



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

**ANALISIS RESEPSI MAHASISWA FAKULTAS
DAKWAH DAN KOMUNIKASI UIN SUNAN
AMPEL TERHADAP CITRA PEREMPUAN
DALAM AKUN YOUTUBE OPI E-SPORTS**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Surabaya untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:

Mohammad Hidayat

(NIM: B05218016)

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA
2022**

PERYATAAN KEASLIHAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mohammad Hidayat

NIM : B05218016

Prodi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul “Analisis Resepsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Terhadap Citra Perempuan dalam Konten Dewasa di Akun Youtube OPI E-Sports” adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas karya skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Rembang, 17 Mei 2022

Yang membuat pernyataan



Mohammad. Hidayat

B05218016

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Mohammad Hidayat

NIM : B05218016

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Analisis Resepsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Terhadap Citra Perempuan dalam Akun Youtube OPI E-Sports

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 7 Mei 2022

Dosen Pembimbing



Muchlis, S.Sos.I., M.Si

NIP. 197911242009011001

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Analisis Resepsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Ampel Terhadap Citra Perempuan dalam Akun
YouTube OPI E-Sports

SKRIPSI
Disusun Oleh
Mohammad Hidayat
B05218016

Tim Penguji

Penguji 1

Muchlis, S.Sos.I., M.Si
NIP. 197911242009011001

Penguji 2

Dr. Imam Maksum, M.Ag
NIP. 197306202006041001

Penguji 3

Dr. Nikmah Hadiati Salisah, M.Si
NIP. 197301141999032004

Penguji 4

Abu Amar Bustomi, M.Si
NIP. 197102042005011004

Surabaya, 24 Juni 2022

Bekas,



Dr. Moch. Cholil Arif, S.Ag, M.Fil.I
NIP. 197101171998031001



UIN SUNAN AMPEL
SURABAYA

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : MOHAMMAD HIDAYAT
NIM : B05218016
Fakultas/Jurusan : DAKWAH & KOMUNIKASI/ILMU KOMUNIKASI
E-mail address : hidayatmohammad211@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Analisis Resepsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Terhadap

Citra Perempuan dalam Akun Youtube OPI E-Sports

berserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 24 Juni 2022
Penulis

(MOHAMMAD HIDAYAT)

ABSTRAK

Mohammad Hidayat, NIM. B05218016 “Analisis Resepsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Terhadap Citra Perempuan dalam Akun Youtube OPI E-Sport”.

Penelitian ini bertujuan guna untuk mengetahui serta menganalisa pemaknaan pesan dari mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya terhadap citra perempuan yang ditawarkan dalam akun YouTube OPI E-Sport.

Untuk mendeskripsikannya peneliti menggunakan jenis metode penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Juga penggunaan teori analisis resepsi dari Stuart Hall.

Hasil penelitian sendiri menunjukkan posisi dominan, informan sejalan dengan makna yang disampaikan melalui konten *pargoy* (partai goyang) sebagai hiburan yang menghibur. Sedangkan pada posisi negosiasi informan setuju bahwa konten *pargoy* merupakan konten hiburan, namun juga melakukan penolakan bahwa penggunaan karakter perempuan sudah kategori eksploitasi. Posisi oposisi informan tidak sejalan dengan makna pesan apa yang ditampilkan dalam konten praktek eksploitasi yang merendahkan citra perempuan.

Kata Kunci: *analisis resepsi, mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi, channel OPI Entertainment*

ABSTRACT

Mohammad Hidayat, NIM. B05218016 "Analysis of the Faculty of Da'wah and Communication Student Reception of Sunan Ampel State Islamic University on The Image of Women in OPI E-Sport Youtube Account".

This research have a purpose to find out and analyze the meaning of messages from students of the Faculty of Da'wah and Communication UIN Sunan Ampel Surabaya on the image of women in OPI Entertainment's YouTube account.

To describe it researchers use a type of descriptive qualitative research method with a qualitative approach. Also used reception analysis theory from Stuart Hall.

The results of the study itself showed the dominant position, informants in line with the meaning conveyed through pargoy content as entertaining entertainment. Meanwhile, in the negotiating position, informants agree that pargoy (shake party) is entertainment content, but also refuse that the use of female characters is already an exploitation category. The position of the informant opposition is not in line with the meaning of what message is displayed in the content of exploitation practices that demean the image of women.

Keyword: *Reception analysis, Students of the Faculty of Da'wah and Communication, Channel OPI Entertainment*

مستخلص البحث

محمد هدايت ، نيم. B05218016 "تحليل استقبال طلاب كلية الدعوة والاتصال في UIN Sunan Ampel على صورة المرأة في حساب OPI E-Sport على Youtube".

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة وتحليل معنى الرسائل الواردة من طلاب كلية الدعوة والاتصال في UIN Sunan Ampel Surabaya حول صورة المرأة المعروضة في حساب OPI E-Sport على YouTube.

لوصفه يستخدم الباحث منهج بحث نوعي وصفي مع منهج نوعي. أيضا استخدام نظرية تحليل الاستقبال من ستيوارت هول.

تظهر نتائج البحث نفسه أن الموقف المهيمن ، أي المخبر يتماشى مع المعنى الذي يتم نقله من خلال محتوى Pargoy (الحفلة الهزاة) كترفيه ترفيهي. أثناء وجودهم في الموقف التفاوضي ، اتفق المخبرون على أن المحتوى البارغوي هو محتوى ترفيهي ، لكنهم نفوا أيضًا أن يكون استخدام الشخصيات النسائية في فئة الاستغلال. موقف معارضة المخبر لا يتماشى مع معنى الرسالة المعروضة في مضمون الممارسات الاستغلالية التي تحط من صورة المرأة.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

الكلمات المفتاحية: *Reception analysis* : طلاب كلية الدعوة والاتصال,
Channel OPI Entertainment

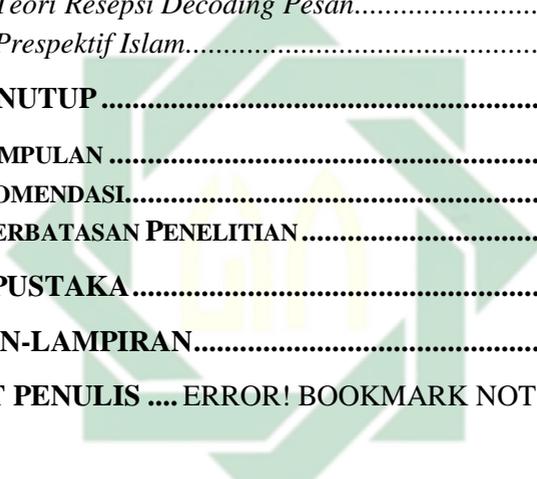
DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	I
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	I
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	II
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	I
PERYATAAN KEASLIHAN SKRIPSI.....	I
ABSTRAK	II
KATA PENGANTAR.....	V
DAFTAR ISI.....	VI
DAFTAR GAMBAR.....	IX
DAFTAR TABEL	X
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. LATAR BELAKANG.....	1
B. RUMUSAN MASALAH.....	7
C. TUJUAN PENELITIAN	7
D. MANFAAT PENELITIAN.....	7
E. DEFINISI KONSEP	7
1. <i>Analisis Resepsi.....</i>	<i>8</i>
2. <i>Konten Dewasa</i>	<i>9</i>
3. <i>Citra Perempuan.....</i>	<i>9</i>
4. <i>OPI Entertainment</i>	<i>10</i>
A. SISTEMATIKA PEMBAHASAN	10
BAB II KAJIAN TEORITIK.....	12

A. KERANGKA TEORETIK	12
1. <i>Analisis Resepsi</i>	12
2. <i>Teori Resepsi</i>	14
B. KERANGKA BERPIKIR	19
C. BERMEDIA SOSIAL DALAM PRESPEKTIF ISLAM.....	20
D. KAJIAN PENELITIAN TERDAHULU.....	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
A. PENDEKATAN DAN JENIS PENELITIAN.....	30
B. LOKASI PENELITIAN.....	31
C. JENIS DAN SUMBER DATA.....	32
1. <i>Sumber Primer</i>	32
2. <i>Sumber Sekunder</i>	33
D. TAHAPAN PENELITIAN	33
1. <i>Tahap Awal (Pra Lapangan)</i>	33
2. <i>Tahap Lapangan</i>	34
3. <i>Tahap Penulisan Laporan</i>	34
E. TEKNIK PENGUMPULAN DATA	34
1. <i>Observasi</i>	34
2. <i>Wawancara</i>	35
3. <i>Dokumentasi</i>	35
F. TEKNIK VALIDITAS DATA	36
1. <i>Triangulasi</i>	37
2. <i>Menggunakan Bahan Referensi</i>	37
G. TEKNIK ANALISIS DATA.....	38
1. <i>Reduksi Data (Data Reduction)</i>	39
2. <i>Penyajian Data (Display Data)</i>	39
3. <i>Menarik Kesimpulan (Verification)</i>	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
A. GAMBARAN UMUM SUBJEK PENELITIAN.....	41
1. <i>Gambaran Umum Informan</i>	41
2. <i>Citra perempuan dalam channel OPI Entertainment</i>	43

B. PENYAJIAN DATA	44
1. <i>Reception Analysis Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi angkatan 2019 tentang citra perempuan di channel YouTube OPI Entertainment.....</i>	<i>45</i>
C. PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN (ANALISIS DATA).....	50
1. <i>Citra Perempuan dalam Channel OPI Entertainment ...</i>	<i>50</i>
2. <i>Analisis Mahasiswa Tentang Citra Perempuan Menurut Teori Resepsi.....</i>	<i>51</i>
3. <i>Teori Resepsi Decoding Pesan.....</i>	<i>58</i>
4. <i>Prespektif Islam.....</i>	<i>60</i>
BAB V PANUTUP	71
A. KESIMPULAN	71
B. REKOMENDASI.....	72
C. KETERBATASAN PENELITIAN.....	72
DAFTAR PUSTAKA.....	74
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	78
RIWAYAT PENULIS	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.



 UIN SUNAN AMPEL
 S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
<i>Gambar 1.1 : Logo OPI E-Sport di YouTube</i>	10
<i>Gambar 1.2 : Model Encoding-Decoding Stuart Hall</i>	17
<i>Gambar 1.3 : Hipotesis Posisi Menurut Stuart Hall</i>	18
<i>Gambar 1.4 : Kerangka Penelitian</i>	19
<i>Gambar 2.1: Cuplikan Konten Partai Goyang OPI Angels di Youtube dan Tiktok</i>	44



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1	55



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kemunculan situs website YouTube di tengah kemajuan teknologi komunikasi menimbulkan ketertarikan tersendiri bagi penggunaannya, YouTube mampu menciptakan pengaruh yang cukup besar terhadap perilaku sosial maupun budaya dalam kehidupan masyarakat. Sebagai situs web yang dibuat untuk dapat membagikan berbagai momen dalam bentuk video, YouTube hadir dengan berbagai fasilitas yang ditawarkan, dimana pengguna tidak hanya dapat menikmati konten-konten video tapi juga dapat dengan leluasa membagikan bermacam video dengan bebas dan gratis. Baik itu berbentuk video klip musik, video blog, edukasi, hiburan, bahkan tayangan televisi.¹

Indonesia sendiri menempatkan situs YouTube sebagai media sosial paling populer diatas penggunaan media sosial lainnya seperti Facebook dan WhatsApp. Berdasar pada data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia pada kuartal II tahun 2020 ada 196,7 juta pengguna internet, dengan presentase 61 persen penduduk Indonesia yang menggunakan YouTube dimana pengguna menikmati film, musik dan olahraga menjadi yang paling banyak berselancar menikmati berbagai macam konten video yang tersaji di YouTube.

Dominasi penggunaan YouTube dengan popularitas tinggi kenyataannya dilatarbelakangi pada peningkatan nilai guna YouTube sebagai situs berbagi video, saat pengguna

¹ Gede Lingga Anata Kusuma Putra, "Pemanfaatan Animasi Promosi Dalam Media Youtube", *Prosiding Seminar Nasional Desain Dan Arsitektur (SENADA)*, vol. 2, 2019.

mengunjungi YouTube bukan sekedar untuk mendapatkan informasi tetapi juga untuk belajar atau untuk mendapatkan hiburan. Pengguna YouTube sendiri mengalami kenaikan setiap tahunnya berdasar pada data resmi yang dirilis oleh Google, pengguna YouTube dunia mencapai jumlah 2 miliar pengguna, jumlah ini hampir separuh dari jumlah penduduk dunia.²

Kehadiran media sosial seperti halnya YouTube sejatinya memberikan harapan baru bagi setiap orang, tentang bagaimana memanfaatkan media tersebut sebagai media informasi maupun media komunikasi di tengah kemajuan teknologi. Harapan bagi mereka yang setiap harinya berselancar di dunia maya agar dapat selalu berpedoman pada aturan norma sosial maupun moral. Alasan orang berbondong-bondong menjadi pengguna YouTube baik sebagai *content creator* sebab dinilai memiliki keuntungan yang menjanjikan. Tidak bisa dipungkiri *content creator* sudah menjadi semacam profesi, maka tak ayal jika banyak dari mereka yang harus menggunakan berbagai banyak cara, bekerja keras untuk dapat menarik perhatian *viewers* guna menghasilkan adsense yang luar biasa. Para *content creator* juga berpotensi menjelma sebagai selebritis yang tentunya menimbulkan perhatian publik, kebebasan dalam berekspresi yang mereka tampilkan tidak lepas dari tanggapan serta respon publik baik positif maupun negatif terhadap video mereka, melalui sebuah konten yang dihadirkan untuk mengundang *viewers* banyak atau bahkan sekedar memuaskan penikmat video di YouTube memang terkadang disalah artikan. Di Indonesia sendiri jenis konten yang terdapat di YouTube masih didominasi secara mayoritas oleh konten-konten hiburan yang cenderung kurang mendidik, bahkan yang lebih memprihatinkan sering kali hanya

² Diaz Praditya, "Fakta Menarik Youtube," *Techinasia.Com*, 2018. diakses pada November 2021 dari <https://id.techinasia.com/faktaperkembangan-youtube-di-indonesia>

sekedar menarik banyak penonton *content creator* memanfaatkan fitur *clickbait* atau juga *thumbnail* dengan menampilkan gambar-gambar vulgar yang terkadang antara tampilan thumbnail dengan isi konten sangat berbeda jauh, ini tentu berbanding terbalik dengan potensi konten edukasi dimana masih belum secara optimal dimaksimalkan.

Rendahnya literasi digital serta masih kurangnya pengetahuan tentang konten-konten positif, mengakibatkan masih banyak *content creator* di Indonesia belum dapat memanfaatkan peran YouTube secara optimal sebagai media informasi, utamanya media informasi pengetahuan dan pendidikan. Masih banyaknya konten-konten negatif yang ada di YouTube memunculkan semacam permasalahan yang beragam diantaranya *hoax*, isu SARA, *cyberbullying*, *cybercrime*, hingga yang paling sering ditemukan dan secara bebas beredar, konten pornografi.

Meskipun hasil data pada penilaian demografi pengguna YouTube Indonesia didominasi oleh pria karakter perempuan selalu menjadi pilihan sebagai peran utama. Konten hiburan seperti contohnya *Vlog*, *prank*, *Challenge*, hingga konten *gaming* telah menjadi fenomena umum menampilkan karakter perempuan sebagai daya tarik atau bahkan pemikat, sudah barang tentu momentum ini digunakan untuk mendulang jam tayang tinggi sebagai bentuk dari syarat akun YouTube dapat dimonetisasi. Karakter perempuan selalu digambarkan secara *sexist* hingga *hypersexual*, dimana ini menjadi alasan kuat bagi *content creator* untuk mendapat perhatian publik yang berdampak pada banyaknya viewers video yang diunggah. Selain itu banyak dari mereka yang secara kerelaan menampilkan sisi sensualitas, mulai dari memperlihatkan belahan dada secara terbuka, mengenakan pakaian minim hingga yang paling parah banyak ditemukan video-video yang memperlihatkan aksi memperagakan hubungan seksual. Melahirkan perbedaan pendapat antara pro dan kontra yang

tersebar di masyarakat, resepsi yang bermacam, tak heran jika terkadang menimbulkan semacam aksi *cyberbullying* atau bahkan mereka yang paling parah melakukan pelecehan terhadap *content creator*. Para *viewers* yang kebanyakan adalah pria terkadang juga memunculkan sebuah penilaian kriteria kecantikan mulai dari standarisasi hingga mengklarifikasikan seperti apa perempuan yang cantik dan seperti apa perempuan yang kurang cantik.

Citra perempuan di media sosial kenyataannya dibangun dan telah disesuaikan dengan kebutuhan industri media, perempuan dijadikan objek untuk kepentingan pelaku bisnis dengan berbagai cara. Agar dapat dengan mudah tercapai apa yang dituju, usaha memanfaatkan perempuan melalui eksploitasi tubuh yang berlebih menjadi cara yang sering dilakukan.

Apita Sharma (2012) mengatakan: "*although the media has played an important role in highlighting women's issues, it has also had negative impact, in terms of perpetrating violence against women through pornography and images of women as a female body that can be bought and sold*".³

Harus diakui praktek eksploitasi tubuh perempuan dalam berbagai konten di YouTube memberikan keuntungan yang luar biasa bagi pelaku bisnis, melalui berbagai video yang ditampilkan tubuh perempuan telah menjadi semacam alat perdagangan yang mampu memberikan keuntungan, rating, meningkatkan jumlah penonton, pengikut bertambah, atau juga meningkatnya keuntungan laba. Konten gaming menjadi salah satu yang paling disorot peneliti, konten yang sejatinya memberikan produk hiburan namun belakangan ini diciptakan bukan hanya sebagai sarana hiburan tapi juga penyampaian pesan konten kreator terhadap khalayak tentang apa yang

³ Arpita, Sharma, "Portrayal of Women in Mass Media", *An International Research Journal in Communication and Media*, vol. 3, no.1 2012.

dipikirkannya. Sejak tingginya peminat konten *gaming* di Indonesia para *gamers* maupun para *talent* belakangan ini tidak pernah lepas dari karakter perempuan. Harus diakui memang karakter perempuan mampu menjadi daya tarik ketimbang laki-laki, sebenarnya sah-sah saja menampilkan karakter perempuan dalam konten *gaming* selama masih dalam koridor kewajaran seorang *gamers*. Namun banyak beredar di YouTube konten-konten *gaming* sering kali diselipkan adegan-adegan dewasa yang terlalu jauh melenceng dari konteks isi konten itu sendiri.

