukum Pidana Islam.

c. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

1. Perbankan Syari'ah
2. Ekonomi Syari'ah
3. Akuntansi Syari'ah.
4. Manajemen Zakat dan Wakaf

d. Fakultas Dakwah, Program Studi :

1. Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
2. Pengembangan Masyarakat Islam (PMI)
3. Bimbingan dan Konseling Islam (BKI)
4. Manajemen Dakwah.

e. Fakultas Ushuluddin, Adab dan Humaniora

1. Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir
2. Ilmu Hadis
3. Bahasa dan Sastra Arab
4. Sejarah dan Kebudayaan Islam.

2. Visi dan Misi IAIN Jember

Sebagai upaya memberikan arahan, motivasi dan kepastian cita-cita yang hendak diwujudkan pada waktu tertentu, maka ditetapkan visi dan misi IAIN. Visi dan Misi itu penting untuk menyatukan persepsi, pandangan, cita-cita, harapan- harapan dan impian semua pihak yang terlibat langsung dalam pengembangan IAIN Jember.⁶¹

a. Visi IAIN Jember

Menjadi Pusat Kajian dan Pengembangan Islam Nusantara.

b. Misi IAIN Jember

1. Menyelenggarakan Pendidikan ilmu-ilmu ke-Islaman, Sosial dan Humaniora yang unggul dan kompetitif.
2. Menyelenggarakan Penelitian untuk mengembangkan Aspek

⁶¹ Ibid

Keilmuan dan Keislaman Berbasis Pesantren.

3. Menyelenggarakan Pemberdayaan masyarakat dengan bertumpu pada keislaman berbasis pesantren untuk meningkatkan taraf dan kualitas kehidupan masyarakat.
4. Pengembangan dan penguatan kelembagaan dengan memperkuat kerjasama dalam dan luar negeri.

3. Asas, Dasar dan Tujuan

Dalam menyusun dan mengembangkan program, IAIN Jember berasaskan Pancasila. Sedangkan dasar operasionalnya adalah:

1. UU Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945
2. UU RI Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional
3. UU RI Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen
4. Peraturan Pemerintah RI Nomor 60 Tahun 1999 tentang Pendidikan Tinggi
5. Peraturan Pemerintah RI Nomor 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan
6. Peraturan Pemerintah RI Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi
7. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 6 Tahun 2015 tentang Organisasi dan Tata Kerja Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember.

Adapun tujuan penyelenggaraan pendidikan di IAIN Jember adalah:

- 1) Terwujudnya lulusan yang akan menjadi anggota masyarakat dan warga Negara yang beriman, bertaqwa, berakhlak mulia memiliki pemahaman yang teradu antara ilmu dan agama, akademik dan profesional yang dapat diharapkan, mengembangkan atau menciptakan ilmu pengetahuan, teknologi dan kesenian, baik dibidang ilmu agama, maupun ilmu agama yang diintegrasikan dengan agama lainnya.
- 2) Pendidikan tinggi agama Islam diarahkan untuk mengembangkan sikap dan kepribadian muslim, penguasaan ilmu yang dilandasi pemahaman dan penghayatan agama Islam yang kokoh, keterampilan bermasyarakat dalam masyarakat modern dan majemuk.
- 3) Menyiapkan peserta didik menjadi anggota masyarakat yang memiliki kemampuan akademik dan professional yang dapat menerapkan, mengembangkan dan menciptakan ilmu pengetahuan agama Islam dan teknologi serta seni yang bernafaskan Islam.
- 4) Mengembangkan serta menyebarluaskan ilmu pengetahuan agama Islam dan teknologi serta seni yang bernafaskan Islam dan mengupayakan penggunaannya untuk meningkatkan taraf kehidupan masyarakat dan memperkaya kebudayaan nasional. Untuk mencapai tujuan dimaksud, IAIN Jember mengoptimalkan pelaksanaan Tri Darma Perguruan Tinggi yang meliputi:
 - a) Penyelenggaraan pengembangan pendidikan dan pengajaran.

- b) Penyelenggaraan penelitian dalam rangka pembangunan kebudayaan dan khususnya ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni yang bernafaskan Islam.
- c) Penyelenggaraan pengabdian kepada masyarakat.⁶²

B. Penyajian Data Dan Analisis

Sebagaimana dijelaskan bahwa dalam penelitian ini menggunakan metode observasi, interview, dan dokumentasi sebagai alat untuk mendapat data yang berkaitan dan mendukung penelitian ini. Segala upaya untuk mengeksplorasi dan mengumpulkan data dalam penelitian ini memberikan porsi intensifikasi pada metode observasi dan interview. Untuk mendapatkan data yang kualitatif dan autentifikasi berimbang maka dilakukan juga dengan metode dokumentasi. Dalam bagian ini akan peneliti sajikan data-data yang diperoleh peneliti dari wawancara, diantaranya:

1. Mahasiswi IAIN Jember sebagai khalayak aktif dalam menggunakan video tutorial hijab Youtube

Asumsi teori *Uses and Gratification* mengenai khalayak yang aktif dan penggunaan media berorientasi pada tujuan yang cukup jelas. Anggota khalayak dapat membawa tingkat aktivitas yang berbeda untuk penggunaan media mereka. Anggota khalayak juga berusaha menyelesaikan tujuannya melalui media. Berdasarkan data yang didapat oleh peneliti melalui wawancara, 5 dari 8 informan, mengaku menonton semua tutorial hijab di

⁶² Id. at 8

Youtube yang menjadi trending tidak berdasarkan pada model hijab. Hal ini diungkapkan oleh Vina mahasiswi prodi Pendidikan Agama Islam.

“Kalo tutorial hijab aku sering buka Youtube daripada sosmed yang lain, jadi aku tonton aja semua tutorial-tutorial hijabnya. Kebetulan kan aku juga suka hijab yang model-model gitu, meskipun tidak semua diikuti, ya cuma buat refrensi aja. Biar tau juga kan, owh sekarang lagi ngehits model ini, besoknya kan udah ganti lagi modelnya. Biar tau aja”.⁶³

Seperti yang kita tahu bahwa *streaming* video Youtube akan sangat menghabiskan banyak kuota, apalagi jika menonton video yang berdurasi panjang. Salah satu solusinya adalah dengan cara mendownload video yang hendak ditonton. Sehingga, saat tidak berada di jaringan internet pengguna masih menonton video tersebut. Hal inilah yang dialami oleh Feggy saat mencari video tutorial hijab yang dirasa cocok untuknya.

“Biasanya aku tontonin dulu semuanya baru nanti dipilih yang cocok gitu. Kalo aku sih sukanya Youtube karena bisa simpen offline video yang cocok, nanti kalo mau pake modelnya yang mana tinggal nonton lagi meskipun gak punya data internet kan bisa”.⁶⁴

Perubahan tren dalam berbusana di Indonesia tergolong sangat cepat. Dengan adanya perubahan tersebut, bermunculan berbagai video tutorial hijab baru yang *update* mengikuti perkembangan. Jumlah *viewers* di Youtube sangat mempengaruhi posisi video yang dibuat. Dari situlah pengguna Youtube bisa mengetahui video yang sering ditonton atau bahkan menjadi trending di Youtube. Sesuai pernyataan diatas, Anis juga mengatakan perubahan tren dan model hijab sangat cepat. Sehingga, dirinya sering mengetahui perubahan tren tersebut dari temannya.

⁶³ Vina, *Wawancara*, Jember, Pada hari Jumat 09 April 2018 pukul 14.39

⁶⁴ Feggy Aditiya Cahaya, *Wawancara*, Jember, Pada hari Jumat 12 April 2018 pukul 14.39

“Saya biasanya taunya dari teman-teman, ini lho model hijab terbaru. Setelah itu biasanya saya langsung nyari di Youtube, tapi kadang-kadang saya juga tau dari sosial media lainnya baru saya nonton di Youtube gitu. Tren jilbab itu cepet banget berubahnya, kalo lama gak buka Youtube pasti banyak video-video baru yang belum saya tonton”.⁶⁵

Uraian diatas merupakan beberapa informan yang mengaku menggemari video tutorial hijab Youtube dengan menonton model hijab apapun sebagai refrensi pengetahuan semata. Namun ada 3 mahasisiwi yang mengaku lebih menyukai video yang sesuai dengan dirinya saja. Tidak bergantung pada jumlah *viewers* video, tetapi lebih mengedepankan selera terhadap pemilihan video tutorial. Wahyun Sufika mengatakan video tutorial hijab di Youtube sangat variatif, sehingga akan sangat membingungkan jika tidak dipilih sesuai kemauan.

