

SUARA ‘AISYIYAH DARI CETAK KE DIGITAL:

ADAPTASI DAN WACANA DI RUANG ONLINE



Oleh:

Muzayana

NIM: 21200012041

TESIS

Diajukan kepada Program Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh

Gelar *Master of Arts* (M.A.)

Program Studi *Interdisciplinary Islamic Studies*

Konsentrasi Kajian Komunikasi dan Masyarakat Islam

YOGYAKARTA

2024



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PASCASARJANA

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

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-33/Un.02/DPPs/PP.00.9/01/2024

Tugas Akhir dengan judul : Suara 'Aisyiyah dari Cetak ke Digital: Adaptasi dan Wacana di Ruang Online

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MUZAYANA, S.Sos
Nomor Induk Mahasiswa : 21200012041
Telah diujikan pada : Rabu, 03 Januari 2024
Nilai ujian Tugas Akhir : A

dinyatakan telah diterima oleh Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang/Penguji I

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

Valid ID: 659cafbae31e



Penguji II

Najib Kailani, S.Fil.L., M.A., Ph.D.
SIGNED

Valid ID: 65960a7d51947



Penguji III

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

Valid ID: 659be1e5bbf1a



Yogyakarta, 03 Januari 2024
UIN Sunan Kalijaga
Direktur Pascasarjana

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

Valid ID: 65a4ad9a71342

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muzayana

NIM : 21200012041

Jenjang : Magister

Program Studi : Interdisciplinary Islamic Studies

Konsentrasi : Kajian Komunikasi dan Masyarakat Islam

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

Yogyakarta, 11 Desember 2023

Saya yang menyatakan,



Muzayana

NIM: 21200012041

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muzayana
NIM : 21200012041
Jenjang : Magister
Program Studi : 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, 10 Desember 2023

Saya yang menyatakan,



Muzayana

NIM: 21200012041

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.,
Direktur Pascasarjana
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr. wb.

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul: **SUARA 'AISYIYAH DARI CETAK KE DIGITAL: ADAPTASI DAN WACANA DI RUANG ONLINE.**

Yang ditulis oleh:

Nama : Muzayana
NIM : 21200012041
Jenjang : Magister
Program Studi : Interdisciplinary Islamic Studies
Konsentrasi : Kajian Komunikasi dan Masyarakat Islam

Saya berpendapat bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Master of Arts.

Wassalamu'alaikum wr.wb

Yogyakarta, 11 Desember 2023

Pembimbing,



Najib Kailani, S.Pd.I., M.A., Ph.D

ABSTRAK

Penelitian ini didasarkan pada payung kajian “Print Islam” atau media Islam berbasis cetak yang memiliki peran signifikan bagi organisasi sosial keagamaan dan ideologinya di Indonesia. Media Islam berbasis cetak tersebut kemudian dihadapkan dengan tantangan-tantangan di era media digital termasuk tantangan untuk beradaptasi dan berkontestasi dengan media-media Islam baru berbasis digital. Salah satu media lama tersebut adalah Suara ‘Aisyiyah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan bagaimana perkembangan media Islam di Indonesia, memahami hal-hal dibalik adaptasi yang dilakukan oleh Suara ‘Aisyiyah di media digital, serta memahami wacana dan ideologi Islam seperti apa yang diserukan di dalamnya. Dengan menggunakan teori *The Network Society* Castells, *Networked Community* Campbell dan Bellar, serta *Religious Digital Creative* Campbell, peneliti menganalisis dinamika adaptasi media Islam lama milik organisasi sosial keagamaan di ruang digital dan peran ideologi di dalamnya.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan pengamatan dan analisis pada konten-konten digital Suara ‘Aisyiyah baik di situs web maupun media sosial. Untuk mendapatkan data yang lebih mendalam, wawancara dilakukan kepada pemimpin perusahaan, pemimpin redaksi, wartawan dan tim media digital Suara ‘Aisyiyah. Adapun untuk mendukung data tersebut, peneliti mengambil dokumentasi dari beberapa dokumen dan publikasi terkait ‘Aisyiyah secara umum maupun Suara ‘Aisyiyah secara khusus.

Hasil dari penelitian ini adalah media Islam lama berbasis cetak milik organisasi sosial keagamaan mampu beradaptasi dan tetap eksis di media digital. Proses regenerasi pembaca yang diinginkan oleh Suara ‘Aisyiyah melalui media digital juga mampu direalisasikan dengan dukungan pekerjaan digital para ahli strategi digital yang direkrut secara khusus. Selain itu, elemen-elemen dan nilai-nilai yang berakar pada ideologi tetap memainkan peran yang signifikan dalam membentuk identitas dan arah komunikasi organisasi sosial keagamaan di ruang digital.

Kata Kunci: Media Islam, Cetak, Digital, Ideologi, Organisasi Keagamaan.

MOTTO

**“Kesempatan tidak datang dua kali, maka lakukanlah
yang terbaik”**



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur senantiasa saya panjatkan kepada Allah SWT atas segala nikmat, rahmat serta karunia-Nya, sehingga dengan segenap ridha-Nya, tesis dengan judul “Suara ‘Aisyiyah dari Cetak ke Digital: Adaptasi dan Wacana di Ruang Online” ini dapat diselesaikan tepat pada waktu yang diharapkan. Tidak lupa juga, shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umatnya dari zaman jahiliyah hingga saat ini umat manusia berada pada zaman kemajuan dan kemudahan untuk menempuh pendidikan.

Peneliti berusaha semaksimal mungkin dalam menyusun tesis ini beriringan dengan rintangan dan keterbatasan yang ada. Namun, semua rintangan dapat peneliti lewati. Hal ini tentunya berkat doa dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Abu Bakar dan ibu Sangadah, selaku kedua orang tua yang selalu memberikan doa dan dukungan penuh agar studi ini terselesaikan.
2. Bapak Najib Kailani, S.Fil.I., M.A., Ph.D, selaku dosen pembimbing yang telah membimbing serta memberi masukan dan arahan kepada peneliti sehingga tesis ini dapat disusun dan diselesaikan.
3. Ibu Prof. Dra. Siti Syamsiyatun, M.A., Ph.D dan Dr. Sunarwoto, M.A, selaku dosen penguji sidang yang telah memberi masukan dan arahan yang berharga untuk tesis ini.

4. Pemimpin Perusahaan, Pemimpin Redaksi, Tim Website dan Tim Media Sosial Suara ‘Aisyiyah, sebagai para narasumber yang telah meluangkan waktu, pikiran dan tenaganya untuk membantu kelengkapan data penelitian ini.
5. Dany Tantowi Prastyo, yang telah memberikan doa, dukungan dan menjadi teman diskusi selama penyusunan tesis ini berlangsung.
6. Muhamad Syukron dan Hanna Ashroffie, yang telah memberikan doa dan dukungan akan kelancaran studi saya saat ini.
7. Seluruh civitas akademika UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, khususnya dosen dan staf di Program Studi *Interdisciplinary Islamic Studies* Pascasarjana, yang telah membantu kelancaran akademik saya selama menempuh studi.
8. Teman-teman seperjuangan di konsentrasi Kajian Komunikasi dan Masyarakat Islam, khususnya angkatan genap 2021/2022, yang telah kebersamai selama masa perkuliahan.

