

**ANALISIS WACANA KRITIS ROGER FOWLER
TERHADAP STEREOTIP DA'I PEREMPUAN DI
MEDIA SOSIAL TIKTOK**

SKRIPSI



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI Ayu Astutik ACHMAD SIDDIQ
NIM : 214103010015
J E M B E R

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS DAKWAH
MEI 2025**

**ANALISIS WACANA KRITIS ROGER FOWLER
TERHADAP STEREOTIP DA'I PEREMPUAN DI
MEDIA SOSIAL TIKTOK**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Fakultas Dakwah
Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam



Disusun Oleh:

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
Ayu Astutik
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
NIM : 214103010015
J E M B E R

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS DAKWAH
MEI 2025**

**ANALISIS WACANA KRITIS ROGER FOWLER
TERHADAP STEREOTIP DA'I PEREMPUAN DI
MEDIA SOSIAL TIKTOK**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri
Kiai Achmad Siddiq Jember
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Fakultas Dakwah
Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam

Oleh:

Ayu Astutik

NIM : 214103010015

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
Disetujui Pembimbing
J E M B E R


MUHIBBIN, S. Ag. M.Si.
NIP. 197111102000031018

ANALISIS WACANA KRITIS ROGER FOWLER TERHADAP STEREOTIP DA'I PEREMPUAN DI MEDIA SOSIAL TIKTOK

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi
salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Fakultas Dakwah
Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam

Hari: Rabu
Tanggal: 25 Juni 2025

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris

Ahmad Hayyan Najikh, M.Kom.I.
NIP: 198710182019031004

Arik Fajar Cahyono, M.Pd.
NIP: 198802172020121004

Anggota :

1. Dr. Minan Jauhari, S.Sos.I, M.Si.
2. Muhibbin, S.Ag, M.Si.

Menyetujui
Dekan Fakultas Dakwah


Prof. Dr. Fawaizul Umam, M.Ag
NIP. 19730227200031001

MOTTO

وَالْمُؤْمِنُونَ وَالْمُؤْمِنَاتُ بَعْضُهُمْ أَوْلِيَاءُ بَعْضٍ يَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَيُقِيمُونَ الصَّلَاةَ
وَيُؤْتُونَ الزَّكَاةَ وَيُطِيعُونَ اللَّهَ وَرَسُولَهُ أُولَئِكَ سَيَرْحَمُهُمُ اللَّهُ إِنَّ اللَّهَ عَزِيزٌ حَكِيمٌ

Artinya : "Orang-orang mukmin, laki-laki dan perempuan, sebagian mereka menjadi penolong bagi sebagian yang lain. Mereka menyuruh (berbuat) makruf dan mencegah (berbuat) mungkar, menegakkan salat, menunaikan zakat, dan taat kepada Allah dan Rasul-Nya. Mereka akan diberi rahmat oleh Allah. Sesungguhnya Allah Mahaperkasa lagi Mahabijaksana.." (QS. At-Taubah: 72)*



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

* Kementerian Agama Republik Indonesia, Al-Quran Dan Terjemahan, (Jakarta: Badan Litbang Dan Diklat Kementerian Agama, 2019),

PERSEMBAHAN

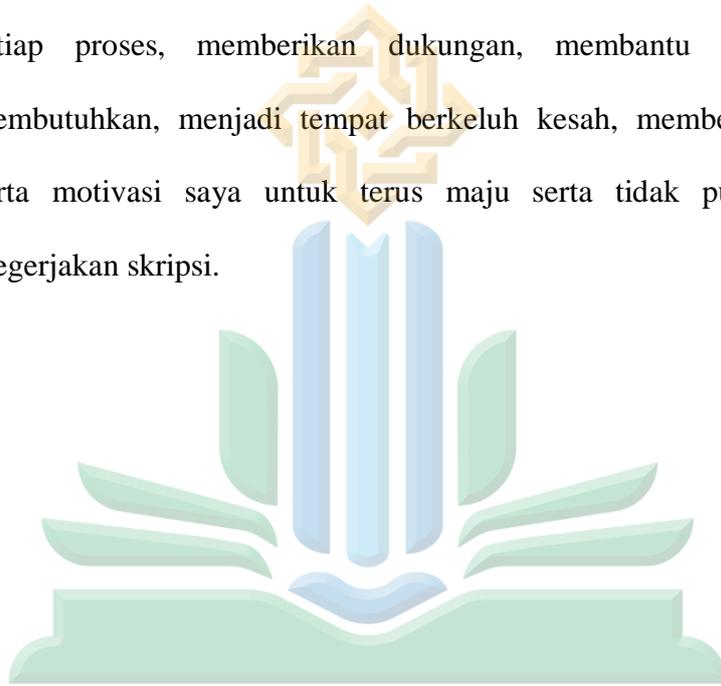
Puji syukur kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta`ala yang senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayahnya kepada saya sehingga saya bisa menyelesaikan karya yang berbentuk skripsi ini. Shalawat serta salam juga tecurah limpahkan kepada Nabi Muhammad Shallallahu Alaihi Wa Sallam.

Alhamdulillah Rabbil `alamin. Saya dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan tepat waktu dan tentu dalam pengerjaan skripsi butuh perjuangan, baik pikiran, tenaga maupun batin. Sebagai tanda terimakasih skripsi ini saya persembahkan kepada orang-orang yang telah ada untuk saya :

1. Terimakasih kepada diri saya sendiri, Ayu Astutik sudah bertahan hingga sejauh ini, terimakasih sebesar-besarnya karena sudah bertanggung jawab menyelesaikan apa yang sudah dimulai, terimakasih telah tetap melangkah di tengah ragu, tetap mencoba meski sempat ingin menyerah, dan tetap percaya saat semuanya terasa gelap. Terimakasih atas kerja keras, serta ketekunan untuk menyelesaikan tanggung jawab yang dimiliki.
2. Kepada kedua orang tua saya, Bapak Dedi Susianto dan Ibu Pujiati, serta kakak saya, Buyung Ismu. Terimakasih telah memberikan segalanya bagi saya hingga detik ini, terimakasih telah selalu mendoakan, memberikan motivasi dan semangat untuk terus maju serta tidak putus asa dan selalu mendukung penuh dari awal sampai saat ini. Tidak lupa terimakasih juga

kepada seluruh keluarga yang selalu mendukung, serta menjadi penyemangat terbaik bagi saya.

3. Terimakasih kepada sahabat-sahabat saya : Nurul Erda, Ilmalilii Alfina Sutiara, Rizkiatus Sholeha, Auriel Nadifiah Fajrin, Wasilatur Rahma, dan Coni Sholihah Ayu Lestari. Terimakasih telah menemani saya dalam setiap proses, memberikan dukungan, membantu kapanpun saya membutuhkan, menjadi tempat berkeluh kesah, memberikan semangat serta motivasi saya untuk terus maju serta tidak putus asa dalam mengerjakan skripsi.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

KATA PENGANTAR

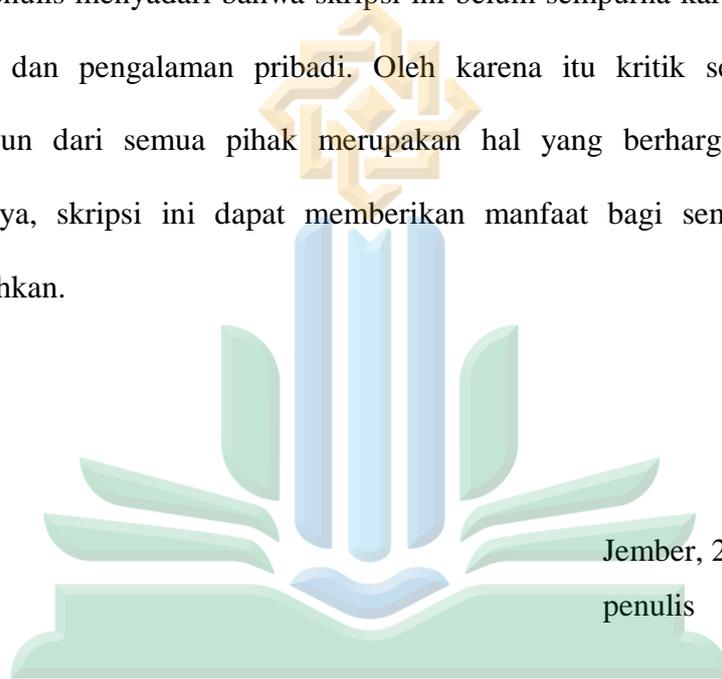
Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang memberikan rahmat bagi alam semesta dan karunia pada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan tugas akhir yaitu skripsi ini. Shalawat serta salam semoga tetap tercurah limpahkan kepada Bagnda Nabi Muhammad SAW yang telah menunjukkan dan memimbing peradaban manusia dari zaman jahiliah menuju zaman yang penuh ilmu pengetahuan. Puji syukur peneliti sampaikan kepada Allah SWT, karena atas izinnya peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul : “Analisis Wacana Kritis Roger Fowler Terhadap Stereotip Da`I Perempuan Di Media Sosial TikTok” dengan lancar.

Skripsi ini disusun sebagai bagian dari tugas akhir untuk memperoleh gelar S1 di Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri (UIN) Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, pada tahun 2025. Dengan rendah hati, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag., M.M., CPEM, selaku Rektor UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
2. Dr. Fawaizul Umam, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Dakwah UIN.
3. Ahmad Hayyan Najikh, M.Kom.I., selaku Ketua Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam.
4. Muhibbin, S.Ag, M.Si., sebagai Dosen Pembimbing atas kesabaran dan kesungguhannya dalam membimbing penulis.

5. Seluruh dosen Fakultas Dakwah yang telah berbagi ilmu, pengetahuan, dan pengalaman, serta membantu kelancaran studi penulis.
6. Serta kepada semua pihak lain yang memberikan bantuan dan dukungan, yang sayangnya tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini belum sempurna karena keterbatasan wawasan dan pengalaman pribadi. Oleh karena itu kritik serta saran yang membangun dari semua pihak merupakan hal yang berharga bagi peneliti. Harapannya, skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.



Jember, 25 Mei 2025

penulis

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Ayu Astutik

ABSTRAK

Ayu Astutik, 2025: *Analisis Wacana Kritis Roger Fowler Terhadap Stereotip Da`I Perempuan di Media Sosial TikTok*

Kata Kunci: Analisis Wacana Kritis, Roger Fowler, Stereotip Gender, Da`I Perempuan, TikTok

TikTok sebagai platform media sosial populer berperan dalam membentuk opini dan norma sosial. Namun, di balik kreativitasnya, TikTok juga berpotensi memperkuat stereotip, termasuk stereotip gender yang meremehkan peran dai perempuan dalam dakwah. Penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana bahasa di TikTok membentuk stereotip tersebut melalui pendekatan wacana kritis Roger Fowler, sehingga penulis tertarik meneliti "Analisis Wacana Kritis Roger Fowler Terhadap Stereotip Da`I Perempuan Di Media Sosial TikTok".

Fokus pada penelitian ini ialah; (1) Apa Saja Bentuk Wacana Stereotip Dai Perempuan Di Media Sosial Tik Tok?, (2) Bagaimana Gambaran Wacana Stereotip Dai Perempuan Di Media Sosial Tik Tok?, (3) Bagaimana Memaknai Wacana Stereotip Dai Perempuan Dengan Menggunakan Model Analisis Wacana Kritis Roger Fowler Di Media Sosial Tik Tok?. Tujuan dari penelitian ini adalah : (1) Untuk Mengetahui Apa Saja Bentuk Wacana Stereotip Dai Perempuan Di Media Sosial Tik Tok. (2) Untuk Mengetahui Bagaimana Gambaran Wacana Stereotip Dai Perempuan Di Media Sosial Tik Tok. (3) Untuk Mengetahui Bagaimana Memaknai Wacana Stereotip Dai Perempuan Dengan Menggunakan Model Analisis Wacana Kritis Roger Fowler Di Media Sosial Tik Tok.

Metode dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Teori yang digunakan ialah teori analisis wacana kritis Roger Fowler. Untuk memperoleh data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik observasi dan dokumentasi. Metode dalam penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan jenis kualitatif deskriptif dan teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan reduksi, penyajian data dan penarikan kesimpulan atau hipotesis. Keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa stereotip terhadap dai perempuan di TikTok terbagi menjadi tiga kategori utama: (1) Ustadzah Selebriti dan Influencer, di mana dai perempuan dinilai berdasarkan popularitas dan gaya komunikasi yang menghibur; (2) Seksualitas dan Citra, yang menekankan penilaian fisik seperti kecantikan; dan (3) Objektifikasi dan Popularitas, yang membatasi peran dakwah perempuan berdasarkan norma patriarkal. Analisis wacana mengungkap bahwa bahasa dan struktur kalimat dalam konten TikTok tidak netral, melainkan sarat dengan ideologi yang memperkuat dominasi gender. Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan Analisis Wacana Kritis, khususnya dalam konteks media sosial, serta manfaat praktis bagi dai perempuan, platform TikTok, dan masyarakat luas untuk meningkatkan kesadaran akan bias gender dan menciptakan ruang dakwah yang lebih inklusif.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat penelitian.....	7
E. Definisi istilah.....	9
F. Sistematika Pembahasan	13
BAB II KAJIAN PUTAKA	15
A. Penelitian Terdahulu.....	15
B. Kajian Teori.....	27
BAB III METODE PENELITIAN	31

A. Metode Penelitian	31
B. Lokasi Penelitian.....	32
C. Subyek Penelitian	32
D. Teknik Pengumpulan Data	33
E. Analisis Data	35
F. Keabsahan Data.....	36
G. Tahap – Tahap Peneitian	37
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	38
A. Gambaran Obyek Penelitian.....	38
B. Penyajian Data Dan Analisis	43
C. Pembahasan Temuan	61
BAB V PENUTUP.....	65
A. Simpulan.....	65
B. Saran-Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA.....	69

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	25
---------------------------------------	----



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1..... 44

Gambar 4. 2..... 46

Gambar 4. 3..... 47



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Di era digital saat ini, media sosial telah menjadi salah satu alat komunikasi yang paling berpengaruh dalam masyarakat. Platform-platform ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana untuk berbagi informasi dan hiburan, tetapi juga berperan penting dalam membentuk opini publik dan norma sosial. Sosial media memiliki peran yang signifikan dalam membentuk opini publik di masyarakat modern. Penyebaran berbagai narasi dan cerita yang tersebar luas di platform ini memiliki potensi besar untuk mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap suatu isu atau peristiwa. Dengan adanya daya sebar yang cepat, sosial media menjadi ruang bagi beragam sudut pandang untuk bersaing memperoleh perhatian dan dukungan.² Seiring dengan perkembangan ini, sejumlah media sosial mengalami lonjakan popularitas karena kemampuannya menarik minat pengguna secara masif.

Salah satu platform media sosial yang mengalami lonjakan popularitas adalah TikTok. TikTok, yang dikenal dengan nama Douyin di Tiongkok, merupakan platform media sosial berbasis video pendek yang dimanfaatkan untuk mengekspresikan kreativitas, berbagi pengetahuan, serta berbagai momen lainnya.

Aplikasi ini dikembangkan oleh ByteDance, sebuah perusahaan teknologi internet

²Ratu Fathin Raniya, dkk. Dampak Social Media Marketing Dalam Kepercayaan Konsumen (Aceh: Syiah Kuala University Press, 2024), Hal 9, https://www.google.co.id/books/edition/Dampak_Social_Media_Marketing_dalam_Kepe/o2j-EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=sosial+media+platform+yang+signifikan+dalam+membentuk+opini+publik&pg=PA9&printsec=frontcover

yang berpusat di Beijing dan didirikan oleh Zhang Yiming pada tahun 2012. TikTok pertama kali diluncurkan pada tahun 2016 dengan nama Douyin dan awalnya hanya tersedia di Tiongkok hingga tahun 2017 diluncurkan dengan nama TikTok untuk seluruh dunia. Sebelum sepenuhnya beroperasi, TikTok bergabung dengan Musical.ly, aplikasi lip sync, sebagai aplikasi seutuhnya.³

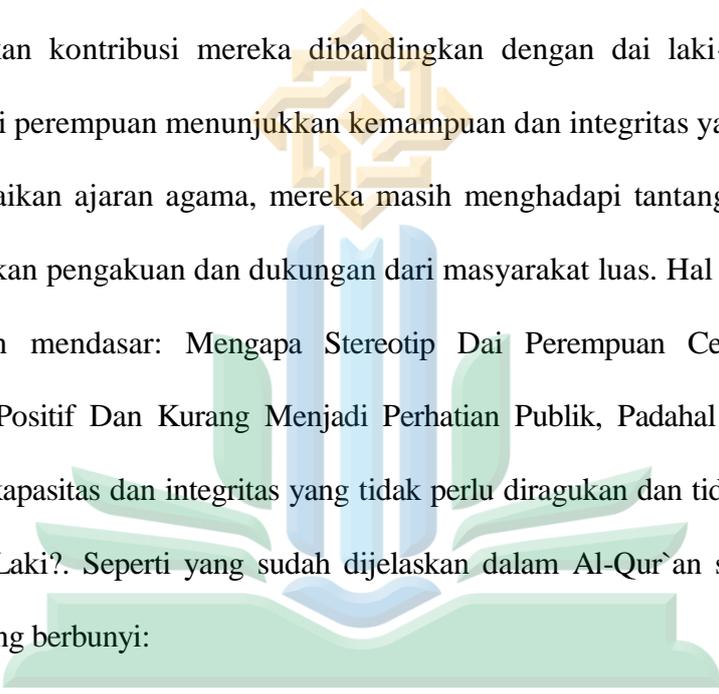
TikTok, yang dikenal dengan format video pendeknya, telah menarik perhatian pengguna dari berbagai kalangan, terutama generasi muda. Konten yang bervariasi, mulai dari tarian hingga tutorial, menjadikan TikTok sebagai ruang kreatif yang dinamis. Namun, di balik kesenangan dan hiburan yang ditawarkan, TikTok juga menjadi arena di mana stereotip dan norma-norma sosial sering kali dipertahankan atau bahkan diperkuat. Dr. Sigit Surahman, S.Sn., M.Si. menjelaskan bahwa Media sosial diperkirakan tetap menjadi elemen kunci dalam proses interaksi dan komunikasi antarindividu. Platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, serta berbagai platform baru yang mungkin hadir di masa depan, akan menjadi ruang utama bagi individu maupun komunitas untuk berbagi cerita, ide, serta pandangan mereka. Media sosial juga akan memfasilitasi terjadinya dialog yang lebih cepat dan luas mengenai berbagai isu sosial, politik, budaya, maupun agama.⁴ Namun, tidak semua isu mendapatkan tempat dan perhatian yang setara. Salah satu isu yang kerap terpinggirkan adalah representasi dan penerimaan terhadap dai perempuan di media sosial, di mana stereotip gender

³ Fdhlizha IzzatiRinanda, dan Hetty Krisnani, "Perilaku Generasi Z Terhadap Penggunaan Media Sosial TIKTOK: TIKTOK Sebagai Media Edukasi Dan Aktivisme," Social Work Jurnal, Vol 10, No. 2: Hal 200 .