“Aku buka Youtube itu nggak tiap hari, tapi lumayan sering sih, cuma kalo mau ada acara-acara gitu. Jadi aku tentuin dulu, mau pake hijab kayak gimana baru dicari di Youtube gitu. Jadi nggak nonton sampek banyak banget, aku cuma nonton yang sesuai aja. Kalo nonton sampek banyak-banyak kan juga ngabisin paketan”.⁶⁶

Dewi Khumairoh juga mengatakan hal yang sama, pilihan video tutorial hijab di Youtube sangat banyak. Sehingga tidak memungkinkan bagi dirinya untuk menonton seluruh video tersebut. Mahasiswi prodi Pendidikan Agama Islam ini mengaku tidak terpaku terhadap jumlah *viewers* video, ia hanya menyukai tutorial hijab yang dinilai simple dan praktis.

“Sebenarnya aku nggak yang modis banget gitu, simpel tapi tetep modis. Jadi kalo nonton video tutorial hijab di Youtube biasanya aku lihat judulnya dulu baru aku tonton. Pokoknya simple dan praktis gitu

⁶⁵ Anis Lailatul Fitriyah, *Wawancara*, Jember, Pada hari Jumat 09 April 2018 pukul 14.39

⁶⁶ Wahyun Sufika, *Wawancara*, Jember, Pada hari Jumat 09 April 2018 pukul 14.00

biasanya yang aku tonton, jadi nggak harus nonton yang trending atau yang gimana-gimana. Sesuai selera aja”.⁶⁷

Berdasarkan uraian diatas, tren dan model hijab yang ditonton oleh mahasiswi IAIN Jember tergantung pada selera masing-masing. Dalam penelitian ini, terdapat 5 mahasiswi yang menonton video tutorial hijab dengan model apapun karena terpaku terhadap jumlah *viewers* video dan juga hijab yang sedang hits sehingga tidak ketinggalan informasi. Namun, untuk pilihan pemakaian tetap kembali kepada selera. 3 mahasiswi yang lain mengaku tidak menonton video tutorial berdasarkan jumlah *viewers*, murni berdasarkan pilihan yang disesuaikan dengan selera.

Kajian data diatas, jika dikaitkan dengan teori Uses and Gratification pemikiran Blumler, Gurevitch dan Katz yang menyatakan bahwa pengguna media memainkan peran yang aktif dalam memilih dan menggunakan media dan khalayak memilih diantara berbagai jenis media untuk memperoleh kepuasan yang berbeda. Maka sesuai dengan kajian dalam penelitian ini, mahasiswi IAIN Jember secara aktif memilih media Youtube sebagai media kebutuhan dan secara aktif pula menyeleksi konten-konten tutorial hijab yang diinginkan.

Menurut Blumler dan Katz asumsi mendasar dari teori ini adalah khalayak bukanlah penerima yang pasif atas apapun yang media siarkan. Khalayak memilih dan menggunakan isi program. Khalayak secara bebas menyeleksi media dan program-program yang terbaik yang bisa mereka gunakan untuk memuaskan kebutuhan. Pengguna media menjadi bagian yang

⁶⁷ Dewi Khumairoh, *Wawancara*, Jember, Pada hari Jumat 09 April 2018 pukul 14.18

aktif dalam proses komunikasi yang berorientasi pada tujuannya dalam media yang digunakan.

2. Alasan mahasiswi IAIN Jember menggunakan video tutorial hijab Youtube

Motivasi dalam menggunakan pakaian hijab di kalangan mahasiswi IAIN Jember tentunya berbeda satu sama lain. Motivasi mahasiswi dalam menggunakan hijab, tidak lepas dari seberapa lama mahasiswi mengenal dan menggunakan hijab. Motivasi pemakaian hijab merupakan bentuk pemenuhan kebutuhan rohaniah pada dirinya terhadap kesadaran beragama. Namun belakangan ini, kebutuhan tersebut sedikit bergeser mengikuti perkembangan teknologi yang membawa pengaruh besar terhadap perubahan mode fashion.

Pola kebutuhan adalah faktor utama yang membuat khalayak memilih media dan alasan khalayak menggunakan media. Unsur-unsur yang menerangkan pola kebutuhan terdiri dari: ciri-ciri pribadi, kondisi sosial, kebutuhan, motivasi dan perilaku nyata menanggapi terpaan komunikasi massa beserta pola kebutuhan. Apabila sebuah media dapat memenuhi kebutuhan khalayak, maka khalayak akan menggunakan media tersebut dengan alasan kebutuhan. Berdasarkan data yang diperoleh peneliti melalui wawancara dengan mahasiswi, terdapat beberapa alasan mahasiswi dalam menggunakan video tutorial hijab Youtube, diantaranya adalah:

a. Motif Informasi (*Information*)

Motif informasi meliputi: mencari berita tentang peristiwa atau kondisi yang berkaitan dengan lingkungan terdekat, masyarakat dan dunia.

Memuaskan rasa ingin tahu dan minat umum dan mencari bimbingan

berbagai masalah praktis, pendapat, serta hal-hal yang berkaitan dengan penentuan pilihan. Hal tersebut dikatan oleh Wahyun Sufika, mahasiswi prodi Pendidikan Agama Islam ini mengaku sangat sering menggunakan Youtube bahkan instagram agar tidak ketinggalan informasi mengenai tren hijab.

“Buka Youtube sering, kadang-kadang instagram juga untuk mengetahui jenis hijab terbaru, jadi biar tidak ketinggalan tren hijab. Jadi, ya alasannya itu biar gak ketinggalan informasi aja”.⁶⁸

Hal yang sama dikatakan oleh Anis Lailatul Fitriyah, ia mengaku sering mengikuti model hijab dari video tutorial yang ditonton, bahkan Anis mengatakan bahwa ia melakukan persis dengan apa yang ada di video tersebut.

“Nyari jilbab-jilbab terbaru kan banyak kalo di Youtube. Kalau saya, biasanya meniru model jilbab persis sama seperti yang di Youtube.”.⁶⁹

Pendapat lain juga mengatakan hal yang serupa, Dewi Khumairoh juga menambahkan selain dirinya merasa lebih percaya diri, dirinya merasa sangat tertarik dengan konten video tutorial hijab Youtube bahkan ia mengaku tidak segan untuk subscribe beberapa *channel* Youtube yang sesuai dengannya.

“Saya subscribe beberapa youtuber untuk video tutorial hijab. Biasanya saya pilih-pilih yang sesuai dengan saya. Saya sangat tertarik, apalagi jika video itu memberikan arahan-arahan atau tutorial hijab yang modern. Jadi bisa belajar dari situ”.⁷⁰

b. Motif Identitas Pribadi (*Personal Identity*)

⁶⁸ Wahyun Sufika, *Wawancara*, Jember, Pada hari Jumat 09 April 2018 pukul 14.00

⁶⁹ Anis Lailatul Fitriyah, *Wawancara*, Jember, Pada hari Jumat 09 April 2018 pukul 14.39

⁷⁰ Dewi Khumairoh, *Wawancara*, Jember, Pada hari Jumat 09 April 2018 pukul 14.18

Motif ini meliputi penunjang nilai-nilai pribadi, meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri, mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai lain dalam media. Hal ini sesuai dengan apa yang dikatakan oleh Dika Asyari bahwa awalnya ia merasa tidak percaya diri untuk meniru model hijab sesuai tutorial yang ditontonnya, namun lama-kelamaan dirinya merasa memiliki kemampuan ketika menggunakan hijab ala tutorial Youtube.

“Buat ngikutin model hijabnya, buat kalo ada acara-acara, dan ke kampus juga. Soalnya awal-awal itu kayak gak bisa persis sama yang di tutorial akhirnya gak pede. Tapi lama-lama bisa. Ya pede aja”.⁷¹

Feggy Aditya pun sejalan dengan apa yang dikatakan oleh beberapa informan diatas. Mahasiswi semester 2 tersebut mengatakan bahwa dirinya sebenarnya tidak setiap hari menggunakan hijab ala tutorial Youtube, namun dirinya merasa lebih stylish dan percaya diri ketika menggunakan hijab ala tutorial tersebut.

c. Motif Integrasi dan Interaksi Sosial (*Integration and Social Interaction*)

Pada motif ini khalayak mengidentifikasi diri dengan orang lain dan meningkatkan rasa memiliki serta menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial. Sejalan dengan teori ini, dalam wawancara Feggy mengatakan bahwa apa yang ia gunakan sering menjadi pusat perhatian teman-temannya. Dan tidak jarang, beberapa mahasiswi lainnya sering menanyakan perihal hijab ia gunakan.

