

**REPRESENTASI IDENTITAS PEREMPUAN MUHAMMADIYAH
DALAM PROGRAM SAKINAH TELEVISI
MUHAMMADIYAH (TVMU)**



Oleh:

Putik Dian Larasati

NIM: 18200010127

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

TESIS

Diajukan kepada Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh Gelar Master of Arts
Program Studi Interdisciplinary Islamic Studies
Konsentrasi Kajian Komunikasi dan Masyarakat Islam

YOGYAKARTA

2022

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Putik Dian Larasati
NIM : 18200010127
Jenjang : Magister
Prodi : *Interdisciplinary Islamic Studies*
Konsentrasi : Kajian Komunikasi dan Masyarakat Islam

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/
karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Yogyakarta, 8 Maret 2022

Saya yang menyatakan,

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



Putik Dian Larasati, S. Sos

NIM: 18200010127

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Putik Dian Larasati
NIM : 18200010127
Jenjang : Magister
Prodi : *Interdisciplinary Islamic Studies*
Konsentrasi : Kajian Komunikasi dan Masyarakat Islam

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan benar-benar bebas dari plagiasi. Jika di kemudian hari terbukti melakukan plagiasi, maka saya siap ditindak sesuai ketentuan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 8 Maret 2022

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Saya yang menyatakan,



Putik Dian Larasati, S. Sos

Nim: 18200010127



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PASCASARJANA

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 519709 Fax. (0274) 557978 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-404/Un.02/DPPs/PP.00.9/06/2022

Tugas Akhir dengan judul : REPRESENTASI IDENTITAS PEREMPUAN MUHAMMADIYAH DALAM PROGRAM SAKINAH TELEVISI MUHAMMADIYAH (TVMU)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : PUTIK DIAN LARASATI, S. Sos
Nomor Induk Mahasiswa : 18200010127
Telah diujikan pada : Selasa, 05 April 2022
Nilai ujian Tugas Akhir : B

dinyatakan telah diterima oleh Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang/Penguji I

Dr. Amanah, M.A
SIGNED

Valid ID: 62a03e0a47b5a



Penguji II

Dr. Sunarwoto, S.Ag., M.A.
SIGNED

Valid ID: 629d454a912b5



Penguji III

Dra. Siti Syamsiyatun, M.A., Ph.D.
SIGNED

Valid ID: 629d7598110ca



Yogyakarta, 05 April 2022
UIN Sunan Kalijaga
Direktur Pascasarjana

Prof. Dr. H. Abdul Mustaqim, S.Ag., M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 62a6b7647f21b

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.,
Direktur Pascasarjana
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Assalamualaikum. wr. wb.

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul:

Representasi Identitas Perempuan Muhammadiyah Dalam Program Sakinah Televisi Muhammadiyah (TVMU)

Yang ditulis oleh:


Nama : Putik Dian Larasati
NIM : 18200010127
Prodi : *Interdisiplnary Islamic Studies*
Konsentrasi : Kajian Komunikasi dan Masyarakat Islam

Saya berpendapat bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga untuk diajukan dalam rangka memperoleh gelar *Magister of Art (M.A)*.

Wassalamu'alaikum. wr. Wb.

Yogyakarta, 8 Maret 2022

Pembimbing -


Dr. Sunarwoto, S. Ag., M.A

ABSTRAK

Nama : Putik Dian Larasati
Prodi/Konsentrasi : *Interdisciplinary Islamic Studies / Kajian Komunikasi dan Masyarakat Islam*
Judul : Representasi Identitas Perempuan Muhammadiyah Dalam Program Sakinah Televisi Muhammadiyah (TVMU)

Tesis ini mengkaji tentang representasi identitas perempuan Muhammadiyah dalam Program Sakinah televisi Muhammadiyah (TVMU) dengan menganalisis identitas perempuan Muhammadiyah dalam TVMU. Fenomena mengenai perempuan muslim menjadi salah satu identitas yang mengalami banyak proses representasi. Oleh karena itu, belakangan ini isu identitas banyak dibahas dalam berbagai media massa. Perempuan muslim dilihat sebagai identitas yang dapat merepresentasikan ideologi dalam berbagai media dan ruang publik. Hal ini dilakukan untuk menunjukkan adanya simbol kesalehan dan usaha dalam menyebarkan ideologi tertentu dalam media. Representasi identitas berkaitan dengan berbagai ideologi yang menunjukkan beragam identitas yang ada dalam realitas. Tesis ini berkontribusi dalam studi mengenai representasi identitas perempuan Muhammadiyah dalam Program Sakinah TVMU. Hasil temuan penulis menunjukkan bahwa tayangan yang ada dalam televisi akan menjadi peristiwa dari televisi itu sendiri sebagai bentuk pesan yang telah dikonstruksi melalui media untuk ditampilkan ke dalam realitas. Selain itu, dalam tesis ini penulis melihat bahwa televisi sebagai media dalam mengaktualisasikan ideologi atau identitas yang dijadikan media dalam penyebaran informasi, berbagai pengetahuan yang mencerahkan dan berkualitas dengan berbasis Islam yang berkembang. Temuan dalam tulisan ini berangkat dari sejumlah pertanyaan, bagaimana representasi identitas perempuan Muhammadiyah dalam Program Sakinah TVMU? Bagaimana TVMU membangun identitas perempuan Muhammadiyah dalam TVMU? Dan internalisasi nilai-nilai kemuhammadiyah apa saja yang ada dalam TVMU? Dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan di atas, penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan *netnografi (online field research)* dalam proses menganalisis data dengan mengkombinasikan data-data online (*netnografi*). Terkait dengan temuan dalam tulisan ini, identitas perempuan Muhammadiyah dalam Program Sakinah Televisi Muhammadiyah (TVMU) direpresentasikan sebagai perempuan muslim yang memiliki karakter kreatif, mandiri, berkembang dan mampu beradaptasi dengan perubahan.

Kata kunci: *Perempuan Muhammadiyah, Representasi Identitas, Program Sakinah dan Televisi Muhammadiyah (TVMU)*

KATA PENGANTAR

Hidup adalah perjuangan dan proses dalam penulisan tesis ini mewakili diri saya sebagai manusia biasa yang masih memiliki banyak kekurangan dalam menapaki berbagai perjuangan kehidupan. Berbagai pengalaman hidup akhirnya mengantarkan saya pada titik kehidupan saat ini. Alhamdulillah segala puji syukur saya haturkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kekuatan dan kesehatan dalam proses penyelesaian tesis ini. Kesempatan dan waktu diberikan kepada saya untuk menimba ilmu dan melanjutkan pendidikan di Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Selanjutnya tidak lupa salam serta sholawat senantiasa tercurah kepada Nabi besar Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabat. Dengan selesainya tesis yang berjudul REPRESENTASI IDENTITAS PEREMPUAN MUHAMMADIYAH DALAM PROGRAM SAKINAH TVMU. Saya merasa sangat bahagia akhirnya bisa menyelesaikan studi saya dan menjadi bagian dari Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Dengan selesainya tesis ini saya mengucapkan terima kasih yang sedalamnya kepada ibu saya Annisa yang telah memberikan kasih sayang serta mendukung dengan sepenuh hati dan cinta dalam pengorbanan dan perjuangan kehidupan baik secara materi maupun non materi selama proses pendidikan saya. Selanjutnya untuk Ayahnda tercinta Haryono yang telah memberikan motivasi dan semangatnya kepada saya untuk terus berjuang dan selalu mengingatkan saya agar tidak pernah menyerah dalam proses kehidupan.

Saya juga mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang terlibat dalam proses penyelesaian tesis ini. Pertama, saya ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya dengan penuh rasa hormat kepada pembimbing tesis saya Dr. Sunarwoto, S.Ag., M.A yang telah banyak memberikan dukungan dan arahan selama proses bimbingan dengan penuh kesabaran, tulus, ikhlas dan perhatiannya. Beliau senantiasa memberikan saya motivasi untuk segera menulis serta menanyakan perkembangan tulisan saya dari awal proses penulisan dan bimbingan sampai saya dapat menyelesaikan tesis dan lulus. Semoga Allah SWT selalu memberikan kesehatan, keselamatan, kebahagiaan, dan kesuksesan dalam