⁴ Dr. Sigit Surahman, S.Sn., M.Si, (Jakarta: KENCANA, 2024), 230, https://www.google.co.id/books/edition/Memahami_Kajian_Media_Dan_Budaya_Pendeka/iaH7EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=sosial+media+TikTok+platform+yang+signifikan+dalam+membentuk+opini+publik+dan+menyebarkan+informasi&pg=PA230&printsec=frontcover

justeru sering kali diperkuat melalui komentar, penyajian visual, maupun narasi yang dibangun dalam konten-konten dakwah.

Stereotip gender adalah adalah pandangan umum yang menyederhanakan karakteristik dan perilaku yang diasosiasikan dengan pria dan wanita.⁵ Dalam konteks dakwah, dai perempuan sering kali terjebak dalam stereotip yang meremehkan kontribusi mereka dibandingkan dengan dai laki-laki. Meskipun banyak dai perempuan menunjukkan kemampuan dan integritas yang tinggi dalam menyampaikan ajaran agama, mereka masih menghadapi tantangan besar dalam mendapatkan pengakuan dan dukungan dari masyarakat luas. Hal ini menciptakan pertanyaan mendasar: Mengapa Stereotip Dai Perempuan Cenderung Belum Direspon Positif Dan Kurang Menjadi Perhatian Publik, Padahal Dai Perempuan memiliki kapasitas dan integritas yang tidak perlu diragukan dan tidak kalah dengan Dai Laki-Laki?. Seperti yang sudah dijelaskan dalam Al-Qur`an surah At-Taubah ayat 71 yang berbunyi:



 وَالْمُؤْمِنُونَ وَالْمُؤْمِنَاتُ بَعْضُهُمْ أَوْلِيَاءُ بَعْضٍ يَأْمُرُونَ
 بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ

artinya : "Dan orang-orang mukmin, lelaki dan perempuan, sebagian mereka adalah penolong bagi sebagian yang lain. Mereka menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar..."⁶

⁵ Zelika Nidya Damarani, dkk, Gender, Kekerasan Seksual Dan Anak, (Sidoarjo: Duta Sain Indonesia, 2024), Hal 31,
https://books.google.co.id/books?id=HDUwEQAAQBAJ&newbks=0&printsec=frontcover&pg=PA31&dq=stereotip+gender&hl=id&source=newbks_fb&redir_esc=y#v=onepage&q=stereotip%20gender&f=false

⁶ Kementerian Agama Republik Indonesia, Al-Quran Dan Terjemahan, (Jakarta: Badan Litbang Dan Diklat Kementerian Agama, 2019)

Ayat ini menegaskan bahwa laki-laki dan perempuan yang beriman memiliki kedudukan sejajar dalam hal berdakwah, yaitu menyeru kepada kebaikan (*amar ma`ruf*) dan mencegah kemungkaran (*nahi munkar*). Penggunaan kalimat “*ba'dhum awliya'u ba'dh*” (sebagian mereka adalah penolong bagi sebagian yang lain) menunjukkan bahwa tidak ada dominasi satu gender atas yang lain dalam peran keagamaan ini. Keduanya disebut secara eksplisit “*al-mu'minuun*” (laki-laki mukmin) dan “*al-mu'minaati*” (perempuan mukmin) untuk menunjukkan kesetaraan tanggung jawab dalam membentuk tatanan masyarakat yang Islami dan bermoral. Hal ini sekaligus membantah pandangan yang menyudutkan atau membatasi peran perempuan hanya di ruang domestik, dan membuka ruang bahwa perempuan pun memiliki hak dan kewajiban untuk terlibat aktif dalam dakwah, termasuk di ruang publik dan media, seperti media sosial, ceramah, atau pendidikan.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sukma Ari Ragi Putri menjelaskan bahwa stereotip terhadap perempuan dalam unggahan media sosial dimunculkan melalui narasi visual yang menempatkan perempuan dalam peran domestik, lemah, dan bergantung pada norma sosial patriarkal. Serta stereotip terhadap perempuan dalam masyarakat disebut sebagai kekerasan struktural dimana perempuan didominasi dengan cara distereotipisasi dan dilihat dari kacamata laki-laki.⁷ Meskipun banyak studi telah mengangkat isu stereotip gender, namun tidak ada yang secara khusus mengkaji bagaimana bahasa dan

⁷ Sukma Ari Ragil Putri, “Potret Perempuan Di Median Sosial,” *Jurnal Representamen*, Vol. 7, No. 02 (Oktober 2021).

struktur wacana di media sosial terutama TikTok berperan dalam membentuk stereotip terhadap dai perempuan. Serta belum adanya kajian yang secara mendalam membongkar bagaimana bahasa digunakan untuk membingkai citra perempuan dalam dakwah digital melalui pendekatan linguistik dan ideologi wacana. Namun, fokus penelitian tersebut lebih menitikberatkan pada analisis visual dan semiotika, sehingga belum mengungkap secara mendalam bagaimana struktur bahasa dalam konten media sosial turut membentuk dan mereproduksi stereotip gender, khususnya terhadap dai perempuan. Untuk mengisi kekosongan tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan Analisis Wacana Kritis Roger Fowler yang memungkinkan pembacaan ideologis atas teks dan bahasa, sehingga dapat mengungkap bias atau dominasi yang tersembunyi dalam pilihan kata, narasi, dan struktur kalimat dalam ruang dakwah digital seperti TikTok.

Melalui analisis wacana kritis Roger Fowler, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana bahasa dan pilihan kosakata dalam konten TikTok berkontribusi pada pembentukan dan penguatan stereotip terhadap dai perempuan. Dengan memahami mekanisme ini, kita dapat mengidentifikasi faktor-faktor yang menyebabkan kurangnya respons positif dari publik terhadap keberadaan dai perempuan dalam dakwah.

Dari uraian diatas penulis tertarik untuk mengambil judul tentang” **Analisis Wacana Kritis Roger Fowler Terhadap Stereotip Da`I Perempuan Di Media Sosial TikTok**”. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mendalam mengenai gender dan komunikasi serta memberikan kontribusi dalam upaya mengurangi stereotip negatif terhadap perempuan

terutama da'i perempuan di ruang publik. Dengan demikian, pemahaman yang lebih baik tentang peran media sosial seperti TikTok dalam membentuk stereotip gender dapat membantu menciptakan lingkungan yang lebih inklusif dan adil bagi semua individu, terlepas dari jenis kelamin mereka.

B. Fokus Penelitian

berdasarkan konteks penelitian diatas, peneliti mengemukakan fokus masalah sebagai berikut:

1. Apa Saja Bentuk Wacana Stereotip Dai Perempuan Di Media Sosial Tik Tok?
2. Bagaimana Gambaran Wacana Stereotip Dai Perempuan Di Media Sosial Tik Tok?
3. Bagaimana Memaknai Wacana Stereotip Dai Perempuan Dengan Menggunakan Model Analisis Wacana Kritis Roger Fowler Di Media Sosial Tik Tok?

C. Tujuan Penelitian

Setiap penulisan karya ilmiah tentu memiliki tujuan yang ingin dicapai, baik untuk mengungkap maupun mengembangkan hal-hal yang belum diketahui sebelumnya. Melalui pendekatan kualitatif deskriptif, peneliti dapat menyampaikan pemahaman yang menyeluruh dan mendalam mengenai situasi sosial yang kompleks. Adapun tujuan yang dimaksud adalah sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui Apa Saja Bentuk Wacana Stereotip Dai Perempuan Di Media Sosial Tik Tok.
2. Untuk Mengetahui Bagaimana Gambaran Wacana Stereotip Dai Perempuan Di Media Sosial Tik Tok.

3. Untuk Mengetahui Bagaimana Memaknai Wacana Stereotip Dai Perempuan Dengan Menggunakan Model Analisis Wacana Kritis Roger Fowler Di Media Sosial Tik Tok.

D. Manfaat penelitian

Penelitian mengenai Analisis Wacana Kritis Terhadap Stereotip Da`I Perempuan Di Media Sosial TikTok memiliki manfaat praktis dan teoritis sebagai berikut:

1. Manfaat Praktis

a. Bagi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan bacaan dan referensi tambahan dalam pengembangan ilmu komunikasi dakwah berbasis media digital. Penelitian ini juga memberikan gambaran bagaimana konstruksi bahasa dan representasi sosial dalam konten dakwah di TikTok dapat mencerminkan ideologi tertentu, khususnya terkait stereotip gender.

Dengan demikian, penelitian ini dapat memperkaya kajian komunikasi Islam dan mendorong mahasiswa untuk lebih kritis terhadap penggunaan media sosial dalam berdakwah.

b. Bagi Lembaga UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran bagi lembaga, khususnya dalam upaya penguatan literasi media dan dakwah digital yang berkeadilan gender. Penelitian ini juga dapat menjadi rujukan akademik dalam pengembangan kurikulum atau kegiatan ilmiah lainnya yang berkaitan dengan analisis wacana, studi gender, dan

komunikasi Islam, baik di lingkungan fakultas dakwah maupun studi interdisipliner lainnya.

c. Bagi Pembaca

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran pembaca terhadap pentingnya menganalisis pesan dakwah secara kritis, terutama dalam konteks media sosial. Pembaca diharapkan mampu memahami bagaimana stereotip terhadap da'i perempuan dibentuk melalui bahasa dan media, serta belajar menilai konten keagamaan secara objektif. Selain itu, pembaca juga dapat memperoleh pemahaman tentang pentingnya menyajikan dakwah yang adil dan inklusif di era digital.

2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengembangan teori Analisis Wacana Kritis Roger Fowler dengan menerapkannya pada konteks media sosial digital, khususnya TikTok. Dengan menganalisis pilihan kosakata, struktur kalimat, dan representasi visual dalam konten dakwah yang disampaikan oleh da'i perempuan, penelitian ini memperluas cakupan penerapan AWK ke ranah digital dan sosial-keagamaan kontemporer. Selain itu, penelitian ini juga memperkaya khazanah keilmuan dalam studi gender dan komunikasi Islam, dengan menghadirkan perspektif baru terkait bagaimana stereotip terhadap da'i perempuan dibentuk, direproduksi, dan dimaknai dalam ruang publik digital.

E. Definisi istilah

Definisi istilah memuat penjelasan mengenai istilah-istilah kunci yang menjadi fokus perhatian peneliti dalam judul penelitian. Tujuannya adalah untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman dalam menafsirkan makna dari istilah-istilah yang digunakan oleh peneliti.⁸ Adapun definisi istilah yang berkaitan dengan judul penelitian “Analisis Wacana Kritis Roger Fowler terhadap Stereotip Da’i Perempuan di Media Sosial TikTok” adalah sebagai berikut:

1. Analisis Wacana Kritis Roger Fowler

Analisis wacana merupakan istilah umum yang digunakan di berbagai bidang ilmu, namun secara garis besar berkaitan dengan kajian tentang bahasa dan penggunaannya. Dalam analisis wacana, terdapat tiga pendekatan utama terhadap bahasa. Pertama, pendekatan positivis-empiris, yang memandang bahasa sebagai sarana penghubung antara manusia dan objek di luar dirinya. Dalam pandangan ini, pengalaman manusia diyakini dapat diungkapkan secara langsung melalui bahasa. Kedua, pendekatan konstruktivis, yang menilai bahwa bahasa tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk memahami realitas objektif, tetapi juga terkait erat dengan subjek yang menyampaikan makna. Ketiga, pendekatan kritis, yang hadir untuk mengkritisi pandangan konstruktivisme karena dianggap kurang peka terhadap proses historis dan institusional dalam pembentukan dan reproduksi makna.⁹

⁸ Tim penyusun UIN KHAS Jember, “pedoman penulisan karya ilmiah UIN KHAS Jember” (Jember:UIN KHAS Jember), Hal 45.

⁹ Eriyanto, Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media, (Yogyakarta:LKiS, 2001), Hal 3-7

Analisis wacana kritis merupakan cabang dari analisis wacana yang berfokus pada penggunaan kosakata dan struktur tata bahasa. Pendekatan ini menyediakan teori dan metode yang dapat dimanfaatkan dalam studi empiris untuk mengungkap ideologi dan pemikiran tertentu yang dimiliki oleh penulis. Dalam hal ini, penulis memilih dan menggunakan bahasa serta tata bahasanya dengan cara yang mencerminkan pandangan atau ideologi tertentu.¹⁰

Analisis wacana roger fowler memberikan fokus tentang bagaimana bahasa digunakan untuk membentuk dan juga menyampaikan sebuah perspektif dan ideologi tentang realitas sosial. Kemudian bahasa ini mampu menggambarkan sebuah realitas bagaimana dunia dilihat. Selain itu, fungsi dari tata bahasa dan kosa kata juga berpengaruh di dalamnya.¹¹

2. Stereotip

Stereotip merupakan proses kognitif, bukan reaksi emosional. Ia tidak selalu mengarah pada tindakan yang sengaja dilakukan untuk merendahkan atau menyudutkan orang lain. Stereotip hanyalah suatu cara atau metode untuk menyederhanakan pandangan terhadap dunia. Meski demikian, stereotip tidak seharusnya menghalangi seseorang dalam melihat keberagaman individu, karena jika hal tersebut terjadi, maka akan menjadi tidak adaptif, tidak adil, dan berpotensi bersifat merendahkan.

Secara umum, stereotip merupakan pandangan atau persepsi terhadap suatu kelompok sosial yang kemudian secara otomatis dilekatkan pada setiap

¹⁰ Eva Ferawati Rahman, dan Agus Hamdani, "Strategi Penggunaan Kosakata Dan Tata Bahasa Pada Berita Media Online Indonesia (Analisis Wacana Kritis Model Roger Fowler)", *Jurnal Pembelajaran dan Sastra*, Vol 10, No 1 (April 2023): Hal 4

¹¹ Eriyanto, *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*, (Yogyakarta:LKiS, 2001), Hal 133-134

individu dalam kelompok tersebut. Informasi mengenai kelompok tersebut umumnya diperoleh melalui pihak lain atau media, dan sering kali disesuaikan dengan keyakinan atau sudut pandang pribadi, sehingga membentuk pola pikir stereotipikal. Proses ini menjadi bagian dari mekanisme terbentuknya stereotip. Stereotip dapat bersifat positif maupun negatif, akurat ataupun keliru, serta dapat ditujukan kepada individu maupun kelompok-kelompok kecil dalam masyarakat. Contoh stereotip antara lain:

- a) Orang gemuk dianggap malas dan rakus.
- b) Orang Arab dicap sebagai teroris.
- c) Polisi diasumsikan bisa disuap dengan uang.

