



UIN SUSKA RIAU

PERSEPSI FOLLOWERS TERHADAP PESAN DAKWAH TENTANG FASHION ISLAMI DI AKUN INSTAGRAM

@okisetianadewi

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengikuti kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



SKRIPSI

Diajukan untuk melengkapi Tugas-Tugas dan Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.sos)ss
Pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau

Oleh :

AZNATUL ULVA
NIM. 12140422745

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

PROGRAM STRATA 1 (S1) JURUSAN MANAJEMEN DAKWAH

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI UNIVERSITAS
ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**

2024 M / 1445



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة والاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul "Persepsi followers terhadap pesan dakwah tentang fashion islam di akun Instagram @okisetianadewi" ditulis oleh:

Nama : Aznatul Ulva

NIM : 12140422745

Prodi : Manajemen Dakwah

telah dipertahankan dalam sidang munaqasyah/skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 8 Mei 2025

dan disetujui sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 22 Mei 2025

Sekretaris/Penguji 1

Azwar, S.E., M.M
NIP. 19850601 202012 1 004

Penguji 2

Perdamaian, M.Ag
NIP. 19621124 199603 1 001

Penulis
Dr. H. Arwan, M.Ag
NIP. 19660225 199303 1 002

Penguji 3
State Islamic University Sultan Syarif Kasim Riau
Zulkarnaini, M.Ag
NIP. 19710212 200312 1 002



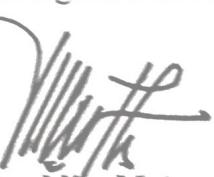
Dilang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengantumkan sumber
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

State Islamic University
Sultan Syarif Kasim Riau

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen Dakwah


Khairuddin, M.Ag
NIP. 19720817 200910 1 002

© PERSEPSI FOLLOWERS TERHADAP PESAN DAKWAH TENTANG FASHION
ISLAMI DI AKUN INSTAGRAM @OKISETIANADEWI

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Disusun oleh :


Azzatul Ulva
NIM. 12140422745

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal: 14 Maret 2025

Pekanbaru, 14 Maret 2025
Pembimbing,


Prof. Dr. Imron Rosidi, S.Pd., MA
NIP. 19811118 200901 1 006

UIN SUSKA RIAU



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
كلية الدعوة والاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-Indo.net.id

Pekanbaru, 14 Maret 2025

- : 1 Berkas
: Pengajuan Ujian Skripsi

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Tempat

Assalamualaikum warohmatullahi wabarakatuh

Dengan hormat, setelah kami mengadakan pemeriksaan dan perubahan seperlunya untuk kesempurnaan skripsi ini, maka mahasiswa di bawah ini:

Nama	:	Aznatul Ulva
NIM	:	12140422745
Prodi	:	Manajemen Dakwah

Dapat diajukan menempuh ujian skripsi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi dengan judul **Persepsi Followers Terhadap Pesan Dakwah Tentang Fashion Islami di Akun Instagram @okisetianadewi**. Harapan kami dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk dijelaskan dalam sidang Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

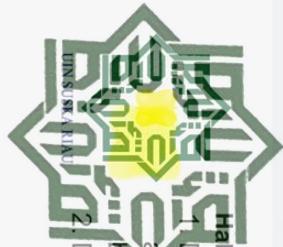
Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

Pekanbaru, 14 Maret 2025
Pembimbing,

Prof. Dr. Imron Rosidi, S.Pd., MA
NIP. 19811118 200901 1 006

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen Dakwah

Khairuddin, M.Ag
NIP. 19720817 200910 1 002



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
كلية الدعوة والاتصال
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL

Kami yang bertandatangan dibawah ini adalah Dosen Penguji pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Aznatul Ulva
NIM : 12140422745
Judul : Persepsi Followers Terhadap Pesan Dakwah Tentang Fashion Islami Di Akun Instagram @Okisetianadewi

Telah Diseminarkan Pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 19 Juni 2024

Dapat diterima untuk dilanjutkan menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Dakwah di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 3 Juli 2024
Penguji Seminar Proposal,

Penguji I,

Muhsin, S.Ag., M.Pd.I
NIP. 19680513 200501 1 009

Penguji II,

Azwar, S.E., M.M
NIP. 19850601 202012 1 004



PERNYATAAN ORISINALITAS

: Aznatul Ulva

: 12140422745

Hak Cipta Dina
Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang Persepsi Followers Terhadap Pesan
Dakwah Tentang Fashion Islami di Akun Instagram @okisetianadewi Adalah betul-betul
Karyanya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda *citasi* dan
ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila

dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima
sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang saya peroleh dari skripsi ini

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karyanya.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pekanbaru, 14 Maret 2025
Yang membuat pernyataan,



Aznatul Ulva
NIM. 12140422745

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

**Nama : Aznatul Ulva
NIM : 12140422745
Judul : Persepsi Followers Terhadap Pesan Dakwah Tentang Fashion Islami Di Akun Instagram @okisetianadewi**

Fashion Islami yang dikenakan oleh Oki Setiana Dewi telah menarik perhatian luas sebagai representasi busana yang sesuai syariat Islam namun tetap terlihat elegan dan modis. Pembahasan ini mengkaji persepsi terhadap pesan-pesan dakwah yang disampaikan melalui fashion Islami Oki Setiana Dewi dari dua perspektif utama yaitu persepsi eksternal dan self-perception. Dari kedua jenis persepsi ini, muncul beragam respons dan dampak oleh para pengikutnya. Dari sisi persepsi eksternal, gaya busana yang dikenakan Oki Setiana Dewi telah mengubah pandangan terhadap fashion Islami, menjadikannya lebih dinamis, modern, dan elegan. Gaya ini diterima luas oleh perempuan Muslimah yang ingin tampil sesuai syariat tanpa harus mengorbankan unsur gaya. Media sosial berperan besar dalam menyebarkan tren ini, di mana figur publik seperti Oki menjadi panutan dan memengaruhi audiens untuk memandang pakaian syar'i sebagai bagian dari gaya hidup modern yang tetap religius. Sementara itu, dari sudut pandang self-perception, fashion Islami memberi ruang bagi individu untuk mengekspresikan identitas keagamaan mereka dan meningkatkan rasa percaya diri. Busana yang sopan, anggun, dan sesuai syariat memungkinkan perempuan Muslimah merasa nyaman, tampil percaya diri, sekaligus menjaga nilai-nilai agama. Dalam konteks ini, fashion yang dikenakan Oki tidak hanya menjadi inspirasi gaya, tetapi juga memperkuat identitas keislaman di tengah lingkungan sosial yang beragam, serta membuka ruang untuk kreativitas pribadi dalam berpakaian. Penelitian ini menyimpulkan bahwa fashion Islami yang ditampilkan Oki Setiana Dewi mampu membentuk persepsi internal dan eksternal yang positif, serta menjadi sarana dakwah yang memperkuat identitas keislaman dalam kehidupan sosial modern.

Kata kunci: Dakwah, Fashion, Islam

ABSTRACT

: Aznatul Ulva

: 12140422745

: Followers' Perception of Da'wah Messages About Fashion
Islamic Fashion on Instagram Account @okisetianadewi

Islamic fashion worn by Oki Setiana Dewi has gained widespread attention as a representation of clothing that adheres to Islamic principles while remaining elegant and stylish. This discussion examines the perceptions of Islamic fashion messages conveyed by Oki Setiana Dewi through two main perspectives: external perception and self-perception. From these two types of perception, various responses and impacts arise among her followers. From the external perception perspective, Oki Setiana Dewi's fashion style has shifted public views of Islamic fashion, making it more dynamic, modern, and elegant. Her style is widely accepted by Muslim women who seek to dress in accordance with Islamic guidelines without compromising on style. Social media plays a major role in spreading this trend, with public figures like Oki influencing audiences to see modest fashion as part of a modern yet religious lifestyle. Meanwhile, from the self-perception perspective, Islamic fashion provides individuals with an opportunity to express their religious identity and boost their self-confidence. Modest and elegant clothing that aligns with Islamic teachings allows Muslim women to feel comfortable, appear confident, and maintain their religious values. In this context, the fashion showcased by Oki serves not only as style inspiration but also strengthens Islamic identity in diverse social environments, while encouraging personal creativity in dressing. This study concludes that the Islamic fashion promoted by Oki Setiana Dewi positively shapes both internal and external perceptions and serves as an effective medium of dakwah that reinforces Islamic identity in modern social life.

Keywords: Da'wah, Fashion, Islamic

UIN SUSKA RIAU

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatu

Puji syukur senantiasa penulis ucapan kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **"persepsi followers terhadap pesan dakwah tentang Fashion islami di akun instagram @okisetianadewi."** Sholawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad Shalallaahu Alaihi wa Salam yang telah membimbing umat-Nya dari masa Jahiliyah ke masa yang penuh ilmu pengetahuan seperti sekarang ini. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar sarjana strata (S1) Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Dengan keterbatasan penulis maka dalam penulisan skripsi ini, penulis telah banyak mendapatkan bimbingan, saran-saran, serta motivasi dari berbagai pihak sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis dengan setulus hati mengucapkan terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Prof. Dr. Hairunnas Rajab, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Prof. Dr. Imron Rosidi, S.Pd.,M.A selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Sekaligus Pembimbing Skripsi.
3. Prof. Dr. Masduki, M.Ag, selaku Wakil Dekan I, Bapak Firdaus El Hadi, S.Sos, M.Soc. Sc., Ph.D selaku Wakil Dekan II. dan Bapak Dr. H. Arwan, M. Ag selaku Wakil Dekan III. Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang selama ini telah memimpin dan mengelola Fakultas Dakwah dan Komunikasi dengan penuh tanggung jawab.
4. Khairuddin, M.Ag, selaku Ketua Prodi Manajemen dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Muhsin, S.Ag., M.Pd.I selaku Sekretaris Prodi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis dalam menyelesaikan studi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
7. Karyawan/I Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan pelayanan yang baik dan kemudahan dalam administrasi.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengujikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

8. Kepada kedua orang tua penulis Bapak Irman Dan Ibu Ermawati yang selalu mendukung dan mengusahakan yang terbaik untuk penulis serta Saudara penulis Angga Okta Syaputra , Aldinur Hamzah dan seluruh keluarga besar penulis yang selama ini memberikan dukungan serta motivasi bagi penulis dalam menyelesaikan pendidikan
9. Kepada Aditya Kurniawan Yang Merupakan support system terbaik dan yang selalu ada dalam suka dan duka.
10. Sahabat chika Septiani Putri yang menjadi teman seperjuangan menyelesaikan skripsi ini
11. Teman-teman terbaik dan seperjuangan Mahasiswa-Mahasiswi Jurusan Manajemen Dakwah angkatan 2021
12. Seluruh pihak yang tidak bisa disebut satu persatu. Semoga ilmu dan motivasi yang diberikan kepada penulis menjadi amal ibadah dan mendapat pahala dari Allah SWT.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini banyak terdapat kekurangan. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan masukan berupa kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sebagai perbaikan dimasa yang akan datang. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfa'at bagi pembacanya. *Aamiin Ya Robbal ,Alamiin.*

Wassalamu"alaikum Warahmatullah Wabarakatu.

Pekanbaru, 15 Maret 2025

Penulis,

UIN SUSKA RIAU

DAFTAR ISI	
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. LATAR BELAKANG	1
B. PENEGRASAN ISTILAH	5
1. PESAN DAKWAH	5
2. FASHION ISLAMI	5
3. PERSEPSI	6
C. RUMUSAN MASALAH	6
D. TUJUAN PENELITIAN	6
E. MANFAAT PENELITIAN	6
F. SISTEMATIKA PENULISAN	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. KAJIAN TERDAHULU	9
B. LANDASAN TEORI	14
1. PESAN DAKWAH	14
2. FASHION ISLAMI	17
3. PERSEPSI	19
C. KERANGKA PEMIKIRAN	21
BAB III METODEOLOGI PENELITIAN	23
A. DESAIN PENELITIAN	23
B. LOKASI PENELITIAN DAN WAKTU PENELITIAN	23
C. SUMBER DATA PENELITIAN	24
D. TEKNIK PENGUMPULAN DATA	24
E. INFORMAN PENELITIAN	25

F © Hak Cipta milik UIN Suska Riau	VALIDASI DATA	26
	TEKNIK ANALISIS DATA	26
	BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	28
	A. APLIKASI INSTAGRAM	28
	B. INSTAGRAM OKI SETIANA DEWI.....	30
	C. SEJARAH SINGKAT UIN SUSKA RIAU	32
	BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	36
	A. HASIL PENELITIAN	36
	B. HASIL PEMBAHASAN	62
	BAB VI PENUTUP	66
	A. KESIMPULAN	66
	B. SARAN	67
	DAFTAR PUSTAKA	68
	LAMPIRAN	74

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengujikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta Gamikui Suska Riau**State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau****DAFTAR GAMBAR**

GAMBAR 2.1 kerangka pemikiran.....	22
GAMBAR 4.1 profil instaram oki setiana dewi.....	30
GAMBAR 5.1 foto oki setiana dewi	41
GAMBAR 5.2 foto oki setiana dewi	45
GAMBAR 5.3 foto oki setiana dewi	51
GAMBAR 5.4 foto oki setiana dewi	54
GAMBAR 5.5 foto oki setiana dewi	61

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengujikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital, terutama media sosial, telah mengubah secara signifikan cara masyarakat berinteraksi dan berkomunikasi di seluruh dunia. Media sosial saat ini tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga menjadi alat yang sangat efektif dalam menyebarkan informasi, membentuk opini publik, mempengaruhi perilaku masyarakat, serta mempromosikan ide-ide, termasuk dalam konteks keagamaan dan dakwah. Berdasarkan data dari (We Are Social dan Hootsuite (2024) yang dikutip dari (Saputri et al., 2024) , terdapat lebih dari 5,35 miliar pengguna internet di seluruh dunia, dengan lebih dari 4,95 miliar pengguna aktif media sosial, termasuk di Indonesia. Hal ini menjadikan media sosial sebagai sarana yang sangat potensial dan strategis dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah.