“Nonton buat nyari-nyari inspirasi hijab terbaru. Temen-temen ku sering kak, tanya model jilbab yang aku pakek dan mereka selalu

⁷¹ Dika Asyari, *Wawancara*, Jember, Pada hari Jumat 10 April 2018 pukul 13.15

ngikutin. Apalagi kalo aku pakek jilbab model baru mereka niruin lagi”.⁷²

Menurut vina, awalnya dia merasa tidak percaya diri ketika menggunakan hijab modis. Namun, karena banyak temannya sering bertanya tentang hijab yang ia gunakan akhirnya ia merasa lebih percaya diri.

“Temen-temen aku sering tanya model jilbabnya yang aku pakek, akhirnya tak kasih tau. Kadang mereka itu komentar di IG (*instagram*) aku, tanya tentang jilbab yang aku pakek. Awale kayak gak pede gitu pakai hijab modis, tapi kalo gak pede kan gak enak dipandang orang kan juga ketauan kalo gak pede. Ya di pede-pedein akhirnya.”⁷³

Seakan menguatkan pernyataan informan diatas, Anis mengaku bahwa ia sering mengajak teman-temannya untuk menggunakan hijab yang sedang tren saat ini. Anis menganggap bahwa teman-temannya pun pasti juga tertarik dengan hijab yang digunakannya.

“Pernah temen-temen ngikutin saya, kadang saya juga ngajak teman-teman saya untuk ngikutin model jilbab yang lagi saya pakai. Biasanya temen-temen pengen juga kan pakai hijab yang lagi hits”.

Menurut beberapa mahasiswi yang menjadi informan dalam penelitian ini, video tutorial hijab Youtube sangat menarik karena memberikan informasi tentang tren hijab maupun busana terbaru. Bahkan, beberapa mahasiswi juga menyebarkan informasi yang mereka dapat dari Youtube kepada mahasiswi yang lain. Sehingga mereka dinilai yang paling mengerti dan *update* mengenai perkembangan fashion. Pendapat tersebut diungkapkan oleh Dika Asyari, dirinya mengaku bahwa ketika ada acara di

⁷² Feggy Aditiya Cahaya, *Wawancara*, Jember, Pada hari Jumat 12 April 2018 pukul 14.39

⁷³ Vina, *Wawancara*, Jember, Pada hari Jumat 09 April 2018 pukul 14.39

kampus ia sering ditunjuk untuk memberikan kontribusi mengenai make up, busana dan hijab.⁷⁴

d. Motif hiburan (*entertainment*)

Pada motif ini meliputi melepaskan diri dari permasalahan (eskapisme), mengistirahatkan tubuh dan pikiran, bersantai, penyaluran emosi dan mengisi waktu luang. Pada penelitian ini, khalayak menggunakan media karena mengisi waktu luang sebagai mahasiswi. Hal ini dapat dibuktikan oleh pernyataan Halimah yang mengaku beberapa kali mendownload video tutorial dan akan ditonton disela-sela aktifitas perkuliahan.

“ Yang pasti buat lihat hijab model baru. Kalo saya biasanya *download* dulu, habis itu nonton kalo lagi senggang, kalo udah free gak ada kuliah biasa aku nonton. Buat ngisi waktu juga sih sebenarnya”.

Berdasarkan pemaparan dari informan diatas, bisa disimpulkan bahwa berhijab tidak lepas dari kata tren. Youtube jelas sangat berpengaruh dalam perkembangan tren berhijab mahasiswi IAIN Jember. Karena dari situlah, mereka mendapat informasi secara jelas dan detail mengenai model hijab terbaru yang terlihat *fashionable*.

Berdasarkan uraian diatas, tren berhijab modis menjadi kebutuhan bagi delapan mahasiswi yang menjadi informan dalam penelitian ini. Sehingga mereka memilih sosial media Youtube dengan motif-motif tertentu yakni motif informasi, motif identitas pribadi, motif integrasi dan interaksi sosial, dan motif hiburan.

⁷⁴ Dika F. Asyari, *Wawancara*, Jember, Pada hari Jumat 09 April 2018 pukul 14.00

3. Kepuasan mahasiswi IAIN Jember terhadap video tutorial hijab Youtube

Youtube menjadi pilihan mahasiswi untuk mencari informasi mengenai hijab dan cara penggunaanya/tutorial. Beberapa mahasiswi mengatakan bahwa dengan melihat video tutorial di Youtube mereka akan mendapatkan informasi model hijab terbaru sehingga tidak ketinggalan tren. Dari hasil wawancara terdapat dua kepuasan yang dirasakan oleh mahasiswi setelah menonton video tutorial hijab di Youtube, sebagai berikut:

1) Kepuasan Informasi

Sesuai dengan data yang disajikan diatas mengenai alasan khalayak menggunakan media salah satunya adalah motif informasi. Berdasarkan hasil wawancara, teridentifikasi adanya kepuasan informasi yang dirasakan oleh beberapa mahasiswi setelah menonton video tutorial hijab di Youtube. Salah satunya adalah Anis, yang mengaku tertarik terhadap konten tutorial hijab. Ia juga menambahkan bahwa setelah menonton video tersebut, ia langsung mempraktekkan sesuai tutorial.

“Saya tertarik banget sama tutorialnya, trus habis nonton bisa langsung dipraktekin ngikutin tutorialnya. Saya juga makin pede gitu, soalnya kan ngikutin model terbaru”.⁷⁵

Proses internal kedua yang dialami oleh seorang khalayak dalam mencari gratifikasi (kepuasan) adalah proses *attention*, pada proses ini khalayak akan mengalokasikan usaha kognitifnya dalam mengkonsumsi media. Dalam artian lebih teliti dalam menggunakan media dibandingkan dengan hanya mengisi waktu luang. Dalam penelitian ini, mahasiswi lebih

⁷⁵ Wawancara Anis

teliti dalam menonton video tutorial hijab sehingga bisa meniru langkah-langkah yang ada pada video tersebut.

“Setelah nonton jadi tau hijab yang lagi hits apa. Trus bisa niruin cara-cara pemakaiannya, model hijabnya juga. Saya nyaman-nyaman aja pakeknya”.⁷⁶

Berdasarkan wawancara diatas, menunjukkan bahwa 2 informan merasakan kepuasan informasi yang didapatkan setelah menonton video tutorial hijab. Mahasiswi bisa belajar dan mengetahui model hijab terbaru yang kemudian dipraktekkan oleh mahasiswi.

2) Kepuasan Identitas Pribadi

Kepuasan ini dapat diidentifikasi melalui hal-hal yang berkaitan dengan nilai-nilai pribadi, menemukan model perilaku serta meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri. Hal tersebut juga dirasakan oleh Feggy, yang mengaku setelah menonton video tutorial merasa lebih percaya diri.

“Saya ngerasa lebih pede aja, solanya kan ngerasa lebih stylish gitu. Saya juga lebih suka jilbab yang simple dipakek, kayak segiempat sekarang kan lagi hits dan lebih simple. Kalo segiempat sebenarnya ya gitu-gitu aja, cuma tergantung model dan motifnya juga. Kan bisa dicari di Youtube segiempat yang lagi hits sekarang apa”.

Dalam penggunaan media, khalayak memiliki motif kebutuhan yang berbeda-beda. Dalam teori *Uses and Gratification*, Elihu Katz, M. Gurevitch, dan Hadassah Hass mengembangkan 35 macam kebutuhan yang diperoleh dari fungsi sosial dan psikologis media massa dan menempatkannya kedalam 5 kategori. Salah satunya adalah Kebutuhan Pribadi Integratif (*Personal Integratif Needs*). Kebutuhan ini diperoleh dari hasrat akan harga diri, yang tentunya berkaitan dengan peneguhan

⁷⁶ Wawancara Dewi

kredibilitas, kepercayaan, stabilitas, dan status individual. Sesuai dengan pemikiran tersebut, Halimah mengatakan jika ia merasa lebih percaya diri ketika dilihat orang lain.

“Setelah menonton Youtube dengan tutorialnya saya jadi terinspirasi dan selalu ingin memakai hijab dengan model yang berbeda-beda. Saya juga lebih sering menggunakan hijab model segiempat karena lebih praktis dan simple. Saya merasa lebih pede juga ketika berpapasan dengan orang lain”.