Beberapa hal penting dari definisi stereotip tersebut adalah bahwa penilaiannya bersifat subjektif dan bisa membentuk kesan positif maupun negatif. Meskipun umumnya bernuansa negatif, ada kalanya stereotip mengandung kebenaran, namun sering kali tidak memiliki dasar yang kuat. Mengandalkan stereotip dapat menyebabkan kesesatan berpikir. Umumnya, stereotip muncul dari individu yang belum mengenal secara mendalam orang atau kelompok lain. Ketika seseorang mulai mengenal kelompok atau etnis tertentu dengan lebih dekat, maka stereotip terhadap mereka cenderung akan berkurang atau menghilang. Hal ini terjadi karena stereotip memengaruhi persepsi dan ingatan kita terhadap perilaku orang-orang dari kelompok lain. Ia juga menciptakan gambaran yang terlalu disederhanakan terhadap individu dalam kelompok tersebut, dan membuat seseorang cenderung

menyamarkan perilaku satu individu sebagai cerminan seluruh kelompok. Selain itu, stereotip juga dapat memicu sikap menyalahkan pihak lain atau pengkambinghitaman.¹²

3. Da'i Perempuan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), da'i diartikan sebagai seseorang yang melakukan dakwah atau pendakwah. Istilah ini juga merujuk pada individu yang menyampaikan pesan-pesan keagamaan atau menyebarkan ajaran agama kepada masyarakat luas. Moh. Ali Aziz menjelaskan bahwa da'i adalah seorang muslim, baik laki-laki maupun perempuan, yang menjadikan aktivitas dakwah sebagai tugas utama yang melekat pada peran ulama. Seorang ahli dakwah dapat berupa wa'ad, mubaligh, mustamsikin, atau penyuluh agama yang bertugas mengajak, mengedukasi, dan memberikan pemahaman tentang ajaran Islam. Sementara itu, perempuan didefinisikan sebagai manusia yang berjenis kelamin wanita atau merupakan lawan jenis dari laki-laki.¹³

4. Media Sosial TikTok

Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein, media sosial adalah sekumpulan aplikasi yang berjalan melalui jaringan internet dengan dasar ideologi tertentu, yang memanfaatkan teknologi web 2.0 guna memungkinkan para penggunanya untuk saling bertukar konten. Di sisi lain, Antony Mayfield

¹² Dr. Jannatun Nisa, M.A, Stereotip dan Prasangka Dalam Komunikasi Antarbudaya Muslim Pribumi dan Etnis Cina (Surabaya: Scopindo Media Pustaka 2021), Hal 24-25
<https://books.google.co.id/books?id=TfAvEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>

¹³ Departemen pendidikan dan kebudayaan, Kamus Besar Bahasa Indonesia (Jakarta: Balai Pustaka, 1985), Hal 670

dari iCrossing mengemukakan bahwa media sosial merupakan wadah bagi individu untuk menampilkan diri secara otentik, berbagi ide, menjalin kolaborasi, bekerja sama dalam menciptakan karya, berdiskusi, berpikir bersama, menemukan teman sejati, pasangan hidup, hingga membentuk suatu komunitas.

TikTok, yang di Tiongkok dikenal dengan nama Douyin, adalah platform media sosial berbasis video pendek yang memungkinkan penggunanya untuk mengekspresikan kreativitas, berbagi informasi, serta mendokumentasikan berbagai momen kehidupan. Aplikasi ini dikembangkan oleh ByteDance, sebuah perusahaan teknologi asal Beijing yang didirikan oleh Zhang Yiming pada tahun 2012. TikTok pertama kali dirilis pada tahun 2016 dengan nama Douyin dan hanya tersedia di pasar Tiongkok. Setahun kemudian, pada 2017, aplikasi ini mulai diperkenalkan secara internasional dengan nama TikTok. Sebelum merambah pasar global sepenuhnya, TikTok sempat bergabung dengan aplikasi lip sync populer bernama Musical.ly, yang kemudian disatukan menjadi satu platform yang lebih besar.¹⁴

F. Sistematika Pembahasan

Agar pembaca dapat mengikuti alur pemikiran dengan jelas, penulis menyusun sistematika penulisan secara terstruktur sebagai berikut:

¹⁴ Fdhlizha IzzatiRinanda, dan Hetty Krisnani, "Perilaku Generasi Z Terhadap Penggunaan Media Sosial TIKTOK: TIKTOK Sebagai Media Edukasi Dan Aktivisme," Social Work Jurnal, Vol 10, No. 2: Hal 200 .

BAB I: Pendahuluan Bagian ini menyajikan kerangka umum penelitian, meliputi latar belakang, fokus penelitian, manfaat studi, serta definisi istilah-istilah kunci yang berkaitan dengan judul.

BAB II: Kajian Pustaka Terdiri atas dua bagian utama: tinjauan penelitian terdahulu yang relevan dengan judul “Analisis Wacana Kritis Roger Fowler Terhadap Stereotip Perempuan Di Media Sosial TikTok”, dan kerangka teori yaitu teori Analisis Wacana Kritis Roger Fowler yang menjadi landasan analisis.

BAB III: Metode Penelitian Menguraikan secara detail pendekatan dan jenis penelitian, lokasi dan subjek studi, teknik pengumpulan data, prosedur analisis, serta upaya validasi data, sesuai dengan kondisi di lapangan.

BAB IV: Penyajian Data dan Analisis Menampilkan gambaran menyeluruh tentang objek penelitian, memaparkan data yang terkumpul, dan membahas temuan penelitian dalam kerangka analisis yang telah ditetapkan.

BAB V: Penutup Memuat kesimpulan yang diringkas dari keseluruhan pembahasan, serta rekomendasi - terdiri dari saran untuk penelitian selanjutnya dan usulan yang relevan dengan konteks penelitian.

BAB II

KAJIAN PUTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Dalam bagian ini, peneliti menyajikan rangkuman dari berbagai hasil penelitian sebelumnya yang memiliki keterkaitan dengan topik penelitian saat ini. Temuan-temuan tersebut mencakup karya ilmiah yang telah dipublikasikan maupun yang belum, seperti tesis, disertasi, serta artikel dalam jurnal ilmiah. Penelitian-penelitian terdahulu ini dijadikan sebagai bahan pembandingan dan referensi, serta untuk menghindari adanya anggapan bahwa penelitian ini memiliki kesamaan dengan studi yang telah dilakukan sebelumnya. Oleh karena itu, peneliti mencantumkan beberapa hasil penelitian terdahulu sebagai berikut:

1. Siti Sarah Sakinayati Hartati, dan Eunis Khoerunnisa. (2021)¹⁵

Penelitian pertama yang disusun oleh Siti Sarah Sakinayati Hartati, Eunis Khoerunnisa. (2021), berjudul “Biar Gender Dalam Dakwah Thoriqoh Qodiriyah Naqsabandiyah Pondok Pesantren Suryalaya”, pada Jurnal Ilmu Dakwah Tasawuf, Vol. 3, No. 1. Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan metode penelitian kualitatif, dengan menggunakan teori dakwah dan teori komunikasi gender. Dengan fokus penelitian a. Bagaimana persepsi jamaah TQN PP Suryalaya mengenai peran Da’i Perempuan sekarang?; b. Bagaimana urgensi peran da’i perempuan dalam dakwah TQN PP Suryalaya ?.

¹⁵ Siti Sarah Sakinayati Hartati, dan Eunis Khoerunnisa, “Bias Gender Dalam Dakwah Thoriqoh Qodiriyah Naqsabandiyah Pondok Pesantren Suryalaya,” Jurnal Ilmu Dakwah Dan Tasawuf, Vol. 3, No. 1 (Maret 2021) Hal 18-19.

Persamaan penelitiannya ialah sama-sama meneliti tentang penilaian atau tanggapan masyarakat (stereotip) terhadap da'i perempuan, serta metode penelitiannya sama-sama menggunakan metode kualitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek yang dikaji. Jika Siti Sarah Sakinayati Hartati, dan Eunis Khoerunnisa menggunakan objek Thoriqoh Qodiriyah Naqsabandiyah Pondok Pesantren Suryalaya, sementara objek yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah sosial media TikTok. Serta terdapat perbedaan pada teori yang digunakan. Jika Siti Sarah Sakinayati Hartati, dan Eunis Khoerunnisa menggunakan teori dakwah dan teori komunikasi gender. Namun pada penelitian ini peneliti menggunakan teori analisis wacana roger fowler.

2. Feryna Nur Rosyidah, dan Nunung nurwati.¹⁶

Penelitian kedua yang disusun oleh Feryna Nur Rosyidah, dan Nunung nurwati, yang berjudul "Gender Dan Stereotipe: Konstruksi Realitas Dalam Media Sosial Instagram", pada Jurnal Social Work Jurnal, Vol. 9, No. 1. Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode etnografi virtual. Dan fokus kajian dalam artikel tersebut membahas (1) konstruksi realitas dalam media sosial, dan (2) hubungan antara gender dan stereotipe yang terjadi dalam ruang media sosial Instagram.

Persamaan penelitiannya adalah terletak pada isu yang dibahas, dimana pada penelitian yang dilakukan oleh Feryna dan Nunung meneliti

¹⁶ Feryna Nur Rosyidah, Nunung Nurwati, "Gender Dan Stereotipe: Konstruksi Realitas Dalam Media Sosial Instagram," Social Work Jurnal, Vol. 9, No. 1.

tentang stereotip gender di media sosial instagram. Serta pendekatan yang digunakan juga sama berupa pendekatan kualitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek yang diteliti, dimana penelitian yang dilakukan oleh Feryna dan Nunung menggunakan media sosial Instagram sebagai objeknya, namun penelitian yang dilakukan peneliti dengan judul Analisis Wacana Kritis Roger Fowler Terhadap Stereotip Da`I Perempuan Di Media Sosial TikTok, menggunakan objek media sosial TikTok. Selain itu terdapat perbedaan pada teori yang digunakan, Feryna dan Nunung menggunakan teori etnografi virtual, sedangkan peneliti menggunakan teori analisis kritis wacana roger fowler.

3. Nanik Mujiati. (2024)¹⁷

Penelitian ketiga disusun oleh Nanik Mujiati. (2024). Yang berjudul “Perspektif Islam Tentang Stereotip Gender Perempuan”, pada Jurnal Studi, Sosial, Dan Ekonomi, Vol. 5, No. 1. Penelitian yang menggunakan metode penelitian kualitatif, serta dengan fokus masalah analisis terhadap stereotip gender yang melekat pada perempuan dalam masyarakat.

Persamaan penelitiannya ialah terletak pada isu yang dibahas, dimana Nanik membahas atau meneliti tentang stereotip perempuan. Serta metode penelitian yang digunakan sama, yaitu metode penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian, dimana penelitian yang dilakukan oleh Nanik tidak memfokuskan pada khalayak tertentu

¹⁷ Nanik Mujiati, “Perspektif Islam Tentang Stereotip Gender Perempuan,” Jurnal Studi, sosial, dan Ekonomi, Vol. 5, No. 1 (Januari 2024):

atau pada seseorang, namun penelitian tersebut bersifat luas dimana objek penelitiannya ialah perempuan pada masyarakat umum. Sedangkan penelitian ini menggunakan objek media sosial TikTok. Serta terdapat perbedaan pada isu yang diteliti, dimana Nanik meneliti tentang Stereotip Gender Perempuan, namun peneliti pada penelitian ini meneliti tentang Stereotip Da`i Perempuan.

4. Nurun Najwah. (2022)¹⁸

Penelitian yang keempat disusun oleh Nurun Najwah. (2022). Yang berjudul “*Dehumanization Of Woman By Da`iyah (Media Contest In Religious Lectures,*” pada Jurnal Living Hadis, UIN Sunan Kalijaga, Vol. VII, No. I. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis konten, penelitian ini berfokus pada analisis narasi dari ceramah tiga da`iyah yang disampaikan melalui platform media sosial YouTube. Teori yang digunakan ialah teori gender dan teori media. Dengan fokus penelitian sebagai berikut: (1) Bagaimana nilai-nilai (agama) tentang dehumanisasi perempuan dipresentasikan dalam ceramah agama di media; (2) Bagaimana peran *da`iyah* dalam mempengaruhi dehumanisasi perempuan; dan (3) Bagaimana kontestasi media dalam ceramah agamayang tidak memanusiakan perempuan.

Persamaan penelitiannya terletak pada isu yang di teliti, penelitian yang dilakukan oleh Najwah mengkaji tentang stereotip yang melekat pada perempuan. Serta penelitian yang dilakukan oleh Najwah menyoroti peran

¹⁸ Nurun Najwah, “Dehumanization Of Woman By Da`iyah (Media Contest In Religious Lectures),” Jurnal Living Hadis, UIN Sunankalijaga Yogyakarta, Vol. 7, No 1, (Juli 2022).

perempuan dalam konteks dakwah, dengan fokus pada bagaimana perempuan sebagai da'i terlibat dalam penyampaian pesan dakwah. Selain itu terdapat persamaan pada metode yang dipakai, yaitu sama-sama menggunakan metode kualitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian, dimana penelitian yang dilakukan oleh Najwah menggunakan tiga da'i di media sosial YouTube. Sedangkan penelitian ini menggunakan media sosial TikTok sebagai objek penelitian. Teori yang digunakan juga berbeda dimana Najwah menggunakan pendekatan atau teori analisis konten sedangkan peneliti menggunakan teori analisis wacana roger fowler.

5. Sukma Ari Ragil Putri (2021)¹⁹

Penelitian yang kelima disusun oleh Sukma Ari Ragil Putri. (2021) yang berjudul “Potret Stereotip Perempuan Di Media Sosial” pada Jurnal Representamen Vol. 7, No. 02. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis semiotika Roland Barthes. Dengan fokus penelitian untuk menggambarkan dan menganalisis bentuk-bentuk stereotip gender yang muncul di media sosial, khususnya pada unggahan di akun Instagram @zoyalovers.

Persamaan penelitiannya terletak pada isu yang diteliti, dimana Sukma meneliti tentang stereotip perempuan di media sosial, selain itu persamaan lainnya terletak pada metode penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek yang diteliti, Sukma meneliti tentang

¹⁹ Sukma Ari Ragil Putri, “Potret Perempuan Di Media Sosial,” Jurnal Representamen, Vol. 7, No. 02 (Oktober 2021).

stereotip perempuan di media sosial instagram, sedangkan penelitian ini menggunakan media sosial TikTok sebagai objek penelitian. Perbedaan lainnya terletak pada teori yang digunakan, dimana Sukma menggunakan teori analisis semiotika roland barthes, sedangkan penelitian ini menggunakan teori analisis wacana kritis roger fowler.

6. Prinsella Balqis Lubis. (2023)²⁰

Penelitian yang keenam disusun oleh Prinsella Balqis Lubis. (2023) yang berjudul “Analisis Wacana Kritis Perspektif Sara Mills Dalam Media Sosial Pada Akun Instagram @Lambeturah” pada jurnal pendidikan bahas indonesia Vol. 3, No. 1. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan analisis wacana kritis Sara Mills. Fokus penelitiannya adalah menganalisis posisi subjek-objek dan pembaca dalam wacana yang muncul di kolom komentar pada akun Instagram @lambeturah, khususnya terhadap pemberitaan yang menyudutkan perempuan.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti terletak pada isu yang dikaji, yaitu sama-sama membahas representasi dan stereotip terhadap perempuan di media sosial, serta sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif, dan sama –sama menggunakan analisis wacana kritis. Perbedaannya terletak pada objek dan teori yang digunakan. Prinsella meneliti akun Instagram gosip selebriti, sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti meneliti tentang stereotip terhadap da`i

²⁰Prinsella Balqis Lubis, “Analisis Wacana Kritis Perspektif Sara Mills Dalam Media Sosial Pada Akun Instagram @lambeturah,” *EUNOIA (Jurnal Pendidikan Bahasa Indonesia)* 3, no. 1 (2023): 55, <https://doi.org/10.30821/eunoi.v3i1.2547>.

perempuan di media sosial TikTok. Selain itu, penelitian tersebut menggunakan pendekatan Sara Mills, sedangkan penelitian ini menggunakan teori analisis wacana kritis Roger Fowler.

7. Nara Garini Ayuningrum. (2021)²¹

Penelitian yang ketujuh disusun oleh Nara Garini Ayuningrum. (2021) yang berjudul “Analisis Wacana Kritis Komentar Seksual dalam Media Sosial Twitter Laki-Laki Bereksresi Gender Feminin” dalam *Jurnal Wanita dan Keluarga* Vol. 2, No. 2. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis wacana kritis Norman Fairclough. Penelitian ini fokus pada bagaimana komentar-komentar netizen membentuk kekerasan simbolik terhadap laki-laki dengan ekspresi feminin di media sosial Twitter.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah sama-sama menggunakan metode kualitatif dan pendekatan analisis wacana kritis, serta sama-sama membahas wacana seputar ekspresi gender yang menyimpang dari norma mayoritas. Perbedaannya terletak pada objek dan tokoh yang diteliti. Nara meneliti laki-laki feminin di Twitter, sedangkan penelitian ini meneliti stereotip terhadap da'i perempuan di media sosial TikTok. Selain itu, Nara menggunakan teori Fairclough, sedangkan peneliti menggunakan teori Roger Fowler.

²¹ Nara Garini Ayuningrum, “Analisis Wacana Kritis Komentar Seksual Dalam Media Sosial Twitter Laki-Laki Bereksresi Gender Feminin,” *Jurnal Wanita Dan Keluarga* 2, no. 2 (2021): 117–26, <https://doi.org/10.22146/jwk.3620>.