kehidupan pribadi serta karir akademiknya, Aamiin Allahuma Aamiin. Kedua, saya ucapkan rasa terima kasih kepada pembimbing akademik saya, Ibu. Dr. Nina Mariani Noor, SS., M.A, yang telah menjadi pembimbing akademik saya selama menempuh studi di Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Ketiga, saya ucapkan terima kasih kepada Prof. Dr. H. Abdul Mustaqim, S. Ag., M. Ag selaku Direktur Pascasarjana. Keempat, saya ucapkan terima kasih kepada dosen penguji yang telah memberikan saran dan masukan dalam memperbaiki penulisan tesis. Beliau adalah Dra. Siti Syamsiyatun, M.A., Ph. D dan Dr. Amanah Nurish. Kelima, Saya ucapkan terima kasih kepada Dosen Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberi dan membagi ilmu pengetahuan dan pengalaman serta warna baru dalam proses akademik saya selama menempuh studi di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Beliau yang teristimewa adalah Dr. Muhammad Wildan M.A., Najib Kailani, S. Pil, M.A, Ph. D., Dr. Muhammad Yunus, Lc. M.A., Dr. Munirul Ikhwan, Lc, M.A., Dr. Sunarwoto S.Ag., M.A., Drs. Bono Setyo M. Si., Dr. Yani Tri Wijayanti, S. Sos, M.Si., Dr. Rhoma Ulinuha S.S., M. Hum dan Dr. Lukas S. Ispandriarno, M.A. Tidak lupa saya juga ucapkan rasa terima kasih kepada para pimpinan dan staf administrasi Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan kemudahan dalam menyelesaikan tesis ini. Terima kasih selanjutnya saya ucapkan teruntuk kedua adik saya Elhen Dwi Cahyati dan Muhammad Alby Kamil yang telah memberi semangat dalam proses penulisan tesis. Mereka menjadi pengingat bagi diri saya untuk terus kuat dan berjuang dalam menyelesaikan tesis ini. Selanjutnya teruntuk mbak Claudya Tevy Wulandari seorang perempuan yang penuh kelembutan yang menjadi teman dalam berbagi dan dengan tulus mau saya reportkan dalam berbagai kesulitan-kesulitan saya terkait proses dan perjuangan dalam menulis tesis. Untuk mbak Siti Mupida yang telah bersedia menjadi teman cerita dan memotivasi saya untuk selesai dan segera lulus. Terima kasih juga untuk teman-teman KKMI 2018 Salwa Sofia Wirdiyana, Khoirin Nisai S, Kirana Nur Lyansari, Claudya Tevy Wulandari, Siti Mupida dan Mas Eko Saputra. Terima kasih kalian telah ada dalam proses perjuangan sekaligus menjadi teman yang baik selama menempuh studi di Pascasarjana. Kalian adalah teman

perjuangan yang telah mengingatkan dan memberi banyak semangat untuk saya bisa segera menyelesaikan tesis. Tidak lupa juga saya ucapkan terima kasih kepada sahabat-sahabat tercinta yang berada jauh terpisah jarak dan waktu di Nusa Tenggara Barat (NTB) yakni Ekha Purnamawati, Erlis, dan Andrianur, Hidayat Ali dan Agus telah memberikan semangat dan doa untuk saya dari jauh. Terima kasih telah menemani saya dan menjadi sahabat yang baik dalam proses dan berbagai lika-liku kehidupan. Selanjutnya terima kasih untuk adik-adik tersayang di kontrakan Godean yang menemani selama di jogja Nia, Yani, Fitri, Evi, Rahma, Ayu serta adik kecil Fira yang menghibur hati saya dalam proses penulisan tesis. Selanjutnya, untuk sahabatku tersayang Risa Nurul Ain terima kasih telah memberi doa, dukungan dan selalu ada dalam susah dan senang serta menyediakan bahu dan pelukannya untuk saya dan selalu menanyakan progres dalam menyelesaikan tesis. Saya ucapkan juga terima kasih kepada teman-teman dan keluarga lainya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan saya semangat, kenangan dan cinta dalam proses perjuangan kehidupan. Tesis ini menjadi teman berjuang dalam berproses dan tumbuh serta belajar dari banyaknya kekurangan dalam diri.

Terakhir saya sampaikan permohonan maaf yang sedalam-dalamnya bila dalam penulisan tesis ini masih terdapat banyak kekurangan dan penulis menyadari bahwa kesempurnaan hanyalah milikNya. Oleh karena itu, saran dan masukan saya terima untuk kebaikan penelitian selanjutnya. Semoga tesis ini memberikan manfaat bagi para pembaca. Banyak pihak yang telah membantu dalam penyelesaian tesis ini, meskipun demikian seluruh kesalahan dan kekurangan dalam tesis tetaplah menjadi tanggung jawab penulis.

Yogyakarta, 8 Maret 2022

Saya yang menyatakan

Putik Dian Larasati, S. Sos

NIM: 18200010127

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tesis ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya Annisa dan Haryono
serta kedua adik saya Elhen Dwi Cahyati dan Muhammad Alby Kamil



MOTTO

“Allah the best of planners”



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

KEABSAHAN PERNYATAAN KEASLIAN	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
MOTTO	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR SINGKATAN	xvi

BAB 1 PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	5
D. Kajian Pustaka.....	6
E. Kerangka Teoritis.....	13
F. Metode Penelitian.....	15
G. Sistematika Pembahasan.....	17
 BAB II PEREMPUAN IDEAL DALAM MUHAMMADIYAH	
A. Pendahuluan.....	20
B. Peran Perempuan Dalam Muhammadiyah.....	20
C. Kesetaraan Perempuan Dan Laki-laki Dalam Islam.....	28
1. Citra Perempuan Muhammadiyah Dalam Media.....	31
D. Aisyiyah Organisasi Perempuan Muhammadiyah.....	35
E. Representasi Perempuan Ideal Bagi Muhammadiyah.....	37
F. Kesimpulan.....	47
 BAB III KELUARGA SAKINAH DAN TELEVISI MUHAMMADIYAH	
A. Pendahuluan.....	49
B. Televisi Muhammadiyah (TVMU).....	49
1. TVMU Media Yang Cerdas dan Mencerahkan.....	55
C. Program Televisi Muhammadiyah (TVMU).....	57

D. Keterlibatan Perempuan Dalam Media	60
E. Keluarga Sakinah Dan Tantangan di Era Global	63
1. Muhammadiyah Dengan Dakwah Berkemajuan	67
F. Kesimpulan	71
 BAB IV IDENTITAS PEREMPUAN MUHAMMADIYAH: Perempuan Muslim Kreatif, Mandiri Dan Mampu Beradaptasi	
A. Pendahuluan	73
B. Muhammadiyah dan Gerakan Dakwah Amaliyah.....	73
C. Karakter Islam Yang Mencerahkan Dalam Muhammadiyah	75
D. Internalisasi Nilai-Nilai Kemuhimmadiyah: TVMU di Youtube	78
E. Perempuan Inspiratif: Kiprah Perempuan Muslim Indonesia.....	85
1. Segmentasi Program Sakinah Dalam TVMU	85
2. Perempuan Muhammadiyah Berkemajuan	98
F. Kesimpulan	108
 BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	110
DAFTAR PUSTAKA	112
PROFIL PENULIS	120

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Dakwah Aisyah Dalam Televisi Muhammadiyah.....	25
Gambar 2.2 Peran Ibu Dalam Mencetak Generasi Rabbani.....	25
Gambar 2.3 Dakwah Aisyiyah Membangun Aset Keluarga Dengan Berpuasa	26
Gambar 2.4 ‘Aisyiyah Perempuan Islam yang Berkemajuan.....	32
Gambar 2.5 Tokoh Inspiratif Perempuan Nyai Ahmad Dahlan Siti Walidah ...	39
Gambar 3.1 Dakwah Muhammadiyah Di @TvMuhammadiyah	41
Gambar 4.1 Tampilan Kanal Youtube Televisi Muhammadiyah	68
Gambar 4.2 Tampilan Video Streaming di Kanal Youtube <i>Tvmuchannel</i>	78
Gambar 4.3 Tampilan Live Streaming di Kanal Youtube <i>Tvmuchannel</i>	79
Gambar 4.4 Live Chat Di Youtube <i>Tvmu Channel</i> Dalam Siaran Langsung....	79
Gambar 4.5 Tokoh Dalam Program Sakinah TVMU Perempuan Muslimah ...	79
Gambar 4.6 Menampilkan Karakter Perempuan Muslim Inspiratif	104
Gambar 4.7 Keluarga Sakinah Merepresentasikan Perempuan.....	104

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Segmentasi Program Sakinah Televisi Muhammadiyah.....	85
Tabel 2. Representasi Perempuan Dalam Episode Kiprah Perempuan Muslim ...	90
Tabel 3. Karakter Perempuan Islam Berkemajuan Dalam Program Sakinah	98



DAFTAR SINGKATAN

TV	: Televisi
TVMU	: Televisi Muhammadiyah
MTA	: Majelis Tafsir Al-Qur'an
HTI	: Hizbut Tahrir Indonesia
HAM	: Hak Asasi Manusia
IPTEK	: Ilmu Pengetahuan dan Teknologi
PC	: Personal Computer
AD	: Anggaran Dasar
ART	: Anggaran Rumah Tangga
AD/ART`	: Anggaran Dasar/Anggaran Rumah Tangga

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Fenomena mengenai perempuan muslim menjadi salah satu identitas yang mengalami banyak proses representasi dan belakangan ini isu identitas banyak dibahas dalam berbagai media massa. Berdasarkan fenomena tersebut perempuan muslim menjadi identitas yang direpresentasikan dalam berbagai media dan ruang publik. Hal ini dilakukan untuk menunjukkan adanya simbol kesalehan.¹ Representasi identitas berkaitan dengan berbagai ideologi yang menunjukkan beragam identitas yang ada dalam realitas. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Ibrahim bahwa dalam transformasi beragama ideologi menjadi proses dalam komersialisasi spiritualitas yang disimbolkan dengan gaya hidup.²

Dalam perkembangannya perempuan muslim menjadi identitas yang dibahas dalam berbagai kajian dan semenjak orde baru perempuan muslim dipopulerkan oleh media. Pembahasan mengenai identitas perempuan muslim pada masa kontemporer lebih aktif daripada masa orde baru. Di mana identitas perempuan muslim cenderung dilihat sebagai proses dalam melahirkan reproduksi mengenai identitas keislaman yang telah dimodifikasi. Media mengambil peran dalam identitas keislaman yang telah dimodifikasi. Hal ini terlihat dalam perkembangan identitas perempuan muslim yang telah

¹ Nisa Kurnia Illahati, "Diskursus Identitas Perempuan Dalam Majalah Perempuan Muslim Indonesia," *BAHASA DAN SENI: Departemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial*. No. 1 (Februari, 2017), 87-88.