Di era digital ini teknologi berperan penting dalam menyebarkan pesan-pesan dakwah bukan hanya untuk umat muslim saja tetapi juga untuk khalayak yang lebih luas di dunia. Berbagai platform teknologi seperti internet, aplikasi mobile dan media sosial menjadi sarana yang sangat efektif dalam menyebarkan dakwah, karna jangkauan nya yang sangat luas dan mudah diakses oleh penggunanya. Hampir seluruh masyarakat didunia menggunakan internet dan media sosial karnanya penggunaan teknologi untuk berdakwah semakin umum untuk digunakan. (Purwanto et al., 2017a)

Teknologi juga memungkinkan interaksi yang lebih aktif antara pendakwah dan penonton melalui fitur komentar atau sesi tanya jawab langsung di platform media sosial, para pendakwah dapat berinteraksi langsung dengan pengikutnya, menjawab pertanyaan, memberikan nasehat, dan membangun hubungan yang lebih dalam dengan pengikutnya. Banyak para pendakwah yang menggunakan internet untuk menyebarkan dakwah, bukan hanya berbentuk video tetapi juga tulisan-tulisan yang disebarluaskan. (Purwanto et al., 2017b)

Pemanfaatan media sosial dalam berdakwah tidak hanya memungkinkan para pendakwah untuk menjangkau khalayak yang luas, namun juga memberikan peluang untuk beradaptasi dengan trend dan kebiasaan masyarakat yang selalu berubah. Dengan menyajikan pesan-pesan keagamaan dalam bentuk yang menarik dan relevan bagi generasi muda yang aktif

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengikuti kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menggunakan media sosial teknik dakwah dimedia sosial telah membuka pintu agar pesan-pesan dakwah tersebut dapat diterima oleh masyarakat luas. Salah satu platform media yang sangat disukai atau sangat populer dia indonesia adalah Instagram. Lebih dari jutaan pengguna aktif yang menggunakan media Instagram tersebut. Oleh sebabnya instagram menjadi sarana yang efektif dalam menyebarkan pesan dakwah kepada khalayak yang sangat luas dan mudah diakses, apalagi digenerasi muda yang sekarang banyak yang menggunakan platform tersebut.(Purnamasari & Thoriq, 2021)

Dalam konteks perkembangan dakwah khususnya di zaman modern ini, para pendakwah bukan hanya berdakwah melalui ceramah saja tetapi bisa juga melakukan dakwah dengan fashion. Desainer Muslimah memainkan peran yang semakin penting dalam menyebarkan pesan agama dan budaya melalui karya mereka. Terinspirasi oleh nilai-nilai keislaman dan identitas keagamaannya, para desainer muslimah memanfaatkan platform fashion sebagai sarana untuk menyampaikan pesan dakwah kepada khalayak yang lebih luas. perpaduan antara dakwah dan fashion menjadi sebuah fenomena yang menarik perhatian. Secara tradisional, dakwah sering dikaitkan dengan ceramah, tulisan keagamaan, atau kegiatan keagamaan lainnya yang lebih bersifat formal. Namun seiring berkembangnya budaya populer dan tren fashion khususnya di kalangan anak muda, pendekatan dakwah pun berubah menjadi lebih kreatif dan disesuaikan dengan tren masa kini.(Zulaechha et al., 2023)

Banyak selebgram dan influencer bermunculan dengan yang memadukan nilai-nilai agama Islam dengan tren fashion terkini. Mulai dari gamis syariah yang modis hingga aksesoris yang mengandung pesan religi, fashion menjadi media yang efektif untuk menyampaikan pesan dakwah kepada khalayak yang lebih luas. Selain itu, penggunaan fashion dalam dakwah juga memberikan peluang untuk memperluas pengaruh dakwah ke lapisan masyarakat yang sebelumnya tidak dapat dijangkau dengan pendekatan dakwah tradisional. Dengan menggunakan gambar yang menarik dan relevan, dapat menyampaikan pesan keagamaan kepada khalayak yang lebih luas dan beragam, seperti mereka yang lebih tertarik pada dunia mode dibandingkan kegiatan keagamaan tradisional. Banyak selebgram yang menggunakan instagram sebagai alat untuk menyebarluaskan karyanya sekaligus mengenalkan fashion-fashion yang sesuai dengan syariaat islam.

Pada era digital saat ini, media sosial telah menjadi platform yang kuat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengikuti kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

untuk menyebarkan pesan-pesan keagamaan dan mempengaruhi tren budaya, termasuk di dalamnya industri fashion. Salah satu platform yang populer untuk mempromosikan fashion Islami dan pesan dakwah adalah Instagram. Menurut (Datareportal (2024) yang dikutip dari (Rusdana & Afrizal, 2024), pengguna aktif Instagram di Indonesia mencapai 112 juta pengguna. Di antara akun-akun yang berfokus pada fashion Islami dan dakwah penulis mengambil subjek penelitian di akun Instagram @okisetianadewi, karna ia dikenal sebagai salah satu tokoh publik Indonesia yang aktif dalam menyampaikan nilai-nilai keislaman melalui gaya berbusananya, menarik perhatian banyak pengikut atau followers dengan jumlah pengikutnya mencapai 21,2 juta pengikut. Oki Setiana Dewi adalah seorang tokoh publik Indonesia yang dikenal karena kontribusinya dalam mempopulerkan fashion islami di Indonesia. Lahir pada 5 November 1988 di Bandung, Jawa Barat. Oki meraih gelar Miss Indonesia pada tahun 2009 setelah sebelumnya menjadi finalis Puteri Indonesia pada tahun 2007. Sebagai pemenang kontes kecantikan, Oki Setiana Dewi memanfaatkan platformnya untuk mempromosikan nilai-nilai keislaman, termasuk melalui gaya berbusananya yang mengikuti aturan dan nilai-nilai Islam. Dia aktif di media sosial, terutama di Instagram dengan username @okisetianadewi, di mana dia secara konsisten membagikan konten-konten terkait fashion islami dan pesan-pesan dakwah.

Selain menjadi ikon fashion islami, Oki Setiana Dewi juga dikenal sebagai motivator dan pengusaha di bidang pendidikan, kesehatan dan juga fashion. Oki Setiana Dewi memiliki label fashion dengan nama sendiri yang mengkhususkan diri dalam desain pakaian yang sesuai dengan aturan berbusana Islam. Label ini menyediakan berbagai koleksi yang menggabungkan tren fashion terkini dengan nilai-nilai keislaman yang kuat. Oki Setiana Dewi sering kali berkolaborasi dengan desainer terkenal untuk menciptakan koleksi-koleksi eksklusif yang menginspirasi perempuan Muslim dalam berbusana. Kolaborasinya tidak hanya meliputi desain pakaian, tetapi juga aksesoris dan produk lain yang mendukung gaya hidup Islami. Melalui akun Instagram pribadinya dengan username @okisetianadewi, Oki Setiana Dewi aktif dalam mempromosikan produk-produk dari label fashonnya, serta berbagi tips dan inspirasi tentang fashion islami kepada pengikutnya. Sebagai seorang motivator, Oki Setiana Dewi juga menggunakan platformnya untuk mendidik dan menginspirasi perempuan Muslim mengenai pentingnya berbusana sesuai dengan ajaran Islam. Dia mengadvokasi kesederhanaan dan keanggunan dalam berpakaian sebagai bagian dari identitas Muslim yang kuat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengikuti kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dan positif.

Pengalaman dan keberhasilannya dalam industri fashion islami menjadikannya figur yang relevan untuk diteliti dalam konteks persepsi dan pengaruhnya terhadap followers di media sosial, khususnya terkait dengan penyebaran pesan dakwah melalui fashion. Fashion Islami telah berkembang menjadi sebuah fenomena global yang tidak hanya mencerminkan identitas keagamaan, tetapi juga menjadi medium untuk menyampaikan nilai-nilai Islam dan pesan dakwah kepada masyarakat luas. Hal ini sejalan dengan perkembangan industri fashion yang semakin mengakomodasi kebutuhan dan nilai-nilai dari berbagai komunitas, termasuk umat Muslim, oiki setiana dewi mempengaruhi dan menginspirasi gaya berpakaian dan nilai-nilai keagamaan bisa memberikan wawasan penting tentang dinamika sosial dan budaya dalam komunitas muslim.

Dalam konteks ini, persepsi pengikut terhadap pesan dakwah yang disampaikan melalui media sosial menjadi penting untuk diteliti. Penelitian ini secara khusus akan menyoroti persepsi mahasiswa UIN Suska Riau terhadap konten dakwah dan fashion islami yang disampaikan oleh akun [@okisetianadewi](#). Mahasiswa sebagai bagian dari generasi muda yang aktif di media sosial sekaligus memiliki latar belakang pendidikan keislaman menjadi subjek yang menarik untuk diteliti karena mereka tidak hanya sebagai pengguna pasif, tetapi juga sebagai individu yang mampu menilai, menafsirkan, dan merespons pesan-pesan keagamaan secara kritis. Dari persepsi tersebut akan menimbulkan respon dan dampak dari pesan-pesan dakwah tentang fhasion islami di akun [instagram@okisetianadewi](#). penelitian ini melihat bagaimana pesan dakwah yang disampaikan melalui media sosial Instagram mampu membentuk persepsi, yang kemudian memunculkan respon, dan pada akhirnya memberikan dampak terhadap pola pikir serta perilaku mahasiswa uin suska riau sebagai audiens. Pemahaman ini dapat memberikan wawasan tentang efektifitas penggunaan media sosial dalam penyebaran dakwah dan bagaimana fashion islami dapat menjadi sarana yang kuat memperkuat identitas keislaman dikalangan masyarakat terutama generasi muda. Persepsi ini mencakup bagaimana followers menafsirkan pesan yang disampaikan, bagaimana mereka meresponnya dan sejauh mana pesan tersebut mempengaruhi cara berfikir dan prilaku mereka.

Dari paparan diatas, penulis tertarik melakukan penelitian berdasarkan latar belakang masalah yang dituangkan dalam bentuk karya ilmiah yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengikuti kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berjudul ” persepsi followers terhadap pesan-pesan dakwah tentang fashion islami di akun isntagram @okisetianadewi ”

B. Penegasan Istilah

1. Pesan Dakwah

Pesan adalah ide, gagasan, informasi, dan opini yang dilontarkan seorang komunikator kepada komunitas yang bertujuan untuk mempengaruhi komunitas kearah sikap yang diinginkan komunikator.(Susanto, 1974)

Dakwah adalah mengajak atau menyeru untuk melakukan kebijakan dan mencegah kemungkaran, mengubah umat dari satu situasi kepada situasi lain yang lebih baik dalam segala bidang, merealisasikan ajaran islam dalam kehidupan sehari-hari bagi seorang pribadi,keluarga,kelompok atau massa,serta bagi kehidupan masyarakat sebagai keseluruhan tata hidup bersama dalam rangka pembangunan bangsa dan umat manusia. Dakwah adalah mengajak orang lain untuk meyakini dan mengamalkan akidah syariat islam yang lebih dahulu telah diyakini dan diamalkan oleh pendakwah itu sendiri.(Prof. Dr. Moh. Ali Aziz, 2019, p. 11)

Pesan dakwah adalah bahan-bahan atau isi ceramah yang akan disampaikan dalam dakwah. Penyusunan pesan dakwah didasarkan pada kondisi obyektif mad'u yang diperoleh melalui pengamatan, interview atau telaah sumber-sumber tertulis. Dalam kajian pesan dakwah dikenal pesan utama dan pesan pendukung. Bahan dasar atau materi utama dakwah adalah al-Qur'an dan hadis, ditambah dengan pendapat ulama, hasil-hasil penelitian dari para ahli di bidangnya, kisah-kisah, dan berita.(Jafar & Amrullah, n.d.)

