

**REPRESENTASI *OUTFIT* HABIB JA'FAR
SEBAGAI STRATEGI CITRA AGAMA
DALAM REELS INSTAGRAM**

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Tugas Akhir dan Melengkapi Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam



Oleh :

MOH. NAFIS ROMADHON
NIM 3421136

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2025**

**REPRESENTASI *OUTFIT* HABIB JA'FAR
SEBAGAI STRATEGI CITRA AGAMA
DALAM REELS INSTAGRAM**

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Tugas Akhir dan Melengkapi Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam



Oleh :

MOH. NAFIS ROMADHON
NIM 3421136

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2025**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Moh. Nafis Romadhon
NIM : 3421136
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi dengan judul **“REPRESENTASI OUTFIT HABIB JAFAR SEBAGAI STRATEGI CITRA AGAMA DI ERA DIGITAL DALAM REELS INTAGRAM”** adalah benar hasil karya penulis berdasarkan hasil penelitian. Semua sumber yang digunakan dalam penelitian ini telah dicantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Apabila di kemudian hari pernyataan ini terbukti tidak benar, maka penulis bersedia menerima sanksi yang berlaku di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Pekalongan, 21 Oktober 2025

Yang Menyatakan,



MOH. NAFIS ROMADHON

NIM. 3421136

NOTA PEMBIMBING

Dr. Miftahul Ula S.Ag., M.Ag
Desa Karangjampo, Kec. Tirto, Kab. Pekalongan

Lamp : 4 (Empat) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Sdr. Moh. Nafis Romadhon

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah
c.q Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam
di-

PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini kami kirimkan naskah skripsi saudara:

Nama : Moh. Nafis Romadhon
NIM : 3421136
Judul : **REPRESENTASI OUTFIT HABIB JAFAR SEBAGAI STRATEGI CITRA AGAMA DI ERA DIGITAL DALAM REELS INSTAGRAM**

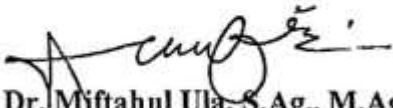
Dengan ini saya mohon agar skripsi saudara/i tersebut dapat segera dimunaqasyahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 19 Oktober 2025

Pembimbing,


Dr. Miftahul Ula, S.Ag., M.Ag
NIP. 197409182005011004



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN

FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH

Jl. Pahlawan KM 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51161

Website: fuad.uinqusdur.ac.id | Email : fuad@uinqusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri
K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi saudara/i:

Nama : **MOH. NAFIS ROMADHON**

NIM : **3421136**

Judul Skripsi : **REPRESENTASI *OUTFIT* HABIB JAFAR SEBAGAI
STRATEGI CITRA AGAMA DALAM REELS
INSTAGRAM**

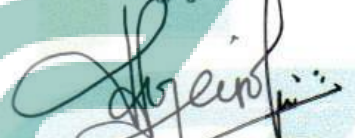
yang telah diujikan pada Hari Jumat, 10 November dan dinyatakan **LULUS** serta
diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Dewan Penguji

Penguji I


Wirayudha Pramana Bhakti, M.Pd
NIP. 198501132015031003

Penguji II


Ryan Marina, M.Pd
NIP. 198909282022032001

Pekalongan, 12 November 2025

Disahkan Oleh

Dekan



Intik Harvati, M.Ag.

NIP. 197411182000032001

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan adalah sistem transliterasi arab- latin berdasarkan SKB Menteri Agama dan Menteri P&K RI No. 158/1987 dan No. 0543 b/U/1987 tertanggal 22 Januari 1988. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam kamus linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	-	tidak dilambangkan
ب	Bā	b	-
ت	Tā	t	-
ث	Śā	s	s (dengan titik di atasnya)
ج	Jīm	j	-
ح	Hā	h	h (dengan titik di bawahnya)
خ	Khā	kh	-
د	Dal	d	-
ذ	Żal	z	z (dengan titik di atasnya)
ر	Rā	r	-
ز	Zai	z	-
س	Sīn	s	-
ش	Syīn	sy	-
ص	Şād	ş	s (dengan titik di bawahnya)
ض	Dād	d	d (dengan titik di bawahnya)
ط	Ṭā	t	t (dengan titik di bawahnya)

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ظ	Zā	z	z (dengan titik di bawahnya)
ع	‘Ain	‘	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	-
ف	Fā	f	-
ق	Qāf	q	-
ك	Kāf	k	-
ل	Lām	l	-
م	Mīm	m	-
ن	Nūn	n	-
و	Wāwu	w	-
ه	Hā	h	-
ء	Hamzah	'	apostrof, tetapi lambang ini tidak dipergunakan untuk hamzah di awal kata
ي	Yā	y	-

B. Konsonan Rangkap

Konsonan rangkap, termasuk tanda *syaddah*, ditulis rangkap.

