

**STRATEGI KOMUNIKASI AKUN @FIQHPEREMPUAN DALAM  
MENGEDUKASI MUSLIMAH GENERASI Z DI MEDIA SOSIAL**

**SKRIPSI**



**OLEH :  
DISKI NIA LEVI YANI  
NIM. 933505018**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI**

**STRATEGI KOMUNIKASI AKUN @FIQHPEREMPUAN DALAM  
MENGEDUKASI MUSLIMAH GENERASI Z DI MEDIA SOSIAL**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada

Institut Agama Islam Negeri Kediri  
untuk memenuhi salah satu persyaratan  
dalam menyelesaikan program Sarjana Sosial

**Oleh**

**Diski Nia Levi Yani**

**933505018**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**STRATEGI KOMUNIKASI AKUN @FIQHPEREMPUAN DALAM  
MENGEDUKASI MUSLIMAH GENERASI Z DI MEDIA SOSIAL**

**DISKI NIA LEVI YANI**

NIM. 933505018

Disetujui Oleh:

Pembimbing I



**Dr. Prima Ayu Rizqi Mahanani, M.Si**

NIP. 198010142009122002

Pembimbing II



**Siti Amanah, M.Si**

NIP. 197912122011012005

## HALAMAN PENGESAHAN

### STRATEGI KOMUNIKASI AKUN @FIQHPEREMPUAN DALAM MENGEDUKASI MUSLIMAH GENERASI Z DI MEDIA SOSIAL

**DISKI NIA LEVI YANI**  
**NIM. 933505018**

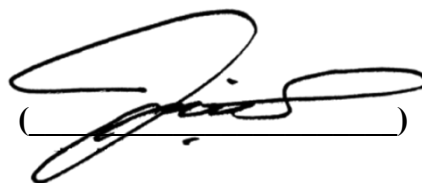
Telah diujikan di depan Sidang Munaqasah Institut Agama Islam Negeri (IAIN)  
Kediri pada tanggal 22 Juni 2023.

Tim Penguji,

1. Penguji Utama

**Dr. Moh. Shofiyul Huda MF, M.Ag.**

NIP. 197607082003121003



2. Penguji I

**Dr. Prima Ayu Rizqi Mahanani, M.Si**

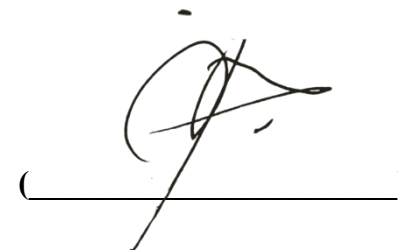
NIP. 198010142009122002



3. Penguji II

**Siti Amanah, M.Si**

NIP. 197912122011012005



Kediri, 22 Juni 2023  
Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri

**(Dr. A. Halil Thahir, M.HI)**

NIP. 197111212005011006

## NOTA DINAS

Kediri, 8 Juni 2023

Lampiran : 4 (Empat) Berkas  
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada Yth.  
Bapak Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri  
Di  
Jl. Sunan Ampel 07, Ngronggo, Kota Kediri

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Memenuhi permintaan Bapak untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa yang ada di bawah ini :

Nama : Diski Nia Levi Yani  
NIM : 933505018  
Judul : Strategi Komunikasi Akun @fiqihperempuan dalam  
Menedukasi Muslimah Generasi Z di Media Sosial

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat kelengkapan ujian akhir Sarjana Strata Satu (S-1).

Bersama ini kami lampirkan berkas naskah skripsinya, dengan harapan dapat segera diujikan dalam Sidang Munaqosah.

Demikian nota dinas ini dibuat, atas kesediaan Bapak kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Pembimbing I



**Dr. Prima Ayu Rizqi Mahanani, M.Si**  
NIP. 198010142009122002

Pembimbing II



**Siti Amanah, M.Si**  
NIP. 197912122011012005

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Diski Nia Levi Yani  
NIM : 933505018  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas : Ushuluddin dan Dakwah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “**Strategi Komunikasi Akun @fiqhperempuan dalam Mendukung Muslimah Generasi Z di Media Sosial**” adalah hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari skripsi ini mengandung unsur plagiat, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003 pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Kediri, 8 Juni 2023  
Yang membuat pernyataan



**Diski Nia Levi Yani**

**MOTTO**

*“One of the best ways to persuade others is with your ears, by listening to them.”*

– Dean Rusk

## ABSTRAK

YANI, DISKI NIA LEVI. Dosen Pembimbing Dr. PRIMA AYU RIZQI MAHANANI, M.Si dan SITI AMANAH, M.Si. *Strategi Komunikasi Akun @fiqhperempuan dalam Mengedukasi Muslimah Generasi Z di Media Sosial*. Skripsi, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, Institut Agama Islam Negeri Kediri. 2023.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Instagram, Generasi Z

Instagram merupakan salah satu media sosial populer yang dapat menjangkau khalayak media massa secara luas. Dengan keberagaman konten dan kemudahan yang dimiliki Instagram, para *followers* lebih tertarik mengakses platform tersebut. Hal ini dimanfaatkan oleh muslimah Generasi Z untuk mencari referensi dalam melakukan tindakan keagamaan sehari-hari di media sosial, salah satunya adalah akun @fiqhperempuan. Akun ini mengambil kesempatan untuk turut berkontribusi dalam hal edukasi melalui konten-konten yang diunggah di Instagram, yang ternyata memiliki *insight* signifikan tiap bulannya. Akan tetapi, pengelola akun @fiqhperempuan ditemukan ketidakkonsistenan dalam mengunggah konten edukasinya. Ketidakkonsistenan tersebut terkait waktu pengunggahan konten di akun instagramnya. Pada konteks ini, peneliti mengkaji strategi komunikasi akun @fiqhperempuan dalam mengedukasi muslimah Generasi Z.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu dengan menggali sumber data dari *founder* akun @fiqhperempuan. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teori yang digunakan adalah strategi komunikasi persuasif Melvin L. De Fleur dan Sandra J. Ball Rokeach yang menjelaskan tiga pendekatan dalam komunikasi persuasif, yaitu: *the psychodynamic strategy* yang menekankan pada pendekatan emosional dan faktor kognitif, *the sociocultural strategy* yang menekankan pada faktor eksternal individu dalam memengaruhi seseorang, dan *the meaning construction strategy* yang menekankan pada pemahaman individu yang dapat mengubah perilaku seseorang.

Adapun kesimpulan dari penelitian ini adalah, strategi komunikasi akun @fiqhperempuan dalam mengedukasi muslimah Generasi Z terbagi dalam tiga kategori, yaitu: 1) strategi psikodinamika dengan membahas isu-isu psikologis perempuan yang emosional, menyajikan informasi yang mendalam bagi *followers*, meningkatkan kesadaran diri *followers*, dan memberikan solusi yang sesuai dengan kebutuhan *followers*; 2) *strategi sosiokultural* dengan menggali nilai-nilai sosiokultural, menggunakan desain dan ilustrasi menarik, penggunaan bahasa yang sesuai dengan karakter Generasi Z, mendorong partisipasi *followers* dalam menyampaikan informasi dan menggunakan identitas *founder*; 3) strategi membangun makna dengan menjelaskan konsep agama dengan bahasa yang mudah dipahami, membangun cerita naratif yang menarik, dan melibatkan *followers* dalam pembentukan makna. Strategi yang paling signifikan memberikan *insight* adalah strategi sosiokultural karena strategi tersebut mencerminkan identitas *followers*, memunculkan rasa kepemilikan terhadap konten, dan memotivasi partisipasi *followers* dalam melakukan tindakan keagamaan.



## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Alhamdulillah* peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia yang dilimpahkanNya, sehingga skripsi yang berjudul Strategi Komunikasi Akun @fiqihperempuan dalam Mengedukasi Muslimah Generasi di Media Sosial ini dapat terselesaikan dengan baik.

Peneliti menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada berbagai pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih peneliti sampaikan terutama kepada yang terhormat:

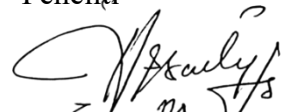
1. Dr. Wahidul Anam, M.Ag, selaku Rektor IAIN Kediri.
2. Dr. A. Halil Thahir, M.HI, selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Kediri.
3. Siti Amanah M.Si, selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Kediri sekaligus selaku Dosen Pembimbing II.
4. Dr. Prima Ayu Rizqi Mahanani, M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah berkenan meluangkan waktu, memberikan arahan, bimbingan dan motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Dr. Moh. Shofiyul Huda MF, M.Ag selaku Dosen Penguji Utama yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membimbing peneliti dengan penuh kesabaran, serta memberikan petunjuk dalam penulisan skripsi.
6. Kedua orang tua peneliti, Bapak Anhari. AQ dan Ibu Winarti serta adik Wahyu Nugroho Surya Ganda yang senantiasa mendoakan dan mendukung dalam berbagai hal hingga dapat terselesaikannya skripsi ini.

7. Teman seperjuangan peneliti, Muhammad Ivan Budi Setiawan yang telah bersedia menjadi teman diskusi dalam penyelesaian skripsi ini. Moh. Firda Efendi yang telah berjasa besar meminjamkan laptopnya selama pengerjaan skripsi. Nabilah Zahro dan Husna Zhafira yang senantiasa memberikan dukungan, nasihat, semangat serta tempat istirahat selama peneliti menyelesaikan skripsi ini.
8. Ning Dhomirotul Firdaus M.Pd selaku *founder* @fiqhperempuan dan Muhammad Zainul Haqq selaku *Social Media Specialist* @fiqhperempuan yang telah memberikan izin, bekerja sama dengan baik dan memfasilitasi peneliti selama proses pengerjaan skripsi ini.
9. Seluruh informan penelitian skripsi ini yang telah membantu kelancaraan dalam penyelesaian penelitian serta suka rela memberikan data-data pendukung ketika peneliti melakukan penelitian.
10. Keluarga besar Yayasan Pesantren Terpadu Al Muftadi-ien Badal Ngadiluwih Kediri, Khodim Militan Komunitas Media Pondok Jawa Timur, teman seperjuangan Komunikasi dan Penyiaran Islam IAN Kediri tahun angkatan 2018 yang tidak dapat peneliti sebutkan namanya satu persatu.

Peneliti berharap, semoga amal kebaikan dari berbagai pihak tersebut mendapat pahala yang berlipat ganda dari Allah SWT. Semoga karya tulis ini bermanfaat bagi peneliti dan pembaca. Amin.

Kediri, 8 Juni 2023

Peneliti



**Diski Nia Levi Yani**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b>	
<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>NOTA DINAS.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian .....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Kegunaan Penelitian.....	6
1. Kegunaan Teoretis.....	6
2. Kegunaan Praktis.....	6
E. Penelitian Terdahulu .....	6
F. Definisi Istilah .....	12
1. Strategi Komunikasi.....	12
2. Edukasi .....	13
3. Media Sosial Instagram.....	14
4. Generasi Z .....	15
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Strategi Komunikasi.....	16
B. Pengertian Strategi .....	16
C. Pengertian Komunikasi .....	17
D. Strategi Komunikasi Persuasif Melvin L. De Fleur dan Sandra J. Ball Rokeach.....	19
1. <i>The Psychodynamic Strategy</i> .....	20
2. <i>The Sociocultural Strategy</i> .....	21
3. <i>The Meaning Construction Strategy</i> .....	22
E. Edukasi.....	22
1. Pengertian Edukasi.....	23
2. Macam-Macam Edukasi.....	23
F. Media Sosial Instagram.....	23
1. Pengertian Media Sosial.....	23
2. Media Sosial Instagram.....	24
3. Manfaat Media Sosial Instagram.....	26
4. Strategi Pengelolaan Media Sosial Instagram.....	28

G. Generasi Z .....	29
---------------------	----

**BAB III METODE PENELITIAN**

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	31
B. Kehadiran Peneliti .....	31
C. Sumber Data .....	32
D. Prosedur Pengumpulan Data .....	33
E. Analisis Data .....	34
F. Pengecekan Keabsahan Temuan .....	36
G. Tahap-Tahap Penelitian.....	37

**BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN**

A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	40
1. Profil Founder Akun @fiqhperempuan .....	40
2. Akun Instagram @fiqhperempuan .....	43
3. Konten Instagram @fiqhperempuan .....	45
B. Gambaran Umum Subjek Penelitian .....	49
C. Paparan Data .....	53
D. Temuan Penelitian.....	69

**BAB V PEMBAHASAN**

A. <i>The Psychodynamic Strategy</i> Akun @fiqhperempuan dalam Mengedukasi Muslimah Generasi Z.....	71
B. <i>The Sociocultural Strategy</i> Akun @fiqhperempuan dalam Mengedukasi Muslimah Generasi Z.....	76
C. <i>The Meaning Construction Strategy</i> Akun @fiqhperempuan dalam Mengedukasi Muslimah Generasi Z .....	83
D. Pembahasan Temuan Penelitian.....	87

**BAB VI KESIMPULAN**

A. Kesimpulan.....	96
B. Saran.....	97

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>98</b>
-----------------------------	-----------

<b>LAMPIRAN - LAMPIRAN.....</b>	<b>101</b>
---------------------------------	------------

<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>128</b>
-----------------------------------	------------

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Akun Instagram Ning Dhomirotul Firdaus (@fierz.).....	40
Gambar 4.2 Akun Instagram @fiqhperempuan .....	43
Gambar 4.3Konten Quote @fiqhperempuan .....	45
Gambar 4.4 Konten Kajian Fikih @fiqhperempuan .....	46
Gambar 4. 5 Konten Adab @fiqhperempuan.....	47
Gambar 4.6 Konten Tips dan Trik @fiqhperempuan .....	48
Gambar 4.7 Konten Doa @fiqhperempuan.....	49
Gambar 4.8 Instastory QnA @fiqhperempuan dengan <i>Followers</i> .....	55
Gambar 4.9 Tanggapan Komentar Pertanyaan <i>Followers</i> pada Akun @fiqhperempuan.....	57
Gambar 4.10 Unggahan @fiqhperempuan pada 20 November 2022 .....	58
Gambar 4.11 InstaStory QnA @fiqhperempuan dengan <i>Followers</i> .....	59
Gambar 4.12 Insight postingan @fiqhperempuan pada 30 Oktober 2022.....	61
Gambar 4.13 Komentar <i>Follower</i> di Unggahan @fiqhperempuan pada 16 April 2023 .....	61
Gambar 4.14 Unggahan @fiqhperempuan pada 29 Maret 2023 .....	62
Gambar 4.15 Insight Postingan @fiqhperempuan pada 20 November 2022.....	64
Gambar 4.16 Unggahan @fiqhperempuan pada 27 Maret 2023 .....	66
Gambar 4.17 Unggahan @fiqhperempuan pada 27 Oktober 2021 .....	67
Gambar 4.18 InstaStory QnA @fiqhperempuan dengan <i>Followers</i> .....	69
Gambar 5.1 Unggahan @fiqhperempuan pada 29 Maret 2023 .....	88
Gambar 5.2 Unggahan konten yang menunjukkan <i>call to action</i> pada <i>followers</i> ...	92
Gambar 5.3 <i>Insight</i> Unggahan Akun @fiqhperempuan yangm menggunakan <i>call to action</i> kepada <i>followers</i> .....	93

## DAFTAR TABEL

Tabel 5.1 Perbandingan <i>Insight</i> Unggahan Konten Akun @fiqhperempuan....	88
Tabel 5.2 Perbandingan Desain Menarik dan Kurang Menarik pada akun @fiqhperempuan.....	90
Tabel 5.3 Perbandingan <i>Insight</i> Postingan dengan Desain dan Ilustrasi yang Menarik dan yang Kurang Menarik .....	91

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Naskah Pedoman Wawancara.....	101
Lampiran 2 Naskah Transkrip Hasil Wawancara.....	104
Lampiran 3 Dokumentasi Wawancara .....	125
Lampiran 4 Daftar Konsultasi Penyelesaian Skripsi.....	126