Sejalan dengan apa yang dikatakan oleh Halimah diatas, Wahyu juga merasa lebih percaya diri setelah menonton video tutorial. Ia juga mengaku lebih menyukai model hijab pashmina karena kesan modis yang dimiliki model hijab tersebut.

“Saya jadi lebih percaya ketika menggunakan hijab ala tutorial Youtube. Saya juga lebih menyukai jilbab pashmina, jadi tidak menghilangkan kesan modis”.

Vina mengatakan bahwa dirinya merasa lebih percaya diri ketika menggunakan hijab modis. Namun, rasa percaya diri tersebut berawal dari ketidaknyamanannya. Ia beranggapan bahwa ketika dirinya merasa tidak nyaman akan terlihat oleh orang lain.

“Awale kayak gak pede, kalo gak pede kan gak enak dipandang orang kan juga ketauan kalo gak pede. Ya dipede-pedein akhirnya. Yang paling sering ya segiempat gini, yang simpel-simpel”.

Sedangkan Wina mengakui bahwa dirinya lebih sering menggunakan hijab pashmina. Ia juga menambahkan bahwa pashmina dalam pemakaiannya memang agak sulit, dan dirinya sering kesulitan untuk meniru sesuai tutorial. Namun setelah mencoba berkali-kali hasilnya menjadi mirip. Dari situlah

kemudian dia mulai menyukai pashmina.⁷⁷ Berdasarkan jawaban beberapa informan diatas, menunjukkan bahwa kepuasan yang didapat oleh mahasiswi setelah menonton video tutorial dalam bentuk informasi dan identitas personal. Meskipun terdapat 4 alasan/motif mahasiswi dalam menggunakan Youtube, diantaranya informasi, identitas pribadi, integritas & interaksi sosial dan hiburan. Namun, berdasarkan pada wawancara hanya terdapat 2 kepuasan yang kemudian diklasifikasikan kedalam kepuasan informasi dan kepuasan identitas personal.

C. Pembahasan Temuan

1. Mahasiswi IAIN Jember sebagai khalayak aktif dalam menggunakan video tutorial hijab Youtube

Perkembangan yang semakin pesat akibat dari globalisasi sehingga menjadikan semua hal serba modern. Mulai dari teknologi, transportasi hingga fashion yang mengalami perkembangan sangat pesat pada zaman ini. Masyarakat Indonesia juga tidak luput dari berkembangnya fashion muslim, sebagian besar masyarakat Indonesia mulai beramai-ramai menggunakan hijab. Hijab saat ini tidak lagi menjadi identitas keislaman tetapi hanya sebatas tren dan aksesoris pakaian. Fashion style muslim pun tidak kalah, semakin banyak model busana muslim dan model hijab yang bermunculan.

Pada tahun 2012, muncul pro kontra mengenai jilbab gaul yakni mengenakan jilbab tetapi pada saat yang sama berbusana ketat dan menonjolkan lekuk tubuh. Yang kemudian jilbab gaul tersebut belakangan

⁷⁷ Wina, *Wawancara*, Jember, Pada hari Jumat 09 April 2018 pukul 14.50

ini dikenal dengan istilah *jilboobs*.⁷⁸ *Jilboobs* berasal dari kata jilbab dan boobs alias dada, lebih merupakan sindiran kepada mereka yang berjilbab tapi memperlihatkan aurat. Dilansir dari merdeka, Musni, Sosiolog UIN Syarif Hidayatullah berkomentar mengenai fenomena *jilboobs* yang tengah menjadi tren.

“Remaja itu sangat gandrung fashion dan kreatif. Jadi kreatif itu sendiri melihat tren pakai jilbab tengah menjadi tren, artis-artis lain pakai. Kemudian sisi-sisi erotis tetap ditonjolkan untuk menarik perhatian lawan jenis. Ini terjadi di kota-kota besar di tengah kebebasan berekspresi, memakai pakaian modis dari berbagai jenis muncul kreasi-kreasi baru. Sebaiknya tidak menonjolkan hal-hal yang bisa memancing birahi dari laki-laki”.⁷⁹

Dari berbagai maraknya tren dan model hijab yang tengah berkembang di Indonesia pada tahun 2018, baru-baru ini muncul tren hijab terbaru yang datang dari Malaysia dikenal dengan istilah jilbab pocong. Tren hijab ini diluncurkan pertama kali oleh desainer asal negeri Jiran Azzim Aziz di laman Facebook dan Instagramnya awal april lalu. Kemudian hijab ini menjadi viral dan langsung habis diserbu pembeli di hari pertama peluncurannya. Namun, hijab ini masih menjadi kontroversi di Indonesia lantaran menyerupai pocong dengan mengikat simpul hijab diatas kepala.⁸⁰ Tetapi tidak menutup kemungkinan hijab tersebut akan terus dipasarkan hingga menarik minat *hijabers* Indonesia. Jika melihat pengguna sosial media di Indonesia yang terus bertambah, hal tersebut tidak mustahil.

Karena di zaman modern ini, pengguna sosial media akan tertarik dan

⁷⁸ Munzalan Mubarakhan, *Jilboobs, Jilbab Gaul Atau Jilbab Funky Menurut Agama dan Sosiolog*, <https://simomot.com/2014/08/09/Jilboobs-Jilbab-Gaul-Atau-Jilbab-Funky-Menurut-Agama-dan-Sosiolog/> diakses pada 22 mei 2018 pukul 11:55

⁷⁹ Ibid

⁸⁰ Inibaru.id, <https://www.inibaru.id/hits/tren-jilbab-pocong-kreatif-atau-seram> diakses pada tanggal 21 mei 2018 pukul 22:10

mengikuti apapun yang menjadi viral dan trending seperti halnya video tutorial hijab.

Video tutorial menjadi video yang paling banyak ditonton di Youtube urutan ke 3 setelah video hewan dan video “How to”. Dalam video tutorial di Youtube menampilkan berbagai tutorial mengenai make up, masak memasak, hijab dan lainnya.⁸¹ Data tersebut sesuai jika dikaitkan dengan penelitian ini yang menunjukkan besarnya minat mahasiswi terhadap video tutorial Youtube. Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa Youtube dianggap cocok bagi mahasiswi IAIN Jember untuk mengikuti perkembangan tren berhijab. Mahasiswi IAIN Jember adalah khalayak yang aktif dalam mencari hal yang dibutuhkan yakni tutorial hijab. Sedangkan media yang dipilih yaitu Youtube. Sejalan dengan asumsi dasar dari teori *Uses and Gratifications* yang mengungkapkan bahwa individu lebih aktif dalam mencari apa yang diinginkan dalam media sehingga tercapai kepuasan yang diinginkan. Teori ini diperkuat dengan hasil wawancara peneliti dengan beberapa informan yang menunjukan reaksi mereka terhadap video tutorial hijab Youtube yang ditonton. Beberapa diantaranya, mengatakan merasa terinspirasi setelah menonton video tersebut.

Hasil dari studi *Uses and Gratifications* yang sudah pernah dilakukan sebelumnya terhadap alasan seseorang menggunakan media terbagi menjadi dual hal, yaitu: *content gratification* dan *process gratification*. Disebut *content gratification* jika seseorang menggunakan media dikarenakan

⁸¹ Renanda Khairuna, *7 Jenis Video yang Banyak Ditonton di Youtube*, <http://hyp.indntimes.com/fun-fact/renanda-khairuna/7-jenis-video-yang-banyak-ditonton-di-youtube-c1c2/full> diakses pada tanggal 21 mei 2018 pukul 22:30

konten atau isi dari media tersebut, pengguna internet ingin melakukan hal-hal yang spesifik saat browsing dan langsung mengunjungi halaman situs yang dituju. Sedangkan *process gratification*, pengguna internet melakukan browsing hanya karena sedang merasa bosan dan ingin mencari kesenangan. Jika dikaitkan dengan penelitian ini, maka alasan mahasiswi IAIN Jember termasuk kedalam *content gratification* yakni menggunakan Youtube untuk menonton video tutorial hijab dengan cara *searching*.

