

## BAB II KAJIAN PUSTAKA

### A. Deskripsi Teori

#### 1. Living Qur'an

##### a. Pengertian Living Qur'an

Ditinjau dari segi bahasa, *Living Qur'an* adalah gabungan dari dua kata yang berbeda, yaitu *living*, yang berarti “hidup” dan Qur'an yang berarti kitab suci umat Islam. Secara sederhana, istilah *Living Qur'an* bisa diartikan dengan “(Teks) al Qur'an yang hidup di masyarakat.”

*Living Qur'an* pada hakekatnya bermula dari fenomena *Qur'an in Everyday Life*, yakni makna dan fungsi al Qur'an yang riil dipahami dan dialami masyarakat muslim. Dengan kata lain, memfungsikan al-Qur'an dalam kehidupan praksis di luar kondisi tekstualnya. Pemfungsian al Qur'an seperti ini muncul karena adanya praktek pemaknaan al Qur'an yang tidak mengacu pada pemahaman atas pesan tekstualnya, tetapi berlandaskan anggapan adanya “fadhilah” dari unit-unit tertentu teks al Qur'an, bagi kepentingan praksis kehidupan keseharian umat.<sup>1</sup>

Heddy Shri Ahimsa-Putra yang dikutip oleh Didi Junaedi mengklasifikasikan pemaknaan terhadap *Living Qur'an* menjadi tiga kategori:

- 1) *Living Qur'an* adalah sosok Nabi Muhammad Saw. yang sesungguhnya. Hal ini didasarkan pada keterangan dari Siti Aisyah ketika ditanya tentang akhlak Nabi Muhammad Saw. maka beliau menjawab bahwa akhlaq Nabi Saw. adalah al Qur'an. Dengan demikian Nabi Muhammad Saw. adalah “al Qur'an yang hidup”, atau *Living Qur'an*.
- 2) Ungkapan *Living Qur'an* juga bisa mengacu kepada suatu masyarakat yang kehidupan sehari-harinya menggunakan al Qur'an sebagai kitab

---

<sup>1</sup> Didi Junaedi, “Living Qur'an: Sebuah Pendekatan Baru dalam Kajian Al-Qur'an (Studi Kasus di Pondok Pesantren As-Siroj Al-Hasan Desa Kalimukti Kec. Pabedilan Kab. Cirebon),” *Jurnal of Qur'an and Hadith Studies*, Vol. 4, No. 2, (2015): 172.

acuannya. Mereka hidup dengan mengikuti apa-apa yang diperintahkan al Qur'an dan menjauhi hal-hal yang dilarang di dalamnya, sehingga masyarakat tersebut seperti "al Qur'an yang hidup", al Qur'an yang mewujud dalam kehidupan sehari-hari mereka.

- 3) Ungkapan tersebut juga dapat berarti bahwa al Qur'an bukanlah hanya sebuah kitab, tetapi sebuah "kitab yang hidup", yaitu yang perwujudannya dalam kehidupan sehari-hari begitu terasa dan nyata, serta beraneka ragam, tergantung pada bidang kehidupannya.<sup>2</sup>

Dalam kaitannya dengan tulisan ini, *Living Qur'an* adalah kajian atau penelitian ilmiah tentang berbagai peristiwa sosial terkait dengan kehadiran al Qur'an atau keberadaan al Qur'an di sebuah komunitas muslim tertentu.

*Living Qur'an* juga dapat diartikan sebagai fenomena yang hidup di tengah masyarakat Muslim terkait dengan Qur'an ini sebagai objek studinya. Oleh karena itu, kajian tentang *Living Qur'an* dapat diartikan sebagai kajian tentang berbagai peristiwa sosial terkait dengan kehadiran Qur'an atau keberadaan Qur'an di sebuah komunitas Muslim tertentu. Dengan pengertian seperti ini, maka dalam bentuknya yang paling sederhana *Living Qur'an* tersebut pada dasarnya sudah sama tuanya dengan Qur'an itu sendiri." Meskipun demikian, praktek-praktek tersebut belum menjadi objek kajian penelitian mengenai al Qur'an, sampai ketika para ilmuwan Barat ter-tarik untuk meneliti fenomena *Living Qur'an* tersebut.<sup>3</sup>

Dalam konteks penelitian *living Qur'an*, model-model resepsi dengan segala kompleksitasnya menjadi menarik untuk dilakukan, untuk melihat bagaimana proses budaya, perilaku yang di inspirasi atau di motivasi oleh kehadiran al Qur'an itu terjadi. Banyak yang berorientasi pada pemahaman dan pendalaman maknanya sampai hanya

---

<sup>2</sup> Didi Junaedi, "Living Qur'an: Sebuah Pendekatan Baru dalam Kajian Al-Qur'an (Studi Kasus di Pondok Pesantren As-Siroj Al-Hasan Desa Kalimukti Kec. Pabedilan Kab. Cirebon)," *Journal of Qur'an and Hadith Studies*, Vol. 4, No. 2, (2015): 173.

<sup>3</sup> Heddy Shri Ahimsa Putra, "The Living Al Qur'an: Beberapa Perspektif Antropologi", *Junal Walisongo*, Volume 20, No. 1, (2012), Universitas Gadjah Mada Yogyakarta: 238.

sekedar membaca al Qur'an sebagai ibadah ritual, atau untuk memperoleh ketenangan jiwa, ada pula model pembacaan al Qur'an yang bertujuan terapi pengobatan, *muraja'ah* Qur'an dan sebagainya. Apapun model bacaannya yang jelas kehadiran al Qur'an telah melahirkan berbagai bentuk respons yang sangat positif dari kaum muslimin dahulu maupun sekarang. Yang lebih menarik adalah bahwa al Qur'an ternyata tidak hanya di respon kaum muslimin tetapi juga para orientalis, meskipun tujuan studi quran mereka berbeda. Jika para orientalis cenderung memperlakukan al Qur'an hanya sebagai sebuah kitab suci yang menarik untuk diteliti.<sup>4</sup>

Keistimewaan al Qur'an ini begitu banyak dan hanya sebagian kecil yang diketahui oleh masyarakat seperti yang telah diketahui adalah keindahan isi-isi di dalam al Qur'an, keindahannya bisa terletak di susunan kalimat-kalimatnya, kata-katanya dan pada persamaan dan perbedaan bunyi akhir kata-kata yang memperlihatkan keteraturan pola-pola tertentu. Kemudian al Qur'an di maknai sebagai sebuah kitab yang sangat istimewa, bahkan dalam penyimpanannya orang tidak boleh melakukan seenaknya atau menyamakan dengan kitab-kitab yang lain. Al Qur'an bukanlah kitab biasa karena di dalamnya berisi kalam-kalam lewat cara-cara tertentu yang khusus dan sebagainya.<sup>5</sup>

Dari pengertian yang sudah dipaparkan diatas bisa disimpulkan bahwa *living Qur'an* adalah suatu kajian ilmiah dalam ranah studi al Qur'an yang meneliti suatu masalah al Qur'an dengan kondisi realita sosial di masyarakat.