8. Baiti Rahmawati dan Abdul Muhid (2019)²²

Penelitian yang kedelapan disusun oleh Baiti Rahmawati dan Abdul Muhid (2019) dengan judul “Analisis Wacana Kritis di Media Sosial (Studi pada Fenomena Pro-Kontra Penolakan Dakwah Ustadz Abdul Somad)” yang dipublikasikan dalam Jurnal Tabligh Volume 20 No. 1. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teori analisis wacana kritis dari Norman Fairclough dan teori hegemoni Antonio Gramsci. Fokus penelitian ini adalah pada bagaimana wacana penolakan terhadap Ustadz Abdul Somad terbentuk dan berkembang di media sosial, terutama melalui Twitter.

Persamaan dengan penelitian ini terletak pada objek kajian yang berfokus pada respons publik terhadap tokoh dakwah serta penggunaan media sosial sebagai bahan analisis. Sama-sama mengkaji bagaimana diskursus publik bisa membentuk legitimasi atau delegitimasi terhadap da'i. Perbedaannya terletak pada subjek yang diteliti, di mana Baiti dan Abdul Muhid meneliti tokoh da'i laki-laki (Ustadz Abdul Somad), sedangkan penelitian ini fokus pada da'i perempuan. Selain itu, teori yang digunakan dalam penelitian Baiti Rahmawati dan Abdul Muhid adalah teori Fairclough dan Gramsci, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti menggunakan teori analisis wacana kritis dari Roger Fowler.

²² Baiti Rahmawati and Abdul Muhid, “Analisis Wacana Kritis Di Media Sosial (Studi Pada Fenomena Pro-Kontra Penolakan Dakwah Ustadz Abdul Somad),” *Jurnal Dakwah Tabligh* 20, no. 1 (2019): 126, <https://doi.org/10.24252/jdt.v20i1.9608>.

9. M. Zaenul Muttaqin dan Sriyono (2021)²³

Penelitian yang kesembilan disusun oleh M. Zaenul Muttaqin dan Sriyono. (2021) dengan judul “Konstruksi Opini Publik melalui Media Sosial: Studi Pendekatan Analisis Wacana Kritis Grup Facebook Lintas Kejadian Kota Jayapura pada Bulan Juni 2021” dalam Jurnal Politik dan Pemerintahan Vol. 1, No. 2. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis wacana kritis model Fairclough. Penelitian ini meneliti bagaimana opini publik terbentuk melalui interaksi warganet dalam grup Facebook Lintas Kejadian Kota Jayapura, khususnya mengenai isu-isu sosial dan politik daerah.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah sama-sama menggunakan media sosial sebagai ruang produksi wacana dan metode kualitatif dengan pendekatan analisis wacana kritis. Perbedaannya adalah dari segi fokus dan objek kajian. Zaenul dan Sriyono meneliti opini publik terkait isu sosial-politik lokal, sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti fokus pada stereotip terhadap da'i perempuan dalam konteks dakwah Islam. Selain itu, M. Zaenul Muttaqin dan Sriyono menggunakan media sosial Facebook sebagai lokasi penelitian, sedangkan peneliti menggunakan media sosial TikTok.

²³ M. Zaenul Muttaqin and Sriyono Sriyono, “Konstruksi Opini Publik Melalui Media Sosial: Studi Pendekatan Analisis Wacana Kritis Grup Facebook Lintas Kejadian Kota Jayapura Pada Bulan Juni 2021,” *POLITICOS: Jurnal Politik Dan Pemerintahan* 1, no. 2 (2021): 113–29, <https://doi.org/10.22225/politicos.1.2.2021.113-129>.

10. Nur Sarah. (2019)²⁴

Penelitian yang kesepuluh disusun oleh Nur Sarah. (2019) dengan judul “Analisis Wacana Kritis Perspektif Teun A. Van Dijk terhadap Media Sosial pada Akun Instagram @IndonesiaTanpaPacaran” dalam skripsi Program Studi Aqidah dan Filsafat Islam UIN Sunan Ampel Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis wacana kritis model Teun A. Van Dijk. Fokus penelitiannya adalah pada bagaimana wacana dakwah dikonstruksi oleh akun @IndonesiaTanpaPacaran melalui teks, kognisi sosial penulis, dan konteks sosial yang terbentuk dalam unggahan Instagram, serta bagaimana masyarakat meresponnya melalui komentar.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti terletak pada metode yang dipakai yaitu, sama-sama menggunakan metode kualitatif, dan sama-sama menggunakan pendekatan analisis wacana kritis. Selain itu, keduanya juga membahas isu dakwah di media sosial dan respon publik terhadap konten keagamaan. Keduanya juga menyoroti bagaimana wacana agama diproduksi dan diterima dalam ruang digital, serta bagaimana peran media sosial sebagai penyampai dakwah. Perbedaannya terletak pada objek dan teori yang digunakan. Nur Sarah menganalisis akun @IndonesiaTanpaPacaran sebagai representasi gerakan sosial islam untuk menyerukan larangan pacaran, sementara penelitian yang dilakukan peneliti menganalisis stereotip tentang da'i perempuan

²⁴ Nur Sarah, “Analisis Wacana Kritis Perspektif Teun A. Van Dijk Terhadap Media Sosial Pada Akun Instagram @IndonesiaTanpaPacaran Tahun Pelajaran 2019” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2019).

yang ada dan yang tersebar di media sosial TikTok. Selain itu, Nur Sarah menggunakan teori Teun A. Van Dijk, sedangkan peneliti menggunakan teori Roger Fowler.

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Siti Sarah Sakinayati Hartati, Eunis Khoerunnisa. (2021), Bias Gender Dalam Dakwah Thoriqoh Qodiriyah Naqsabandiyah Pondok Pesantren Suryalaya.	Isu yang dibahas tentang penilaian atau tanggapan masyarakat (stereotip) terhadap da'i perempuan. Metode penelitian yang digunakan merupakan metode kualitatif	Objek kajian pada Thoriqoh Qodiriyah Naqsabandiyah Pondok Pesantren Suryalaya. Teori yang digunakan adalah teori dakwah dan teori komunikasi gender.
2.	Feryna Nur Rosyidah, dan Nunung nurwati, Gender Dan Stereotipe: Konstruksi Realitas Dalam Media Sosial Instagram.	Isu tentang stereotip gender di media sosial instagram. pendekatan kualitatif	Objek kajian pada media sosiala Instagram. Teori yang digunakan ialah teori etnografi virtual
3.	Nanik Mujiati. (2024). Perspektif Islam Tentang Stereotip Gender Perempuan	Isu tentang Stereotip Gender Perempuan. Pendekatan Kualitatif	Isu stereotip gender perempuan. Objek penelitian ialah perempuan pada masyarakat Umum.
4.	Nurun Najwah. (2022). Dehumanization Of Woman By Da'Iyah (Media Contest In Religious Lectures.	Isu tentang stereotip yang melekat pada perempuan. Pendekatan kualitatif.	Objek Penelitian tiga da'i di media sosial YouTube. Teori Analisis konten
5.	Sukma Ari Ragil Putri.	Isu tetang stereotip	Objek penelitian media

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	(2021). Potret Stereotip Perempuan Di Media Sosial.	perempuan. Pendekatan kualitatif.	sosial instagram. Teori analisis semiotika roland barthes.
6.	Prinsella Balqis Lubis. (2023). Analisis Wacana Kritis Perspektif Sara Mills Dalam Media Sosial Pada Akun Instagram @Lambeturah.	Isu tentang representasi dan stereotip terhadap perempuan di media sosial. Pendekatan kualitatif. Analisis Wacana Kritis.	Objek penelitian akun Instagram gosip selebriti. Teori Analisis Wacana Kritis Sara Mills.
7.	Nara Garini Ayuningrum. (2021). Analisis Wacana Kritis Komentar Seksual dalam Media Sosial Twitter Laki-Laki Bereksresi Gender Feminin.	Isu wacana seputar ekspresi gender yang menyimpang dari norma mayoritas. metode kualitatif dan pendekatan analisis wacana kritis.	Objek laki-laki feminin di Twitter. Teori Fairclough
8.	Baiti Rahmawati dan Abdul Muhid (2019). Analisis Wacana Kritis di Media Sosial (Studi pada Fenomena Pro-Kontra Penolakan Dakwah Ustadz Abdul Somad).	Isu tentang respons publik terhadap tokoh dakwah serta penggunaan media sosial sebagai bahan analisis. Pendekatan kualitatif. Teori analisis wacana kritis	Objek tokoh da'i laki-laki (Ustadz Abdul Somad). Teori teori Fairclough dan Gramsci.
9.	M. Zaenul Muttaqin dan Sriyono. (2021). Konstruksi Opini Publik melalui Media Sosial: Studi Pendekatan Analisis Wacana Kritis Grup	media sosial sebagai ruang produksi wacana dan metode kualitatif. Pendekatan	Isu sosial dan politik daerah. Lokasi media sosial Facebook. Teori analisis wacana kritis model Fairclough.

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	Facebook Lintas Kejadian Kota Jayapura pada Bulan Juni 2021.	kualitatif. Teori analisis wacana kritis.	
10.	Nur Sarah. (2019). Analisis Wacana Kritis Perspektif Teun A. Van Dijk terhadap Media Sosial pada Akun Instagram @IndonesiaTanpaPacaran.	Isu dakwah di media sosial dan respon publik terhadap konten keagamaan. Metode kualitatif. analisis wacana kritis.	Objek akun @IndonesiaTanpaPacaran. Teori Teun A. Van Dijk

B. Kajian Teori

1. Analisis Wacana Kritis

Analisis wacana merupakan istilah yang sering digunakan dalam berbagai bidang ilmu, namun secara esensial berkaitan dengan studi tentang bahasa dan penggunaannya. Terdapat tiga perspektif utama dalam melihat bahasa dalam konteks analisis wacana:

- a. Pandangan positivisme-empiris, yang menganggap bahasa sebagai alat penghubung antara manusia dan objek di luar dirinya. Dalam pandangan ini, pengalaman manusia diyakini dapat diungkapkan secara langsung melalui bahasa.
- b. Pandangan konstruktivisme, yang melihat bahasa tidak semata-mata sebagai sarana memahami realitas objektif, melainkan sebagai bagian yang tak terpisahkan dari subjek yang menggunakannya.

- c. Pandangan kritis, yang hadir untuk mengkritisi konstruktivisme karena dianggap kurang memperhatikan bagaimana makna diciptakan dan diwariskan dalam konteks sejarah dan institusi sosial.

Analisis Wacana Kritis (AWK) meninjau penggunaan bahasa dalam bentuk lisan maupun tulisan sebagai bagian dari praktik sosial. Perspektif ini memandang wacana sebagai bagian dari hubungan timbal balik antara peristiwa diskursif dengan kondisi sosial, institusi, dan struktur yang melingkupinya. Praktik wacana berpotensi membawa muatan ideologis, yakni dalam mereproduksi ketimpangan kekuasaan antara kelas sosial, jenis kelamin, maupun kelompok mayoritas dan minoritas. Dalam hal ini, analisis wacana kritis memusatkan perhatian pada peran bahasa dalam mencerminkan serta mempertahankan dominasi kekuasaan dalam masyarakat. Analisis wacana kritis juga meneliti bagaimana bahasa digunakan sebagai medan perebutan makna antara kelompok-kelompok sosial yang ada. Adapun beberapa ciri khas dari analisis wacana kritis meliputi:

- a. Tindakan (Action): Wacana dipahami sebagai bentuk tindakan atau interaksi sosial, bukan sekadar sesuatu yang statis atau tertutup.
- b. Konteks: Penafsiran wacana mempertimbangkan berbagai elemen kontekstual seperti latar belakang, situasi, peristiwa, dan kondisi tertentu, yang membentuk dan mempengaruhi makna.

- c. Historis: Wacana selalu dikaitkan dengan konteks sosial dan sejarah tertentu. Memahami suatu wacana memerlukan penempatan dalam latar historis yang sesuai.
- d. Kekuasaan: AWK menekankan bahwa setiap wacana tidak berdiri netral, melainkan menjadi ajang pertarungan kekuasaan yang tercermin dalam teks, ujaran, dan praktik komunikasi lainnya.
- e. Ideologi: Ideologi menjadi aspek penting dalam analisis wacana kritis karena setiap bentuk komunikasi mencerminkan pandangan dunia tertentu dan merupakan bagian dari praktik ideologis.²⁵

2. Model Roger Fowler

Analisis wacana roger fowler memberikan fokus tentang bagaimana bahasa digunakan untuk membentuk dan juga menyampaikan sebuah perspektif dan ideologi tentang realitas sosial. Kemudian bahasa ini mampu menggambarkan sebuah realitas bagaimana dunia dilihat. Selain itu, fungsi dari tata bahasa dan kosa kata juga berpengaruh di dalamnya. Dalam Analisis Wacana Roger Fowler ada dua hal yang menjadi poin penting di dalamnya yaitu :

a. Kosakata

Kosakata Dalam Analisis Wacana Roger Fowler dkk, sebuah kosakata akan memiliki arti yang berbeda bagi setiap kelompok dari setiap pengalaman yang telah mereka miliki. Sehingga dari setiap kata yang dipaparkan bukan karena tidak ada teknis tetapi didalamnya pasti

²⁵ Eriyanto, Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media, (Yogyakarta:LKiS, 2001), Hal 8-14

ada praktik ideologi tertentu. Dapat disimpulkan bahwa ada tiga hal yang harus diperhatikan dalam sebuah konsep kosakata yang dibahas oleh Roger dkk, yaitu :

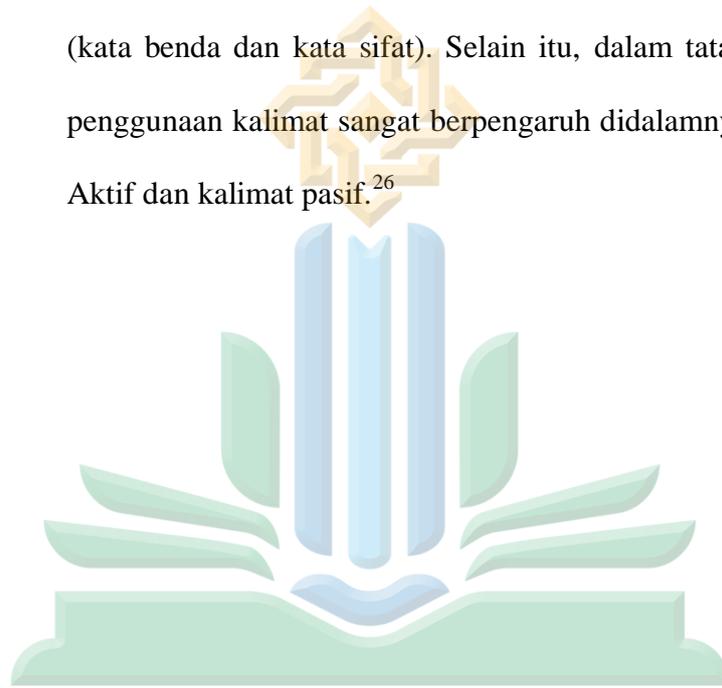
- 1) Kosakata : membuat klasifikasi, maksudnya adalah membuat ringkas atau abstraks dari realita.
- 2) Kosakata : Membatasi Pandangan, maksudnya adalah kosakata yang digunakan dapat membatasi pemikiran kita dalam memandang dan memaknai suatu kenyataan.
- 3) Kosakata : Pertarungan Wacana, maksudnya adalah setiap kosakata yang disajikan dalam sebuah pemberitaan ada pihak - pihak yang ingin mengunggulkan diri.
- 4) Kosakata : Marjinalisasi, maksudnya adalah kosakata dalam hal ini tidak hanya dipandang sebagai sebuah tata bahasa tetapi ada maksud lain di dalamnya yaitu ekspresi dari ideologi.

b. Tata Bahasa

Tata Bahasa Dalam Analisis Wacana Roger Fowler dkk, sebuah tata bahasa dimaknai sebagai penggambaran antarahubungan objek dan peristiwa. Sehingga secara umum ada tiga model yang dipaparkan yaitu diantaranya :

- 1) Model transitif, digunakan untuk menunjukkan sebuah tindakan yang dilakukan oleh objek dalam sebuah peristiwa. Contohnya "Suami membunuh istrinya"

- 2) Model intransitif, digunakan untuk menunjukkan suatu tindakan tanpa menjelaskan akibatnya. Contohnya "Pelaku melarikan diri dari TKP".
- 3) Model relasional, dibagi menjadi dua yaitu hubungan dalam ekuatif (sama-sama penggunaan kata benda) dan hubungan atributif (kata benda dan kata sifat). Selain itu, dalam tata bahasa ini dua penggunaan kalimat sangat berpengaruh didalamnya yaitu Kalimat Aktif dan kalimat pasif.²⁶



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

²⁶ Eriyanto, Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media, (Yogyakarta:LKiS, 2001), Hal 133-152

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Menurut Missiliana Penelitian kualitatif adalah suatu proses inquiry, Proses ini merupakan upaya menggali lebih dalam informasi secara kritis, analitis, dan argumentatif dengan menggunakan langkah yang ilmiah. Tujuannya untuk mendapatkan pemahaman yang lebih utuh tentang masalah yang diteliti.²⁷ . Oleh karena itu pendekatan kualitatif deskriptif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memahami makna dan ideologi di media sosial TikTok tentang stereotip da'i perempuan secara mendalam dan kontekstual. Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian deskriptif kualitatif, yaitu metode yang mengumpulkan data dalam bentuk kata-kata, narasi, atau gambar. Penelitian kualitatif bersifat deskriptif dan lebih menekankan pada proses serta makna daripada angka atau statistik. Pendekatan ini digunakan untuk memahami peristiwa, gejala, atau kondisi sosial secara mendalam. Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari teks atau literatur, dan dijelaskan secara deskriptif untuk memperoleh pemahaman yang utuh terhadap objek yang diteliti.