Ucapan terimakasih juga kepada pihak-pihak lain yang belum dapat peneliti sebutkan satu per satu. Semoga Allah SWT membalas dukungan dan peran seluruh pihak terkait dengan berlimpah pahala dan kemuliaan, aamiin. Mudah-mudahan penelitian ini dapat bermanfaat, baik bagi saya pribadi, pembaca, maupun pihka-pihak lain yang lebih luas lagi.

Yogyakarta, 6 Januari 2024

Peneliti,

Muzayana

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iv
NOTA DINAS PEMBIMBING	v
ABSTRAK	vi
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I: PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Signifikansi Penelitian	6
D. Kajian Pustaka	7
E. Kerangka Teoritis	11
F. Metode Penelitian	16
G. Sistematika Pembahasan	17
BAB II: PERKEMBANGAN MEDIA ISLAM DI INDONESIA	20
A. Islam, Ideologi dan Media Cetak	21
B. Dinamika Media Islam di Era Internet	30
C. Eksistensi Organisasi Perempuan Muslim di Ruang Publik	41
BAB III: ADAPTASI SUARA ‘AISYIYAH DARI CETAK KE DIGITAL ..	46
A. Gambaran Umum Majalah Suara ‘Aisyiyah	46
B. Proses Adaptasi Majalah Suara ‘Aisyiyah	50
1. Majalah Digital	68
1. Situs Web	68
2. Media Sosial	73

BAB IV: WACANA SUARA ‘AISYIYAH DI RUANG DIGITAL	83
A. Landasan Ideologi Suara ‘Aisyiyah	83
B. Wacana Perempuan Berkemajuan	87
1. Nilai Karakter Perempuan Berkemajuan	87
2. Nilai Komitmen Perempuan Berkemajuan	93
C. Wacana Kesetaraan Gender	109
BAB V: PENUTUP	117
A. Kesimpulan	117
B. Saran	120
DAFTAR PUSTAKA	121



DAFTAR TABEL

- Tabel 1 Konten Instagram Suara ‘Aisyiyah yang paling diminati
- Tabel 2 Konten Mengenai Wacana Kesetaraan Gender



DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1 Kantor majalah Suara ‘Aisyiyah
- Gambar 2 Tampilan Majalah Digital Suara ‘Aisyiyah di Website
- Gambar 3 Rubrikasi Suara ‘Aisyiyah yang Paling Digemari
- Gambar 4 Pencarian “Majalah Digital Perempuan Islam”
- Gambar 5 Grafik Kenaikan Jumlah Pengunjung Website Suara ‘Aisyiyah
- Gambar 6 Tampilan Akun Instagram Suara ‘Aisyiyah
- Gambar 7 Tampilan Facebook Page Suara ‘Aisyiyah
- Gambar 8 Tampilan Twitter Suara ‘Aisyiyah
- Gambar 9 Pengikut Instagram Suara ‘Aisyiyah Berdasarkan Usia
- Gambar 10 Pengikut Instagram Suara ‘Aisyiyah Berdasarkan Gender



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Islam cetak atau yang sering disebut oleh para sarjana dengan istilah “*Print Islam*” (Islam Cetak) memiliki pengaruh yang sangat signifikan dalam perkembangan organisasi dan ideologi keagamaan. Di masa kejayaan teknologi cetak, media Islam berbasis cetak menjadi sarana yang efektif untuk menyebarkan ajaran-ajaran agama, pemikiran keagamaan serta pandangan ideologis yang melibatkan isu-isu dalam masyarakat. Media cetak memiliki peran penting di dunia Islam dalam membentuk pandangan dan sikap seorang muslim di berbagai lini kehidupan. Oleh karena itu, *print Islam* tidak hanya sekedar menjadi media informasi, namun juga menjadi instrumen penting dalam penyebaran nilai-nilai dan ideologi keislaman.

Masifnya perkembangan teknologi komunikasi dan informasi ke ranah internet juga menimbulkan dampak yang signifikan terhadap media cetak Islam, termasuk media yang dikelola oleh organisasi sosial keagamaan. Organisasi sosial keagamaan yang sebelumnya fokus pada penguatan dan penyebaran ideologi keagamaan di tengah masyarakat muslim melalui media cetak, kini dituntut untuk mampu beradaptasi dengan media digital dan internet. Proses adaptasi ini tentu tidak dapat disepelekan. Adaptasi media Islam dari cetak ke digital ini mungkin memberikan banyak pergeseran maupun perubahan yang signifikan dalam berbagai aspek yang dapat kita teliti lebih dalam.

Demikian juga yang terjadi pada perkembangan media Islam di Indonesia. Pada masa Orde Baru di bawah kepemimpinan Soeharto, media Islam berada di bawah pengawasan ketat pemerintah sehingga sebagian besar media Islam saat itu tidak bebas dan dikendalikan oleh pemerintah. Kemudian setelah runtuhnya era Orde Baru dan dimulainya era Reformasi, kebebasan pers meningkat secara signifikan. Akibatnya, media Islam bersama dengan media lainnya mengalami perkembangan yang cukup dinamis. Perkembangan media Islam ini didukung dengan basis ideologi yang semakin kuat di kalangan masyarakat muslim, baik ideologi Islam lokal berbasis asli dari masyarakat Indonesia maupun ideologi-ideologi transnasional yang dibawa dari berbagai negara Islam.

Di era Reformasi, corak-corak ideologi keislaman kemudian menjadi semakin kuat dan beragam. Gerakan islamisme menjadi salah satu yang paling mencolok saat itu. Gerakan ini salah satunya ditandai dengan munculnya sejumlah media cetak yang menyebarkan pemikiran Islam bercorak Islamis.¹ Media Islam cetak yang fenomenal pada masa itu antara lain adalah Sabili, Republika, dan Tempo. Bahkan, menurut Steele, fenomena ini adalah fenomena yang unik karena jurnalisme dilihat sebagai sesuatu yang berhubungan dengan dakwah dan dikategorikan pada apa yang disebut oleh Doug Underwood sebagai jurnalisme kenabian (*Prophetic Journalism*).² Media Islam pada waktu itu menekankan upaya untuk memperjuangkan kebenaran dengan merujuk pada prinsip-prinsip ideologi Islam yang menjadi pondasi setiap media tersebut. Hal ini menunjukkan

¹ Syamsul Rijal, "Media and Islamism in post-new order Indonesia: The case of sabili", *Studia Islamika*, No. 3, Th. XII (Desember 2005): 421-474.

² Janet Steele, *Mediating Islam: Cosmopolitan Journalisms in Muslim Southeast Asia*, (United States of America: University of Washington Press, 2018), 139.

bahwa media cetak menjembatani sesuatu yang dapat dikatakan sebagai perang ideologi diantara organisasi sosial keagamaan Islam di Indonesia.