#### **b. *Living Qur'an* dalam Lintas Sejarah**

Jika ditelisik secara historis, praktek memperlakukan al Qur'an, surat-surat atau ayat-ayat tertentu di dalam al Qur'an untuk kehidupan praksis umat, pada hakekatnya

---

<sup>4</sup> Abdul Mustaqim, *Metode Penelitian Alquran dan Tafsir* (Yogyakarta: Idea Press Yogyakarta, 2015), 104-106.

<sup>5</sup> Heddy Shri Ahimsa Putra, "The Living Al Qur'an: Beberapa Perspektif Antropologi", *Jurnal Walisongo*, Volume 20, No. 1, (2012), Universitas Gadjah Mada Yogyakarta: 243.

sudah terjadi sejak masa awal Islam, yakni pada masa Rasulullah Saw.<sup>6</sup>

Sejarah mencatat, Nabi Muhammad Saw. dan para sahabat pernah melakukan praktek ruqyah, yaitu mengobati dirinya sendiri dan juga orang lain yang menderita sakit dengan membacakan ayat-ayat tertentu di dalam al Qur'an. Hal ini didasarkan atas sebuah hadis shahih yang diriwayatkan oleh Imam al-Bukhari dalam *Sahih al-Bukhari*. Dari 'Aisyah r.a. berkata, bahwa "Nabi Muhammad Saw. pernah membaca surat *Al-Mu'awwidhatain*, yaitu surat Al-Falaq dan An-Nas ketika beliau sedang sakit sebelum wafatnya."

Dalam riwayat lain disebutkan, bahwa sahabat Nabi pernah mengobati seseorang yang tersengat hewan berbisa dengan membaca Al-Fatihah. Dari beberapa keterangan riwayat hadis di atas, menunjukkan bahwa praktek interaksi umat Islam dengan al Qur'an, bahkan sejak masa awal Islam, dimana Nabi Muhammad Saw. masih hadir di tengah-tengah umat, tidak sebatas pada pemahaman teks semata, tetapi sudah menyentuh aspek yang sama sekali di luar teks. Jika kita cermati, praktek yang dilakukan Nabi Muhammad Saw. dengan membaca surat *Al-Mu'awwidhatain* untuk mengobati sakitnya, jelas sudah di luar teks. Sebab secara semantis tidak ada kaitan antara makna teks dengan penyakit yang diderita oleh Nabi Muhammad Saw.<sup>7</sup>

Demikian juga halnya dengan praktek yang dilakukan oleh sahabat Nabi yang membacakan surat Al-Fatihah untuk mengobati orang yang terkena sengatan kalajengking. Secara makna, rangkaian surat al-Fatihah sama sekali tidak ada kaitannya dengan sengatan kalajengking. Dari beberapa praktek interaksi umat Islam masa awal, dapat dipahami jika kemudian berkembang pemahaman di masyarakat tentang fadilah atau khasiat

---

<sup>6</sup> Didi Junaedi, "Living Qur'an: Sebuah Pendekatan Baru dalam Kajian Al-Qur'an (Studi Kasus di Pondok Pesantren As-Siroj Al-Hasan Desa Kalimukti Kec. Pabedilan Kab. Cirebon)," *Journal of Qur'an and Hadith Studies*, Vol. 4, No. 2, (2015): 176.

<sup>7</sup> Didi Junaedi, "Living Qur'an: Sebuah Pendekatan Baru dalam Kajian Al-Qur'an (Studi Kasus di Pondok Pesantren As-Siroj Al-Hasan Desa Kalimukti Kec. Pabedilan Kab. Cirebon)," *Journal of Qur'an and Hadith Studies*, Vol. 4, No. 2, (2015): 177.

serta keutamaan surat-surat tertentu atau ayat-ayat tertentu di dalam al Qur'an sebagai obat dalam arti yang sesungguhnya, yaitu untuk menyembuhkan penyakit fisik.

Di samping beberapa fungsi tersebut, al Qur'an juga tidak jarang digunakan masyarakat untuk menjadi solusi atas persoalan ekonomi, yaitu sebagai alat untuk memudahkan datangnya rezeki.<sup>8</sup>

## 2. Hijab

### a. Pengertian Hijab

Hijab merupakan ekspresi rasa malu yang tercermin pada sikap kaum perempuan yang menutupi sisi sensualitasnya ketika bercampur dengan kaum laki-laki dalam berbagai aktivitas kemanusiaan, sosial, keilmuan, dan lain sebagainya. Hikmah di syari'atkannya hijab yaitu sebagai wujud refleksi kepedulian Allah Swt. terhadap persekutuan perempuan dan laki-laki, serta kesetaraan mereka dalam berbagai bidang.<sup>9</sup> Hikmah ini telah di kemukakan secara terperinci dalam al Qur'an surat al-Ahzab: 59. Seorang muslimah tidak boleh terlihat oleh laki-laki yang bukan mahramnya, kecuali mereka memakai hijab yang menutupi bagian kepala dan dada mereka. Kebanyakan muslimah zaman sekarang tidak menutupi tubuh mereka dengan sempurna. Mereka menampilkan bagian anggota badan yang diharamkan oleh Allah untuk ditampilkan seperti rambut ubun-ubun dan leher.<sup>10</sup>

Dalam QS. an-Nur ayat 31 menjelaskan makna aurat yang dimaksud adalah sesuatu dari anggota tubuh manusia yang membuat malu bila dipandang atau dipandang buruk atau malu untuk diperlihatkan, dan jika dibiarkan terbuka di mungkinkan bisa menimbulkan fitnah seksual. Oleh sebab itu, ijma' ulama' fiqih menyatakan bahwa aurat dari

---

<sup>8</sup> Didi Junaedi, "Living Qur'an: Sebuah Pendekatan Baru dalam Kajian Al-Qur'an (Studi Kasus di Pondok Pesantren As-Siroj Al-Hasan Desa Kalimukti Kec. Pabelan Kab. Cirebon)," *Journal of Qur'an and Hadith Studies*, Vol. 4, No. 2, (2015): 177.