OPI E-Sports merupakan salah satu tim olahraga elektronik yang ada di Indonesia, tim yang pertama kali berdiri pada tahun 2019 ini memiliki nama panjang *Over Powered Indonesia E-Sports*. OPI E-Sport sendiri mencatatkan prestasi juara pertama pada kompetisi *Mobile Legend* semi pro Yamisok. Sama dengan tim-tim E-Sports lainnya, OPI juga memiliki akun YouTube, bahkan OPI menjadi tim yang pertama mendapat 1 juta like di platform TikTok dengan konten *pargoy* (partai goyang) OPI *angels* yang juga banyak dikritik komunitas-komunitas E-Sports. Telah banyak tim E-Sports di Indonesia yang menggunakan karakter perempuan sebagai *brand ambassador*.

Bukan menjadi rahasia lagi di khalayak luas jika konten-konten hiburan seperti halnya konten *game* yang terdapat di YouTube selalu berada di peringkat atas dengan jumlah penonton terbanyak, bahkan sekarang ini peminat *game* bukan lagi sebatas ranah laki-laki namun juga perempuan. Banyak dari kaum wanita yang menyukai dunia *game*, bahkan sekarang ini banyak juga dari mereka yang terjun ambil bagian menjadi seorang *gamers*.

Oleh sebab itu, permasalahan seperti ini dirasa oleh peneliti cukup menarik untuk dilakukan penelitian mendalam untuk mencari tahu penyelesaiannya masalahnya.

Peneliti merasa sangat tertarik untuk mengetahui resepsi mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN

Sunan Ampel angkatan 2019 terhadap penggunaan citra perempuan di *channel game* milik OPI E-Sport, mengingat latar belakang, identitas, serta sosial budaya mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya. Dengan desain kurikulum fakultas yang mencakup ilmu Islam, sains, teknologi dan informasi juga sosial humaniora, yang mana sebagai mahasiswa fakultas Dakwah dan Komunikasi dituntut canggih informasi, canggih menyikapi juga mengkondisikan diri beradaptasi dengan teknologi, yang bepedoman dengan tagline kebanggaan fakultas yang mengusung “*Pious, Peaceful, & Enlightening*” alasan ini semua menjadi hal yang sangat menarik bagi peneliti untuk menelitinya melalui penelitian ini.

Media sosial mampu memberikan dampak positif berupa hiburan, pengetahuan dan informasi melalui pesan-pesan yang dikirimkan pengirim pesan, dimana dalam mengkaji serta melihat apa saja isi yang dikirimkan telah banyak sekali kajian-kajian serta penelitian telah dilakukan, dengan penggunaan berbagai prespektif teoritis. Penelitian dengan judul “Analisis Resepsi Mahasiswa Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Terhadap Citra Perempuan dalam Konten Dewasa di Akun Youtube OPI E-Sports” dengan pendekatan analisis resepsi penelitian ini mengkaji serta menganalisa bagaimana memaknai sebuah pesan yang diterima melalui media sosial YouTube. Fokus utama penelitian ini adalah asumsi khalayak terhadap pemaknaan yang terdapat pada pesan.

Reception analysis sendiri berfokus pada khalayak bagaimana mereka memaknai sebuah pesan yang berbeda, ini sesuai dengan karakter pesan yang dikirim melalui media sosial yang sarat akan banyak makna berbeda. Khalayak diposisikan tidak hanya sekedar konsumen namun juga produsen aktif, khalayak yang dimaksud dalam penelitian ini merupakan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan

Ampel angkatan 2019 dalam memaknai sebuah pesan dalam konten OPI Entertainment.

B. Rumusan Masalah

Berdasar pada latar belakang penelitian maka rumusan masalah pada penelitian adalah. Bagaimana Resepsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel angkatan 2019 Terhadap Citra Perempuan Dalam Konten Dewasa di Channel YouTube OPI Entertainment?

C. Tujuan Penelitian

Berdasar pada rumusan masalah penelitian, maka dapat disebutkan tujuan penelitian adalah “untuk mengetahui serta menganalisa pemaknaan pesan dari mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya terhadap citra perempuan dalam konten dewasa yang ditawarkan dalam akun YouTube OPI Entertainment”.

D. Manfaat Penelitian

Dari pelaksanaan penelitian ini secara teoritis dapat memberikan kontribusi keilmuan serta bahan tambahan referensi yang berguna untuk pemanfaatan dan bahan pertimbangan penelitian lebih lanjut, dan selanjutnya diharapkan secara praktis penelitian ini dapat memberikan gambaran bagi mahasiswa juga masyarakat luas mengenai perbedaan resepsi di khalayak soal pemaknaan ataupun pengkodean dari pesan yang ditawarkan media.

E. Definisi Konsep

Pada sub bab ini definisi konsep dimaksudkan pada pengertian maupun penjabaran istilah-istilah yang memudahkan peneliti agar terhindar dari perbedaan penafsiran

dan kesalahan pemahaman yang kaitannya dengan istila-istilah yang ada pada penelitian. Definisi konsep adalah pengertian secara ilmiah atau juga informasi ilmiah yang bermanfaat bagi penelitian. Definisi konsep pada penelitian ini akan memudahkan peneliti dalam menyelesaikan permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian ini.

1. Analisis Resepsi

Analisis resepsi secara bahasa latin memiliki makna menerima, analisis ini sendiri menaruh perhatiannya pada keadaan-keadaan sosial secara spesifik ketika pembacaan berlangsung. Menurut Danesti (2013) *“teori resepsi merupakan teori yang lebih menekankan pada peranan khalayak dalam penerimaan pesan bukan pada pengirimnya”*.⁴ Dengan kata lain analisis resepsi adalah suatu pendekatan kulturalis yang mana makna dari sebuah media ternegosiasikan oleh individual berdasar pada pengalaman hidup, maka dapat dipahami bahwa media secara subjektif terkontruksi oleh khalayak secara individual. Penggunaan teori resepsi pada penelitian ini sendiri lebih kepada pemaknaan khalayak pada isi pesan di media atau bahkan sebuah karya, dan pemaknaan ini sendiri bersifat umum yang memungkinkan dapat berubah-ubah. Analisis resepsi dalam kajiannya terhadap khalayak tidak hanya pasif namun juga dilihat sebagai agen kultural yang mana memiliki kuasa sendiri ketika menghasilkan makna pada sebuah pesan yang ditawarkan pengirim pesan. Analisis resepsi dalam penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisa seperti apa dan sejauh mana resepsi mahasiswa fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel angkatan 2019.

⁴ Danesti, Marcel, “Encyclopedia Of Media And Communication”, e-book, (Canada: University of Toronto Press, 2013)

2. Konten Dewasa

Berdasar pada Kamus Besar Bahasa Indonesia, konten dapat diartikan sebagai informasi yang mungkin saja berupa tulisan, gambar, suara, atau juga video yang tersedia melalui media digital.⁵ Konten juga dapat dipahami sebagai isi, kandungan serta muatan. Melalui media baru seperti halnya media sosial YouTube, telah memberikan keluasaan bagi semua orang dalam memproduksi sebuah konten, mengunggah, menyunting dapat dilakukan secara gratis membagikannya melalui situs *web*. Konten dewasa sendiri dalam penelitian ini dimaksudkan pada video-video yang isinya menampilkan adegan sensualitas baik laki-laki maupun perempuan secara eksplisit.

3. Citra Perempuan

Menurut Sandra Oliver (2009) "*citra di definisikan sebagai suatu gambaran, ide ataupun mental yang dihasilkan dari kepribadian maupun image seseorang yang ditunjukkan kepada publik*".⁶ Citra perempuan sendiri dibedakan berdasar citra diri dan citra sosial, dimana citra diri erat kaitannya dengan tingkah laku, sedangkan citra sosial pada perempuan merupakan citra yang hubungannya dengan sistem nilai atau norma yang berlaku di lingkungan masyarakat ataupun kelompok.⁷ Citra perempuan dalam penelitian ini dimaksudkan sebagai gambaran mental yang ada pada seseorang perempuan.

⁵ Kemendikbud, "Kamus Besar Bahasa Indonesia," *Kamus Besar Bahasa Indonesia*.

⁶ Sandra, Oliver, "*Public Relation Strategy Third Edition*", (London: Kogan Page Limited, 2009).

⁷ Sugihastuti, "*Kritik Sastra Feminisme*", (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2000), 143-144

Dalam penelitian ini, citra perempuan yang akan dianalisa diantaranya adalah citra fisik, citra sosial, dan citra psikis.

4. OPI Entertainment

OPI E-Sports merupakan salah satu tim olahraga elektronik yang ada di Indonesia, tim yang pertama kali berdiri pada tahun 2019 ini memiliki nama panjang *Over Powered Indonesia E-Sports*. OPI E-Sport sendiri mencatatkan prestasi juara pertama pada kompetisi Mobile Legend semi pro Yamisok. Sama dengan tim-tim E-Sports lainnya, OPI juga memiliki akun YouTube, bahkan OPI menjadi tim yang pertama mendapat 1 juta like di platform TikTok dengan konten *pargoy* (partai goyang) OPI *angels*, yang juga mendapat banyak kritikan dari komunitas-komunitas E-Sports lainnya. Dalam akun YouTube OPI juga sering kali mengunggah konten-konten *gaming*, *vlog*, hiburan, *pargoy* (partai goyang) . Konten *pargoy* (partai goyang) sendiri menjadi konten yang sering mereka unggah, konten ini berisi aksi partai goyang yang menampilkan goyangan sexi serta pakaian minim dari Brand Ambassador (BA).



Gambar 1.1 : Logo OPI E-Sport di YouTube

A. Sistematika Pembahasan

Pada bab pertama “Bab I Pendahuluan”, pada bab ini terdiri dari Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah,

Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Definisi Konsep serta Sistematika Pembahasan.

Pada bab kedua “ Bab II Kajian Teoritik”, terdiri dari Kerangka Teoritik yang berisi tentang berbagai penjelasan konseptual yang saling terkait dengan tema penelitian, dan teori, prespektif khusus yang memuat pandangan serta landasan berdasar pada prespektif Islam, serta uraian penelitian terdahulu yang relevan sebagai bahan perbandinga.

Pada bab ketiga “Bab III Metode Penelitian”, pada bab ini terdiri dari Pendekatan dan Jenis Penelitian, Lokasi Penelitian, Jenis dan Sumber Data, Tahap-Tahap Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Validitas Data, serta Teknik Analisis Data .

Pada bab keempat “ Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan” terdiri, Gambaran Umum Subjek Penelitian, Penyajian Data, Pembahasan Hasil Penelitian yang terdiri dari Perspektif Teoretis dan Perspektif Khusus Keislaman.

Pada bab kelima “Bab V Penutup” terdiri dari, Kesimpulan hasil penelitian, Saran maupun Rekomendasi dan Keterbatasan Penelitian.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB II

KAJIAN TEORITIK

A. Kerangka Teoretik

1. Analisis Resepsi

Stuart Hall mengembangkan analisis resepsi pertama kali dari Centre for Contemporary Cultural Studies atau (CCCS) yang merupakan pusat kajian budaya kontemporer, yang berlokasi di University of Birmingham. Stuart Hall di kajiannya menjelaskan bahwa *Cultural Studies* sendiri memungkinkan pendekatan media dan budaya ataupun komunikasi yang diterima bisa berdampak terhadap pemaknaan yang berbeda.⁸ Analisis resepsi dapat diartikan sebagai suatu pendekatan dalam sebuah penelitian yang fokus utamanya meneliti tentang khalayak atau lebih tepatnya analisis resepsi merupakan pendekatan kulturalis yang mempelajari bagaimana pemaknaan serta pemahaman khalayak terhadap suatu pesan yang mereka terima dari media. Analisis resepsi digunakan untuk memahami respon, penerimaan, serta sikap yang dibentuk oleh khalayak atau *audiens*, respon ini mungkin saja bersifat pasif bagi mereka yang tidak berdaya berhadapan dengan media atau juga bersifat aktif. Berangkat dari teori Stuart Hall yang menganggap resepsi sebagai bentuk pemaknaan khalayak yang teradaptasi dari model *encoding-decoding*, Stuart menjabarkan bahwa *encoding* merupakan proses komunikasi penyampaian pesan yang dikirimkan, sedangkan *decoding* ialah pesan yang diterima, ketika pesan

⁸ Douglas, Kellner, “*Budaya Media: Cultural Studies, Identitas, Dan Politik Antara Modern Dan Postmodern*”. (Jalan Sutra: Yogyakarta. 2010) Hlm. 47

yang diterima ini sangat dimungkinkan dimaknai secara berbeda.⁹

Menurut John Fiske Penggunaan teori resepsi dalam kajiannya terhadap khalayak tidak hanya bersifat pasif namun juga dilihat sebagai agen kultural yang mana memiliki kuasa sendiri ketika menghasilkan makna pada sebuah pesan yang ditawarkan pengirim pesan. *Encoding* merupakan kegiatan dari pengirim pesan ketika menerjemahkan suatu gagasan serta ide-ide ke dalam indra yang tujuan dan maksud dapat diterima pihak penerima. Dan *decoding* merupakan kegiatan sebagai bentuk menerjemahkan atau menginterpretasikan pesan-pesan fisik ke dalam suatu bentuk yang memiliki arti bagi penerima.

Pesan-pesan ini sendiri adalah gabungan dari simbol, kode, serta makna. Pemaknaan utama dari pesan-pesan ini "*preferred reading*" sudah ditentukan sedari awal oleh pengirim pesan namun peluang pemaknaan pesan itu diterima berbeda sangatlah dimungkinkannya. Ada setidaknya tiga elemen pokok didalam metodologinya yang mana analisis resepsi secara eksplisit tersebut sebagai "*the collection, analysis, and interpretation of reception data*".

a. *The data collection*

Data dapat diperoleh melalui penggunaan wawancara secara mendalam baik secara individual maupun berkelompok. Didalam analisis resepsi penggunaan wawancara dimaksudkan untuk menggali dari khalayak tentang bagaimana suatu isi pesan dimedia terstimulus oleh wacana yang berkembang didalam diri khalayak.

⁹ Stuart Hall, dkk, "*Culture, Media, Language*" Working Papers in Cultural Studies, 1972-79, (London: Routledge, 2004)

b. *Analysis*

Dari hasil yang diperoleh melalui wawancara berupa data maupun informasi perlu untuk dikaji agar data yang didapat bisa dirapikan, disusun sesuai dengan pernyataan dan pertanyaan.

c. *interpretation of reception data*

Pada tahap selanjutnya peneliti dapat melakukan interpretasi terhadap pengalaman bermedia dari khalayak. Peneliti harus melakukan interpretasi data dari khalayak agar didapatkan suatu pola dari penerimaan terhadap pesan. seperti *oppositional position*, khalayak melakukan penolakan dan tidak sejalan dengan isi pesan yang disampaikan oleh pengirim pesan. Dengan kata lain, posisi ini khalayak memiliki acuan alternatif dalam menginterpretasikan pesan.

Analisis resepsi pada teorinya menaruh perhatian pada keadaan-keadaan sosial ketika pembacaan berlangsung. Menurut McRobbie analisis resepsi merupakan suatu “pendekatan kulturalis” ketika makna pesan di media ternegosiasikan oleh individual berdasarkan pada pengalaman hidup. Dengan kata lain isi pesan di media secara subjektif dikonstruksikan khalayak secara individual.

2. Teori Resepsi

Teori resepsi untuk pertama kalinya diperkenalkan oleh Stuart Hall saat pertama kali mengembangkan studi analisis resepsi, teori ini Hall gunakan untuk menganalisis khalayak yang telah dipasangkan dengan analisis resepsi. Hall menganggap resepsi sebagai bentuk pemaknaan khalayak yang teradaptasi dari model *encoding-decoding*, yang mana model komunikasi ini pertama kalinya ditemukan pada tahun 1973.

Hall sangat berbeda dengan teori-teori media lain, dalam teorinya ia menghadirkan gagasan bahwa khalayak dapat memainkan peranannya secara aktif ketika mengkode (decoding) pesan, sebab khalayak memiliki ketergantungan pada konteks sosial, dan juga memungkinkan mengubah pesan sendiri melalui tindakan kolektif.

Didalam resepsi hal paling penting dalam memahami media ialah bagaimana media melakukan permainan politik pemaknaan. Sebuah tulisan berjudul *The Rediscovery Of Ideology: Return Of The Repressed In Media Studies*. Stuart Hall menjelaskan pandangannya bahwa makna merupakan hasil dari produksi sosial atau juga praktik kontruksi, dimana makna tidak akan pernah bergantung pada struktur makna itu sendiri sebab lebih kepada praktik pemaknaan. Makna tidak bisa begitu saja dianggap sebagai reproduksi dalam bahasa, makna merupakan sebuah perjuangan, dan pertentangan sosial dalam tujuannya memenangkan wacana. Maka terkadang dalam pemaknaannya yang berbeda menjadi ajang pertarungan memasukkan bahasa didalamnya.¹⁰

Teori resepsi sendiri berkaitan erat dengan studi pemaknaan konten di media. Teori resepsi merupakan teori yang lebih mementingkan respon serta tanggapan khalayak terhadap suatu teks di media, tanggapan ini seperti halnya tanggapan yang sifatnya umum yang berkaitan dengan penafsiran maupun penilaian terhadap suatu teks. Pesan yang tersampaikan melalui media sejatinya adalah gabungan dari berbagai tanda-tanda yang sifatnya kompleks, saat pesan yang disukai khalayak banyak, telah sedari awal di tentukan maupun direncanakan, namun besar potensi pesan yang diterima oleh khalayak dimaknai secara berbeda. Di dalam analisis resepsi terdapat istilah “*preferred reading*” dimana istilah ini dimaknai

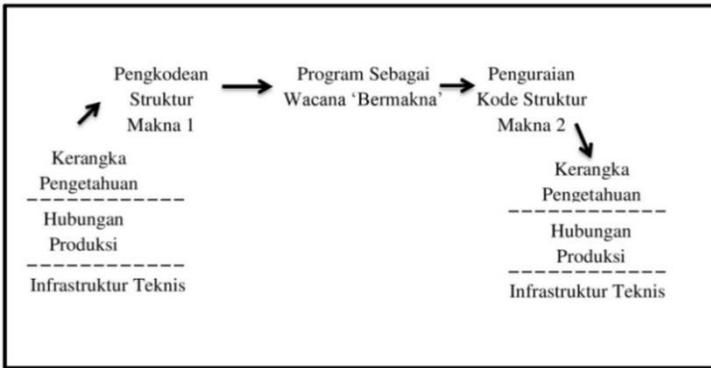
¹⁰ Rofi. S. E. & Rakhmad. W. N., “Analisis Resepsi Pada Channel Youtube Gaming “KIMI HIME”. *Interaksi Online*, Vol. 8, No. 4, pp. 75-82, 2020

sebagai makna pesan yang secara dominan ditawarkan dalam teks kepada khalayak penerima pesan.¹¹ Stuart Hall sendiri merupakan perintis studi teori resepsi. Konsetrasi Stuart Hall dalam teori resepsi lebih bayak terilhami oleh pemikiran dari Gramsci, dimana teori resepsinya tidak jauh membahas perihal studi hegemoni maupun budaya. Dalam pandangannya Hall berpendapat bahwa bahasa memiliki kekuatan yang dapat dioperasikan tidak hanya untuk memelihara politik tapi juga ekonomi, hingga instiusi. fokus utama Stuart Hall adalah analisis tekstual yang beranggapan bahwa khalayak bersifat oposisi juga negosiasi. Dapat dipahami bahwa penerima pesan atau khalayak sejatinya bersifat pasif atau tidak menerima pesan secara mentah. Dalam pandangannya, Hall membagi khalayak kedalam 3 posisi *deconding* yang bisa saja dimiliki oleh khalayak dalam penerimaan serta pemaknaan isi pesan.¹²

Encoding dapat dipahami sebagai suatu kegiatan yang dilakukan pengirim pesan untuk menerjemahkan segala pikiran serta ide-ide ke dalam suatu bentuk yang mudah diterima oleh penerima pesan. *Encoding* sendiri dalam prosesnya secara komunikasi dapat berlangsung satu kali maupun berkali-kali. *encoding* hampir menyerupai pesan. Dan perbedaanya terletak pada proses *encoding* yang terjadi di dalam otak dalam menghasilkan pesan, sedangkan pesan itu sendiri merupakan hasil dari proses *encoding* yang dapat dirasakan atau diterima oleh penerima pesan. Pesan ini diolah menjadi pesan yang berarti melalui proses *decoding*.