Hasil penelitian menunjukkan 5 dari 8 informan menjadi pengguna aktif tutorial hijab Youtube. Pengguna aktif yang dimaksud ialah menonton video tutorial hijab yang sedang hits sesuai jumlah *viewers* atau berdasarkan trending Youtube. Beberapa diantaranya, menggunakan fitur *download* untuk menyimpan video sehingga bisa ditonton secara *offline*. Sedangkan tombol *subscribe* untuk mengikuti video tutorial dari *youtuber* tertentu dengan cara mendapat notifikasi melalui ponsel atau komputer jika *youtuber* yang di *subscribe* memposting video baru. Sedangkan 3 informan lainnya hanya menonton video tutorial berdasarkan pada kebutuhan saja yakni melalui opsi "*searching*". Meskipun mahasiswi menonton video tutorial hijab yang sedang hits, akan tetapi penggunaan hijabnya kembali kepada selera dan pilihan mahasiswi. Hal ini sejalan dengan apa yang dikatakan dalam teori *Uses and Gratifications*, khalayak mempunyai harapan-harapan tertentu dari media untuk memenuhi kebutuhan informasinya. Khalayak juga memiliki ruang dan gerak serta kemampuan untuk melihat isi media tertentu yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan mereka.

2. Alasan mahasiswi IAIN Jember menggunakan video tutorial hijab Youtube.

Individu-individu menggunakan media massa karena didorong oleh motif-motif tertentu yang dicarikan pemuasannya melalui media tertentu pula, meski betapa pun kecilnya pemuasan yang dapat dilakukan media tersebut. Dari berbagai motif yang mendorong menggunakan media, akan tumbuh semacam harapan yang dicarikan pemuasannya melalui media tersebut. Hal ini akan menimbulkan suatu pola perilaku penggunaan media sebagai perwujudan dari motif yang ada. Allan Rubin menemukan bahwa alasan atau motivasi orang menggunakan media dapat dikelompokkan kedalam sejumlah kategori yaitu untuk menghabiskan waktu, sebagai teman (*companionship*), memenuhi ketertarikan (*excitement*), pelarian, kesenangan, interaksi sosial, memperoleh informasi dan untuk mempelajari konten media tertentu.⁸²

Berdasarkan jawaban beberapa informan mahasiswi diatas, secara garis besar menyebutkan bahwa mereka merasa lebih modis dan percaya diri ketika menggunakan hijab ala tutorial Youtube. Hal ini menunjukkan bahwa sebenarnya yang menjadi kebutuhan mereka adalah tampil modis dan tidak ketinggalan zaman di mata orang lain. Sesuai dengan apa yang dikatakan oleh Blummer mengenai orientasi dasar *uses and gratification* adalah identitas personal, yakni menggunakan media untuk memperkuat atau menonjolkan sesuatu yang penting dalam kehidupan dan situasi khalayak sendiri.

⁸² Morissan, *Psikologi Komunikasi*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2010, Hal.270

Sejalan dengan teori ini, di lapangan menunjukkan bahwa mahasiswi IAIN Jember berperan aktif dalam pemilihan media apa yang akan mereka gunakan untuk menjadi lebih modis dan percaya diri. Konsep *use* (penggunaan) yang merupakan bagian penting dan pokok dalam teori ini, menunjukkan bahwa mahasiswi IAIN Jember memiliki pengetahuan tentang penggunaan Youtube. Sedangkan konsep *gratification* (pemuhan) menjadi penyebab mahasiswi untuk memilih Youtube sebagai media yang mereka butuhkan.

Dalam penelitian ini, Youtube dinilai dapat memenuhi kebutuhan informasi, penunjang identitas pribadi, sebagai integrasi & interaksi sosial, dan hiburan. *Uses and Gratifications* menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadinya dan sosial khalayak. Berdasarkan riset *We Are Social dan Hootsuite* pada januari 2017, mengukuhkan Youtube sebagai aplikasi media sosial yang paling sering digunakan di Indonesia yakni 49 persen. Youtube berhasil mengungguli Facebook yang saat ini berada di posisi kedua. Pada tahun 2017, setidaknya ada 100 juta orang mengakses Youtube dan diprediksi akan terus meningkat hingga tujuh kali lipat pada 2020.⁸³ Data tersebut selaras jika dikaitkan dengan salah satu asumsi dasar teori *Uses and Gratifications* bahwa media massa berkompetisi dengan sumber-sumber lainnya untuk memuaskan kebutuhan khalayak.

⁸³ Dkatadata.co.id, <http://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/03/16/salip-facebook-youtube-paling-aktif-di-indonesia> diakses pada tanggal 21 mei 2018 pukul 21:05

Tidak bisa dipungkiri, pendapat Elihu Katz tentang *Uses and Gratifications Approach* pada tahun 1959 benar adanya. Katz berpendapat bahwa penelitian tentang media tidak lagi bertumpu pada apa yang media lakukan terhadap khalayak, namun lebih menekankan kepada apa yang dilakukan oleh khalayak terhadap media. Jadi kaitannya dengan penelitian ini, bobotnya ialah pada mahasiswi IAIN Jember yang sengaja menggunakan Youtube untuk mencapai tujuan khusus yaitu mengikuti tren hijab masa kini. Sedangkan jika dilihat dari motif penggunaan Youtube, mahasiswi IAIN Jember menggunakan Youtube karena membutuhkan informasi mengenai tutorial hijab, untuk meningkatkan rasa percaya diri karena terlihat modis, sebagai interaksi sosial antar mahasiswi melalui percakapan mengenai tren dan model hijab yang sedang hits, serta sebagai pengisi waktu luang.

3. Kepuasan Mahasiswi IAIN Jember Terhadap Video Tutorial Hijab Youtube

Model *Uses and Gratification* memandang individu sebagai makhluk supra-rasional dan sangat selektif, jadi model ini bertolak belakang dengan model atau teori “Jarum Hipodermik” atau “Magic Bullets Theory” yang memandang media massa lewat pesan-pesannya adalah sangat *powerfull*. Dalam lingkungan internet, pengguna dipandang lebih aktif dalam berpartisipasi menggunakan media dibandingkan media tradisional. Sejalan dengan pendekatan *Uses and Gratification* yang memandang bahwa pemilihan media dapat memberikan kepuasan kepada khalayak dalam

memenuhi kebutuhannya dan khalayak dapat memahami berbagai alasan dalam menggunakan media.

Jika membahas mengenai kepuasan, ada beberapa proses internal yang dialami oleh khalayak dalam mencari gratifikasi (kepuasan) dari media diantaranya: proses seleksi (*selectivity*), proses memperhatikan (*attention*), dan proses keterlibatan (*involvement*). Berdasarkan pengamatan peneliti, proses tersebut telah dialami oleh informan pada penelitian ini. Jika diuraikan maka, mahasiswi membutuhkan informasi mengenai tren dan model hijab terbaru maka mahasiswi menggunakan Youtube untuk menonton video tutorial hijab → mahasiswi memahami video tutorial hijab → mahasiswi mempraktekkan tutorial hijab.

Penggunaan media terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media, jenis isi media yang dikonsumsi dan berbagai hubungan antara individu konsumen dengan jenis isi media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan. Tak dipungkiri, dalam hitungan tahun Youtube menjelma menjadi situs besar. *Head of Communications Consumer & Youtube* Indonesia, Putri Silalahi mengatakan bahwa Youtube memiliki jumlah penonton dan kreator video online yang bertambah sangat pesat. Durasi menonton orang di Indonesia bertambah 130% dari kuartal III 2014 ke kuartal IV 2015. Begitu pula dengan jumlah konten yang di-upload bertambah 600%. Data diatas mendukung hasil penelitian ini mengenai ketertarikan mahasiswi kepada Youtube, beberapa dari informan penelitian ini mengaku sangat sering menggunakan Youtube.

Hasil temuan penelitian ini menunjukkan adanya empat alasan/motif mahasiswi menonton video tutorial hijab di Youtube yakni motif informasi, motif identitas pribadi, motif integritas & interaksi sosial dan motif hiburan. Namun, peneliti menganalisis dua kepuasan yang terdapat dalam penelitian ini yaitu kepuasan informasi dan kepuasan identitas pribadi. Sedangkan kepuasan integritas & interaksi sosial dan kepuasan hiburan tidak teridentifikasi atau tidak ditemukan dalam penelitian ini.

Kepuasan yang dirasakan oleh mahasiswi yakni kepuasan informasi dan kepuasan identitas personal. Kepuasan informasi dapat dirasakan karena mahasiswi merasa mendapat pembelajaran mengenai langkah-langkah menggunakan hijab sesuai tutorial. Mahasiswi juga mendapatkan informasi mengenai tren dan model hijab terbaru yang sedang digandrungi saat ini. Sedangkan kepuasan identitas personal dapat dirasakan karena mahasiswi merasa lebih modis, percaya diri dan stylish setelah menonton video tutorial hijab di Youtube.