<sup>9</sup> Ramadhan Al-Buthi, *Perempuan: Antara Kezaliman Sistem Barat dan Keadilan Islam*, 191.

<sup>10</sup> Nashiruddin al-Albani, *Kriteria Busana Muslimah (Mencakup Bentuk, Ukuran, Mode, Corak dan Warna Sesuai Standar Syar'i)*, 108.

pandangan orang dengan pakaian yang tidak tembus pandang dan tidak membentuk lekukan tubuh.<sup>11</sup>

Hijab disini mempunyai makna kain yang menutupi tubuh dari kepala hingga telapak kaki. Wanita muslimah di tuntut untuk memakai hijab yang menutupi seluruh tubuhnya. Wanita muslimah tidak diperbolehkan terlihat oleh laki-laki yang bukan mahrohnya, kecuali yang telah mengenakan hijab yang telah menutup kepala hingga dadanya.<sup>12</sup>

Hijab yang tidak sesuai dengan kriteria al Qur'an dan as Sunnah adalah hijab yang sudah mengalami perkembangan dalam penggunaannya. Hijab yang sudah tercampur dengan model-model yang menjang dalam kehidupan sehari-hari seiring dengan perkembangan zaman bisa dikatakan sebagai hijab modis. Masyarakat saat ini mampu menerima perubahan-perubahan, bahkan perubahan yang mereka tunjukkan lebih mengarah pada perubahan pakaian. Penggunaan pakaian saat ini seperti penggunaan hijab yang sudah mengalami perkembangan, sehingga penggunaan hijab yang sesungguhnya sudah berubah dari pengertian yang asli.<sup>13</sup>

#### **b. Sejarah Hijab**

Jilbab merupakan bentuk peradaban yang sudah dikenal beratus-ratus tahun sebelum datangnya Islam. Yang pertama mengenal jilbab adalah masyarakat Iran (Persia) tempo dulu, kelompok-kelompok Yahudi, dan besar kemungkinan sudah ada di India. Sedangkan bangsa Arab jahiliyyah belum mengenal jilbab kecuali setelah munculnya Islam. Dalam kepercayaan keagamaan, konsep jilbab telah ada sebelum Islam. Semua agama samawi dan umumnya agama-agama yang lain menyerukan kepada kaum perempuan untuk menggunakan penutup kepala dengan latar belakang dan motivasi masing-masing. Pada zaman dahulu sebelum Islam datang, wanita Arab biasa

---

<sup>11</sup> Husein Muhammad, *Fiqh Perempuan: Refleksi Kiai Atas Wacana Agama Dan Gender* (Yogyakarta: LKiS Yogyakarta, 2007), 68.

<sup>12</sup> Nashiruddin al-Albani, *Kriteria Busana Muslimah (Mencakup Bentuk, Ukuran, Mode, Corak dan Warna Sesuai Standar Syar'i)*, 108.

<sup>13</sup> Anilatin Naira, "Makna Budaya Pada Jilbab Modis: Study Pada Anggota Hijab Style Community Malang," *Jurnal Sosiologi* 1 (2014): 6.

mengenakan pakaian dengan model dan bentuk tertentu, seperti kerudung untuk menutupi kepala, baju panjang untuk menutup tubuh, jilbab yang dipakai di atas baju panjang bersama kerudung, dan cadar yang dipakai oleh sebagian wanita untuk menutup wajahnya dengan lubang pada bagian kedua matanya.

Jilbab dikalangan Yahudi dipakai pertama kali oleh perempuan yang menstruasi untuk menutup mata terhadap pancaran sinar matahari dan bulan. Pancaran mata perempuan yang menstruasi dipercaya berbahaya karena dapat menimbulkan bencana alam ataupun bencana masyarakat. Dalam perkembangannya, jilbab digunakan sebagai pengganti “pengasingan” bagi perempuan yang menstruasi dikalangan bangsawan. Mereka tidak perlu lagi menjalani pengasingan khusus bagi perempuan yang menstruasi, tetapi cukup menggunakan jilbab. Sedangkan di daerah Yunani, jilbab berkaitan erat dengan teologi atau mitologi menstruasi. Perempuan yang sedang menstruasi harus diasingkan secara sosial karena diyakini dalam kondisi “kotor” sehingga mudah dirasuki iblis. Untuk menghalangi masuknya iblis ke diri perempuan tersebut maka harus ditutupi dengan jilbab, sehingga iblis tidak bisa masuk.

Penggunaan jilbab pada awalnya tidak dimaksudkan sebagai perhiasan, tetapi sebagai sarana penolak musibah dan *signal warning*. Namun pada perkembangan selanjutnya, jilbab mendapat legitimasi agama. Jilbab dijadikan pakaian wajib bagi perempuan, khususnya ketika menjalani ritual keagamaan. Dan semakin berkembangnya zaman pemakaian jilbab bagi kalangan Yahudi menjadi simbol status sosial yang tinggi, pemakaiannya tidaklah merupakan penderitaan bagi perempuan, tapi menjadi sebuah kebanggaan.

Peradaban-peradaban silam yang mewajibkan pengenaaan jilbab bagi wanita tidak bermaksud menjatuhkan kemanusiannya dan merendahkan martabat seorang wanita. Akan tetapi, semata untuk menghormati dan memuliakannya, agar nilai-nilai dan norma-norma sosial dan agama mereka tidak runtuh.<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> Mufasiroh, “Studi Komparasi Tafsir Al-Misbah dan Tafsir Al-Qur’an Al-Azim Terhadap Ayat Jilbab,” 22.