2. Fashion islami

Fashion adalah gaya berpakaian,tingkah laku yang menjadi kegemaran serta ikutan ramai dan berubah mengikuti trend pada zaman sekarang ini. Fenomena fashion masa kini memperlihatkan kepada masyarakat dengan berbagai trend fashion. (Othman et al., 2016)

Fashion islami adalah busana yang sesuai dengan ajaran agama Islam, dan penggunaan busana tersebut mencerminkan seorang muslimah yang patuh akan ajaran agama Islam dalam bentuk berbusana. Fashion islami bukan hanya sekedar simbol, melainkan dengan menggunakan fashion islami berarti seorang perempuan telah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
 - b. Pengutipan tidak mengikuti kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini

memperlihatkan kepada orang lain terhadap keyakinan pandangannya terhadap dunia, dan jalan hidup yang mereka tempuh untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT.(Zahra & Jannah, 2024)

3. **Persepsi**

Jalaluddin Rakhmad medefenisikan persepsi sebagai pengalaman tentang objek yang diterima atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Kesamaan pendapat ini terlihat dari makna penyimbulan informasi dan menafsirkan pesan yang memiliki keterkaitan dengan proses untuk memberi arti. Brian fellows mengartikan persepsi sebagai proses yang memungkinkan suatu organisme dalam menerima dan menganalisis informasi. (Fahmi, 2020, p. 11)

C. **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan diatas maka penulis mengajukan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi followers terhadap pesan dakwah tentang fashion islami yang disampaikan di akun Instagram @okisetianadewi?
2. Bagaimana respon dan dampak pesan dakwah tentang fashion islami dari @okisetianadewi terhadap pengetahuan dan praktek fashion islami followersnya?

D. **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini yaitu:

1. Mengetahui persepsi followers terhadap pesan dakwah tentang fashion islami di akun instagram@okisetianadewi!
2. Mengetahui respon dan dampak pesan dakwah tentang fashion islami dari @okisetianadewi terhadap pengetahuan dan praktek fashion islami followersnya!

E. **Manfaat Penelitian**

a. **Manfaat Akademis**

1. Pembelajaran dan Pendidikan: Di lingkungan akademis, kegiatan utama adalah pembelajaran dan pendidikan. Kegunaan akademis mencakup proses belajar-mengajar, pengembangan kurikulum, dan metode evaluasi untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan siswa.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengikuti kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Penelitian dan Inovasi: Akademisi dan peneliti menggunakan lingkungan akademis untuk melakukan penelitian dalam berbagai disiplin ilmu, mulai dari ilmu pengetahuan alam, ilmu sosial, hingga humaniora. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan pengetahuan baru, mengembangkan teori, dan menciptakan inovasi.
3. Penyebaran Pengetahuan: Akademisi memainkan peran penting dalam menyebarluaskan pengetahuan melalui publikasi ilmiah, seminar, konferensi, dan diskusi akademis lainnya. Ini membantu dalam menyebarluaskan informasi terbaru dan mendukung kolaborasi antara para ahli.

b. Manfaat Praktis

1. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi pengkajian dan pembelajaran pada Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Unisbersitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Sebagai syarat dalam menyelesaikan perkuliahan pada Program Sarjana Strata Satu (S1) dan untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

F. Sistematika Penulisan

Skripsi ini ditulis dengan sistematika sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi kajian terdahulu, kajian teori dan kerangka berpikir.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi desain penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data penelitian, teknik pengumpulan data, validitas data dan teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum lokasi penelitian persepsi followers terhadap pesan dakwah di akun instagram @okisetianadewi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengujikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V : HASIL PENELITIAN

Bab ini berisi tentang hasil penelitian dan pembahasan yang diperoleh dilapangan sesuai dengan judul penelitian

BAB VI : PENUTUP (KESIMPULAN DAN SARAN)

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Terdahulu

Penelitian pertama oleh Triasari N.D.K Zamhari (2021) penelitian ini adalah Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian tentang Hijab Fashion Sebagai Strategi Dakwah meliputi pengumpulan data primer melalui observasi dan wawancara dengan pengurus Hijabers Community Jakarta, serta pengumpulan data sekunder melalui tulisan-tulisan tentang Hijabers Community dan dakwah dari berbagai sumber seperti jurnal, buku, majalah, dan blog. Penelitian ini juga didukung oleh teori Pierre Bourdieu tentang habitus, modal, arena, praktik, dan distinction. tujuan dari penelitian tentang Hijab Fashion Sebagai Strategi Dakwah pada Hijabers Community Jakarta adalah untuk membuktikan bahwa hijab tidak hanya merupakan gerakan dakwah, tetapi juga gerakan gaya hidup fashion. Penelitian ini bertujuan untuk menunjukkan bahwa Hijabers Community Jakarta mampu menggabungkan nilai-nilai modernitas dan nilai-nilai agama ke dalam hijab yang fashionable. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk memahami peran hijab dalam dakwah serta dalam membentuk gaya hidup yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Dengan demikian, tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana Hijabers Community Jakarta berhasil memadukan antara nilai-nilai agama dan modernitas dalam fashion hijab, serta untuk menunjukkan bahwa hijab dapat menjadi strategi dakwah yang efektif melalui gaya hidup yang fashionable.

Dari penelitian tentang Hijab Fashion Sebagai Strategi Dakwah pada Hijabers Community Jakarta, dapat disimpulkan bahwa hijab bukan hanya merupakan simbol dari gerakan dakwah, tetapi juga merupakan bagian dari gerakan gaya hidup fashion. Hijabers Community Jakarta mampu menggabungkan nilai-nilai modernitas dan agama ke dalam hijab yang fashionable, sehingga hijab menjadi lebih dari sekadar pakaian yang menutup aurat, tetapi juga menjadi representasi dari identitas dan ekspresi diri para muslimah. Dengan memanfaatkan teknologi dan media sosial, Hijabers Community Jakarta berhasil menyebarluaskan pesan dakwah melalui hijab secara efektif dan efisien. Mereka juga menciptakan ruang berekspresi dan menggali potensi bagi muslimah di ruang publik sebagai bentuk syiar Islam . Selain itu, Hijabers Community Jakarta juga berperan sebagai lembaga dakwah yang kuat, meskipun penampilannya lebih menonjolkan praktik gaya

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengikuti kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

hidup modern.

Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan Triasari N.D.K Zamhari (2021) yang berjudul “Hijab Fashion Sebagai Strategi Dakwah pada Hijabers Community Jakarta” fokus penelitiannya adalah tentang bagaimana strategi yang dilakukan hijabers community jakarta menjadikan hijab fashion sebagai strategi dakwahnya. Selain itu pembedanya adalah penelitiannya dilakukan pada komunitas fisik dan sosial, yaitu hijabers community jakarta. Persamaannya adalah sama-sama meneliti tentang fashion islami sebagai medium untuk menyampaikan pesan dakwah.

Penelitian kedua yaitu Aulia Dinda Prayanti et al (2024) yang berjudul “*Trend Jilbab Mahasiswa Fakultas Dakwah Unisba dalam Berbusana Muslimah Syar'i*”. Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari dan menjelaskan tren hijab, model hijab syari, dan penerapan dress code syariat Islam di kalangan siswi. Walaupun jenis penelitian ini kualitatif, namun metode penelitiannya bersifat deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa tren hijab mahasiswa Fakultas Dawa UNISBA sangat beragam, antara lain gaya modis, reguler, dan syari. Model Hijab Syari yang diadaptasi mencerminkan pengakuan terhadap nilai-nilai Islam dengan Penerapan aturan berpakaian muslim berbeda-beda dan dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti latar belakang akademis siswa, lingkungan, dan tingkat keyakinan memperhatikan cakupan area intim, kesederhanaan dan pemilihan bahan yang sesuai. Mahasiswa Fakultas Dakwah UNISBA mencerminkan kesadaran akan nilai-nilai keislaman dalam berpakaian sebagai pemakaian jilbab syar'i. Utamanya dalam menguatkan keimanan – keimanan yang berupa doa-doa, seperti membangkitkan aura, tidak mempertimbangkan bentuk tubuh, dan kesungguhan dalam mengamalkannya. Pemilihan bahan dan metode pengajaran dapat menjadi sebuah tantangan, bahkan ketika harus mengubah kurikulum agar tetap sejalan dengan prinsip-prinsip Syar'i. Faktor-faktor seperti latar belakang pendidikan, lingkungan, pengalaman pribadi, dan karakter mungkin mempengaruhi keputusan seseorang untuk menikah. Kajian yang dilakukan Dakwah Mahasiswa UNISBA tentang macam-macam jenis busana muslimah. Namun dalam praktiknya, tidak semua mahasiswa menerapkannya dalam pekerjaannya. Hal ini disebabkan karena kaidah muslim yang berbusana meliputi penutupan aurat dengan kriteria tidak menampakan seluruh tubuh kecuali muka dan telapak tangan, ketidakketatan, dan ketidakterawangan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengujikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pemilihan mahasiswi muslimah syar'i dipengaruhi oleh kesadaran mengenai prinsip-prinsip Islam serta faktor lainnya.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan Aulia Dinda Prayanti et al (2024) yang berjudul *"Trend Jilbab Mahasiswa Fakultas Dakwah Unisba dalam Berbusana Muslimah Syar'i"* yaitu berfokus pada trend jilbab di kalangan mahasiswa fakultas unisba dan mempelajari bagaimana mahasiswa mengadopsi dan mempraktikkan busana muslimah syar'i dalam kehidupan kampus. Persamaan penelitiannya adalah sama-sama berfokus pada fashion islam.

Penelitian ketiga dari Syafaruddin & Mahfiroh, (2020) yang berjudul *"Komodifikasi Nilai Islam dalam Fashion Muslim di Instagram"*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengamati bagaimana nilai-nilai Islam dikomersialkan melalui media sosial Instagram. Peneliti mendalamai bagaimana komodifikasi nilai-nilai Islam, serta komodifikasinya dalam bentuk sandang, mengarah pada akun santun inv yang berorientasi ekonomi dan berupaya menyebarkan nilai-nilai agama Islam. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Komersialisasi Vincent Mosco. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah model semiotika visual Roland Barthes dan model semiotika tekstual Lang and Parole karya Ferdinand de Saussure.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa akun santun inv menggunakan tiga produk untuk mengkomodifikasi nilai-nilai keislaman yaitu kaos oblong, topi miki, dan mug. Berbeda dengan brand muslim ternama pada umumnya. Ini adalah akun yang memilihkan barang sehari-hari yang sesuai dengan gaya anak muda masa kini. Ketiga barang tersebut merupakan barang yang dipakai atau dikonsumsi sehari-hari, apapun suasanya. Komersialisasi yang dilakukan santun inv berupa lekatan kata-kata nilai-nilai Islam yang dikaitkan dengan kegiatan hijrah. Dengan menempelkan kata-kata tersebut pada produknya sendiri, mereka memberi makna pada postingan di akunnya dan membentuk semacam identitas. Namun identitas yang diungkapkan melalui fashion hanya terkait dengan aktivitas migrasi. Di sini nilai hijrah yang dalam perspektif Islam berarti peralihan dari buruk menuju lebih baik, diterjemahkan menjadi nilai jual untuk mendapatkan keuntungan.

Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh b Syafaruddin & Mahfiroh, (2020) yang berjudul *"Komodifikasi Nilai Islam dalam Fashion Muslim di Instagram"* yaitu penelitian yang dilakukan oleh b Syafaruddin & Mahfiroh, (2020) meneliti bagaimana nilai-nilai islam dikomodifikasi dan dijadikan alat untuk pemasaran fashion muslim dan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengikuti kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berfokus pada aspek ekonomi serta bagaimana nilai keislaman yang digunakan dalam strategi pemasaran. Persamaannya adalah sama-sama membahas tentang fashion islami di instagram dan bagaimana pesan-pesan dakwah yang disampaikan dalam platform instagram tersebut.