² *Ibid*, 86.

dikonstruksi dan dimodifikasi oleh media. Di mana media menciptakan ruang dalam budaya Islam Pop yang dalam performatitasnya media menciptakan makna. Untuk itu tampilan identitas perempuan muslimah direpresentasikan sesuai dengan simbol yang diyakini sebagai bagian dari budaya pop atau ideologi tertentu. Hal ini sebagaimana yang dijelaskan oleh Illahiati bahwa identitas menjadi bagian dari lokus produk yang dihasilkan oleh media.³

Televisi dengan program siaran Islami menjadi bagian yang tidak bisa dilepaskan dengan citra. Hal ini menunjukkan bahwa faktor media ekonomi yang menyebabkan adanya simbol Islam.⁴ Identitas perempuan muslim diidentikan dengan penggunaan jilbab sebagai pakaian wajib. Jilbab digunakan sebagai simbol identitas perempuan muslim yang pada awalnya populer kemudian dipakai oleh perempuan muslim pada tahun 80an. Hal ini disebabkan karena banyaknya gerakan Islam yang dipengaruhi oleh revolusi Iran.⁵ Perempuan muslim pada masa itu menggunakan jilbab menyesuaikan dengan pakaian tradisional yakni kebaya.

Pada masa orde baru polemik penggunaan jilbab terjadi pada masa awal pemerintahan orde baru dengan adanya pembatasan pemakaian jilbab di sekolah negeri. Hal ini dilakukan sebagai bentuk dari kekhawatiran pemerintahan orde baru terhadap Islam yang dinilai akan mengganggu dan mengancam pemerintahan. Selanjutnya, pemerintahan pada masa orde baru

³ Illahiati, *Diskursus Identitas Perempuan*, 87.

⁴ *Ibid.*

⁵ Leni Nuraini dan Setia Gumilar, *Pelarangan dan Perjuangan: Pemakaian Jilbab Bagi Kalangan Pelajar Pada Masa Orde Baru Tahun 1982-1991*, " *Al-Tsaqa: Jurnal Ilmiah Peradaban Islam*, Program Studi Sejarah dan Peradaban Islam, UIN Sunan Gunung Djati Bandung No. 2 (2021), 164-165.

tidak hanya membatasi penggunaan jilbab dalam ruang publik melainkan pemerintah orde baru yang berkuasa saat itu berusaha untuk menghilangkan simbol-simbol Islam pada awal periode pemerintahannya.⁶ Seiring dengan perkembangan budaya penggunaan jilbab sebagai identitas perempuan muslim mulai berkembang di Indonesia. Meski sempat terhalang oleh kebijakan pada pembatasan simbol-simbol Islam dan pelarangan dalam menggunakan jilbab sempat terjadi pada masa orde baru dan kemudian mencair dengan sendiri setelah pasca reformasi.⁷

Perempuan muslim memiliki kebebasan dalam menggunakan jilbab masih terdapat beberapa kontroversi mengenai penggunaan jilbab. Selanjutnya Muhammadiyah dikenal sebagai gerakan *tajdid* dalam tradisi *scriptural-literel*⁸. Upaya untuk menyiarkan identitas keagamaan tersebut dilakukan melalui berbagai cara yang menarik di antaranya terhadap pengemasan pesan. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Yasmin pengemasan tersebut dilakukan dalam bentuk *storytelling*⁹ dengan pemasaran yang dilakukan melalui media massa.¹⁰ Muhammadiyah memiliki keyakinan sebagai organisasi Islam yang dapat mewujudkan masyarakat Islam yang sebenarnya.

Untuk itu, Muhammadiyah sebagai gerakan Islam memiliki identitas yang menjadi media dalam proses aktualisasi diri dalam masyarakat modern yang didorong oleh proses produksi. Hal ini sejalan dengan temuan yang dilakukan

⁶ Ibid.

⁷ Lintang Ratri, "Cadar, Media, dan Identitas Perempuan Muslim," TOPIK UTAMA: Ilmu Komunikasi, 29-30.

⁸ Ibid, 37.

⁹ Yasmin Moll, "Storytelling, Sincerity, and Islamic Televangelism in Egypt," dalam Pradip Thomas dan Philip Lee. *Global and Local Televangelism* (UK: Palgrave Macmillan, 2012), 21-45.

¹⁰ Watson, "A Popular Indonesian Preacher, 772-792.

oleh Firly Anisa dalam tulisanya bahwa perempuan merupakan salah satu identitas yang digunakan dalam media untuk menunjukkan dan mempromosikan gaya hidup, karier dan juga satus sosial.¹¹ Untuk itu, penulis tertarik melihat identitas perempuan Muhammadiyah dalam Program Sakinah Televisi Muhammadiyah (TVMU). Penelitian ini penting untuk dibahas karena penggunaan televisi sebagai media komunikasi bagi Muhammadiyah dalam merepresentasikan identitas Muhammadiyah sebagai Organisasi Islam. Jhon Storey, mengatakan bahwa struktur produksi yang ada di dalam televisi mengangkat topik yang di dalamnya terdapat reportase, agenda, peristiwa-peristiwa, individu dan citra khalayak dalam struktur politik dan sosio kultural yang secara luas sebagai struktur produksi televisi.¹²

Fenomena di atas menunjukkan bahwa media digunakan dalam berbagai bidang dengan manfaat yang merepresentasikan identitas dan juga ideologi dari media itu sendiri. Program Sakinah TVMU menyiarkan siaran yang berkaitan dengan kisah-kisah inspiratif dari wanita-wanita muslimah yang kreatif, mandiri dan mampu beradaptasi dengan perubahan zaman. Hal ini dilakukan untuk memberikan motivasi kepada masyarakat dan perempuan yang ada di luar sana sebagai bagian dalam mewujudkan masyarakat Islam yang sebenarnya dengan keluarga yang sakinah. Program dalam TVMU tersebut menunjukkan fenomena di atas. Selanjutnya, penulis berusaha mendalami bagaimana representasi identitas perempuan Muhammadiyah

¹¹ Johana Pink, "Muslim Societis in the Age of Mass Consuption, Politics, Culture, and Identity between the Local and the Global", dalam Firly Annisa. (UK: Cambridge Schollars Publishing, 2009), 271.

¹² Jhon Storey, *Kultural Studies dan Kajian Budaya Pop: Pengantar Komprehensif Teori dan Metode*, terj. Layli Rahmawati (Yogyakarta: Jalasutra, 2006), 12-13.

dalam Program Sakinah TVMU. Tesis ini mengkaji bagaimana TVMU membangun representasi identitas perempuan Muhammadiyah dalam Program Sakinah. Serta melihat bagaimanana identitas perempuan Muhammadiyah dalam Program Sakinah TVMU. Namun, pada studi-studi sebelumnya tidak ada yang menyentuh dan membahas mengenai representasi identitas perempuan Muhammadiyah dalam Program Sakinah TVMU. Melanjutkan studi-studi yang ada dan mengapa hal ini penting untuk dikaji, untuk memberikan informasi lebih luas mengenai identitas perempuan muslim Muhammadiyah. Tesis ini berargumen bahwa TVMU menjadi media komunikasi bagi Muhammadiyah dalam menyebarluaskan ideologi Muhammadiyah melalui identitas perempuan Muhammadiyah dalam Program Sakinah TVMU.

B. Rumusan Masalah

Adapun Pertanyaan-pertanyaan yang akan dijawab dalam tesis ini adalah sebagai berikut: (1) Bagaimana representasi identitas perempuan Muhammadiyah dalam Program Sakinah TVMU? (2) Bagaimana TVMU membangun identitas perempuan Muhammadiyah? Dan apa saja internalisasi nilai-nilai kemuhammadiyahahan yang ada dalam TVMU?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian dalam tesis ini bertujuan untuk menjelaskan dan memahami fenomena penggunaan media televisi sebagai media komunikasi dan terlibat dalam membangun representasi identitas perempuan Muhammadiyah dalam Program Sakinah TVMU. Beberapa isu yang menjadi fokus kajian dalam

penelitian ini dilihat melalui tiga diskusi. Secara akademis, penelitian ini berkontribusi pada diskursus mengenai representasi identitas perempuan dalam media. *Pertama*, kajian ini memberikan gambaran mengenai bagaimana representasi identitas perempuan Muhammadiyah dalam Program Sakinah TVMU. *Kedua*, kajian dalam tulisan ini ingin menjelaskan bagaimana televisi Muhammadiyah membangun identitas perempuan muhamadiyah. *Ketiga*, internalisasi nilai-nilai kemuhammadiyah apa saja yang ada dalam TVMU. Oleh karena itu, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap representasi identitas perempuan Muhammadiyah dalam Program Sakinah TVMU.

D. Kajian Pustaka

Studi mengenai identitas perempuan muslim saat ini banyak dibahas oleh para akademisi dan penulis. Misalnya penelitian yang telah dilakukan Nisa Kurnia Ilaihati.¹³ Studinya membahas tentang identitas perempuan dalam majalah muslim di Indonesia. Nisa berargumen bahwa identitas perempuan muslim Indonesia bukanlah suatu hal yang tunggal. Nisa menunjukkan bagaimana identitas perempuan secara dogma dengan kodratnya memiliki ranah dalam plural dengan diskusi. Majalah banyak menampilkan mengenai perempuan sebagai subjek.¹⁴ Di mana dalam majalah *Ummi* lebih meletakkan perempuan yang dinilai sebagai seorang istri yang memiliki kewajiban kepada suami. Hal ini kemudian ditampilkan pada setiap sampul yang ada di majalah. Kemudian untuk majalah *Aulia* lebih menampilkan berbagai bentuk

¹³ Nisa Kurnia Illahiati, "Diskursus Identitas Perempuan dalam Majalah Perempuan Muslim Indonesia," *BAHASA DAN SENI: Departemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, No. 1 (Februari, 2017), 87-88.