### c. Perkembangan Hijab

Hijab sebenarnya sudah digunakan di Indonesia sejak jaman pra penjajahan, masa penjajahan hingga saat ini. Sejak era Reformasi, kelompok-kelompok bernuansa Islam semakin gencar dalam menunjukkan eksistensinya, baik pada aspek gerakan berskala makro hingga gaya hidup yang paling mikro yang terjadi pada berbagai varian Islam di Indonesia, seperti Nadhatul Ulama (NU), Muhammadiyah, Tarbiyah, Salafi, HTI, dan sebagainya. Kesadaran terhadap Islam ini pada era kekinian semakin ditunjukkan tidak hanya melalui perjuangan pergerakan, melainkan sampai pada hal-hal yang mendasar dan simbolis berupa penggunaan hijab.<sup>15</sup>

Tahapan perkembangan penggunaan hijab di Indonesia memiliki fasenya sendiri, mulai dari hijab yang hanya digunakan remaja dan anak sekolah, orang tua yang menggunakan hijab, hingga hijab kian melejit hingga abad 21 ini. Perkembangan ini terjadi seiring dengan munculnya gerakan Islam transnasional di Indonesia, ditambah perkembangan *trend* yang turut mempengaruhi penyebarluasan hijab secara masif melalui kapitalisasi hijab di pasar.<sup>16</sup>

Dahulu tidak banyak wanita muslim khususnya di Indonesia yang mengenakan hijab untuk menjalankan perintah agama. Hal ini terjadi karena adanya benturan budaya Indonesia yang memang tidak ada anjuran untuk mengenakannya dan jauh dari budaya hijab yang kental akan Negara timur tengah ini. Alhasil sebagian wanita muslim saja yang notabene memiliki kepercayaan agama kuat yang mau mengenakan hijab. Berbagai spekulasi alasan pun ikut terlontar oleh para wanita di Indonesia. Kondisi iklim tropis Indonesia yang membuat mereka enggan menggunakan hijab dan lebih lagi alasan mereka melihat gaya hijab yang kuno dan dapat membatasi gaya mereka dalam berbusana.

Namun seiring dengan perkembangan zaman yang ditopang oleh teknologi informasi dan komunikasi saat ini anggapan wanita muslim mengenai hijab telah berubah.

---

<sup>15</sup> Eveline Ramadhini, "Jilbab Sebagai Representasi Simbolik Mahasiswa Muslim di Universitas Indonesia," *Jurnal Sosiologi Masyarakat*, no. 8 (2017): 93.

<sup>16</sup> Ramadhini, 93.

*Fashion* hijab tidak lagi dikaitkan dengan perintah agama tapi lebih dieratkan pada hubungan dengan tampil menarik dan trendi. Kemoderenan hijab muncul akibat disandingkannya dengan dunia *fashion*. Hijab kini berada pada situasi yang dilema ketika berhadapan dengan media dan gaya hidup pop. Hal ini seperti adanya persimpangan nilai-nilai spiritual dengan nilai-nilai budaya modern.<sup>17</sup>

Banyak orang yang menggunakan media sosial untuk ide berbusananya, untuk mencari inspirasi dan yang terahir untuk mencari trend terbaru. Fashion stylist papan atas mempertunjukkan gaya mereka dengan menggunakan koleksi pakaian bermerk yang eksklusif pada twitter dan pinteres. Media sosial telah menjadi media utama yang sangat berperan pada perkembangan hijab dalam arus sosial dan dunia *fashion*. Media sosial sangat berpengaruh pada perkembangan trend *fashion* hijab, terlihat dari munculnya komunitas hijab yang mewarnai panggung media sosial. Tidak hanya pada media online saja mereka juga melakukan kegiatan bersama dengan kopi darat. Media sosial juga memunculkan beberapa ikon hijab seperti Hanna Tajima dan Dian Pelangi. Mereka merupakan sedikit dari banyaknya ikon yang bermunculan di media sosial. Kedua ikon ini dikenal luas oleh para wanita muslim melalui media sosial youtube, instagram, facebook, twitter, dan blog, kini mereka menjadi ikon hijab yang trendi namun syar'i.<sup>18</sup>

Pada tahun 1980-2010 hijab atau jilbab sudah mulai menjadi *trend* di kalangan masyarakat. Hijab atau jilbab sudah merupakan dunia baru dalam *fashion* yang di dukung oleh banyaknya media sosial yang memberikan pengaruh besar terhadap perkembangan *fashion* di Indonesia. Ketika Islam mulai berkembang, penggunaan hijab atau jilbab diperluas batasan, sehingga Islam tidak menciptakan hijab atau jilbab tetapi melainkan menerimanya dalam bentuk yang disesuaikan dengan perintah Allah Swt. Pada tahun 2011 sampai sekarang hijab atau jilbab menjadi *trend fashion* karena adanya

---

<sup>17</sup> Devita Maulida Chairu Uma, "Media Sosial Dan Perkembangan Fashion Hijab," *Jurnal Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Sebelas Maret Kota Surakarta*, 2014, 11.

<sup>18</sup> Chairu Uma, 12.

komunitas perempuan muslim yang mengusung jilbab dengan istilah hijab dan komunitas perempuan muslim itu menamakan dirinya sebagai Hijabers. Kemudian, munculah model-model hijab atau jilbab yang beraneka ragam. Dari perubahan zaman itulah perempuan muslimah mulai mengubah dan mengikuti gaya berpakaian dengan mengubah bentuk kerudung yang mereka kenakan menjadi modern.<sup>19</sup>

#### d. Perbedaan Hijab dan Jilbab

Secara etimologi kata hijab berasal dari bahasa Arab *hajaba* kata tersebut diterjemahkan dengan menutup, menyendirikan, memasang tirai, menyembunyikan, membentuk pemisahan hingga memasang topeng. *Al-hijab* berarti benda yang menutupi sesuatu. makna hijab adalah menutupi atau menghalangi pandangan laki-laki dari sesuatu yang wajib ditutupi yakni aurat. Hijab wanita dalam Islam yang dimaksud adalah kewajiban seorang wanita agar menutup badannya ketika berbaur dengan laki-laki yang menurut agama bukan muhrim dan tidak mempertontonkan kecantikannya dan tidak pula memakai perhiasan.

Secara etimologis, kata jilbab berasal dari bahasa Arab yang jamaknya adalah *jalaabiib* atau diartikan sebagai pakaian yang lapang atau luas, secara istilah kemudian diartikan sebagai pakaian yang lapang dan dapat menutup aurat wanita kecuali muka dan kedua telapak tangan hingga pergelangan saja yang ditampakkan. Ibnu Hazm mengatakan jilbab menurut bahasa Arab yang disebutkan oleh Rasulullah Saw. adalah pakaian yang menutupi seluruh badan bukan hanya sebagiannya. Dan di dalam al Qur'an sendiri dalam tafsirnya QS. al-Ahzab ayat 59, jilbab adalah busana terusan yang longgar untuk menutupi seluruh tubuh wanita sehingga tidak terlihat lekuk tubuhnya kecuali wajah dan telapak tangannya. Di dalam masyarakat jilbab dikenal sebagai penutup kepala tetapi pada dasarnya sesuai penjelasan diatas, jilbab adalah

---

<sup>19</sup> Firza Ristin ova, "Makna Hijab Atau Jilbab di Kalangan Mahasiswa Universitas Airlangga," *Jurnal Antro Unairdot Net, Departemen Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga V*, no. 2 (2016).

pakaian longgar yang dijulurkan keseluruh tubuh untuk menutup aurat yang tidak boleh dinampakkan.<sup>20</sup>

Menurut Ust. Felix Y. Siau di dalam bukunya yang berjudul “Yuk Berhijab” menyebutkan bahwa hijab itu sendiri adalah penggabungan antara jilbab, kerudung (Khimar) dan memakai kaos kaki untuk menutup auratnya. Sedangkan jilbab itu sendiri adalah sejenis pakaian longgar yang dapat men utupi seluruh tubuh wanita muslimah.