¹¹ *Ibid*

¹² Hasanah, Ulfatun. "Kontribusi Pemikiran Roland Barthes (Cultural Studies) Terhadap Studi Komunikasi". *Al-I'lam; Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* Vol. 3, No 2, pp. 41-52, 2020



Gambar 1.2 : Model Encoding-Decoding Stuart Hall¹³

A. Dominant Hegemonic position

Hall menjelaskan jika Hegemoni Dominan adalah situasi ketika media menyampaikan isi pesan lewat media, khalayak menerimanya, dan apa isi pesan yang tersampaikan secara kebetulan juga disukai oleh khalayak. Pada posisi ini dapat dipahami bahwa khalayak menerima serta melakukan penafsiran isi pesan, secara umum dan tanpa penolakan serta khalayak sejalan dengan kode-kode, menerima penuh makna yang disampaikan dan sesuai kehendak dari pengirim pesan.

B. Negotiated position (Posisi Negosiasi)

Ketika posisi ini khalayak menerima makna dari pengirim pesan, dan sejalan dengan batas-batas tertentu. Senada dengan apa yang dikatakan Hall khalayak menerima isi pesan secara umum atau dengan kata lain khalayak menerima pengiriman pesan namun khalayak bisa juga memberikan tafsiran yang berbeda, khalayak

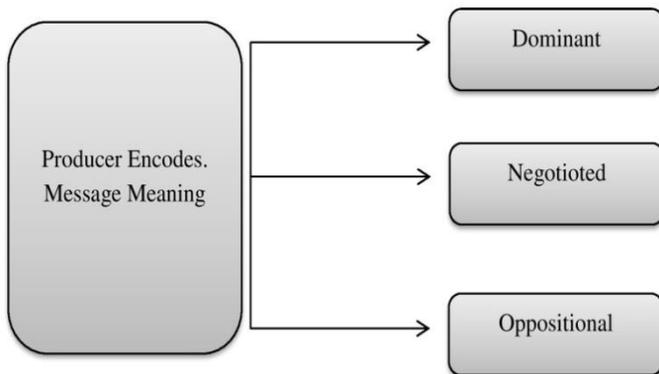
¹³Stuart Hall et al., *Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies, 1972-79*, 2003.

dapat melakukan penolakan makna pesan berdasar latar belakang dan pola pikir masing-masing.

C. *Oppositional Reading* (Posisi Oposisi)

Pada posisi kali ini khalayak secara terang tidak sejalan dengan makna pesan atau juga menolak kode-kode pesan. Khalayak secara kritis mengubah makna pesan atau kode-kode pesan. Khalayak mengubahnya serta mengganti makna pesan sesuai dengan ideologinya dan serta memiliki cara alternatif tersendiri dalam menginterpretasikannya.¹⁴

Berikut gambar diagram dari proses resepsi (*decoding*) menurut pandangan Stuart Hall:

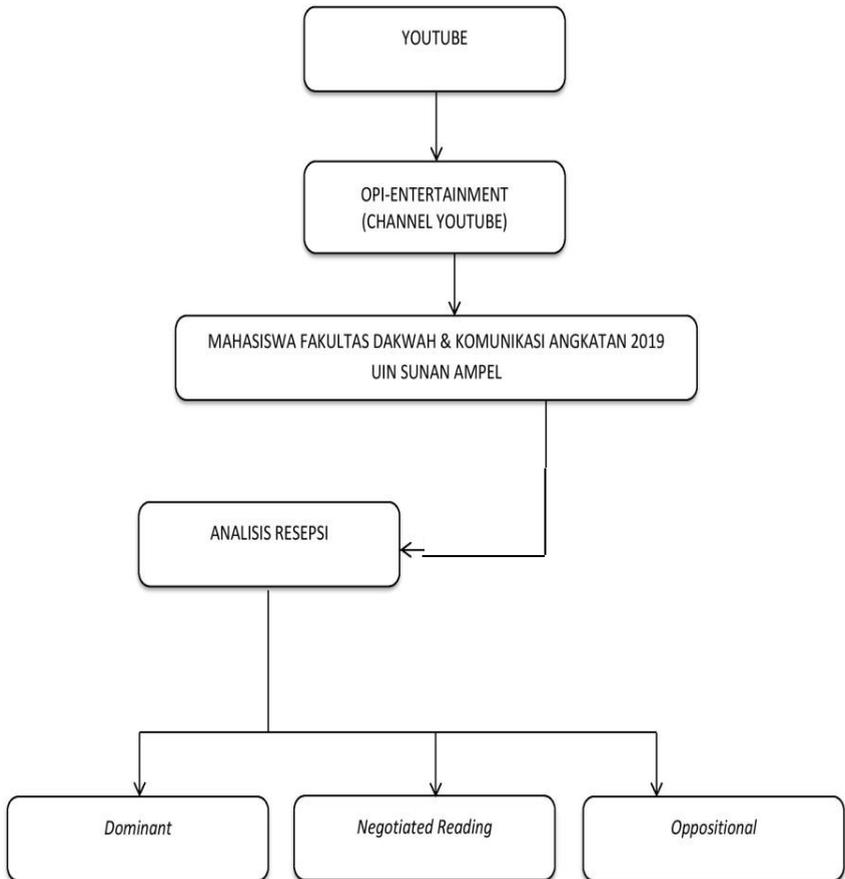


Gambar 1.3 : Hipotesis Posisi Menurut Stuart Hall¹⁵

¹⁴ Hall, Stuart.. “*Encoding-Decoding*” Budaya Media Bahasa: Teks Utama Penganang Cultural Studies 1972-1979. Terjemahan Saleh Rahmana. (Yogyakarta: Jalasutra, 2011) Hlm. 227-230

¹⁵ *Ibid*

B. Kerangka Berpikir



Gambar 1.4 : Kerangka Penelitian

C. Bermedia Sosial dalam Prespektif Islam

Pemanfaatan teknologi melalui media sosial saat ini sangatlah melekat dalam kehidupan sehari-hari, perkembangan media sosial mengakibatkan kehidupan manusia mengalami perubahan yang luar biasa dari segala aspek, salah satunya dari aspek muamalah. Dalam pandangan islam sendiri, muamalah yang dimaksudkan bukanlah hanya perihal aktivitas jual belinya, melainkan hubungan manusia dalam interaksi sosial baik secara individu ataupun secara berkelompok. Kegiatan interaksi sosial kaitannya dengan aktivitas manusia yang meliputi produksi, distribusi, hingga kepada akses maupun konsumsi dari hasil produksi berupa informasi.

Tidak bisa dipungkiri interaksi sosial belakangan ini perlahan berubah, sejak adanya media sosial. Sebagai seorang muslim tidak hanya di kehidupan nyata, di media sosial sekalipun sebagai seorang muslim dalam bermuamalah wajib dilandasi pada keimanan, ketakwaan, *mu'asyarah bil ma'ruf, al haqq* atau saling memberi wasiat pada kebenaran, *al-amr bi al-ma'ruf*, serta *al-nahyu an al-munkar* atau juga mencegah pada kemunkaran.

Merujuk fatwa MUI No 24 Tahun 2017 secara jelas menjabarkan hukum serta pedoman aktivitas muamalah pada media sosial secara baik menurut syariat.

Dalam bermuamalah wajib dilandaskan pada keimanan dan ketakwaan terhadap allah SWT. Tidak hanya dalam kehidupan riil maupun media sosial dengan sesama, setiap muslim wajib berlandaskan pada kebajikan, persaudaraan, saling berpesan akan kebenaran, mengajak pada kebaikan serta mengajak mencegah akan kemunkaran.

- a. Memperhatikan adab saat bermuamalah. Setiap umat muslim dalam bermuamalah melalui media sosial sangat diwajibkan memperhatikan

- etika atau adab saat bermuamalah. Baik kepada sesama umat muslim ataupun non muslim.
- b. Dilarang menghasut serta memfitnah di media sosial. Bukan saja di kehidupan nyata, bermuamalah di media sosial sangat diharamkan melakukan perbuatan ghibah, namimah, prasangka buruk, *bullying*, ujaran kebencian, permusuhan atas dasar ras, suku, agama.
 - c. Tidak melanggar hukum undang-undang yang berlaku. Dalam bermuamalah selain tetap menjaga ketantuan-ketentuan agama, juga tetap memperhatikan hukum serta peraturan perundang-undangan yang telah diatur oleh negara.
 - d. Verifikasi kebenaran informasi atau juga berbagai konten yang diterima. Penting bagi setiap pengguna dalam menerima arus informasi melalui media sosial, melakukan verifikasi awal dan proses tabayun diperlukan untuk memastikan pantas tidaknya informasi diterima dan disebarluaskan.
 - e. Perhatikan isi konten dan informasi sebelum disebarluaskan ke khalayak luas. Sejatinya produksi informasi di media sosial yang tujuannya disampaikan kepada khalayak haruslah berdampak baik terhadap penerima informasi. Mewujudkan kemaslahatan, tidak menyebabkan dorongan terhadap seseorang untuk melakukan hal-hal yang terlarang seperti kekerasan, pornografi, provokasi maupun umpatan.
 - f. Penyebaran informasi ataupun konten harus dilakukan ketika informasi itu benar-benar teruji kebenarannya. Penting dalam penyebaran

informasi memenuhi kriteria baik dari sudut isi, sumber, waktu dan tempat, latar belakang serta konteksnya.¹⁶

Dalam bermuamalah melalui media sosial sebagai umat muslim sangat penting memperhatikan adab serta etika dalam melakukan interaksi sosial antar sesama pengguna, selain itu bebasnya arus informasi yang tersebar melalui media sosial baik yang positif maupun yang bermuatan negatif, sangat penting melakukan upaya pencegahan dengan verifikasi atau juga melakukan proses tabayun ketika menerima informasi melalui media sosial. Anjuran tabayun sendiri secara terang dalam firman Allah Al-Qur'an surat Al Hujurat ayat 6:

يٰٓاَيُّهَا النَّاسُ اِنَّا خَلَقْنٰكُمْ مِّنْ ذَكَرٍ وَّاُنْثٰى وَجَعَلْنٰكُمْ شُعُوْبًا وَّقَبَاٖۗٔلٍ لِتَعَارَفُوْا
اِنَّ اَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللّٰهِ اَتْقٰىكُمْ اِنَّ اللّٰهَ عَلِيْمٌ حٰخِيْمٌ

Artinya: *“Wahai orang-orang yang beriman! Jika seseorang yang fasik datang kepadamu membawa suatu berita, maka telitilah kebenarannya, agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena kebodohan (kecerobohan), yang nanti akhirnya kamu menyesali perbuatan itu.”*¹⁷

Citra Perempuan Dalam Perspektif Islam

Hingga saat ini masyarakat masih saja memaknai eksistensi perempuan sebatas realitas fisiknya, citra perempuan di masyarakat masih perihal wilayah-wilayah subordinatnya. Sudah menjadi rahasia umum di masyarakat perempuan masih menjadi target terbesar di industri media, kepentingan

¹⁶ Hikmah. “7 Pedoman Islami dalam Bermedia Sosial yang Penting Diamalkan”. Diakses pada Maret 2022 dari <https://mui.or.id/hikmah/31518/7-pedoman-islami-dalam-bermedia-sosial-yang-penting-diamalkan/>

¹⁷ *Ibid.*

komersialisme seringkali menjadi dasar utama menjadikan perempuan sebagai objek eksploitasi. Faktor serta tuntutan perempuan modern yang berparadigma feminis seringkali mereka (perempuan) tidak lagi memperdulikan meskipun diri mereka tengah menjadi objek fantasi para kaum pria. Dengan dalih kebebasan berekspresi serta mudahnya mengaktualisasi diri. Islam adalah agama yang sempurna baik ajaran serta hukum-hukum yang berlaku didalamnya bisa menyentuh di seluruh aspek kehidupan. Islam memberi kebebasan bagi seluruh umatnya, laki-laki ataupun perempuan, bahkan sejatinya islam tidak pernah alergi terhadap perkembangan teknologi, hanya saja kebebasan itu harus sesuai dengan batasan-batasan dalam bereksperimen melalui media sosial.¹⁸

Dapat kita lihat banyaknya gambaran perempuan di media sosial yang seringkali disubordinasikan serta ter-eksploitasi hingga sedemikian rupa. Jika menilik sejarah panjang, eksploitasi terhadap kaum perempuan sejatinya sudah terjadi sangat lama bahkan sebelum turunnya Islam maupun Al Qur'an. Dalam peradaban sebelum Islam seperti halnya Romawi, Yahudi, Nasrani, Buddha, Hindu menganggap perempuan tidak lebih sebagai pemuas hasrat birahi pria, budak peliharaan, bahkan di kepercayaan kaum Nasrani perempuan dianggap sebagai sumber laknat sebab alasan sejarah Nabi Adam diusir dari Syurga. Dalam pandangan Islam di firman Allah SWT Q.S Al Hujurat ayat 13, secara terang-terangan mengatakan bahwa baik laki-laki, perempuan, kaya, miskin,

¹⁸ Supratman, Lucy Pujasari, "Representasi Citra Perempuan Di Media", *Jurnal Observasi*, Vol 10, No. 1, diakses pada Maret 2022 dari <https://media.neliti.com/media/publications/220538-representasi-citra-perempuan-di-media.pdf>

hingga perbedaan warna kulit, semua sama derajatnya kecuali ketaqwaan kepada Allah.¹⁹

Islam memandang perempuan sebagaimana makhluk istimewa yang memiliki daya tarik, ini dapat di buktikan di beberapa firman Allah yang tergambar karakteristik dari perempuan Surga.

Salah satu informasi mengenai daya tarik perempuan diantaranya terdapat pada Q.S An-Naml ayat 44:

قِيلَ لَهَا ادْخُلِي الصَّرْحَ فَلَمَّا رَأَتْهُ حَسِبَتْهُ لُجَّتٍ وَكَشَفَتْ عَنْ سَاقَيْهَا قَالَ إِنَّهُ صَرْحٌ مُمَرَّدٌ مِّن قَوَارِيرِهِ قَالَ رَبِّ إِنِّي ظَلَمْتُ نَفْسِي وَاَسْلَمْتُ مَعَ سُلَيْمَانَ اللَّهُ رَبِّ الْعَالَمِينَ

Artinya: “Dikatakan kepadanya (Balqis), “masuklah kedalam istana.” Maka ketika dia (Balqis) melihat lantai itu, dikiranya kolam air yang besar, dan disingkapnya penutup kedua betisnya. Dia (Sulaiman) berkata, “sesungguhnya ini hanyalah istana yang dilapisi kaca,” dia (Balqis) berkata, “ya tuhanku, sungguh aku telah berbuat dzolim terhadap diriku. Aku berserah diri bersama Sulaiman kepada Allah, tuhan seluruh alam.

Betis perempuan merupakan salah satu daya tarik yang cukup kuat bagi kaum pria, banyak dari perempuan menginginkan kebersihan serta keindahan pada betisnya. Menurut pendapat Ibn Abbas dalam kitab tafsir Ibn Katsir pada kalimat *wa kasyafat 'an sāqaihā* bahwa saat Balqis menyikap penutup kedua betisnya, Sulaiman yang duduk diatas singgasananya melihat keindahan betis dan kedua kaki ratu Balqis. Didalam kitab Ibn Katsir juga dijelaskan bahwa Sulaiman belum pernah melihat keindahan seperti itu, serta mengagumi keindahan betis serta kaki ratu Balqis. Meskipun

¹⁹ Harianto, Tri & Wahyudin, Didin, “Eksplorasi Perempuan Dalam Media Massa Dan Pratinjau Islam”, *Jurnal Martabat: Jurnal Perempuan Dan*

terdapat bulu dikakinya Sulaiman menginginkan untuk menghilangkan rambut yang ada di kaki ratu Balqis.²⁰

Selain daripada daya tarik pada keindahan betis perempuan, Al-Qur'an dalam surat An-Naba juga memberikan informasi mengenai keindahan yang ada pada diri seorang perempuan yang juga menjadi daya tarik kaum pria. di dalam Al Qur'an tidak begitu banyak ayat yang benar-benar menyinggung perihal payudara perempuan, setidaknya hanya terdapat di dalam Q.S An-Naba ayat 33, dimana dalam surat ini menjelaskan bidadari surga yang disimbolkan sebagai keindahan perempuan.²¹

وَكَوَّا عِبَّ اَثْرَابًا

Artinya: “Dan gadis-gadis montok (remaja) yang sebaya”.