Contoh: أحمدية ditulis *Ahmadiyyah*

C. Tā Marbutah di akhir kata

1. Bila dimatikan ditulis *h*, kecuali untuk kata-kata Arab yang sudah terserap menjadi bahasa Indonesia, seperti *salat*, *zakat*, dan sebagainya.

Contoh: جماعة ditulis *jamā'ah*

2. Bila dihidupkan ditulis *t*

Contoh: كرامة الأولياء ditulis *karāmatul-auliyā'*

D. Vokal Pendek

Fathah ditulis *a*, kasrah ditulis *i*, dan dammah ditulis *u*

E. Vokal Panjang

A panjang ditulis *ā*, i panjang ditulis *ī*, dan u panjang ditulis *ū*, masing-masing dengan tanda hubung (-) di atasnya.

F. Vokal Rangkap

Fathah + yā tanpa dua titik yang dimatikan ditulis *ai*

Fathah + wāwu mati ditulis *au*

G. Vokal-vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof (')

Contoh: 

ditulis *a'antum*

ditulis *mu'anna's*

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf qamariyah ditulis *al-*

Contoh:  ditulis *Al-Qura'ān*

2. Bila diikuti huruf syamsiyyah, huruf 1 diganti dengan huruf syamsiyyah yang mengikutinya.

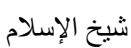
Contoh:  ditulis *asy-Syī'ah*

I. Huruf Besar

Penulisan huruf besar disesuaikan dengan EYD

J. Kata dalam rangkaian frasa atau kalimat

1. Ditulis kata per kata, atau
2. Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dalam rangkaian tersebut.

Contoh:  ditulis *Syaikh al-Islām* atau *Syakhul-Islām*

PERSEMBAHAN

Assalamu'alaikum Warahmatulllahi Wabarakatuh

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT tuhan semesta alam atas semua rahmat dan hidayah-Nya yang telah memberi kesehatan, kesempatan, dan semua yang tidak bisa saya sebut satu persatu. Sholawat serta salam juga tidak lupa saya haturkan kepada Nabi Agung Muhammad SAW, yang menjadi suri tauladan bagi penulis guna mengarungi kehidupan di muka bumi ini. Dan juga tidak lupa kepada keluarga, orang tua yang mengandung saya dan tidak mengandung saya, serta semua orang-orang yang berada di sekitar saya. Semoga langkah kecil ini dapat menjadi langkah besar penulis di kemudian hari. Berkenaan dengan selesainya pengerjaan skripsi ini, penulis amat menyadari bahwa dalam perjalanan penyusunannya tidak terlepas dari dukungan yang begitu besar dari banyak pihak, karenanya penulis mempersembahkan ucapan cinta dan terima kasih kepada:

1. Terima kasih kepada Moh. Nafis Romadhon yaitu diri saya sendiri, yang sudah berani memulai serta berani untuk menyelesaikan, tentunya langkah ini bukan menjadi akhir justru semua ini adalah awal dari perjalanan yang sebenarnya.
2. Kedua orang tua kandung saya bapak Wasnari dan Ibu Latifah yang dengan gigih memberikan akses pendidikan yang terbaik bagi anak-anaknya serta terima kasih atas doa yang tiap-tiap hari di dengungkan guna kesuksesan anak-anaknya.
3. Orang tua tidak kandung saya yaitu Guru-guru yang senantiasa memberikan ilmu-ilmu yang berguna bagi perjalanan hidup saya.
4. Sanak saudara saya yang tidak ada hentinya memberikan semangat dan dukungan.
5. Terima kasih kepada dosen pembimbing skripsi saya bapak Dr. Miftahul Ula, M.Ag, Yang dalam kesibukannya mau menyempatkan waktu untuk mengarahkan dan membimbing saya dalam proses penyusunan skripsi ini.
6. Terima kasih kepada Kaprodi dan Sekprodi Komunikasi dan Penyiaran Islam ibu Mukoyimah, M.Sos dan Bapak Dimas Prasetya, M.A yang telah membantu atas semua hal yang berkaitan dengan akademik penulis.