Penelitian keempat yang dilakukan oleh Mega Kusuma Wardani (2018) yang berjudul *“Komodifikasi Citra Perempuan Muslim dalam Dunia Fashion (Analisis Semiotika Tayangan Dua Hijab Trans 7)*. Penelitian ini membahas bagaimana citra perempuan muslimah yang dikomodifikasi di televisi, khususnya dalam tayangan Dua Hijab di Trans 7. Dua Hijab merupakan tayangan yang memberikan informasi tentang referensi hijab fashion bagi perempuan muslim. Penelitian ini dilatarbelakangi bahwa media tidak lagi sebagai media komunikasi dan informasi saja, melainkan juga sebagai media untuk pertarungan ideologi dan juga digunakan sebagai kekuasaan untuk bisa mengatur masyarakat. Masyarakat akan cenderung mengabaikan makna yang sebenarnya, makna yang substansial, dan akhirnya terjebak dalam fetisme komoditas yang membuat masyarakat menjadi bersikap konsumtif. Masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana TRANS 7 membentuk komodifikasi dalam konten tayangan televisi Dua Hijab dan bagaimana TRANS 7 membentuk citra perempuan dalam konten tayangan televisi Dua Hijab. Dalam penelitian ini, peneliti menganalisis tayangan Dua Hijab episode Country Style menggunakan analisis semiotika Roland Barthes. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Dua Hijab ini memberikan beberapa referensi hijab fashion untuk perempuan muslim dalam berbagai macam tema fashion yang disesuaikan dengan memakai hijab dan berbau Islam. Dalam tayangan ini, Dua Hijab menggambarkan perempuan muslim juga harus peka fashion dan tampil stylish serta fashionable. Hal seperti inilah yang dibahasakan Vincent Moscow sebagai komodifikasi konten. Komodifikasi lebih mengutamakan bentuk fisik yang terlihat, daripada makna secara substansialnya. Hal ini menyebabkan masyarakat hanya terjebak dalam pemaknaan eksistensi yang semu. Masyarakat akan cenderung mengabaikan makna yang sebenarnya, makna yang substansial, dan akhirnya terjebak dalam fetisme komoditas yang membuat masyarakat menjadi bersikap konsumtif.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Mega Kusuma Wardani (2018) yang berjudul *“Komodifikasi Citra Perempuan Muslim dalam Dunia Fashion (Analisis Semiotika Tayangan Dua Hijab Trans 7)* yaitu penelitian yang dilakukan oleh Mega Kusuma Wardani (2018)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengikuti kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menganalisi bagaimana citra perempuan dikomodifikasi dalam dunia fashion melalui analisis semiotika tayangan program televisi “dua hijab” di trans 7. Persamaannya adalah sama-sama berfokus pada fashion islami dan representasi perempuan muslim dalam konteks media.

Penelitian ke lima yang dilakukan oleh Adliandri, (2016) yang berjudul *“presentasi diri fashion icon hijab syar’i kota pekanbaru melalui media sosial instagram”*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui motif mereka dalam berhijab syar’i, kehidupan panggung depan, dan kehidupan panggung belakang ikon fashion hijab syar’i. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan menggunakan pendekatan fenomenologi. Ada tiga informan fashion icon hijab syar’i dalam penelitian asal Pekanbaru ini yang dipilih secara purposif. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Untuk mencapai keabsahan data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan perluasan partisipasi dan triangulasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motif ikon fashion hijab syar’i dalam mengenakan hijab syar’i merupakan motif masa lalu seperti motif modis, motif psikologis, dan motif teologis. Sedangkan motif harapannya adalah untuk memperdalam ilmu agama dan menginspirasi orang lain. Aktivitas mereka di panggung depan adalah OOTD atau Outfit of the Day, endorse, life style, dan dakwah. Tata krama atau gaya yang ingin mereka bangun adalah wanita yang santun dan anggun serta muslimah yang santai. Sedangkan atribut penampilan mereka adalah kerudung (Khimar), baju (Gamis), manset, kaos kaki, sepatu, asesoris, dan tas. Kegiatan di panggung belakang adalah kegiatan rumah tangga, silaturahmi dengan ikon fashion hijab syar’i lainnya, bisnis dan pengajian. Ciri-ciri penampilan mereka adalah khimar yang dikenakan secara sederhana atau geser, dan busana syar’i yang dikenakan tergantung pada keadaan mukhrim. Selain itu, penelitian ini mengkategorikan tiga macam fashion icon hijab syar’i di Pekanbaru, yaitu modist fashion icon hijab syar’i, simple fashion icon hijab syar’i, dan totaliter fashion icon hijab syar’i.

Perbedaan antara penelitian ini dengan yang dilakukan oleh Adliandri, (2016) yang berjudul *“presentasi diri fashion icon hijab syar’i kota pekanbaru melalui media sosial instagram”* yaitu penelitian ini dengan yang dilakukan oleh Adliandri, (2016) berfokus pada bagaimana fashion icon hijab syar’i kota pekanbaru mempresentasikan diri mereka di instagram, termasuk aspek identitas, citra diri dan penerimaan publik. Persamaannya adalah sama-sama berfokus pada instagram sebagai platform utama untuk menyampaikan

dan mempelajari pesan dakwah serta sama-sama membahas tentang fashion islami.

B. Landasan Teori

1. Pesan Dakwah

a) Pesan

Pesan adalah ide, gagasan, informasi, dan opini yang dilontarkan seorang komunikator kepada komunikan yang bertujuan untuk mempengaruhi komunikan kearah sikap yang diinginkan komunikator. Pesan adalah nasihat, perintah, amanah yang disampaikan lewat orang lain.(Susanto, 1974)

Pesan pada dasarnya adalah produk dari komunikator yang disampaikan kepada komunikan (publik) baik secara langsung maupun melalui media. Pesan biasanya diikuti oleh motif komunikator. Berarti setiap pesan yang bersifat intensional mempunyai tujuan. Tujuan tersebut digunakan mencapai kekuasaan, baik kekuasaan secara sosial, politik, ekonomi dan budaya(Purwasito, 2017).

b) Dakwah

Dakwah secara bahasa mempunyai arti mengajak, menyeru atau seruan untuk mempelajari dan mengamalkan ajaran agama islam.. Dakwah secara istilah diartikan mengajak orang-orang untuk melakukan kebajikan dan mencegah kemungkaran, mengubah umat dari satu situasi kepada situasi lain yang lebih baik dalam segala bidang, merealisasikan ajaran islam dalam kehidupan sehari-hari bagi seorang pribad,keluarga,kelompok atau massa,serta bagi kehidupan masyarakat sebagai keseluruhan tata hidup bersama dalam rangka pembangunan bangsa dan umat manusia. Dakwah adalah mengajak orang lain untuk meyakini dan mengamalkan akidah syariat islam yang lebih dahulu telah diyakini dan diamalkan oleh pendakwah itu sendiri.(Prof. Dr. Moh. Ali Aziz, 2019, p. 11)

Menurut Toha Yahya Oemar mengatakan bahwa dakwah adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka dunia dan akhirat. Dakwah juga berarti suatu upaya mengubah dari situasi tidak baik kepada situasi yang lebih baik sesuai dengan ajaran Islam. Selama ini dakwah identik dengan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengujikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ceramah melalui lisan. Tetapi seiring berkembangnya zaman, dakwah mulai memanfaatkan berbagai media yang ada. Pada era globalisasi sekarang ini, tentu banyak yang harus dibenahi dalam melakukan aktivitas dakwah supaya sesuai dengan perkembangan media informasi masyarakat saat ini.(Mustofa et al., 2021)

Seperti dalam alquran surat al-imron:104 dijelaskan:

وَنَتَّهِ مِنْكُمْ أَمَّةٌ يَدْعُونَ إِنِّي أَنْخِرُ وَيَأْمُرُونَ بِالْمُعْرُوفِ وَيَنْهَا عَنِ الْمُنْكَرِ وَأَوْلَىٰ
هُنَّ الْمُفْهَمُونَ

Artinya: Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebaikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung. (Surat Ali Imran :104)

Konsep dakwah adalah amar ma'ruf nahi mungkar menentukan tegak atau robohnya suatu masyarakat. Islam tidak bisa berdiri tegak tanpa masyarakat dan tidak bisa membangun masyarakat tanpa dakwah maka jadikanlah dakwah itu sebagai kewajiban bagi tiap-tiap umat islam, dan tidak boleh di lupakan.(Luth, 1999, p. 15)

Secara kualitatif dakwah bertujuan untuk mempengaruhi dan mentransformasikan sikap batin dan prilaku warga masyarakat menuju suatu tatanan kesalehan individu dan kesalehan sosial.dakwah dengan pesan-pesan keagamaan dan sosial juga merupakan ajakan kepada kesadaran untuk senantiasa memiliki komitmen dijalani yang lurus.(M. Munir, 2021)

c) Pesan Dakwah

Pesan dakwah adalah bahan-bahan atau isi ceramah yang akan disampaikan dalam dakwah. Penyusunan pesan dakwah didasarkan pada kondisi obyektif mad'u yang diperoleh melalui pengamatan, inter view atau telaah sumber-sumber tertulis. Dalam kajian pesan dakwah dikenal pesan utama dan pesan pendukung. Bahan dasar atau materi utama dakwah adalah al-Qur'an dan hadis, ditambah dengan pendapat ulama, hasil-hasil penelitian dari para ahli di bidangnya, kisah-kisah, dan berita.(Jafar & Amrullah, n.d.)

Isi dari pesan dakwah tersebut adalah tentang aqidah, syariah dan akhlak, yaitu:

1. aqidah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengikuti kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

aqidah menurut bahasa adalah ikatan atau perjanjian. Artinya sesuatu yang menjadi tempat dihati yang mana hati terikat kepadanya. Sedangkan menurut istilah aqidah adalah iman yang teguh dan pasti tidak ada keraguan sedikitpun bagi orang yang meyakininya. Aqidah adalah ilmu yang mengajarkan keyakinan manusia mengenai keprcayaan yang pasti dan wajib dimiliki oleh setiap orang didunia.(Muh. Rahmat Al Hidayat, 2022)

2. Syari'ah

Syariah adalah tata aturan atau hukum-hukum yang disyariatkan oleh allah kepada hamba-hambanya untuk diikuti. Syariat merupakan hukum-hukum yang diadakan oleh tuhan untuk hamba-hambanya, yang dibawa oleh salah seorang nabi nya muhammad saw yang didalamnya dalam segala ketentuan allah yang disyariatkan bagi hamba-hambanya, baik menyangkut aqidah, ibadah, akhlak ataupun muamalah.(Dr. Rohidin & Nasrudin, n.d., p. 5)

Contohnya seperti berpakaian sesuai dengan syariat islam mencakup pemahaman dan pengalaman terhadap ajaran islam terkait dengan pakaian. Prinsip-prinsip berpakaian sesuai dengan syariat islam yaitu:

1) Menutup aurat.

Aurat adlah bagian tubuh yang harus ditutupi menurut ajajan islam. Bagi wanita aurat adalah seluruh tubuh kecuali telapak tangan.

2) Tidak transparan dan ketat

Busana yang digunakan tidak boleh transparan dan ketat agar tidak memperlihatkan bentuk tubuh.

3) Tidak menampilkan perhiasan

Busana yang dikenakan haruslah sederhana dan tidak mencolok

4) Tidak menggunakan pakaian yang meniru lawan jenis. Wanita tifak boleh menggunakan pakaian pria dan begitu pula sebaliknya.

5) Menampilkan keindahan dan kesopanan.

3. Akhlak

Menurut imam al-Ghazali akhlak adalah sifat yang tertanam dalam jiwa manusia yang melahirkan tindakan-tindakan mudah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengikuti kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dan gampang tanpa memerlukan pemikiran ataupun pertimbangan. Akhlak merupakan perangai yang melekat pada diri seseorang yang dapat memunculkan perbuatan aik tanpa mempertimbangkan pikiran terlebih dahulu. (Rinda Fauzian & M Aditya Firdaus, 2018)

2. Fashion Islami

Fashion adalah gaya berpakaian, tingkah laku yang menjadi kegemaran serta ikutan ramai dan berubah mengikuti trend pada zaman sekarang ini. Fenomena fashion masa kini memperlihatkan kepada masyarakat dengan berbagai trend fashion. Fashion merujuk pada gaya atau tren dalam pakaian, aksesoris, tata rias, dan gaya hidup yang populer pada suatu waktu tertentu di masyarakat. Ini mencakup desain pakaian, gaya rambut, make-up, aksesoris, dan bahkan perilaku tertentu yang dianggap sebagai ekspresi dari identitas atau status sosial. Fashion terus berkembang dan berubah seiring waktu, dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti budaya, sejarah, kondisi ekonomi, media massa, selebriti, dan nilai-nilai sosial. Tren fashion bisa berasal dari perancang busana terkemuka, selebriti, media, atau bahkan muncul dari jalanan. Selain sebagai bentuk ekspresi diri, fashion juga memiliki peran dalam membentuk identitas dan memenuhi kebutuhan psikologis manusia, seperti rasa percaya diri dan keinginan untuk diterima dalam kelompok sosial tertentu. (Othman et al., 2016)

Fashion Islami merujuk pada gaya atau tren dalam busana, aksesoris, dan gaya hidup yang sesuai dengan prinsip-prinsip agama Islam. Ini mencakup desain pakaian yang menutupi aurat (bagian tubuh yang harus ditutupi menurut ajaran Islam), memperhatikan aturan tentang pemilihan bahan, dan menghormati nilai-nilai moral dan etika Islam. Gaya fashion Islami sering kali menampilkan pakaian yang longgar, modest, dan menutupi seluruh tubuh, termasuk hijab untuk wanita yang menutupi rambut dan leher. Namun, meskipun mengikuti prinsip-prinsip keagamaan, fashion Islami juga bisa mencakup variasi dan kreativitas dalam desain. (Zahra & Jannah, 2024)

Ayat alqur'an tentang perintah berbusana islami di dalam surat al-ahzab ayat 59:

إِنَّمَا قُمْ لِرَأْيِكُ وَبِنِتِكَ وَوَسَاءُ الْمُؤْمِنَةُ يُذْهِبُهُ مِنْ

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengujikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
رَبِّكَ أَدْوِيَ أَنْ يُعْرَفَهُ فَلَبِورَيْ وَكَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَّحِيمًا

Artinya :Wahai Nabi (Muhammad), katakanlah kepada istri-istrimu, anak-anak perempuanmu dan istri-istri orang mukmin supaya mereka mengulurkan jilbabnya ke seluruh tubuh mereka. Yang demikian itu agar mereka lebih mudah untuk dikenali sehingga mereka tidak diganggu. Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.