¹⁴ *Ibid.*

permainan dalam hal tanda tanda untuk merepresentasikan persoalan yang telah dihadapi oleh perempuan dalam menjalankan perannya sebagai seorang istri dan ibu rumah tangga. Selanjutnya *Noor* menampilkan perempuan sebagai seseorang yang memiliki karakter tegas, mandiri dan bebas dalam sampul majalah yang dinilai dapat merepresentasikan perempuan dengan gaya *pewerful* (yang memiliki kekuatan). Selain Nisa, identitas perempuan muslim juga dibahas oleh Rofhani.¹⁵ Rofhani dalam studinya membahas mengenai bagaimana perempuan muslim yang ada di kelas menengah merepresentasikan kebiasaan sekaligus gaya hidup pada perempuan muslim.

Penggunaan pakaian muslim dan penutup kepala seperti hijab dijadikan sebagai identitas sebagai wujud dari kesalehan dalam beragama.¹⁶ Perempuan muslim yang di kelas menengah Surabaya dilihat sebagai tampilan dan gaya hidup beragama yang cenderung sama. Di mana kalangan menengah ini dilihat memiliki sikap rasional terhadap keadaan dan memahami agama yang diyakini oleh mereka memiliki hubungan dan berkaitan dengan materi keagamaan yang bernilai *educated*. Untuk memperoleh pengetahuan keagamaan tersebut mereka mengikuti berbagai perkembangan yang berkaitan dengan nilai-nilai modern yang positif sesuai dengan nilai normatif dalam kehidupan beragama. Nilai dan norma agama tersebut sebagai pedoman utama mereka dalam berperilaku termasuk dalam membangun identitasnya ke dalam tampilan yang menggunakan pakaian muslim.

¹⁵ Rofhani, "Eksresi dan Representasi Budaya Perempuan Muslim Kelas Menengah di Surabaya," *ISLAMICA: jurnal Studi Keislaman, Universitas Negeri Sunan Ampel Surabaya.*, No. 2 (Maret 2017), 278.

¹⁶ *Ibid*, 279.

Selanjutnya, Penggunaan pakaian muslim dan jilbab dijadikan sebagai identitas oleh perempuan muslim dalam kelas menengah, hal ini dilakukan dengan beradaptasi pada nilai modern yang global. Untuk itu mereka membentuk ekspresi keberagaman yang cenderung bersifat pragmatis. Rofhani berargumen bahwa mereka meyakini simbol kepercayaan dan agama mereka dapat merepresentasikan identitas atau nilai yang dijadikan sebuah usaha untuk menegaskan identitas. Berbeda dengan Rofhana, Aileena, Lintang, Erhamwilda dan Rita Gani membahas mengenai perempuan muslim di layar kaca. Dalam studi ini Erhamwilda¹⁷ melihat bahwa pesan-pesan religius sebagai representasi dalam film *Ketika Cinta Bertasbih* dan *Para Pencari Tuhan*. Dalam tulisannya Erhamwilda berargumen bahwa publik memiliki peran pada media masa dalam membangun identitas perempuan. Dalam film perempuan ditokohkan sebagai perempuan yang cerdas dan berdaya. Dalam menerjemakan pesan-pesan yang religius film KCB dan PPT yang berhasil menyampaikan pesannya daripada film *Safa dan Marwah*. Representasi perempuan dalam film dilihat sebagai identitas agama dalam ruang publik. Dalam film *Ketika Cinta Bertasbih* perempuan direpresentasikan sebagai sosok yang cerdas dan berdaya di ruang publik.

Perempuan mandiri secara ekonomi dan intelektual, untuk film *Para Pencari Tuhan* perempuan direpresentasikan sebagai perempuan yang memiliki kekuatan dan perkasa. Di mana perempuan berdaya secara ekonomi,

¹⁷ Erhamwilda dan Rita Gani, "Representasi Perempuan Muslim di Layar Kaca: Analisis Wacana Kritis Terhadap Peran Perempuan dalam Sinetron Religi di Televisi Indonesia Sepanjang 2010," *ISTIQRO: Universitas Islam Bandung*, No. 2 (2011), 601-604.

cerdas, mandiri dan mampu mengeskpresikan aspirasinya.¹⁸ Lintang¹⁹ dalam studinya menjelaskan bahwa penggunaan cadar sebagai identitas perempuan muslim di media. Lintang beragumen bahwa perempuan muslim yang bercadar memfokuskan kehidupannya pada ranah kehidupan sesudah mati dengan merepresentasikan perempuan bercadar memiliki karakter yang kuat dan ikhlas. Di mana sebelumnya dalam penggunaan cadar bernilai negatif di media, hal ini dinilai bawa cadar menunjukkan identitas perempuan yang merupakan istri seorang teoris. Untuk menghilangkan stigma tersebut identitas perempuan muslim yang bercadar kemudian ditampilkan secara positif melalui media. Perempuan muslim yang menggunakan cadar harus terus memperjuangkan posisi sebagai perempuan muslim yang bertahan dari diskriminasi mengenai stigmaa negatif terhadap identitas perempuan bercadar sebagai perempuan yang dimakanai dengan simbol terorisme dan Islam garis keras.²⁰

Selanjutnya, Aileena Solicitor²¹ dalam studinya membahas mengenai perempuan muslim kontemporer yakni dengan melihat seorang perempuan muslim dalam yang ada dalam iklan wardah. Ia berargumen bahwa tanda-tanda yang muncul sebagai bagian yang merepresentasikan identitas perempuan muslim dalam media iklan kosmetik ini menggambarkan bahwa

¹⁸ Ibid.

¹⁹ Lintang Ratri, "Cadara, Media, dan Identitas Perempuan Muslim," TOPIK UTAMA: Ilmu Komunikasi, 29.

²⁰ Ibid,

²¹ Aileena Solicitor, "Representasi Perempuan Muslim Kontemporer: Identitas Perempuan Muslim pada Iklan Wardah," VISUALITA: Program Studi Desain Komunikasi Visual., No. 1 (Agustus 2013), 100-101.

identitas perempuan muslim kontemporer.²² Dari iklan tersebut tampak secara visual pada penggunaan *image* perempuan muslim dengan menggunakan atribut *fashion* yang modis melalui pemakaian jilbab yang lebih modern dan berdandan. Untuk itu iklan ini menunjukkan bahwa perempuan muslim kontemporer memiliki penampilan yang cantik secara fisik mereka juga memiliki kecantikan dari dalam jiwa. Bagi perempuan muslim penggunaan jilbab dalam *fashion* dan menggunakan *make up* sebagai identitas.

Berbeda dari Aileena, Lintang, Erhamwilda dan Rita Gani, Donny, Eko, Mufida dan Nisa membahas tentang identitas anak muda dan dakwah di Indonesia. Donny²³ beragumen bahwa identitas keislaman anak-anak muda muslim yang ada di Indonesia adalah dengan terbentuknya kelompok atau komunitas dengan kegiatan dakwah yang beraktivitas di dalam maupun di luar lingkungan masjid. Donny menjelaskan bahwa ekspresi identitas keislaman di kalangan anak muda Islam di Indonesia merepresentasikan keislamannya dengan memunculkan bagian yang merupakan simbol budaya yang sedang berkembang dan terkenal²⁴ Hal ini ditandai dengan anak-anak muda Islam di Indonesia suka membentuk komunitas dakwah baik di dalam masjid maupun di luar masjid.

Mereka secara massif menampilkan berbagai kegiatan dakwah populer dengan membawa identitas keislaman. Tidak hanya itu ia juga melihat bahwa anak-anak muda muslim saat ini banyak yang menggemari sholat yang baru

²² Ibid, 101-102.

²³ Donny Arung Tiantoro, "Ekspresi Identitas Anak Muda Muslim dan Dakwah di Indonesia Pasca Orde Baru," Jurnal Idarotuna: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau., No. 1 (Oktober 2020), 84-98.

²⁴ Ibid.

dibawa oleh Nisya Sabyan dan Guz Azmi. Selanjutnya Eko²⁵ dalam studinya membahas mengenai gerakan dakwah yang ada di kalangan Muslim Indonesia. Hal ini dilkawkana melalui tulisanya dalam mengkaji Teras Dakwah. Ia berargumen bahwa konsekuensi yang dihasilkan dari hibridisasi identitas anak muda hari ini berdampak terhadap bagaimana sebuah *brand* dakwah direpresentasikan kemudian dipasarkan.²⁶ Hibridisasi identitas anak muda tidak hanya terjadi dalam aktivitas dakwah, melainkan juga berdampak pada bagaimana dakwah itu dikemas dan dipasarkan.

Identitas dan budaya anak muda dipandang olehnya tidak akan pernah tetap, tetapi selalu terkonstruksi oleh sosial, politik dan budaya. Mufida dan Nisa²⁷ membaas mengenai dakwah yang dimuat dalam retorika dan narasi yang mudah dimengerti. Mereka menyebutnya sebagai *dakwah by the pen*. Dalam tulisan ini mereka menyampaikan pesan yang berisi dakwah yang dimuat dengan penggunaan retorika (bahasa) yang indah dalam karya yang diterbitkan.