Ibn Abbas mengatakan bahwa makna dari *kawa'ib* ialah *nawahid* dimana bidadari yang dadanya montok, kencang, serta tidak bergayut, sebab mereka masih berusia remaja semua. Dalam fisik perempuan sebagaimana ketika mereka masih berusia remaja menjadi daya tarik tersendiri dibandingkan mereka yang sudah berusia lanjut, kelebihan fisik yang indah, kencang, serta terlihat lebih segar menjadi target utama kaum pria.²²

Sedemikianlah Islam memandang serta memperlakukan kaum perempuan, Islam tidak pernah membenarkan praktek diskriminasi maupun eksploitasi terhadap perempuan. Al-Qur'an melalui firman-firman Allah menjelaskan sisi sensualitas serta daya tarik yang dimiliki perempuan hanya

²⁰Ibnu Katsir Ad-Dimasyqy, Abi Fada', “*Kitab Ibnu Katsir*” terj. Arif Rahman Hakim, dkk, (Sukoharjo: Insan Kamil, 2016).

²¹ *Ibnu Katsir*

²²Ibnu Katsir Ad-Dimasyqy, Abi Fada', “*Kitab Ibnu Katsir*” terj. Arif Rahman Hakim, dkk, (Sukoharjo: Insan Kamil, 2016).

sebatas membuktikan posisi, keistimewaan, serta kemuliaan seorang perempuan. Islam sangat mengharamkan bentuk eksploitasi, sebab eksploitasi terhadap tubuh perempuan serta dapat dinikmati secara publik merupakan bentuk pelecehan serta merendahkan martabat seorang perempuan. Islam sendiri mengajarkan bahwa marwah perempuan adalah mereka kaum perempuan yang mampu menjaga kehormatannya, serta menjadi hambanya yang taat.²³

Islam datang sebagai pencerah bagi kaum perempuan yang ketika itu telah mengalami banyak sekali penindasan, pandangan Islam tentang kita yang terlahir sama, belakangan mulai dilupakan sejak perkembangan teknologi media sosial maupun dunia maya, yang mampu menjadi jurang pemisah antara identitas seseorang.

Media tersebut mampu menciptakan citra manusia yang ideal, seperti contoh perempuan dikatakan cantik ketika memiliki kulit yang putih, payudara besar, seksi, serta tidak berlebih berat badan.

D. Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu berfungsi serta bermanfaat sebagai bahan perbandingan maupun referensi tambahan dan sebagai pembuktian bahwa tidak terdapat kesamaan dengan penelitian Analisis Resepsi Citra Perempuan Dalam Konten Dewasa di YouTube.

Pembahasan yang peneliti ambil tentang citra perempuan sebagai media daya tarik bukan hal yang baru,

²³ Harianto, Tri & Wahyudin, Didin, “Eksplorasi Perempuan Dalam Media Massa Dan Pratinjau Islam”, *Jurnal Martabat: Jurnal Perempuan Dan Anak*, Vol 1, No.2, diakses pada maret 2022 dari <https://www.neliti.com/publications/276705/eksploitasi-perempuan-dalam-media-massa-dan-tinjauan-islam>

banyak penelitian sebelumnya yang berhubungan dengan dampak media sosial, hanya saja terdapat perbedaan lokasi serta objek yang digunakan.

Penelitian Setyo Eko Rofi Dan Wiwid Noor Rakhmad pada tahun (2020) dengan judul “Analisis Resepsi Pada Channel Youtube Kimi Hime”.

Permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini oleh Eko dan Wiwid adalah bagaimana persepsi khalayak dalam membaca serta menginterpretasikan sebuah pesan dalam konten gaming di *Channel* YouTube “Kimi Hime” yang selalu tampil berani (sensual). Dengan populasi penelitian merupakan khalayak laki-laki juga perempuan yang sering mengakses Channel YouTube “Kimi Hime”, dengan teknik pengumpulan data secara *In-dept Interview* serta pengambilan data secara primer juga sekunder. Penelitian ini sendiri menggunakan metode penelitian analisis resepsi, dengan hasil penelitian menyatakan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini ketika menonton konten Kimi Hime dengan jumlah viewers di dominasi laki-laki, bukan menonton gaming tapi kebanyakan viewers menonton untuk melihat penampilan Kimi Hime yang selalu tampil vulgar dengan berbagai adegan sensual.²⁴

Dari sisi persamaan penelitian ini terletak pada fokus penelitian dimana sama-sama menganalisa bagaimana persepsi khalayak dalam membaca serta menginterpretasikan sebuah pesan dalam konten. Dan perbedaan pada penelitian ini terletak pada pembahasan, dimana penelitian ini hanya membahas mengenai wacana yang terkandung dalam unggahan youtube dalam lingkup *channel* YouTube “Kimi Hime”.

²⁴ Rofi. S. E & Rakhmad. W. N., "Analisis Resepsi Pada Channel Youtube Gaming “Kimi Hime”, *Interaksi Online*, vol. 8, no. 4, diakses pada November 2021 dari <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/28769/24457>

Penelitian Liony Gita dan Cosmos Gatot. H pada tahun (2019), dengan judul “Komodifikasi Sensualitas Dalam Tayangan Kimi Hime Di Media Sosial Youtube”

Penggunaan metode penelitian kualitatif dengan analisis wacana kritis Norman Farelough dan menggunakan teori komodifikasi sensualitas. Dimana diperoleh kesimpulan bahwa dalam unggahan video Kimi Hime menggunakan komodifikasi sensualitas mulai dari penampilan vulgar, pemilihan kalimat untuk menarik perhatian banyak *viewers* laki-laki.²⁵ Persamaan pada penelitian ini terdapat pada penelitian tayangan konten dewasa, vulgar di YouTube. Serta perbedaan pada penelitian ini terdapat pada penggunaan metode penelitian kualitatif serta penggunaan analisis wacana kritis.

Penelitian dari Rella Swandari Hariwidiaswari dan Syafruddin Ritonga pada tahun (2018), dengan judul “Representatif Perempuan Dalam Aplikasi Bigo Live Streaming”

Penggunaan metode penelitian deskripsi-kualitatif serta teori representatif. Pada penelitian ini penulis menfokuskan penelitian pada penyiar atau host Bigo Live Streaming yang melakukan berbagai cara untuk mencapai kepuasan material. Representatif perempuan di penelitian ini juga digambarkan sebagai objek komodifikasi tayangan yang menguntungkan, dengan menampilkan tayangan pornografi, prostitusi online, hingga menyediakan tayangan serta tawaram vsd (video call sex) kepada penonton laki-laki.²⁶

²⁵ Gita, Liony & Haryono. C. G., "Komodifikasi Sensualitas Dalam Tayangan Kimi Hime Di Media Sosial Youtube", *Semiotika: Jurnal Komunikasi*, vol. 13, no. 1 diakses pada November 2021 dari <<https://doi.org/10.30813/s:jk.v13i1.1791>>.

²⁶ Hariwidiaswari. R. S & Ritonga, Syafruddin, "Representasi Perempuan Dalam Aplikasi Bigo Live Streaming", *Warta ISKI*, vol. 1, no. 02 diakses pada November 2021 dari <<https://doi.org/10.25008/wartaiski.v1i02.13>>.

Persamaan pada penelitian ini terletak pada pembahasan soal tayangan perempuan yang menjadikan tubuhnya sebagai komoditas tontonan yang menghibur demi mendapatkan keuntungan. Dan perbedaan pada penelitian ini terletak pada penggunaan metode penelitian yang menggunakan metode deskriptif-kualitatif dan teori representatif.

Penelitian ini memiliki keunikan tersendiri dari penelitian terdahulu. Penelitian ini mengkaji tentang bagaimana resepsi sebagai alat untuk melihat pemahaman dan pemaknaan generasi sekarang khususnya mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel tentang pemaknaan mereka perihal citra perempuan yang menampilkan konten-konten dewasa di *channel* game OPI Entertainment. Penelitian ini melihat sesuatu yang menarik untuk diteliti, ketika penggunaan karakter perempuan sebagai *brand ambassador* di berbagai *channel game* khususnya OPI Entertainment dengan memanfaatkan kelebihan karakter perempuan sebagai daya tarik. Tidak sampai disitu, pemilihan subjek, objek dan lokasi merupakan hal yang menarik bagi penelitian ini. melihat latar belakang, identitas, serta sosial budaya mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya. Dengan desain kurikulum fakultas yang mencakup ilmu Islam, sains, teknologi dan informasi juga sosial humaniora, yang mana sebagai mahasiswa fakultas Dakwah dan Komunikasi dituntut cangguh informasi, cangguh menyikapi juga mengkondisikan diri beradaptasi dengan teknologi, yang bepedoman dengan tagline kebanggaan fakultas yang mengusung “*Pious, Peaceful, & Enlightening*” alasan ini semua menjadi hal yang sangat menarik bagi peneliti untuk menelitinya melalui penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian pada dasarnya adalah ciri-ciri ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.²⁷ Untuk mendapatkan informasi yang akurat maka digunakanlah jenis penelitian kualitatif deskriptif. Jenis deskriptif kualitatif sendiri merupakan jenis penelitian yang metodenya berusaha mendeskripsikan, menggambarkan sebuah fenomena secara realistis, aktual serta nyata kejadiannya. Dalam teorinya jenis penelitian ini bertujuan untuk membuat gambaran atau deskripsi secara sistematis, merumuskan fakta-fakta yang akurat serta faktual, merumuskan, menjelaskan, menguji, membuat prediksi dari sebuah permasalahan untuk dapat dipecahkan atau juga disimpulkan.²⁸

Dan sebagai pendekatan penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Yang juga pernah di paparkan oleh Sugiono (2013), dalam bukunya *Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* bahwa penelitian kualitatif merupakan penelitian yang berlandaskan pada paham filsafat *postpositivisme*, ini berguna untuk meneliti kondisi objek secara alamiah dengan terlibat secara langsung di lapangan, peneliti berperan sebagai penonton di channel OPI Entertainment.²⁹ Menggunakan pendekatan kualitatif peneliti bertujuan untuk mendapatkan data secara analisis mendalam dari pemaknaan pesan oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel terhadap citra perempuan.

²⁷ Sugiyono, "*Metode Penelitian Pendidikan:(Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D)*", (Bandung: Alfabeta, 2013), Hlm. 2

²⁸ Rukajat, Ajat, "*Pendekatan Penelitian Kuantitatif: Quantitative Research Approach*", (Yogyakarta: Deepublish, 2018)

²⁹ Sugiyono. Hlm. 9

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan aspek penting bagi penelitian, lokasi penelitian sendiri adalah tempat bagi peneliti melakukan penggalan serta pengumpulan data penelitian diman objek akan diteliti.

Lokasi penelitian sendiri berada di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya tepatnya di Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel merupakan salah satu kampus Islam negeri tertua di Indonesia, berlokasi di Jl Ahmad Yani No 117 Kecamatan Wonocolo Kota Surabaya. UIN Sunan Ampel sejak berubah status dari IAIN ke UIN pada 1 Oktober 2013 berdasar pada Perpres RI No 65 tahun 2013, memiliki 9 fakultas dengan 48 program studi sarjana, 10 program studi pascasarjana, dan 4 program studi doctoral.

Dari kesembilan fakultas yang ada, peneliti memilih Fakultas Dakwah dan Komunkasi sebagai lokasi penelitian. Fakultas Dakwah dan Komunikasi berdiri pada Sabtu 20 Maret 1971 Masehi, dengan mengusung tagline kebanggan "*Pious, Peaceful, & Enlightening*". Fakultas Dakwah dan Komunikasi juga turut andil menjadi wujud nyata dari terealisasinya visi UIN Sunan Ampel menjadi universitas yang unggul serta kompetitif bertaraf internasional, alasan pemilihan lokasi di Fakultas Dakwah dan Komunkasi oleh peneliti adalah terdapat hubungan yang saling terkait antara teori serta fokus utama penelitian dengan visi-misi Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Dengan desain kurikulum fakultas yang mencakup ilmu Islam, sains, teknologi dan informasi juga sosial humaniora, mahasiswa dituntut canggih informasi, canggih menyikapi juga mengkondisikan diri beradaptasi dengan teknologi.

Analisis resepsi merupakan prespektif baru dalam aspek wacana dan sosial dari teori komunikasi. Dengan diplihnya lokasi penelitian tersebut diharapkan peneliti dapat menemukan

jawaban dari subjek penelitian yang relevan dari permasalahan yang diteliti.

C. Jenis dan Sumber Data

Berdasar pada sifatnya jenis data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah jenis data kualitatif, dimana dalam bentuk penyajiannya data kualitatif berupa kata verbal, dimana jenis data kualitatif tidak berfokus pada angka ataupun nilai dalam proses pengukurannya pada sebuah variabel³⁰.

Menurut Sugiono (2013), pengumpulan data pada suatu penelitian dapat dilakukan dengan berbagai setting maupun dari berbagai sumber. Berdasar pada sumbernya pengumpulan data dapat dilakukan dengan 2 cara diantaranya penggunaan sumber primer dan sumber sekunder.³¹

1. Sumber Primer

Data primer merupakan sumber data utama yang langsung didapat dari narasumber utama, data ini diperoleh dari hasil wawancara mendalam terhadap informan yang didapat dari proses penelitian terhadap objek. Informan dalam penelitian ini, peneliti telah menentukan informan pada mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya angkatan 2019.

Untuk pemilihan informan sendiri dilakukan secara selektif sesuai kriteria penelitian.

³⁰ Muhadjir, Noeng, "*Metodologi Penelitian Kualitatif*" (Yogyakarta : Penerbit Rake Sarasisn. 1996)

³¹ Sugiyono, "*Metode Penelitian Pendidikan:(Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D)*", (Bandung: Alfabeta, 2013), Hlm. 224-225

2. Sumber Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber data yang didapat oleh peneliti secara tidak langsung dari sumber utama penelitian, sumber data sekunder merupakan sumber pendukung yang bias didapat lewat studi dokumentasi terkait, atau juga pihak lain, sumber pendukung objek utama.³²

D. Tahapan Penelitian

Penelitian dengan menggunakan pendekatan kualitatif harus betul-betul memahami proses serta tahapan dalam penelitian. Berikut skema alur penelitian “Analisis Resepsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya Terhadap Citra Perempuan Dalam Konten Dewasa Di Akun Youtube OPI E-Sports” dengan pendekatan kualitatif:

1. Tahap Awal (Pra Lapangan)

Tahap awal dalam melakukan penelitian, peneliti mulai menyusun rancangan penelitian. Mulai dari mencari serta menentukan judul yang sesuai kemudian membuat proposal penelitian, setelah proposal disetujui peneliti merencanakan melakukan penelitian lapangan di lingkungan Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, dilanjutkan peneliti mengurus surat izin untuk melaksanakan penelitian baik secara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dengan melakukan penelitian lapangan, peneliti menyiapkan semua perlengkapan yang dapat di gunakan untuk membantu proses penelitian bisa berjalan sesuai rencana.

³² Sugiyono, "*Metode Penelitian Pendidikan:(Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D)*", (Bandung: Alfabeta, 2013), Hlm. 9

2. Tahap Lapangan

Pada tahap ini, peneliti menfokuskan pada pencarian data di lapangan, peneliti mencari berbagai informasi serta data-data yang menjadi pendukung data primer. Pada tahap ini juga, melalui wawancara mendalam, dokumentasi, observasi dengan cara mengedepankan keakraban selama proses mencari data. Dengan langkah ini subyek diharapkan dapat menjawab pertanyaan yang dari pertanyaan yang diajukan peneliti dan memberikan informasi yang akurat.

3. Tahap Penulisan Laporan

Setelah melakukan penelitian lapangan dan semua data didapat, peneliti kemudian membuat serta menyusun hasil laporan dan kemudian, menarik kesimpulan dari hasil laporan.

E. Teknik Pengumpulan Data

Sebuah penelitian membutuhkan langkah penting dalam prosesnya demi terwujudnya hasil dari sebuah penelitian, peneliti membutuhkan proses berupa pengumpulan data, sebab tanpa adanya pengumpulan data, selamanya penelitian tidak dapat dilakukan maka untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan penelitian, peneliti menggunakan metode sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi merupakan pengumpulan data berupa pengamatan yang dapat dilakukan dalam bentuk catatan atau gambaran, biasanya juga dapat berupa pengkodean. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode observasi tidak langsung dengan melakukan pengumpulan data terhadap objek penelitian,

observasi tidak langsung dilakukan peneliti melalui video dan tayangan di YouTube dan TikTok, aktivitas serta penampilan talent perempuan di akun YouTube OPI Entertainment, dengan peneliti melakukan pengamatan atau pencatatan yang dilakukan tidak pada saat peristiwa terjadi. Observasi di penelitian ini juga dilakukan peneliti kedalam dua bentuk yaitu interaksi dan percakapan, observasi pada penelitian ini merupakan interaksi antara peneliti dengan informan guna didapat hasil yang akurat.

2. Wawancara

Dalam proses pengumpulan data wawancara secara mendalam merupakan bagian dari studi pendahuluan dalam menentukan permasalahan penelitian. Sugiono (2013), wawancara dapat diartikan sebagai proses pertemuan dua orang untuk bertukar informasi maupun ide melalui metode tanya jawab, guna dapat dikonstruksikan maknanya dalam suatu topik tertentu.³³ Wawancara dalam penelitian ini sendiri digunakan untuk mengetahui data tentang resepsi mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel terhadap citra perempuan dalam konten dewasa akun youtube OPI E-Sports. Proses wawancara ini sendiri peneliti menggunakan pengumpulan data berupa, pertanyaan-pertanyaan.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mencari tahu atau juga melakukan penyelidikan diantaranya, buku, laporan program, artikel internet, dan lain sebagainya. Dapat dipahami bahwa teknik pengumpulan data

³³ Sugiyono, "*Metode Penelitian Pendidikan:(Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D)*", (Bandung: Alfabeta, 2013), Hlm. 231-240

dokumentasi, dalam melakukan pencarian ataupun penyelidikan dapat dilakukan peneliti dengan menggali informasi yang sifatnya teks, gambar, atau berbentuk sebuah karya. Teknik pengumpulan data dokumentasi digunakan peneliti untuk mengumpulkan data seputar profil, sejarah, tujuan, serta gambaran umum.³⁴

F. Teknik Validitas Data

Dalam proses penelitian sangat dibutuhkan sebuah alat ukur yang benar dan tepat, ketepatan alat ukur ini juga disebut dengan validitas data. Validitas sendiri merupakan instrument atau alat ukur yang berguna untuk mengukur kebenaran di dalam proses penelitian.³⁵

Menurut Creswell dan Miller bahwa validitas didasarkan pada kepastian, sudah akurat atau belum hasil penelitian. kepastian ini dapat dipastikan dari sudut pandang peneliti, partisipan, atau pembawa acara umum.³⁶ Validitas pada penelitian kualitatif sangatlah berbeda dengan penelitian kuantitatif. Validitas pada penelitian kualitatif yang menjadi alat ukur peneliti adalah peneliti itu sendiri, proses validasi peneliti sebagai alat ukur diantaranya adalah validasi pemahaman metode penelitian, penguasaan wawasan terkait permasalahan penelitian, serta kesiapan penelitian di lapangan.³⁷ Validitas data merupakan suatu langkah guna mengurangi berbagai kesalahan yang muncul selama proses

³⁴ *Ibid.* Hlm 240

³⁵ Kuncoro, Mudrajad, "*Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi*", (Jakarta: Erlangga, 2013), Hlm. 172

³⁶ John W. Creswell, *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed Edisi Ketiga*, diterjemahkan oleh Achmad Fawaid, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2013), Hlm. 286.