Berikut adalah beberapa ciri dari fashion Islami:

1. Menutup Aurat: Fashion Islami tetap memperhatikan aturan menutup aurat sesuai dengan ajaran Islam. Pakaian-pakaian yang dirancang memiliki pola dan potongan yang longgar sehingga menutupi tubuh dengan baik.
2. Pakaian Longgar dan Modest: Fashion Islami mengutamakan penggunaan pakaian yang longgar dan modest, yang tidak menonjolkan bentuk tubuh atau fitur tubuh secara berlebihan. Potongan-potongan pakaian yang simpel dan elegan sering menjadi pilihan dalam fashion Islami.
3. Kerudung atau Hijab: Penggunaan kerudung atau hijab menjadi bagian penting dari fashion Islami untuk wanita Muslim. Hijab-hijab modern dirancang dengan berbagai macam gaya dan motif yang sesuai dengan tren mode, sambil tetap memperhatikan prinsip menutup aurat.
4. Bahan yang Menyahuti Prinsip: Bahan-bahan yang digunakan dalam fashion Islami seringkali berkualitas dan menawarkan kenyamanan serta fungsionalitas. Bahan-bahan seperti katun, linen, dan wol sering dipilih karena sifatnya yang bernapas dan mudah menyerap keringat.
5. Desain Inovatif: Meskipun mematuhi prinsip-prinsip busana Islam, fashion Islami tetap menghadirkan desain-desain yang inovatif dan menarik. Ini termasuk pemilihan warna yang cerah, motif yang menarik, dan aksesoris yang menambahkan nilai estetika pada busana.
6. Trendsetter di Dunia Fashion: Fashion Islami tidak hanya berkembang di kalangan komunitas Muslim, tetapi juga semakin diperhatikan oleh industri mode global. Para desainer Muslim dan non-Muslim kini mulai menciptakan koleksi-koleksi fashion Islami

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengikuti kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang mencerminkan keunikan dan keindahan busana Islam. Fashion Islami mencerminkan kesadaran akan nilai-nilai keagamaan dalam mode dan memberikan pilihan yang lebih luas bagi individu Muslim yang ingin berbusana sesuai dengan prinsip-prinsip agama mereka tanpa kehilangan gaya dan kekinian.

Landasan dari Al-Qur'an mengenai anjuran menggunakan pakaian yang baik tetapi tidak boleh berlebihan ada dalam Qur'an Surat Al-A'raf: 31:

Yang artinya : "Wahai anak cucu Adam! Pakailah pakaian kamu yang bagus setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan. Sesungguhnya, Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan.

3. Persepsi

a. Pengertian persepsi

Menurut Jalaludin Rakhmad Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Kesamaan pendapat ini terlihat dari makna penyim pulan informasi dan menafsirkan pesan yang memiliki keterkaitan dengan proses untuk memberi arti. Brian fellows mengartikan persepsi sebagai proses yang memungkinkan suatu organisme dalam menerima dan menganalisis informasi.(Fahmi, 2020, p. 11)

Menurut Leavitt (1978) persepsi adalah dalam arti sempit adalah penglihatan, bagaimana cara pandang seseorang orgng melihat sesatu, sedangkan dalam artian luas adalah cara pandang atau pengertian yaitu bagaimana seseorang mmemandang atau mengartikan sesuatu.

Para pengikut mungkin mempersepsikan pesan dakwah tentang fashion Islami melalui lensa simbol-simbol yang digunakan dalam konten yang diposting. Mereka dapat memberikan makna pada pakaian Islami dan gaya hidup yang dipromosikan dalam akun tersebut, dan mengaitkannya dengan nilai-nilai agama, identitas, dan keterlibatan dalam komunitas Muslim.

Menurut kamus lengkap psikologi, persepsi adalah Proses mengetahui atau mengenali objek dan kejadian objektif dengan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengikuti kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

bantuan indera, Kesadaran dari proses-proses organik, (*Titchener*) satu kelompok penginderaan dengan penambahan arti-arti yang berasal dari pengalaman di masa lalu, variabel yang menghalangi atau ikut campur tangan, berasal dari kemampuan organisasi untuk melakukan pembedaan diantara perangsang-perangsang, kesadaran intuitif mengenai kebenaran langsung atau keyakinan yang serta merta mengenai sesuatu. Secara etimologis, persepsi atau dalam bahasa Inggris *perception* berasal dari bahasa Latin *perceptio*; dari *percipere*, yang artinya menerima atau mengambil. Istilah persepsi dapat didefinisikan sebagai suatu proses aktivitas seseorang dalam memberikan kesan, penilaian, pendapat, merasakan dan menginterpretasikan sesuatu berdasarkan informasi yang ditampilkan dari sumber lain (yang dipersepsi). (Hendra, 2017, p. 300).

Dari definisi-definisi yang telah disebutkan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa persepsi merupakan suatu hal yang pasti dialami oleh setiap orang melalui informasi ataupun rangsangan yang datang dari lingkungan sekitarnya. Segala rangsangan ini diterima oleh panca-panca indera untuk kemudian diproses.

b. Jenis-jenis Persepsi

Persepsi adalah proses di mana individu menginterpretasikan informasi dari lingkungan sekitar atau dari dalam dirinya sendiri. Persepsi dapat dibedakan menjadi dua jenis utama, yaitu persepsi eksternal dan self-perception (persepsi diri) yaitu :

1. External Perception (Persepsi Eksternal)

Persepsi eksternal adalah proses di mana individu menerima dan menginterpretasikan rangsangan atau informasi yang datang dari lingkungan luar. Rangsangan ini bisa berupa objek, peristiwa, suara, bau, atau apapun yang berasal dari dunia luar yang memengaruhi panca indera seseorang.

2. Self-Perception (Persepsi Diri)

Self-perception adalah proses di mana individu membentuk persepsi tentang dirinya sendiri berdasarkan informasi yang berasal dari dalam diri. Persepsi ini terkait dengan bagaimana seseorang memandang dirinya, baik dari segi fisik, psikologis, maupun sosial. Dalam hal ini, objek persepsi adalah diri sendiri, dan informasi yang diterima berasal dari refleksi internal,

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengikuti kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perasaan, dan pemikiran pribadi.(Keperawatan, n.d.)

C. Kerangka pemikiran

Trend Fashion busana muslimah yang digunakan oleh wanita muslimah di Indonesia mengalami perkembangan sesuai dengan arus modernisasi. Berbagai macam model busana muslimah dapat dengan mudah diakses melalui kecanggihan teknologi. Pada era digital saat ini, media sosial telah menjadi salah satu platform utama dalam penyebaran pesan-pesan dakwah, termasuk pesan-pesan tentang fashion islami.(Yanuar et al., 2023)

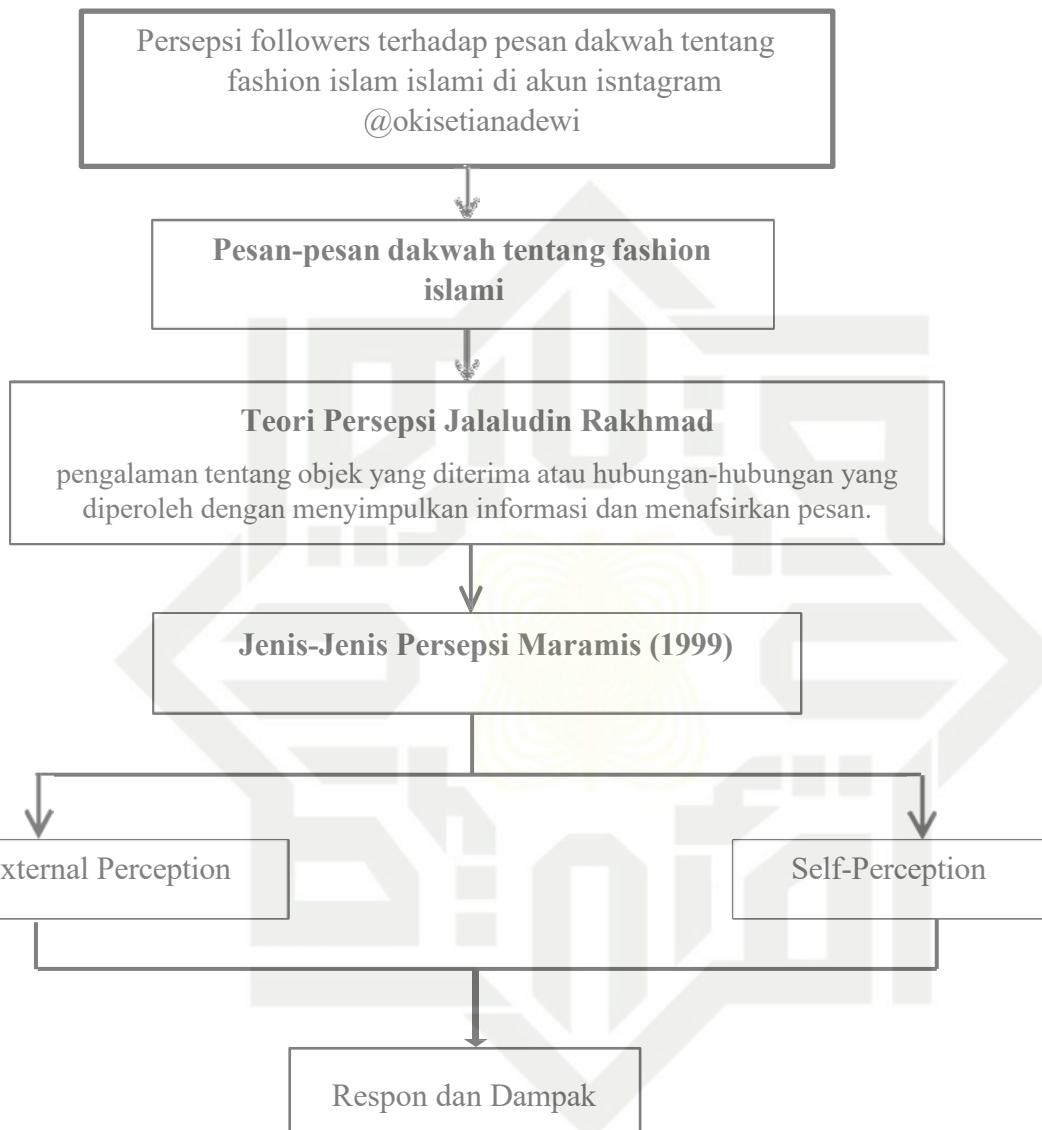
Akun Instagram @okisetianadewi, yang dikenal sebagai influencer dalam bidang fashion islami, memainkan peran penting dalam menyampaikan nilai-nilai dan norma-norma agama Islam melalui konten-konten yang disajikan. Pesan dakwah yang disampaikan tidak hanya mempengaruhi persepsi tetapi juga dapat memengaruhi praktik dan perilaku pengikutnya terkait dengan fashion islami.

Untuk mengetahui bagaimana persepsi followers terhadap pesan dakwah di akun instagram @okisetianadewi penulis menggunakan teori persepsi yang dikemukakan oleh jalaluddin rakhmad. Diharapkan penelitian ini dapat mengungkap persepsi followers terhadap pesan dakwah tentang fashion islami di akun instagram @okisetianadewi. Serta mengetahui jenis-jenis persepsi yang menimbulkan persepsi followers tersebut sehingga dapat mengetahui respon dan dampak dari pesan dakwah tersebut.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengujikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar 1.1
Kerangka pemikiran



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengikuti kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Desain penelitian

Penelitian kualitatif adalah pengumpulan data pada suatu latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara purposive dan snowbaal, teknik pengumpulan dengan gabungan, analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari generalisasi. (Albi Anggito, 2018)

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif yaitu untuk mendapatkan data dan mengumpulkan informasi yang selengkap lengkapnya dengan mendeskripsikan mengenai presepsi followers terhadap pesan dakwah tentang fashion islami di akun instagram @okisetianadewi.

Moleong juga menjelaskan bahwa penelitian kualitatif merupakan penelitian yang memanfaatkan wawancara secara terbuka untuk menelaah dan memahami sikap, pandangan, perasaan, serta perilaku individu atau sekelompok orang. Peneliti mempunyai beberapa pertanyaan yang kemudian peneliti melakukan pembahasan terhadap hasil wawancara tersebut secara mendetail. Analisa data yang dilakukan dalam penelitian ini bersumber dari wawancara terhadap followers serta menggunakan berbagai sumber referensi ilmiah seperti artikel ilmiah, berita serta website.