IAIN JEMBER

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pada bagian akhir dalam penelitian skripsi ini, merupakan kesimpulan dari hasil penelitian dengan judul Penggunaan Video Tutorial Hijab Youtube Terhadap Tingkat Kepuasan Mahasiswi IAIN Jember, maka dapat peneliti simpulkan sebagai berikut:

1. Mahasiswi IAIN Jember merupakan khalayak aktif yang menggunakan Youtube untuk menonton video tutorial hijab yang tengah menjadi tren. Meskipun dalam perkembangan tren hijab itu sendiri sangat cepat, namun mahasiswi memiliki pilihan sesuai selera mereka dalam menggunakan model hijab. Mahasiswi memiliki ruang dan gerak serta kemampuan untuk melihat isi video tutorial hijab yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan mereka.
2. Alasan/motif mahasiswi IAIN Jember dalam menonton video tutorial hijab di Youtube ada 3 antara lain: Motif informasi, mahasiswi IAIN Jember membutuhkan informasi mengenai tutorial hijab yang sedang menjadi tren. Motif identitas pribadi untuk meningkatkan rasa percaya diri mahasiswi dengan terlihat modis. Motif integrasi dan interaksi sosial antar mahasiswi melalui percakapan mengenai tren dan model hijab yang sedang hits. Motif hiburan untuk mengisi waktu luang saja.
3. Kepuasan yang dirasakan oleh mahasiswi meliputi kepuasan informasi dan kepuasan identitas pribadi. Kepuasan informasi dapat dirasakan

4. karena mahasiswi merasa mendapat pembelajaran mengenai langkah-langkah menggunakan hijab sesuai tutorial. Mahasiswi juga mendapatkan informasi mengenai tren dan model hijab terbaru yang sedang digandrungi saat ini. Sedangkan kepuasan identitas personal dapat dirasakan karena mahasiswi merasa lebih modis, percaya diri dan *stylish* setelah menonton video tutorial hijab di Youtube.

B. Saran

Setelah melakukan penelitian yang akhirnya dituangkan dalam bentuk skripsi, maka diakhir penulisan ini peneliti ingin memberikan beberapa saran yang mungkin dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan sebagai berikut:

1. Hendaknya dalam buku saku kode etik dijelaskan secara jelas dan terperinci mengenai aturan berhijab dan berbusana sesuai dengan kode etik berbusana di IAIN Jember. Sedangkan, dalam buku saku tersebut hanya gambaran secara umum saja. Sehingga, hal ini menimbulkan pemaknaan yang berbeda-beda di kalangan mahasiswi.
2. Diharapkan pada penelitian selanjutnya lebih memperbanyak referensi mengenai teori *uses and gratification* sehingga bisa menganalisis secara akurat mengenai “bagaimana dan kenapa” khalayak menggunakan media sehingga menjadi arsip yang berguna dikemudian hari.

**PENGGUNAAN VIDEO TUTORIAL HIJAB YOUTUBE TERHADAP
TINGKAT KEPUASAN MAHASISWI IAIN JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Fakultas Dakwah Jurusan Manajemen dan Penyiaran Islam
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam



Oleh:
M.Izzul Islami
NIM: 082111028

IAIN JEMBER
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
FAKULTAS DAKWAH

JUNI 2018

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN MOTO	iii
HALAMAN MOTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus penelitian	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Definisi Istilah	6
F. Metode Penelitian	10
G. Sistematika Pembahasan	17
BAB 2. KAJIAN KEPUSTAKAAN	19
A. Penelitian Terdahulu	19
B. Kajian Teoritik	21
1. Komunikasi Massa	21
2. Teori Penggunaan dan Pemenuhan Kepuasan (Uses and Gratification)	23
3. Video Tutorial	29
BAB 3. METODE PENELITIAN	33
A. Pendekatan Penelitian dan Jenis Penelitian	33

B. Lokasi Penelitian	34
C. Subyek Penelitian	34
D. Teknik Pengumpulan Data	36
E. Analisis Data	40
F. Keabsahan Data	41
G. Tahap-tahap Penelitian	42
BAB 4. PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	45
A. Gambaran Obyek Penelitian.....	45
B. Penyajian Data Dan Analisis.....	52
C. Pembahasan Temuan.....	63
BAB 5. PENUTUP	72
A. Kesimpulan.....	72
B. Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA.....	74
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	78
LAMPIRAN	79

IAIN JEMBER

DAFTAR PUSTAKA

- A'la, Abdul. 2012. *Mengenal Entitas KeIslaman Indonesia DI Era Globalisasi*, Majalah Aula Edisi 10.
- Al-Firdaus, Iqra'. 2010. *Buku Lengkap Tuntunan Menjadi Kameramen Profesional*, Yogyakarta: Buku Biru.
- Amirul & Haryono. 2005. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Bandung : Pustaka Setia Bandung.
- Arikunto, Suharsini. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta : Prenada Media Grup.
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*.
- Effendy, Onong uchjana, 2000, *Ilmu Teori Dan Filsafat Komunikasi*, PT: Citra Aditya Bakti Bandung.
- Effendy, Onong uchjana, 2003, *Ilmu Teori Dan Filsafat Komunikasi*, PT: Citra Aditya Bakti Bandung.
- Fulk, J & Collins-Jarvis, L. 2000. *Wired Meetings: Technological Mediation Of Organizational Gatherings*. Newburk Park: Sage.
- Hanson, Jarice, 1987, *Understanding Video Applications, Impact, and theory California: SAGE Publications, Inc.II, Cetakan Kesembilan*), Penerbit Rineka Cipta Jakarta.
- Junus Mahmud, 1993, *Tarjamah Al-Qur'an Al-Karim Cet.7*, Bandung: PT Al-Ma'arif.
- Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi, Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group).
- Lieberman, D.A. 1995. *Three Studies of An Asthma Education Video Game*. Report to The National Institute of Allergy And Infections Diseases. National Institute of Health Bethesda.
- Liliweri, Alo, 1991, *Komunikasi Antarpribadi*, Citra Aditya Bakti Bandung.
- Littlejohn, Stephen W, 2009, *Teori Komunikasi, Theories of Human Communication*, Salemba Humanika Jakarta.
- Lowther, D. L, Russell, J. D, Smaldino, S. E, 2001, *Instructional Technology & Media For Learning Teknologi Pembelajaran dan Media untuk Belajar (Terjemahan. Edisi Kesembilan)*. Kencana Prenada Media Group Jakarta.
- Moleong, L.J. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Morissan, 2010, *Psikologi Komunikasi*, Ghalia Indonesia, Bogor.
- Muhajir. 2002. *Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta : Rake Salasin.

- Mulyana, Deddy. 2001. *Komunikasi Organisasi*. Bandung : Remaja rosda karya.
- Mundir, 2013, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, (Jember: STAIN Jember Press).
- Nurudin, 2007, *Pengantar Komunikasi Massa*, Raja Grafindo Persada Jakarta.
- Nurudin, 2011, *Pengantar Komunikasi Massa*, Raja Grafindo Persada Jakarta.
- Prastowo, Andi, *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Perspektif Rancangan Penelitian*.
- Rakhmat, Jalaluddin, 2007, *Psikologi komunikasi*, PT Remaja Rosdakarya Bandung.
- Riyana, Cheppy. 2007. *Pedoman Pengembangan Media Video*, Jakarta : P3AI UPI.
- Severin, Warner & James Tankard. 2007. *Teori Komunikasi Sejarah, Metode dan Terpaan di Dalam Media Massa*. Jakarta: Prenada Media Grup.
- Straubhaar, Joseph & La Rose, Robert. 2004. *Media Now: Communications Media in the Information Age*. Wadsworth.
- Sugiyono, 2007, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta).
- Sugiyono, 2008, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta).
- Sugiyono, 2010, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Alfabeta).
- Sugiyono, 2013, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta).
- Sugiyono, 2014, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta).
- Suryabrata, 2008, *Metodologi Penelitian*, (PT raja Grafindo Persada, Jakarta)
- Suyanto & Sutinah, 2008, *Metode Penelitian Sosial*, (Kencana Renada Media Group, Jakarta).
- Syamsul M. Romli, Asep, 2009, *Jurnalistik Orajtis Untuk Pemula*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya).
- Syatori Nasehuddin, Toto, 2012, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: CV Pustaka Setia).
- Tim Penyusun, 2014, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jember: STAIN Jember Press).
- Tim Penyusun, 2017, *Pedoman Pendidikan S-1* (Institut Agama Islam Negri IAIN) Jember.
- Tim Redaksi Pusat Bahasa Depdiknas. 2001. *Kamus Besar Bahasa Indonesia (Edisi ketiga)*, Jakarta : Balai Pustaka..
- Turner Lynn H. & Richard West, 2008, *Pengantar Teori Komunikasi Analisis Dan Aplikasi* (Edisi 3), Jakarta: Salemba Humanika.