³⁷ Sugiyono, "*Metode Penelitian Pendidikan:(Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D)*", (Bandung: Alfabeta, 2013), Hlm. 222-224

perolehan data, yang sudah pasti memiliki pengaruh nantinya di akhir penelitian.

Teknik validitas data pada penelitian ini menggunakan diantaranya:

1. Triangulasi

Menurut Sugiyono dalam bukunya *Metode Penelitian Pendidikan: (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D)* (2017) memberikan penjelasan bahwa triangulasi merupakan teknik yang bersifat penggabungan dari berbagai macam teknik pengumpulan data maupun dari sumber data yang berbeda yang telah ada sebelumnya. Tujuan dari teknik pengumpulan data triangulasi pada penelitian ini lebih kepada untuk peningkatan pemahaman peneliti terhadap data yang telah ditemukan, bukan kepada pencarian kebenaran tentang suatu permasalahan. Dan berguna untuk Meningkatkan keabsahan data, dan penarikan kesimpulan yang akurat dan tuntas.³⁸

2. Menggunakan Bahan Referensi

Menggunakan bahan referensi dalam teknik validitas data dimaksudkan peneliti adalah agar adanya pendukung sebagai bukti hasil pengumpulan data yang telah didapat peneliti. Cara penggunaan bahan referensi perlu adanya dukungan seperti rekaman, dokumen hasil wawancara dengan alat-alat bantu seperti alat rekam suara, form pertanyaan, serta alat-alat lain yang dapat mendukung kredibilitas data³⁹

³⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D)*, (Bandung: Alfabeta, 2016) Hlm. 275

³⁹ *Ibid*

G. Teknik Analisis Data

Sugiono (2013), mengatakan bahwa teknik analisis data merupakan proses mencari serta menyusun data secara sistematis yang didapat dari proses wawancara, catatan lapangan serta dokumentasi. Kemudian langkah mengorganisasikan data ke berbagai kategori, penjabaran ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke beberapa pola, menentukan mana yang penting dan harus dipelajari, membuat kesimpulan sehingga dapat dipahami bukan hanya oleh diri sendiri tapi juga orang lain. Teknik analisis data pada penelitian kualitatif sangatlah berbeda dengan penelitian kuantitatif jika penelitian kuantitatif teknik data yang digunakan sudah jelas, untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis.⁴⁰

Di dalam penelitian kualitatif data yang diperoleh berasal dari berbagai sumber data, yang mana penggunaan tekniknya bermacam-macam dan dilakukan secara terus menerus sampai datanya jenuh. Oleh sebab itu teknik analisis data pada penelitian kualitatif sering mengalami kesulitan, kesulitan ini disebabkan metode belum ada yang dirumuskan dengan baik.

Menurut Nasution dalam Sugiono (2013), mengatakan:

“Melakukan analisis adalah pekerjaan yang sulit, memerlukan kerja keras. Analisis memerlukan daya kreatif serta kemampuan intelektual yang tinggi. Tidak ada cara tertentu yang dapat diikuti untuk mengadakan analisis, sehingga setiap peneliti harus mencari sendiri metode yang dirasakan cocok dengan sifat penelitiannya. Bahan yang sama bisa diklarifikasikan lain oleh peneliti yang berbeda”.⁴¹

⁴⁰ Sugiono, “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. cetakan ke-19 (Bandung: Alfabeta. 2013). Hlm 243-245

⁴¹ *Ibid*, 244

Pada penelitian ini guna penyajian data yang dilakukan peneliti dapat dengan mudah di analisis datanya, teknik analisis data peneliti menggunakan model interaksi Miles dan Huberman. Miles dan Huberman dalam Sugianto (2013) mengatakan selama aktivitas analisis data pada kualitatif harus dilakukan secara interaktif serta secara terus-menerus hingga tuntas. Aktivitas dalam analisis data itu sendiri diantaranya, reduksi data, penyajian data, kemudian verifikasi atau menarik kesimpulan.

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Data dari lapangan yang diperoleh bisa dibbilang cukup banyak, maka dari itu perlu mencatatnya dengan teliti serta terperinci. Mereduksi data dapat dipahami sebagai metode dalam merangkum, menfokuskan pada hal-hal yang terpenting, memilih hal yang pokok serta mencari tema dan polanya.

2. Penyajian Data (*Display Data*)

Pada langkah ini bertujuan menemukan pola makna dari kata-kata yang diperoleh. *Display data* sendiri diperlukan mengingat dalam penelitian kualitatif yang didapat informasi sifatnya beranekaragam (kompleks). Sebagai langkah selanjutnya setelah melakukan reduksi data, dengan penyajian data diharapkan data tersebut dapat terorganisasi serta tersusun dalam pola yang saling berhubungan. Dengan penyajian data akan memudahkan dalam memahami apa yang sedang terjadi dan akan dengan mudah merencanakan kerja berikutnya.

3. Menarik Kesimpulan (*Verification*)

Langkah terakhir dari analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman, penarikan kesimpulan serta verifikasi. Dari analisis pengumpulan data serta sesudah pengumpulan

digunakan untuk menarik kesimpulan, kesimpulan awal yang sifatnya masih sementara. Maka jika tidak didapatkan bukti kuat yang dapat mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya maka bisa berubah, namun jika kesimpulan awal yang ada dapat didukung dengan bukti yang valid serta konsisten maka kesimpulan awal tersebut dapat dikatakan kredibel.

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak. Pada tahap ini dibuat kesimpulan yang bersifat terbuka atau umum, maka peneliti wajib mempertajam ataupun mengkonfirmasi kesimpulan awal menjadi kesimpulan yang bersifat final.⁴²



⁴² Sugiono, “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.” cetakan ke-19 (Bandung: Alfabeta. 2013). Hlm 243-245

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Subjek Penelitian

1. Gambaran Umum Informan

Dalam penelitian ini subjek yang dimaksud adalah mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi angkatan 2019 UIN Sunan Ampel Surabaya. Pemilihan subjek ialah mereka (mahasiswa) yang paham dan mengetahui serta menonton channel YouTube OPI Entertainment. Dengan teknik pengumpulan data wawancara melalui interview tidak langsung (melalui form pertanyaan) yang berisis soal-soal pertanyaan.

Dalam penelitian kualitatif pada dasarnya tidak mengenal istilah pengambilan sampel ataupun populasi sebab pada penelitian ini tidak bertujuan untuk generalisasi pada populasi, maka informan dipilih berdasar kategori diantaranya mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang tahu *channel* OPI Entertainment, pernah menonton, *subscriber*, serta penggemar atau juga mahasiswa yang mengikuti dan memahami perkembangan dunia E-Sport maupun konten-konten di YouTube. Peneliti memilih lima informan untuk diwawancarai, dengan masing-masing dari Fakultas Dakwah dan Komunikasi angkatan 2019 diambil satu mahasiswa berdasar pada program studi. Masing-masing satu anak pada program studi Ilmu Komunikasi (IiKom), Manajemen Dakwah (MD), Komunikasi Penyiaran Islam (KPI), Pengembangan Masyarakat Islam (PMI), serta Bimbingan Konseling Islam (BKI). Dengan ini nantinya dapat mengetahui penerimaan apa saja dari mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi.

a. Nama : Aulia Nurhamida

Prodi : Komunikasi Penyiaran Islam
Usia : 19 Tahun
Jenis Kelamin : Perempuan

Aulia Nurhamida, biasa dipanggil Mida merupakan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam angkatan 2019, UIN Sunan Ampel Surabaya. Mida termasuk mahasiswa termuda di angkatannya yang mana di semester 5 atau 6 kebanyakan mahasiswa berusia 20 sampai 22 tahun.

b. Nama : Abdul Malik Al Hamdani
Prodi : Ilmu Komunikasi
Usia : 22 Tahun
Jenis Kelamin : Laki-laki

Abdul Malik Al Hamdani biasa dipanggil Malik salah satu mahasiswa Ilmu Komunikasi semester 6, laki-laki murah senyum dan lucu kelahiran kota Tuban ini mengatakan jika ia tidak cukup aktif di organisasi kampus.

c. Nama : Ferdianata Gustafian
Prodi : Bimbingan Konseling Islam
Usia : 20 Tahun
Jenis Kelamin : Laki-Laki

Ferdianata Gustafian biasa dipanggil Fian merupakan salah satu mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi program studi Bimbingan Konseling Islam. Mahasiswa yang suka sekali *traveling* ini juga cukup aktif di organisasi CSSMoRA (*Community of Santri Scholars of Ministry of Religious Affairs*) UINSA yang merupakan organisasi induk dari kumpulan santri penerima beasiswa Kementerian Agama.

d. Nama : Adhitya Krisdha Cahna
Prodi : PMI
Usia : 21 Tahun
Jenis Kelamin : Laki-Laki

Adhitya Krisdha Cahna, Aditt nama panggilannya merupakan mahasiswa Pengembangan Masyarakat Islam

Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya, mahasiswa yang tidak mencantumkan keanggotaan organisasi mahasiswa ini cukup aktif di Organisasi Daerah Keluarga Mahasiswa Blitar.

- e. Nama : Mirza Alief Ghulam Ahmad
- Prodi : Manajemen Dakwah
- Usia : 21 Tahun
- Jenis Kelamin : Laki-Laki

Mirza Alief Ghulam Ahmad, pria kelahiran kota Tuban ini biasa dipanggil Mirza. Mahasiswa Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel. Sama seperti Adhitya Krisdha Cahna, Mirza juga tidak mencantumkan keaktifannya di organisasi mahasiswa.

2. Citra perempuan dalam *channel* OPI Entertainment

Konten gaming belakangan ini dimanfaatkan dengan sungguh-sungguh oleh para konten kreator khususnya tim E-Sport dalam menarik penggemar, dimana langkah ini merupakan peluang serta momentum untuk menarik *viewers*, bukan rahasia lagi, jika sekarang ini konten yang sejatinya memberikan produk hiburan namun belakangan diciptakan lebih dari itu. Profit yang menjanjikan menjadi alasan munculnya inovasi-inovasi baru yang terkadang tak lagi menghiraukan *genre* aslinya, melanggar aturan-aturan serta norma-norma yang berlaku. Seperti contohnya *channel* OPI Entertainment yang secara *genre*, *channel* ini merupakan *channel gaming*, namun *channel* ini dikemas bukan hanya menonjolkan *genre* utamanya, namun juga menampilkan isi konten yang bisa dibilang jauh dari radar *gaming*, bahkan yang lebih parahnya dikalangan pencinta E-Sport *channel* OPI Entertainment lebih dikenal sebagai *channel* hiburan yang isinya konten-konten *pargoy* (partai goyang) dari OPI *angels*.

Tuntutan di dunia industri media yang serba komersil memaksa banyak tim E-Sport mengambil langkah tersebut.



Gambar 2. 1: Cuplikan Konten Partai Goyang OPI Angels di Youtube dan Tiktok

Telah banyak tim E-Sports di Indonesia yang menggunakan karakter perempuan sebagai *brand ambassador* sebagai daya tarik mengingat banyaknya penggemar *gaming* dari kalangan pria. Penampilan para OPI *angels* di beberapa video OPI Entertainment memang tidak terlihat menampilkan penampilan yang terbuka atau bahkan vulgar namun dengan menampilkan goyangan-goyangan yang cenderung sexi dengan goyangan menonjolkan lekukan-lekukan tubuh memberikan kesan yang kurang sopan, dan kurang pas untuk menjadi tontonan terlebih penonton OPI Entertainment sebagai akun tim E-Sport didominasi oleh anak-anak.

Objek yang diteliti oleh peneliti mengenai pemaknaan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel angkatan 2019 tentang citra perempuan di *channel* OPI Entertainment.

B. Penyajian Data

Penyajian data adalah langkah pengumpulan informasi yang terusun sesuai hasil yang didapat, dimana penyajian

data berikut ini memberikan adanya penarikan kesimpulan serta untuk hasil pembahasan (analisis data). Dalam penelitian ini sendiri melalui proses observasi, wawancara, serta dokumentasi. Fokus utama peneliti adalah pemaknaan mahasiswa. Penggunaan analisis resepsi pada penelitian ini lebih menekankan pada pemaknaan serta penerimaan halayak atas teks media serta bagaimana khalayak menginterpretasikannya.

1. *Reception Analysis* Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi angkatan 2019 tentang citra perempuan di channel YouTube OPI Entertainment

Apa yang dilakukan pada konten OPI Entertainment peneliti menyimpulkan bahwa penggunaan karakter perempuan sebagai *brand ambassador* memiliki tujuan sebagai daya tarik, oleh sebab itu menciptakan berbagai opini di masyarakat khususnya pecinta konten gaming salah satunya dari mahasiswa angkatan 2019 Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel, penerimaan dari para mahasiswa tentang konten partai goyang cukup menarik untuk dilakukan penelitian, mengingat mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi dituntut canggih informasi, canggih menyikapi juga mengkondisikan diri untuk siap beradaptasi dengan perkembangan teknologi.

Fokus penelitian ini perihal bagaimana pemaknaan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel angkatan 2019 tentang citra perempuan di channel opi entertainment.

Data yang diperoleh merupakan hasil murni yang keluar dari pemikiran informan, penggunaan wawancara mendalam dengan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya angkatan 2019. Setelah hasil wawancara didapat, dilakukan penyajian data berdasar pada hasil temuan dilapangan melalui proses

observasi yang kemudian disusun serta diolah berupa narasi menurut jenis dan pendekatan penelitian.

Dari beberapa informan yang dipilih dengan masing-masing dari Fakultas Dakwah dan Komunikasi angkatan 2019 diambil satu mahasiswa berdasar pada program studi. Masing-masing satu anak pada program studi Ilmu Komunikasi (IKom), Manajemen Dakwah (MD), Komunikasi Penyiaran Islam (KPI), Pengembangan Masyarakat Islam (PMI), serta Bimbingan Konseling Islam (BKI).

Beberapa pemaknaan dan penerimaan informan terhadap citra perempuan dalam konten dewasa di channel OPI Entertainment.

Bagi saya cukup mengganggu ya, sebab cenderung mengandung hal yang kurang baik apalagi untuk anak kecil. Hal tersebut secara tidak langsung merendahkan perempuan, meskipun hanya dianggap sebagai hiburan. Namun hal tersebut kini mulai berlebihan, tidak tahu tempat dan merusak anak dibawah umur. Saya menganggap mereka cukup tidak tahu batasan-batasan yang seharusnya dimiliki oleh perempuan, terlalu berlebihan dan mayoritas orang yang menyukai game atau E-Sport adalah laki-laki, yang secara alamiah juga tertarik dengan konten yang menampilkan perempuan.⁴³

Hasil wawancara informan Aulia Nurhamida. Respon yang didapat dari informan Aulia Nurhamida mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam, pemaknaan informan Mida adalah *channel* OPI Entertainment menurutnya terlalu jauh melewati batas yang seharusnya sebagai konten gaming. Meskipun konteksnya hiburan untuk menarik banyak penonton

⁴³ Hasil Wawancara dengan Aulia Nurhamida (Mida) pada 22 Maret 2022

tapi dengan goyangan-goyangan yang melampaui batas, baginya tidak pas untuk tontonan anak kecil, dan informan Mida menolak isi pesan yang dikirimkan. Sedikit berbeda dengan hasil wawancara informan Ferdianata Gustafian:

Saya pernah menonton, namun tidak banyak karena menurut saya ga banyak feedback yang bisa kita ambil. Mengenai citra perempuan pandangan saya ya jelek sih, mau aja umbar-umbar hal seperti itu di media sosial, kita sebagai manusia kan dilihat dari tindakan dan ucapan. Jika jelek maka semua akan mendapatkan penilaian yang jelek juga. Semua kan diliat dari tujuannya, jika ingin viewers naik, ya mungkin konten-kontennya harus waw dari yang lain. jangan hanya mengharapakan viewers naik, namun sebagai konten yang bermanfaat juga untuk semuanya. Untuk kategori eksploitasi bagi saya sepertinya itu sudah ada kesepakatan antar keduanya dan saling menguntungkan, jadi ya bukan eksploitasi. Di lain sisi juga berdampak buruk untuk anak dibawah umur, Mungkin bisa dibenahi lagi agar lebih baik lagi⁴⁴

Respon yang didapat dari informan Ferdianata Gustafian mahasiswa Bimbingan Konseling Islam, pemaknaan informan Fian adalah menurutnya tidak banyak manfaat (feedback) yang didapat terlebih bagi anak-anak dibawah umur. Meskipun baginya konten tersebut belum terkategori vulgar namun untuk citra perempuan menurutnya kurang baik sebab mengumbar kemolekan tubuh di media sosial, dan untuk upaya eksploitasi Fian memiliki pendapat tersendiri bahwa selama kedua belah pihak sudah saling sepakat maka itu bukan bentuk eksploitasi. Ia juga menambahkan untuk membenahi lagi isi konten agar lebih bermanfaat lagi sebagai tontonan. Hasil

⁴⁴ Hasil wawancara dengan Ferdianata Gustafian (Fian) pada 22 April 2022

wawancara informan Adhitya Krisdha Cahna didapat resepsi serupa dengan informan Aulia.