Wawancara dilakukan kepada informan, yaitu followers dari akun instagram @okisetianadewi. Banyaknya populasi penelitian adalah 21,2 juta followers, dari banyaknya populasi yang ada sehingga penulis memilih informan sebanyak 6 orang melalui penetapan kriteria tertentu.

B. Lokasi penelitian dan waktu penelitian

a. Lokasi penelitian

Lokasi penelitian dilakukan dilingkungan uin suska riau, alasan peneliti memilih lokasi penelitian ini karna banyak dari mahasiswa uin suka riau yang mengikuti akun instagram @okisetianadewi.

b. Waktu penelitian

Waktu penelitian dilakukan setelah dilakukannya seminar proposal penelitian.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengikuti kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

C. Sumber data penelitian

Peneliti menggunakan dua sumber data dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder:

- a. *Data primer*, merupakan data utama yang diperlukan dalam suatu penelitian, data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumber melalui metode pengumpulan data yang bertujuan untuk menjawab pertanyaan penelitian, maka data utama dalam penelitian ini adalah dari wawancara yang mendalam.
- b. *Data sekunder*, merupakan pelengkap data tambahan yang dianggap penting atau mencukupi dari data primer. Data primer didapati dari hasil studi pustaka, buku, artikel, jurnal, lalu dilanjutkan dengan kegiatan dokumentasi berupa foto maupun video.

D. Teknik Pengumpulan data

1. Observasi

Observasi adalah bagian dalam pengumpulan data. Observasi berarti mengumpulkan data langsung dari lapangan(Semiawan, n.d.)

Dalam penelitian ini menggunakan observasi langsung, yaitu pengumpulan data dimana peneliti dapat terlibat langsung dengan mengadakan pengamatan terhadap objek yang diteliti. Peneliti datang kelokasi penelitian dan terlibat langsung lalu didukung dengan dokumentasi observasi tersebut.

2. Wawancara

Wawancara adalah percakapan antara dua orang mengenai suatu objek yang spesifik. Sebuah proses komunikasi interaksional dengan tujuan yang telah ditetapkan untuk mendalami tema tertentu melalui deretan pertanyaan. Wawancara merupakan teknik utama yang digunakan dalam pengumpulan data.(Dr. R. A. Fadhallah, 2021)

Dalam penelitian ini menggunakan wawancara langsung, sebelum melakukan wawancara peneliti dapat menyiapkan terlebih dahulu pertanyaan-pertanyaan atau panduan wawancara yang akan diajukan kepada narasumber atau informasi yang peneliti dapatkan.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah informasi yang berasal dari catatan penting baik lembaga atau organisasi ataupun dari perorangan. Dokumentasi penelitian merupakan pengambilan gambar oleh peneliti untuk memperkuat hasil penelitian.(Semiawan, n.d.)

Dalam pelaksanaannya dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti berupa foto dan video dengan beberapa informan yang peneliti wawancarai.

E. Informan Penelitian

Informan dalam penelitian ini dipilih berdasarkan teknik purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sampel secara sengaja dengan menetapkan kriteria tertentu yang relevan dengan fokus penelitian (sugiyono, 2016). Informan adalah individu yang dinilai dapat memberikan informasi yang mendalam dan bermakna dalam menjawab pertanyaan penelitian, karena memiliki pengalaman langsung dan keterkaitan dengan fenomena yang dikaji. Adapun jumlah informan dalam penelitian ini adalah enam orang mahasiswa yang dipilih dari total 21,2 juta pengikut akun Instagram @okisetianadewi. Meskipun secara statistik jumlah ini sangat kecil, dalam pendekatan penelitian kualitatif hal tersebut bukan menjadi masalah. Penelitian kualitatif tidak berfokus pada jumlah (kuantitas) responden, melainkan pada kedalaman data, relevansi informan, dan kemampuan informan dalam memberikan informasi yang sesuai dengan konteks penelitian.

Enam informan ini dipilih karena memenuhi kriteria sebagai berikut:

1. Merupakan mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim (UIN Suska) Riau, sebagai institusi pendidikan tinggi berbasis Islam, yang relevan dengan tema dakwah dan fashion Islami.
2. Merupakan followers aktif akun Instagram @okisetianadewi, sehingga terpapar langsung dengan konten dakwah dan fashion Islami yang disampaikan oleh figur publik tersebut.
3. Berusia antara 20–23 tahun, yaitu usia dewasa awal yang sedang dalam proses pembentukan identitas diri, termasuk identitas keagamaan dan sosial.

Informan dianggap representatif secara kontekstual, karena dipilih secara selektif dari kelompok yang relevan, dan mampu memberikan informasi yang mendalam tentang persepsi mereka terhadap pesan dakwah melalui fashion Islami. Penelitian ini tidak bertujuan melakukan generalisasi populasi, melainkan untuk menggali pengalaman, penafsiran, dan respon

personal dari informan terhadap konten dakwah yang mereka konsumsi di media sosial. Dengan demikian, keenam informan ini sudah mencukupi untuk menjawab tujuan penelitian serta mencerminkan dinamika yang ingin dipahami oleh peneliti.

Berdasarkan kriteria yang telah disebutkan sebelumnya, mahasiswa yang diambil berjumlah 6 orang yaitu:

1. Chika Septiani Putri Umur 22 tahun dari jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Ilmu dan Komunikasi.
2. Mayora umur 21 tahun dari jurusan PGMI Fakultas Tarbiyah dan Keguruan.
3. Putri Hermalita Umur 23 Tahun dari Jurusan BKPI Fakultas Tarbiyah dan Keguruan
4. Della Fahilla Umur 22 Tahun dari Jurusan Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir fakultas Ushuluddin
5. Syatia Umur 20 tahun dari Jurusan PGMI Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan
6. Neni anjeli Umur 22 Tahun dari Jurusan Ekonomi Syariah fakultas Syariah dan Hukum

F. Validitas Data

Validitas data merupakan teknik untuk memastikan kebenaran data dari sumber-sumber penelitian. Maka untuk memastikan keabsahan data yang diperoleh, peneliti menggunakan teknik validitas data triangulasi sumber. Triangulasi sumber merupakan triangulasi yang mengharuskan peneliti mencari lebih dari satu sumber untuk memahami data atau informasi.(Wijaya, 2019a)

Jadi setelah peneliti melakukan penelitian dengan menggunakan metode kualitatif kemudian hasil data dari penelitian tersebut digabungkan sehingga saling melengkapi.

G. Teknik analisis data

1. Reduksi data

Reduksi data berarti membuat rangkuman, memilih tema, membuat kategori dan pola tertentu sehingga memiliki makna. Reduksi data merupakan bagian dari analisis data dengan suatu bentuk analisis yang menjamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang data yang

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengikuti kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tidak diperlukan, dan mengorganisasi data sehingga kesimpulan final dapat diambil dan diverifikasi.(Wijaya, 2019b)

Reduksi data yang peneliti lakukan pada data hasil wawancara, dalam hal ini penulis memilih kata-kata yang bisa digunakan untuk melakukan pembahasan serta menggunakan teori-teori untuk menganalisis fokus dalam penelitian ini.

2. Penyajian data

Penyajian data adalah proses mengorganisir, merangkum dan menyajikan data yang telah dikumpulkan dalam bentuk yang mudah dipahami dan dianalisis.(Wijaya, 2019b, p. 114)

Penyajian data merupakan salah satu dari teknik analisis data kualitatif. Penyajian data adalah kegiatan ketika sekumpulan informasi disusun, sehingga memberi kemungkinan dapat adanya penarikan kesimpulan. Bentuk penyajian data kualitatif berupa teks naratif.

3. Penarikan kesimpulan dan verifikasi

Penarikan kesimpulan adalah proses membangun pola, penjelasan, hubungan sebab akibat, dan proposisi data yang yang telah dianalisis. Kesimpulan awal yang dibuat masih bersifat sementara dan dapat berubah jika tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat untuk mendukungnya. Verifikasi adalah proses menguji kebenaran, kekokohan dan keabsahan kesimpulan yang diambil.(Rachmad et al., 2024)

Penarikan kesimpulan merupakan tahap akhir dalam analisis data kualitatif. Peneliti menarik kesimpulan dari data yang telah direduksi dan disajikan, serta melakukan verifikasi atau pengujian kebenaran terhadap kesimpulan tersebut.

BAB IV

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Aplikasi Instagram

Perusahaan Burbn, Inc. berdiri pada tahun 2010, perusahaan teknologi startup yang hanya berfokus kepada pengembangan aplikasi untuk telepon genggam. Pada awalnya Burbn, Inc. sendiri memiliki fokus yang terlalu banyak di dalam HTML5 peranti bergerak, namun kedua CEO, Kevin Systrom dan Mike Krieger memutuskan untuk lebih fokus pada satu hal saja. Setelah satu minggu mereka mencoba untuk membuat sebuah ide yang bagus, pada akhirnya mereka membuat sebuah versi pertama dari Burbn, namun di dalamnya masih ada beberapa hal yang belum sempurna. Versi Burbn yang sudah final, aplikasi yang sudah dapat digunakan iPhone yang isinya terlalu banyak dengan fitur-fitur. Sulit bagi Kevin Systrom dan Mike Krieger untuk mengurangi fitur-fitur yang ada, dan memulai lagi dari awal, namun akhirnya mereka hanya memfokuskan pada bagian foto, komentar, dan juga kemampuan untuk menyukai sebuah foto. Itulah yang akhirnya menjadi Instagram(ERYTA, 2013).

Instagram merupakan sebuah aplikasi microblogging yang mempunyai fungsi utama sebagai sarana mengunggah foto secara instan. Nama Instagram berasal dari kata “insta” yang berasal dari kata “instan” yang dimaksudkan seperti kamera polaroid yang pada masanya dikenal sebagai “foto instan”. Kata “gram” berasal dari kata “Instagram” yang merujuk pada alat yang bekerja mengirimkan informasi secara cepat kepada orang lain. Di samping itu, Instagram memfasilitasi banyak fitur yang memberikan kemudahan bagi pengguna untuk menerima maupun menyebarkan informasi.(Triaputri & Muljono, 2022)

Instagram adalah aplikasi berbagi foto dan video yang diluncurkan pada 6 Oktober 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger. Aplikasi ini awalnya dikembangkan sebagai sebuah platform untuk berbagi foto dengan menggunakan filter yang membuat gambar terlihat lebih artistik. Pada awalnya, Instagram hanya tersedia untuk pengguna iOS, dan fitur utamanya adalah kemampuan untuk memotong foto menjadi bentuk persegi, mirip dengan foto Polaroid, serta menambahkan berbagai filter untuk mempercantik gambar. Pada 2012, Instagram diakuisisi oleh Facebook (sekarang Meta) seharga sekitar satu miliar dolar AS. Setelah akuisisi tersebut, Instagram

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengikuti kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mulai menambahkan berbagai fitur baru, seperti kemampuan berbagi video, Instagram Stories, dan Instagram Reels. Aplikasi ini juga memperkenalkan fitur Instagram Shopping untuk mendukung bisnis dan pemasaran. Instagram terus berkembang pesat dan menjadi salah satu aplikasi media sosial terbesar di dunia, dengan lebih dari satu miliar pengguna aktif bulanan. Aplikasi ini tidak hanya digunakan untuk berbagi foto dan video pribadi, tetapi juga untuk kepentingan bisnis, pemasaran, hiburan, dan komunitas(Batee, 2019)

Instagram memiliki beberapa fitur-fitur yang bisa digunakan yaitu:

1. Feed (Beranda) berfungsi sebagai halaman utama di Instagram tempat pengguna dapat melihat foto dan video yang dibagikan oleh orang yang mereka ikuti. Di sini, pengguna bisa memberi "like", mengomentari, dan berbagi postingan.
2. Instagram Stories. Berfungsi untuk berbagi foto atau video yang hilang setelah 24 jam. Fitur ini meniru konsep *Snapchat*, di mana konten bersifat sementara dan lebih kasual.
3. Instagram Reels. Berfungsi untuk membuat dan menonton video pendek berdurasi hingga 90 detik. Fitur ini menjadi populer sebagai alternatif untuk TikTok.
4. IGTV (Instagram TV). Berfungsi untuk mengunggah video yang lebih panjang daripada yang bisa diposting di Feed atau Stories.
5. Direct Messages (DM). Berfungsi untuk mengirim pesan pribadi satu sama lain atau dalam grup.
6. Filter dan Efek. Berfungsi untuk mengedit foto dan video mereka agar terlihat lebih menarik. Filter ini dapat menambahkan efek seperti peningkatan warna, kontras, atau perubahan tampilan visual lainnya.
7. Shopping. Berfungsi untuk membeli produk langsung melalui platform. Pengguna dapat mengeklik produk yang muncul dalam postingan atau Stories dan melihat detail harga serta melakukan pembelian
8. Hashtags. Berfungsi untuk mengelompokkan konten berdasarkan topik atau tema tertentu, sehingga mempermudah orang lain untuk menemukan postingan yang relevan.
9. Explore. Berfungsi untuk menemukan konten baru berdasarkan minat mereka. Instagram menggunakan algoritma untuk menampilkan foto, video, atau akun yang mungkin menarik bagi pengguna.
10. Location Tagging. Berfungsi untuk menambahkan lokasi fisik pada postingan mereka, baik itu foto atau video.
11. Live Video. Berfungsi untuk melakukan siaran langsung video, yang