Skripsi

- Budi, Endah. 2012. *Strategi Komunikasi Hijabers Community Regional Yogyakarta Dalam Menarik Minat Penggunaan Hijab Ala Hijabers*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta.
- Novitasari, Yasinta Fauziah. 2014. *Jilbab Sebagai Gaya Hidup (Studi Fenomenologi Tentang Alasan Perempuan Memakai Jilbab dan Aktivitas Solo Hijabers Community)*. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan. Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Internet





- Ahyana Hijab, 2018, Tren Kerudung 2018 Yang Sedang Hits, <http://ahyanahijab.com/trend-kerudung-2018-yang-sedang-hits/amp/> diakses pada tanggal 20 mei 2018 pukul 21:33
- Aliya, Nadira, 2018, Pengertian Youtube Beserta Manfaat dan Fitur-fitur Youtube yang Perlu Anda Ketahui, <https://www.nesabamedia.com/pengertian-youtube/> diakses pada tanggal 20 mei 2018 pukul 12:50
- Ardyanto, M. 2015. *Antara Hijab, Jilbab dan Hijabers*, Diakses dari http://www.academia.edu/3134645/antara_Hijab_Jilbab_dan_Hijabers/ tanggal 29 Januari 2018 pukul 15.31.
- Baker, Maggie Koerth. 1995. *Clifford Stoll Curmudgeonly "Why The Internet Will Fail"*. Diakses dari <https://boingboing.net/2010/02/26/curmudgeony-essay-on.html> tanggal 13 Februari pukul 15.27.
- Boyd & Nicole. 2007. *Journal of Computer-Mediated Communication*. Diakses dari <http://onlinelibrary.willy.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x/full> tanggal 4 Februari 2018 pukul 13.09.
- Diaz Praditya. 2018. *3 Fakta Menarik dari Riset Google tentang Perkembangan Youtube di Indonesia*, <https://id.techinasia.com/fakta-perkembangan-youtube-di-indonesia> diakses pada tanggal 30 mei 2018 pukul 21:20
- Dkatadata.co.id, 2017, <http://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/03/16/salip-facebook-youtube-paling-aktif-di-indonesia> diakses pada tanggal 21 mei 2018 pukul 21:05
- Elhijab. 2016. *Perkembangan Hijab di Indonesia*. Diakses dari <http://www.elzatta.com/hijab/perkembangan-hijab-di-indonesia.html> tanggal 03 Februari 2018 pukul 11.36.
- Haris, *Fenomena Pakaian Remaja Modern yang Berjilbab tapi telanjang*, <http://dullhariz.blogspot.co.id/p/fenomena-pakaian-remaja-modern-yang.html>. Diakses pada tanggal 10 maret 2018 pukul 09.20.
- Inibaru.id, 2018, *Tren Jilbab Pocong, Kreatif atau Seram?*, <https://www.inibaru.id/hits/tren-jilbab-pocong-kreatif-atau-seram> diakses pada tanggal 21 mei 2018 pukul 22:10
- M Fikhri Al Ayubi, 2012, *Jilbab Sanggul Tinggi Menjadi Penghalang Bau Syurga? Penjelasan*, <https://fikrialayubi.wordpress.com/2012/08/31/muslim-wajib-baca-jilbab-sanggul-tinggi-menjadi-penghalang-bau-syurga-penjelasan/> diakses pada

tanggal 28 April 2018

- Mayfield, Antony. 2008. *What is social media?*. Diakses dari http://www.icrossing.com/uk/ideas/fileadmin/uploads/ebooks/what_is_social_media_icrossing_ebook.pdf tanggal 10 Februari 2018 pukul 13.10.
- Mubarakan, Munzalan, 2014, *Jilboobs, Jilbab Gaul Atau Jilbab Funky Menurut Agama dan Sosiolog*, <https://simomot.com/2014/08/09/jilboobs-jilbab-gaul-atau-jilbab-funky-menurut-agama-islam-dan-sosiolog/> diakses pada 22 mei 2018 pukul 11:55
- Powell , Thomas C. 1995. *Total Quality Management as Competitive at Advantage: A Review And Empirical Study*. Diakses dari http://www.jstor.org/stable/2486944?seq=1#page_scan_tab_contents tanggal 06 Februari 2018.
- Renanda Khairuna, 2017, *7 Jenis Video yang Banyak Ditonton di Youtube*, <http://hyp.indntimes.com/fun-fact/renanda-khairuna/7-jenis-video-yang-banyak-ditonton-di-youtube-c1c2/full> diakses pada tanggal 21 mei 2018 pukul 22:30



**JURNAL KEGIATAN PENELITIAN DI INSTITUT AGAMA ISLAM
NEGERI (IAIN) JEMBER
TAHUN 2018**

Tgl/bulan/tahun	Jenis kegiatan	Paraf
26 maret 2018	Penyerahan surat izin melakukan penelitian di IAIN Jember	
28 maret 2018	Observasi lokasi penelitian (IAIN Jember)	
09 april 2018	Interview dengan mahasiswa	
30 mei 2018	Mengambil surat keterangan penelitian	

Jember, 04 Juni 2018

Kasubag TU. Humas dan Rumah
Tangga IAIN Jember



Supadmo Hariyanto

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis berada dalam keadaan sehat walafiat dan dapat menyelesaikan penelitian ini dan dimuat dalam skripsi yang berjudul :”PENGUNAAN VIDEO TUTORIAL HIJAB YOUTUBE TERHADAP TINGKAT KEPUASAN MAHASISWI IAIN JEMBER”. Kesuksesan ini dapat penulis peroleh karena dukungan dari banyak pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, SE, MM sebagai Rektor IAIN Jember;
2. Bapak Dr. Ahidul Asror, M.Ag sebagai Dekan Fakultas Dakwah dan segenap pimpinan Fakultas Dakwah
3. Bapak Dr. Sofyan Hadi, M.Pd sebagai Kepala Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
4. Ibu Siti Roudlatul Jannah, M.Med.Kom Sebagai Dosen Pembimbing penulisan skripsi yang telah banyak memberikan bimbingan, saran dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
5. Kepada seluruh jajaran pimpinan, Dosen, Karyawan, dan civitas akademika IAIN Jember umumnya dan Fakultas Dakwah khususnya.

Akhirnya, semoga amal baik dan keikhlasan yang telah Bapak/Ibu berikan kepada penulis mendapatkan balasan yang baik dari Allah SWT, Amin.

Jember, 30 Mei 2018

Penulis

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : M.Izzul Islami
NIM : 082111028
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Jurusan/Fakultas : Management Penyiaran Islam/ Dakwah
Tempat, tanggal lahir : Jember, 23 Juli 1992
Alamat : Desa Rambipuji Kecamatan Rambipuji - Jember

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “PENGUNAAN VIDEO TUTORIAL HIJAB YOUTUBE TERHADAP TINGKAT KEPUASAN MAHASISWI IAIN JEMBER” adalah benar-benar asli karya saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan di dalamnya, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Jember,
Yang Membuat

M. Izzul Islami
NIM: 082111028

BIODATA PENULIS

Nama : M.Izzul Islami
NIM : 082111028
Tempat, tanggal lahir : Jember, 23 Juli 1992
Fakultas : Dakwah
Jurusan : Manajemen dan Penyiaran Islam
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Riwayat pendidikan :

- SDN Rambijaya 1998-2004
- SMPN 1 Rambipuji 2004-2007
- MA Darus Sholah Jember 2007-2010
- IAIN Jember 2011-2018



INSTRUMEN PENELITIAN

Untuk Mahasiswi Pengguna Hijab ala Video Tutorial

Identitas Responden :

Nama :

Umur :

Pekerjaan :

Daftar Pertanyaan :

1. Seberapa aktif anda mengakses youtube?
2. Dibandingkan sumber yang lain mengapa youtube yang di pilih?
3. Mengapa anda membutuhkan youtube sebagai tutorial hijab?
4. Apa alasan anda mengakses youtube?
5. Jilbab model apa yang sering anda gunakan dan tahu dari mana?
6. Bagaimana reaksi anda setelah menonton video tersebut?
7. Pernahkah mengajak teman-teman untuk mengikuti model hijab yang anda kenakan?