Menurut saya kurang setuju, karena bisa kita lihat di konten yang dibuat mereka menampilkan penampilan yang vulgar dan bisa memicu pikiran yang negatif. Menurut saya mereka hanya ingin mencari perhatian banyak orang untuk menonton channel mereka dengan cara lain mereka menggunakan wanita tersebut sebagai objeknya. Eksploitasi perempuan di media sosial sekarang ini sudah marak-maraknya termasuk dalam bentuk eksploitasi karena perempuan dalam konten tersebut dijadikan objek konten dan hal tersebut pasti akan disorot banyak masyarakat⁴⁵

Informan Adit menolak isi pesan, dimana menurut pendapatnya kurang setuju dengan menampilkan penampilan vulgar sebab baginya itu dapat memberi atau bahkan memicu munculnya pikiran yang negatif. Informan Adit juga menambahkan bahwa penggunaan wanita sebagai objek untuk menarik perhatian penonton di media sosial sedang marak-maraknya dan kebanyakan dapat dikategorikan sebagai bentuk eksploitasi. Begitu juga dengan informan Mirza.

Terganggu, rata-rata sekarang mencari perhatian dengan hal yang kurang pantas, kalau dari penggunaan brand ambassador tidak masalah ya, tapi kalau bisa jangan terlalu bar- bar kalau buat vidio joget, Saya merasa risih melihatnya⁴⁶

⁴⁵ Hasil wawancara dengan Adhitya Krisdha Cahna (Adit) pada 24 April 2022

⁴⁶ Hasil wawancara dengan Mirza Alief Ghulam Ahmad (Mirza) pada 25 April 2022

Respon dari Mirza Alief Ghulam Ahmad mahasiswa Manajemen Dakwah, secara penerimaan pesan tidak mempermasalahkan penggunaan *brand ambassador* sebagai daya tarik, hanya saja penolakan pesan dari Mirza terletak pada penampilan dari tiap BA yang membuatnya merasa risih sebagai penonton, dengan menampilkan konten-konten goyangan yang terlalu bar-bar dapat merusak citra perempuan. Ini berbanding terbalik dengan resepsi Informan Malik, informan Malik dengan resepsinya yang *dominant position* memberikan responya terhadap konten partai goyang di channel OPI Entertainment.

Saya malah kurang begitu mengenal OPI E-Sport hanya sebatas tahu dari turnamen Mobile Legend. Menurut saya untuk channel OPI Entertainment tahulah yang ada konten pargoy "Sheren". viralkan itu, menurut saya tidak terlalu mengganggu untuk kategori konten dewasa di channel gaming sah-sah saja masih normal dan itu hak mereka lebih menonjolkan konten pargoy daripada gaming. ya buat cuci matalah. Untuk bentuk eksploitasi saya kira belum termasuk kategori eksploitasi sebab masih wajar tidak yang berlebihan tidak yang terbuka⁴⁷

Respon yang didapat dari informan Malik soal penerimaan isi pesan, menurutnya sah-sah saja menampilkan karakter perempuan sebagai daya tarik, bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi yang responsif saat menyebut salah satu nama *brand ambassador* OPI bernama Sheren ini, juga berpendapat konten pargoy di OPI Entertainment yang menampilkan karakter perempuan belum dikategorikan konten dewasa sebab

⁴⁷ Hasil Wawancara dengan Abdul Malik Al Hamdani (Malik) pada 23 Maret 2022.

isinya cuma goyangan dan cara pakaiannya juga tidak yang terbuka.

C. Pembahasan Hasil Penelitian (Analisis Data)

Setelah melakukan penyajian data peneliti melakukan pembahasan hasil penelitian berupa analisis data. Pembahasan hasil penelitian dengan analisis data yang didapat adalah cara untuk menjawab pertanyaan pada rumusan masalah.

1. Citra Perempuan dalam *Channel* OPI Entertainment

Dari hasil wawancara peneliti dengan informan didapatkan hasil tentang pemaknaan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya terhadap citra perempuan di akun YouTube OPI E-Sport yang sangat beragam ada persamaan pemaknaan serta perbedaan pemaknaan mengenai citra perempuan. Diantaranya:

Informan Malik menurutnya sah-sah saja menampilkan karakter perempuan sebagai daya tarik, baginya konten partai goyang di konten tersebut sebagai hiburan dan tidak dikategorikan konten dewasa sebab isinya cuma goyangan dan cara pakaiannya juga tidak yang terbuka.

Informan Mirza menurutnya tidak mempermasalahkan penggunaan karakter perempuan sebagai daya tarik, namun hanya saja penolakan pesan dari Mirza terletak pada penampilan dari tiap BA yang membuatnya merasa risih sebagai penonton.

Informan Aulia, Adhitya, dan Fian ketiga informan tersebut senada dalam hal pemaknaan citra perempuan dimana ketiganya menolak isi pesan. Adhitya, penggunaan karakter perempuan sebagai daya tarik di *channel* OPI termasuk penampilan vulgar sebab baginya itu dapat memberi atau

bahkan memicu munculnya pikiran yang negatif. Begitu juga dengan informan Aulia baginya *channel* OPI berisi goyangan-goyangan yang melampaui batas, baginya tidak pas untuk tontonan anak kecil, senada juga dengan informan Fian yang merasa tidak ada manfaat yang didapat dan menurutnya citra perempuan terlihat jelek dengan penampilan yang mengumbar kemolekan tubuh.

2. Analisis Mahasiswa Tentang Citra Perempuan Menurut Teori Resepsi

Pada penelitian ini jumlah informan ditentukan pada kecukupan informasi dan kesesuaian, sebab didasarkan pada penelitian kualitatif yang tidak mengenal adanya jumlah sampel minimum, sebab pada umumnya penelitian kualitatif menggunakan sampel kecil.⁴⁸ Dan peneliti memutuskan hasil data yang didapat sudah jenuh dan tidak perlu ada tambahan pada jumlah informan.

Hasil temuan pada penelitian ini peneliti menemukan bahwa Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi angkatan 2019 memiliki penerimaan serta pemaknaan yang beragam tentang citra perempuan dalam *channel* OPI Entertainment, bermacam-macam pemaknaan ini dilandasi pada pengalaman, latar belakang, kompetensi pengetahuan serta sosio kultural dari masing-masing informan. hal ini dapat dibuktikan dari hasil wawancara mendalam yang dilakukan kepada Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi angkatan 2019.

Penggunaan teori pada penelitian ini bertujuan untuk didapatkan hasil data dari informan yang akan dianalisa serta menjadi temuan dalam penelitian. Penggunaan teori analisis resepsi Stuart Hall menjelaskan sejauh mana pesan dikirimkan kepada khalayak dan bagaimana pemaknaan pesan oleh

⁴⁸ Martha, Evi. & Kresno, Sundarti, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Jakarta: Rajawali Press. 2016).

khalayak. Ini didasari pada proses komunikasi yang terjadi, pesan dikirim dan pesan tersebut diterima dan menghasilkan berbagai macam respon yang beragam.

Hall sendiri dalam teorinya analisis resepsi membagi tiga posisi ketika khalayak melakukan penerimaan pesan (decoding), diantaranya posisi dominan *hegemonic* posisi ketika “*the media produce the message; the masses consume it. The audience reading coincide with the preferred reading*”. Pengirim pesan menyampaikan atau mengirim pesan dan khalayak menerimanya sebab apa yang disampaikan kebetulan disukai khalayak. Kedua posisi negosiasi posisi ketika “*the audience assimilates the leading ideology in general but opposes its application in specific case*”. Dapat dipahami pada posisi ini khalayak menerima ideology pengirim pesan secara umum hanya saja disebabkan pertimbangan serta perbedaan pada latar belakang dan kebudayaan khalayak mereka menolak menerapkan isi pesan. Ketiga posisi oposisi pada posisi ini khalayak menolak makna isi pesan yang dikirimkan oleh media, khalayak secara kritis mengganti makna pesan sesuai pemaknaannya.⁴⁹

Dalam penelitiannya ini Peneliti menggunakan analisis resepsi terhadap citra perempuan dalam konten dewasa di *channel* OPI Entertainment. Analisis ini diperkenalkan oleh Stuart Hall ketika Hall menjelaskan tentang proses *decoding* dari khalayak dalam studi kulturalnya. Peneliti lebih menfokuskan pada proses *decoding* yang dilakukan oleh subjek penelitian. Analisis resepsi didalam penelitian ini lebih menekankan pada proses pemaknaan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel angkatan 2019, dan resepsi mahasiswa didapat oleh peneliti dari proses *encoding-decoding*. *Encoder* dari penelitian ini sendiri adalah

⁴⁹ Hall, Stuart, *Centre For Cultural Studies*, (Birmingham: University of Birmingham, 1975) hlm. 16-18

citra perempuan dalam konten partai goyang milik OPI Entertainment.

Proses *decoding* yang menjadi fokus utama peneliti sesuai dengan studi yang dilakukan oleh Hall, dalam pandangannya informan melakukan *decoding* juga melibatkan pemikiran, interpretasi serta resepsi. Hall juga mengatakan bahwa hasil pemaknaan dari proses *decoding* sangat dipengaruhi oleh banyak faktor seperti usia, jenis kelamin, pengalaman, serta pengetahuan, resepsi disini dimaksudkan sebagai tanggapan dari mahasiswa terhadap citra perempuan di konten partai goyang yang terdapat di *channel* OPI Entertainment.

Ada banyak faktor yang mempengaruhi *decoding* mahasiswa diantaranya pemikiran masing-masing individu ketika mempertimbangkan hingga pada saatnya mengambil keputusan, hasil keputusan ini didasari pada latar belakang serta lingkungan informan yang berbeda-beda, faktor ini juga sangat berpengaruh besar terhadap resepsi dan pandangan informan. Peneliti sendiri merasa bahwa faktor lingkungan kampus menjadi faktor yang paling besar, ini dapat dilihat bahwa resepsi informan berupa penolakan memiliki kesamaan resepsi bahwa penggunaan karakter perempuan sebagai daya tarik di konten partai goyang OPI Entertainment merupakan bentuk eksploitasi yang merendahkan citra perempuan di mata publik. Dari hasil resepsi berupa penerimaan informan didapat bahwa konten partai goyang dengan menampilkan citra perempuan dianggap sebagai suatu hiburan begitu juga penolakan dari informan yang diperoleh, peneliti memberi gambaran bahwa informan yang merupakan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel memiliki kesadaran bahwa citra perempuan di media sosial kenyataannya dibangun dan telah disesuaikan dengan kebutuhan industri media, perempuan dijadikan objek untuk kepentingan pelaku bisnis dengan berbagai cara. Agar dapat dengan mudah

tercapai apa yang dituju, usaha memanfaatkan perempuan melalui eksploitasi tubuh yang berlebihan telah menjadi suatu praktek yang wajar di industri media.

Apita Sharma (2012) mengatakan: *“although the media has played an important role in highlighting women’s issues, it has also had negative impact, in terms of perpetrating violence against women through pornography and images of women as a female body that can be bought and sold”*.⁵⁰

Kewajaran praktek semacam ini tidak sepenuhnya memberikan pengaruh yang dominan diterima oleh informan, informan tetap memberikan respon yang prihatin serta menyangkan, dan berharap ada perubahan di industri media yang lebih baik.

Berikut jumlah informan yang disesuaikan posisinya serta pemaknaannya berdasar pada tiga posisi dalam teori resepsi, sesuai dengan hasil wawancara mendalam dan berdasar pada korelasi hasil temuan di lapangan dengan teori yang digunakan pada penelitian ini. Satu informan dalam pemaknaannya tentang citra perempuan di *channel* OPI Entertainment masuk kedalam posisi dominan *hegemonic* sebab sejalan dan terdapat kesamaan antara pembuat konten. Satu informan masuk pada posisi negosiasi dimana informan meskipun tidak sejalan dengan isi konten namun tidak ada penolakan dalam pemaknaan. Dan tiga informan masuk pada posisi oposisi dimana dalam pemaknaannya berlawanan dengan ideologi dominan pembuat konten.

Masing-masing dari informan respon mereka sangatlah beragam, informan memiliki pola pemikiran serta latar belakang yang berbeda inilah yang melatarbelakangi didapatkan hasil dengan posisi yang berbeda jika berpedoman pada teori analisis resepsi Stuart Hall.

⁵⁰ Arpita, Sharma, "Portrayal of Women in Mass Media", *An International Research Journal in Communication and Media*, vol. 3, no.1 2012.

Tabel 1.1
Pemaknaan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi
tentang citra perempuan di channel OPI Entertainment

No	Informan	Posisi Dominan <i>Hegemonic</i>	Posisi Negosiasi	Posisi Oposisi
1	Aulia Nurhamida			✓
2	Abdul Malik al Hamdani	✓		
3	Ferdianata Gustafian			✓
4	Adhitya Krisdha Cahna			✓
5	Mirza Alief Ghulam Ahmad		✓	

Aulia Nurhamida mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam. Informan Aulia masuk kedalam posisi *Oppositional Position*, sebab pada posisi kali ini informan aulia secara terang tidak sejalan dengan makna pesan dan menolak apa yang disampaikan pengirim pesan melalui konten partai goyang. Informan aulia secara kritis memaknai isi pesan sesuai dengan ideologinya serta memiliki alternatif sendiri dalam menginterpretasikannya. Ada beberapa hasil wawancara dari informan yang tidak sejalan dengan isi pesan dan menolak apa isi pesan yang dikirimkan.

Pendapat informan Aulia terkait citra perempuan di konten partai goyang OPI Entertainment yang menampilkan karakter perempuan sebagai daya tarik telah melampaui batas kewajaran sebagai konten *gaming*, pandangan Aulia konten semacam itu secara tidak langsung merendahkan perempuan dengan tampilan yang sexi dan pakaian minim, baginya dengan

nama besar OPI sebagai tim E-Sport juga sangat tidak baik bagi anak-anak dibawah umur yang mengunjungi *channel* OPI untuk menonton.

Resepsi Aulia tentang citra perempuan di atas didasari oleh latar belakang serta lingkungan sekitar sebagai mahasiswa UIN Sunan Ampel, mengingat lingkungan kampus yang memegang kuat prinsip akidah-akidah berdasar syari'at Islam. Serta latar belakang pendidikan yang sarat akan nilai-nilai keislaman.

Abdul Malik al Hamdani mahasiswa Ilmu Komunikasi. Informan Malik masuk kedalam pembacaan *Dominant Position*, data ini didukung dengan hasil wawancara mendalam dan didapat jika apa yang disampaikan pengirim dapat diterima oleh informan Malik, isi pesan yang tersampaikan direspon oleh informan Malik sebagai sebuah hiburan. pendapatnya bahwa isi konten OPI memiliki muatan hiburan yang menghibur selain daripada konten gaming, informan juga sejalan dengan makna yang disampaikan melalui konten dewasa partai goyang, dalam resepsinya citra perempuan yang ada didalam konten partai goyang masih dikategorikan normal (masih wajar), sebab menurutnya tidak ada pakaian yang terbuka.

Pendapat Malik diatas didasari pada lingkungan serta pergaulan teman-temanya, sebab konten-konten semacam ini sebagai suatu fenomena yang wajar dikalangan anak muda saat ini.

Ferdianata Gustafian mahasiswa Bimbingan Konseling Islam. Informan Fian masuk ke dalam *Opositional Position*, dari hasil wawancara informan Fian menolak isi pesan yang dikirimkan melalui konten partai goyang. Fian secara terang dan kritis memaknai isi konten OPI sebagai konten yang tidak memiliki manfaat (*feedback*) Informan aulia secara kritis memaknai isi pesan sesuai dengan ideologinya serta memiliki alternatif sendiri dalam menginterpretasikannya.

Pandangan dari informan Fian terkait citra perempuan utamanya tentang praktek eksploitasi, bukan merupakan bentuk eksploitasi sebab menurutnya telah ada kesepakatan antara pembuat pesan dengan pengisi konten. Namun informan Fian secara terang-terang menolak si pesan, pandangannya tentang citra perempuan yang mengumbar kemolekan tubuh dengan partai goyang sebagai suatu hal yang jelek dan tidak adanya manfaat yang didapat ketika menonton konten tersebut utamaya bagi anak-anak dibawah umur.

Resepsi informan Fian yang didapatkan oleh peneliti merupakan hasil dari pola berfikir dan lingkungan sekitar informan yang dominan dipengaruhi oleh nilai-nilai islam moderat yang terbuka akan perkembangan serta kemajuan budaya, sosial, dan teknologi, nilai-niai ini informan dapatkan salah satunya dari keikutsertaanya dan keterlibatan dalam berbagai organisasi seperti CSSMoRa.

Adhitya Krisdha Cahna mahasiswa Pengembangan Masyarakat Islam. Informan Adhitya berada di posisi *Opposition Position*, dikarenakan apa yang menjadi keinginan dari pengirim pesan tidak diterima oleh informan Adhitya, dalam pandangannya penggunaan karakter perempuan di konten partai goyang OPI Entertainment menampilkan konten vulgar dan dapat memicu hal-hal yang negatif, selain itu informan juga berpandangan praktek ekploitasi yang terjadi di konten partai goyang OPI merupakan upaya untuk menarik banyak penonton.

Resepsi Adhitya tentang citra perempuan di atas didasari oleh latar belakang serta lingkungan sekitar sebagai mahasiswa UIN Sunan Ampel, dengan lingkungan kampus yang memegang kuat prinsip akidah dan nilai-nilai keislaman.

Mirza Alief Ghulam Ahmad mahasiswa Manajemen Dakwah. Informan Mirza masuk ke dalam pembacaan *Negotiated Position*, ini dikarenakan informan Mirza tidak ada penolakan dalam penggunaan karakter perempuan sebagai daya

tarik yang terdapat di konten partai goyang OPI Entertainment, namun tetapi informan juga melakukan penolakan dengan apa yang ditampilkan pengirim pesan melalui isi konten. Bagi informan isi konten yang dikirimkan terkategori sebagai konten yang kurang pantas untuk ditonton, informan merasa risih dan terkesan mengganggu.

Resepsi informan Mirza juga berdasar sebab didasari oleh latar belakang sebagai mahasiswa UIN Sunan Ampel, kampus yang memegang kuat prinsip akidah dan nilai-nilai keislaman pada masing-masing mahasiswanya.

3. Teori Resepsi *Decoding* Pesan

Informan pada penelitian ini dapat di kategorikan *dominant position* disebabkan terdapat berbagai faktor yang mengintervensi argumen dan asumsinya ketika informan meresepsi citra perempuan di konten partai goyang OPI Entertainment. Dimulai dari faktor lingkungan sekitarnya, bisa di cermati dalam penjelasan informan yang terkategori *dominant position* bahwa peran lingkungan sekitar sangat mempengaruhi bagaimana informan merespon apa yang di lihat di channel OPI Entertainment. Informan memaknai sama apa yang diinginkan oleh pengirim pesan karena dalam isi pesan yang dikirimkan pihak pengirim, berisi apa yang menjadi kesukaan anak muda pada umumnya serta apa yang menjadi perbincangan di media sosial.