Memasuki era Internet, media Islam di Indonesia semakin berkembang. Media-media lama dihadapkan pada kebutuhan untuk beradaptasi dengan format digital. Bahkan, kebanyakan dari media-media cetak lama di Indonesia sudah meninggalkan format cetak dan bermigrasi penuh ke format digital. Selain media lama yang beradaptasi ke digital, kita temukan juga beragam media-media baru berupa situs web dan akun media sosial yang mengkomunikasikan Islam dalam berbagai ideologi keislaman, bahkan terkadang sulit bagi pembaca untuk mengidentifikasi ideologi keislaman yang mendasari media Islam tersebut.

Situs-situs web Islam yang cukup kita kenal di antaranya adalah muslim.or.id, arrahmah.com, rumaysho.com dan lain sebagainya. Kemunculan media Islam baru baik berupa situs web maupun akun media sosial telah menciptakan tantangan bagi media Islam lama, terutama media yang dikelola oleh organisasi sosial keagamaan yang telah ada sejak lama bahkan sejak pra kemerdekaan. Bentuk media digital yang memiliki format berbeda dari media cetak juga berpengaruh pada tantangan ini. Banyak media-media lama yang kemudian beradaptasi ke media digital sebagai bentuk adaptasi dan cara bertahan di era Internet.

Fenomena dan dinamika semacam ini tidak hanya terjadi pada media Islam umum saja, namun juga terjadi pada media-media Islam perempuan. Kehadiran internet memberikan peluang bagi kaum perempuan untuk mengekspresikan diri di ruang publik khususnya di ruang publik digital. Bahkan

perempuan-perempuan muslim konservatif juga memainkan peran penting di media digital. Situs-situs web Islam yang menyuarakan suara perempuan muslim konservatif dan bahkan cenderung bias gender di antaranya adalah muslimah.or.id dan muslimahnews.com, hal ini ditunjukkan dengan adanya subordinasi dan domestikasi kaum perempuan yang tergambar dalam dua situs tersebut.³

Rachel Rinaldo juga menyebut bahwa Islam di Indonesia nampaknya berubah menjadi konservatif meskipun sebenarnya terdapat sejarah mobilisasi perempuan dan tradisi wacana intelektual muslim yang beragam secara politis setelah memasuki era Demokrasi.⁴ Adapun kelompok-kelompok perempuan muslim yang turut andil dalam sejarah mobilisasi perempuan tersebut di antaranya adalah perempuan-perempuan Nadhlatul Ulama yang dikenal dengan Muslimat NU dan perempuan-perempuan Muhammadiyah, yaitu 'Aisyiyah. 'Aisyiyah memiliki majalah yang cukup fenomenal yaitu Suara 'Aisyiyah. Di tengah-tengah kehadiran situs-situs web muslim baru seperti yang sudah peneliti sebutkan di atas, media lama seperti Suara 'Aisyiyah kemudian dihadapkan dengan berbagai tantangan agar tetap eksis dan bertahan di kalangan masyarakat muslim di Indonesia.

Media perempuan muslim baru seringkali menawarkan alternatif spiritualitas yang tidak didukung dengan wacana atau ideologi keislaman yang jelas dan terarah, terkadang juga terjadi bias gender dari apa yang mereka sampaikan di ruang digital. Di satu sisi mereka bergerak di ruang publik digital

³ Ahmad Rifai, The Discourse of Women's Piety and Gender Bias Construction on Muslimah Websites in Indonesia. *al-Balagh: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, No.2, Th. VI (Desember 2021): 303-328.

⁴ Rachel Rinaldo, *Mobilizing piety: Islam and feminism in Indonesia*, (New York: Oxford University Press, 2013), 8.

untuk menyuarakan perempuan, namun di sisi lain mereka menyuarakan domestikasi dan sejenisnya.

Berangkat dari argumen Rifai yang menyatakan bahwa narasi yang terdapat pada beberapa situs web muslimah menggambarkan adanya kekuatan interpretasi ideologi Islam bias gender yang memperluas kekuatan nalar patriarki, maka peneliti ingin mengkaji lebih dalam mengenai bagaimana ideologi menjadi pondasi yang begitu kuat dalam media Islam. Peneliti ingin melihat bagaimana media dengan ideologi Islam yang menyuarakan kesetaraan gender berkontestasi dengan media-media Islam perempuan yang bias gender di ruang digital.

Berbeda dengan Rifai yang meneliti media Islam baru berbasis digital, peneliti ingin melihat bagaimana organisasi sosial keagamaan lama yang telah berdiri berpuluh-puluh tahun lamanya bahkan sebelum era kemerdekaan dengan kekuatan ideologi moderatnya mempertahankan media yang dikelolanya dan menyuarakan ideologinya tersebut melalui media digital.

Peneliti ingin mengkaji lebih dalam tentang bagaimana adaptasi media-media perempuan muslim lama dengan ideologi moderatnya seperti Suara 'Aisyiyah ke media digital, tujuan seperti apa yang diinginkan oleh Suara 'Aisyiyah dengan adaptasinya di media digital, wacana seperti apa yang mereka suarakan melalui media digitalnya di tengah-tengah kehadiran situs web muslimah baru dengan ideologi Islam bias gender, bagaimana wacana tersebut dapat menjadi kontra narasi dari situs-situs web baru yang menyuarakan bias gender tersebut. Hal ini juga didukung oleh posisi Suara 'Aisyiyah sebagai majalah perempuan muslim tertua sejak 1926 dan telah mengalami berbagai

sejarah panjang di Indonesia, jauh sebelum gerakan islamisme era Reformasi maupun gerakan hijrah di era Internet.

Dalam studi ini, peneliti berargumen bahwa meskipun media cetak yang dikelola oleh organisasi sosial keagamaan lama seperti Suara 'Aisyiyah telah beradaptasi ke ranah digital, unsur-unsur dan nilai-nilai yang bersumber dari ideologi masih berperan penting dalam membentuk identitas dan arah komunikasi media organisasi sosial keagamaan tersebut di ruang digital.

B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang peneliti tentukan untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perkembangan media Islam dan wacana ideologi di Indonesia?
2. Mengapa majalah Suara 'Aisyiyah beradaptasi dari cetak ke digital?
3. Wacana Islam dan perempuan seperti apa yang disuarakan oleh Suara 'Aisyiyah melalui media-media digitalnya?

C. Tujuan dan Signifikansi Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah peneliti sebutkan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana perkembangan media Islam di Indonesia khususnya perkembangan dari media cetak ke media digital dan peran kekuatan ideologi keislaman yang ada di dalamnya. Peneliti juga ingin mengetahui alasan serta tujuan utama majalah Suara 'Aisyiyah beradaptasi dari majalah cetak ke majalah digital dan perubahan-perubahan yang terjadi di dalamnya. Setelah mengetahui dua hal tersebut, maka tujuan lainnya adalah

memahami bagaimana wacana Islam dan perempuan disuarakan oleh Suara ‘Aisyiyah melalui media-media digitalnya, khususnya di tengah gempuran media-media perempuan muslim baru yang cenderung bias gender maupun yang tidak memiliki nilai ideologi yang jelas.

Tiga tujuan di atas diharapkan dapat memberikan kontribusi positif dan menghasilkan kebaruan dalam studi yang berkaitan dengan Islam dan media baru. Secara spesifik, penelitian ini ingin mengutarakan bagaimana media perempuan muslim lama yang telah melewati sejarah mobilisasi perempuan di Indonesia dari dulu hingga sekarang, mampu bertahan dengan memanfaatkan perkembangan media digital di tengah-tengah kehadiran media-media perempuan muslim baru dengan berbagai latar belakang atau ideologi keislaman yang berbeda. Selain itu, penelitian ini juga ingin melihat bagaimana wacana Islam dan perempuan yang dikemas oleh media perempuan muslim lama melalui media digitalnya. Peneliti ingin melihat perubahan-perubahan yang terjadi setelah adaptasi mereka ke dunia digital, baik yang bersifat sistematis maupun ideologis.

D. Kajian Pustaka

Kajian-kajian dalam topik Print Islam dapat dipetakan ke dalam beberapa kecenderungan kajian. Ada beberapa sarjana yang melihatnya dari kacamata ideologi seperti Hefner⁵ dan Federspiel⁶, ada yang melihatnya dari sudut pandang

⁵ Robert. W Hefner, *Routledge handbook of contemporary Indonesia*, (New York: Routledge, 2018).

⁶ Howard M. Federspiel, *Islam and ideology in the emerging Indonesian state: The Persatuan Islam (PERSIS)*, (Leiden: Brill, 2001).

perkembangan pasar seperti Watson⁷ dan ada juga yang melihatnya dari sudut pandang jurnalisme seperti Steele.⁸

Dalam kacamata ideologi, kebangkitan Islam atau islamisme yang terjadi di era Pasca Orde Baru menjadi salah satu hal penting yang berpengaruh di dalam perkembangan masyarakat Islam di Indonesia. Hal ini berkaitan juga dengan perkembangan Print Islam atau media cetak. Hefner menyebut bahwa di Indonesia, telah terjadi “Islamisasi” dalam berbagai aspek, seperti budaya publik, peran gender hingga mode konsumsi masyarakat Islam. Media cetak saat itu dianggap sebagai salah satu teknologi baru yang dimanfaatkan untuk mempromosikan program-program reformasi Islam tersebut.⁹

Selain kuatnya ideologi, hal yang berkaitan dengan perkembangan media cetak Islam di Indonesia adalah jurnalisme Islam yang juga dipromosikan oleh Fakultas Dakwah di Universitas-Universitas Islam Negeri. Janet Steele dalam bukunya yang berjudul *Mediating Islam* membahas beberapa media cetak di Indonesia yang cukup fenomenal di era Kebangkitan Islam seperti Sabili, Republika dan Tempo. Janet memaparkan bagaimana pemahaman keislaman para jurnalis di media-media cetak tersebut berkaitan dengan praktik jurnalisme yang mereka kerjakan. Steele juga menyebut bahwa situasi di Indonesia tergolong unik karena jurnalisme dilihat sebagai sesuatu yang berhubungan dengan dakwah.¹⁰

Perkembangan media cetak Islam di Indonesia juga didukung oleh kebutuhan pasar akan sumber-sumber pengetahuan Islam. Watson menyebut

⁷ C.W. Watson, Islamic books and their publishers: notes on the contemporary Indonesian scene. *Journal of Islamic Studies*, No 2, Th. XVI (Mei 2005): 177-210.

⁸ Steele, *Mediating Islam*.

⁹ Hefner, *Routledge handbook*, 7 & 15.

¹⁰ Steele, *Mediating Islam*, 138-139.

bahwa penerbitan Islam di Indonesia telah berkembang pesat sejak akhir tahun 1980-an. Hal ini dibuktikan dengan adanya ekspansi dari banyaknya penerbit kecil yang muncul untuk memenuhi kebutuhan pasar.¹¹ Contoh dari ekspansi penerbitan Islam yang berbasis pada kebutuhan pasar saat itu di antaranya adalah Mizan, Gema Insani Press (GIP), Lembaga Kajian Islam dan Sosial (LKIS), Pustaka Al-Kautsar dan Khairul Bayan.

Media-media berbasis cetak tersebut kemudian dihadapkan dengan kehadiran internet dan media digital. Media-media Islam berbasis cetak kini sudah banyak yang meredup bahkan punah. Walau demikian, ada juga beberapa media berbasis cetak yang mampu beradaptasi dengan media digital. Salah satu tantangan media berbasis cetak ini adalah kehadiran media-media berbasis digital yang muncul baru-baru ini. Kajian-kajian tentang media Islam berbasis digital juga telah banyak dikemukakan oleh para sarjana. Kajian tentang media Islam ini setidaknya dapat dipetakan ke dalam beberapa kecenderungan, salah satunya adalah kajian dari sudut pandang ideologi seperti Rifai¹² dan Muttaqin¹³.

Selain memperkuat dinamika media Islam cetak, ideologi juga masih menjadi basis yang penting dalam dunia media digital. Hal ini dibuktikan oleh Rifai yang fokus penelitiannya ada pada situs web Islam dan lebih spesifik pada diskursus perempuan. Rifai membahas bagaimana situs-situs web muslimah di Indonesia mengonstruksi wacana kesalehan perempuan dan bias gender. Menurut Rifai, kekuatan ideologi Islam merupakan pondasi atas wacana kesalehan

¹¹ Watson, *Islamic books*, 186.

¹² Rifai, "The Discourse...".

¹³ Jamalul Muttaqin, Ulama Perempuan dalam Dakwah Digital (Studi Kebangkitan dan Perlawanan atas Wacana Tafsir Patriarkis), *Living Sufism: Journal of Sufism and Psychotherapy*, No. 1, Th. 1 (Juni 2022): 92-104.

perempuan di ruang digital. Rifai berargumen bahwa situs web yang menyuarakan wacana kesalehan perempuan dan bias gender menunjukkan bahwa ketidaksetaraan gender yang terjadi baik di dunia nyata maupun di dunia maya disebabkan oleh kekuatan interpretasi terhadap ideologi Islam yang bias gender.¹⁴

Selain media digital Islam yang berbasis pada ideologi konservatif bias gender, media digital juga dimanfaatkan secara masif oleh para ulama tradisional perempuan untuk kegiatan dakwah. Hal ini salah satunya ditunjukkan oleh Muttaqin. Walaupun secara umum penelitian Muttaqin membahas tentang otoritas ulama perempuan yang didukung oleh media digital, namun penelitian ini juga membahas tentang bagaimana gerakan perempuan di ruang publik khususnya ruang media digital masih berkaitan erat dengan ideologi. Salah satu argumen Muttaqin yang peneliti garis bawahi di sini adalah bahwa kehadiran perempuan-perempuan Nahdlatul Ulama di ruang publik digital dengan gagasan dakwahnya menjadi sebuah perlawanan terhadap wacana kekerasan dan ideologi radikal.¹⁵

Dari gambaran kajian di atas, peneliti menyimpulkan bahwa peran penting ideologi tidak dapat dihindarkan dalam evolusi media Islam di Indonesia, baik media Islam yang berbasis cetak maupun digital. Terlebih lagi bagi media yang dikelola oleh organisasi sosial keagamaan dengan dasar ideologi yang kokoh, media dengan kriteria tersebut memainkan peran signifikan dalam perkembangan media Islam di Indonesia. Meskipun banyak media Islam lama yang telah disebutkan di atas mulai redup bahkan banyak yang mengalami kepunahan,

¹⁴ Rifai, "The Discourse...".

¹⁵ Muttaqin, "Ulama...", 98.

beberapa di antaranya tetap bertahan hingga saat ini, contohnya adalah media yang dikelola oleh Muhammadiyah dan 'Aisyiyah.

Penelitian ini menyarankan bahwa kekuatan ideologi tetap menjadi landasan utama bagi keberlangsungan media yang dikelola oleh organisasi sosial keagamaan. Muhammadiyah dan 'Aisyiyah merupakan organisasi yang memiliki ideologi dan budaya literasi yang kuat. Kekuatan budaya literasi ini ditunjukkan dengan pengembangan pendidikan yang dilakukan oleh Muhammadiyah dan 'Aisyiyah. Selain itu eksistensi majalah milik Muhammadiyah dan 'Aisyiyah juga menjadi wujud nyata kekuatan budaya literasi tersebut.

Ideologi dan budaya literasi yang kuat tersebut memungkinkan pertahanan media cetak yang dikelola Muhammadiyah dan 'Aisyiyah dari pra kemerdekaan hingga sekarang. 'Aisyiyah merupakan organisasi sosial keagamaan perempuan pertama di Indonesia yang telah ada sejak 19 Mei 1917. 'Aisyiyah memiliki majalah cetak yang eksis hingga saat ini dan menjadi majalah perempuan tertua juga di Indonesia. Majalah tersebut adalah majalah Suara 'Aisyiyah. Berangkat dari sini, peneliti kemudian ingin melihat bagaimana sebuah media milik organisasi sosial keagamaan yang usianya sudah tua mampu bertahan ketika beradaptasi dengan media digital.

E. Kerangka Teoritis

Guna mengetahui bagaimana proses adaptasi Suara 'Aisyiyah dari cetak ke digital dan wacana yang disuarakan melalui media digital, maka peneliti menggunakan beberapa teori penting yang berkaitan dengan hal tersebut. Teori-teori tersebut antara lain adalah teori *Network Society* yang dikemukakan oleh

Manuel Castells, teori *Network Community* yang dikemukakan oleh Heidi A. Campbell dan Wendi Bellar, teori *Religious Digital Creative* (RDC) yang dikemukakan oleh Heidi A. Campbell dan beberapa konsep pendukung yang berkaitan dengan kajian media baru dan ideologi.

Teori Manuel Castells mengenai *Network Society* peneliti gunakan sebagai salah satu pisau analisis untuk menjadi jembatan menuju *Networked Community*. Teori *Network Society* berkaitan dengan paradigma informasionalisme yang berhubungan dengan internet dan paradigma industrialisme yang berhubungan dengan media cetak. Manuel Castells dalam teorinya *The Network Society* (Masyarakat Jaringan), menyebut bahwa masyarakat saat ini dicirikan oleh adanya kekuatan teknologi informasi, namun percetakan juga tetap dianggap sebagai teknologi yang paling penting.

Menurut Castells, yang paling spesifik dari dunia masyarakat jaringan adalah perluasan tubuh dan pikiran manusia melalui teknologi komunikasi berbasis mikroelektronika yang dioperasikan dengan perangkat lunak. Oleh karena itu, Castells merumuskan 3 hal yang menyebabkan internet menjadi bentuk organisasi yang paling efisien, yaitu fleksibilitas, skalabilitas dan survivabilitas (kemampuan beradaptasi). Fleksibilitas artinya jaringan atau internet mudah menyesuaikan perubahan lingkungannya dan mudah menemukan koneksi baru. Kemudian skalabilitas di sini berarti jaringan bisa menyesuaikan skalanya, bisa membesar atau mengecil. Sementara itu, yang dimaksud dengan survivabilitas

adalah kemampuan bertahan yang baik yang dimiliki oleh jaringan karena tidak memiliki pusat yang pasti.¹⁶

Teori yang dipaparkan oleh Manuel Castells ini peneliti gunakan untuk menganalisis bagaimana Suara 'Aisyiyah beradaptasi ke media digital. Apakah media digital dan internet telah menjadi fokus utama Suara 'Aisyiyah atau hanya sebagai pendukung untuk mempertahankan eksistensi majalah cetak yang sudah dikembangkan oleh Suara 'Aisyiyah selama puluhan tahun.

Jika teori *Network Society* menjadi landasan mengenai dunia masyarakat jaringan secara umum, maka penelitian ini perlu mengerucut ke dalam teori *Networked Community*. Teori ini diperlukan, karena majalah Suara 'Aisyiyah merupakan media yang dikelola oleh organisasi sosial keagamaan, bukan individu atau lainnya. Berbeda dari komunitas agama tradisional yang dipertahankan melalui struktur kelembagaan dan afiliasi geografis, komunitas berjejaring (*Networked Community*) didasarkan pada hubungan yang dibangun antar individu di luar lembaga keagamaan yang mapan dan tanpa pengawasan dari pengurus lembaga seperti yang terjadi pada komunitas tradisional.¹⁷

Campbell dan Bellar menyebut bahwa komunitas berjejaring (*Networked Community*) memungkinkan adanya partisipasi baru yang lebih bebas dalam sebuah identitas kelompok. Jaringan keagamaan ini memungkinkan individu-individu di luar struktur otoritas kelompok keagamaan untuk turut andil menyuarakan pendapat mereka dan berperan dalam pembangunan komunitas

¹⁶ Manuel Castells, *The network society: A cross-cultural perspective*, (United Kingdom: Edward Elgar Publishing, 2004), 5-9.

¹⁷ Heidi A. Campbell & Wendi Bellar, *Digital Religion: the basics*, (New York: Routledge, 2023), 12.

tersebut.¹⁸ Maka, teori ini dapat digunakan untuk menganalisis bagaimana Suara ‘Aisyiyah menjangkau individu-individu di luar keanggotaan organisasi ‘Aisyiyah setelah beradaptasi ke media digital.

Untuk analisis lebih lanjut peneliti juga akan meminjam konsep RDC (*Religious Digital Creative*) yang dikemukakan oleh Campbell. Walaupun RDC yang dikemukakan oleh Campbell berada di dalam payung kajian otoritas keagamaan, namun peneliti melihat adanya kesamaan pola yang terjadi pada pertemuan Print Islam dengan media digital dan otoritas tradisional dengan media digital. Kesamaan tersebut terletak pada bagaimana pemeran lama (otoritas tradisional dan print Islam) mempertahankan diri dan beradaptasi dengan media digital dan berkontestasi dengan pemeran-pemeran baru (otoritas baru dan media Islam baru).

Sebagaimana otoritas tradisional yang memanfaatkan tim khusus untuk pengelolaan media digitalnya, Suara ‘Aisyiyah juga memiliki tim di luar struktural kelembagaan mereka untuk mengelola media digital. Campbell mendefinisikan RDC sebagai orang-orang yang terlibat dalam produksi dan manajemen konten digital guna melayani agenda yang bermotif keagamaan. Mereka membuat konten *online* untuk agenda pribadi atau komunal yang mempengaruhi komunitas agama yang lebih luas.¹⁹

Campbell membagi RDC menjadi tiga, yaitu *Digital Entrepreneur* (Wirausahawan Digital), *Digital Spokespersons* (Juru Bicara Digital), dan *Digital Strategist* (Ahli Strategi Digital). *Digital Entrepreneur* merupakan profesional

¹⁸ Ibid., 19-20.

¹⁹ Heidi A Campbell, *Digital creatives and the rethinking of religious authority*, (New York: Routledge, 2023), 58.

digital yang memanfaatkan ketrampilan teknis dan professional mereka untuk membentuk sumber daya digital bagi komunitas agama mereka, seperti merancang aplikasi, perangkat lunak, situs web keagamaan atau menjalankan forum diskusi *online*.

Jika *digital entrepreneur* cenderung bekerja di balik layar, maka *digital spokespersons* yang cenderung tampil di depan layar. *Digital spokespersons* adalah mereka yang menggunakan internet atas nama lembaga keagamaan tertentu untuk menyampaikan keyakinan kelompok tersebut secara *online*. Sementara itu, *digital strategist* adalah mereka yang memanfaatkan alat atau platform digital yang sudah tersedia untuk tujuan keagamaan. Berbeda dengan kategori sebelumnya, para *digital strategist* ini merupakan anggota internal dari organisasi atau komunitas tersebut.

Para RDC ini bukan hanya sekedar pekerja digital yang memiliki tujuan religius, mereka merupakan individu-individu yang secara sengaja maupun tidak sengaja memberikan pengaruh dalam lembaga-lembaga keagamaan karena pekerjaan digital mereka. Pekerjaan para RDC inilah yang secara bersamaan menantang atau mendukung gagasan dan struktur tradisional.²⁰

Selain teori-teori di atas, peneliti juga akan menggunakan gagasan *cyberfeminism* dalam menganalisis wacana Suara 'Aisyiyah tentang perempuan di ruang digital. *Cyberfeminism* mengusung visi ideal tentang kebebasan; kebebasan dari dominasi dan subordinasi, serta kebebasan dari penguasaan teknologi oleh laki-laki. Tujuan pembebasan ini berasal dari gagasan tentang *cyborg*, di mana

²⁰ Ibid., 8.

pengaburan batas antara manusia dan mesin diharapkan akan menghilangkan perbedaan kategori gender laki-laki dan perempuan, kemudian membuka jalan menuju sebuah dunia yang lebih bebas.²¹

F. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif-kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi yang kemudian peneliti gunakan juga untuk triangulasi data. Adapun durasi pengambilan data tersebut adalah kurang lebih 6 bulan, terhitung sejak Juli hingga Desember 2023. Tahap observasi dilakukan dengan pengamatan di media-media digital Suara 'Aisyiyah khususnya media digital. Peneliti melakukan pengamatan di situs web dan Instagram Suara 'Aisyiyah untuk melihat konten-konten seperti apa yang mereka unggah dan interaksi yang terjadi di media tersebut.

Pada tahap wawancara peneliti melakukan wawancara kepada 4 narasumber. Wawancara pertama dilaksanakan pada tanggal 6 Oktober 2023, yaitu wawancara dengan Pemimpin Perusahaan Suara dan Pemimpin Redaksi Suara 'Aisyiyah. Kemudian pada tanggal 9 Oktober 2023, peneliti melakukan wawancara dengan salah seorang wartawan sekaligus pengelola situs web Suara 'Aisyiyah. Terakhir, peneliti melakukan wawancara pada tanggal 11 Oktober dan 7 Desember 2023 dengan pengelola media sosial Suara 'Aisyiyah. Adapun alasan peneliti memilih para informan tersebut, karena penelitian ini tidak menitik

²¹ Salim Alatas & Vinnawaty Sutanto, "Cyberfeminisme dan Pemberdayaan Perempuan Melalui Media Baru", *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, No. 2, Th. XVII (Juli 2019): 165-176.

beratkan pada resepsi pembaca, melainkan untuk melihat bagaimana Suara 'Aisyiyah diadaptasi dan dikelola oleh tim yang ada di belakang layar media digital mereka.

Pada tahap dokumentasi, peneliti menyempurnakan analisis dengan mendokumentasikan informasi dari berbagai sumber, termasuk data pengunjung Instagram Suara 'Aisyiyah, hasil survei pelanggan majalah Suara 'Aisyiyah, dokumen Risalah Perempuan Berkemajuan, dan data lainnya yang relevan untuk mendukung validasi dan kelengkapan data penelitian ini.

Data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis menggunakan beberapa teori seperti teori *Network Society*, teori *Networked Community*, teori *Religious Digital Creative* serta teori dan konsep pendukung lainnya yang relevan untuk menganalisis data yang berkaitan dengan penelitian ini. Dengan metode ini, diharapkan peneliti dapat menjawab seluruh rumusan masalah yang ada dalam penelitian ini.

G. Sistematika Pembahasan

Pembahasan dalam penelitian ini dikelompokkan ke dalam 5 bab, yaitu pendahuluan, perkembangan media Islam di Indonesia, adaptasi Suara 'Aisyiyah dari cetak ke digital, wacana Suara 'Aisyiyah di ruang digital dan kesimpulan. Antara satu bab dengan bab lainnya saling berhubungan dan berkesinambungan, sehingga tesis ini dapat menjadi pembahasan yang utuh, menyeluruh serta sistematis.

Bab I merupakan pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan signifikansi penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metode

penelitian dan sistematika pembahasan. Bab ini penting untuk memberikan gambaran umum terkait penelitian ini.

Bab II membahas tentang perkembangan media Islam di Indonesia, yang meliputi perkembangan media Islam secara umum dan secara khusus di Indonesia. Pembahasan ini juga berkaitan dengan perkembangan media Islam di Indonesia era Orde Baru, Reformasi hingga era Internet seperti sekarang. Pada pembahasan ini, peneliti juga fokus pada bagaimana beragam ideologi Islam menjadi penting pada fenomena perkembangan media Islam di Indonesia. Adapun sub bab pembahasannya adalah “Islam, Ideologi dan Media Cetak”, “Dinamika Media Islam di Era Internet”, dan “Eksistensi Organisasi Perempuan Muslim di Ruang Publik”. Bab ini menjadi pemantik awal sebelum masuk lebih spesifik kepada pembahasan adaptasi dan wacana Suara ‘Aisyiyah di ruang digital, dan menjadi jawaban atas rumusan masalah yang pertama.

Bab III membahas tentang adaptasi Suara ‘Aisyiyah dari cetak ke digital. Dalam bab ini, peneliti fokus menguraikan hasil dan pembahasan mengenai proses adaptasi Suara ‘Aisyiyah ke media digital, upaya-upaya adaptasi yang dilakukan serta hal-hal lainnya yang berkaitan dengan proses adaptasi ini. Bab ini terdiri dari sub bab gambaran umum majalah Suara ‘Aisyiyah dan proses adaptasi majalah Suara ‘Aisyiyah. Bab ini disusun untuk menjawab rumusan masalah yang kedua.

Bab IV membahas tentang wacana Suara ‘Aisyiyah di ruang digital. Pada bab ini, peneliti memaparkan hasil analisis isi pada konten Instagram dan artikel yang dimuat dalam situs web Suara ‘Aisyiyah. Peneliti membatasi analisis pada

konten dan artikel yang dipublikasikan pada rentang bulan Desember 2022 hingga Oktober 2023. Bab ini terdiri dari 3 sub bab pembahasan, yaitu Landasan Ideologi Suara ‘Aisyiyah, Wacana Perempuan Berkemajuan, dan Wacana Kesetaraan Gender. Bab ini penting untuk menggambarkan wacana yang disuarakan perempuan Suara ‘Aisyiyah setelah beradaptasi ke media digital.

Bab V merupakan penutup yang berisi kesimpulan dari keseluruhan pembahasan yang ada pada penelitian ini serta saran. Bab ini berisi uraian secara ringkas yang menjawab seluruh rumusan masalah dari penelitian ini. Bab ini juga memudahkan pembaca untuk menemukan jawaban dan gambaran umum atas hasil dan pembahasan pada penelitian ini.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Perkembangan media cetak Islam di Indonesia sangat dinamis. Media cetak Islam yang semula dibatasi eksistensinya di era Orde Baru kemudian bangkit dan menjadi fenomenal di era Reformasi, khususnya ketika kebangkitan Islam terjadi dan didukung oleh adanya gerakan-gerakan islamisme. Ideologi menjadi basis yang sangat penting bagi perkembangan media cetak Islam di Indonesia.

Kemudian di era Internet, media cetak Islam banyak yang redup bahkan berhenti beroperasi. Media Islam berbasis cetak banyak digantikan dengan media-media berbasis digital yang lebih baru dan belum pernah ditemukan sebelumnya, baik berupa situs web maupun akun media sosial. Sehingga, secara tidak langsung media-media lama termasuk Suara 'Aisyiyah tertantang oleh media-media Islam baru berbasis digital dan dihadapkan dengan tuntutan adaptasi.

Fenomena kontestasi media Islam lama dan baru ini juga terjadi di lingkup perempuan. Banyak media-media Islam baru berbasis digital tentang perempuan muslim yang kita temukan saat ini. Masing-masing memiliki latar belakang keislaman yang berbeda-beda. Suara 'Aisyiyah sebagai media perempuan muslim tertua yang dikelola oleh organisasi sosial keagamaan yang tua juga usianya, kemudian memanfaatkan media digital sebagai bentuk adaptasinya di era media digital. Suara 'Aisyiyah berhasil bertahan dengan menghadirkan majalah digital, situs web dan akun-akun media sosial Suara 'Aisyiyah.

Adaptasi yang dilakukan oleh media basis cetak milik organisasi keagamaan sosial ke media digital memungkinkan adanya hibriditas pembaca. Pembaca Suara ‘Aisyiyah tidak lagi terbatas pada para anggota ‘Aisyiyah yang membaca majalah cetaknya, namun juga individu-individu di luar keanggotaan ‘Aisyiyah yang tergabung sebagai pengikut media sosial Suara ‘Aisyiyah. Kekuatan ideologi juga masih menjadi faktor penting dalam proses adaptasi Suara ‘Aisyiyah di media digital, mulai dari penentuan para ahli strategi digital hingga penentuan konten yang tidak boleh terlepas dari nilai-nilai yang ditentukan oleh ‘Aisyiyah.

Para ahli strategi digital juga menjadi peran penting dalam adaptasi Suara ‘Aisyiyah di media digital. Pekerjaan mereka tentu berdampak pada Suara ‘Aisyiyah, mulai dari mengemas konten sedemikian rupa untuk mendukung proses regenerasi pembaca, meningkatkan jumlah pembaca dan interaksi di media digital, hingga mempertahankan nilai ideologis Muhammadiyah dan ‘Aisyiyah dalam konten yang dibuat.

Proses regenerasi melalui media digital membuat pembaca majalah Suara ‘Aisyiyah yang semula didominasi oleh ibu-ibu anggota ‘Aisyiyah yang usianya tergolong cukup tua, kini menjadi lebih beragam dan berasal dari berbagai kalangan, baik yang muda dan tua, maupun laki-laki-laki dan perempuan. Selain itu, Suara ‘Aisyiyah mampu menjangkau pembaca di luar keanggotaan Muhammadiyah dan ‘Aisyiyah. Suara ‘Aisyiyah membangun komunitas berjejaring melalui media digital yang secara tidak langsung mendukung dan

membantu organisasi tersebut dalam menanamkan nilai-nilai ideologisnya di ruang digital.

Wacana Islam dan perempuan Berkemajuan dengan mengedepankan kesetaraan gender melalui konsep pemberdayaan menjadi ciri khas bagi Suara 'Aisyiyah di tengah-tengah maraknya wacana Islam yang cenderung bias gender. Suara 'Aisyiyah di ruang digital, secara tidak langsung menggambarkan gagasan *cyberfeminism* yang menawarkan pembebasan dari subordinasi dan domestikasi.

Ideologi kemudian tetap menjadi pondasi yang kuat bagi media yang dimiliki oleh organisasi sosial keagamaan lama seperti Suara 'Aisyiyah di ruang digital. Ketika media tersebut dihadapkan pada tantangan dan beradaptasi dengan perkembangan internet serta media digital yang memiliki sifat yang lebih dinamis dan cair, esensi ideologis tetap memegang peran sentral dalam membentuk konten, nilai, dan pesan yang disampaikan. Hal ini menunjukkan bahwa elemen-elemen tradisional dan nilai-nilai yang berakar pada ideologi tetap memainkan peran yang signifikan dalam membentuk identitas dan arah komunikasi organisasi sosial keagamaan di ruang digital.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

B. Saran

Sebagai penutup dari penelitian ini, peneliti menyarankan pada peneliti selanjutnya yang akan meneliti terkait dengan agama dan media baru untuk mengambil objek penelitian dari media-media Islam perempuan, karena saat ini pergerakan perempuan di dunia digital semakin banyak kita jumpai dan perlu diteliti lebih mendalam untuk mendapatkan temuan-temuan baru yang lebih signifikan.