Mufida dan Nisa berargumen bahwa berbagai kajian literatur Islamis telah dipopulerkan oleh penulis Muslim. Di mana mereka berafiliasi terhadap gerakan Islam kontemporer atau biasa yang disebut sebagai seperti Hizbuz Tahrir Indonesia (HTI), Salafi, dan Tarbiyah. Studi mereka menampilkan bahwa melalui penggunaan media serta karya pribadi seperti buku dengan menggunakan literatur klasik maupun literatur yang terbaru dikalangan

²⁵ Eko Saputra, *Hibridisasi Identitas Anak Muda Muslim dan Brand Dakwah di Teras Dakwah Yogyakarta* (Yogyakarta: Pascasarjana, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2020), 1-2.

²⁶ Ibid.

²⁷ Siti Mufida dan Khoirin Nisai Shalihati, "Dakwah Bye the Pen," INJECT: Interdisciplinary Journal of Communication., No. 1 (Juni, 2019), 27-29.

modern intelektual Muslim. Mereka melihat bahwa fatwa-fatwa yang disampaikannya dalam tulisan (buku) dan media sosial.

Studi berikutnya mengenai penggunaan media dilakukan oleh Inaya Rahkmani. Inaya, menjelaskan bahwa beberapa tahun terakhir ini penggunaan media televisi yang dijadikan sebagai alat dakwah baru. Televisi dengan program siaran dakwah dan islami menjadi bagian yang menunjukkan bahwa faktor media ekonomi menyebabkan adanya simbol Islam di televisi sebagai sebuah *mainstream* yang mencerminkan hubungan pengaruh Islam dan komersialisasi industri televisi di Indonesia.²⁸

Hew Wai Weng, membahas terkait dengan aspek mengenai estetika dakwah. Weng mengeksplorasi mengenai bagaimana usaha dakwah melalui media sosial. Ia membahas mengenai Ustad Felix Siauw yang menggunakan media dakwah melalui konten dalam bentuk teks, juga dalam bentuk gambar serta berbagai video yang disiarkan ke dalam berbagai media sosial. Hal ini dilakukan untuk menampilkan berbagai konten keratif dan menarik (*Interesting*) di kalangan remaja dan anak muda Islam. Tidak hanya itu saja melalui konten yang dibuatnya ini sesungguhnya Felix Siaw berusaha untuk menyebarkan ideologi mengenai identitasnya terkait dengan Hizbut Tahrir Indonesia (HTI).²⁹

Selanjutnya, Firly Anisa menulis tentang representasi perempuan dengan menilai aspek identitas pada majalah di Indonesia. Anisa menjelaskan bagaimana identitas perempuan Muslim. Ia berargumen bahwa identitas

²⁸ *Ibid.*

²⁹ Weng, "The Art of Dakwah", *Jurnal Indonesia and The Malay World* Vol.46. No.134, 62-78.

adalah sesuatu yang mewakili kepercayaan, gaya hidup dan juga sekaligus menjadi indikator dan preferensi dalam identitas tersebut.³⁰ Pada majalah wanita merepresentasikan identitas Muslimah dengan berorientasi pada iklan dan ideologi konsumerisme didalamnya.

Studi mengenai dakwah yang lainnya datang dari Indonesia yang ditulis oleh Akh Muzakki. Muzakki berusaha menggambarkan bagaimana Islam dalam kebangkitan televisi nasional yang kemudian dipasarkan dan menjadi saluran televisi yang mempopulerkan Islam. Di mana proses dakwah serta identitas melalui televangelisme menggunakan analisis konten untuk menilai televisi dan wacana penyiaran yang ada dalam khutbah.³¹

Studi-studi penelitian sebelumnya selalu memfokuskan pada hal yang terkait dengan identitas perempuan muslim di media dengan menggunakan media tulisan dan film serta radio sebagai kajian identitas dalam komunikasi. Dari beberapa kajian pustaka di atas, menunjukkan studi mereka tidak ada yang secara khusus membahas terkait representasi identitas perempuan Muhammadiyah dalam Program Sakinah TVMU. Untuk mengisi kekosongan tersebut, studi ini bermaksud mengeksplorasi diskusi mengenai representasi identitas perempuan Muhammadiyah dalam Program Sakinah TVMU.

³⁰ Firly Annisa, "Representasion of Fashion As Muslima Identity in Paras Magazine", dalam Johanna Pink *"Muslim Societis in the Age of Mass Consuption, Politics, Culture, and Identity between the Local and the Global"*. (UK: Cambridge Schollars Publishing, 2009), 271.

³¹ Akh Muzakki, *"Islamic Televengalism in Changing Indonesia: Transmission, Authority, and the Politics of Ideas"* dalam Pradip Ninan Thoams Philip Lee *"Global and Local Televengalism"*, (New York: Palgrave Macmillan, 2012), 45-49.

E. Kerangka Teoritis

Akhir-akhir ini para akademis banyak yang berusaha untuk mengkaji berbagai hal yang terkait dengan fenomena sosial dan keagamaan. Rasa keingintahuan tersebut sangat besar terutama hal ini datang dari para ahli dalam teori sosial dan agama salah satunya adalah banyak teori-teori sosial keagamaan yang digunakan untuk memahami dan melihat fenomena yang aktual dalam masyarakat melalui kacamata akademis. Oleh karena itu, untuk memahami bagaimana representasi identitas perempuan Muhammadiyah dalam Program Sakinah TVMU dan bagaimana TVMU membangun identitas perempuan Muhammadiyah. Dan mengapa perempuan Muhammadiyah direpresentasikan sebagai perempuan muslim yang kreatif, mandiri dan berkemajuan.

Penelitian ini fokus pada representasi identitas perempuan Muhammadiyah dalam Program Sakinah televisi Muhammadiyah (TVMU). *Pertama* konsep representasi perempuan Muhammadiyah dalam Program Sakinah TVMU. Teori yang digunakan untuk memperkuat argumen tersebut adalah teori representasi dari Stuart Hall. Hall menjelaskan bahwa representasi sebagai proses dalam pemakanaan suatu bahasa yang dihasilkan oleh media. Representasi dapat dipahami sebagai bagian penting yang membahas mengenai bagaimana penggabungan antara pikiran dan bahasa, kedua bagian ini kemudian dapat mempengaruhi satu sama lainnya. Dalam proses analisis kajian penelitian, penulis akan menggunakan konsep representasi dalam melihat identitas perempuan Muhammadiyah dalam Program Sakinah TVMU.

Realitas tergambar dalam teks komunikasi dengan tujuan pesan yang sampai kepada khalayak agar lebih *noticeable*, *maningfull*, dan *memorable* bagi khalayak.³² Oleh karena itu, studi ini meneruskan argumen Annisa tentang representasi perempuan yang menilai aspek identitas pada majalah yang ada di Indonesia. Anisa menjelaskan bagaimana identitas digambarkan melalui perempuan dan sekaligus mejadi identitas seorang Muslimah. Ia juga menjelaskan bahwa identitas adalah sesuatu yang mewakili kepercayaan, gaya hidup dan juga sekaligus menjadi indikator dan preferensi dalam identitas tersebut. Namun, Annisa belum membahas terkait fenomena identitas perempuan Muhammadiyah dalam program televisi yang mengkonstruksi identitas perempuan Muhammadiyah dalam Program Sakinah TVMU.

Berdasarkan argumen tersebut, tesis ini menunjukkan bahwa representasi identitas perempuan Muhammadiyah dalam Program Sakinah televisi Muhammadiyah (TVMU) adalah perempuan Muslim yang kreatif, mandiri dan modern. Tesis ini berkontribusi dalam studi mengenai representasi identitas perempuan di media. Hasil temuan penulis menunjukkan bahwa tayangan dalam televisi akan menjadi peristiwa dari televisi itu sendiri sebagai sesuatu yang telah dikonstruksikan ke dalam kenyataan atau realitas.

F. Metode Penelitian

Penulis melakukan penelitian ini kurang lebih selama enam bulan, terhitung dari tanggal 3 Juni 2021 sampai dengan 3 Desember 2021. Untuk metodologi penelitian penulis menggunakan pendekatan kualitatif. Dalam

³² Ido Prijina Hadi, *Penelitian Media Kualitatif* (Depok: PT. Raja Grafindo Persada, 2020), 31-32

penelitian kualitatif peneliti menjalankan proses penelitiannya secara induktif dengan menempatkan pandangan subjek penelitian sebagai partisipan³³ Selanjutnya, analisis yang digunakan oleh penulis adalah pendekatan kualitatif untuk melihat representasi identitas perempuan Muhammadiyah dalam Program Sakinah Televisi Muhammadiyah (TVMU). Untuk teknik dalam pengumpulan data penulis memakai pendekatan kerja *netnografi* sebagai proses dalam pengumpulan data primer dan sekunder. Kerja netnografi diawali dengan melakukan studi literatur dan *online library reseach* dalam memperoleh data sekunder. Ferris dan Paterson menjelaskan bahwa, netnografi pada hakikatnya merupakan metode penelitian secara online (*online field research*).³⁴

Konzinets, mengatakan bahwa, netnografi merupakan sebuah teknik penelitian naturalistik di mana menggunakan informasi secara publik yang tersedia dalam forum-forum online.³⁵ Kozinets, juga menjelaskan bahwa netnografi sebagai proses dalam mengobservasi serta partisipasi terhadap komunitas online dan budaya yang ada dalam komunikasi melalui media atau komputer.³⁶ Penulis melakukan pengumpulan data melalui studi literatur secara online (*online field research*) dalam mengumpulkan bahan tulisan dan kajian

³³ Ido Prijina Hadi, *Penelitian Media Kualitatif* (Depok: PT. Raja Grafindo Persada, 2020), 65-66

³⁴ Umar Suryadi Bakry, "Pemanfaatan Metode Etnografi dan Netnografi Dalam Penelitian Hubungan Internasional," *Global and Strategis: Universitas Jayabaya*, No. 1, 2011 (2011), 21-22.