IAIN JEMBER

DOKUMENTASI PENELITIAN



Lokasi depan IAIN Jember



Saat wawancara bersama seorang mahasiswi di IAIN Jember



Saat wawancara bersama seorang mahasiswi di IAIN Jember



Saat wawancara bersama seorang mahasiswa di IAIN Jember



Saat wawancara bersama seorang mahasiswa di IAIN Jember

Matrik Penelitian

JUDUL	VARIABEL	SUB VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODOLOGI PENELITIAN	FOKUS PENELITIAN	
PENGUNAAN VIDEO TUTORIAL HIJAB YOUTUBE TERHADAP TINGKAT KEPUASAN MAHASISWI IAIN JEMBER	A. Penggunaan Video Tutorial Hijab Youtube	1. Khalayak aktif	a. Keaktifan Khalayak	1. Informan <ul style="list-style-type: none"> • Mahasiswi • Mahasiswa • Dosen 	1. Jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif	1. Bagaimana keaktifan mahasiswi IAIN Jember menggunakan video tutorial hijab Youtube? 2. Mengapa mahasiswi IAIN Jember menggunakan video tutorial hijab Youtube? 3. Bagaimana kepuasan mahasiswi IAIN Jember terhadap video tutorial hijab Youtube?	
		2. Motif dan Minat penggunaan media	a. Alasan Khalayak Menggunakan Media : <ol style="list-style-type: none"> 1) Motif Informasi 2) Motif Identitas Pribadi 3) Motif Integritas dan Interaksi Sosial 4) Motif Hiburan 	2. Observasi	2. Penentuan informan dengan Model <i>Purposive Sampling</i>		
	B. Tingkat Kepuasan Mahasiswi	1. Kepuasan akan Kebutuhan	a. Kepuasan Informasi b. Kepuasan Identitas Pribadi	3. Dokumentasi	3. Metode Pengumpulan data <ol style="list-style-type: none"> a. Observasi b. Wawancara mendalam c. Dokumentasi 		4. Metode Analisa Data Menggunakan <i>Interactive Model</i> : <ol style="list-style-type: none"> a. Reduksi data b. Penyajian data c. Penarikan Kesimpulan
		2. Penilaian Isi Media Oleh Khalayak	a. Keputusan Mengulang Video	4. Kepustakaan	5. Keabsahan data Menggunakan triangulasi Sumber		

MOTTO

وَقُلِ لِلْمُؤْمِنَاتِ يَغْضُضْنَ مِنْ أَبْصَارِهِنَّ وَيَحْفَظْنَ فُرُوجَهُنَّ وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا مَا ظَهَرَ مِنْهَا وَلَا يَضْرِبْنَ بِخُمُرِهِنَّ عَلَى جُيُوبِهِنَّ

Artinya : Katakanlah kepada wanita yang beriman: "Hendaklah mereka menahan pandangannya, dan menjaga kehormatannya, dan janganlah mereka menampakkan perhiasannya, kecuali yang (biasa) nampak dari padanya. Dan hendaklah mereka menutupkan kain kudung ke dadanya. (QS. An Nur: 31).¹



¹ Prof H, Mahmud Junus, *Tarjamah Al-Qur'an Al-Karim Cet.7*, (Bandung:PT Al-Ma'arif, 1993).hal.317
Hasil penelitian ini secara tidak langsung menunjukkan adanya perubahan makna terhadap pemakaian jilbab. Mahasiswi mengacu pada tren yang mereka ikuti di tutorial youtube, padahal seharusnya penggunaan jilbab mengacu pada syariat islam yang dijelaskan pada ayat diatas.

**PENGUNAAN VIDEO TUTORIAL HIJAB YOUTUBE TERHADAP
TINGKAT KEPUASAN MAHASISWI IAIN JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Sarjana Sosial (S.Sos)
Fakultas Dakwah Jurusan Manajemen dan Penyiaran Islam
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Pada :

Hari : Selasa
Tanggal : 26 Juni 2018

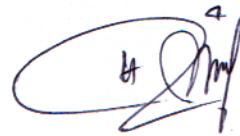
Tim Penguji

Ketua



Ninuk Indrayani, M.Pd
NIP.19780210 200912 2 002

Sekretaris



Zayinah Haririn M. Pd.I
NUP.2016030115

Anggota:

1. Drs. H Ahmad Mutohar, MM : (.....)
2. Siti Roudlatul Jannah, M.Med.Kom : (.....)



Mengetahui
Dekan Fakultas Dakwah



Dr. Abidul Asror, M.Ag
NIP.19740606 200003 1 003

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : M.Izzul Islami
NIM : 082111028
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Jurusan/Fakultas : Management Penyiaran Islam/ Dakwah
Tempat, tanggal lahir : Jember, 23 Juli 1992
Alamat : Desa Rambipuji Kecamatan Rambipuji - Jember

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul "PENGUNAAN VIDEO TUTORIAL HIJAB YOUTUBE TERHADAP TINGKAT KEPUASAN MAHASISWI IAIN JEMBER" adalah benar-benar asli karya saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan di dalamnya, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Jember,
Yang Membuat



M. Izzul Islami
NIM: 082111028

PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan kepada :

Kedua orang tua tercinta, Bapak M.Fauzi Masyhur dan Umi Siti Zaenab takkan pernah bisa membalas budi mereka selama ini, terimakasih atas segala do'anya

Saudara kandungku, M.Yunan Kurniawan dan Wahida yang selalu menyemangati dalam penelitian skripsi ini.

Almamater Fakultas Dakwah Jurusan Manajemen dan Komunikasi Islam Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam telah memberikan ilmu dan wawasan yang sangat luas. Semoga almamaterku semakin berjaya dari masa ke masa;

Ibu Siti Roudlatul Jannah, M.Med.Kom selaku dosen pembimbing yang sabar selama membimbing;

Kepada teman yang selalu membantu dan mendukungku.



**PENGGUNAAN VIDEO TUTORIAL HIJAB YOUTUBE TERHADAP
TINGKAT KEPUASAN MAHASISWI IAIN JEMBER**


SKRIPSI

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Fakultas Dakwah Jurusan Manajemen dan Penyiaran Islam
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Oleh :

Oleh:

M.Izzul Islami
NIM: 082111028

Disetujui Oleh
Pembimbing



Siti Roudlatul Jannah, M.Med.Kom
NIP.19720715 200604 2 003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER

Jl. Mataram No. 1 Mangli, Telp.: 0331-487550,427005 Fax: 0331-427005, Kode Pos: 68136
Website: <http://iain-jember.ac.id> e-mail: info@iain-jember.ac.id

26 Maret 2018

SURAT IJIN PENELITIAN

Nomor: B- **1393**/In.20/I/PP.00.9/05/2018

Berdasarkan surat permohonan saudara tertanggal 19 Maret 2018 tentang permohonan ijin penelitian untuk penyusunan skripsi, maka dengan ini kami Menerangkan bahwa:

Nama : M. Izul Islami
NIM : 082111028
Semester : XIIIIV (Empat Belas)
Fakultas Jurusan/Prodi: Dakwah/ KPI
Jenjang : S1
Tempat : IAIN Jember
Judul Penelitian : Relevansi Hijab Ala Tutorial Youtube Dengan Busana Sesuai Kode Etik IAIN Jember.

di ijinkan melakukan penelitian di IAIN Jember.

Demikian surat keterangan ini di buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.



An. Rektor
Wakil Rektor Bidang Akademik
dan Pengemb. Lembaga

Nur Solikin
Nur Solikin

ambusan : Rektor IAIN Jember sebagai laporan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER

Jl. Mataram No. 1 Mangli, Telp.: 0331-487550,427005 Fax: 0331-427005, Kode Pos: 68136
Website: <http://iain-jember.ac.id> e-mail: info@iain-jember.ac.id

28 Mei 2018

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Nomor: B-1414 /In.20/I/PP.00.9/05/2018

Berdasarkan surat permohonan saudara tertanggal 19 Maret 2018 tentang permohonan ijin Penelitian untuk penyusunan skripsi, maka dengan ini kami Menerangkan bahwa:

Nama : M. Izul Islami
NIM : 082111028
Semester : XIIIIV (Empat Belas)
Fakultas Jurusan/Prodi: Dakwah/ KPI
Jenjang : S1
Tempat : IAIN Jember
Judul Penelitian : Relevansi Hijab Ala Tutorial Youtube Dengan Busana Sesuai Kode Etik IAIN Jember.

Telah selesai melakukan penelitian di IAIN Jember.

Demikian surat keterangan ini di buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.



An. Rektor
Wakil Rektor Bidang Akademik
dan Pengemb. Lembaga

Nur Solikin

Tembusan : Rektor IAIN Jember sebagai laporan