Hijab adalah menutupi sebsagai makna dasarnya, makna luasnya tergantung pada konteks yang digunakan, jika konteksnya adalah pakaian, maka hijab adalah mengenai tata cara berpakaian yang baik (syar’i) menurut islam secara umum. Dalam konsep berpakaian islami, poin penting dari berpakaian adalah menutupi atau memberi hijab terhadap aurat itu sendiri. Hal ini berarti hijab juga akan menyangkut masalah jilbab, khimar atau kerudung dan segala sesuatu yag menjadi konsep pakaian islami yang menutup aurat. Jadi jika membahas hijab sudah otomatis terkandung di dalamnya makna jilbab dan himar sebagai bagian dari hijab tersebut, sebab hijab berfungsi sebagai penutup, dan jilbab serta kerudung adalah salah satu jenis penutup.<sup>21</sup>

### 3. Media

#### a. Pengertian dan Model Media

Kata media berasal dari bahasa latin yang merupakan bentuk jamak dari kata *medium* yang be rarti perantara atau pengantar. Media merupakan suatu perantara untuk penyampaian pesan dari pengirim kepada penerima. Media merupakan bentuk komunikasi baik tercetak maupun audiovisual yang dapat dimanipulasi, dilihat, didengar, dan dibaca hingga dapat merangsang pikiran, perasaan, minat, dan perhatian terhadap masyarakat secara luas.<sup>22</sup>

<sup>20</sup> Laely Rahmawati, “Nilai-Nilai Pendidikan Islam Dalam Qs Al-Ahzab 59 Dan Qs An-Nur 31: Study Persepsi Mahasiswi Tentang Perintah Berhijab Dan Implementasinya” (Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2017), 31.

<sup>21</sup> Rahmawati, 31.

<sup>22</sup> Noor Fais Salafuddin, “Pengaruh Media Audio Visual Gerak Terhadap Keefektifan Belajar Pada Mata Pelajaran Sejarah Kebudayaan Islam di MTS NU

Komunikasi dalam konteks massa atau lebih di kenal dengan komunikasi massa yaitu suatu pesan yang disampaikan melalu media massa pada sejumlah orang atau jaringan luas. Pada hakekatnya komunikasi massa dilakukan oleh suatu organisasi media massa kepada khalayak luas melalui konsep *media encoding*, yaitu proses dimana organisasi media memediakan pesannya kepada khalayak luas.<sup>23</sup>

Media massa mempunyai bias terhadap khalayak, hal ini dikarenakan media massa tidak berada di ruang vakum. Media massa sesungguhnya berada di tengah realitas sosial yang sarat dengan berbagai kepentingan, konflik, dan fakta yang kompleks dan beragam. Media massa sebagaimana lembaga-lembaga pendidikan, agama, seni, dan kebudayaan merupakan bagian dari alat kekuasaan Negara yang bekerja secara ideologis guna membangun kepatuhan khalayak terhadap kelompok yang berkuasa. Antonio Gramsci melihat media sebagai ruang dimana berbagai ideologi di presentasikan. Hal ini berarti, di satu sisi media bisa menjadi sarana penyebaran ideologi penguasa, alat legitimasi, dan kontrol atas wacana publik. Namun di sisi lain, media juga bisa menjadi alat resistensi terhadap kekuasaan. Media bisa menjadi alat untuk membangun kultur dan ideologi dominan bagi kepentingan kelas dominan, sekaligus juga menjadi instrumen perjuangan bagi kaum tertindas untuk membangun kultur dan ideologi tandingan.

Disamping ke pentingan ideologi antara masyarakat dan Negara, dalam media massa juga terse lubang kepentingan yang lain, seperti kepentingan kapitalisme pemilik modal, kepentingan keberlangsungan lapangan kerja bagi karyawan dan sebagainya. Me dia akan terus bergerak secara dinamis di tengah pusaran-pusaran kepentingan yang sedang bermain. Hal inilah yang menimbulkan bias berita di media massa.<sup>24</sup>

---

Assalam Tanjungkarang Jati Kudus” (Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kudus Jurusan Tarbiyah, 2016), 9.

<sup>23</sup> Hasyim Ali Imron, “Media Massa, Khalayak Media, The Audience Theory, Efek Isi Media Dan Fenomena Diskursif: Sebuah Tinjauan Dengan Kasus Pada Surat Kabar Rakyat Merdeka,” *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media* 16, no. 1 (2012): 48.

<sup>24</sup> Shobur, *Analisis Teks Media*, 30.

Dalam proses komunikasi sering di manfaatkan dengan menggunakan media. Media sendiri terbagi menjadi beberapa jenis seperti media elektronik (TV dan radio), media cetak (press, surat kabar, dan majalah), dan juga media *online*. Menurut Kaplan dan Haenlein ada enam jenis media sosial<sup>25</sup>:

1) Proyek Kolaborasi

Website yang mengizinkan usernya untuk dapat mengubah, menambah, ataupun meremove konten-konten yang ada di website ini. Contohnya adalah Wikipedia.

2) Blog dan Microblog

User lebih bebas dalam mengekspresikan sesuatu di blog ini seperti curhatan atau mengkritik pemerintah. Contohnya adalah twitter.

3) Konten

Para user dari pengguna website ini saling berbagi konten-konten media, baik itu video, ebook, gambar, dan lain sebagainya. Contohnya adalah youtube.

4) Situs Jejaring Sosial

Aplikasi ini mengizinkan user untuk bisa terhubung dengan cara membuat informasi pribadi sehingga dapat terhubung dengan orang lain. Informasi tersebut dapat berupa foto-foto. Contohnya adalah facebook dan instagram.