²⁷ Missiliana Riasnugrahani, dan Priska Analya, Buku Ajar Metode Penelitian Kualitatif (Gorontalo: Ideas Publishing, 2023), Hal 1
https://www.google.co.id/books/edition/Buku_Ajar_Metode_Penelitian_Kualitatif/Ku3bEAAAQB_AJ?hl=id&gbpv=1&dq=Buku+Ajar+Metode+Penelitian+Kualitatif&printsec=frontcover

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan secara online dengan menggunakan media sosial TikTok, pemilihan ini didasarkan pada beberapa pertimbangan, pertama, TikTok memberikan akses fleksibel baik dalam hal ruang dan waktu. Kedua, banyaknya stereotip terhadap da'i perempuan yang tersebar di TikTok, berupa video pendek. Oleh karena itu TikTok dipilih oleh peneliti sebagai tempat penelitian karena dianggap sebagai platform yang paling relevan untuk mengamati dan menganalisis fenomena stereotip terhadap dai perempuan dalam konteks media sosial.

C. Subyek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah da'i perempuan yang aktif berdakwah melalui media sosial TikTok. Pemilihan da'i perempuan sebagai subjek penelitian didasarkan pada semakin menonjolnya peran perempuan dalam dakwah Islam, khususnya dalam konteks dakwah digital. Mereka merupakan aktor utama yang terlibat langsung dalam proses penyampaian pesan-pesan keagamaan, membentuk opini publik, serta menjadi representasi perempuan muslim dalam ruang dakwah modern yang berbasis media.

Keberadaan da'i perempuan di TikTok menjadi fenomena yang menarik untuk diteliti karena mereka tidak hanya menjalankan fungsi keagamaan, tetapi juga sekaligus menghadapi tantangan berupa stereotip dan bias gender yang kerap kali muncul dalam komentar netizen maupun dalam cara media menampilkan mereka. Oleh karena itu, da'i perempuan dalam konteks ini diposisikan sebagai subjek aktif sekaligus pusat perhatian dalam

pembentukan dan penyebaran wacana keagamaan yang dikaji melalui pendekatan Analisis Wacana Kritis Roger Fowler.

Dengan menempatkan da'i perempuan sebagai subjek penelitian, kajian ini bertujuan untuk menggali bagaimana identitas, peran, dan representasi mereka dikonstruksi melalui bahasa dan narasi digital. Fokus ini penting untuk memahami dinamika sosial-budaya yang memengaruhi penerimaan masyarakat terhadap peran perempuan dalam dakwah, serta bagaimana stereotip terhadap mereka terbentuk, diperkuat, atau dilawan dalam ruang digital seperti TikTok.

Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan Analisis Wacana Kritis, khususnya dalam konteks media sosial, serta manfaat praktis bagi dai perempuan, platform TikTok, dan masyarakat luas untuk meningkatkan kesadaran akan bias gender dan menciptakan ruang dakwah yang lebih inklusif.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.²⁸

Adapun sumber data yang diambil dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

²⁸ Sugiyono, metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D (Bandung: Alfabeta 2022), 224.

1. Data Primer

Data primer adalah data pokok yang dijadikan fokus utama dalam pengkajian masalah penelitian. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dari video yang tersebar di platform media sosial TikTok yang memunculkan stereotip negatif terhadap da'i perempuan.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data pelengkap yang diperoleh melalui kajian pustaka guna mendukung data primer. Data ini dikumpulkan dari berbagai dokumen seperti buku, jurnal ilmiah, laporan penelitian, hasil survei, situs web, serta sumber literatur lain yang relevan dengan topik penelitian. Dalam hal ini, peneliti menerapkan metode dokumentasi melalui pencatatan dan pengumpulan informasi, serta melakukan analisis terhadap jejak digital berupa tangkapan layar (screenshot) atau gambar yang menjadi objek kajian. Selain itu, teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi dilakukan dengan cara mengamati video-video yang menampilkan da'i perempuan di TikTok. Video yang relevan akan dianalisis menggunakan pendekatan Analisis Wacana Roger Fowler guna mengidentifikasi unsur kebahasaan, struktur kalimat, atau ideologi yang berpotensi menimbulkan stereotip terhadap da'i perempuan.

b. Dokumentasi

Dokumentasi melibatkan pengumpulan catatan atau bukti terkait peristiwa masa lalu, baik dalam bentuk tulisan, gambar, maupun karya monumental lainnya. Dalam penelitian ini, data dokumenter diperoleh dari buku, jurnal, skripsi, media daring, dan bahan tertulis lainnya yang mendukung pembahasan.

E. Analisis Data

Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang diperoleh dari berbagai sumber, seperti hasil wawancara, catatan observasi, dokumen pribadi maupun resmi, serta materi visual seperti foto dan gambar, hingga pada tahap penyajian hasil akhir.

Metode analisis yang digunakan merujuk pada pendekatan Miles dan Huberman, di mana proses analisis berlangsung bersamaan dengan pengumpulan data dan terus dilakukan setelah periode tertentu dalam proses pengumpulan tersebut. Analisis data dalam penelitian ini terdiri dari tiga tahapan utama:

1. Reduksi Data

Reduksi data adalah langkah untuk menyusun, menyaring, menyederhanakan, serta mengorganisasi data secara sistematis agar dapat ditarik kesimpulan yang sah dan dapat dipertanggungjawabkan. Tahapan ini memungkinkan penyesuaian data kualitatif melalui seleksi yang cermat untuk memperoleh informasi yang relevan.

2. Penyajian Data

Tahap penyajian data bertujuan untuk menyusun informasi secara terstruktur agar mempermudah penarikan kesimpulan serta perumusan langkah lanjutan. Dalam penelitian kualitatif, data dapat disajikan melalui berbagai bentuk, seperti ringkasan, bagan, hubungan antar kategori, dan format visual lainnya. Penyajian ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang lebih jelas atas peristiwa yang diteliti dan mendukung pengambilan keputusan berikutnya.

3. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merujuk pada diperolehnya temuan baru yang sebelumnya belum teridentifikasi. Temuan ini bisa berupa deskripsi atau penjabaran mengenai objek penelitian yang semula kurang jelas, namun menjadi terang melalui proses analisis yang dilakukan.

F. Keabsahan Data

Memastikan keakuratan data merupakan hal penting agar hasil penelitian dapat dipercaya dan dipertanggungjawabkan. Dalam konteks ilmiah, validitas data melibatkan berbagai strategi untuk menjamin keabsahan data dengan melakukan pengecekan ulang terhadap sumber data menggunakan pendekatan yang berbeda. Pada penelitian ini, data disajikan dengan menggunakan metode triangulasi, yang terdiri dari:

1. Triangulasi Sumber

Teknik ini dilakukan dengan mengumpulkan data dari berbagai sumber yang berbeda namun menggunakan metode yang sama. Tujuannya

adalah untuk menguji kredibilitas data dengan membandingkan informasi serupa yang diperoleh dari sumber berbeda melalui teknik yang sama.

2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik mengacu pada pengumpulan data dari sumber yang sama tetapi melalui metode yang berbeda. Pendekatan ini bertujuan memastikan keabsahan data dengan cara membandingkan hasil dari berbagai teknik pengumpulan, seperti memverifikasi data wawancara dengan hasil observasi atau dokumentasi.

G. Tahap – Tahap Penelitian

Penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu tiga tahap utama sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan

Pada tahap ini, peneliti merancang keseluruhan proses penelitian dengan menentukan masalah yang akan dikaji, serta menetapkan fokus dan tujuan penelitian. Selain itu, peneliti juga menyusun desain penelitian dan memilih metode yang akan digunakan.

2. Tahap Pelaksanaan

Pada tahap ini, peneliti menjalankan proses penelitian dengan mengumpulkan data terkait stereotip da'i di media sosial TikTok, kemudian melakukan pengumpulan dan analisis data.

3. Tahap Penarikan Kesimpulan

Tahap terakhir ini bertujuan untuk menarik kesimpulan berdasarkan data yang telah diperoleh, termasuk melakukan interpretasi data serta memberikan kritik dan saran.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Obyek Penelitian

1. Da'i perempuan dan Perubahan Sosial Masyarakat Muslim

Perubahan sosial dalam masyarakat Muslim kontemporer dapat dilihat dari meningkatnya peran aktif perempuan dalam ruang publik, termasuk dalam bidang dakwah. Sebelumnya figur dai lebih sering didominasi oleh laki-laki, baik dalam forum-forum keagamaan tradisional maupun dalam media massa. Namun, seiring berkembangnya zaman dan meningkatnya kesadaran akan kesetaraan peran, kini semakin banyak perempuan yang tampil sebagai da'i (muballighah) dan menjadi bagian penting dalam penyampaian ajaran Islam di ruang publik.

Fenomena ini juga ditandai dengan keberhasilan dai perempuan dalam membangun kepercayaan dan pengaruh di tengah masyarakat, meskipun masih menghadapi berbagai tantangan dan stereotip. Da'i perempuan tidak hanya mengisi ruang pengajian atau majelis taklim, tetapi juga masuk ke ruang digital seperti media sosial untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Dalam konteks ini, dai perempuan menjadi agen perubahan sosial karena turut serta dalam menyuarakan nilai-nilai keislaman, pendidikan, motivasi, serta isu-isu keperempuanan dengan pendekatan yang lebih inklusif dan komunikatif.

Kehadiran dai perempuan di media sosial seperti TikTok menjadi bukti bahwa da'i perempuan mampu beradaptasi dengan teknologi dan kebutuhan dakwah era digital. Da'i perempuan tidak hanya menyampaikan

ceramah, tetapi juga menghadirkan dakwah dengan gaya kekinian yang dekat dengan generasi muda. Hal ini menandai pergeseran budaya dalam masyarakat Muslim, di mana perempuan kini tidak lagi hanya menjadi objek pendengar dalam dakwah, tetapi juga subjek yang menyampaikan, membentuk, dan mempengaruhi arah dakwah Islam. Oleh karena itu, keterlibatan aktif dai perempuan di ruang digital menjadi simbol penting dari transformasi sosial yang lebih terbuka terhadap kehadiran perempuan sebagai pemimpin opini dan agen dakwah di masyarakat modern.

2. Media Sosial TikTok Sebagai Media Dakwah

TikTok merupakan platform media sosial berbasis video pendek yang saat ini menjadi salah satu aplikasi paling populer di dunia, termasuk di Indonesia. Aplikasi ini memiliki fitur-fitur interaktif seperti efek video, musik latar, filter, serta algoritma berbasis minat pengguna yang memungkinkan konten tersebar secara luas dalam waktu singkat. Fitur seperti “For You Page (FYP)” menjadikan setiap pengguna memiliki kesempatan yang sama untuk menjangkau audiens luas, tanpa perlu memiliki banyak pengikut terlebih dahulu. Hal ini membuat TikTok menjadi ruang yang sangat potensial untuk menyampaikan pesan, termasuk pesan-pesan keagamaan.

Dakwah melalui TikTok berkembang sebagai respons terhadap perubahan gaya komunikasi generasi digital, khususnya generasi muda yang lebih menyukai konten visual, cepat, dan relevan dengan kehidupan sehari-hari. TikTok memungkinkan dai menyampaikan materi keislaman

secara kreatif, singkat, dan ringan misalnya melalui video motivasi islami, cerita hikmah, tips ibadah, respons terhadap pertanyaan pengguna, hingga dakwah yang dikemas dengan humor. Cara ini sangat efektif dalam membumikan ajaran Islam agar mudah diterima oleh khalayak luas, terutama generasi yang lebih terbiasa mengakses informasi melalui media sosial daripada forum formal atau ceramah panjang.

Namun demikian, penggunaan TikTok sebagai media dakwah juga tidak lepas dari tantangan. Banyak dai, khususnya perempuan, yang justru menjadi sasaran stereotip atau komentar negatif karena penampilan atau gaya penyampaiannya dianggap tidak sesuai dengan norma keagamaan tertentu. Selain itu, tekanan untuk membuat konten yang menarik secara visual juga menimbulkan dilema tersendiri, karena dai harus menyeimbangkan antara estetika dan substansi dakwah.

Meskipun begitu, TikTok tetap menjadi ruang alternatif yang sangat berharga dalam dakwah digital. Dengan pendekatan yang tepat, aplikasi ini bisa menjadi ladang pahala dan edukasi yang luas. Kuncinya adalah menyampaikan konten dengan ilmu, adab, dan keikhlasan, serta tetap menjaga nilai-nilai keislaman dalam setiap tayangan. Dakwah di TikTok mencerminkan dinamika baru dalam menyampaikan agama di era media, yang lebih partisipatif, kreatif, dan menantang. Bagi dai perempuan, platform ini membuka ruang baru untuk menunjukkan kapasitas intelektual dan spiritual mereka, serta melawan berbagai stereotip yang selama ini melekat di ruang publik keagamaan.

3. Da'i Perempuan Di Media Sosial TikTok

Fenomena keberadaan dai perempuan di TikTok merupakan cerminan dari perkembangan dakwah digital yang semakin dinamis dan inklusif. TikTok yang awalnya dikenal sebagai platform hiburan, kini telah menjadi media dakwah alternatif bagi berbagai kalangan, termasuk dai perempuan. Mereka memanfaatkan platform ini tidak hanya untuk menyampaikan ajaran Islam, tetapi juga untuk membangun relasi dengan pengikut, menjawab pertanyaan keagamaan secara langsung, hingga menyuarakan isu-isu perempuan dalam perspektif Islam.

Dai perempuan di TikTok hadir dengan gaya dan pendekatan yang sangat beragam. Ada yang menyampaikan dakwah dengan gaya serius dan ilmiah, seperti membahas hukum-hukum fikih, tafsir ayat Al-Qur'an, atau menjawab pertanyaan seputar akidah dan ibadah. Ada pula yang menggunakan pendekatan emosional dan inspiratif, misalnya menyampaikan kisah hikmah, motivasi islami, atau refleksi kehidupan. Bahkan sebagian dai perempuan memadukan dakwah dengan gaya yang lebih santai dan humoris agar lebih mudah diterima oleh generasi muda. Ragam gaya ini menunjukkan bahwa dai perempuan tidak terjebak dalam satu pola tertentu, melainkan berusaha kontekstual dengan audiens yang mereka sasar.

Namun demikian, keberadaan mereka di TikTok juga tidak luput dari tantangan dan stereotip. Banyak netizen yang masih memandang kehadiran dai perempuan dengan kaca mata bias gender. Tidak sedikit

komentar yang menilai mereka dari penampilan fisik, status pernikahan, atau cara berpakaian, alih-alih dari kualitas isi dakwah yang mereka sampaikan. Ada pula yang mempertanyakan kepantasan mereka berdakwah di ruang publik, apalagi jika gaya penyampaiannya dianggap terlalu santai atau tidak konvensional. Hal ini menunjukkan bahwa representasi dai perempuan di media sosial masih sering dibingkai oleh norma patriarkal yang sempit.

Meski begitu, banyak dai perempuan yang justru mampu membangun pengaruh yang kuat dan mendapatkan tempat di hati masyarakat. Mereka dianggap sebagai sosok yang dekat, relatable, dan mampu menyampaikan agama dengan cara yang menyentuh dan mudah dipahami. Tidak sedikit dari mereka yang memiliki jutaan pengikut dan kontennya ditonton hingga ratusan ribu kali. Ini menunjukkan bahwa kehadiran dai perempuan bukan hanya simbolis, tetapi benar-benar memberikan kontribusi nyata dalam membumikan dakwah di era digital.

Dengan demikian, bagian ini menunjukkan bahwa dai perempuan di TikTok memiliki peran yang signifikan dalam membentuk wacana keagamaan di ruang publik digital. Mereka tidak hanya menegaskan eksistensinya sebagai pendakwah, tetapi juga sebagai agen perubahan yang mampu menghadirkan nilai-nilai Islam dalam bahasa yang kontekstual dan relevan dengan kehidupan masa kini. Peran mereka tidak hanya perlu dihargai, tetapi juga didukung agar ruang dakwah semakin terbuka bagi siapa saja yang ingin menyebarkan kebaikan.

