

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di tengah pembangunan masa kini yang banyak membawa perkembangan baru dalam bidang agama, sosial, sains, dan teknologi akan membawa pengaruh semakin berkembangnya sifat-sifat konsumerisme, materialisme beserta pendangkalan rohani dan moral, dakwah senantiasa dituntut untuk terus berupaya merubah suatu kondisi negatif ke kondisi yang positif atau perubahan dari kondisi yang sudah positif menuju kondisi yang lebih positif lagi.¹ Tentu saja dengan penuh *hikmah* dan *mau'idhoh hasanah*. Aurat secara umum adalah bagian badan yang tidak boleh kelihatan orang lain, karena akan menimbulkan aib dan malu. Jika aurat itu dibuka dengan sengaja maka bersdosalah pelakunya. Masing-masing dari wanita dan pria memiliki batasan dan aurat yang telah ditetapkan syari'at Islam. Oleh karena itu, setiap muslim dan muslimah wajib mengetahui batasan-batasannya dan kemudian mentaatinya dengan menjaga auratnya dalam kehidupan sehari-hari.

"وَقُلْ لِلْمُؤْمِنَاتِ يَغْضُضْنَ مِنْ أَبْصَارِهِنَّ وَيَحْفَظْنَ فُرُوجَهُنَّ وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ
إِلَّا مَا ظَهَرَ مِنْهَا وَلْيَضْرِبْنَ بِخُمُرِهِنَّ عَلَىٰ جُيُوبِهِنَّ..."

¹ Dr. Abdur Razzaq, M.A, *Dakwah dan Pemikiran Politik Islam*, (Palembang: Noer Fikri, 2017), hal 3.

Artinya: *Katakanlah kepada wanita yang beriman: "Hendaklah mereka menahan pandangannya, dan kemaluannya, dan janganlah mereka Menampakkan perhiasannya, kecuali yang (biasa) nampak dari padanya. dan hendaklah mereka menutupkan kain kudung kedadanya. (QS. An-Nur;31).²*

Allah SWT menganugerahkan kepada wanita keindahan tubuh dan paras yang tidak dimiliki oleh pria. Setiap lekuk tubuh wanita adalah kehormatannya yang wajib ditutupi dari pandangan agar tidak menimbulkan birahi yang berujung pada pelecehan seksual, kekacauan dan pelanggaran terhadap norma-norma yang telah ditetapkan ajaran agama Islam. Oleh karena itu, menutup aurat bagi wanita hukumnya wajib baik di luar maupun dalam sholat. Untuk menutup seluruh tubuh mereka, kecuali muka dan telapak tangan, agar mereka terhindar dari gangguan orang-orang munafik dan fisik, maka untuk itulah bagi wanita diperlukan memakai hijab. Jadi wanita harus memakai hijab sesuai syariat. Islam juga mewasiatkan kepada para wanita yang biasa berkerudung untuk melepaskannya pada waktu-waktu tertentu, misalnya waktu shalat, agar sempurna dahi sujudnya kepada Allah (dengan persentuhan dahi dan hidung ke tanah).³

Al-Kasasyaf mengatakan hijab adalah pakaian yang luas dan lebih luas dari kerudung dan lebih sempit dari *rid* (selendang). Dililitkan di kepala wanita dan dibiarkan darinya apa yang dijulurkan ke dadanya. jadi wanita harus memakai hijab sesuai dengan ketentuan syari'at Islam saat keluar dari rumah, yaitu mengenakan pakaian yang dapat menutupi aurat, yang batasan-batasannya sudah

² Fathonah K.Daud, *Jilbab Hijab dan Aurat Perempuan*, Volume 3, Nomor 1, Maret 2013., hal 7.

³ Abu Syuqqah, *Busana dan Perhiasan Wanita Menurut Al-quran dan Hadist*, (Bandung: Al-Bayan, 1995), hal 27.

ditentukan oleh agama berdasarkan pada Al-Qur'an / AS-Sunnah. Seorang wanita yang tidak boleh keluar dari rumah atau menampakkan diri dihadapan laki-laki yang bukan mahramnya dalam keadaan bersolek atau memakai wewangian.

Sejalan dengan hal di atas juga dijelaskan dalam firman Allah SWT dalam surat Al-Ahzab ayat 59 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ قُلْ لِأَزْوَاجِكَ وَبَنَاتِكَ وَنِسَاءِ الْمُؤْمِنِينَ يُدْنِينَ عَلَيْهِنَّ مِنْ جَلْبَابِهِنَّ ذَلِكَ أَدْنَى أَنْ يُعْرَفْنَ فَلَا يُؤْذَيْنَ ۗ وَكَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَحِيمًا ﴿٥٩﴾

Artinya: “Hai Nabi katakanlah kepada isteri-isterimu, anak-anak perempuanmu dan isteri-isteri orang mu’mi “Hendaklah mereka mengulurkan jilbabnya keseluruh tubuh mereka”. Yang demikian itu supaya mereka lebih mudah untuk dikenal, karena itu mereka tidak diganggu. Dan Allah adalah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang”. (QS. AL-Ahzab: 59).⁴

Sayangnya tidak semua wanita muslim sudah melakukan kewajiban untuk mengenakan hijab tersebut dengan beragam macam alasan, salah satunya ketidak siapan mereka untuk melakukan kewajiban itu. Beberapa wanita lain bahkan sudah berhijab dan meninggalkannya. Penggunaan jilbab dewasa ini telah bergeser maknanya, sehingga jilbab bukan saja sebagai penutup aurat sesuai syariat Islam, tetapi kini telah menjadi bagian fashion dengan munculnya tren mode jilbab yang semakin beraneka ragam. Serta penggunaan jilbab yang dipadupadankan dengan pakaian yang ketat dan minim juga akan merubah arti memakai jilbab itu sendiri.

⁴ Muhammad Nashiruddin Al-Albani, *Jilbab Wanita Muslimah*, (Solo: Al –Maktabah Al-Islamiyah, 2001), hal 48.

Salah satu cara berpakaian yang berkaitan dengan nilai agama dan yang sering menjadi pusat perhatian adalah mengenakan jilbab sebagai identitas muslimah, hijab, kerudung atau yang lazim disebut jilbab sudah menjadi tren.

Video sebagai media audio visual yang menampilkan gerak, semakin lama semakin populer dalam masyarakat kita. Pesan yang disajikan dapat bersifat fakta (kejadian/peristiwa penting, berita), maupun fiktif (seperti misalnya cerita), bisa bersifat informatif edukatif maupun intruksional. Sebagian besar tugas film dapat digantikan oleh video, namun tidak berarti bahwa video akan menggantikan kedudukan film. Masing-masing memiliki keterbatasan dan kelebihan tersendiri. Kini perkembangan teknologi semakin maju dengan adanya media sosial seperti Facebook WhatShaap dan Instagram, audiovisual juga semakin berkembang dengan adanya media sosial, bisa disebut dengan media audiovisual.

Media audivisual, yaitu jenis media yang selain mengandung unsur suara juga juga mengandung unsur gambar yang bisa dilihat, misalnya rekaman video berbagai ukuran film, slide suara, dan lain sebagainya. Jenis media ini mempunyai kemampuan yang lebih baik, karena meliputi kedua jenis media auditif (mendengar) dan visual (melihat). Media audiovisual merupakan sebuah alat bantu yang berarti bahan atau alat yang dipergunakan dalam situasi belajar untuk membantu tulisan dan kata yang diucapkan dalam menularkan pengetahuan, sikap, dan ide.⁵

⁵ Azhar Arsyad, *Media Pembelajaran*, Cet.6, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2015), hlm. 4.

Teknologi pada dasarnya memiliki kontribusi dalam menciptakan keberagaman media, inilah salah satu ciri dalam lingkungan media baru media komunikasi seperti telepon genggam (*handphone*) seolah-olah menjadi kebutuhan mendasar bagi semua orang untuk melakukan koneksi komunikasi jarak jauh. Media saat ini tidak hanya banyak dari sisi jumlah, tetapi juga khalayak diberikan pilihan untuk mengonsumsi melalui jenis medianya mulai dari cetak, audio, visual, audio-visual, hingga online. Jika media selama ini merupakan pusat informasi, dan informasi itu diberikan dan dipublikasikan dengan satu arah, maka media menjadi lebih interaktif.

Media sosial memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasikan mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antarpengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial. Kini kehadiran media sosial menjadi fenomenal seperti Facebook, twitter, YouTube, bahkan Instagram adalah beberapa jenis dari media sosial yang diminati oleh banyak khalayak. Bahkan, ada sebuah fakta bahwa pengguna sebuah media sosial jauh lebih banyak dibandingkan jumlah penduduk sebuah negara. Media sosial juga tidak hanya digunakan untuk mendistribusikan informasi yang bisa dikreasikan oleh pemilik akun (*users*) itu sendiri, tetapi juga memiliki dasar sebagai portal untuk membuat jaringan pertemanan secara virtual dan medium untuk berbagi data, seperti audio

dan video.⁶ Kini internet mampu memperpendek jarak antara peristiwa dan berita. Pada saat peristiwa berlangsung, beritanya bisa dipublikasikan secara luas, berita ditayangkan kapan saja, dari mana saja, tanpa memperhitungkan luas halaman dan durasi, karena internet memang tidak memiliki problem ruang dan waktu dalam mempublikasikan informasi.

Akun @unialfi di Instagram yang mengetengahkan cerita dan berkaitan dengan hukum hijab dan membuka aurat di video ketika dunia mampu membeli auratmu, video ini ditayangkan pada tanggal 08 Desember 2017, video ini memberikan informasi mengenai hukum-hukum tidak menggunakan hijab dan membuka aurat. Salah satu dosa besar yang menyebabkan wanita masuk neraka yaitu tidak memakai jilbab. Kau anggap melepas jilbab itu sepele tapi tidak pada hukum akhirat, Kau sengaja membukakan pintu neraka pada ayahmu kau dorong dia pelan-pelan, kau sengaja membebaskan dosa pada suamimu (durhaka), kau sengaja memperlihatkan auratmu hingga orang lain menanggung dosa karena telah melihat auratmu itu, bahkan kau tidak taat kepada Allah SWT “tidak menjalankan perintah tutup aurat”, ketika dunia bisa meracuni otak dan hatimu ketika uang bisa meninggalkan hijabmu ketika pilihanmu itu seolah benar (katamu) dan kau berkata ini tentang “apa adanya dirimu” TIDAK! kau salah! Kau orang yang rugi kau kalah dengan nafsumu kau memilih pujian belaka kau memilih mendengarkan bisikan syetan. Ingat! Itu bukan kata hati itu bisikan

⁶Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), hal 3.

syetan tapi kau turuti, bukankah jelas pada hadist Rosulullah itu menangis melihat gambaran bahwa penghuni neraka adalah kebanyakan wanita. Video singkat yang di unggah oleh @Unialfi sangat bermanfaat bagi para wanita khususnya yang belum menggunakan hijab maupun yang ingin memperbaiki dirinya.

Mahasiswa Jurnalistik UIN Raden Fatah Palembang ini semua muslimah. Mereka berpakaian pantas dan sebagai mana mestinya wanita yang menutupi seluruh tubuhnya dengan menggunakan hijab, mereka tetap modis dalam berpakaian. “karena dengan menutup aurat dan memakai hijab ini saya lebih merasa baik, dan tetap cantik dalam berpenampilan, tetap keren, dan tetap terlihat modern”, ungkap Dahlia salah satu mahasiswa Jurnalistik.

Berdasarkan latar belakang diatas, penelitian tertarik untuk mengadakan penelitian yang akan di tuangkan dalam skripsi dengan judul **“Persepsi Mahasiswa Jurnalistik UIN Raden Fatah Palembang Terhadap Video “Ketika Dunia Mampu Membeli Auratmu” di Akun Instagram @unialfi.**

B. Rumusan Masalah

Dari pembahasan di atas penulis telah menemukan suatu permasalahan yaitu:

Bagaimana Persepsi Mahasiswa Jurnalistik UIN Raden Fatah Palembang Terhadap Video “ketika dunia mampu membeli auratmu” di Akun Instagram @Unialfi

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan penelitian di atas, maka tujuan penelitiannya adalah untuk mengetahui tentang persepsi mahasiswa Jurnalistik UIN Raden Fatah Palembang Terhadap Video “Ketika Dunia Mampu Membeli Auratmu” di Akun Instagram @unialfi.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitiannya adalah:

1. Manfaat Teoristis

Penelitian ini diharapkan menjadi media informasi atau wawasan kepada Mahasiswa Jurnalistik UIN Raden Fatah Palembang terhadap video “ketika dunia mampu membeli auratmu” di akun instagram @unialfi.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan masukan kepada akun Instagram @Unialfi untuk tetap memberikan video-video yang dapat dijadikan contoh kepada mahasiswa jurnalistik dalam segi keagamaannya dan juga sebagai acuan penelitian-penelitian selanjutnya, baik akademis maupun non akademis.

E. Tinjauan Pustaka

Pembahasan yang berkaitan dengan judul yang penulis bahas tinjauan pustaka yang menjadi rujukan, yaitu:

Yucika Putri, 2017. “*Persepsi Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang Terhadap Penggunaan Aplikasi OLX Sebagai Media Komunikasi Bisnis Online*”. Hasil dari penelitian bahwa mahasiswa telah menggunakan aplikasi *OLX* sebagai media bisnis *online*, yaitu mahasiswa menggunakan aplikasi *OLX* sebagai media bisnis karena kemudahan, fleksibel, dan keuntungan yang diperoleh dari aplikasi berdasarkan penampulan aplikasi yang lengkap dan tidak sulit digunakan. Adapun perbedaan dalam penelitian ini, yaitu penulis menggunakan sampel persepsi mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang terhadap penggunaan aplikasi *OLX* sebagai media komunikasi bisnis *online*. Namun penelitian ini ada persamaan dengan penelitian yang sekarang karena penulis menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Sedangkan penelitian yang sekarang menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif.⁷

Meutia Puspita Sari, 2017. “*Fenomena Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pembelajaran Agama Islam Oleh Mahasiswa FISIP Universitas Riau*”. Hasil dari penelitian bahwa motif masa lalu (*because motive*) yang tergolong pada motif sosiogenetis berupa motif ingin tahu, motif kebutuhan akan nilai, serta motif harga diri dan kebutuhan untuk mencari identitas. Adapun perbedaan dalam penelitian ini, yaitu penulis menggunakan sampel mahasiswa Mahasiswa FISIP Universitas Riau terhadap media sosial instagram sebagai komunikasi pembelajaran agama Islam. Namun penelitian ini ada persamaan dengan penelitian yang sekarang karena penulis menggunakan jenis penelitian

⁷Yucika Putri, 2017. “*Persepsi Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang Terhadap Penggunaan Aplikasi OLX Sebagai Media Komunikasi Bisnis Online*”.

deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Sedangkan penelitian yang sekarang menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif.⁸

Ahmad Fujiyanto, 2016. “*Penggunaan Media Audio Visual Untuk Meningkatkan Hasil Belajar Siswa Pada Materi Hubungan Antar Makhluk Hidup*”. Hasil dari penelitian bahwa penggunaan media pembelajaran audio visual dalam pembelajaran pada materi hubungan antar makhluk hidup dapat meningkatkan motivasi dan prestasi belajar siswa. Adapun perbedaan dalam penelitian ini, yaitu penulis menggunakan sampel siswa sekolah terhadap media audio visual untuk meningkatkan hasil belajar. Namun penelitian ini ada persamaan dengan penelitian yang sekarang karena penulis menggunakan model penelitian kemmis dan McTaggart, yaitu terdapat empat tahap rencana pada tahap perencanaan dimulai dengan mempersiapkan rencana pelaksanaan pembelajaran, LKS, observasi, serta wawancara. Sedangkan penelitian yang sekarang menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif.⁹

Dhita Widya Putri, 2017. “*Analisis Strategi Perencanaan Pesan Pada Akun Instagram E-commerce @thekufed*”. Hasil dari penelitian bahwa Kufed memiliki strategi komunikasi antara lain; *community building*, di mana Kufed mendekatkan diri dan membangun hubungan dengan melibatkan targetnya ke dalam aktivitas tertentu dan bekerjasama dalam pembuatan konten. Adapun perbedaan dalam penelitian ini, yaitu penulis menggunakan informan narasumber, yaitu: Admin dan *Marketing Executive @thekufed*, Konsultan *@thekufed*, Tim Kreatif

⁸Meutia Puspita Sari, *JOM FISIP*: Vol.4 No. 2 – Oktober 2017, hal 12.

⁹Ahmad Fujiyanto, *Jurnal Pena Ilmiah*: Vol, 1, No. 1 (2016), hal, 849.

@thekufed, *Graphic Designer @thekufed*, Praktisi Media Sosial, dan Akademisi di bidang Media Sosial. Namun penelitian ini ada persamaan pada yang sekarang karena penulis menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Sedangkan penelitian sekarang menggunakan penelitian kualitatif deskriptif.¹⁰

Fadli Harisa Ramadhan, 2107. “*Pemanfaatan Media Sosial Instagram Akun @mr.creampuff Sebagai Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan*”. Hasil dari penelitian bahwa media instagram menawarkan peluang untuk melakukan penjualan produk kebutuhan hidup sehari-hari secara langsung kepada pelanggan yang berada pada pasar konsumsi (*consumer market*) atau konsumen pada pasar industry (*business-to-business market*). Adapun perbedaan dalam penelitian ini, yaitu penulis menggunakan informan narasumber, yaitu: *owner @mr.creampuff*, 2 orang karyawan toko, dan 2 orang *customer @Mr.creampuff*. Namun penelitian ini ada persamaan dengan penelitian yang sekarang karena penulis menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Sedangkan penelitian yang sekarang menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif.¹¹

F. Kerangka Teori

Persepsi sebagai pengamatan secara global belum disertai kesadaran, sedangkan subjek dan objeknya belum terbedakan dari yang lainnya. Selanjutnya dijelaskan bahwa persepsi merupakan bentuk kesadaran yang belum disadari

¹⁰Dhita Widya Putri, *Jurnal Analisis Strategi Perencanaan Pesan Pada Akun Instagram E-commerce @thekufed*, Volume 9, Nomor 1, Edisi Januari 2017.

¹¹ Fadli Harisa Ramadhan, *Jurnal Pemanfaatan Media Sosial Instagram Akun @mr.creampuff Sebagai Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan*. Jom FISIP Vol. 4 No. 2 – Oktober 2017.

benar, sehingga individu yang bersangkutan belum mampu membedakan diri sendiri dengan objek yang diamati.

Dengan mengutip Cohen, Fisher dikemukakan bahwa persepsi didefinisikan sebagai interpretasi terhadap berbagai sensasi sebagai representasi dari objek-objek eksternal.¹²

Marliany (2010), mengemukakan bahwa persepsi adalah *perception*, yaitu cara pandang terhadap sesuatu atau mengutarakan pemahaman hasil olahan daya pikir, artinya persepsi berkaitan dengan faktor-faktor eksternal yang direspons melalui pancaindera, daya ingat, dan daya jiwa.¹³

Persepsi adalah suatu kesan terhadap suatu obyek yang diperoleh melalui proses penginderaan, pengorganisasian, dan interpretasi terhadap obyek tersebut yang diterima oleh individu, sehingga merupakan suatu yang berarti dan merupakan aktivitas *integrated* dalam diri individu.¹⁴

Desiderato dalam buku *Psikologi Komunikasi*, mendefinisikan persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna pada stimulus inderawi (*sensory stimuli*). Hubungan sensasi dan persepsi sudah jelas. Sensasi adalah bagian dari persepsi. Walaupun begitu,

¹²Marhaeni Fajar, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*, (Jakarta Barat: Kembangan, 2008), hlm, 149.

¹³Nurussakinah Daulay, *Pengantar Psikologi dan Pandangan Al-Quran Tentang Psikologi*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2014), hal, 150-151.

¹⁴Bimo Walgito, *Bimbingan dan Penyuluhan di Sekolah*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2014), hal, 54.

menafsirkan makna informasi inderawi tidak hanya melibatkan sensasi, tetapi juga atensi, ekspektasi, motivasi, dan memori.

Berdasarkan dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa persepsi adalah proses interpretasi dari stimulus yang diterima, baik berupa rangsangan atau informasi serta pesan yang diterima dan dirasakan oleh panca indera manusia.

Dalam komunikasi interpersonal, memori memegang peranan penting dalam memengaruhi baik persepsi dengan menyediakan kerangka rujukan maupun berpikir yang akan kita uraikan nanti. Dengan mempelajari memori membawa kita pada psikolog kognitif, terutama sekali pada model manusia sebagai pengolah informasi. Robert T. Craig (1979) bahkan meminta ahli komunikasi agar mendalami psikologi kognitif dalam upaya menemukan cara-cara baru dalam menganalisis pesan dan pengolahan pesan.

Ahli bedah syaraf Wilden Penfield pernah mengatakan bahwa rangsangan dengan jarum listrik pada bagian-bagian otak tertentu dapat menghadirkan kembali rekaman ini, persis seperti memainkan rekaman video. Secara singkat memori melewati tiga proses: perekaman, penyimpanan, dan pemanggilan.¹⁵

Teori pengolahan informasi (*Information Theory*) teori ini menyatakan bahwa informasi mula-mula disimpan pada *sensory storage* (gudang inderawi). Ada dua macam memory yaitu memori ikonis untuk materi yang kita peroleh secara visual, dan memori ekosis untuk materi yang masuk secara auditif (melalui

¹⁵*Ibid, hal.65.*

pendengaran). Penyimpanan disini berlangsung cepat, hanya berlangsung sepersepuluh sampai seperempat detik. *Sensory stroge*-lah yang menyebabkan kita melihat rangkaian gambar seperti bergerak, ketika kita menonton film. Supaya mudah diingat, informasi ini harus disandi (*encoded*) dan masuk pada *short-term memory* inipun berlangsung singkat.

Dengan demikian, persepsi berlangsung saat seseorang menerima stimulus dari dunia luar yang ditangkap oleh organ-organ bantunya yang kemudian masuk ke dalam otak. Di dalamnya terjadi proses berpikir yang pada akhirnya terwujud dalam sebuah pemahaman. Pemahaman ini yang kurang lebih disebut persepsi. Jadi, kesimpulannya persepsi adalah pengalaman yang diterima seseorang tentang peristiwa yang diterimanya melalui alat indera, dan kemudian ditafsirkan menurut kemampuan kognitif masing-masing individu.

G. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Istilah penelitian kualitatif menurut Sugiono (2015:15), adalah penelitian yang berlandaskan pada filsafat *postpositivisme*, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah.¹⁶

Penelitian kualitatif sering disebut juga metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (*natural setting*).

¹⁶Sugiono. *Metodologi Penelitian Pendidikan. Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hal. 15.

Disebut sebagai metode kualitatif karena data yang terkumpul dan analisisnya lebih bersifat kualitatif.

2. Sumber Data Penelitian

Sumber data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, berbagai sumber, dan berbagai cara. Bila dilihat dari sumber datanya, maka sumber data dapat menggunakan data primer dan data sekunder. Dalam penelitian ini menggunakan 2 sumber data, yaitu sebagai berikut¹⁷.

- a. Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber primer diperoleh diperoleh secara langsung dari lapangan yang peneliti dapatkan dari wawancara antara peneliti dan informan.
- b. Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber sekunder adalah bukti, catatan, laporan, dan arsip yang mendukung dan berkaitan dengan penelitian ini.

3. Populasi dan Sampel Penelitian

a. Populasi

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian.¹⁸ Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Dakwah dan

¹⁷ *Ibid*, hal. 308-309.

¹⁸ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta), hal. 173.

Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang angkatan 2017 sebanyak 118 orang.

b. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti.¹⁹ Sampel penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, informan tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, sehingga memudahkan peneliti menjelajahi obyek atau situasi yang diteliti.²⁰

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti mendapatkan 12 orang mahasiswi Jurnalistik angkatan 2017 sebagai informan dan didasarkan pada pertimbangan yang telah di tentukan:

- a. Mahasiswa yang mempunyai akun instgram dan mengikuti akun instgram @unialfi,
- b. Mahaswa yang memakai hijab dan berusia 19 tahun.
- c. Mahasiswa yang sering menggunakan media instgram untuk lebih mengetahui tentang pesan-pesan dakwah yang disampaikan oleh @unialfi.

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

¹⁹ *Ibid, hal. 131.*

²⁰ *Ibid, hal. 300.*

Observasi deskriptif dilakukan pada saat memasuki situasi sosial tertentu sebagai obyek penelitian.²¹ Serangkaian pengamatan terhadap gejala-gejala yang menjadi objek penelitian secara sistematis, sesuai dengan tujuan penelitian. Dalam hal ini penulis mengadakan pengamatan secara langsung di lokasi penelitian untuk mengetahui dan mempelajari bagaimana persepsi mahasiswa Jurnalistik UIN Raden Fatah Palembang terhadap video “ketika dunia mampu membeli auratmu” di akun instagram @unialfi.

b. Metode Wawancara

Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Jenis wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis wawancara tak berstruktur (*unstructured interview*), yaitu wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya.²²

Dalam melakukan wawancara, peneliti mendengarkan secara teliti dan mencatat semua yang dikemukakan oleh informan. Dalam melakukan penelitian ini, peneliti akan menggunakan *handphone* dan alat-alat tulis lainnya sebagai alat untuk melakukan wawancara dengan informan.

²¹ *Ibid, hal. 315.*

²² *Ibid, hal. 320.*

c. Metode Dokumentasi

Teknik dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian sosial untuk menelusuri data historis. Metode ini digunakan untuk mendapatkan data tentang lokasi penelitian, tentang mahasiswa, dan data yang berhubungan dengan persepsi mahasiswa yang diteliti.

5. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Analisis data ini dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas hingga datanya sudah jenuh. Aktifitas dalam analisis data yaitu dengan menggunakan sistem Triangulasi.²³

a. Reduksi Data

Reduksi data berarti merangkum, memilih hal yang pokok, memfokuskan pada hal yang penting, dicari pola dan temanya. Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian melalui penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan.

b. Penyajian Data

Penyajian data berarti mendisplay/menyajikan data dalam bentuk uraian, singkat, bagan, hubungan antar kategori. Penyajian data yang

²³ *Ibid, hal. 320.*

sering digunakan dalam penelitian kualitatif adalah bersifat naratif. Ini dimaksudkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang dipahami.

c. Verifikasi dan Penarikan Kesimpulan

Verifikasi adalah suatu tinjauan ulang pada pengamatan di lapangan dan hasil dari wawancara atau peninjauan kembali data yang ada, data dapat dilihat dari laporan perpustakaan, dari data tersebut harus diuji kebenarannya, dan kecocokannya yang merupakan validitas setelah itu baru ditarik suatu kesimpulan. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan pengetahuan baru yang belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap, sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kasual atau interaktif, hipotesis atau teori.

H. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah dalam sistematika pembahasan serta dalam mencapai tujuan, maka pembahasan ini dibagi ke dalam beberapa Bab dan Sub Bab, adapun sistematika pembahasan, yaitu:

Bab I : Merupakan pendahuluan yang berisikan tentang latar belakang, masalah. Rumusan masalah, tujuan, dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

- Bab II** : Landasan Teori yang terdiri dari, Persepsi, Media, Audiovisual, Aurat, dan Instagram.
- Bab III** : Gambaran umum tentang objek penelitian yang terdiri dari Sejarah Singkat, Visi, Misi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Sejarah jurusan Jurnalistik, Visi Misi, Tujuan, Struktur Organisasi, Data Mahasiswa Jurnalistik UIN Raden Fatah Palembang, dan Profil Unialfi
- Bab IV** : Merupakan hasil penelitian dan pembahasan persepsi mahasiswa Jurnalistik UIN Raden Fatah Palembang terhadap video “ketika dunia mampu membeli auratmu” di akun instagram @unialfi.
- Bab V** : Penutup yang terdiri dari Kesimpulan dan Saran.