5) *Virtual Game World*

Dunia virtual mereplikasikan lingkungan 3D dimana user bisa muncul dalam bentuk avatar-avatars yang diinginkan serta berinteraksi dengan orang lain selayaknya di dunia nyata. Contohnya adalah game online.

6) *Virtual Social World*

Dunia virtual dimana penggunaannya penggunaannya merasa hidup di dunia virtual, sama seperti *virtual game world* yang berinteraksi dengan yang lain. Namun *virtual social world* lebih bebas, dan lebih kearah kehidupan. Contohnya adalah *second life*.

---

<sup>25</sup> Anang Sugeng Cahyono, Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia, *Artikel*, Hlm. 144.

## b. Manfaat dan Karakter Media

Kaum pluralis melihat media sebagai saluran yang bebas dan netral, dimana semua pihak dan kepentingan dapat menyampaikan posisi dan pandangannya secara bebas. Namun kaum kritis memandang media bukan hanya dari kelompok dominan, tetapi juga memproduksi ideologi dominan. Media membantu kelompok dominan menyebarkan gagasannya, mengontrol kelompok lain, dan membentuk konsensus antar anggota komunitas. Lewat medialah, ideologi dominan, apa yang baik dan apa yang buruk, dimapankan. Media bukanlah sekadar saluran yang bebas, ia juga subjek mengkontruksi realitas, lengkap dengan pandangan, bias, dan pemihakannya.<sup>26</sup>

Media dipandang sebagai arena perang antarkelas, yaitu media diskusi public dimana masing-masing kelompok sosial saling bertarung, saling menyajikan perspektif untuk memberikan pemaknaan terhadap suatu persoalan. Targetnya adalah agar pandangannya lebih diterima oleh publik. Media dapat dilihat sebagai tempat bertemunya semua kelompok dengan sudut pandang yang berbeda-beda. Setiap kelompok berusaha menonjolkan basis penafsiran, klaim, dan argumentasi masing-masing. Setiap kelompok menggunakan logika penafsiran dan bahasa tertentu agar pandangannya lebih diterima oleh publik.<sup>27</sup>

Ada beberapa manfaat dari penggunaan media sosial oleh masyarakat di seluruh dunia, diantaranya yaitu<sup>28</sup>:

### 1) Meningkatkan Harga Diri

Jika seseorang mempunyai media sosial, maka ia dianggap mempunyai nilai yang lebih dari orang yang tidak punya, dan selangkah lebih maju di era globalisasi ini.

### 2) Menyebarkan Ide

Isi media sosial lebih identik dengan tulisan, gambar, music, video, dan lain sebagainya. Jika seseorang mempunyai ide dan ingin di sebarakan kepada seluruh dunia, maka lebih baik menggunakan

<sup>26</sup> Eriyanto, *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*, (Yogyakarta: LKiS, 2011), 36.

<sup>27</sup> Eriyanto, 38.

<sup>28</sup> Herinoto, *Manfaat-manfaat Website Sebagai Toko*, 2011, *Artikel. Doc*.

tulisan yang bisa di tampilkan dalam bentuk media visualisasi seperti media sosial internet.

3) Menjualkan Ide

Ide lahir dari sebuah pemikiran, jika seseorang mempunyai pemikiran untuk mempromosikan sebuah iklan di media sosial, maka itu merupakan sesuatu yang bagus karena jangkauan sosial yang lebih luas hingga iklan dalam bentuk apapun bisa lebih mudah dilihat oleh banyak orang dan lebih cepat menghasilkan pundi-pundi rupiah.

4) Melayani kepuasan para fans

Saling berbagi informasi yang memuaskan dan mampu memberikan nilai lebih akan sangat menyenangkan bagi pengikut media sosial dan dapat menjadikan sang pemberi informasi tersebut sebagai raja. Para pengikut pun akan percaya dan memberikan apa saja karena kepuasan dan jasa dari sang pemberi informasi.

5) Mempunyai potensi teman lebih banyak.

Karena jaringan yang luas hingga keseluruhan dunia, maka kesempatan untuk saling kontak dan berhubungan satu dengan yang lain. Meskipun tidak pernah bertemu secara muka, namun hubungan bisa lebih di eratkan secara maya layaknya orang yang saling berbicara di dunia nyata. Maka kesempatan untuk terbuka dengan teman dari berbagai kota dan manca Negara pun semakin besar.

Media sosial dalam kehidupan masyarakat modern mempunyai peranan yang sangat penting. Menurut Mc Quail dalam bukunya *Mass Communication Theories* ada beberapa peranan media<sup>29</sup>:

- 1) Media dipandang sebagai jendela yang memungkinkan khalayak untuk melihat fenomena yang sedang terjadi di dunia luar. Media juga dijadikan sebagai sarana untuk mengetahui berbagai peristiwa.
- 2) Media dijadikan sebagai cermin dari berbagai peristiwa yang ada dimasyarakat dan dunia yang merefleksikan apa adanya. Makanya para pengelola

---

<sup>29</sup> Aria Aditya Setiawan, Peran Media Massa Dalam Meningkatkan Kualitas Kepemerintahan Lokal Berbasis Human Security Di Kota Jayapura, *Artikel*. Pdf.

media sering merasa tidak bersalah jika isi media penuh dengan keburukan dan kekerasan karena memang menurut mereka faktanya adalah demikian terlepas dari rasa suka atau tidak. Padahal sesungguhnya arah dan *framing* dari cermin yang dianggap sebagai realitas tersebut di putuskan oleh professional media dan khalayak pun tidak bebas mengetahui apa yang mereka inginkan.

- 3) Media dipandang sebagai filter yang menyeleksi berbagai hal yang layak untuk diberi perhatian atau tidak. Media memilih berita, informasi, atau konten yang lain berdasarkan standar penggunaannya. Dalam hal ini masyarakat di beri pilihan oleh media tentang hal-hal yang layak di ketahui dan di beri perhatian.
- 4) Media massa dipandang sebagai penunjuk jalan yang menunjukkan arah dari berbagai hal ketidakpastian dan juga berbagai alternatif yang beragam.
- 5) Media massa sebagai forum untuk mempresentasikan berbagai informasi dan ide-ide kepada masyarakat sehingga memungkinkan terjadinya tanggapan dan juga umpan balik.
- 6) Media sebagai tempat belalu-lalangnya informasi yang juga sebagai sarana terjadinya komunikasi yang interaktif.