³⁵ *Ibid.*

³⁶ Yenny dan Sri Wahyuning Astuti, "Body Shaming di Dunia Maya: Studi Netnografi pada Akun Youtube Rahmawati Kekeyi Putri Cantika," *PROMEDIA: Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana Jakarta.*, No. 1, 2019 (Juli, 2019), 175-176.

yang terkait dengan penelitian Representasi Identitas Perempuan Muhammadiyah Dalam Program Sakinah TVMU.

Penulis, mengumpulkan data primer dalam penelitian dengan cara observasi, di mana penulis menonton dan melakukan pengamatan langsung tayangan Program Sakinah pada episode perempuan inspiratif di kanal youtube Televisi Muhammadiyah (TVMU) yakni, *tvMU Channel*. Selanjutnya, dalam pengambilan data sekunder penulis menggunakan kajian literatur atau studi pustaka dan kerja netnografi (*online library reseach*). Penulis mencari dan mengumpulkan data dari berbagai sumber bacaan yang berkaitan dengan kajian penelitian secara online maupun offline seperti buku, skripsi, jurnal dan artikel serta data-data lain dalam internet yang mendukung data dalam penelitian.

G. Sistematika Pembahasan

Dalam memudahkan pembaca untuk memahami tesis ini, penulis menguraikan isi tulisan sekaligus pembahasan tesis ini ke dalam beberapa bagian. Sistematika pembahasan tesis akan diawali dari pendahuluan. Di latar belakang masalah pada bab 1 pendahuluan penulis telah memamparkan *positioning* tesis ini, mengapa tesis ini penting untuk dibahas. Penulis telah menguraikan dan menjelaskan mengapa pentingnya tesis ini untuk di kaji. Pembahasan bab 1 ini menjelaskan terkait latar belakang permasalahan tentang bagaimana televisi digunakan sebagai media komunikasi, penggunaan televisi sebagai media yang memiliki kemampuan lebih dalam menjangkau khalayak. Media televisi sangat kontekstual dan sesuai dengan kondisi global

saat ini, tulisan dalam bab ini juga mengeksplorasi diskusi keterlibatan televisi sebagai media komunikasi terhadap representasi identitas perempuan dalam Program Sakinah TVMU dan bagaimana TVMU membangun identitas perempuan Muhammadiyah. Selanjutnya, tulisan berisi mengenai rumusan masalah, tujuan penelitian, tinjauan pustaka, kajian teori, metodologi penelitian dan sistematika pembahasan. Untuk menguraikan temuan kajian yang ditulis dalam bab 1,

Pembahasan dalam tesis ini akan diawali dengan memaparkan perempuan ideal dalam Muhammadiyah dalam pembahasan bab 2. Pada bab ini penulis menguraikan *Pertama*, peran perempuan dalam Muhammadiyah. *Kedua*, kesetaraan perempuan dan laki-laki dalam Islam dan citra perempuan dalam media. *Ketiga*, Aisyiyah organisasi perempuan Muhammadiyah. *Keempat*, representasi ideal perempuan bagi Muhammadiyah. Terakhir ditutup dengan uraian kesimpulan. Setelah membahas bab 2, pembahasan selanjutnya akan dilanjutkan dengan pembahasan kajian tesis pada bab 3 mengenai Keluarga Sakinah dan Televisi Muhammadiyah. *Pertama*, Televisi Muhammadiyah (TVMU). *Kedua*, Program dalam TVMU. *Ketiga*, keterlibatan perempuan dalam media. *Keempat*, keluarga sakinah dan tantangan di era global dan Muhammadiyah dengan dakwah yang berkembang. Terakhir penulis tutup dengan memberikan kesimpulan. Setelah menguraikan pembahasan bab 3 tentang Televisi Muhammadiyah (TVMU).

Selanjutnya di bab 4 penulis melanjutkan tulisan dengan menggali lebih dalam mengenai identitas perempuan Muhammadiyah dalam Program

Sakinah TVMU. Pembahasan dalam bab ini meliputi representasi perempuan Muhammadiyah dalam Program Sakinah TVMU dan internalisasi nilai-nilai kemuhammadiyah dalam TVMU yang terhubung dengan ideologi Muhammadiyah sebagai organisasi Islam yang mewujudkan masyarakat Islam yang sebenarnya. Penulis memulai dengan pembahasan dalam tulisan yang *Pertama*, Muhammadiyah dan gerakan dakwah amaliah. *Kedua*, Karakter Islam yang mencerahkan dalam Muhammadiyah. *Ketiga*, internalisasi nilai-nilai kemuhammadiyah: TVMU di *Youtube*. *Keempat*, Perempuan inspiratif: kiprah perempuan muslim Indonesia dan segmentasi Program sakinah dalam TVMU dan Perempuan Muhammadiyah perempuan muslim berkemajuan. Terakhir, penulis memberikan penutup dengan uraian kesimpulan.

Terakhir dari keseluruhan pembahasan dalam tesis ini. Penulis merangkum dari semua tulisan dalam temuan tesis ini akan ditutup dengan penutup yang berisi kesimpulan yang akan dibahas pada bab 5. Kesimpulan dalam bab 5 ini akan menjelaskan tentang keseluruhan isi bab dan temuan dalam tesis ini.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Tesis ini berkesimpulan bahwa identitas perempuan Muhammadiyah dalam Program Sakinah TVMU merupakan perempuan muslim yang berkarakter sebagai perempuan kreatif, mandiri, berkarya dan berkemajuan serta mampu beradaptasi dengan perkembangan zaman. Hal ini direpresentasikan dalam tayangan Program Sakinah TVMU yang menampilkan perempuan muslimah inspiratif yang kreatif mandiri dan berkarya dengan menampilkan perempuan muslim yang sederhana dalam berbusana dan majua dalam bidang akademik serta dinilai dapat memanfaatkan teknologi dan informasi.

Tayangan yang ada dalam televisi ini kemudian menjadi peristiwa dari televisi itu sendiri sebagai sesuatu yang telah dikonstruksikan ke dalam media. Selanjutnya, dalam Program Sakinah TVMU terdapat internalisasi nilai-nilai kemuhammadiyah yang menjadi spirit bagi Muhammadiyah dalam melakukan berbagai gerakan dakwah. Oleh karena itu, usaha-usaha dakwah yang dilakukan dalam mewujudkan masyarakat Islam adalah dengan membawa pencerahan bagi kehidupan seluruh umat.

Program Sakinah dalam TVMU menampilkan kisah-kisah inspiratif perempuan yang merepresentasikan AD/ART Muhamadiyah sebagai organisasi Islam yang berkemajuan dan mencerahkan dengan mengundang

bintang tamu yang inspiratif dalam menampilkan perempuan ideal sebagaimana yang termaktub dalam AD/ART Muhammadiyah.

Aisyiyah sebagai organisasi perempuan yang merupakan bagian dari Muhammadiyah dinilai telah mengangkat derajat kaum perempuan sehingga perempuan memperoleh hak-hak mereka. Di mana peran perempuan dalam Muhammadiyah terlihat dari bagaimana Aisyiyah dapat menggerakkan perempuan dengan terlibat dalam kehidupannya, perempuan dinilai memiliki tanggung jawab yang sama besar dan pentingnya dengan laki-laki. Perempuan juga direpresentasikan sebagai muslimah yang sederhana yang melalui cara berpakaian dan direpresentasikan dalam mode pakaian yang sederhana dengan riasan natural dan tidak berlebihan. Perempuan muslim direpresentasikan melalui model busana muslim sederhana yang menggambarkan bahwa kepribadian seorang muslim dengan hijabnya mencerminkan seorang perempuan Muslimah dan pakaian sederhana sesuai dengan Syariat Islam.

Penulis, berargumen mengapa identitas perempuan Muhammadiyah sebagai perempuan muslim yang kreatif, mandiri, berkarya dan berkemajuan serta mampu beradaptasi dengan perubahan dan perkembangan zaman terjawab melalui internalisasi nilai-nilai kemuhammadiyah dalam TVMU dan cita-cita Muhammadiyah sebagai gerakan Islam yang membawa dakwah di masyarakat. Sebagaimana yang tercantum dalam AD/ART Muhammadiyah yakni Muhammadiyah sebagai gerakan amar ma'ruf nahi mungkar dengan tujuan mewujudkan masyarakat Islam yang sebenar-benarnya. Oleh karena itu, TVMU merupakan bagian dari Muhammadiyah yang menjadi media

komunikasi bagi Muhammadiyah dalam mewujudkan tujuan sekaligus menyiarkan nilai-nilai keagamaan dan ideologinya melalui program acara yang ada di dalam TVMU.



DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Akh Muzzaki, *Islamic Televengalism in Changing Indonesia: Transmission, Authority, and the Politics of Ideas* dalam Pradip Ninan Thoams Philip Lee “*Global and Local Televengalism*”, New York: Palgrave Macmillan, 2012.
- Bull, Ronald Lukens. *Commodifications of Religion and the Reliquifications in Asia: Marketing Gods*. Pattana Kitiarsa. (ed.). London and New York: Routledge, 2008.
- Bungin, Burhan. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenada Media, 2006.
- Dominique Wolton, *Kritik Atas Teori Komunikasi*, terj. Ninik Rohani Sjams Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2007.
- David Holmes, *Teori Komunikasi Media Teknologi dan Masyarakat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012.
- Fiske, Jhon. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Hapsari Dwiningtyas. (terj). *Introduction to Communication Studies*. Jakarta: PT Rajawali Press, 2012.
- George Ritzer dan Barry Smart, “*Handbook of Social Theory*”. London: SAGE Publication, 2001.
- Heartly, Jhon dan Jhon Fiske. *Reading Television*. London dan New York: Routledge, 2003.
- Hadi, Ido Prijana. *Penelitian Media Kualitatif: Filosofi Penelitian, Paradigma, Rentang Teori, Langkah-langkah Penelitian Media: Metode Reception Studies, Etnografi Media/ Netnografi, Fenomenologi, Studi Kasus, Analisis Tematik*. Depok: Raja Grafindo Persada, 2020.
- Hasan, Noorhaidi. *Literatur Keislaman Generasi Milenial: Transmisi, Apropriasi, dan Kontestasi*. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga Press, 2018.
- Hasan, Noorhaidi. *Laskar Jihad: Islam, Militasi dan Pencarian Identitas di Indonesia Pasca Orde-Baru*. Jakarta: Pustaka LP3ES Indonesia dan KITLV. Jakarta, 2008.

- Hasan, Noorhaidi. “Menuju Islami Populer”. Noorhaidi Hasan, dkk., (eds.). *Literatur Keislaman Generasi Milenial: Transmisi, Apropriasi, dan Kontestasi*. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga Press, 2018.
- Ikhwan, Munirul. “Produksi Wacana Islam di Indonesia Revitalisasi Islam Publik dan Politik Muslim”. Noorhaidi Hasan, dkk (eds.). *Literatur Keislaman Generasi Milenial Transmisi, Apropriasi dan Kontestasi*. Yogyakarta: Suka Press, 2018.
- Jurgen Habermas. *Teori Tindakan Komunikatif Kritik Atas rasio Fungsionalitas*. Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2007.
- Jurgen Habermas, *Ilmu Dan Teknologi Sebagai Ideologi*. Jakarta: LP3ES, 1990.
- Johana Pink, *Muslim Societis in the Age of Mass Consuption, Politics, Culture, and Identity between the Local and the Global*” dalam Firly Annisa. UK: Cambridge Schollars Publishing, 2009.
- Jannah, Imas Lu’ul. *Kontestasi Makna Hijab Dalam Ruang Media Sosial Instagram*. Sunarwoto. (ed.) *Islam Antara Teks Kuasa dan Identitas*. Yogyakarta: Arti Bumi Intaran, 2018.
- Jhon Storey, *Kultural Studies dan Kajian Budaya Pop: Pengantar Komprehensif Teori dan Metode*, Layli Rahmawati. (terj). Yogyakarta: Jalasutra, 2006.
- Junaedi, Fajar. *Komunikasi Massa Pengantar Teoritis*. Yogyakarta: Santusta, 2007.
- Kozinet, Robert V. *Netnography: Doing Etnogrhapic Research Online*. Singapore: SAGE Publications, 2010.
- Kailani, Najib dan Sunarwoto. *Televangelisme Islam dalam Lanskap Otoritas Keagamaan Baru*. Noorhaidi Hasan. (eds.). *Ulama dan Negara Bangsa: Membaca Masa Depan Politik Islam di Indonesia*. Yogyakarta: Suka Press, 2019.
- Kuppinger, Petra. *Barbie, Razane, Fulla: A Tale of Culture, Globalization, Consumerism, and Islam*. Johanna Pink. (ed.). *Muslim Societis in the Age of Mass Consumption: Politics, Culture and Identity between the Local and the Global*. UK: Cambridge Schoolars Pyblishing, 2009.
- Laughey, Dan. *Key Themes in Media Theory*. New York: Open University Press, 2007.
- Little Jhon, Stephen W. *Theories of Human Communication*. Mohammad Yusuf Hamdan. (terj). *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika, 2012.

- Majelis Tarjih Pimpinan Pusat Muhammadiyah. *Adabul Mar'ah Fil Islam*, Yogyakarta: Suara Muhammadiyah, 1982.
- Muzzaki, Akh. *Islamic Televangelism in Changing Indonesia: Transmission, Authority, and the Politics of Ideas*. Pradip Nina Thomas dan Philip Lee. (ed.). *Global and Local Televangelism*. New York: Palgrave MacMillan, 2012.
- Mulyana, Dedy. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010.
- Nengah Bawa Atmadja, *Sosiologi Media Prespektif Teori Kritis*. Depok: Rajawali Press, 2018. Yogyakarta: Jalasutra, 2012.
- Nashir, Haedar. *Kuliah Kemuhammadiyah 1*. Yogyakarta: Suara Muhammadiyah, 2018.
- Nashir, Haedar. *Kuliah KeMuhammadiyah 2*. Yogyakarta: Suara Muhammadiyah, 2018.
- Philip Lee dan Pradip Nina Thomas. *Global and Local Televangelism*. New York: Palgrave MacMillan, 2012.
- Pimpinan Pusat Aisyiyah Muhammadiyah. *Tuntunan Menuju Keluarga Sakinah*, Yogyakarta: Suara Muhammadiyah, 2016.
- Rivers, L William. *Media Massa dan Masyarakat Modern*. Haris Munandar dan Dudy Priatna. (terj). Jakarta: Prenada Media, 2004.
- Sunarwoto. *Dakwah Radio in Surakarta: A contest for Islamic identity*. Jajat Burhanuddin dan Kees van Dijk. (ed.). *Islam in Indonesia: Contrasting Images and Interpretation*. Amsterdam: Amsterdam University Press, 2013.
- Sunarwoto. *Islam Dalam Pergumulan Teks, Otoritas dan Identitas: Suatu Pengantar*. Sunarwoto. (ed.). *Islam Antara Teks, Otoritas dan Identitas*. Yogyakarta: Arti Bumi Intaran, 2018.
- Turner, Brayen S. *Religion and Modern Society: Citizenship, Secularisation and the State*. Cambridge: Cambridge University Press, 2011.
- Thompshon, B Jhon. *The Media and Modernity: A Social Theory of The Media*. Cambridge UK: Blackwell Publisher, 1995.
- Thompson, Jhon B. *Ideology and Modern Culture*. Standford California USA: Standford University Press, 1990.

Yasmin Moll, *Storytelling, Sincerity, and Islamic Televangelism in Egypt*, dalam Pradip Thomas dan Philip Lee. *Global and Local Televangelism*. UK: Palgrave Macmillan, 2012.

ARTIKEL JURNAL

Aileena Solicitor. "Representasi Perempuan Muslim Kontemporer: Identitas Perempuan Muslim pada Iklan Wardah," *VISUALITA: Program Studi Desain Komunikasi Visual.*, No. 1 (2013), 100-101.

Alimatul Kibtiyah. "Madrasah Perempuan Berkemajuan (MPB): Upaya Menyebarkan Agama Damai," *MAARIF Institute: Jurnal Budaya dan Kemanusiaan*, No. 2 (Desember, 2017), 99.

Ahmad Zaini, "Dakwah Melalui Televisi," *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, Jurusan Dakwah dan Komunikasi, STAIN Kudus, No. 1 (Juni, 2015), 4.

Annisa, F. "Hijrah Milenial: Antara Kesalehan dan Populism". *Maarif*, 13(1), (2018), 38–54.

Arifiannto, S. "Kontruksi Teori-teori dalam Perspektif Kajian Budaya dan Media". *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), (2015), 1–16.

Bakry, U. S. "Pemanfaatan Metode Etnografi dan Netnografi Dalam Penelitian Hubungan Internasional". *Jurnal Global & Strategis*, 11(1) (2017), 15.

Burhani, A. N. "Defining Indonesian Islam. An examination of the construction of the national Islamic identity of traditionalist and modernist Muslims. In *Islam in Indonesia* No. 2 (2018), 25–48.

Bo'do, S. "Memperkenalkan metode penelitian netnografi untuk dosen dan mahasiswa komunikasi". *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat.*, No. 8, (2020), 17–23.

Cania, N., & Heryani, R. D. "Peran Media Sosial Instagram" dalam *Research and Development Journal of Education*, No. 3 (2020), 91–101.

Dialogues, I. *Interfaith Dialogues in Indonesia and Beyond*. (2017).

Dyah Siti Nur'aini. "Corak Pemikiran dan Gerakan Aktivistis Perempuan: Melacak Pandangan Keagamaan Aisyiah Periode 1917-1945". *Profetika: Jurnal Studi Islam*, No. 2, (2013), 125-138.