B. Penyajian Data Dan Analisis

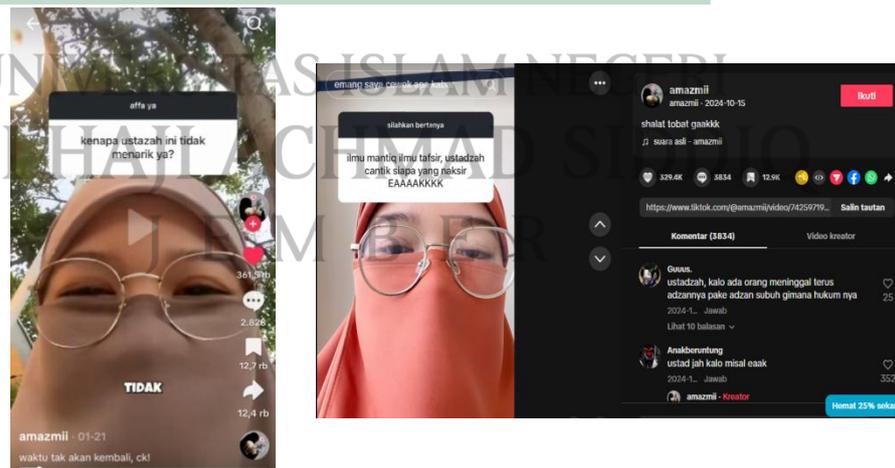
Data dan kesimpulan yang diperoleh peneliti dengan menggunakan teknik dan proses yang di uraikan pada BAB III dilaporkan dalam penyajian dan analisis data. Selama proses pengumpulan dan analisis data, peneliti menemukan banyak sekali stereotip da'i perempuan yang terdapat di media sosial TikTok, baik da'am bentuk video maupun komentar. Dalam Analisis Wacana Kritis Roger Fowler adalah sebuah pendekatan untuk membongkar bagaimana bahasa digunakan untuk membentuk dan menyampaikan ideologi, kekuasaan, serta pandangan dunia tertentu dalam teks. Penelitian ini menggunakan teknik triangulasi mengacu pada proses verifikasi data dengan mengnpulkan informasi dari beberapa sumber, menggunakan metode berbeda, dan melakukan analisis pada waktu berbeda, peneliti menggunakan teknn triangulasi sumber untuk memverifikasi keakuratan dan keandalan data yang diperoleh. Peneliti dapat menggunakan banyak metode seperti observasi, wawancara, studi literatur, bahan tertulis, catatan resmi, catatan pribadi, dan alat bantu visual seperti gambar atau foto.

Penelitian ini menyajikan berupa hasil data yang diperoleh selama penelitian. Pengumpulan data yang dihasilkan merupakan data yang dirasa cukup untuk menganalisis hasil temuan. Maka kemudian diuraikan sesuai dengan bukti yang diperoleh selama penelitian. Data-data yang diperoleh akan disajikan dan di analisis sebagai berikut.

1. Bentuk Wacana Stereotip Da'i Perempuan Di Media Sosial TikTok

Stereotip terhadap da'i perempuan di media sosial mencerminkan berbagai persepsi dan ekspektasi masyarakat terhadap peran perempuan dalam ranah dakwah. Bentuk-bentuk stereotip ini bisa bersifat positif, negatif, atau ambivalen, dan sering dipengaruhi oleh norma budaya, agama, dan media. Media sosial memunculkan beragam stereotip terhadap da'i perempuan, yang sering kali membatasi potensi dakwah da'i perempuan dan menciptakan tekanan untuk memenuhi ekspektasi sosial yang tidak selalu adil. Meski begitu, sebagian da'i perempuan berhasil membalik stereotip ini dan membangun otoritas dakwah yang kuat, kritis, dan membumi, sambil tetap memanfaatkan platform digital untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Bentuk stereotip terhadap da'i perempuan di TikTok bervariasi dan dapat di kategorikan dalam beberapa kategori, yaitu:

a. Ustazah Selebriti dan Influencer



Gambar 4. 1

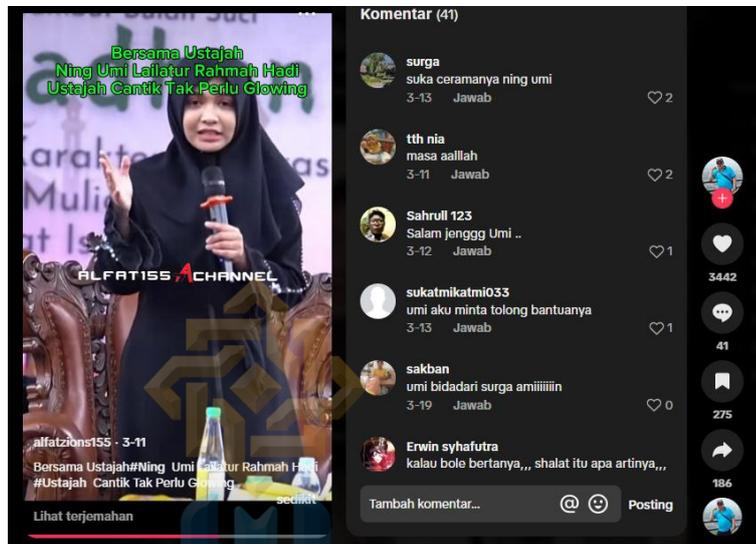
Tangkapan layar dari video @amazmii, Sumber:

<https://vt.tiktok.com/ZSktFcENP/>

Gambar diatas merupakan tangkapan layar atau screenshot dari video seorang dai yang dikenal dengan @amazmii. @amazmii merupakan seorang ustadzah yang aktif di TikTok, @amazmii sering menjawab berbagai pertanyaan dari netizen, mulai dari yang serius sampai pertanyaan yang sifatnya becanda. @amazmii dikenal karena kelucuannya, pemilik akun @amazmii tersebut sering menjawab pertanyaan lucu dengan jawaban yang lebih lucu juga. Salah satu bentuk stereotip terhadap dai perempuan yang muncul di media sosial TikTok adalah konstruksi da'i perempuan sebagai figur “ustazah selebriti dan influencer”. Hal ini tampak dalam video seorang ustazah bercadar yang aktif menjawab komentar-komentar netizen dengan gaya jenaka dan tidak konvensional, seperti dalam video ketika ia menanggapi komentar “kenapa ustazah ini tidak menarik ya?” dan dijawab dengan penuh candaan “tidak ada yang lagi menarik yasayang ya, tidak lagi mentarik tambang ya sayang ya, bahkan pintu indomaret yang tulisannya tarik tetep saya dorong ya sayang ya...”, atau ketika ia merespons komentar berbunyi, “ilmu mantiq ilmu tafsir, ustazah cantik siapa yang naksir, EAAAAAKKKK”. Selain itu, ustazah ini juga diketahui kerap menyisipkan promosi produk dalam konten dakwahnya. Ciri-ciri tersebut menunjukkan bahwa ustazah ini membangun citra sebagai figur religius sekaligus publik figur yang menghibur.²⁹

²⁹ @amazmii, “Seorang Da’I Perempuan Menjawab Pertanyaan Dari Audiens Atau

b. Seksualitas Dan Citra



Gambar 4. 2

Tangkapan layar dari video yang diunggah oleh @alfatzoins155, yang menunjukkan ning umi laila sedang berdakwah, sumber:

<https://vt.tiktok.com/ZSktFWfbp/>

Gambar diatas merupakan tangkapan layar dari video TikTok yang diunggah oleh pemilik akun @alfatzoins155. Dalam video yang diunggah oleh @alfatzoins155 menampilkan ning umi laila yang tengah

menyampaikan ceramah mengenai sholat, namun pada video tersebut tertulis "bersama ustadzah ning umi lailatur rahma hadi cantik tak perlu

glowing", Meskipun secara eksplisit kalimat tersebut tampak menyuarakan nilai positif bahwa kecantikan alami lebih baik daripada

standar kecantikan artifisial namun secara implisit, pernyataan tersebut tetap menjadikan “cantik” sebagai tolok ukur utama dalam menilai

sosok ustazah. Ini menunjukkan bentuk stereotip yang ambivalen,

yaitu membingkai perempuan dalam citra yang tampaknya membela,

namun sebenarnya tetap memperkuat nilai patriarkal. Stereotip ini masuk dalam kategori “seksualitas dan citra” karena nilai perempuan dalam konteks ini masih dilihat melalui lensa estetika fisik, bukan kompetensi dakwah atau kapasitas intelektualnya.³⁰

c. Objektifikasi dan Popularitas



Gambar 4.3

Tangkapan layar dari video @Assyahmy, yang mengkritik seorang da'i perempuan, sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSkFGDBU/>

KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

³⁰ @Alfatzoins155, “Video Yang Menunjukkan Ustadzah Ning Umi Laila Sedang Berdakwah Tentang Shalat, Dengan Caption "Bersama Ustadzah Ning Umi Lailatur Rahma Hadi Cantik Tak Perlu Glowing", Maret, 11, 2025.

<https://vt.tiktok.com/ZSkFWfbp/>

Gambar diatas merupakan video yang diunggah oleh @Assyahmy yang berisi tentang kritikan terhadap seorang dai perempuan yang melakukan dakwah. Dalam video tersebut pemilik akun @Assyahmy mengkritik seorang perempuan bercadar yang berceramah dihadapan jama`ah laki-laki dan perempuan. Pemilik akun @Assyahmy tersebut berkata:

“parah banget nih seorang akhwat bercadar mengisi khutbah tarawih saat ramadhan, dihadapan para ikhwan, para laki-laki, *astaghfirullah* ini gebrakan apalagi kaum muslimin modern ini. Secara syari khutbah terutama dalam konteks salat jum`at misal, atau khutbah idul fitri, meskipun khutbah tarawih merupakan kewajiban yang ditunaikan oleh laki-laki. Seorang wanita meskipun bercadar tidak memiliki kedudukan sebagai khatib dihadapan jama`ah laki-laki. Ini bukan soal kemampuan berbicara atau intelektualitas, tetapi masalah ketentuan syariat yang telah dijelaskan oleh para ulama gitu. Kalo ada yang nekat bilang ini kan zaman modern, kesetaraan gender, makan tuh kedunguan, silahkan modern sampai keringetan. Tapi kan kita ada hukum syariat tidak berubah karena tuntutan zaman. Atau logikanya gini, perempuan bisa jadi khatib karena pintar berbicara, besok-besok ada yang minta imam shalat atau jadi wali nikah sendiri aja, kan nggak juga, mau bercadar setebal apapun kalau aturan sudah jelas tida perlu cari celah pakai embel-embel dalil yang absurd, islam bukan soal ego, tetapi kepatuhan kalau emang ingin berdakwah, masih banyak kok cara yang lebih syar`i tanpa harus menabrak aturan, kan itu lebih terhormat, so untuk masyarakat belajarlah ilmu agama sampai anda paham bahwa Allah menghukum orang yang melampaui batas”³¹

Video TikTok yang diunggah oleh akun @Assyahmy mengkritik seorang da`i perempuan bercadar yang berceramah

³¹ @ Assyahmy, “video yang menunjukkan seorang pria tengah mekritik seorang da`i perempuan, karena berdakwah didepan jamaah laki-laki dan perempuan”, Maret, 8, 2025, <https://vt.tiktok.com/ZSktFGDBU/>

dihadapan jama`ah laki-laki dan perempuan. akun @Assyahmy menunjukkan bahwa da'i perempuan dianggap tidak layak menyampaikan khutbah di depan jamaah laki-laki.

2. Gambaran Wacana Stereotip Da'I Perempuan Di Media Sosial TikTok

Wacana stereotip terhadap dai perempuan di media sosial TikTok tidak hadir begitu saja, melainkan merupakan hasil konstruksi sosial yang kompleks, dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti ideologi patriarkal, norma budaya, dan mekanisme kerja platform digital itu sendiri. Media sosial, di satu sisi, memberikan ruang baru bagi perempuan untuk tampil sebagai agen dakwah dan ekspresi spiritual yang lebih merdeka. Namun, di sisi lain, media ini juga menjadi arena reproduksi stereotip dan relasi kuasa yang membatasi peran dai perempuan. Representasi dai perempuan dalam TikTok sering kali dikonstruksi melalui narasi visual, praktik diskursif digital, dan dinamika sosial daring yang tidak netral, bahkan cenderung bias gender.

a. Narasi Visual

1) Ustadzah Selebriti Dan Influencer

Dalam video tersebut, ustadzah @amazmii mengenakan niqab hitam dan gamis panjang yang menutupi seluruh tubuh, menyisakan hanya bagian mata yang terlihat. Gaya berpakaian ini merepresentasikan citra “muslimah ideal” dalam pandangan normatif, yang sering diasosiasikan dengan kesalehan, kesopanan, dan komitmen terhadap syariat Islam. Secara visual, ini

memperkuat stereotip “daiyah yang salehah” atau “muslimah sejati”, sekaligus menarik simpati dari audiens yang memiliki latar belakang religius konservatif. Latar belakang tampak netral dan minimalis yang umum digunakan oleh para konten kreator dakwah agar fokus penonton tetap tertuju pada penyampaian pesan. Ekspresi wajah ustadzah terlihat tenang dan serius, menciptakan kesan otoritatif dan kredibel saat menyampaikan jawaban. Hal ini mendukung peran sosialnya sebagai figur religius yang dipercaya.

Teks pertanyaan dari pengguna berbunyi:

“us apakah bnr mendoakan org sembuh sama saja menyempitkn rezeki pra dokter?”

Pertanyaan ini membuka ruang dialog antara pengikut dan dai, dan mencerminkan gaya dakwah interaktif yang umum di media sosial. Teks ini juga mencerminkan isu keagamaan yang dibahas secara ringan namun aktual. Secara halus, ustadzah dalam video ini

memegang produk kecantikan, yang menandakan unsur promosi terselubung. Ini menjadi bagian dari komodifikasi dakwah, di mana pesan religius dibalut dengan strategi pemasaran. Ini menunjukkan bahwa ia bukan hanya ustadzah, tetapi juga influencer muslimah, atau yang sering disebut sebagai ustadzah selebriti figur yang memadukan identitas religius dengan gaya hidup modern dan konsumtif. Jumlah tayangan (31,8 ribu), like (1.192), komentar (392), dan share (1.984) memperlihatkan tingkat engagement yang tinggi, menunjukkan bahwa audiens tertarik dan terlibat dengan

topik yang dibahas. Kolom komentar berpotensi menjadi ruang diskusi, validasi, atau bahkan perdebatan atas isi dakwah, gaya penyampaian, dan promosi produk.

2) Seksualitas dan Citra

Dalam video tersebut, Ustadzah Ning Umi Laila mengenakan busana gamis dan hijab berwarna hitam yang panjang dan longgar. Ustadzah tampil dengan postur tubuh yang tegak dan gerakan tangan ekspresif, memperlihatkan sikap percaya diri dan ketegasan dalam menyampaikan ceramah. Ia memegang mikrofon dengan mantap dan berbicara dengan gestur aktif, menandakan peran otoritatif dalam menyampaikan pesan dakwah. Video ini direkam dalam sebuah acara dakwah formal yang ditandai dengan panggung resmi, kursi tamu bergaya klasik, dan backdrop bertuliskan tema kegiatan. Namun, yang paling menonjol secara visual adalah teks besar berwarna hijau dan putih yang menyatakan:

“Bersama Ustadzah Ning Umi Lailatur Rahmah Hadi – Ustadzah Cantik Tak Perlu Glowing.”

Pada bagian bawah video tertulis: “Bersama Ustadzah #Ning Umi Lailatur Rahmah Hadi #Ustadzah Cantik Tak Perlu Glowing.” Hashtag seperti #Ustadzah dan frasa deskriptif ini digunakan sebagai bagian dari strategi branding visual, memperkuat citra ustadzah sebagai figur publik yang bukan hanya menyampaikan

ilmu, tetapi juga menjadi ikon religius yang memiliki daya tarik tersendiri dalam ruang digital.

b. Objektivikasi dan Popularitas

Di awal video, ia menampilkan potret seorang perempuan bercadar yang sedang berdiri di atas mimbar masjid, menyampaikan ceramah atau khutbah di hadapan jamaah laki-laki dan perempuan. Setelah gambar tersebut ditampilkan sejenak, video kemudian beralih ke wajah pemilik akun sendiri, yang berbicara langsung ke kamera untuk menyampaikan kritik terhadap tindakan da'i perempuan tersebut. Perempuan dalam gambar awal video mengenakan: Cadar berwarna biru yang menutupi seluruh wajah kecuali mata. Busana muslimah longgar dan syar'i berwarna senada.

Ia berdiri di atas mimbar masjid, berbicara menggunakan mikrofon merah. Di sekeliling mimbar terdapat jamaah laki-laki, yang menunjukkan bahwa ceramah tersebut disampaikan di ruang ibadah umum, bukan khusus perempuan. Setelah foto ditampilkan, pemilik akun @Assyahmy muncul secara close-up di bagian tengah layar: Ia mengenakan kacamata bening dan berbicara dengan gaya tegas dan ekspresif. Wajahnya mencerminkan ekspresi keberatan, kritik, dan keprihatinan. Gaya bicara lantang dan berapi-api, menyampaikan opini pribadi sekaligus argumen berbasis syariat. Ia menyatakan bahwa tindakan seorang perempuan, meskipun bercadar, tidak pantas menyampaikan khutbah di hadapan jamaah laki-laki. Ia menyebut hal

tersebut sebagai bentuk penyimpangan terhadap ketentuan syariat, bukan semata-mata soal kemampuan berbicara atau intelektualitas.

c. Diskursus Praktik

1) Ustadzah Selebriti Dan Influencer

Dalam video tersebut, Ustadzah @amazmii menjawab pertanyaan netizen terkait doa kesembuhan dan rezeki dokter sambil memegang produk kecantikan. Gaya bahasanya halus, tenang, dan menenangkan, menggambarkan persona religius sekaligus profesional. Representasi diri dibentuk melalui citra sebagai ustadzah yang cerdas secara spiritual, ramah terhadap audiens digital, dan juga terlibat dalam dunia komersial.