### c. Relasi Media dan Agama

Agama dalam pengertian luas dipahami sebagai suatu keyakinan yang memberikan bimbingan terhadap seseorang dalam melakukan berbagai tindakan. Semua manusia mempunyai agama bahkan bagi seorang atheis sekalipun. Hal ini dikarenakan manusia secara sosiologi akan mengalami situasi yang mana pengetahuan dan teknologi tidak mampu mengatasi persoalan-persoalan yang mereka hadapi. Dalam situasi ini manusia akan membutuhkan suatu nilai yang mampu mengatasi keterbatasan sosiologi tersebut dengan cara-cara di luar mekanisme pengetahuan dan teknologi. Di sinilah agama tampil sebagai jalan keluar dari keterbatasan tersebut.

Saat agama sebagai nilai spiritual bertemu dengan konstruksi agama lain terutama dalam hubungan yang bersifat konflikual, agama akan memposisikan diri

sebagai kekuatan ideologis. Implikasi agama menjadi anti kritik yang berpotensi menimbulkan sensitivitas nilai-nilai yang dikandung, sehingga agama rentan dijadikan pemicu atas kasus sosial dan politik.

Perkembangan kearah ideologi ini secara ekonomi politik menjadi peluang bagi suatu kelompok tertentu untuk memposisikan agama sebagai amunisi dan komoditas yang bisa digunakan sewaktu-waktu. Isu-isu sosial politik yang dikemas dalam paket agama mendapat banyak perhatian dalam masyarakat luas serta memberikan efek ketegangan yang sangat besar. Keterlibatan emosi dan perasaan edeologi yang sama dari masyarakat menjadi alasan utama mereka mengambil bagian dari perkembangan isu agama ini.

Potensi keterlibatan masyarakat ini menjadi menarik dalam pandangan media massa, karena media masa menempatkan masyarakat sebagai objek utama. Masyarakat sangat diperhitungkan keberadaannya sebagai pembaca pada suatu media atas eksistensinya sebagai media publik. Dalam pola kepentingan ini masyarakat ditempatkan oleh media massa sebagai penjamin eksistensi. Penjaminan ini juga berdampak dalam menjalankan praktik bisnis. Media massa dengan klaim pembaca terbanyak akan menawarkan ruang publikasi yang lebih mahal dibandingkan dengan media yang mempunyai klaim pembaca yang lebih sedikit. Potensi bisnis yang didasarkan pada kalkulasi kuantitas ini menuntut media untuk mengembangkan segmentasinya pada berbagai lapisan dan kelompok masyarakat.

Agama bagi media adalah isu strategis yang menjadi instrumental bagi mobilitas pembaca. Media menggunkan cara produksi dan reproduksi nilai-nilai ideologis yang bersumber pada pemahaman agama. Media massa tak jarang memberikan tontonan tersendiri bagi masyarakat terutama pada isu-isu agama yang menjadi kontroversi. Misalnya kasus Ahmadiyah yang setiap kemunculannya mendapat apresiasi yang tinggi di media baik yang cenderung melakukan pengucilan maupun pembelaan.

Pengucilan dan pembelaan itu pada dasarnya terdapat dalam model nada bahasa yang disajikan dalam media.<sup>30</sup>

## B. Hasil Penelitian Terdahulu

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, penulis belum menemukan judul yang sama dengan penelitian ini, akan tetapi ada beberapa karya ilmiah yang memiliki relevansi dengan penelitian ini. Beberapa karya ilmiah tersebut antara lain:

### 1. Skripsi

- a. Eka Nanda Wulandari (1112051000035), “Popularitas Fashion Hijab Melalui Akun Instagram @Hijabercommunityofficial”, 2016. Kesimpulan dari penelitian ini adalah membahas mengenai fashion hijab yang divisualisasikan pada akun instagram @hijaberscommunityofficial semuanya berbalut pakaian yang modern namun tetap dengan syariat Islam yaitu yang tidak ketat dan membentuk lekuk tubuh. Khalayak mengkonstruksi bahwasanya pakaian yang digunakan Hijabers Community dapat menginspirasi masyarakat. Hijabers Community juga memanfaatkan budaya yang saat ini sedang populer dengan menggabungkan media yang sedang populer dengan cara mempublikasikan *fashion* hijab melalui akun instagramnya yaitu @hijaberscommunityofficial.<sup>31</sup>

### 2. Jurnal

- a. Safitri Yulikhah, “Jilbab Antara Kesalehan Dan Fenomena Sosial”, 2016. Kesimpulan dari penelitian ini adalah memaknai hijab sebagai produk budaya yang diperkuat dengan anjuran agama dengan alasan untuk perlindungan atau kemaslahatan. Jilbab tidak bisa dijadikan sebagai tolak ukur kesalehan dan ketakwaan seseorang, konstruksi sosial masyarakat yang memberi label pada hijab. Namun seorang perempuan diberi kebebasan untuk memilih berhijab atau tidak asalkan mengetahui dasar-dasar ilmunya.<sup>32</sup>

<sup>30</sup> Ahmad Muttaqin, “Agama dalam Presentasi Ideologi Media Massa,” *Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 6, no. 2 (2012).

<sup>31</sup> Eka Nanda Wulandari, “Popularitas Fashion Hijab Melalui Akun Instagram @hijabercommunityofficial” (Fakultas Ilmu Dakwah Dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2016), 84.

<sup>32</sup> Safitri Yulikhah, “Jilbab Antara Kesalehan Dan Fenomena Sosial,” *Jurnal Ilmu Dakwah* 36, no. 1 (2016): 115.

- b. Ade Nur Istiani, “Konstruksi Makna Hijab Fashion bagi Moslem Fashion Blogger”, 2015. Penelitian ini membahas mengenai pergeseran makna Hijab fashion dan anggapan yang mementingkan penampilan muslimah secara duniawi. Para Moslem Fashion Blogger atau *trend setter* hijab memberikan contoh yang baik mengenai pemakaian hijab yang menutup aurat sesuai dengan ketentuan dalam agama Islam. Konten yang disajikan tidak hanya mengenai hijab dan fashionnya saja tetapi terdapat unsur dakwah mengenai ilmu pengetahuan agama Islam. Pemanfaatan dari perkembangan media baru yaitu blog merupakan media komunikasi yang baik dalam menyampaikan suatu kultur dan fenomena tertentu, dalam hal ini adalah hijab bagi muslimah.<sup>33</sup>
- c. Masnun Taher dan Zusiana E Triantini, “Menakar Kontekstualisasi Konsep Jilbab Dalam Islam”, 2014. Penelitian ini membahas mengenai perkembangan hijab melalui media dan industri fashion, gairah berjilbab yang mulai nampak saat itu mulai dimanfaatkan sebagai pasar. Jilbab kini telah menjadi trend fashion, ia tak hanya dipakai oleh kalangan santri namun juga oleh para artis, selebritis dan perempuan kelas menengah ke atas. Pengenalan jilbab di kalangan Islam kontemporer dan urban sendiri dimaknai sebagai 'kepatutan' menjaga aurat atau seksualitas seseorang dari jangkauan lawan jenis yang bukan muhrim. Dengan mengenakan jilbab, seseorang dianggap, selain menegaskan identitasnya, telah penuh dan lengkap berkomitmen menjalani kewajiban dan prinsip-prinsip yang ditanamkan oleh Islam.<sup>34</sup>