Begitu juga posisi *negotiated position*, informan dalam penelitian ini dapat dikategorikan pada posisi *negotiated*, dapat peneliti simpulkan bahwa latar belakang dan pergaulan lingkungan sekitar yang diterima oleh informan bersifat realistis, suatu pemahaman yang mempercayai kenyataan yang wajar namun tidak bisa diwajarkan. Ini artinya informan melihat suatu realita secara konteks yang ada. Semisal perihal penggunaan brand ambassador informan tidak

mempermasalahkan penggunaan brand ambassador sebagai bagian dari strategi pemasaran dan promosi, namun informan juga tidak menutup mata dengan penggunaan karakter perempuan yang menampilkan goyangan-goyangan kurang pantas bagi informan, upaya OPI Entertainment dengan konten partai goyang secara tidak disadari telah mengganggu. Dari asumsi tersebut dapat di pahami bahwasanya terdapat ideologi pengetahuan serta pengalaman dari informan tentang ilmu pemasaran yang baik tidak perlu menggunakan cara-cara yang masih terbilang tabu di masyarakat. Ini menjadi pertanda adanya ketidapkahaman antara apa yang coba di sampaikan oleh pengirim pesan dengan apa yang diterima oleh penerima pesan. Pengirim pesan memiliki visi dan misi tersendiri untuk menarik perhatian penonton guna meningkatkan jumlah viewers. Teknisnya dilakukan dengan cara memodifikasi isi konten-konten di channel OPI Entertainment.

Selanjutnya ada kategori *oppositional position*, posisi oposisi ada di penelitian ini disebabkan terdapat satu faktor yang dapat peneliti simpulkan, bahwa latar belakang serta lingkungan informan yang kesemuanya dikuatkan dengan prinsip-prinsip dan ideologi yang kuat akan nilai-nilai keislaman. Ini dapat dilihat dari ketiga informan yang tidak sejalan dengan makna isi pesan yang dikirimkan oleh *encoder*, ketiganya yang berlatarbelakang pendidikan yang kental akan nilai-nilai keislaman sangat menolak penggunaan perempuan di konten partai goyang OPI Entertainment dengan tampilan yang vulgar, sexi dan terkesan mellihatkan kemolekan tubuh untuk konsumsi publik.

Ajaran nilai-nilai keislaman yang menjunjung tinggi martabat seorang perempuan terlihat jelas pada resepsi para informan mengenai citra perempuan yang terkemas sedemikian rupa, citra perempuan oleh pengirim pesan dibuat semenarik mungkin dengan tujuan komersial, oleh para informan

dimaknai sebagai bagian dari pratek eksploitasi terhadap perempuan.

4. Prespektif Islam

Setelah melakukan penyajian data dan pembahasan hasil penelitian berdasar pada prespektif teori pada tahapan sebelulunya, selanjutnya peneliti melakukan pembahasan hasil penelitian atau juga analisis data dalam perspektif Islam. Analisa data dalam perspektif Islam dapat juga menjawab pertanyaan dari suatu rumusan masalah. Tidak bisa dipungkiri interaksi sosial belakangan ini perlahan berubah, sejak adanya media sosial. Sebagai seorang muslim tidak hanya di kehidupan nyata, di media sosial sekalipun sebagai seorang muslim dalam bermuamalah wajib dilandasi pada keimanan, ketakwaan, kebajikan *mu'asyarah bil ma'ruf, al haqq* atau saling memberi wasiat pada kebenaran, *al-amr bi al-ma'ruf*, serta *al-nahyu an al-munkar* atau juga mencegah pada kemunkaran. Dalam pandangan islam sendiri, muamalah yang dimaksudkan bukanlah hanya perihal aktivitas jual belinya, melainkan hubungan manusia dalam interaksi sosial baik secara individu ataupun secara berkelompok. Kegiatan interaksi sosial kaitannya dengan aktivitas manusia yang meliputi produksi, distirbusi, hingga kepada akses maupun konsumsi dari hasil produksi berupa informasi.

Dari hasil penelitian, Peneliti menemukan beberapa hasil data yang berhubungan dalam prespektif Islam yaitu tentang perbedaan pendapat yang beragam, dapat dilihat adanya perbedaan pemaknaan diantara informan satu dengan informan lainnya, dimana beberapa informan memiliki pemahaman bahwa konten di OPI Entertainment yang menampilkan citra perempuan dalam tayangan pargoy sebagai daya tarik merupakan bentuk hiburan yang masih dalam kategori normal, sedangkan pada informan lainnya memiliki

pemahaman yang berbeda bahwa konten di OPI Entertainment yang menampilkan citra perempuan merupakan bentuk eksploitasi, ini jelas terlihat dari tayangan partai goyang yang menampilkan kemolekan tubuh dengan tujuan komoditas media, dan ada informan yang juga memiliki pemahamannya sendiri pendapatnya bahwa apa yang ditampilkan OPI Entertainment merupakan sebuah konten hiburan, yang wajar di industri media namun juga tidak menutup mata menolak praktek penggunaan citra perempuan sebagai bentuk eksploitasi yang berdasar pada keuntungan pemilik *channel*.

Berbicara soal pemahaman masing-masing orang yang berbeda, berbicara juga soal kebebasan berpendapat. Dalam pandangan Islam mereka yang memiliki perbedaan berpendapat merupakan suatu persoalan yang lumrah (wajar), didalam Qur'an sendiri dalam surah Al-Maidah ayat ke-48 dalam tafsiran firman Allah SWT setidaknya dapat kita pahami bahwa terciptanya manusia dari berbagai variasi bahasa, warna kulit, serta karakter dan bentuk tubuh merupakan bentuk dari keberagaman, dan dapat dikatakan adanya perbedaan merupakan fitrah dan kehendak dari yang maha kuasa.⁵¹

وَأَنْزَلْنَا إِلَيْكَ الْكِتَابَ بِالْحَقِّ مُصَدِّقًا لِمَا بَيْنَ يَدَيْهِ مِنَ الْكِتَابِ
 وَمُهَيْمِنًا عَلَيْهِ ۖ فَاحْكُم بَيْنَهُم بِمَا أَنْزَلَ اللَّهُ ۗ وَلَا تَتَّبِعْ أَهْوَاءَهُمْ عَمَّا جَاءَكَ
 مِنَ الْحَقِّ ۗ لِكُلِّ جَعَلْنَا مِنْكُمْ شِرْعَةً وَمَنْهَاجًا ۗ وَلَوْ شَاءَ اللَّهُ لَجَعَلَكُمْ أُمَّةً
 وَاحِدَةً وَلَكِنْ لِيَبْلُوَكُمْ فِي مَا آتَاكُمْ ۗ فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ ۗ إِلَى اللَّهِ مَرْجِعُكُمْ
 جَمِيعًا فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ فِيهِ تَخْتَلِفُونَ

Artinya: “Dan kami telah menurunkan kitab Al Qur'an kepadamu (Muhammad) dengan membawa kebenaran, yang membenarkan apa yang sebelumnya telah diturunkan, yaitu

⁵¹ Haq, Husnul “*Sebab-Sebab Perbedaan Ulama (1)*”, Diakses Pada 25 Maret 2022 Dari <https://Islam.Nu.Or.Id/Fiqih-Perbandingan/Sebab-Sebab-Perbedaan-Pendapat-Ulama-1-Gig Iz>

kitab-kitab (yang diturunkan sebelumnya) dan menjaganya, maka putuskanlah perkara mereka menurut apa yang diturunkan Allah dan janganlah kamu mengikuti keinginan hawa nafsu mengikuti mereka dengan meninggalkan kebenaran yang telah datang kepadamu. Untuk setiap umat diantara kamu, Kami berikan aturan dan jalan yang terang. Sekiranya Allah menghendaki, niscaya kamu dijadikan-Nya satu umat (saja), tetapi Allah hendak menguji kamu terhadap karunianya yang diberikan kepadamu, maka berlomba-lombalah berbuat kebajikan. Hanya kepada Allah-lah kamu semuanya kembali, lalu diberitahukan-Nya kepadamu terhadap apa yang dahulu kamu perselisihkan”⁵²

Jika dapat memahami isi kandungan dalam surah Al-Maidah ayat 48, harus disadari bahwa perbedaan adalah *sunnatullah*.

وَلَوْ شَاءَ اللَّهُ لَجَعَلَكُمْ أُمَّةً وَاحِدَةً وَلَكِنْ لِيَبْلُوَكُمْ فِي مَا آتَاكُمْ

Artinya: “Dan sekiranya Allah menghendaki, niscaya kamu dijadikan-Nya satu umat (saja), tetapi Allah hendak menguji kamu terhadap karunianya yang diberikan kepadamu”.⁵³

Ayat diatas secara jelas memberi penegasan bahwa Allah memiliki kuasa menjadikan umatnya satu identitas namun hal itu bukanlah keinginannya, Allah menciptakan umat manusia dengan berbagai perbedaan dengan maksud ingin menguji dengan berbagai perbedaan itu sendiri.⁵⁴

Seperti halnya beberapa kasus, dalam menentukan suatu hukum dalam Islam beberapa pemangku kewenangan seperti halnya para ulama sering kali muncul perbedaan

⁵² Ibnu Katsir Ad-Dimasyqy, Abi Fada’, “*Kitab Ibnu Katsir*” terj. Arif Rahman Hakim, dkk, (Sukoharjo: Insan Kamil, 2016).

⁵³ *Ibid*

⁵⁴ Ibnu Katsir Ad-Dimasyqy, Abi Fada’, “*Kitab Ibnu Katsir*” Juz Ke-6, terj. Arif Rahman Hakim, dkk, (Sukoharjo: Insan Kamil, 2016).

pendapat dalam mengambil sebuah keputusan ataupun menyikapi permasalahan. Muhammad bin Abdul Rahman al-Dimasyqi sebagai salah satu ulama pengikut mazhab Syafi'i dalam kitab *Rahmatul Ummah fi Ikhtilafil Aimmah*, menekankan bahwa perbedaan yang muncul dikalangan ulama merupakan bagian dari rahmat untuk seluruh umat muslim. Sebab baginya perbedaan ini bersifat ijtihad dimana dalam perbedaan tersebut terdapat usaha seluruh daya baik dengan intelektual maupun spiritual dalam menentukan hukum yang benar.⁵⁵ Hal yang paling mendasar yang wajib kita sikapi dari hadirnya perbedaan dalam berbagai pemahaman adalah saing menghormati, menghargai, dan dengan mengedepankan rasa ikhlas, kejujuran, dan kerendahan hati serta saling memahami antara sesama umat muslim bahkan antar umat manusia. Islam sendiri dengan tegas mengatakan bahwa perbedaan pendapat bukanlah suatu hal yang tercela.

Dalam Al Qur'an surah Hud ayat ke-118 dalam firmannya menegaskan bahwa perselisihan silang pendapat diantara umat manusia akan tetap ada hingga didalam permasalahan agama sekalipun bahkan akidah mereka terbagi kedalam berbagai pendapat (mazhab).

وَلَوْ شَاءَ رَبُّكَ لَجَعَلَ النَّاسَ أُمَّةً وَاحِدَةً ۗ وَلَا يَزَالُونَ
مُخْتَلِفِينَ

Artinya : “Jikalau tuhanmu menghendaki, sudah barang tentu dia menjadikan manusia kepada umat yang satu, namun mereka senantiasa berselisih pendapat”.

Didalam kitab Ibnu Katsir Allah SWT menyebutkan bahwa dia memiliki kekuasaan untuk menciptakan umat manusia yang satu dalam keimanan atau juga kekufurannya, didalam firman Allah di surah Hud ayat ke-119 pada lafal.

⁵⁵ Rahman Muhammad al Dimasyqi, “*Rahmatul Ummah Fi Ikhtilafil Aimmah*”, (Kairo: al-Maktabah al-Taufiqiyah) Hlm 13

وَلِذَلِكَ خَلَقَهُمْ

Artinya: *“Dan untuk itulah Allah menciptakan mereka”*.

Dari al-Hasan al-Basri didalam suatu riwayat yang sumbernya berasal darinya menyebutkan jika tafsir ayat ini memiliki makna “mereka diciptakan untuk berselisih paham”.

Senada dengan al-Hasan al-Basri Makki Ibnu Abu Talhah dari sumbernya Ibnu Abbas bahwasanya Allah telah menciptakan manusia kedalam keadaan yang terpecah belah, berbeda-beda. Pengertian ini sama halnya dengan firman Allah SWT dalam surah Hud ayat ke-105.

فَمِنْهُمْ شَقِيٌّ وَسَعِيدٌ

Artinya : *“Maka diantara mereka ada yang celaka dan ada yang berbahagia”*.

Menurut suatu pendapat dalam kitab Ibnu Katsir menjelaskan bahwa makna yang dimaksud ialah Allah SWT menciptakan mereka untuk dirahmati.

Peneliti juga menemukan beberapa hasil data yang berhubungan dalam perspektif Islam selain dari perbedaan pendapat yaitu citra perempuan dalam prespektif Islam. Hingga saat ini masyarakat masih saja memaknai eksistensi perempuan sebatas realitas fisiknya, citra perempuan di masyarakat masih perihal wilayah-wilayah subordinatnya. Sudah menjadi rahasia umum di masyarakat perempuan masih menjadi target terbesar di industri media, kepentingan komersialisme seringkali menjadi dasar utama menjadikan perempuan sebagai objek eksploitasi. Faktor serta tuntutan perempuan modern yang berparadigma feminis seringkali mereka (perempuan) tidak lagi memperdulikan meskipun diri mereka tengah menjadi objek fantasi para kaum pria. Dengan dalih kebebasan berekpresi serta mudahnya mengaktualisasi diri. Islam adalah agama yang sempurna baik ajaran serta hukum-hukum yang berlaku didalamnya bisa menyentuh di seluruh aspek kehidupan. Islam

memberi kebebasan bagi seluruh umatnya, laki-laki ataupun perempuan, bahkan sejatinya islam tidak pernah alergi terhadap perkembangan teknologi, hanya saja kebebasan itu harus sesuai dengan batasan-batasan dalam bereksperimen melalui media sosial.⁵⁶

Dapat kita lihat banyaknya gambaran perempuan di media sosial yang seringkali disubordinasikan serta dieksploitasi hingga sedemikian rupa. Jika menilik sejarah panjang, eksploitasi terhadap kaum perempuan sejatinya sudah terjadi sangat lama bahkan sebelum turunnya islam maupun al qur'an. Dalam peradaban sebelum islam seperti halnya romawi, yahudi, nasrani, buddha, hindu menganggap perempuan tidak lebih sebagai pemuas hasrat birahi pria, budak peliharaan, bahkan di kepercayaan kaum nasrani perempuan dianggap sebagai sumber laknat sebab alasan sejarah Nabi Adam diusir dari syurga. Dalam pandangan Islam di firman Allah SWT Q.S An-Nur ayat 33, ayat ini menceritakan tentang perbudakan yang dilakukan pada budak bernama Musaikah yang dipaksa melakukan pelacuran oleh majikannya yang munafik.⁵⁷

وَلَيْسَتَّعْفِيفِ الَّذِينَ لَا يَجِدُونَ نِكَاحًا حَتَّىٰ يُغْنِيَهُمُ اللَّهُ مِنْ فَضْلِهِ ۗ وَالَّذِينَ
يَبْتَغُونَ الْكِتَابَ مِمَّا مَلَكَتْ أَيْمَانُكُمْ فَكَاتِبُوهُمْ إِنْ عَلِمْتُمْ فِيهِمْ خَيْرًا ۗ وَءَاتُوهُمْ
مِنْ مَالِ اللَّهِ الَّذِي ءَاتَاكُمْ ۗ وَلَا تُكْرَهُوا قَتْلَهُمْ عَلَى الْبِعَاءِ إِنْ أَرَدْتُمْ تَحْسِنًا
لَتَبْتَغُوا عَرَضَ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا ۗ وَمَنْ يُكْرِهِنَّ فَإِنَّ اللَّهَ مِنْ بَعْدِ إِكْرَاهِهِنَّ
غَفُورٌ رَحِيمٌ

⁵⁶ Supratman, Lucy Pujasari, "Representasi Citra Perempuan Di Media", *Jurnal Observasi*, Vol 10, No. 1, diakses pada Maret 2022 dari <https://media.neliti.com/media/publications/220538-representasi-citra-perempuan-di-media.pdf>

⁵⁷ Ilham, "Islam Melarang Tindakan Eksploitasi Seksual!" *Berita, Hikmah, Nasional* diakses pada Maret 2022 dari <https://muhammadiyah.or.id/islam-melarang-tindakan-eksploitasi-seksual/>

Artinya: *“Dan orang-orang yang tidak mampu kawin hendaklah menjaga kesuciannya, sehingga Allah memampukan mereka dengan karunia-Nya. Dan budak-budak yang kamu miliki yang menginginkan perjanjian, hendaklah kamu buat perjanjian dengan mereka, jika kamu mengetahui ada kebaikan pada mereka, dan berikanlah kepada mereka sebahagian dari harta Allah yang dikaruniakan-Nya kepadamu. Dan janganlah kamu paksa budak-budak wanitamu untuk melakukan pelacuran, sedang mereka sendiri mengingini kesucian, karena kamu hendak mencari keuntungan duniawi. Dan barangsiapa yang memaksa mereka, maka sesungguhnya Allah adalah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang (kepada mereka) sesudah mereka dipaksa itu.*

Islam memandang perempuan sebagaimana makhluk istimewa yang memiliki daya tarik, ini dapat di buktikan di beberapa firman Allah yang tergambar karakteristik dari perempuan surga.