Selain itu, peneliti berharap tim media digital Suara 'Aisyiyah dapat mengoptimalkan evaluasi melalui fitur analisis *insight* baik yang ada pada situs web maupun media sosial, khususnya Instagram. Hal ini tidak lain agar proses regenerasi pembaca melalui media digital yang diinginkan oleh Suara 'Aisyiyah dapat lebih terukur dan tercapai sesuai target yang diinginkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Amar. "Perkembangan Media Online dan Fenomena Disinformasi (Analisis pada Sejumlah Situs Islam)", *Jurnal Pekommas* 16 No.3 (2013): 177-186.
- Alatas, Salim dan Vinnawaty Sutanto. "Cyberfeminisme dan Pemberdayaan Perempuan Melalui Media Baru", *Jurnal Komunikasi Pembangunan* 17 No.2 (2019): 165-176.
- Bunt, Gary R. *Islam in the digital age: E-jihad, online fatwas and cyber Islamic environments*. London: Pluto Press: 2003.
- Campbell, Heidi A. Understanding the relationship between religion online and offline in a networked society, *Journal of the American Academy of Religion* 80 No. 1 (2012): 64-93.
- _____. *Digital creatives and the rethinking of religious authority*. New York: Routledge, 2020.
- Campbell, Heidi A dan Wendi Bellar. *Digital Religion: The Basics*. New York: Routledge, 2023.
- Castells, Manuel. *The network society: A cross-cultural perspective*. United Kingdom: Edward Elgar Publishing, 2004.
- Fealy, Greg, dan Sally White, S. (Eds.). *Expressing Islam: Religious life and politics in Indonesia*. Institute of Southeast Asian Studies. Singapore: ISEAS Publishing, 2008.
- Federspiel, Howard M. *Islam and ideology in the emerging Indonesian state: The Persatuan Islam (PERSIS)*. Leiden: Brill, 2001.

- Ghofur, Abd. Kebangkitan Islam di Indonesia (Tela'ah Tentang Munculnya Ormas Islam Awal Abad 20 M). *TOLERANSI: Media Ilmiah Komunikasi Umat Beragama* 4 No. 2 (2012): 115-131.
- Hapsari, Twediana Budi, Muzayana, dan Fajar Iqbal. Deradicalisation or moderation? (The counter-radicalism framing of Muhammadiyah and Nahdhatul Ulama in Indonesia). *The Journal of International Communication* (2023): 1-17.
- Hefner, Robert W (Ed.). *Routledge handbook of contemporary Indonesia*. NewYork: Routledge, 2018.
- Hjarvard, Stig. The mediatization of religion: A theory of the media as agents of religious change. *Northern Lights: Film & Media Studies Yearbook* 6 No.1 (2008): 9-26.
- Kailani, Najib. Forum Lingkar Pena and Muslim Youth in Contemporary Indonesia. *RIMA: Review of Indonesian and Malaysian Affairs* 46 No.1 (2012): 33-53.
- Kurniawan, Erik. "Media NU, Sejak Berdiri hingga Munculnya NU Online". www.kompasiana.com. Diakses 12 Agustus 2023.
- Lundby, Knut. (Ed.). *Mediatization of communication*. Germany: Deutsche Nationalbibliothek, 2014.
- Makboul, Laila. "Going online. Saudi female intellectual preacher in the new media". Simon Stjernholm dan Elisabeth Özdalga (ed.). *Muslim Preaching in the Middle East and Beyond. Historical and Contemporary Case Studies*. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2020.

- Miller, Vincent. New media, networking and phatic culture. *Convergence* 14 No. 4 (2018): 387-400.
- Mu'arif. "Lembaran Khusus Isteri-Islam: Cikal Bakal Majalah Suara Aisyiyah". ibtimes.id. Diakses 21 September 2023.
- Muttaqin, Jamalul. "Ulama Perempuan dalam Dakwah Digital (Studi Kebangkitan dan Perlawanan atas Wacana Tafsir Patriarkis)", *Living Sufism: Journal of Sufism and Psychotherapy* 1 No. 1 (2022); 92-104.
- Riddell, Petter G. "The diverse voices of political Islam in post-Suharto Indonesia", *Islam and Christian-Muslim Relations* 13 No.1 (2002): 65-84.
- Rifai, Ahmad. "The Discourse of Women's Piety and Gender Bias Construction on Muslimah Websites In Indonesia", *Al-Balagh: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 6 No. 2 (2022): 303-328.
- Rinaldo, Rachel. *Mobilizing piety: Islam and feminism in Indonesia*. New York: Oxford University Press, 2013.
- Robinson, Francis. Technology and religious change: Islam and the impact of print. *Modern Asian Studies*, 27 No. 1 (1993): 229-251.
- Setiawan, Silvy Dian. "Suara 'Aisyiyah Raih Rekor Majalah Perempuan Tertua Dunia". republika.co.id. Diakses 21 September 2023.
- Setyowati, Hajar Nur. "Suara Aisyiyah: dari Kita untuk Kita". Diakses pada 21 September 2023.
- Shofiyulloh, Ahmad. "Analisis Wacana Kritis Konsep Teologi Kerukunan dalam Website IBTimes.ID", Disertasi doktor UIN Sunan Kalijaga, 2021.

- Sofia, Adib. Konsep Awal Pemberdayaan Masyarakat oleh Aisyiyah Kajian Media terhadap Suara ‘Aisyiyah Edisi Pra-Kemerdekaan. *Aplikasia: Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama*, 21 No. 1 (2021): 45-58.
- Steele, Janet. *Mediating Islam: Cosmopolitan Journalisms in Muslim Southeast Asia*. Washington: University of Washington Press, 2018
- Thompson, John B. *The Media and Modernity: a Social Theory of the Media*. Cambridge: Polity Press, 1995.
- Turner, Bryan S Religious authority and the new media. *Theory, Culture, and Society* 24 No. 2 (2016): 195-212.
- Watson, C. W. Islamic books and their publishers: notes on the contemporary Indonesian scene. *Journal of Islamic Studies*, 16 No.2 (2005): 177- 210.
- Zahara, Mila Nabila, Dadan Wildan, dan Siti Komariah. Gerakan hijrah: Pencarian identitas untuk muslim milenial di era digital. *Indonesian Journal of Sociology, Education, and Development* 2 No. 1 (2020): 52-65.
- Zuhri, Saifuddin, Moh Hidayat Noor dan Miski. Komunitas Online www.annah.com serta Seruan Kembali pada Al-Quran dan Hadis. *Proceedings of Annual Conference for Muslim Scholars* No. 1 (2018): 144-160)
- “Tentang”. suaraaisyiyah.id. Diakses 18 September 2023.
- “Sejarah YPIA”. ypia.or.id. Diakses 12 Agustus 2023.
- “About Me”. rumaysho.com. Diakses 12 Agustus 2023.
- “About”. www.annah.id. Diakses 12 Agustus 2023.

“Tentang Kami”. hidayatullah.com. Diakses pada 12 Agustus 2023.

“Suara Muhammadiyah”. ensiklopedia.kemdikbud.go.id. Diakses pada 6 Agustus 2023.