Kehadiran produk kecantikan sebagai bagian dari narasi dakwah menunjukkan perpaduan dakwah dan strategi branding sebuah ciri khas dari fenomena "ustadzah selebriti." Ia tampil sebagai simbol perempuan muslimah modern yang tetap syar'i, namun terhubung dengan dunia industri, memperlihatkan fleksibilitas identitas perempuan dalam ruang digital.

Ustadzah ini memanfaatkan kekuatannya sebagai figur publik untuk membentuk opini dan menyampaikan pesan moral, sembari secara halus mempromosikan produk. Hal ini menunjukkan bagaimana kuasa simbolik seorang influencer religius dapat beroperasi secara simultan dalam dua ranah: spiritual dan komersial.

2) Seksualitas Dan Citra

Video tersebut menampilkan Ning Umi Laila berdakwah di atas panggung publik. Ia memakai gamis dan hijab hitam, memperkuat citra kesalehan, kesederhanaan, dan ketegasan religius. Teks dalam video berbunyi: "Ustadzah Cantik Tak Perlu Glowing", yang menjadi bentuk representasi ideologis tertentu yakni bahwa kecantikan perempuan muslimah tidak harus ditunjukkan melalui kosmetik atau standar estetika modern.

Bahasa visual dan tekstual dalam video ini mencerminkan negosiasi identitas perempuan muslim di ruang publik. Istilah "cantik tak perlu glowing" adalah kritik halus terhadap budaya visual media sosial yang sering menekankan penampilan fisik, dan pada saat yang sama juga membangun citra diri ustadzah sebagai simbol kesalehan dan keteguhan nilai-nilai Islam.

3) Objektivikasi Dan Popularitas

Video dari akun @Assyahmy memperlihatkan posisi kuasa simbolik yang dipegang oleh pemilik akun, yang berbicara sebagai 'penjaga otoritas syar'i.' Ia menggunakan bahasa tegas dan retorik: "makan tuh kedunguan", "silakan modern sampai keringetan", yang memperlihatkan penggunaan bahasa sebagai alat kuasa dan koreksi sosial.

Pemilik akun menampilkan diri sebagai representasi kelompok konservatif yang menolak perempuan menjadi khatib di depan jamaah

laki-laki, meskipun memakai cadar. Ini adalah bagian dari diskursus ideologis yang membatasi ruang dakwah perempuan berdasarkan tafsir tertentu terhadap syariat.

Dengan menampilkan foto dai perempuan di awal video, lalu mengomentarnya secara frontal, video ini tidak memberi ruang bagi sang dai untuk membela diri sehingga relasi kuasa bersifat vertikal dan unilateral. Ia berbicara dari atas, bukan dalam bentuk dialog.

d. Praktik Sosial

1) Ustadzah Selebriti Dan Influencer

Secara sosial, video ini menggambarkan keterbukaan masyarakat terhadap figur ustadzah yang tampil multi-dimensi: sebagai da'i dan juga promotor produk halal atau muslim-friendly. Ini menandai perubahan praktik dakwah dari ranah eksklusif keagamaan menuju ranah publik yang lebih cair dan interaktif.

Media sosial seperti TikTok memungkinkan perempuan muslim untuk tampil sebagai subjek aktif dalam dakwah, sekaligus menunjukkan bahwa peran religius dapat bersandingan dengan aktivitas ekonomi. Dengan kata lain, munculnya ustadzah selebriti merupakan cerminan dari pergeseran sosial yang menggabungkan nilai-nilai agama dengan realitas digital dan komersial masyarakat kontemporer.

2) Seksualitas Dan Citra

Praktik sosial dari video ini memperlihatkan adanya dukungan terhadap ustadzah yang tampil sederhana namun tetap dihormati di ruang publik. Ini menunjukkan penerimaan sosial terhadap perempuan dalam posisi otoritas keagamaan, asalkan tetap dalam norma-norma kesopanan Islam.

Caption tersebut juga mengandung resistensi terhadap standar kecantikan kapitalistik yang lazim di media sosial, dan mengangkat narasi bahwa "kecantikan spiritual" lebih penting daripada penampilan fisik. Ini menjadi bagian dari upaya redefinisi identitas perempuan muslim di masyarakat yang semakin kompleks secara budaya dan media.

3) Objektivikasi Dan Popularitas

Video ini menunjukkan bagaimana praktik sosial di media digital bisa menjadi alat kontrol sosial terhadap perempuan, terutama jika menyimpang dari norma keagamaan yang diyakini kelompok tertentu. Komentar semacam ini adalah bentuk resistensi terhadap kemunculan perempuan dalam ruang keagamaan publik yang biasa dikuasai laki-laki.

Respons masyarakat terhadap video ini bisa beragam ada yang menyetujui, ada juga yang menolak keras. Ini memperlihatkan bahwa praktik dakwah perempuan di media sosial tidak diterima secara universal, tetapi diperdebatkan dalam konteks sosial yang sangat

politis dan ideologis, tergantung pada kelompok, aliran, dan nilai-nilai yang dipegang masing-masing komunitas.

3. Pemaknaan Stereotip Dai Perempuan Di Media Sosial TikTok Menggunakan Analisis Wacana Kritis Roger Fowler

Menggunakan pendekatan Analisis Wacana Kritis Roger Fowler, wacana-wacana yang muncul dalam tiga video TikTok tersebut bukan sekadar opini atau ekspresi personal, melainkan refleksi dari struktur ideologi dan relasi kuasa patriarkal yang masih kuat di dalam masyarakat, khususnya dalam konteks keagamaan. Dalam konteks ini, bahasa menjadi alat dominan untuk mereproduksi dan meneguhkan stereotip terhadap dai perempuan.

a. Video Ustadzah Selebriti – @amazmii

1) Pilihan Bahasa (Lexical Choice)

Ustadzah @amazmii menggunakan bahasa yang santai, lembut, ramah, dan penuh humor. Misalnya, ungkapan seperti “yasayang ya...” atau “nggak lagi menarik tambang ya sayang” menunjukkan gaya komunikasi yang akrab dan cair. Pilihan kata ini membangun citra ustadzah yang dekat dengan audiens muda dan netizen, tetapi juga memperkuat stereotip bahwa dai perempuan harus “menghibur” agar diterima. Selain itu, saat menjawab pertanyaan agama, ia tetap mempertahankan gaya yang tidak terlalu formal.

Penggunaan kata-kata populer dan jenaka mencerminkan strategi komunikasi yang inklusif, namun secara tidak langsung memperkuat pandangan bahwa perempuan harus tampil menyenangkan dan tidak terlalu serius agar diterima dalam ruang publik digital.

2) Struktur Bahasa (Syntactic Structure)

Struktur kalimat yang digunakan umumnya berbentuk kalimat aktif dan langsung, seperti: “Rezekimu sudah ditakar sama Allah...”, “Ngedoain orang sembuh bukan berarti nyempitin rezeki para dokter...”. Kalimat ini menunjukkan posisi aktif dan meyakinkan dari ustadzah sebagai pemberi informasi yang kredibel. Namun, sisipan promosi produk tanpa disampaikan secara eksplisit juga menunjukkan adanya komunikasi implisit yang bertujuan komersial—menjadikan dakwah sebagai media branding. Dalam konteks Fowler, ini menunjukkan peran ganda: sebagai komunikator agama dan pelaku pasar.

b. Video Seksualitas dan Citra – Ning Umi Laila

1) Pilihan Bahasa (Lexical Choice)

Teks yang menyertai video berbunyi: “Ustadzah Cantik Tak Perlu Glowing”. Secara pilihan kata, ini tampak membela perempuan agar tidak tunduk pada standar kecantikan modern. Namun kata kunci “cantik” tetap menjadi pusat makna. Kata

tersebut memuat nilai estetis yang masih menjadi dasar penilaian terhadap perempuan bahkan dalam konteks dakwah.

Ini mencerminkan ideologi bahwa perempuan tetap harus cantik, meskipun dengan cara yang dianggap lebih "islami". Dalam pendekatan Fowler, ini adalah bentuk bahasa ideologis yang terselubung, seolah mengangkat perempuan, tapi tetap membatasi mereka pada standar yang ditentukan oleh masyarakat patriarkal.

2) Struktur Bahasa (Syntactic Structure)

Struktur kalimatnya adalah deklaratif afirmatif, contohnya: “Ustadzah cantik tak perlu glowing.” Kalimat ini menyiratkan penilaian normatif bahwa kecantikan ideal adalah yang alami dan syar’i. Kalimat ini tidak memberi ruang pada keberagaman persepsi tentang penampilan perempuan, sehingga bersifat normatif dan menghakimi secara halus. Penggunaan struktur kalimat seperti ini memperlihatkan bagaimana bahasa digunakan untuk menetapkan norma, bukan sekadar menyampaikan opini.

c. Video Kritik – @Assyahmy

1) Pilihan Bahasa (Lexical Choice)

Akun ini menggunakan pilihan kata yang tajam, kasar, dan ideologis, misalnya: “Parah banget nih...”, “Astaghfirullah...”, “Makan tuh kedunguan...”, “Silahkan modern sampai keringetan...”, “Islam bukan soal ego, tapi kepatuhan...”. Kata-kata ini memperlihatkan posisi otoritatif dan mencerminkan

ideologi konservatif yang menolak perubahan peran perempuan dalam ruang dakwah publik. Pemilihan bahasa juga mengandung unsur pelecehan verbal terselubung, karena mengasosiasikan perempuan yang berdakwah sebagai pihak yang melanggar hukum syariat dan mendorong ego, bukan ilmu. Ini adalah bentuk penggunaan bahasa untuk mendominasi dan mendisiplinkan sebuah praktik kuasa simbolik seperti yang dijelaskan Fowler.

2) Struktur Bahasa (Syntactic Structure)

Struktur kalimat yang digunakan banyak berbentuk:

a) Kalimat aktif perintah atau larangan:

“Kalau aturan sudah jelas, tidak perlu cari celah...”

“Belajarlah ilmu agama...”

b) Kalimat bersifat generalisasi dan menyamaratakan:

“Ini bukan soal kemampuan berbicara...”

“Islam bukan soal ego...”

Penggunaan struktur ini menciptakan kesan kebenaran tunggal dan tidak memberi ruang untuk interpretasi alternatif. Ini adalah strategi diskursif untuk mengukuhkan posisi ideologis dan membungkam perbedaan pandangan.

Secara keseluruhan, baik dalam pilihan kata maupun struktur kalimat, ketiga video menunjukkan bahwa bahasa di media sosial TikTok tidak pernah netral. Bahasa menjadi alat untuk:

Membentuk stereotip terhadap dai perempuan (misalnya harus cantik, lembut, atau menghibur), Menegaskan norma sosial dan ideologi patriarkal (misalnya, perempuan tidak boleh berdakwah di depan laki-laki), Mereproduksi relasi kuasa, di mana laki-laki atau kelompok konservatif sering memosisikan diri sebagai penjaga "kebenaran" syariat. Dengan pendekatan Roger Fowler, kita bisa melihat bahwa bahasa dalam video-video tersebut menjadi alat untuk menciptakan batas, baik terhadap peran, ruang, maupun ekspresi keagamaan perempuan.

C. Pembahasan Temuan

Bagian ini membahas secara menyeluruh hasil temuan dari ketiga fokus masalah penelitian, yaitu bentuk stereotip, gambaran representasi stereotip, serta pemaknaan stereotip terhadap dai perempuan di media sosial TikTok dengan menggunakan pendekatan Analisis Wacana Kritis Roger Fowler. Ketiga fokus ini saling terkait dan tidak dapat dipisahkan, karena membentuk satu kesatuan analisis yang utuh untuk menjelaskan bagaimana stereotip terhadap dai perempuan dikonstruksi, dikomunikasikan, dan dimaknai dalam ruang digital.

1. Saling Terkaitnya Bentuk, Representasi, dan Pemaknaan Wacana

Berdasarkan hasil penyajian data, ditemukan tiga bentuk utama stereotip terhadap dai perempuan di TikTok, yaitu: (1) Ustadzah selebriti dan influencer, (2) Seksualitas dan citra, serta (3) Objektivikasi dan popularitas. Ketiga bentuk tersebut mencerminkan bahwa peran

keagamaan perempuan masih sangat dipengaruhi oleh norma-norma sosial dan ideologi gender yang berkembang dalam masyarakat patriarkal, termasuk dalam platform digital seperti TikTok.

Representasi visual dan naratif dalam video memperlihatkan bahwa dai perempuan sering kali dinilai bukan hanya dari isi dakwahnya, tetapi dari penampilan fisik, gaya komunikasi, dan kedekatannya dengan audiens. Sementara itu, respon dan narasi dari pengguna lain, termasuk yang bersifat kritis, menunjukkan adanya mekanisme sosial yang aktif dalam mengatur, membatasi, bahkan menolak peran perempuan dalam ruang publik keagamaan. Dengan kata lain, bahasa dan visual dalam konten TikTok menjadi alat utama dalam membentuk, mempertahankan, dan mendistribusikan stereotip gender terhadap dai perempuan.

2. Pembacaan Teoritik dengan Pendekatan Roger Fowler

Dalam kerangka Analisis Wacana Kritis Roger Fowler, bahasa tidak dipandang sebagai alat komunikasi netral, melainkan sebagai representasi ideologi dan relasi kekuasaan. Ketiga video TikTok yang dianalisis secara jelas menunjukkan bagaimana pilihan kata, struktur kalimat, narasi visual, dan cara berinteraksi memuat nilai-nilai ideologis tertentu yang menyudutkan atau membatasi peran perempuan dalam dakwah.

Misalnya, dalam video @amazmii, meskipun ia tampil sebagai dai yang responsif dan dekat dengan audiens, penggunaan gaya bahasa lucu dan promosi produk justru memperkuat stereotip bahwa ustazah harus

tetap menghibur dan atraktif untuk diterima. Dalam kerangka Fowler, ini menunjukkan bagaimana identitas perempuan dikonstruksi secara tidak setara melalui bahasa yang bersifat ideologis.

Sementara itu, dalam video Ning Umi Laila, frasa seperti “Ustadzah Cantik Tak Perlu Glowing” secara eksplisit tampak mendukung nilai kesalehan, tetapi secara implisit tetap mempertahankan dominasi nilai estetika terhadap perempuan, seolah-olah kecantikan tetap menjadi syarat penting meskipun tidak perlu “berlebihan”. Ini menunjukkan kontradiksi wacana yang dibungkus dalam narasi religius, namun tetap mereproduksi nilai-nilai patriarkal secara halus.

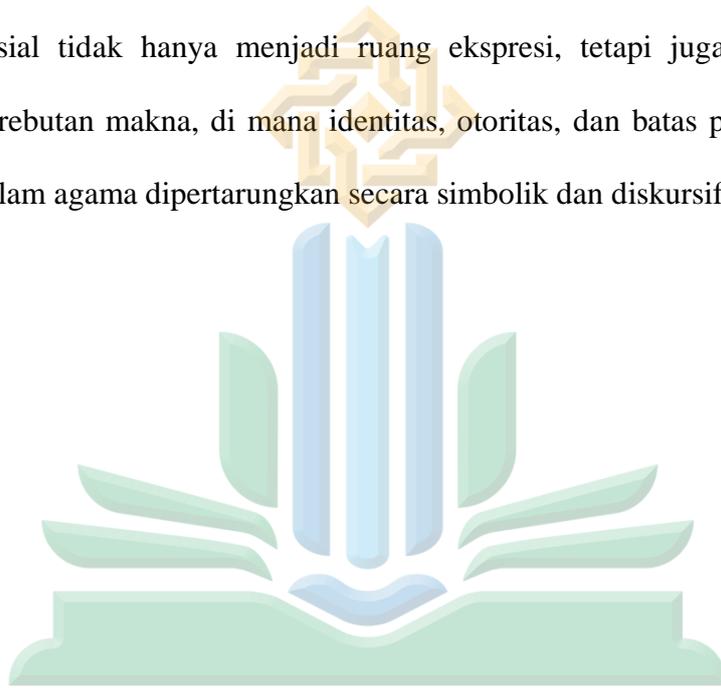
Video dari akun @Assyahmy bahkan lebih eksplisit dalam menunjukkan kekuasaan wacana. Pemilik akun menggunakan bahasa yang tegas, kasar, dan penuh penghakiman untuk menolak keberadaan dai perempuan dalam ruang ibadah laki-laki. Melalui kalimat-kalimat aktif dan generalisasi seperti “Islam bukan soal ego, tapi kepatuhan” atau “makan tuh kedunguan”, ia merepresentasikan dirinya sebagai penjaga otoritas syar’i. Ini mencerminkan relasi kuasa vertikal, di mana laki-laki (atau figur konservatif) berperan sebagai pengontrol, dan perempuan sebagai objek yang diatur.

3. Keterhubungan Ketiga Fokus Masalah

Bentuk stereotip (fokus 1) mencerminkan konstruksi sosial dan budaya terhadap dai perempuan. Representasi (fokus 2) memperlihatkan bagaimana konstruksi tersebut divisualisasikan dalam media. Sementara

itu, pemaknaan wacana (fokus 3) mengungkap bahwa konstruksi dan representasi tersebut bukanlah sesuatu yang netral atau kebetulan, melainkan merupakan bagian dari dominasi ideologi patriarkal yang direproduksi melalui bahasa dan media digital.

Melalui pendekatan Fowler, temuan ini membuktikan bahwa media sosial tidak hanya menjadi ruang ekspresi, tetapi juga menjadi arena perebutan makna, di mana identitas, otoritas, dan batas peran perempuan dalam agama dipertarungkan secara simbolik dan diskursif.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai “Analisis Wacana Kritis terhadap Stereotip terhadap Dai Perempuan di Media Sosial TikTok” dengan menggunakan model Analisis Wacana Kritis (AWK) Roger Fowler, dapat disimpulkan bahwa:

1. Bentuk wacana stereotip terhadap dai perempuan di media sosial TikTok terbagi ke dalam tiga kategori utama, yaitu: (a) ustadzah selebriti dan influencer, (b) seksualitas dan citra, serta (c) objektifikasi dan popularitas. Ketiga bentuk ini menunjukkan bahwa dai perempuan di media sosial sering kali dihadapkan pada tuntutan untuk tampil tidak hanya sebagai penyampai dakwah, tetapi juga sebagai figur yang menarik secara visual, emosional, dan bahkan komersial. Stereotip ini menempatkan perempuan dalam posisi yang dibatasi oleh ekspektasi sosial dan estetika yang tidak sepenuhnya adil.
2. Gambaran wacana stereotip terhadap dai perempuan divisualisasikan melalui narasi visual dan struktur konten media sosial yang menyertakan elemen-elemen seperti pakaian syar'i, ekspresi wajah, caption, hashtag, serta konteks visual acara dakwah. Dai perempuan direpresentasikan dalam bentuk yang ambigu: di satu sisi ditampilkan sebagai sosok religius dan berwibawa, namun di sisi lain tetap dinilai melalui ukuran kecantikan, kesopanan, dan kepatutan berdasarkan norma patriarkal.

3. Pemaknaan wacana stereotip terhadap dai perempuan menunjukkan bahwa bahasa dalam konten-konten TikTok tidak bersifat netral, melainkan sarat dengan ideologi dan relasi kuasa. Menggunakan pendekatan Roger Fowler, dapat dipahami bahwa pilihan kata, struktur kalimat, dan narasi yang digunakan dalam konten TikTok berfungsi sebagai alat untuk mereproduksi ideologi patriarki dan menegaskan posisi subordinat perempuan dalam ruang publik keagamaan. Perempuan yang mencoba mengambil peran aktif sebagai khatib atau tokoh publik keagamaan kerap mendapat penolakan atau bahkan serangan secara verbal, yang menunjukkan bahwa relasi kuasa masih dikuasai oleh interpretasi konservatif terhadap syariat.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa media sosial, meskipun memberikan ruang baru bagi perempuan untuk berdakwah dan membentuk citra keagamaannya, tetap menjadi arena yang penuh dengan kontestasi wacana dan reproduksi ideologi patriarkal. Oleh karena itu, penting adanya kesadaran kritis untuk memahami bahwa apa yang tampak di permukaan bukan sekadar ekspresi individual, melainkan bagian dari konstruksi sosial yang lebih besar dan terstruktur.

B. Saran-Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Analisis Wacana Kritis Roger Fowler Terhadap Stereotip Da'I Perempuan Di Media Sosial TikTok, yang peneliti laksanakan ada beberapa saran yang ingin peneliti sampaikan setelah penelitian ini, diantaranya sebagai berikut :

1. Bagi para dai perempuan

Diharapkan para dai perempuan lebih menyadari pentingnya strategi representasi diri di media sosial, tidak hanya dari sisi visual dan popularitas, tetapi juga dari segi kekuatan pesan, substansi dakwah, serta kesadaran terhadap potensi bias gender yang dapat melekat melalui pilihan bahasa dan visualisasi. Penting untuk terus membangun otoritas keilmuan dan spiritualitas tanpa harus tunduk pada ekspektasi patriarkal yang mendominasi ruang digital.

2. Bagi pengguna media sosial

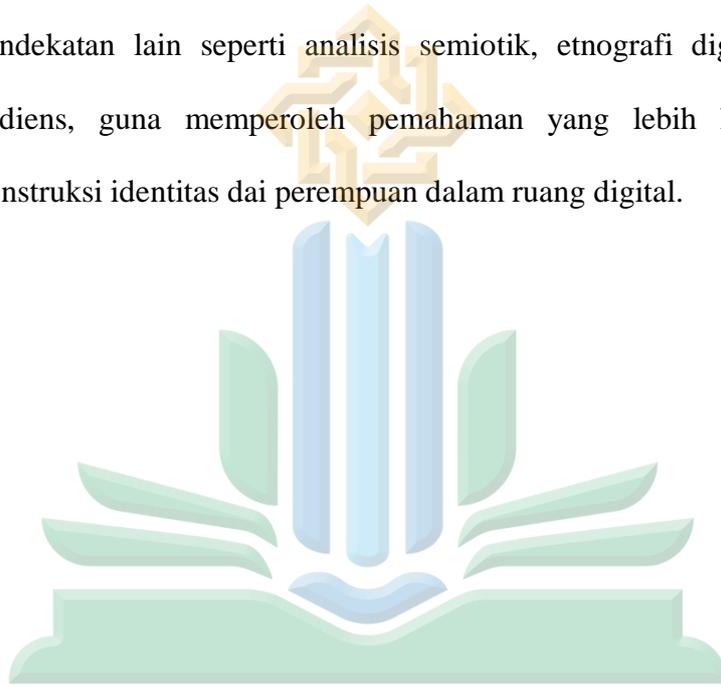
Masyarakat digital, khususnya pengguna TikTok, perlu meningkatkan literasi media dan literasi gender agar tidak terjebak dalam penilaian superfisial terhadap dai perempuan. Pengguna perlu lebih kritis dalam menanggapi konten dakwah dengan mempertimbangkan konteks, isi, dan kontribusi intelektual, bukan hanya berdasarkan tampilan atau gaya penyampaian.

3. Bagi platform media sosial dan komunitas keagamaan

Perlu adanya dukungan terhadap narasi dakwah perempuan yang lebih inklusif, adil gender, dan mengedepankan substansi. Platform seperti TikTok juga dapat memberikan ruang kurasi konten berbasis nilai edukatif dan spiritual, bukan semata-mata konten viral yang ditentukan oleh algoritma visual dan interaksi emosional belaka.

4. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini masih terbatas pada representasi di platform TikTok dan menggunakan pendekatan Analisis Wacana Kritis model Roger Fowler. Peneliti selanjutnya dapat memperluas kajian ke platform lain seperti Instagram, YouTube, atau Facebook, dan mengombinasikannya dengan pendekatan lain seperti analisis semiotik, etnografi digital, atau studi audiens, guna memperoleh pemahaman yang lebih holistik tentang konstruksi identitas dai perempuan dalam ruang digital.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Aziz, Moh. Ali. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana, 2017.
- Departemen Pendidikan Dan Kebudayaan. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 1980.
- Eriyanto. *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LKiS, 2012.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. *Al-Qur'an dan Terjemahan*. Jakarta: Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama, 2019.
- Mufid, Muhamad. *Etika Dan Filsafat Komunikasi*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2009.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: FPOK UPI, 2008.
- Tim Penyusunan. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: UIN KHAS Jember, 2021.

E-Book

- Damarani Zelika Nidya, dkk. *Gender, Kekerasan Seksual dan Anak*. Sidoarjo: Duta Sains Indonesia, 2024.
<https://books.google.co.id/books?id=HDUwEQAAQBAJ>
- Makhmudah, Siti. *Medsos dan Dampaknya Pada Perilaku Keagamaan Remaja*. Indonesia: Guepedia, 2019.
https://www.google.co.id/books/edition/MEDSOS_DAN_DAMPAKNYA_PADA_PERILAKU_KEAGATXkWEAAAQBAJ
- Nisa, Jannatun. *Stereotip dan Prasangka dalam Komunikasi Antarbudaya Muslim Pribumi dan Etnis Cina*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2021.
<https://books.google.co.id/books?id=TfAvEAAAQBAJ>
- Raniya, Ratu, Fathin, dkk. *Dampak Sosial Media Marketing Dalam Kepercayaan Konsumen*. Aceh: Syiah Kuala University Press, 2024.
https://www.google.co.id/books/edition/Dampak_Social_Media_Marketin_g_dalam_Kepe/o2jEAAAQBAJ
- Riasnugrahni, Missiliana, & Priska, Analya. *Buku Ajar: Metode Penelitian Kualitatif*. Gorontalo: Ideas Publishing, 2023.

https://www.google.co.id/books/edition/Buku_Ajar_Metode_Penelitian_Kualitatif/Ku3bEAAAQBAJ

Surahman, Sigit. *Memahami Kajian Media dan Budaya: Pendekatan Multidisipliner*. Jakarta: Kencana, 2024.
https://www.google.co.id/books/edition/Memahami_Kajian_Media_Dan_Budaya_Pendeka/iaH7EAAAQBAJ

Skripsi

Handayayekti, Mumpuni. "Problematika Da'i Perempuan Muslimat NU Rating Gentasari." Skripsi, IAIN Purwokerto, 2021.

Sarah, Nur. "Analisis Wacana Kritis Perspektif Teun A. Van Dijk Terhadap Media Sosial Pada Akun Instagram @IndonesiaTanpaPacaran Tahun Pelajaran 2019." Skripsi, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2019.

Jurnal

Ayuningrum, Nara Garini. "Analisis Wacana Kritis Komentar Seksual Dalam Media Sosial Twitter Laki-Laki Berekspresi Gender Feminin." *Jurnal Wanita dan Keluarga*, Vol. 2, No. 2 (2021).
<https://doi.org/10.22146/jwk.3620>

Batoebara, Maria Ulfa. "Aplikasi Tik-Tok: Seru-Seruan Atau Kebodohan." *Network Media*, Vol. 3, No. 2 (2020).
<https://doi.org/10.46576/jnm.v3i2.849>

Hartati, Siti Sarah Sakinayati & Eunis Khoerunnisa. "Bias Gender Dakwah Thoriqoh Qodiriyah Naqsabandiyah Pondok Pesantren Suryalaya." *Jurnal Ilmu Dakwah Tasawuf*, Vol. 3, No. 1 (2021).

Lubis, Prinsella Balqis. "Analisis Wacana Kritis Perspektif Sara Mills Dalam Media Sosial Pada Akun Instagram @lambeturah." *EUNOIA (Jurnal Pendidikan Bahasa Indonesia)*, Vol. 3, No. 1 (2023).
<https://doi.org/10.30821/eunoia.v3i1.2547>

Mujiati, Nanik. "Perspektif Islam Tentang Stereotip Gender Perempuan." *Jurnal Studi Sosial dan Ekonomi*, Vol. 5, No. 1 (2024).

Muttaqin, M. Zaenul, dan Sriyono. "Konstruksi Opini Publik Melalui Media Sosial." *POLITICOS: Jurnal Politik dan Pemerintahan*, Vol. 1, No. 2 (2021). <https://doi.org/10.22225/politicos.1.2.2021.113-129>

Najwah, Nurun. "Dehumanization Of Woman By Da'iyah (Media Contest In Religious Lectures)." *Jurnal Living Hadis*, Vol. 7, No. 1 (2022).

Putri, Sukma Ari Ragil. "Potret Stereotip Perempuan Di Media Sosial." *Jurnal Representamen*, Vol. 7, No. 2 (2021).

Rahman, Eva Ferawati & Agus Hamdani. "Strategi Penggunaan Kosakata dan Tata Bahasa Pada Berita Media Online Indonesia." *Jurnal Pembelajaran Bahasa dan Sastra*, Vol. 10, No. 1 (2023).

Rahmawati, Baiti, dan Abdul Muhid. "Analisis Wacana Kritis Di Media Sosial." *Jurnal Dakwah Tabligh*, Vol. 20, No. 1 (2019).
<https://doi.org/10.24252/jdt.v20i1.9608>

Rinanda, Fdhlizha Izzati & Hetty Krisnani. "Perilaku Generasi Z Terhadap Penggunaan Media Sosial TikTok." *Social Work Jurnal*, Vol. 10, No. 2 (2021).

Rosyidah, Ferya Nur. "Gender dan Stereotipe: Konstruksi Realitas Dalam Media Sosial Instagram." *Social Work Jurnal*, Vol. 9, No. 1.

Website dan Video Online

Alfatzoins155. "Video yang menunjukkan Ustadzah Ning Umi Laila sedang berdakwah..." TikTok, March 11, 2025. <https://vt.tiktok.com/ZSkFWfbp/>

Amazmii. "Seorang da'i perempuan menjawab pertanyaan dari audiens..." TikTok, January 21, 2025. <https://vt.tiktok.com/ZSkFcENP/>

Assyahmy. "Video yang menunjukkan seorang pria tengah mengkritik seorang da'i perempuan..." TikTok, March 8, 2025. <https://vt.tiktok.com/ZSkFGDBU/>

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
 J E M B E R

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ayu Astutik
NIM : 214103010015
Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Fakultas Dakwah
Institusi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "Analisis Wacana Kritis Roger Fowler Terhadap Stereotip Da'I Perempuan Di Media Sosial TikTok" Adalah benar-benar karya asli saya kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan didalamnya maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya. demikian surat pernyataan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai mestinya.

Jember, 26 Februari 2025
Peneliti



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Ayu Astutik
NIM. 214103010015

MATRIK USULAN PENELITIAN :

MASALAH PENELITIAN	PERTANYAAN PENELITIAN	VARIABLE	INDIKATOR
<p>Media sosial memiliki peran penting dalam penyebaran informasi keagamaan, termasuk dalam hal menyebarkan ajaran agama, memfasilitasi dialog, membangun komunitas keagamaan, menyebarkan pesan dakwah secara global. Media sosial merupakan media untuk menyampaikan pesan-pesan penting kepada masyarakat dengan cara yang menghibur dan menyenangkan. Tentu, maraknya penggunaan media sosial saat ini, setidaknya menjadi berkah bagi semua pihak, tidak hanya bagi masyarakat secara umum, melainkan munculnya dai-dai perempuan yang selama ini kerap tenggelam dalam kegemerlapan dai laki-laki. Selain diramaikan oleh para penceramah atau dai laki-laki, panggung dakwah kita belakangan juga diramaikan oleh kemunculan para dai perempuan yang mencuri perhatian publik. Sebut saja di antaranya Mamah Dedeh, Ning Umi Laila, Ustadzah Mumpuni, dan sejumlah nama lainnya. Sebagian dai Perempuan yang populer di media sosial memang masih kurang menjadi perhatian, meski kemampuan mereka membangun retorika ceramah keagamaan sudah tidak perlu diragukan. Mengacu pada deskripsi singkat tersebut, maka yang menjadi masalah penelitian (<i>research problem</i>) adalah sebagai berikut: Mengapa Stereotip Dai Perempuan Cenderung Belum Direspon Positif Dan Kurang Menjadi Perhatian Publik, Padahal Dai Perempuan memiliki kapasitas dan integritas yang tidak perlu diragukan dan tidak kalah dengan Dai Laki-Laki?</p>	<p>1. Apa Saja Bentuk Wacana Stereotip Dai Perempuan Di Media Sosial Tik Tok?</p>	<p>Bentuk stereotip (ustadzah selebriti, seksualitas dan citra, objektifikasi)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Konten video yang mempromosikan produk sambil berdakwah. ▪ Komentar yang menilai penampilan fisik da'i. ▪ Kritik terhadap peran da'i perempuan di ruang publik.
	<p>2. Bagaimana Gambaran Wacana Stereotip Dai Perempuan Di Media Sosial Tik Tok?</p>	<p>Representasi visual dan naratif.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Penggunaan bahasa jenaka dalam dakwah. ▪ Fokus pada kecantikan fisik dalam caption video. ▪ Konten yang membatasi peran da'i perempuan.
	<p>3. Bagaimana Memaknai Wacana Stereotip Dai Perempuan Dengan Menggunakan Model Analisis Wacana Kritis Roger Fowler Di Media Sosial Tik Tok?</p>	<p>Pilihan kosakata dan tata bahasa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kalimat aktif/pasif yang mencerminkan relasi kuasa. ▪ Kata-kata bernuansa ideologis "Ustadzah Cantik Tak Perlu Glowing". ▪ Generalisasi dalam komentar kritik.

BIODATA PENULIS**BIODATA PRIBADI**

Nama Lengkap : Ayu Astutik
NIM : 214103010015
Tempat Tanggal Lahir : Lumajang, 8 Agustus 2003
Alamat : Karanglo, RT/RW 024/007, Desa Gedangmas,
Kec.Randuagung, Kab.Lumajang.
Email : ayuastutik808@gmail.com
Fakultas : Dakwah
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. TK Muslummat NU 01 : 2007 - 2009
2. SDN Gedangmas 02 : 2009 - 2015
3. MTS Syarifuddin : 2015 - 2018
4. MA Nurul Jadid : 2018 - 2021
5. UIN KHAS Jember : 2021 - 2025