Berdasarkan pemaparan beberapa penelitian terdahulu di atas, peneliti menemukan berbagai perbedaan dengan penelitian yang peneliti kali ini, diantaranya yaitu:

1. Beberapa penelitian sebelumnya umumnya meneliti mengenai trend fashion hijab. Fashion yang menjadi pusat pandangan atau ciri khas dari berbagai penelitian. Namun penelitian

---

<sup>33</sup> Ade Nur Istiani, “Konstruksi Makna Hijab Fashion bagi Moslem Fashion Blogger,” *Jurnal Kajian Komunikasi* 3, no. 1 (2015): 55.

<sup>34</sup> Masnun Taher dan Zusiana E Triantini, “Menakar Kontekstualisasi Konsep Jilbab Dalam Islam,” *Jurnal Qowwam, Pusat Studi Gender dan Anak (PSGA) IAIN Mataram* 8, no. 1 (2014): 11.

memposisikan Verlisa Muslimah sebagai objek kajian yang mana Verlisa Muslimah sebagai akun olshop tidak hanya menyajikan model fashion muslimah, namun menyajikan makna hijab sesungguhnya berdasarkan penjelasan dari berbagai sumber yang di lengkapi dengan gambar kartun muslimah berhijab dan *caption* sebagai penelas dari apa yang ingin disampaikan oleh *admin* seputar kajian hijab.

2. Selain sebagai akun bisnis, Verlisa Muslimah juga sebagai akun dakwah yang mana akun ini membawa ajaran mengenai kajian akhlak juga aqidah. Akun Verlisa Muslimah lebih di khususkan bagi kalangan muslimah karena kebanyakan dari penyampaiannya berkaitan dengan dunia muslimah khususnya kajian mengenai hijab. verlisa muslimah lebih memaknai hijab sebagai bentuk penjagaan, jadi dengan Verlisa Muslimah ingin menyampaikan bentuk penjagaan itu dengan berhijab yang sesuai dengan ajaran al Qur'an.
3. Jika umumnya penelitian seputar hijab lebih mengarah kepada penggunaan hijab yang fleksibel dan menjadi trend di masyarakat seiring berkembangnya zaman, maka berbeda dengan Verlisa Muslimah yang terus berpegang teguh pada model hijab yang sesuai al Qur'an.

### C. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah di identifikasi sebagai masalah yang penting.<sup>35</sup>

Berdasarkan penelitian pada beberapa ayat-ayat al Qur'an serta pendapat berbagai ulama, menunjukkan bahwa jika seorang wanita yang hendak keluar rumah harus menutup seluruh bagian tubuhnya kecuali wajah dan telapak tangan. Pakaian berkaitan dengan budaya dan perkembangan zaman. Agama telah memperkenalkan pakaian-pakaian yang khusus untuk beribadah maupun tidak.<sup>36</sup> Salah satu bentuk pakaian yang biasa di pergunakan muslimah untuk menutupi bagian tubuhnya yaitu hijab.

Al Qur'an sebagai sumber dari berbagai aspek keilmuan telah melahirkan berbagai produk pengetahuan termasuk tafsir.

---

<sup>35</sup> Masrukhin, *Metode Penelitian Pendidikan dan Kebijakan* (Kudus: Media Ilmu Press, 2010), 132.

<sup>36</sup> Quraish Shihab, *Jilbab Pakaian Wanita Muslimah* (Tangerang: Lentera Hati, 2018), 34.

Melalui tafsir, orang-orang yang tidak memahami makna dari al Qur'an akan menjadi mudah mengetahui maksudnya. Ilmu tafsir dijadikan sebagai jalan untuk memahami makna tiap ayat dalam al Qur'an atau mengupas hukum-hukum syara' dalam al Qur'an yang berlaku di masyarakat.

Dewasa ini, penafsiran al Qur'an banyak dijumpai di kalangan masyarakat. Masyarakat cenderung memilih penafsiran yang dirasa sesuai dengan adat yang berlaku. Termasuk media yang menjadi wadah untuk menyalurkan segala bentuk pemikiran manusia dan tempat memperoleh berbagai macam informasi. Semua lapisan manusia telah banyak memanfaatkan media seperti ilmuan, ulama, dosen, guru, mahasiswa, pengusaha, politikus, artis, pendakwah, siswa, hingga rakyat jelata tak lepas dari dunia media. Tak jarang media dijadikan sebagai tempat meraih tujuan untuk meningkatkan bisnis, berpolitik, berdakwah, belajar, dan lain sebagainya.

Berbagai jenis media sosial menjadi minat dan daya tarik masyarakat berdasarkan tampilan dan konten-konten yang melengkapinya. Di antaranya yang banyak di minati masyarakat adalah facebook, instagram, dan whatsapp, karena masyarakat tidak hanya bisa membaca berita, tapi juga gambar foto dan video yang menarik.

Verlisa Muslimah sebagai salah satu pengguna instagram juga memanfaatkan media sosial ini sebagai sarana untuk berdakwah juga ladang berbisnis. Dalam akunnya, Verlisa mengajak para muslimah untuk berhijab syar'i sesuai dengan apa yang terkandung dalam al Qur'an. Tulisan di buat semenarik mungkin untuk menarik minat masyarakat dan juga gambar khas muslimah berhijab juga sebagai ciri khas pendukung. Selain sebagai syi'ar dakwah, akun @Verlisa Muslimah yang notabene adalah akun *online shop* juga mengenalkan produk hijab syar'i yang di jual melalui akun tersebut. Jadi motif Verlisa diluar ajakan dakwah, juga bermotif untuk berbisnis.

Berdasarkan deskripsi teori di atas, maka dapat penulis susun kerangka berfikir seperti dalam bagan di bawah ini:

