



## DEHUMANIZATION OF WOMEN BY DA'YAH (MEDIA CONTEST IN RELIGIOUS LECTURES)

DOI: [10.14421/livinghadis.2022.3979](https://doi.org/10.14421/livinghadis.2022.3979)

**Nurun Najwah**

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

Yogyakarta

[nurun.najwah@uin-suka.ac.id](mailto:nurun.najwah@uin-suka.ac.id)

Tanggal masuk : 01 Sept 2022

p-ISSN : 2528-756

e-ISSN : 2548-4761



### Abstract

*The dehumanization of women in the religious framework in the media is in the form of defining women as "free" human beings. The narrative is strongly framed because it is socialized by the da'i (male) and the da'iyah. There have not been many studies that have paid attention to the substance of religion, how the da'iyah (women preachers) are actively and massively involved in delivering their da'wah material which translates women, not as creatures that need to be humanized based on religious doctrine through the lectures of three da'iyah Mamah Dedeh (Dedeh Rosdiana); dr. Aisyah Dahlan and Dr. Oki Setiana Dewi through the youtube channel in six contents. Three questions were posed: (1) How are (religious) values regarding the dehumanization of women presented in religious lectures in the media; (2) How is the role of da'iyah in influencing the dehumanization of women; (3) How is the media contestation in religious lectures that do not humanize women. Misinterpretations in the form of dehumanization of women by the da'iyah are generally caused by a literal, partial, and superficial reading of religious doctrines. Therefore, although it is realized that the ideology of the media is never in line with religious values that are humanist and full of moral messages, religious lectures in the media need to be studied carefully, so that religious messages that are "more humane for women" through the media are not denied.*

**Keywords:** Dehumanization of Women, Media, Dai`Yah, Religious Doctrine, Youtube

### Abstrak

*Dehumanisasi perempuan dalam bingkai agama di media dalam bentuk mendefinisikan perempuan bukan manusia "merdeka". Narasi tersebut terbingkai kuat, karena disosialisasikan oleh para da'i (laki-laki) sekaligus da'iyah. Belum banyak studi yang memberi perhatian pada substansi agama, bagaimana para da'iyah (penceramah perempuan) terlibat secara aktif dan massif dalam menyampaikan materi dakwahnya yang menerjemahkan perempuan bukan sebagai makhluk yang perlu dimanusiakan yang berbasis doktrin agama melalui ceramah tiga da'iyah Mamah Dedeh (Dedeh Rosdiana); dr. Aisyah Dahlan dan Dr. Oki Setiana Dewi melalui channel youtube di enam konten. Tiga pertanyaan yang diajukan: (1) Bagaimana nilai-nilai (agama) tentang dehumanisasi perempuan dipresentasikan dalam ceramah agama di media; (2) Bagaimana peran da'iyah dalam mempengaruhi dehumanisasi perempuan; dan (3) Bagaimana kontestasi media dalam ceramah agama yang tidak memanusiakan perempuan. Misinterpretasi dalam bentuk dehumanisasi perempuan oleh para da'iyah umumnya disebabkan oleh pembacaan doktrin agama yang literal, parsial dan dangkal. Oleh karenanya, meski disadari ideologi media tidak pernah sejalan dengan nilai-nilai agama yang humanis dan penuh pesan moral, ceramah agama dalam media perlu dikaji secara seksama, agar pesan agama yang "lebih memanusiakan perempuan" melalui media tidak ternafikan.*

**Kata Kunci:** Dehumanisasi Perempuan, Media, Dai`Yah, Doktrin Agama, Youtube

## A. Pendahuluan

Studi tentang relasi agama, perempuan dan media setidaknya terangkum dalam tiga bentuk. *Pertama*, studi tentang pro-kontra dalam memberi makna doktrin agama dan memposisikan perempuan. Kelompok tekstualis lebih menekankan pemaknaan sesuai teksnya, sedangkan kelompok yang lain lebih menegaskan perlunya pemaknaan ulang secara komprehensif, intertekstual, menimbang konteks sosio historis dan menyingkap pesan utama berbagai teks agama tersebut. (Najwah, 2020) *Kedua*, studi tentang konten agama “apa pun” lebih mengarah pada perspektif peran media dalam menambah wawasan keagamaan dan semangat beragama. (Aulia, 2017; Furqon & Busro, 2017); Wahyuni, 2017; Yusuf, 2016) *Ketiga*, studi yang melihat komersialisasi agama di media yang menyebabkan pendangkalan agama. Merujuk pendapat Hjarvard, (Hjarvard, 2010) mediatisasi menjadikan agama sebagai simbol-simbol yang perlu dimaknai. Lebih rinci, mediatisasi agama, menurut Irwan Abdullah, menyebabkan adanya kodifikasi, konvergensi dan kooptasi agama yang mempengaruhi pemaknaan atas suatu agama. (Abdullah, 2017)

Dari studi yang ada, tampak bahwa tidak banyak studi tentang relasi media, perempuan, dan agama terkait aspek substansial agama. Lebih spesifik lagi, tidak banyak studi yang memberi perhatian pada isu pendangkalan agama dalam bentuk tidak memanusiasi perempuan yang justru dilakukan oleh perempuan (*Da`iyah*) dalam ceramah mereka di media.

Studi tentang perempuan di media telah banyak dilakukan. Sejauh ini, perempuan di dunia hiburan dan bisnis seringkali diposisikan sebagai objek seks dalam produk budaya, novel, iklan, film, dan lain-lain sebagai bentuk stereotyping dominasi pria terhadap perempuan atas nama kapitalis. (Juditha, 2015) Laki-laki ditempatkan sebagai pelaku, sementara perempuan dan tubuhnya ditempatkan sebagai korbannya. Dalam ranah tersebut, beragam bentuk dehumanisasi (subordinasi; marginalisasi; kekerasan; stereotipe; dan beban ganda) tersebut. Dalam realitas, perempuan bukan hanya sebagai obyek, tetapi sekaligus sebagai subyeknya. Tulisan ini akan mengungkapkan dalam koridor “agama”, bagaimana perempuan menjadi pelaku yang terlibat dalam dehumanisasi perempuan lainnya. Para *da`iyah* (penceramah perempuan) terlibat secara aktif dan massif dalam menyampaikan materi dakwahnya yang memposisikan perempuan bukan sebagai manusia “merdeka”, tidak dimanusiakan dan lebih rendah dari laki-laki yang berbasis doktrin agama melalui ceramah tiga *da`iyah* yakni Mamah Dedeh (Dedeh Rosdiana); dr.

Aisyah Dahlan dan Dr. Oki Setiana Dewi melalui channel youtube di enam konten.

Dehumanisasi Perempuan'' oleh *da`iyah* dalam Ceramah Agama di media, ini menarik untuk diteliti. Obyek material penelitian ini adalah ceramah agama tiga *Da`iyah* melalui laman [www. Youtube.com](http://www.Youtube.com), masing-masing dua konten, yakni: Mamah Dedeh (*vduc religi*); dr. Aisyah Dahlan (*Pecinta dari Aisyah Dahlan, Cht*) dan Dr. Oki Setiana Dewi (*Kisah-kisah Tauladan*) dengan pertimbangan bahwa ketiganya memiliki representasi sebagai publik figur yang digemari masyarakat, dengan bukti bahwa keberadaannya dalam media televisi sebagai pengisi tetap acara religi dan aktif di media sosial, dan videonya di youtube telah ditonton puluhan bahkan ratusan ribu kali. Konten yang dikaji adalah enam tema yang dipilih terkait relasi perempuan dan laki-laki dalam keluarga. Hal tersebut, karena keluarga merupakan bagian terkecil dalam masyarakat yang menjelaskan eksistensi perempuan, ketika berelasi dengan yang lain yang secara eksplisit mengisyaratkan ketimpangan ataupun konflik dalam relasi suami dan istri dan dipilih secara acak.

Enam topik yang diteliti yakni: (1) Para istri Wajib Nonton ini!! Hak seorang suami yang perlu kamu tahu; (2) Selingkuh; (3) Cara menghadapi Suami Pemarah Egois Cuek dan Tidak Perhatian; (4) Cara menghadapi suami yang selingkuh dan suka berbohong; (5) Suamiku mencintai wanita lain; (6) Istriku Tulang rusukku. Data dikumpulkan dengan mengamati narasi tiga *da`iyah*. Berbagai pernyataan dari *da`iyah* dikumpulkan, dan ditelusuri. Dalil-dalil al-Qur`an, Hadis dan riwayat apa yang digunakan; bagaimana dalil-dalil tersebut dibunyikan; sumber-sumber kitab apa yang dijadikan referensi serta bagaimana dimaknai. Pemaknaan tersebut diklasifikasi dengan analisa gender dengan *content analysis* untuk dilihat pergeseran nilai substansinya serta mengamati bagaimana peran media dalam memfasilitasi *performance* para *da`iyah* tersebut dalam menegaskan dehumanisasi terhadap perempuan.

Tulisan ini sebagai respons atas studi yang sudah ada dengan mengisi kekosongan studi yang belum dikaji serta melihat sisi yang belum diperhatikan oleh studi-studi sebelumnya dengan mengkaji secara mendalam tentang dehumanisasi perempuan melalui ceramah agama tiga *da`iyah* (Mamah Dedeh; Aisyah Dahlan dan Oki Setiana Dewi) di media youtube yang melegitimasi subordinasi perempuan. Sejalan dengan itu, tiga pertanyaan yang diajukan: (1) Bagaimana nilai-nilai (agama) tentang dehumanisasi perempuan dipresentasikan dalam ceramah agama di media; (2) Bagaimana peran *da`iyah* dalam mempengaruhi dehumanisasi perempuan; dan (3) Bagaimana kontestasi media dalam ceramah agama

## Nurun Najwah

yang tidak memanusiakan perempuan. Ketiga pertanyaan ini akan menjelaskan bagaimana terjadinya dehumanisasi perempuan melalui ceramah agama di media youtube oleh tiga *da`iyah* tersebut.

### B. Isu Dehumanisasi Perempuan dan Aspek Terkait dalam Kajian Akademik

#### 1. Dehumanisasi perempuan

Menurut Fakhri, (Fakhri, 2002) berbagai bentuk tidak memanusiakan perempuan yang terjadi di masyarakat, memiliki bentuk yang beragam sesuai lintas sosio-kultural, geografis, strata pendidikan, ekonomi, politik, dsb. Dehumanisasi perempuan selalu bersumber dari hal yakni; (1) pemahaman agama (tafsir, syarah atau pemahaman hadis, fiqh); hukum positif tertulis (Undang-undang, PP, Inpres); dan tidak tertulis (hukum adat), (2) kultur masyarakat, dan (3) pembuat dan penegak hukum.

Dehumanisasi terhadap perempuan termanifestasi dalam lima diskriminasi: (1) subordinasi (dianggap lebih rendah atau tidak penting), perempuan dianggap irrasional, emosional, dan tidak memiliki kapabilitas dalam posisi penting; (2) marginalisasi (pemiskinan), secara ekonomi dinilai lebih rendah; (3) *stereotype* pelabelan negatif terhadap kaum perempuan, sebagai pihak yang salah dan bermasalah (4) *violence*; legalitas berbagai bentuk kekerasan verbal; fisik (pemukulan, pemerkosaan atau penganiayaan) maupun kekerasan psikologis (pelecehan dan penafian otonomi perempuan atau penciptaan ketergantungan); dsb; (5) *double burden* (beban ganda) adanya beban kerja domestik yang lebih banyak bagi perempuan. Perempuan menanggung beban pekerjaan domestik rumah tangga dan peran publik sekaligus. (Fakhri, 2002)

#### 2. Doktrin Agama

Agama adalah faktor budaya yang menjelma dalam lembaga sosial yang luas dan berpengaruh di mana pengaruh yang dibawa dapat menyentuh sikap, nilai-nilai dan perilaku pada tingkat individu maupun masyarakat. (Eid & El-Gohary, 2015) Beberapa literatur menyebutkan bahwa saat ini identitas agama semakin kuat di ruang-ruang publik. (Abbink, 2011) Karena itu, banyak kontestasi muncul seputar praktik-praktik religius di tempat publik. Ruang publik adalah arena untuk menghadirkan agama di masyarakat sehingga penganutnya dapat menunjukkan keyakinannya di tengah-tengah masyarakat majemuk. (Qadir, 2014) Kadang hal ini memicu demonstrasi besar-besaran, larangan kegiatan keagamaan, serta

pendirian sekolah berbasis agama. Masalah agama di ruang publik dalam literatur lebih sering bertempat pada negara-negara di Eropa. (Carol & Koopmans, 2013)

Agama merupakan salah satu faktor yang paling menentukan dalam mempromosikan nilai dan keutamaan hidup dalam masyarakat dan memiliki kekuatan yang signifikan di dunia. Masalah agama di ruang publik dalam literatur lebih sering bertempat pada negara-negara di Eropa. (Carol & Koopmans, 2013) Contohnya adalah kontroversi tentang pembangunan masjid, pendidikan agama, serta hak untuk mengenakan jilbab dan *burqa*. (Helbling, 2014; Williams & Vashi, 2007) Terkait kontestasi ini, sudah banyak pula yang menulis bentuk-bentuk resolusinya. Dilger & Schulz (2013) misalnya, melalui pendidikan di sekolah-sekolah. Sedangkan King (2016) secara unik menyampaikan gagasannya untuk penyelesaian kontestasi antara Muslim dan Kristen dengan komunikasi musik transformatif. Penyelesaian melalui dialog antaragama juga disampaikan oleh beberapa penulis. (King, 2016; Migliore, 2008) Selain itu, ada pula tulisan yang menampilkan keberhasilan membentuk hubungan baik antara kedua pemeluk agama ini. Misalnya dalam tulisan Frederiks (2010) tentang penduduk Muslim dan Kristen di sub-Sahara Afrika yang sudah menerima keragaman agama di benua itu sebagai bagian dari realitas Afrika.

### 3. *Da`iyah*

Dalam proses dakwah nilai-nilai Islam di masyarakat, yang berperan penting adalah penceramah, materi, strategi, dan sasaran dakwah. Penceramah perempuan memiliki andil penting pemberdayaan kaumnya sendiri untuk dasar kehidupan duniawi dan *ukhrawi*. (Nurmahyati 2017) Dalam sejarah, beberapa perempuan yang memiliki kadar keulamaan di Indonesia memiliki kiprah dalam perkembangan Islam di Nusantara. (Zahara Adibah 2020) Muafiah dalam risetnya menemukan beberapa nasehat perkawinan Kyai dalam prosesi pernikahan sarat bias gender dalam bentuk subordinasi dan stereotipe yang diungkap dengan tiga bentuk, dengan susunan kata atau kalimat yang lugas, bahasa kiasan ataupun penjelasan sesuai konteksnya. (Muafiah, 2010) Pendakwah perempuan sebagai agen agama di media sosial seperti Komunitas Ngaji Kajian Gender (Ustazah Nur Rodiah), Niqab Squad (Indardari dan Dina Nurlina), dan Mumpuni Handayekti menjadi acuan masyarakat kemudahan media sosial sebagai salah satu sumber konten dakwah, memicu munculnya

“identitas ustazah milenial” sebagai semangat kaum perempuan membumikan gerakan dakwah, menjadi “agen agama” yang memposisikan perempuan sebagai pendakwah masih mendapat stereotip dari lingkungan dominan. (Pambayun, 2012) Para pelaku dakwah dapat menggunakan produk budaya sebagai media atau sarana dalam menginternalisasikan berbagai pemikiran dalam Islam menjadi realitas yang dikonstruksi di tengah masyarakat

#### 4. Kontestasi Media

Fungsi media antara lain yaitu memberikan informasi, mendidik, mempengaruhi (persuasi) dan menghibur (Qudratullah, 2016:44). Media adalah mengarahkan hidup masyarakat. (M. Hatta, 2017) Media telah membuka babak baru bagi proses penyebaran pesan-pesan agama, namun di sisi lain mediatisasi berpeluang menyebabkan pergeseran peran tokoh agama sebagai pihak yang memiliki otoritas sumber informasi agama. (Fakhruroji, M., 2015) Media massa memiliki posisi yang strategis, terutama dengan kemampuannya sebagai sarana legitimasi dan delegitimasi terhadap kekuasaan. Citra yang dibentuk oleh media massa sebagai sarana untuk membangun kepercayaan masyarakat terhadap keabsahan tindakan penguasa dan kekuasaannya. Biasanya konstruksi pemberitaan tentang perempuan di samping hasil kebijakan media tetapi juga dipengaruhi oleh rendahnya tingkat partisipasi perempuan bekerja di media. (Halim, 2012)

Di media, perempuan dan tubuhnya sebagai pihak yang terobjektifikasi, dalam iklan, film maupun berita. Ini terlihat dari cara wartawan dalam memilih narasumber, foto, menonjolkan konteks bias, serta pemilihan beberapa bentuk kalimat sebagai *agent of problem*. Ideologi patriarki yang menjadi ideologi dominan dalam media ini, kemudian juga bisa dilihat dari pertarungan di ruang redaksi media (Makassar.tribunnews.com) yang memiliki jumlah awak laki-laki lebih banyak, sehingga kerap kali artikel yang dirilis juga diditori oleh laki-laki. Film pun memiliki potensi untuk memengaruhi dan membentuk masyarakat berdasarkan muatan pesan dibalikinya. “Ayat-Ayat Cinta”, sarat pesan dakwah verbal seperti anjuran menikah, menjunjung tinggi perempuan, dan berperilaku adil dalam berpoligami, hubungan sesama Muslim (Wahyuningsih, 2015) maupun melalui produk budaya, berupa novel religi.

**C. Upaya Para Da`iyah dalam Menjelaskan Posisi Penting Perempuan**

**1. Nilai-Nilai Agama yang Disampaikan**

Nilai-nilai agama yang disampaikan Mamah Dedeh; Aisyah Dahlan; dan Oki Setiana Dewi melalui media youtube, menjelaskan posisi perempuan sebagai makhluk yang “sangat terikat” oleh laki-laki dengan doktrin Agama (al-Qur`an dan hadis serta riwayat-riwayat atau hikayat lain) sebagai dasar argumentasi. *Da`iyah* dalam menyebut ayat al-Qur`an, umumnya dengan menyebutkan nama surat dan nomer ayat. Terkadang disebut secara lengkap ayatnya, dan terkadang hanya bagian dari ayat yang dipenggal. Sedangkan penyebutan hadis, umumnya menyebut sebagian matan, dengan tidak menyebut sanad dan matan secara lengkap, serta kualitas hadisnya. Penceramah mencukupkan, Nabi pernah bersabda “dengan menyebutkan kandungan hadis atau terjemahan bebas hadis tersebut”. Adapun hikayat dan cerita yang digunakan umumnya dengan menyebut pengarang dan judul kitab serta garis besar isi kitab tersebut. Dalam beberapa hal, hanya term-term agama yang disebut, tanpa menyebut sumbernya. Setelah menyebut teks-teks agama tersebut, Para *da`iyah* dalam dakwahnya memberikan penjelasan dan memberikan contoh-contoh penerapannya dalam kehidupan sehari-hari, sebagaimana terlihat dalam Tabel 1 berikut ini:

**Tabel 1 Nilai-nilai Agama dalam Subordinatisasi Perempuan di Media**

No	Tema Bahasan	Ungkapan Doktrin Agama	Sumber Rujukan
1.	Laki-laki pemilik Tubuh perempuan	1) Tubuh istri hak suami, (Q.S an-Nisa` (4):1). 2) Istri wajib melayani hubungan sex dengan suami, kapan pun dan di mana pun. Istri tidak boleh menolak hubungan sex, walaupun di atas pelana ataupun tungku/dapur (Terjemahan Hadis) 3) Istri yang menolak hubungan sex dengan suami, berakibat malaikat tidak mencatat	1. Ayat Quran 2. Terjemahan Hadis

		kebaikannya dan melaknatnya (Terjemahan Hadis)	
2.	Ketaatan pada suami	<p>1) Istri wajib taat pada suami, karena laki-laki pemimpin <i>Ar Rijalu Qawwamuuna `ala an-nisa`</i>, (Q.S an-Nisa` (34))</p> <p>2) <i>Lau amartu al-Mar`ah an tasjuda lizaujiha</i>, taatnya tidak harus sampai sujud, tapi benar-benar hormat, (Hadis, tidak lengkap dan terjemahan hadis)</p> <p>3) Ridho Allah tergantung ridha suami, keluar rumah; menerima tamu harus izin suami dsb. (Terjemahan Hadis)</p>	<p>1. Ayat Quran</p> <p>2. Teks Hadis</p> <p>3. Terjemahan Hadis</p>
3	Perempuan selalu salah	<p>Menghadapi Suami Pemaarah Egois Cuek dan Tidak Perhatian dengan mengingat:</p> <p>1) Suamimu, jembatan surgamu, (Terjemahan Hadis)</p> <p>2) <i>Shalat, sabar, istighfar, pemaaf dan bersyukur, alfatihah, shalawat, muthmainnah</i> (emosi negatif perempuan dibuang) (Term-term agama)</p>	<p>1. Terjemahan Hadis</p> <p>2. Term-term agama</p>
4	Laki-laki selalu benar	<p>Menghadapi suami yang selingkuh dan suka berbohong: <i>Shalat, sabar, istighfar, pemaaf dan bersyukur, alfatihah, shalawat, muthmainnah</i> (emosi negatif perempuan diturunkan) (Term-term agama)</p>	Term-term agama
5	Istri tulang rusukku	Menerima apapun perlakuan suami sampai akhir hayat, kisah totalitas kesetiaan, kepasrahan Raihana dalam memperjuangkan cinta suaminya dan meninggal karena melahirkan anak, tanpa diketahui suaminya yang abai	Hikayat Cerita,



		padanya (hikayat cerita Habibur Rahman Syaerazi)	
6	Suamiku mencintai wanita lain	Rima menerima dengan pasrah perselingkuhan hati suami dan berusaha memperbaiki diri untuk bisa mendapatkan cinta suami sampai akhir hayat Rima dalam hikayat cerita	1. Term al-Quran <i>mitasaqan ghalidzan</i> 2. Hikayat Cerita

## 2. Pemaknaan Terhadap Doktrin Agama

Para *da`iyah* memberi makna doktrin agama yang bersumber dari ayat al-Qur`an dan hadis dalam enam konten tersebut dengan makna tekstual atau literal dan terpisah dengan teks-teks lain. Pemaknaan para *da`iyah* tidak disertai pemaparan konteks historis serta penjelasan *Mufasssir* ataupun Ulama yang bersumber dari Kitab Tafsir, Kitab Hadis dan Syarah Hadis. Penjelasan para *da`iyah* lebih tampak sebagai terjemahan bebas doktrin-doktrin tersebut. Terdapat empat poin utama dalam dakwah mereka, yakni: (1) istri sebagai obyek seks suami, harus siap melayani di manapun dan kapan pun; (2) kepatuhan istri sesuai kerelaan suami, sebagai pemimpinnya; (3) setiap kesalahan suami (pemarah, pembohong, selingkuh, dll), istri yang harus memperbaiki; (4) istri shalehah harus berjuang sampai akhir hayat untuk menerima apapun perlakuan suaminya. Sebagai contoh, penjelasan Mamah Dedeh,

“Rasul bersabda *“Lau amartu ahadan bissujud lighairillah, laamartu al-mar’ata an tasjuda lizaujiha”* Kalau seandainya seorang makhluk boleh sujud kepada makhluk yang lain, maka istri harus sujud kepada para suami. Tapi Islam melarang makhluk sujud dengan makhluk yang lain. Maka kita para istri cukup menghormati dan menghargai suami kita. Itu hak suami kewajiban istri. Kalau semua ditunaikan, aman dunia...”

Penjelasan Mama Dedeh disertai dengan penekanan bahwa kerelaan suami merupakan kata kunci dalam setiap aktivitas perempuan, di dalam dan di luar rumah, bahkan dalam ibadah sunnahnya. Semuanya harus dalam koridor sesuai yang diinginkan suaminya.

Aisyah dalam dua ceramahnya tentang *Cara Menghadapi Suami Pemarah Egois Cuek dan Tidak Perhatian* dan *Cara Menghadapi Suami yang Selingkuh dan Suka Berbohong* menjelaskan bahwa dalam problematika rumah tangga, perempuan harus pasang badan sebagai pihak yang salah, dan harus memperbaiki diri, dengan mendekati diri kepada Allah dalam bentuk *Shalat*, *istighfar*, *membaca alfatihah*, *shalawat*, serta *sabar dan membuang* emosi negatif, karena sifat-sifat buruk yang dimiliki laki-laki tidak bisa diubah. Sementara, Oki Setiana Dewi dalam ceramah tentang *Suamiku mencintai wanita lain* dan *Istriku Tulang rusukku* menjelaskan tentang pentingnya perempuan berjuang sepenuh hati dan sepenuh jiwa untuk mempertahankan rumahtangganya, meski suaminya berselingkuh dan abai kepadanya.

### 3. Bentuk Dehumanisasi Perempuan Dalam Ceramah Agama

Ceramah tiga *da`iyah* dalam enam konten yang diteliti, terdapat tiga bentuk dehumanisasi terhadap perempuan, yakni: subordinasi, kekerasan dan stereotipe. Pertama, bentuk subordinasi tampak dalam penjelasan istri harus dalam totalitas kepatuhan. Kepatuhan didefinisikan sebagai yang sesuai dengan yang diinginkan suami.

"Kalau suami anda senang istrinya makai baju *beureum buricak burinong harerang* tiap hari pakai baju *beureum*. Suami anda senang sama *terong*, tiap hari pake baju *terong*. Suami anda senang sama *Saga*, tiap hari makai baju *Saga* hitam merah. Suami anda senang uduk minimal seminggu sekali ibu bikinkan uduk. Jelas Bu? Sesuai selera suami".

Kedua, legalitas kekerasan terhadap istri, baik secara seksual, "tubuh istri adalah milik suaminya," maupun secara verbal dan psikis sebagaimana paparan Aisyah dan Oki. Oki Setiana Dewi dengan hikayat ceritanya, mengajak audiens bisa mencontoh perempuan shalihah seperti Raihanna yang berjuang tetap meski suami sebegitu dholim kepadanya. Ketiga, bentuk stereotipe, bahwa perempuan memiliki label negatif, tampak dari penuturan Aisyah Dahlan, bahwa istri harus selalu memposisikan sebagai pihak yang salah dan harus memperbaiki diri,

"Konsep masalah adalah sikon dan emosi negatif. Suami sebagai sikon yang susah dirubah atau tidak

mungkin berubah. Oleh karenanya dengan *move on* ke atas, emosi positif, agar masalah terselesaikan”.

Berbagai penjelasan dari *da`iyah* yang bermuatan legitimasi adanya subordinasi (makhluk yang lebih rendah), layak mendapat berbagai bentuk kekerasan dan stereotipe (berlabel negatif) menunjukkan bahwa para *da`iyah* sebagai perempuan juga turut terlibat dalam menegaskan berbagai bentuk non humanis pada sosok perempuan.

#### 4. Peran *Da`iyah* dalam Partisipasi Melanggengkan Dehumanisasi Perempuan

Mamah Dedeh; Aisyah Dahlan; dan Oki Setiana Dewi mempunyai andil dalam ceramah-ceramah yang humanis terhadap perempuan. Peran ketiganya terlihat dalam beberapa aspek. Pertama, perannya sebagai publik figur yang aktif di media social, sehingga dilihat dan didengar oleh banyak audience. Kedua, peran sebagai *Da`iyah*, yang pro aktif dalam “mengajak”. Ketiga, respon audiens yang terpengaruh ceramahnya. Viralitas ketiganya disebabkan konten-konten dakwahnya yang diunggah ke youtube dan disebarlinkannya kepada pengguna lain, dengan *followers, like, share, comment, dan subscribe*. Mamah Dedeh (@mamahdedeh24) diikuti 47,5 K, aktif di TVone dalam “Rumah Mamah Dedeh. Sementara @okisetianadewiofficial 126 dan @osd 262 K dengan Transtv “Islam Itu Indah” dan Aisyah Dahlan@draisahdahlan dengan 206 K. Sebagai seorang dokter, Aisyah tercatat sebagai Ketua Asosiasi Rehabilitasi Sosial Narkoba Indonesia sejak 2015, yang menangani korban narkoba. Videonya yang berisi terapi korban narkoba dan berbagai masalah *parenting* keluarga. Ketenaran ketiganya dalam youtube terlihat sebagaimana dalam table (2) berikut ini:

**Tabel 2 Popularitas *Da`iyah* dan Jumlah Subscriber**

No	Tema Ceramah	Channel Youtube	Subscriber	Frekuensi Ditonton
1	Para istri Wajib Nonton ini!! Hak seorang suami yang perlu kamu tahu	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=k m2mhR0g33U vdvc religi">https://www.youtube.com/watch?v=k m2mhR0g33U vdvc religi</a>	1,6 juta	397,99 rb

2	Selingkuh	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=z-qqmBDk8cY019">https://www.youtube.com/watch?v=z-qqmBDk8cY019</a> vdvc religi	1,6 juta	115 rb
3	Cara menghadapi Suami Pemarah Egois Cuek dan Tidak Perhatian	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=c2EHPfqYlJk">https://www.youtube.com/watch?v=c2EHPfqYlJk</a> Pecinta dari Aisyah Dahlan,Cht	3,1 rb	612,88 rb
4	Cara menghadapi suami yang selingkuh dan suka berbohong	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=JYkA0SRuGCo">https://www.youtube.com/watch?v=JYkA0SRuGCo</a> Pecinta dari Aisyah Dahlan,Cht	1,5 rb	193,87 rb
5	Suamiku mencintai wanita lain	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=6HT5JJP6f3o">https://www.youtube.com/watch?v=6HT5JJP6f3o</a> Kisah-kisah Tauladan	19,3 rb	952,98 rb
6	Istriku Tulang rusukku	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=z-qqmBDk8cY&amp;t=32s">https://www.youtube.com/watch?v=z-qqmBDk8cY&amp;t=32s</a> Kisah teladan	3,32 rb	527,03 rb

Sebagai penceramah, Da`iyah berperan penting dalam mensosialisasikan “potret ideal perempuan shalehah”, setidaknya terlihat dalam dua hal. Pertama, penjelasan yang disertai contoh-contoh kongkrit dalam kehidupan sehari-hari.

“Suatu ketika Rasul bersabda “Seorang istri wajib melayani suami walaupun dia ada di pelana”. Ibu tahu pelana? Dulu kendaraan itu di atas kuda pakai pelana. Maksudnya apa? Walaupun anda perempuan sudah dandan cantik mau bepergian ke suatu tempat begitu suami anda melihat istri cantik sudah dandan dia minta anda tidak boleh menolak. Layanin, turun dulu deh tuh dari pelana, layanin dulu suaminya. Dalam hadits lain Rasulullah bersabda “Walaupun kalian di atas tungku” maksudnya walaupun seorang istri lagi

masak, kalau suaminya membutuhkan kalian, matiin dulu tuh kompor, layanin dulu suami anda”

Kedua, penjelasan *da`iyah* dengan intonasi yang baik, serta susunan kata yang menarik dan menyentuh hati, sebagaimana paparan Oki tentang sosok perempuan ideal, Raihana.

“Maka di hari keempat bulan itu aku memutuskan untuk tidak satu ranjang lagi dengan Raihana, aku tidur di kamarku sendiri dan Raihana tidur di kamarnya sendiri dan setiap malam. Raihana merintih dan menangis karena perilakuku yang semakin hari semakin kasar padanya. Raihana bersimpuh tertunduk kepadaku dan mengatakan “Maafkan aku, apa kesalahanku, katakan kesalahanku agar aku bisa memperbaikinya, jangan sekali-kali engkau bersikap seperti itu tanpa aku tahu apa kesalahanku, aku ingin mengabdikan kepadamu sepenuhnya wahai suamiku”. Namun ocean dari Raihana seperti penjual jamu saja bagiku, tidak ada artinya apa-apa. .... Mertuaku berkata, ini pesan terakhirnya, ‘maafkan aku suamiku, aku tidak bisa memberikan pelayanan yang terbaik untukmu, aku sudah berusaha, tapi engkau masih saja merasa bahwa aku selalu kurang, maafkan aku”. Begitu kata Raihana”. Maka kemudian air mataku tumpah ruah ... Tapi sudah terlambat, Raihana sudah tidak ada.... Mudah-mudahan ini menjadi kisah pembelajaran yang luar biasa berharga untuk menjaga kesetiaan antar suami dan istri, untuk saling menghargai antar suami dan istri.”

Pengaruh *da`iyah* di media social dalam riset ini sebatas pengaruh responsif positif audiens dalam terkait penjelasan *da`iyah* serta saling respon antar audiens untuk bisa mengikuti ceramah *da`iyah* tersebut, sebagaimana coment dari konten dr. Aisyah.

Chen L Qien: “Bu Aisyah sungguh bijaksana. Sehat dan cantik selalu buat Bu Aisyah Terima kasih solusinya”.

Heru Mini: “Alhamdulillah Syukron pencerahan nya.

Sariyah Lampung hoki: “Alhamdulillah MasyaAllah, ya benar bunda, jazakumullahu khair”.

Bukan sekedar memberikan respon positif, beberapa audiens memberikan respon berupa komentar tertulis untuk mengikuti seperti yang disampaikan Aisyah.

Klistiane Budisutrisno: *Ass.. Dr Bgaimna Pendapat Dr Klo Rumah Tangga Sudah Ada org ketiga ? Bahkan Suami Sya Sdh bermain Hati sma wanita lain.. Tpi Yg Sya Bingung Posisi sya saat ini lgi hamil masuk 9bln,,, Apa Sya Hrus tetep Bertahan ? Atau Sya Hrus tinggal Suami Sya ?? Tpi suami sya sdh berjanji gk akan lakuin bgtu lgi,,, Tpi Sya slalu sya dhantui rasa takut dn curiga,,, krna Sya Sempet komunikas sma wanita itu,,, wanita itu blg klo dya Msh Mencintai Suami sya ??? Sya Harus bgaimna dr ?? Tolong kash solusi buat sya dokter.. terima kasih.."*

Dian Nurnisa: *Yang ibu alami sama seperti sy 10 thn yg lalu,,,sakitt lemess rasanya,,tp saya bertahan karena suami sy berjanji tidak mengulangi lagi, sy di teror sama wanita itu,, akhirnya saya dan suami ganti no hp ,, sy butuh waktu 10 thn ,,untuk ikhlas dan percaya pd suami,,hikmahnya suami lebih perhatian sangat "*.

## 5. Kontestasi Media dalam Bingkai Agama

Terjadinya kontestasi media terhadap agama ditunjukkan dalam bentuk transformasi referensi agama ke media. Dalam satu dekade terakhir, media mengambil alih peran tersebut dan lebih memiliki kekuatan pengaruh dalam menyampaikan pesan "atas nama agama". Media lebih dipilih masyarakat awam sebagai tempat belajar agama daripada belajar ke Pesantren, madrasah atau Ulama/Kyai secara langsung. Ada dua faktor yang mempengaruhi transformasi agama ke media, yakni internal dan eksternal. Faktor internal, dari media youtube, misalnya dapat dilihat dari tayangan-tayangan religi yang memiliki rating yang tinggi; subscriber yang banyak; ditonton orang banyak atau di upload dalam channel lain. Bahasan agama di media lebih diminati, karena disajikan layaknya "tontotan" pementasan yang enak dinikmati. Yakni dengan penataan tempat ceramah dengan backdrop dan cahaya lampu; Kostum penceramah dan *make up* yang *good looking*; iringan music; kehadiran komedian dan artis tamu; serta hadirnya sponshorship acara. Di samping itu, agama dinarasikan dengan bahasan ringan, tidak monoton, dengan tema-

tema dengan judul yang menarik, sehingga orang belajar agama, tapi tidak merasa terbebani. Secara lebih rinci beberapa bentuk kontestasi media terlihat dalam tabel (3) berikut:

**Tabel 3 Bentuk Kontestasi Media dalam Ceramah Agama**

No	Aspek yang ditunjukkan	Bentuk Koomersialisasi	Keterangan
1	Pengaturan Tempat Pentas	(1) Backdrop dengan penataan cahaya lampu yang indah (2) Koreografer dalam mengucapkan salam dan menjawab salam secara bersamaan dengan gerakan tangan yang sama	Tempat pentas yang menarik
2	Busana dan make up	(1) Kostum (Baju gamis/ jubah dan jilbab panjang (perempuan); Kopyah dan baju koko (laki-laki) (2) Make up artis yang <i>good looking</i>	Busana pentas
3	Hiburan	(1) Irian music piano/biola/ qasidah (2) Komedi dari penceramah/ host (3) Hadirnya artis tamu	Menghibur
4	Iklan	(1) Dipasang permanen, di sudut tertentu di layar (2) Ditayangkan di tengah acara	Pertimbangan ekonomi
5	Penentuan judul ceramah	1. Para istri Wajib Nonton ini!! Hak seorang suami yang perlu kamu tahu 2. Selingkuh 3. Cara menghadapi Suami Pemaarah Egois Cuek dan Tidak Perhatian 4. Cara menghadapi suami yang selingkuh dan suka berbohong	Judul yang bombastis

## Nurun Najwah

		5. Suamiku mencintai wanita lain 6. Istriku Tulang rusukku	
--	--	---	--

Adapun faktor eksternal yang mempengaruhi dipilihnya media sebagai sarana belajar agama adalah fleksibilitas dan jangkauannya yang luas. Fleksibilitas media ditunjukkan dengan keberadaan media yang bisa diakses kapan pun, di mana pun dan oleh siapapun (lintas ruang, waktu, dan usia) yang memiliki koneksi internet. Pengguna media tidak harus menyiapkan waktu dan busana tertentu untuk bisa mendengarkan ceramah sebagaimana layaknya menghadiri pengajian secara langsung. Pun bebas menentukan tema apa yang ingin dilihat dan siapa penceramahnya. Di samping itu, luasnya jangkauan media, membuka ruang lebih banyak ceramah disaksikan. Satu konten bisa saja disaksikan puluhan ribu, ratusan ribu, bahkan jutaan orang di berbagai belahan bumi, sesuatu yang mustahil dilakukan dalam “ceramah secara langsung”. Di samping audience memiliki keleluasaan untuk berbagi konten; atau membuat duplikasi konten tersebut dalam link pribadinya. Di samping itu, beragamnya varian media yang bisa dipilih; televisi, instagram, Facebook, whatsapp, twitter, youtube, tiktok, dan lain lain semakin meluaskan peran dan kekuatan media dalam mentransfer pesan-pesan “atas nama agama” dalam berbagai kontennya.

### D. Alasan Munculnya Dehumanisasi Perempuan dan Peran Da'iyah dalam Menolak Isu Dehumanisasi

Penyebab terjadinya dehumanisasi perempuan dalam bingkai teks agama, dari tiga aspek, yakni: *Pertama*, pembacaan dan penafsiran kitab-kitab Tafsir, *Syarah* dan fiqh yang didominasi Ulama laki-laki, termasuk dalam setiap ceramah prosesi pernikahan. *Kedua*, pembacaan secara literal terhadap al-Qur'an (seperti Q.S. al-Nisa' (4): 1, 3, 34; Q.S. al-Baqarah (2): 228, 282; Q.S. al-Ahzab (33):33) dan teks-teks hadis terkait eksistensi perempuan di berbagai ranah (ibadah, domestik, dan publik). Dalam *al-Kutub al-Tis`ah*, 46,7 % dari 60 teks hadis menyebutkan bahwa gerak perempuan, dalam kuasa suaminya. (Najwah, 2020) Doktrin agama yang diterjemahkan secara tekstual, parsial telah menarasikan taqdir perempuan sebagai makhluk terbelenggu dan berlabel negatif. Memaknai dalil agama secara integral, holistik, dan intertekstual dan memahami setting historisnya serta memahami pesan moralnya, justru menemukan bahwa Islam telah banyak melakukan terobosan dan menghapus banyak



hal yang "tidak memanusiasikan perempuan". *Ketiga*, Para *da`iyah* ternyata turut mensosialisasikan potret "perempuan shalehah ideal" yang bias gender tersebut, mengakibatkan pemahaman agama yang terkonstruksi dalam budaya patriarkhi semakin kuat akarnya, dalam budaya, hukum, dan keyakinan yang menunjukkan keberpihakan kepada laki-laki dan melegitimasi subordinasi, marginalisasi, stereotipe kekerasan dan beban ganda bagi perempuan di semua ranahnya, ranah privat, domestik, publik, bahkan ranah spiritual.

Jika dibandingkan dengan penelitian sebelumnya, maka akan jelas letak perbedaannya, di mana penelitian sebelumnya lebih banyak menjelaskan bahwa berbagai bentuk dehumanisasi terhadap perempuan yang berbasis doktrin agama, didasarkan teks-teks agama yang ditafsiri oleh Penafsir laki-laki, dilegitimasi dalam aturan secara structural dan dikontinuitaskan dalam budaya patriarkhi. Subordinasi terhadap perempuan seringkali diterjemahkan sebagai bentuk diskriminasi dari laki-laki terhadap perempuan. Oleh karenanya, merubah berbagai bentuk ketidakadilan terhadap perempuan, harus dilakukan oleh laki-laki yang memiliki peran besar melakukan hal tersebut terhadap perempuan. Penelitian ini justru menunjukkan bahwa perempuan memiliki andil yang cukup besar juga, terlihat dalam penjelasan para *da`iyah* dalam berbagai ceramah agama yang menegaskan ketidakmandirian perempuan dalam hidupnya, surganya di tangan laki-laki-laki serta kesalahannya tergantung bisa tidaknya mengikuti kemauan laki-laki. Penyampaian yang dilakukan berulang kali oleh para *dai`yah* yang memiliki penonton ratusan atau ribuan bahkan jutaan orang, tentunya memiliki pengaruh secara langsung dan tidak langsung.

## E. Simpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa dakwah tiga *da`iyah*, yakni: Mamah Dedeh; Aisyah Dahlan, dan Oki Setiana Dewi dalam enam konten channel youtube dalam menjelaskan posisi perempuan menggunakan dalil al-Qur`an, hadis Nabi dan riwayat lainnya. Substansi agama tidak disampaikan secara mendalam, dan dimaknai secara harfiah oleh para *da`iyah*, bahwa takdir perempuan "terikat" dan "tergantung" pada laki-laki dalam bentuk subordinasi, kekerasan dan stereotipe. Para *da`iyah* kondang tersebut menjelaskan "potret ideal perempuan shalehah" dengan contoh-contoh kongkrit dalam kehidupan sehari-hari, dengan intonasi yang baik, serta susunan kata yang menarik dan menyentuh hati, sehingga ditonton ratusan ribu kali, mendapat respon positif audiens dan saling respon antar audiens dalam kolom komentar media sosialnya. Penampilan *da`iyah*

terkesan lebih disiapkan sebagai tontonan yang menarik dan menghibur sesuai selera audiens, terlihat dari kostum, penataan background, iringan musik, dan hadirnya iklan di acara tersebut. Eksistensi mereka mendapat tempat kuat di media, karena masyarakat awam lebih memilih belajar agama melalui media yang dianggap lebih fleksibel, ringan dan menarik. Dengan demikian, ideology media yang berseberangan dengan agama, turut andil dalam mendangkalkan agama dalam bentuk subordinatisasi perempuan yang tidak manusiawi.

Hasil riset menunjukkan bahwa teks al-Qur`an dan hadis yang dijadikan dasar legitimasi, dimaknai secara literal dan parsial serta historis. Komodifikasi agama terlihat dalam memaknai teks agama dalam bentuk dakwah hiburan dan menjadikan terbukanya pendangkalan agama dalam bentuk tidak memposisikan perempuan selayaknya sebagai manusia. Studi ini menyarankan media tetap memberikan porsi yang memadai untuk turut terlibat membawa pesan nilai-nilai agama dalam berinteraksi dengan doktrin agama al-Qur`an dan hadis secara holistik.

Signifikansi penelitian ini terhadap substansi agama dan korelasinya dengan studi gender, adalah perlunya melakukan riset terhadap kedalaman materi kajian agama di media, sebagai sumber utama masyarakat awam dalam beragama, serta menekankan kesadaran perlunya partisipasi perempuan untuk berpihak pada kaumnya, terlebih menyangkut eksistensinya sebagai manusia yang memiliki kedaulatan penuh untuk ibadah, beraktivitas, dan bertanggungjawab atas semua yang dilakukannya.

Secara kongkrit, perlu dilakukan penelitian secara massif, konten-konten agama di media dengan berbagai pendekatan dengan menekankan kedalaman materi bahasan dalam memahami doktrin agama sebagai dalil rujukan, di satu sisi, karena banyak anggapan banyak materi yang kurang berkualitas. Di sisi yang perlu, dilakukan pelatihan secara intensif bagi para pakar di bidang Tafsir, Hadis, Fiqh, Ushul Fiqh, dsb untuk bisa terlibat langsung di media dan berperan nyata dalam mentransfer keilmuan mereka. *Wa Allahu A`lamu bi shawab.*

#### **F. Daftar Pustaka**

- Abbink, J. (2011). Religion in Public Spaces: Emerging Muslim-Christian Polemics in Ethiopia. *African Affairs*, 110(439), 253-274.
- Ariffin, S. dkk. (2015). Module of Al-Quran Memorization According to Capability and Period. *International Proceedings of Economics Development and Research*, 83, 82-88.

- Ballesteros, B. dkk. (2010). The Political Economy of Communication: Power and Resistance, An Interview with Vincent Mosco. *Global Media Journal*, 10(17), 1-17.
- Carol, S. & Koopmans, R. (2013). Dynamics of Contestation Over Islamic Religious Rights in Western Europe. *Ethnicities*, 13(2), 165-190.
- Dilger, H. & Schulz, D. (2013). Politics of Religious Schooling: Christian and Muslim Engagements with Education in Africa: Introduction. *Journal of Religion in Africa*, 43(4), 365-378.
- Dinitto, R. (2011). Between Literature and Subculture: Kanehara Hitomi, Media Commodification and the Desire for Agency in Post-Bubble Japan. *Japan Forum*, 23(4), 453-470. DOI: 10.1080/09555803.2011.617460
- Eid, R. & El-Gohary, H. (2015). The role of Islamic religiosity on the relationship between perceived value and tourist satisfaction. *Tourism Management*, 46, 477-488. DOI: [10.1016/j.tourman.2014.08.003](https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.08.003)
- Faisal, Saud. (2015). Persepsi Guru Umami SD Fastabiqul Khairat Samarinda Terhadap Tayangan Hafidz Indonesia di RCTI, *eJournal Ilmu Komunikasi*, 3 (4), 16-28.
- Fitri, Alifa Nur (2015), Hafiz Quran as Guidance not only Spectacle, *Ragam Jurnal Pengembangan Humaniora*, 15 (1), 41-47.
- Muhamad. (2016). Komodifikasi Cermin Retak Agama di Televisi Perspektif Ekonomi Politik Media, *INJECT: Interdisciplinary Journal of Communication*. 1 (1), 25-42.
- Ferdinan. (2018). Pelaksanaan Program Tahfidz Al-Qur'an (Studi Pesantren Darul Arqam Muhammadiyah Gombara Sulawesi Selatan). *Jurnal Tarbawi*, 3(1), 39-50.
- Fahrudin Yusuf, Muhamad. (2016). Komodifikasi Cermin Retak Agama di Televisi Perspektif Ekonomi Politik Media, *INJECT: Interdisciplinary Journal of Communication*. 1 (1), 25-42.
- El Fadl, Khaled M. Abou (2004). Atas Nama Tuhan dari Fikih Otoriter ke Fikih Otoritatif, terj. R. Cecep Lukman Yasin (Jakarta: Serambi, 2004), 304-307.
- Fakih, M. Analisis Gender dan Transformasi Sosial (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, cet. Ke-7, 2002), 71-74

## Nurun Najwah

- Frederiks, M.T. (2010). Let Us Understand Our Differences: Current Trends in Christian-Muslim Relations in Sub-Saharan Africa. *Transformation*, 27(4), 261-274.
- Helbling, M. (2014). Opposing Muslims and the Muslim Headscarf in Western Europe. *European Sociological Review*, 30(2), 242-257.
- Hidayah, N. (2016). Strategi Pembelajaran Tahfidz Al-Qur'an di Lembaga Pendidikan. *Ta'allum*, 4(1), 63-81.
- Jennes, I. dkk. (2014). User Empowerment and Audience Commodification in a Commercial Television Context. *The Journal of Media Innovations*, 1(1), 71-87.
- Kang, H. & McAllister, M.P. (2011). Selling You and Your Clicks: Examining the Audience Commodification of Google. *TripleC*, 9(2), 141-153.
- King, R.R. (2016). Music, Peacebuilding, and Interfaith Dialogue: Transformative Bridges in Muslim-Christian Relations. *International Bulletin of Mission Research*, 40(3), 242-257.
- Lubis, M.H. (2017). Efektivitas Pembelajaran Tahfizhil Al-Quran dalam Meningkatkan Hafalan Santri di *Islamic Centre Sumatera Utara*. *Jurnal Ansiru PAI*, 1(2), 67-73.
- Marchione, R.C. (2009). *Participatory Culture and Commodification in the Age of the "Digital Revolution"*. (Thesis)
- Migliore, D.L. (2008). The Love Commandments: An Opening for Christian-Muslim Dialogue? *Theology Today*, 65, 312-330.
- Muhamad Fahrudin, Yusuf. (2016) Komodifikasi Cermin Retak Agama di Televisi Perspektif Ekonomi Politik Media, *INJECT: Interdisciplinary Journal of Communication*, 1 (1), 25-42.
- Mosco, V. (2009). *The Political Economy of Communication (2nd Ed)*. London: SAGE Publications.
- Murdock, G. (2008). Commodification of the Media. Dalam W. Donsbach (Ed.), *The International Encyclopedia of Communication, First Edition*, pp. 1-5. New Jersey: JohnWiley & Sons, Ltd. DOI: 10.1002/9781405186407.wbiecc054
- Nuraeni, Asri dkk. (2013). Komodifikasi Dai di Televisi: Kajian Ekonomi Politik Media, *Jurnal Komunikator*. 5 (2), 70-83.

- Rozak, Abdur (2014), *Pesan Dakwah Pada Anak Dalam Program Televisi (Analisis Semiotik Roland Barthes pada Program Televisi Indonesia 201..* Undergraduate thesis, UIN Sunan Ampel Surabaya. Web: <http://digilib.uinsby.ac.id/2072/>
- Qadir, Z. (2014). Contestation of Religious Public Space: Christians Vs Muslims Cases in Papua. *Borneo Journal of Religious Studies*, 3(2), 233-247.
- Ulfah, M. (2014). Kontestasi Komodifikasi Media Massa dan Ideologi Muhammadiyah. *Jurnal ASPIKOM*, 2(3), 165-178.
- Wahyudin, A. (2017). Commodification Broadcast Television Program on Local Television in Bandung, West Java. *SHS Web of Conferences*, 33, 1-5. DOI: 10.1051/shsconf/20173300069
- Williams, R.H. & Valshi, G. (2007). Hijab and American Muslim Women: Creating the Space for Autonomous Selves. *Sociology of Religion*, 68(2), 269-287.