Salah satu informasi mengenai daya tarik perempuan diantaranya terdapat pada Q.S An-Naml ayat 44:

قِيلَ لَهَا ادْخُلِي الصَّرْحَ فَلَمَّا رَأَتْهُ حَسِبَتْهُ لُجَّةً وَكَشَفَتْ عَنْ سَآءِ
قِيَّتِهَا قَالَتْ إِنَّهُ صَرْحٌ مُّمَرَّدٌ مِّنْ قَوَارِيرَ ۖ قَالَ رَبِّ ائْتِي ظِلْمَتِي
وَاسَلِّمْتُ مَعَ سُلَيْمَانَ ۚ رَبِّ الْعَالَمِينَ ۙ

Artinya: *“Dikatakan kepadanya (Balqis), “masuklah kedalam istana.” Maka ketika dia (Balqis) melihat lantai itu, dikiranya kolam air yang besar, dan disingkapnya penutup kedua betisnya. Dia (Sulaiman) berkata, “sesungguhnya ini hanyalah istana yang dilapisi kaca,” dia (Balqis) berkata, “ya tuhanku, sungguh aku telah berbuat dzolim terhadap diriku. Aku berserah diri bersama Sulaiman kepada Allah, tuhan seluruh alam.*

Betis perempuan merupakan salah satu daya tarik yang cukup kuat bagi kaum pria, banyak dari perempuan

menginginkan kebersihan serta kendahan pada betisnya. Menurut pendapat Ibn Abbas dalam kitab tafsir Ibn Katsir pada kalimat *wa kasyafat 'an sāqaihā* bahwa saat Balqis menyikap penutup kedua betisnya, Sulaiman yang duduk diatas singgasananya melihat keindahan betis dan kedua kaki ratu Balqis. Didalam kitab Ibn Katsir juga dijelaskan bahwa Sulaiman belum pernah melihat keindahan seperti itu, serta mengagumi keindahan betis serta kaki ratu Balqis. Meskipun terdapat bulu dikaknya Sulaiman menginginkan untuk menghilangkan rambut yang ada di kaki ratu Balqis.⁵⁸

Selain daripada daya tarik pada keindahan betis perempuan, Al-Qur'an dalam surat An-Naba juga memberikan informasi mengenai keindahan yang ada pada diri seorang perempuan yang juga menjadi daya tarik kaum pria. di dalam Al Qur'an tidak begitu banyak ayat yang benar-benar menyinggung perihal payudara perempuan, setidaknya hanya terdapat di dalam Q.S An-Naba ayat 33, dimana dalam surat ini menjelaskan bidadari surga yang disimbolkan sebagai keindahan perempuan.⁵⁹

وَكُورًا عَبَّ اثْرَابًا

Artinya: “Dan gadis-gadis montok (remaja) yang sebaya”.

Ibn Abbas mengatakan bahwa makna dari *kawā'ib* ialah *nawahid* dimana bidadari yang dadanya montok, kencang, serta tidak bergayut, sebab mereka masih berusia remaja semua. Dalam fisik perempuan sebagaimana ketika mereka masih

⁵⁸Abi Fada', *Kitab Ibnu Katsir* terj. Arif Rahman Hakim, dkk, (Sukoharjo: Insan Kamil, 2016).

⁵⁹ Harianto, Tri & Wahyudin, Didin, “Eksplorasi Perempuan Dalam Media Massa Dan Pratinjau Islam”, *Jurnal Martabat: Jurnal Perempuan Dan Anak*, vol 1, no.2, diakses pada Maret 2022 dari <https://www.neliti.com/publications/276705/eksplorasi-perempuan-dalam-media-massa-dan-tinjauan-islam>

berusia remaja menjadi daya tarik tersendiri dibandingkan mereka yang sudah berusia lanjut, kelebihan fisik yang indah, kencang, serta terlihat lebih segar menjadi target utama kaum pria.⁶⁰

Sedemikianlah Islam memandang serta memperlakukan kaum perempuan, Islam tidak pernah membenarkan praktek diskriminasi maupun eksploitasi terhadap perempuan. Al-Qur'an melalui firman-firman Allah menjelaskan sisi sensualitas serta daya tarik yang dimiliki perempuan hanya sebatas membuktikan posisi, keistimewaan, serta kemuliaan seorang perempuan. Islam sangat mengharamkan bentuk eksploitasi, sebab eksploitasi terhadap tubuh perempuan serta dapat dinikmati secara publik merupakan bentuk pelecehan serta merendahkan martabat seorang perempuan. Islam sendiri mengajarkan bahwa marwah perempuan adalah mereka kaum perempuan yang mampu menjaga kehormatannya, serta menjadi hambanya yang taat.⁶¹

Islam datang sebagai pencerah bagi kaum perempuan yang ketika itu telah mengalami banyak sekali penindasan, pandangan Islam tentang kita yang terlahir sama belakangan mulai dilupakan sejak perkembangan teknologi media sosial maupun media massa, yang mampu menjadi jurang pemisah antara identitas seseorang. Media tersebut mampu menciptakan citra manusia yang ideal, seperti contoh perempuan dikatakan cantik ketika memiliki kulit yang putih, payudara besar, seksi, serta tidak berlebih berat badan.

⁶⁰Ibnu Katsir Ad-Dimasyqy, Abi Fada', "*Kitab Ibnu Katsir*" terj. Arif Rahman Hakim, dkk, (Sukoharjo: Insan Kamil, 2016).

⁶¹Hariato, Tri & Wahyudin, Didin, "Eksploitasi Perempuan Dalam Media Massa Dan Pratinjau Islam", *Jurnal Martabat: Jurnal Perempuan Dan Anak*, Vol 1, No.2, diakses pada maret 2022 dari <https://www.neliti.com/publications/276705/eksploitasi-perempuan-dalam-media-massa-dan-tinjauan-islam>

Semakin maraknya konten-konten hiburan di media sosial YouTube dengan kemudahan akses dibutuhkan langkah tepat dalam memilih serta memilih konten seperti apa yang sangat perlu dikonsumsi. Tidak semua yang ada dan disajikan di media sosial dengan mudahnya diterima, begitu juga harus diakui bahwa khalayak menggunakan media pada dasarnya memiliki motif tertentu. Dalam teori yang dikembangkan Katz dan Gurevic tentang teori penggunaan dan kepuasan (*Use and Gratification Theory*) pengajuan gagasan dalam teori ini adalah perbedaan yang terdapat pada individu mengakibatkan perbedaan khalayak (audiensi) dalam mereka mencari, serta memberi tanggapan terhadap isi media. Seperti halnya melalui konten-konten yang ada di media sosial diperlukan ketelitian dalam menyikapi isi pesan yang terdapat di media. Sebagai seorang muslim perlu peran penting soal keimanan masing-masing individu. pedoman Al Qur'an dan Hadits sebagai landasan dalam menyikapi berbagai lini kehidupan memungkinkan terbatasnya dari berbagai hal yang akan merugikan.

عن كشير بن عبد الله بن عمرو بن عوف عن أبيه عن جده قل : قل
رسول الله ﷺ: تركت فيكم أمرين لن تضلوا ما تمسكتم بهما : كتاب الله
وسنة رسوله

Artinya : “Dari Abdullah bin Amr bin Auf : Rasulullah SAW bersabda : Aku meninggalkan di antara kamu dua hal, kamu tidak akan sesat selama kamu berpegang teguh padanya yaitu: Kitabulloh (Al Qur'an) dan sunah Rosululloh”. (HR. Imam Malik)⁶²

⁶² Malik bin Anas, al-Muwaththa' (Damaskus : Mu'assasah al-Risâlah Nâsyirûn, 2013), Kitab “Al- Qadar”” bab ”an-Nahyu ‘an al-Qaul bi al-Qadar”, hlm. 688

Sesuai dengan firman Allah SWT dalam surah An-Nisa' ayat ke-59.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ وَأُولِي
الْأَمْرِ مِنْكُمْ فَإِنْ تَنَازَعْتُمْ فِي شَيْءٍ فَرُدُّوهُ إِلَى اللَّهِ
وَالرَّسُولِ إِنْ كُنْتُمْ تُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ ۚ ذَلِكَ خَيْرٌ
وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا

Artinya: *“Hai orang-orang beriman! Taatilah tuhan dan taatilah Rosulmu (Muhammad), dan ulil amri di antara kalian. Kemudian jikalau kalian berbeda pendapat tentang sesuatu hal, maka kembalikanlah kepada Allah (Qur’an) dan Rosulmu (Hadits) jikalau kalian beriman kepada Allah dan hari kemudian itu lebih baik (bagimu) dan baik akibatnya”*.⁶³

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

⁶³ Ibnu Katsir Ad-Dimasyqy, Abi Fada', *“Kitab Ibnu Katsir”* terj. Arif Rahman Hakim, dkk, (Sukoharjo: Insan Kamil, 2016).

BAB V

PANUTUP

A. Kesimpulan

Penerimaan informan terhadap citra perempuan di konten partai goyang *channel* OPI Entertainment berdasar pada proses pemaknaanya berada didalam pola resepsi *dominant reading, negotiated reading, oppositional position*.

Satu informan menerima begitu saja makna pesan yang dikirimkan, resepsinya citra perempuan yang dikirim *encoder* di konten partai goyang OPI Entertainment sebagai bagian dari hiburan *channel* gaming yang masih dikategorikan wajar.

Pola resepsi *negotiated position* penerimaan makna pesan oleh informan terdapat pada penggunaan karakter perempuan sebagai *brand ambassador*. Namun tidak secara sepenuhnya informan menerima, terdapat penolakan makna pada citra perempuan yang ditampilkan *encoder* melalui konten partai goyang.

Dan informan lainnya, 3 Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Surabaya angkatan 2019 menolak secara kritis pemaknaan citra perempuan yang ditampilkan secara vulgar dan terkesan memperlihatkan kemolekan tubuh oleh *encoder* melalui konten pargoy OPI Entertainment, bagi mereka upaya ini sebagai bentuk eksploitasi terhadap perempuan.

Pemahaman mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunkasi terhadap citra perempuan di akun YouTube OPI Entertainment menghasilkan beragam resepsi ada yang menerima, menolak, ada juga yang tidak secara penuh melakukan penolakan makna.

B. Rekomendasi

Hasil pada penelitian ini sangat terbuka untuk dievaluasi, ataupun dikritisi serta dikaji sebagai upaya untuk memperkaya kajian tentang analisis resepsi stuart hall tentang citra perempuan dalam konten dewasa di channel YouTube OPI-Esport, OPI-Entertainmet. Dan juga tidak menutup kemungkinan pada konten-konten lainnya yang berkaitan, yang mana semakin marak ditemukan di media sosial YouTube. Berdasar pada hasil penelitian yang dilaksanakan pada Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya angkatan 2019 yang berkaitan dengan citra perempuan pada channel YouTube OPI Entertainment, peneliti dapat merekomendasikan atau memberikan masukan kepada pihak-pihak terkait, yaitu:

Tentang aktivitas pengguna di media sosial YouTube, resepsi ataupun pemaknaan pada isi pesan di media cukup menarik untuk diterapkan melihat banyak dari masyarakat yang sejatinya memahami serta mengerti dengan berbagai urgensi dari penggunaan karakter perempuan sebagai daya tarik di media sosial.

Peneliti juga berharap penelitian ini menjadi salah satu bahan pertimbangan serta berguna untuk melengkapi penelitian selanjutnya. Maka dari itu peneliti terbuka kepada peneliti-peneliti selanjutnya dapat mengambil objek serta subjek penelitian terkait citra perempuan di media sosial dari sudut pandang *decoding* dan *encoding*.

C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode analisis resepsi dengan penggunaan data utama yang didapat dari proses wawancara mendalam. Keterbatasan penelitian terletak pada

kondisi dan situasi. Ketika situasi masih diberlakukannya kelas online, kesulitan peneliti terletak di proses pencarian informan dan proses wawancara yang terpaksa dilakukan secara *online* tanpa bertemu langsung dengan informan. Selain itu faktor kondisi pandemi mahasiswa masih belum proses tatap muka (*offline*) maka peneliti hanya mengambil satu mahasiswa di tiap-tiap program studi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Ad-Dimasyqy, I.K., *Kitab Ibnu Katsir* terj. Arif Rahman Hakim, dkk, Sukoharjo: Insan Kamil, 2016
- Cangara, H., *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Kedua*, Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2004.
- Chandra, E., 'Youtube, Citra Media Informasi Interaktif Atau Media Penyampaian Aspirasi Pribadi', *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, vol. 1, no. 2, 2017.
- Creswell J.W., *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed Edisi Ketiga, diterjemahkan oleh Achmad Fawaid*, Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2013.
- David, E, Sondakh, M. & Harilama, S., 'Pengaruh Konten Vlog Dalam Youtube Terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi', *E-Jurnal Acta Diurna*, vol. 6, no. 1, 2017.
- E-Jurnal. '*Bentuk-Bentuk Pesan*'. diakses pada 28 Maret 2022 dari <https://www.e-jurnal.com/2014/02/bentuk-bentuk-pesan.html>
- Ghozali, I., *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018.
- Gita, L & Haryono, C.G., "Komodifikasi Sensualitas Dalam Tayangan Kimi Hime Di Media Sosial Youtube", *Jurnal Komunikasi Semiotika*, vol. 13, no.1, 2019.
- Hall, S., *Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies*, 1972-79, 2003.
- Hall, S., *Encoding-Decoding* Budaya Media Bahasa: Teks Utama Pencanang Cultural Studies 1972-1979. Terjemahan Saleh Rahmana. Yogyakarta: Jalasutra, 2011.

- Haq, H., ‘*Sebab-Sebab Perbedaan Ulama (1)*’, Diakses Pada 25 Maret 2022 Dari <https://Islam.Nu.Or.Id/Fiqih-Perbandingan/Sebab-Sebab-Perbedaan-Pendapat-Ulama-1-Gig1z>
- Hariwidiaswari, R.S. & Ritonga, S., "Representasi Perempuan Dalam Aplikasi Bigo Live Streaming", *Warta ISKI*, vol. 1, no 2, 2018.
- Hasanah, U., “Kontribusi Pemikiran Roland Barthes (Cultural Studies) Terhadap Studi Komunikasi”. *Al-I’lam; Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* vol. 3, no 2, pp. 41-52, 2020.
- Hasil wawancara dengan Ferdianata Gustafian pada 22 April 2022
- Hasil wawancara dengan Adhitya Krisdha Cahna pada 24 April 2022
- Hasil wawancara dengan Aulia Nurhamida pada 22 Maret 2022
- Hasil wawancara dengan Abdul Malik al Hamdani pada 24 Maret 2022
- Hasil wawancara dengan Mirza Alief Ghulam Ahmad pada 25 April 2022
- Harianto, T. & Wahyudin, D., “Eksplorasi Perempuan Dalam Media Massa Dan Pratinjau Islam”, *Jurnal Martabat: Jurnal Perempuan Dan Anak*, vol. 1, no. 2, diakses pada maret 2022 dari <https://www.neliti.com/publications/276705/eksploitasi-perempuan-dalam-media-massa-dan-tinjauan-islam>.
- Hikmah. “7 Pedoman Islami dalam Bermedia Sosial yang Penting Diamalkan”. Diakses pada Maret 2022 dari <https://mui.or.id/hikmah/31518/7-pedoman-islami-dalam-bermedia-sosial-yang-penting-diamalkan/>.
- Hutagalung, I., *Teori-Teori Komunikasi Dalam Pengaruh Psikologi*. Jakarta: Indeks. 2018.

- Kadji, Y., *Metode Penelitian Ilmu Administrasi*, Yogyakarta: Deepublish 2016.
- Kemendikbud, 'Kamus Besar Bahasa Indonesia', *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, 2007.
- Kuncoro, M., *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi*, Jakarta: Erlangga, 2013.
- Kurniawan, I., *Sensualitas Dan Kecenderungan Fetishisme Pada Fotografi Bertema Model: Studi Kasus Foto Hasil Fotografer Pemula Yang Diunggah Pada Situs Jejaring Sosial Facebook*, Bandung: Institut Teknologi Bandung Indonesia, 2013.
- Malik bin Anas, al-Muwaththa' (Damaskus : Mu'assasah al-Risâlah Nâsyirûn, 2013, Kitab "Al-Qadar" bab "an-Nahyu 'an al-Qaul bi al-Qadar".
- Marcel, D., *Encyclopedia Of Media And Communication*, e-book, Canada: University of Toronto Press, 2013.
- Martha, E. & Kresno, S., *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Press. 2016.
- Muhadjir, N., *Metodologi Penelitian Kualitatif* Yogyakarta : Penerbit Rake Sarasisn. 1996.
- Mustajab, M. L., "Analisis Resepsi Remaja Islam Surabaya Tentang Meme Islam Di Media Sosial", *Tesis*, (Studi Komunikasi Penyiaran Islam, Pascasarjan Uin Sunan Ampel Surabaya. 2018) Hlm.122-123.
- Oliver, S., *Public Relation Strategy Third Edition*, London: Kogan Page Limited, 2009.
- Praditya, D., 'Fakta Menarik Youtube', *Techinasia.Com*, 2018, diakses pada 3 November 2021 dari <https://id.techinasia.com/faktaperkembangan-youtube-di-indonesia>.
- Putra, G.L., "Pemanfaatan Animasi Promosi Dalam Media Youtube". *Prosiding Seminar Nasional Desain dan Arsitektur (SENADA)*, vol. 2, 2019.

- Muhammad, R., *Rahmatul Ummah Fi Ikhtilafil Aimmah*, Kairo: al-Maktabah al-Taufiqiyyah.
- Rifky, B., 'Konten "Pargoy" Bikin Komunitas Esports Resah', Ini Jawaban CEO OPI!, diakses pada tanggal 6 Februari 2022 dari <https://esports.id/other/news/2021/12/36455d3b4aa959a5a5799f2316c06660/konten-pargoy-bikin-komunitas-esports-resah-ini-jawaban-ceo-opi>.
- Rukajat, A., *Pendekatan Penelitian Kuantitatif: Quantitative Research Approach*, Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Rofi, S. E. & Rakhmad, W. N., "Analisis Resepsi Pada Channel Youtube Gaming "Kimi Hime"", *Interaksi Online*, vol. 8, no 4, diakses pada 2 November 2021 dari <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/28769>.
- Sharma, A., "Portrayal of Women in Mass Media", *An International Research Journal in Communication and Media*, vol. 3, no. 1 2012.
- Storey, J., *Cultural Studies and the Study of Popular: An Introduction Third Edition*, Edinburgh: Edinburgh University Press, 2010.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, cetakan ke-19 Bandung : Alfabeta, 2013.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan : (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D)*, Bandung: Alfabeta, 2017.
- Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung: CV Alfabeta, 2006.
- Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: CV. Alfabeta, 2008.
- Suharsimi A., *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek Revisi VI*, Jakarta : Rineka Cipta, 2010.
- Supratman & Pujasari, L., "Representasi Citra Perempuan Di Media", *Jurnal Observasi*, vol. 10, no. 1, diakses

pada Maret 2022 dari
<https://media.neliti.com/media/publications/220538-representasi-citra-perempuan-di-media.pdf>

Suryani & Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam*, Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2015.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A