7. Terima kasih kepada Dosen Pembimbing Akademik saya Ibu Vyki Mazaya, M.S.I, yang telah memberikan dukungan dan kelancaran selama penulis menempuh pendidikan Strata satu ini.
8. Terimakasih sangat untuk keluarga UKM NAVI FILM yang sudah mengajarkan saya arti rumah dan cinta.
9. Terima Kasih kepada teman teman saya Danil Fatih, Farhan, Jesicca, Alfa, Ahmad Rizki, dan Salsa yang telah menjadi teman teman yang baik bagi saya, serta telah memberikan banyak sudut pandang baru dalam melihat dunia.
10. Terima kasih kepada teman-teman Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2021 yang telah menemani serta memberikan berbagai warna selama masa perkuliahan sukses untuk kalian semua.
11. Terima kasih kepada semua pihak yang terlibat, mendukung serta mendoakan dalam proses penyusunan skripsi ini.



MOTTO

“Untungnya hidup harus tetap berjalan, melangkah dan sampailah”
(Moh. Nafis Romadhon)

“Kebenaran tidak hanya dipahami lewat kata-kata, tetapi juga lewat simbol, tindakan,
dan penampilan.”
(Al-Ghazali)



ABSTRAK

Romadhon, Moh. Nafis. 2025. Representasi *Outfit* Habib Ja'far sebagai Strategi Citra Agama Dalam Reels Instagram. Skripsi Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah. Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam. Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Dr. Miftahul Ula, S.Ag., M.Ag.

Kata Kunci : Representasi, *Outfit*, Habib Husein Ja'far Al-Hadar, Reels Instagram, Citra Agama, Dakwah Digital.

Perkembangan Fenomena dakwah digital telah mengubah cara ulama dan pendakwah menyampaikan pesan keagamaan di ruang publik. Media sosial, khususnya Instagram dengan fitur Reels-nya, menjadi wadah baru yang memungkinkan penyampaian nilai-nilai Islam secara visual, singkat, dan menarik. Habib Husein Ja'far Al-Hadar merupakan salah satu figur ulama muda yang memanfaatkan Reels Instagram untuk berdakwah dengan gaya santai dan dekat dengan audiens muda. *Outfit* yang dikenakannya menjadi bagian penting dari strategi komunikasi visual yang membentuk citra agama yang adaptif terhadap budaya populer. Melalui representasi busana yang sederhana, trendi, dan kontekstual, pesan dakwahnya mampu menjangkau generasi digital tanpa kehilangan nilai religiusitas.

Penelitian ini berangkat dari dua rumusan masalah utama: bagaimana representasi *Outfit* Habib Ja'far sebagai strategi citra agama dalam Reels Instagram, dan bagaimana strategi penggunaan *Outfit* Habib Ja'far dalam membangun citra agama melalui Reels Instagram. Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami makna simbolik *Outfit* yang dikenakan Habib Ja'far dalam membentuk representasi keagamaan serta menganalisis strategi komunikasinya dalam mengintegrasikan pesan moral dan budaya populer agar lebih diterima oleh audiens muda.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif analisis. Data primer berasal dari 20 konten Reels di akun Instagram @husein_hadar, sedangkan data sekunder diperoleh dari buku, jurnal, dan literatur pendukung. Analisis data dilakukan menggunakan teori Semiotika Roland Barthes yang terdiri dari tiga tahapan makna denotasi, konotasi, dan mitos untuk menjawab rumusan masalah pertama, serta teori Strategi Komunikasi Al-Bayanuni dengan tiga pendekatan strategi dakwah sentimental (emosional), rasional (logis), dan hissi (indrawi) untuk menjawab rumusan masalah kedua.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa representasi *Outfit* Habib Ja'far dalam Reels Instagram menggambarkan citra ulama modern yang sederhana, terbuka, dan adaptif terhadap budaya populer. Pada tingkat denotatif, *Outfit*-nya menampilkan kesederhanaan dan kesan kedekatan dengan audiens muda, pada tingkat konotatif, berpakaian menjadi simbol kesetaraan dan keterbukaan dalam berdakwah, sedangkan pada tingkat mitos, terbentuk narasi ideologis tentang ulama yang progresif dan humanis di era digital. Strategi komunikasinya memadukan pendekatan sentimental, rasional, dan hissi melalui pemilihan gaya busana, ekspresi verbal, serta konteks visual, menjadikan dakwahnya tidak hanya informatif tetapi juga persuasif dan inspiratif bagi generasi muda di media sosial.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil'alamin, dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah menganugerahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas skripsi dengan judul “Representasi *Outfit* Habib Ja'far sebagai Strategi Citra Agama dalam Reels Instagram”. Shalawat serta salam tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW., semoga kita senantiasa mendapatkan syafaat di hari akhir kelak. Amiin..

Dalam penyusunan skripsi ini tidak sedikit bantuan dan dukungan yang penulis terima dari berbagai pihak. Dengan kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada :

1. Rektor Universitas Islam Negeri K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag., yang telah memimpin dan mengelola penyelenggaraan pendidikan sebagaimana mestinya.
2. Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan Dr. Tri Astutik Haryati, M.Ag., Beserta staf dekan, yang telah mengkoordinir penyelenggaraan pendidikan, penelitian dan pengabdian masyarakat di fakultas.
3. Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan Mukoyimah, M.Sos serta Sekertaris Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Dimas Prasetya, M.A yang selalu memfasilitasi, ikhlas, memberikan contoh yang baik dan tidak pernah lelah memotivasi.
4. Dosen Pembimbing Skripsi Dr. Miftahul Ula, M.Ag, yang telah berkenan meluangkan waktunya dan arahan untuk memberikan bimbingan dan motivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi.
5. Dosen Pembimbing Akademik Ibu Vyki Mazaya, M.S.I, yang senantiasa memberikan bimbingan dan motivasi kepada penulis selama masa studi.
6. Seluruh dosen Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah memberikan ilmunya kepada penulis dalam kegiatan belajar di bangku perkuliahan.
7. Seluruh Civitas Akademika Universitas Islam Negeri K.H Abdurrahman Wahid

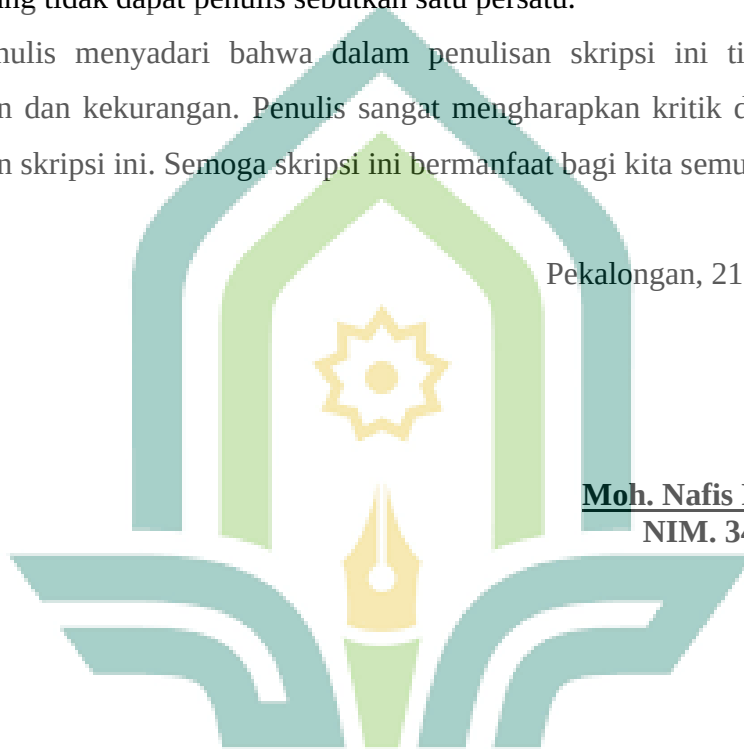
Pekalongan yang telah memberikan dukungan fasilitas dan pelayanan dengan baik kepada mahasiswa.

8. Seluruh petugas perpustakaan yang telah membantu selama masa perkuliahan hingga terselesaikannya skripsi saya.
9. Ibu, Bapak dan segenap keluarga yang selalu mendo'akan, mendukung, dan memberikan semangat tanpa henti.
10. Semua pihak yang telah membantu dan mendukung dalam penyusunan skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak luput dari kesalahan dan kekurangan. Penulis sangat mengharapkan kritik dan saran untuk perbaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua. Aamiin ...

Pekalongan, 21 Oktober 2025

Moh. Nafis Romadhon
NIM. 3421136



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	Error! Bookmark not defined.
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	i
NOTA PEMBIMBING.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	iv
PERSEMBAHAN.....	viii
MOTTO.....	x
ABSTRAK.....	xii
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Penelitian yang Relevan.....	8
F. Kerangka Berpikir.....	13
G. Metode Penelitian.....	15
1. Metode, Jenis, dan Pendekatan Penelitian.....	15
2. Tempat Penelitian	16
3. Subjek dan Objek Penelitian	17
4. Sumber Data	18
5. Teknik Pengumpulan Data	19
6. Teknik Analisis Data.....	20
H. Sistematika Penulisan	22
BAB II LANDASAN TEORI.....	24
A. Teori Semiotik Roland Barthes	24

B. Teori Strategi Komunikasi Al-Bayanuni	25
C. Citra Agama	28
BAB III GAMBARAN UMUM HUSAIN JAFAR AL-HADAR.....	30
A. Gambaran Umum Husain Jafar Al-Hadar	30
1. Profil Habib Jafar	30
2. Akun Instagram Habib Jafar.....	32
B. representasi <i>Outfit</i> Habib Ja'far sebagai strategi citra agama dalam Reels Instagram	35
1. Denotasi: <i>Outfit</i> sebagai Penanda Visual Kepribadian yang Sederhana.	36
2. Konotasi: <i>Outfit</i> sebagai Simbol Inklusivitas dan Dakwah yang Humanis	40
3. Mitos: Dakwah, Budaya Puler, dan Ideologi Ulama Modern	44
C. Strategi Komunikasi Habib Ja'far dalam membangun citra agama melalui <i>Outfit</i> di Reels Instagram.....	46
1. Sentimental (Emosional)	47
2. Rasional (Intelektual)	51
3. Hissi (Indrawi atau Visual)	54
BAB IV ANALISIS REPRESENTASI <i>OUTFIT</i> HABIB JA'FAR SEBAGAI STRATEGI CITRA AGAMA DALAM REELS INSTAGRAM.....	57
A. Analisis Representasi <i>Outfit</i> Habib Ja'far sebagai Strategi Citra Agama dalam Reels Instagram	57
B. Analisis Strategi Komunikasi Habib Ja'far dalam Membangun Citra Agama melalui Reels Instagram	62
BAB V PENUTUP	67
A. Kesimpulan	67
B. Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA.....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Profil Akun Instagram Habib Jafar.....	32
Gambar 3.2 Konten Sucikan Lisanmu	36
Gambar 3.3 Konten Niatmu Kadang Seperti OTWmu	37
Gambar 3.4 Konten Review Tempat Makan	38
Gambar 3.5 Konten Qurban Mudah Tinggal Klik.....	39
Gambar 3.6 Konten <i>Mini Soccer</i>	40
Gambar 3.7 Konten <i>Holyday</i> Bukan <i>Holiday</i>	41
Gambar 3.8 Konten Stand Up Religi	42
Gambar 3.9 Konten Ras Muhammad x Bib Marley.....	43
Gambar 3.10 Konten Silaturahmi dan Dakwah Lintas Iman	44
Gambar 3.11 Konten Beli Mobil buat Gaya.....	45
Gambar 3.12 Konten Jauh dari Keluarga	47
Gambar 3.13 Konten Buka Puasa Tidak Cuma Melepas Lapar	48
Gambar 3.14 Konten LOGIN.....	49
Gambar 3.15 Konten Bohopana Spesial Ramadhan	52
Gambar 3.16 Konten Tergesa-gesa itu Kelakuan Setan	54
Gambar 3.17 Konten Toleransi Beragama	53
Gambar 3.18 Konten Kesenjangan Spiritual.....	53
Gambar 3.19 Konten Pagi Teacher Siang Kalcer.....	54
Gambar 3.20 Konten Berapa Harga Surgamu.....	55
Gambar 3.21 Konten Panggil Habib Pelari Kalcer	56

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era digital sekarang ini, media sosial sudah menjadi ruang penting yang memengaruhi cara orang melihat dan memahami agama. Platform seperti Instagram, YouTube, hingga TikTok membuat dakwah bisa disampaikan dengan cara yang lebih cepat, interaktif, dan visual. Generasi muda sebagai pengguna aktif media sosial cenderung lebih tertarik pada konten dakwah yang dikemas secara kreatif, ringkas, dan memiliki tampilan menarik.¹

Namun di sisi lain, media sosial juga dipenuhi banyak informasi, termasuk konten yang ekstrem atau menyesatkan. Karena itu, tokoh agama dituntut untuk hadir dengan citra yang lebih otentik, komunikatif, dan mampu diterima oleh publik digital. Tantangan ini membuat dakwah digital bukan hanya soal menyebarkan pesan, tetapi juga bagaimana mengemasnya agar tetap relevan dan dipercaya oleh masyarakat luas. Dengan demikian, pemahaman tentang cara membangun citra agama di media sosial menjadi semakin penting bagi tokoh agama di era ini.²

Perubahan ini bukan hanya soal medianya, tetapi juga memengaruhi bagaimana citra agama dibangun. Jika dulu tokoh agama identik dengan penampilan formal dan komunikasi yang kaku, sekarang banyak yang mulai

¹ S. Nurfitriya, & A. Arzam, (2022). Urgensi Media Sosial Sebagai Sarana Dakwah Melalui Media. *An-Nida'*, 46(1), 85-105.

² Marwantika, A. I. (2021, September). Tren Kajian Dakwah Digital di Indonesia: Systematic Literature Review. In *Proceeding of Conference on Strengthening Islamic Studies in The Digital Era* (Vol. 1, No. 1, pp. 249-265).

tampil lebih santai, humoris, dan dekat dengan budaya populer. Pergeseran ini membuat dakwah menjadi lebih fleksibel tanpa menghilangkan nilai-nilai yang diajarkan. Masyarakat juga mulai terbuka dengan gaya dakwah yang terasa lebih humanis dan relevan dengan kehidupan sehari-hari. Dengan kata lain, citra agama tidak lagi bersifat statis, tetapi dapat direpresentasikan ulang sesuai konteks zaman dan kebutuhan audiens. Di ruang digital, visual dan estetika berperan besar dalam membangun persepsi, sehingga dakwah yang adaptif secara visual cenderung lebih mudah diterima oleh audiens muda yang visual-oriented.³

Salah satu tokoh yang menonjol dalam fenomena ini adalah Habib Husein Ja'far Al-Hadar, pendakwah muda yang dekat dengan generasi digital. Habib Ja'far tidak hanya berdakwah lewat ceramah, tapi juga membangun citra agama yang ramah dan inklusif lewat pilihan *Outfit* yang ia kenakan. *Outfit* tersebut menjadi simbol visual yang menunjukkan fleksibilitas nilai agama, sehingga pesan dakwahnya lebih mudah diterima audiens muda tanpa kehilangan identitas keagamaan. Cara Habib Ja'far memadukan unsur budaya populer dengan dakwah menunjukkan bahwa pesan agama bisa disampaikan dengan kreatif tanpa mengurangi esensinya. Gaya visual ini juga menunjukkan bahwa dakwah bisa tampil lebih segar dan mengikuti perkembangan zaman tanpa harus meninggalkan nilai tradisional. Oleh karena itu, Habib Ja'far

³ V. E Lestariolita, (2022). Literature review: Peran sosial media terhadap perkembangan strategi komunikasi pemasaran produk. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2), 412-416.

menjadi sosok yang menarik untuk diteliti dalam konteks dakwah visual di media sosial.⁴

Sebagai seorang habib, influencer, sekaligus pendakwah modern, Habib Ja'far sukses memadukan nilai agama dengan gaya visual yang menarik. Ia aktif di Instagram, YouTube, hingga TikTok, dan dikenal dengan konten yang santai dan sering diselipkan humor. Gaya berpakaian yang lebih fleksibel membuatnya mudah diterima oleh audiens lintas kalangan, terutama generasi muda. Hal ini membuktikan bahwa dakwah digital tidak hanya bergantung pada kata-kata, tetapi juga strategi visual yang bisa langsung membentuk persepsi publik tentang agama.⁵ Dengan pendekatan seperti ini, pesan agama terasa lebih ringan namun tetap bermakna. Habib Ja'far juga membuktikan bahwa tokoh agama bisa tetap relevan tanpa harus kehilangan karakter religius yang menjadi ciri khasnya.

Selain melalui pilihan *Outfit* yang khas, representasi citra keagamaan Habib Husein Ja'far Al-Hadar juga dibentuk melalui gaya komunikasi yang ia gunakan dalam konten-konten digitalnya, khususnya Reels Instagram. Gaya bahasa yang santai, humoris, dan kontekstual menjadi ciri khas dakwahnya yang membedakannya dari pendekatan dakwah konvensional. Habib Ja'far kerap menggunakan narasi sehari-hari, analogi populer, dan ungkapan-ungkapan ringan yang mudah diterima oleh generasi muda.⁶ Cara

⁴ Nurrohman, A. S. (2021). Strategi Dakwah Digital Habib Husein Ja'far Al-Hadar dalam Konten YouTube Jeda Nulis (Doctoral dissertation, IAIN PONOROGO).

⁵ A. Iskandar, & M. Habibi, (2022). *Gaya komunikasi dakwah Habib Ja'far di media sosial (Studi akun Instagram @husein_hadar)*. Jurnal Kemuhammadiyah dan Integrasi Ilmu, 1(1), 33–37.

⁶ Rambe, T. A., & Rambe, A. S. (2024). Strategi komunikasi dakwah oleh habib husein ja'far di platform youtube noice. JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia), 9(1), 97-103.

komunikasinya yang dialogis dan tidak menggurui membuat pesan-pesan keagamaan terasa lebih dekat, relevan, dan inklusif. Oleh karena itu, representasi citra agama yang ia bangun bukan hanya berasal dari aspek visual semata, tetapi juga melalui strategi komunikasi verbal yang adaptif terhadap budaya digital dan karakteristik audiens masa kini.

Meski sudah ada beberapa penelitian tentang dakwah digital Habib Ja'far, kebanyakan masih fokus pada gaya komunikasi verbal atau personal branding-nya secara umum. Misalnya, penelitian yang dilakukan Wardah dengan judul personal branding Habib Ja'far di Instagram, sedangkan Sari membahas gaya komunikasi dakwahnya.⁷ Namun, belum ada kajian yang secara khusus membahas bagaimana *Outfit* sebagai elemen visual digunakan untuk membangun citra agama yang adaptif di media sosial. Padahal, di era digital, visual seperti *Outfit* justru sering menjadi hal pertama yang menarik perhatian audiens. Visual ini bahkan seringkali lebih diingat dibandingkan isi pesannya sendiri. Hal ini menunjukkan bahwa citra visual memiliki peran strategis dalam menyampaikan nilai agama di ruang digital.

Karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi kesenjangan penelitian tersebut. *Outfit* bukan hanya sekadar pakaian, tapi juga bagian dari pesan visual yang bisa membentuk identitas dakwah. Melalui *Outfit*, nilai-nilai agama bisa ditampilkan dengan cara yang lebih kontekstual dan mudah diterima generasi digital. Dengan memahami makna di balik *Outfit* Habib Ja'far, kita bisa melihat

⁷ R. Pikri, (2022). *Metode dakwah Habib Husein Ja'far Al-Hadar di channel YouTube Jeda Nulis*. Jurnal Ilmu Sosial, Humaniora dan Seni, 1(4), 653–661.

bagaimana citra agama dinegosiasikan agar tetap relevan di ruang digital tanpa kehilangan nilai dasarnya.⁸ Selain itu, penelitian ini juga bisa membantu memahami bagaimana audiens digital menafsirkan simbol-simbol visual dalam konteks dakwah. Hal ini tentu penting agar strategi dakwah digital dapat dikembangkan lebih efektif dan tetap sesuai dengan prinsip agama.

Pemilihan media Reels Instagram juga bukan tanpa alasan. Reels adalah fitur yang sedang populer, mudah viral, dan banyak ditonton generasi muda. Formatnya yang singkat menuntut pesan dakwah dikemas secara visual yang kuat. Karena itu, Reels menjadi medium ideal untuk melihat bagaimana Habib Ja'far menggunakan *Outfit* sebagai strategi visual dakwah. Selain itu, algoritma Instagram yang mendukung konten visual semakin memperkuat peran *Outfit* dalam menarik perhatian audiens. Dengan menganalisis konten Reels, penelitian ini dapat menggali lebih jauh bagaimana representasi citra agama dibangun secara visual dan diterima di ruang digital.⁹

Penelitian ini tidak hanya penting secara akademik, tapi juga bermanfaat secara praktis. Dengan memahami bagaimana citra agama ditampilkan lewat *Outfit*, masyarakat digital bisa lebih bijak dalam menafsirkan pesan dakwah di media sosial. Tokoh agama lain pun bisa menjadikan pendekatan ini sebagai inspirasi untuk berdakwah secara lebih kreatif dan adaptif, tanpa meninggalkan nilai-nilai agama. Dengan begitu, dakwah bisa menjangkau audiens yang lebih

⁸ H. K. Muradho, I. Mahdi, & M. Iqbal, (2024). *Dakwah digital Habib Husein Ja'far Al-Hadar dalam konten YouTube Login (Analisis Teori Media Baru)*. Journal on Education, 6(3), 16857–16865.