- Donny Arung Tiantoro. "Ekspresi Identitas Anak Muda Muslim dan Dakwah di Indonesia Pasca Orde Baru," *Jurnal Idarotuna: UIN Sultan Syarif Kasim Riau*, No. 1 (2020), 84-98.
- Dan Laughy. "*Key Media Themes in Media Theory*". Library of Congress Cataloguing-in-Publication Data CIP: *London*. (2007)
- Errika, "Representasi Wanita dalam Media Massa Masa Kini", *Jurnal: THE Messenger*. (2010). No. 2, 1-3.
- Erhamwilda dan Rita Gani. "Representasi Perempuan Muslim di Layar Kaca: Analisis Wacana Kritis Terhadap Peran Perempuan dalam Sinetron Religi di Televisi Indonesia Sepanjang 2010," *ISTIQRO: Universitas Islam Bandung*, No. 2, (2011). 601-604.
- Echchaibi, N. "From audio tapes to video blogs: The delocalisation of authority in Islam". *Nations and Nationalism*, No. 1, (2011), 25–44.
- Fariyah, I. Media dakwah pop. *AT-TABSYIR, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, No. 2, (2013), 25–45.
- Firly Annisa, "Hijrah Milenial: Antara Kesalehan dan Populism", *MAARIF Institute*, No. 1 (2018), 42.
- Hall, S. *BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1. Teori representasi (theory of representation) Teori Representasi*. (1995), 16–126.
- Halim, N. A. "Media Dan Pencitraan Perempuan". *Marwah: Jurnal Perempuan, Agama Dan Jender*, 10(2), (2011), 122.
- Inayatul Fitriah, "*Strategi Kreatif Produser Dalam Memperthankan Eksistensi Program Dakwah Mama Dan Aa Ber-Aksi Di Stasiun Televisi Indonesia*" Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, (2014), 26-27.
- Ichwan, M. N. "Ulama, Negara-Bangsa dan Etnonasionalisme Religius: Kasus Banda Aceh". *Ulama, Politik Dan Narasi Kebangsaan: Fragmentasi Otoritas Keagamaan Di Kota-Kota Indonesia*, (2019), 167–204.
- J Muntu, S. A., Pingkan Tangkudung, J. M., & H Lotulung, L. J. "Studi Netnografi Pada Media Sosial Instagram". *Acta Diurna Komunikasi*, 3(4), (2021), 1–8.
- Kritis, D. P., & Islam, N. "Perempuan Dalam Media Massa di Indonesia": 3(1), (2008), 1–8.

- Kailani, N. "Forum Lingkar Pena and Muslim youth in contemporary Indonesia". *RIMA: Review of Indonesian and Malaysian Affairs*, 46(1), (2012), 33–53.
- Marshall McLuhan. Media, U. "*Understanding Media, The Extensions of Man* Routledge, London – 1964 This is the first leg of a longer study that is in the process of being written After the review and its illustration I added the 2006". review I posted on Amazon.co. (2013).
- Nisa Kurnia Illahati. "Diskursus Identitas Perempuan Dalam Majalah Perempuan Muslim Indonesia," *BAHASA DAN SENI: Departemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial*. No. 1, (2017), 87-88.
- Nisa, Eva F. "Creative and Lucrative Da'wa: the visual culture of Instagram amongst female Muslim Youth in Indonesia." *Asiascape: Digital Asia*. Vol. 5, No.1-2 (2018), 68-99.
- Nurjajilah, S., Muhtadi, A. S., & Arifin, I. Z. "Konstruksi Pesan Dakwah Akun @duniajilbab di Media Sosial Instagram". *Prophetica: Scientific and Research Journal of Islamic Communication and Broadcasting*, 5(2), (2019), 183–196.
- Nucci, L., Narvaez, D., & Krettenauer, T. "Second Edition Second Edition. In *Dairy Science & Technology*," *CRC Taylor & Francis Group* (Issue June), (2014).
- Nurrahmatul Jannah, "Media Dakwah Pop," *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, Program Studi Dakwah dan Komunikasi STAIN Kudus*, No. 2, (2013), 34-35.
- Pimpinan, S., & Aisyiyah, P. "*CORAK PEMIKIRAN DAN GERAKAN AKTIVIS PEREMPUAN (Melacak Pandangan Keagamaan Aisyiyah)*". (1945), 125–138.
- Pati, G. S., & Singh, K. "Illumination". *Optics Communications*, 147(1–3), 26–32.
- Pimpinan Pusat Muhammadiyah. (2005). *Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga Muhammadiyah* (Yogyakarta: Suara Muhammadiyah), (1998), 9-10.
- Rofhani. "Ekspresi dan Representasi Budaya Perempuan Muslim Kelas Menengah di Surabaya," *ISLAMICA: Jurnal Studi Keislaman*, Universitas Negeri Sunan Ampel Surabaya., No. 2 (2017), 278.

- Riska Aulia, "Peran Perempuan dalam Organisasi Aisyiyah: Studi Living Hadis Pada Pimpinan Wilayah 'Aisyiyah Banten'" *Jurnal Holistic: Al-Hadis*, UIN Sultan Maulana Hasanudin Banten, No. 2, (2018), 84.
- Rumahuru, Y. Z. "Ritual Sebagai Media Konstruksi Identitas: Suatu Perspektif Teoretis". *Dialektika: Jurnal Pemikiran Islam Dan Ilmu Sosial*, 11(01), (2018), 22–30.
- Sunarwoto. "Radio Fatwa: Islamic Tanya Jawab Programmes on Radio Dakwah", *Al-Jami'ah: Journal of Islamic Studies*, Vol. 50, No.2 (2012), 239-279.
- Sunarwoto. "Salafi Dakwah Radio: A Contest for Religious Authority". *Archipel*, 91 (2016), 203–230.
- Sunarwoto. "Radio Fatwa: Islamic Tanya-Jawab Programmes on Radio Dakwah." *Al-Jami'ah: Journal of Islamic Studies*. Vol. 50, No. 2, (2012).
- Siti Mufida dan Khoirin Nisai Shalihati, "Dakwah Bye the Pen," *INJECT: Interdisciplinary Journal of Communication.*, No. 1 (2019), 27-29.
- Susilowati, I., & Hakiem, F. N. "Optimalisasi Peran Perempuan Sebagai Strategi Alternatif Kebijakan Publik Dalam Menekan Penyebaran Pandemi Covid-19". *SALAM: Jurnal Sosial Dan Budaya Syar-I*, 7(8), (2020), 723–736.
- Thadi, R. "Citra Perempuan dalam Media". *Jurnal Ilmiah Syi'ar*, Vol. 14(1), (2018), 27–38.
- Trijayanto, D. "Representasi Perempuan dalam Media di Indonesia". *Ultimacomm*, 9(1), (2018), 69–78.
- Ulfah, M. "Kontestasi Komodifikasi Media Massa dan Ideologi Muhammadiyah". *Jurnal SPIKOM*, 2(3), (2014), 165.
- Umar Suryadi Bakry. "Pemanfaatan Metode Etnografi dan Netnografi Dalam Penelitian Hubungan Internasional," *Global and Strategis: Universitas Jayabaya*, No. 1, 2011 (2011), 21-22.
- Weng, Hew Wai. "The Art of Dakwah: Social Media, Visual Persuasion and the Islamist Propagation of Felix Siauw" *Indonesia and the Malay World*. Vol. 46, No. 134, (2018).
- Wisma, C. L., & Jamuin Ma'arif. "Contribution Of Siti Walidah in The Nation Character Building Through 'Aisyiyah Movement". *Iseedu*, 2(1), (2018), 68–93.

Weng, “*The Art of Dakwah*”, *Jurnal Indonesia and The Malay World* Vol.46, No.134, 62-78.

Yofita Sabarina Sitepu dan Fransiska Desiana Setyaningsih, “Konstruksi Identitas Supporter SepakBola di Indonesia” *PRESPEKTIF: Jurnal Ilmu Sosial*, Fakultas Fisipol UMA, No. 1, (2011), 66.

Zaini, A. “Dakwah Melalui Televisi”. *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 3(1), (2015), 1–20.

TESIS DAN DISERTASI

Saputra, Eko. *Hibridisasi Identitas Anak Muda Muslim dan Brand Dakwah di Teras Dakwah Yogyakarta*. Yogyakarta: Pascasarjana, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2020.

Syarif, N. *Konstruksi Gaya Hidup Muslimah Bercadar: Komunitas Niqab Squad*. Jakarta: Komunikasi dan Penyiaran Islam, (2020).

INTERNET DAN MEDIA SOSIAL

Aisyiah.or.id. “Profil Aisyiah” dalam <https://Aisyiah.or.id/profile>, diakses pada Tanggal 08 Februari 2022.

Republika.co.id. “Pandangan Muhammadiyah Terhadap Perempuan”, https://www.republika.co.id/berita/dunia-islam/islam_nusantara/15/04/05/nmc7nl-pandangan-Muhammadiyah-terhadap-perempuan, diakses pada 22 Oktober 2021.

Umy.ac.id. “Siti Baroroh Pelopor Wanita Berkemajuan Aisyiah”, <https://www.omy.ac.id/siti-baroroh-pelopor-wanita-berkemajuan-Aisyiah>, Diakses pada tanggal 22 Oktober 2021.

Gambar dapat dilihat dalam TVMU, <https://www.youtube.com/watch?v=LM7xbiRIK1c&list=PL-KpgQQyruH0brARnVbl-2vEqXkR2PZgK&index=29>, diakses pada Tanggal 07 Februari 2022.

Dakwah Aisyiah dalam TVMU, <https://www.youtube.com/watch?v=zAYmF3vbSMc&list=PL-KpgQQyruH0brARnVbl-2vEqXkR2PZgK&index=28>, diakses pada Tanggal 07 Februari 2022.

Muhamadiyah Post, dalam <https://sangpencerah.id/2013/11/tvmu-adalah-amanat-muktamar-1-abad/> diakses pada Tanggal 12 November 2021.

TvMu dalam Dakwah Aisyiah, <https://www.youtube.com/watch?v=eXfwMHA0Yhg&list=PL->

[KpgQQyruH0brARnVbl-2vEqXkR2PZgK&index=19](https://www.tvmu.tv/program-tv-Muhammadiyah) diakses pada Tanggal 07 Februari 2022.

TVMU dalam Program TVMu, <https://tvmu.tv/program-tv-Muhammadiyah>, diakses pada Tanggal 13 November 2021.