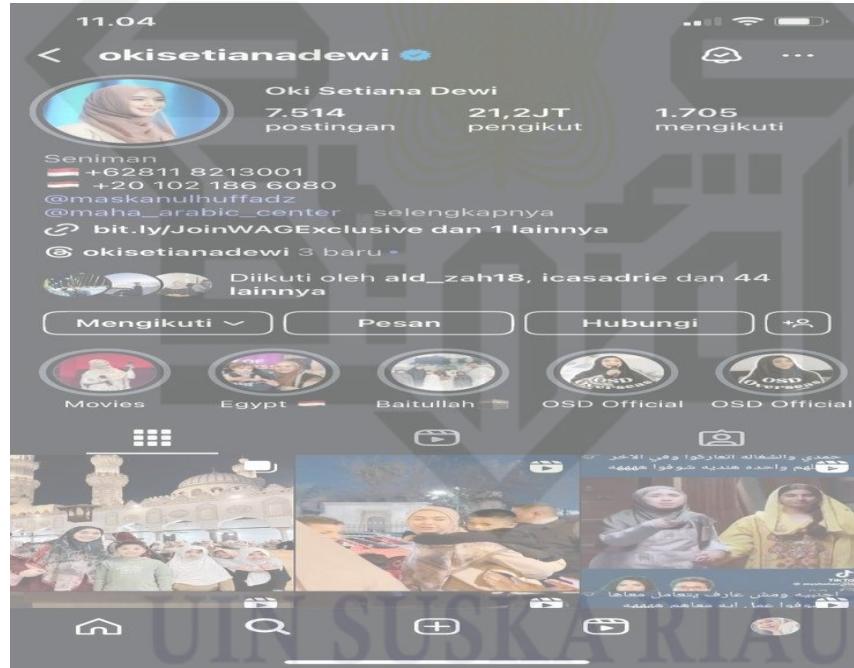
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengujikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- dapat ditonton oleh pengikut mereka secara real-time..
12. Saved Posts. Berfungsi untuk menyimpan postingan yang mereka suka untuk dilihat kembali di masa depan.
 13. Highlights. Berfungsi agar Stories yang diunggah dapat disimpan lebih lama dengan fitur Highlights. Pengguna bisa mengorganisir Stories mereka menjadi kategori yang ditampilkan di profil.
 14. User Mentions dan Tagging. Berfungsi agar Pengguna bisa menandai atau menyebut nama pengguna lain dalam postingan atau Stories mereka. Fitur ini memungkinkan keterlibatan lebih lanjut antara pengguna.
 15. Instagram Ads. Berfungsi untuk bisnis dan pengguna untuk menjalankan iklan berbayar di platform. Iklan ini bisa muncul di Feed, Stories, Reels, dan Explore.

B. Instagram @okisetianadewi

Gambar 4.1 profil instagram @okisetianadewi



Sumber:instagram @okisetianadewi

Oki Setiana Dewi adalah seorang selebriti, aktris, dan influencer

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengikuti kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Indonesia yang dikenal dengan gaya hidup Islami dan penampilannya yang anggun serta modis. Dengan jumlah pengikut yang mencapai 21,2 juta, Instagram Oki Setiana Dewi menjadi platform yang sangat populer untuk berbagi konten tentang kehidupan pribadi, fashion Islami, serta aktivitas sosial dan keagamaannya. Profil Instagram @okisetianadewi berfokus pada beberapa hal utama yang mencerminkan kepribadiannya sebagai seorang selebritas, influencer, dan aktivis yang mengedepankan nilai-nilai Islam. Salah satu fokus utama Instagram @okisetianadewi adalah fashion islami. Ia sering memposting foto-foto yang menampilkan busana syar'i, hijab, dan pakaian yang menutupi aurat namun tetap stylish dan elegan. Oki memadukan tren modern dengan prinsip kesopanan dalam berpakaian, sehingga banyak pengikutnya yang terinspirasi untuk berpakaian lebih modis dengan tetap menjaga kesopanan. Oki juga sering membagikan momen-momen kebersamaan dengan keluarga, suami, dan anak-anaknya. Kehidupan keluarga menjadi salah satu aspek penting dalam akun Instagram-nya. Ia membagikan nilai-nilai tentang kehidupan keluarga yang harmonis, penuh kasih sayang, serta berbagi pengalaman sebagai seorang ibu dan istri yang aktif dalam dunia hiburan. Sebagai seorang publik figur yang juga aktif di dunia dakwah, Oki Setiana Dewi kerap membagikan konten-konten yang bermuansa dakwah Islam. Ia sering berbagi kutipan-kutipan motivasi, ayat Al-Qur'an, hadits, serta pesan-pesan moral yang menginspirasi para pengikutnya untuk selalu memperbaiki diri dan mendekatkan diri kepada Allah.

Oki Setiana Dewi juga sering membagikan kegiatan sosial dan amal, baik itu melalui partisipasi dalam program-program sosial, kampanye kemanusiaan, atau inisiatif lain yang bertujuan membantu sesama. Ia menggunakan platform Instagram-nya untuk mengedukasi pengikut tentang pentingnya berbagi dan berbuat kebaikan. Dan Oki juga aktif membagikan konten-konten yang berfokus pada pentingnya pendidikan dan pengembangan diri. Ia sering memberi dorongan kepada pengikutnya untuk terus belajar, mengembangkan potensi diri, dan menjadi pribadi yang lebih baik dalam berbagai aspek kehidupan.

Melalui akun Instagram-nya, Oki tidak hanya berbagi kehidupan pribadinya, tetapi juga berusaha memberi dampak positif dan inspirasi bagi banyak orang, terutama bagi wanita Muslimah yang ingin hidup dengan penuh keseimbangan antara dunia dan akhirat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengikuti kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

C. Sejarah Singkat Uin Suska Riau

Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim (UIN Suska) Riau dalam bahasa Inggris adalah State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau merupakan hasil pengembangan/ peningkatan status pendidikan dari Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Sulthan Syarif Qasim Pekanbaru yang secara resmi dikukuhkan berdasarkan Peraturan RI Nomor 2 Tahun 2005 tanggal 4 Januari 2005 tentang Perubahan IAIN Sulthan Syarif Qasim Pekanbaru menjadi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dan diresmikan pada 9 Februari 2005 oleh Presiden RI, Bapak Dr. H. Susilo Bambang Yudhoyono sebagai tindak lanjut perubahan status ini, Menteri Agama RI menetapkan Organisasi dan Tata Kerja UIN Suska Riau berdasarkan Peraturan Menteri Agama RI Nomor 8 Tahun 2005 tanggal 4 April 2005 Institut Agama Islam Negeri Sulthan Syarif Qasim (IAIN Susqa) Pekanbaru sebagai cikal bakal UIN Suska Riau, didirikan pada tanggal 19 September 1970 berdasarkan Surat Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia No. 194 Tahun 1970.

Institut ini diresmikan berdirinya oleh Menteri Agama Republik Indonesia K.H. Ahmad Dahlan pada tanggal 19 September 1970 berupa penandatanganan piagam dan pelantikan Rektor yang pertama, Prof. H. Ilyas Muhammad Ali. IAIN Susqa ini pada mulanya berasal dari beberapa Fakultas dari Perguruan Tinggi Agama Islam Swasta yang kemudian dinegerikan, yaitu Fakultas Tarbiyah Universitas Islam Riau di Pekanbaru, Fakultas Syariah Universitas Islam Riau di Tembilahan, dan Fakultas Ushuluddin Mesjid Agung An-Nur Pekanbaru. Dengan persetujuan Pemerintah Daerah, maka Institut Agama Islam Pekanbaru ini diberi nama dengan Sulthan Syarif Qasim, yaitu nama Sulthan Kerajaan Siak Sri Indrapura ke-12 atau terakhir, yang juga nama pejuang nasional asal Riau Pengambilan nama ini mengingat jasa-jasa dan pengabdian beliau terhadap negeri, termasuk di bidang pendidikan.

IAIN Susqa Pekanbaru ini mengambil tempat kuliah pada mulanya di bekas sekolah Cina di Jl. Cempaka, sekarang bernama Jl. Teratai, kemudian di pindahkan ke masjid Agung An-Nur. Lalu pada tahun 1973, barulah IAIN Susqa menempati kampus Jl. Pelajar (Jl. K.H. Ahmad Dahlan sekarang). Bangunan pertama seluas 840 m² yang terletak di atas tanah berukuran 3,65 Ha dibiayai sepenuhnya oleh Pemerintah Daerah dan diresmikan penggunaannya oleh Gubernur Kepala Daerah Tingkat I Riau, Arifin Achmad, pada tanggal 19 Juni 1973. Ketika didirikan, IAIN Susqa hanya terdiri atas tiga Fakultas, yaitu Fakultas Tarbiyah, Fakultas Syari'ah dan Fakultas

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengikuti kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Ushuluddin. Namun sejak tahun 1998, IAIN Susqa mengembangkan diri dengan membuka Fakultas Dakwah. Fakultas ini didirikan berdasarkan Surat Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia No. 104 Tahun 1998 tanggal 24 Februari 1998. Fakultas ini pada mulanya berasal dari Jurusan Dakwah yang ada pada Fakultas Ushuluddin. Pada tahun 1997 telah berdiri pula Program Pasca Sarjana/PPs IAIN SUSQA Pekanbaru.

Keinginan untuk memperluas bidang kajian di IAIN Sulthan Syarif Qasim Pekanbaru muncul melalui Seminar Cendekiawan Muslim (1985), Seminar Budaya Kerja dalam Perspektif Islam (1987), dan dialog ulama serta cendekiawan se-Propinsi Riau. Tiga tahun berturut-turut (1996, 1997, 1998) melahirkan rekomendasi: Agar IAIN Sulthan Syarif Qasim Pekanbaru membuka program studi baru (umum). Melalui keputusan rapat senat IAIN Susqa tanggal 9 September 1998 yang menetapkan perubahan status IAIN Susqa menjadi Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Syarif Kasim Riau, maka dilakukan persiapan secara bertahap. Mulai pada tahun akademik 1998/1999 telah dibuka beberapa program studi umum pada beberapa fakultas, seperti :

1. program studi Psikologi pada Fakultas Tarbiyah,
2. program studi Manajemen dan Manajemen Perusahaan pada Fakultas Syari'ah,
3. Program studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Dakwah.

Kemudian IAIN Suska pun membuka program studi baru yaitu:

1. Program Studi Teknik Informatika dibuka Pada tahun akademik 1999/2000
2. Program Studi Teknik Industri dibuka tahun 2000/2001.

Kedua program studi terakhir ini untuk sementara ditempatkan dibawah administrasi Fakultas Dakwah.

Pada tahun akademik 2002/2003 program studi umum yang ada pada fakultas diatas dan ditambah beberapa program studi baru, ditingkatkan menjadi fakultas yang berdiri sendiri, fakultas-fakultas tersebut adalah

1. Fakultas Sains dan Teknologi dengan Jurusan/Program Studi Teknik Informatika, Teknik Industri, Sistem Informasi, dan Matematika;
2. Fakultas Psikologi dengan Jurusan/Program Studi Psikologi;

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengikuti kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial dengan Jurusan/Program Studi Manajemen, Akuntansi, dan Manajemen Perusahaan Diploma III; dan
4. Fakultas Peternakan dengan Program Studi Ilmu Ternak dengan Konsentrasi Teknologi Produksi Ternak, Teknologi Hasil Ternak, dan Teknologi Pakan dan Nutrisi.

Dengan demikian, pada tahun akademik 2002/2003, IAIN Susqa sebagai persiapan UIN Suska Riau telah mempunyai 8 Fakultas, yaitu:

1. Fakultas Tarbiyah,
2. Fakultas Syari'ah,
3. Fakultas Ushuluddin,
4. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi,
5. Fakultas Sains dan Teknologi,
6. Fakultas Psikologi,
7. Fakultas Ekonomi, dan
8. Fakultas Peternakan.

Peningkatan status IAIN menjadi UIN dimaksudkan untuk menghasilkan sarjana muslim yang mampu menguasai, mengembangkan, dan menerapkan ilmu ke-Islaman, ilmu pengetahuan dan teknologi secara integral, sekaligus menghilangkan pandangan dikhotomi antara ilmu keislaman dan ilmu umum.

Pengembangan UIN Suska tidak hanya dilakukan pada bidang akademik semata, seperti melalui pembukaan fakultas-fakultas dan program-program studi baru, tapi juga diarahkan pada pengembangan di bidang fisik, sarana, dan prasarana. UIN Suska telah mempunyai lahan kampus seluas 84,15 Ha yang terdiri atas 3,65 Hadi Jl. K.H. Ahmad Dahlan dan 80,50 Ha di Km. 15 Jl. Soebrantas Simpang baru Panam Pekanbaru. Lahan kampus di Km. 15 Jl. H.R. Soebrantas tersebut dibebaskan pada tahun 1981/1982 mulanya seluas 60 Ha dan diperluas pada tahun 2003-2006 menjadi 80,50 46 Ha. Pada tahun 1995/1996 pembangunan fisik di lahan ini telah dimulai dan telah berhasil membangun gedung seluas 5.760 m² untuk 70 lokal ruang kuliah. Sesuai dengan Peraturan Menteri Agama RI Nomor 8 Tahun 2005 tentang Organisasi dan Tata Kerja UIN Suska Riau dan Peraturan Menteri Agama RI Nomor 56 Tahun 2006 tentang Perubahan atas PMA RI No. 8 Tahun 2005 tentang Organisasi dan Tata Kerja UIN Suska Riau, maka UIN Suska Riau memiliki 8 fakultas, yaitu: Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Fakultas Syari'ah dan Ilmu Hukum, Fakultas Ushuluddin, Fakultas Dakwah

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengujikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

dan Ilmu Komunikasi, Fakultas Sains dan Teknologi, Fakultas Psikologi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, dan Fakultas Pertanian dan Peternakan.(Riau, 2007)



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengikuti kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan mengenai pengaruh fashion Islami yang dikenakan oleh Oki Setiana Dewi terhadap persepsi diri dan identitas Islami individu, dapat disimpulkan bahwa gaya berpakaian yang dipilih oleh Oki Setiana Dewi tidak hanya mempengaruhi aspek eksternal, tetapi juga mempengaruhi persepsi diri individu (self-perception). Fashion Islami yang dikenakan oleh Oki Setiana Dewi menunjukkan bahwa busana yang sopan dan sesuai dengan syariat Islam tidak harus mengorbankan elemen estetika dan keanggunan.

Dari segi persepsi eksternal, fashion Islami yang dipakai oleh Oki Setiana Dewi diterima dengan baik oleh masyarakat, terutama di kalangan Muslimah yang mengutamakan kesopanan dan nilai-nilai agama dalam berpakaian. Oki berhasil memperlihatkan bahwa busana Islami bisa tampil modis, modern, dan elegan, yang membuatnya lebih diterima di kalangan masyarakat, khususnya mereka yang memiliki kesamaan nilai dan prinsip agama.

Dalam hal self-perception, fashion Islami yang dikenakan oleh Oki Setiana Dewi memberikan dampak positif terhadap identitas diri dan kepercayaan diri individu. Banyak orang merasa terinspirasi untuk berpakaian lebih sopan dan sesuai dengan syariat Islam tanpa harus kehilangan gaya atau identitas pribadi mereka. Hal ini menunjukkan bahwa fashion Islami bukan hanya tentang penampilan fisik, tetapi juga tentang bagaimana individu merasa lebih dekat dengan identitas dan nilai-nilai yang mereka yakini. Secara keseluruhan, Oki Setiana Dewi melalui pilihan fashion Islami yang ia tampilkan telah memberikan pengaruh positif dalam memperkenalkan busana Islami yang lebih modern, modis, dan tetap sesuai dengan prinsip-prinsip agama. Gaya busana tersebut dapat menjadi contoh bagi banyak individu, terutama perempuan Muslimah, yang ingin tampil sesuai dengan nilai-nilai agama tanpa harus mengorbankan kepercayaan diri dan gaya pribadi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengikuti kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

B. SARAN

Berdasarkan dari penelitian yang telah dilakukan, peneliti merumuskan beberapa hal yang dapat menjadi saran yang dapat berguna.yaitu:

1. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur dalam penelitian kualitatif program studi Manajemen Dakwah, mengenai persepsi serta dapat memberikan kontribusi positif dalam penelitian-penelitian selanjutnya untuk mengembangkan tentang bahasan ini lebih lanjut.
2. Peneliti yang akan melakukan penelitian selanjutnya, disarankan untuk mencari dan membaca referensi lain lebih banyak lagi sehingga hasil penelitian selanjutnya akan semakin baik serta dapat memperoleh ilmu pengetahuan yang baru.

DAFTAR PUSTAKA

- Adliandri, A. E. (2016). *presentasi diri fashion icon hijab syar'i kota pekanbaru melalui media sosial instagram*. 3(1).
- Abi Anggito, J. S. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Aulia Dinda Prayanti, Parihat Kamil, & Wildan Yahya. (2024). Trend Jilbab Mahasiswa Fakultas Dakwah Unisba dalam Berbusana Muslimah Syar'i. *Bandung Conference Series: Islamic Broadcast Communication*, 4(1).
- Batee, M. M. (2019). Pengaruh media Sosial terhadap keputusan pembelian di toko kaos Nias Gunungsitoli. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 2(2), 313–324.
- Bulan, S. I. S., & Sudrajat, R. H. (2019). Pengaruh penggunaan celebrity endorser Arief Muhammad di instagram terhadap brand image Erigo Store. *Jurnal Sosial Politik*, 5(2), 322.
- Dewi, R., & Sandora, M. (2019). Analisis manajemen strategi uin suska riau dalam mempersiapkan sarjana yang siap bersaing menghadapi MEA. *Jurnal El-Riyasah*, 10(1), 74–91.
- R. A. Fadhallah, S. P. M. S. (2021). *wawancara*. unj press. Dr. Rohidin, S. H. M. A., & Nasrudin, M. (n.d.). *buku ajar pengantar hukum islam: Dari Semenanjung Arabia hingga Indonesia*. Lintang Rasi Aksara Books.

- ERYTA, A. P. S. (2013). *aplikasi instagram sebagai media komunikasi pemasaran online shop (Studi Deskriptif Kualitatif Aplikasi Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online Shop)*.
- Fahmi, D. (2020). *Persepsi: Bagaimana Sejatinya Persepsi Membentuk Konstruksi Berpikir Kita*. Anak Hebat Indonesia.
- Fitri, A., Siregar, H. L., Lubis, A. N. H., Putri, A. E., Asy-Syifa, N., & Wulandari, S. (2024). Analisis Busana Mahasiswa Muslim; Antara Trend dan Syariat. *Madinah: Jurnal Studi Islam*, 11(1), 37–56.
- Hanny, H., Dewi, N. L., Setiana, S., & Halim, M. (2023). Facing the Industrial Revolution 4.0 Era Through 360-Degree Leadership Education for Accounting Students. *Jurnal Akuntansi*, 15(2), 353–368.
- Hendra, F. (2017). Persepsi mahasiswa terhadap proses pembelajaran kemahiran bahasa. *Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Humaniora*, 3(4), 297–309.
- Istikomah, R., & Hasanah, A. M. (2024). peran hijab dalam membentuk karakter percaya diri pada perempuan muslimah (Studi Kasus pada Mahasiswa STAI Ma'had Aly Al-Hikam Malang). *Darajat: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 7(2), 105–119.
- Jafar, I., & Amrullah, M. N. (n.d.). *Bentuk-Bentuk Pesan Dakwah dalam Kajian Al-Qur'an*.
- Keperawatan, U. (n.d.). *Psikologi*. Egc. Kuantitatif, P. P. (2016). Metode Penelitian Kunatitatif Kualitatif dan R&D. *Alfabeta*, Bandung.
- Sith, T. (1999). *M. Natsir, dakwah dan pemikirannya*. Gema Insani. M. Munir, S. A.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengujikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- M. A. (2021). *Manajemen Dakwah*. Prenada Media.
- Mahfudhoh, R. (2024). Hijab dan Kontestasi Citra Perempuan dalam Ruang Publik. *Alhamra Jurnal Studi Islam*, 5(1), 1–14.
- Muh. Rahmat Al Hidayat, S. P. M. P. D. R. H. U. R. M. S. (2022). *Aqidah Islam Landasan Utama dalam Beragama*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Mustofa, M. B., Wuryan, S., & Rahmayeni, S. (2021). telah pesan dakwah dalam film tilik (studi analisis semiotika). *komunike*, 13(2), 223–234.
- Othman, R., Muhamad, S. N., Mohd Yusof, F., & Wan Harun, M. A. (2016). Fesyen Wanita Menurut Perspektif Islam dan Kesannya Terhadap Kesejahteraan Fizikal dan Spiritual. *Sains Humanika*, 8(3).
- Prof. Dr. Moh. Ali Aziz, M. A. (2019). *Ilmu Dakwah: Edisi Revisi*. Kencana.
- Purnamasari, M., & Thoriq, A. M. (2021). Peran Media dalam Pengembangan Dakwah Islam. *Muttaqien: Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies*, 2(2), 87–99.
- Purwanto, Y., Taufik, M., & Jatnika, A. W. (2017a). Peran teknologi informasi dalam perkembangan dakwah mahasiswa. *Jurnal Sosioteknologi*, 16(1), 94–109.
- Purwanto, Y., Taufik, M., & Jatnika, A. W. (2017b). Peran teknologi informasi dalam perkembangan dakwah mahasiswa. *Jurnal Sosioteknologi*, 16(1), 94–109.
- Purwasito, A. (2017). *analisis pesan message analysis*. 9.
- Rachmad, Y. E., Rahman, A., Judijanto, L., Pudjiarti, E. S., Runtunuwu, C. H.,

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengujikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Lestari, N. E., Wulandari, D., Suhirman, L., Rahmawati, F. A., & Mukhlis, I. R. (2024). *Integrasi Metode Kuantitatif dan Kualitatif: Panduan Praktis Penelitian Campuran*. PT. Green Pustaka Indonesia.
- Riau, U. S. (2007). *Buku Panduan dan Informasi Akademik*.
- Rinda Fauzian, M. P., & M Aditya Firdaus, M. P. (2018). *Pendidikan Akhlak Karimah Berbasis Kultur Kepesantrenan*. Rinda Fauzian.
- Rusdana, R., & Afrizal, S. (2024). Pencitraan Diri: Kajian Pada Mahasiswa Pendidikan Sosiologi Melalui Penggunaan Postingan Instagram. *Edu Sociata: Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 7(1), 383–392.
- Saputri, T. A., Untari, E. R., & Ramadan, R. (2024). Pengaruh Media Sosial Terhadap Efektivitas Layanan Delivery Makanan di Kota Palangka Raya. *Al-Aflah*, 3(1), 9–18.
- Semianwan, P. D. C. R. (n.d.). *Metode Penelitian Kualitatif*. Grasindo.
- Susanto, P. A. S. S. (1974). *Komunikasi dalam teori dan praktek* (Issue v. 1). Penerbit Binacipta.
- Safaruddin, K., & Mahfiroh, N. (2020). komodifikasi nilai islam dalam fashion muslim di instagram. *Profetika: Jurnal Studi Islam*, 21(1), 8–16.
- Tiapputri, A., & Muljono, P. (2022). Efektivitas Akun Instagram@ Infosumbar sebagai Media Penyebaran Informasi Sejarah dan Budaya Minangkabau. *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengujikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Masyarakat [JSKPM], 6(4), 467–479.

Wijaya, H. (2019a). *Analisis Data Kualitatif: Sebuah Tinjauan Teori & Praktik*. Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.

Wijaya, H. (2019b). *Analisis Data Kualitatif: Sebuah Tinjauan Teori & Praktik*. Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.

Yanti, I., Bunyamin, B., & Hidayati, D. L. (2023). resepsi santriwati terhadap cadar (Studi Living Qur'an Pada Santriwati Ma'had Hasan Bin Ali Samarinda). *Jurnal Studi Ilmu Quran Dan Hadis (SIQAH)*, 1(1), 13–36.

Yanuar, I., Gunawan, A., & Rosidah, N. S. (2023). Trend Fashion pada Sosial Media Instagram@ enazirashf_ dalam Gaya Berpakaian Islami Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2019 Universitas Ibn Khaldun Bogor. *KOLONI*, 2(4), 61–67.

Zahra, U. S. F., & Jannah, R. U. (2024). Implementasi Prinsip Konsumsi Islami: Studi Kasus Perilaku Konsumsi Mahasiswa Universitas Djuanda Terhadap Trend Fashion. *Karimah Tauhid*, 3(1), 1020–1034.

Zaecha, N. N., Hafidz, H., Pertiwi, B. N. O., & Nashihin, H. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Dakwah Digital Dalam Penyiaraan Agama Kalangan Kaum Milenial Di Instagram (Ustadz Hanan Attaki). *Attractive: Innovative Education Journal*, 5(2), 534–547.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengujikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

LAMPIRAN



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengujikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau



Sumber Peneliti:2025