⁹ R. F. Lasti Yosi, & H. Lukito, (2023). *Dakwah virtual, Generasi Z, dan Moderasi Beragama*. Jurnal Selasar KPI, 3(1), 38–47.

luas dan terasa lebih dekat dengan kehidupan sehari-hari.¹⁰ Penelitian ini juga diharapkan dapat memperluas literasi visual keagamaan di kalangan generasi muda yang lebih sering bersentuhan dengan media sosial dibandingkan ruang-ruang dakwah tradisional.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini berjudul “Representasi *Outfit* Habib Ja’far Sebagai Strategi Citra Agama Dalam Reels Instagram”. Judul ini dipilih karena langsung menegaskan fokus penelitian pada *Outfit* sebagai representasi visual dakwah yang adaptif dengan budaya digital. Penelitian ini juga diharapkan bisa memperkaya kajian dakwah digital sekaligus menunjukkan hubungan antara estetika visual dan nilai religius di media sosial. Dengan demikian, penelitian ini memiliki kontribusi baik secara akademik maupun praktis, khususnya dalam mengembangkan strategi dakwah yang relevan dengan perkembangan zaman.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka masalah yang dikaji pada penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana representasi *Outfit* Habib Ja’far sebagai citra agama dalam Reels Instagram?
2. Bagaimana strategi komunikasi Habib Ja’far dalam membangun citra agama melalui *Outfit* di Reels Instagram?

¹⁰ N. Wardah, (2021). *Personal branding Habib Husein Ja’far Al-Hadar melalui media sosial Instagram*.

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis bagaimana representasi *Outfit* Habib Ja'far dalam konten Reels Instagram ditampilkan sebagai bagian dari citra keagamaan.
2. Untuk mengetahui strategi komunikasi Habib Ja'far dalam membangun citra agama melalui *Outfit* di Reels Instagram.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi intelektual bagi perluasan keilmuan dakwah, khususnya yang berkaitan dengan dakwah melalui busana musiman dengan tren atau pakaian jadi sehingga tidak dianggap kuno dan masih menganut syariat Islam.¹¹

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan kepada masyarakat digital, khususnya pengguna media sosial, tentang bagaimana citra agama dapat direpresentasikan secara lebih adaptif melalui simbol visual seperti *Outfit* tanpa menghilangkan nilai-nilai keagamaan. Selain itu, penelitian ini juga dapat meningkatkan literasi visual publik dalam memahami pesan dakwah yang disampaikan secara kreatif di ruang digital, sekaligus memperluas pemahaman bahwa agama dapat hadir dengan wajah yang ramah, modern, dan inklusif sehingga mampu mendekatkan nilai religius dengan budaya populer di era digital.

¹¹ Ummu Khaera, *Pengaruh Fashion Oki Setiana Dewi Terhadap Perilaku Berbusana Alumni Pondok Pesantren Puteri Ummul Mukminin Makassar* (Skripsi S1, UIN Alauddin Makassar, 2017).

E. Penelitian yang Relevan

Peneliti mencantumkan hasil temuan dan perbedaan dari peneliti sebelumnya dalam bentuk skripsi atau tesis. Proses ini bermanfaat menjadi referensi penemuan dari penelitian yang sedang dilakukan, yang ditunjukkan dibawah ini. Beberapa studi yang terkait dengan penelitian ini:

1. Peneliti Diya' Annisaul Fauziah Dan Salamah Noorhidayati. Gaya Penampilan Dakwah Hanan Attaki, Ali Jaber, Dan Miftah 2021.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa da'i memerlukan tren atau karakteristik tertentu untuk membuat objek dakwah tertarik. Untuk menumbuhkan ketertarikan ini, beberapa da'i, seperti Hanan Attaki, Ali Jaber, dan Miftah, mengenakan pakaian kontemporer. Karena busana yang mereka kenakan dan cara mereka berdakwah yang memikat perhatian masyarakat, mereka mampu membuat orang tertarik untuk mengikuti studi dakwahnya. Dengan demikian, gaya pakaian dakwah yang dikenakan da'i memengaruhi orang-orang yang tidak tertarik dengan dunia Islam dan membuat mereka tertarik untuk mempelajari Islam. Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada pokok pembahasan yang mengerucut pada gaya penampilan pakaian yang dipakai da'i dalam menyampaikan dakwahnya. Sementara perbedaan antara keduanya terletak pada jumlah objek yang menjadi bahan penelitian.

2. Peneliti Nurul Wardah. Personal Branding Habib Husein Ja'far Al-Hadar melalui Media Sosial Instagram 2021.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Dalam berdakwah, penting untuk memiliki personal branding guna mengembangkan citra diri pendakwah di mata masyarakat. Personal branding dapat dibangun di mana saja dan melalui berbagai media, salah satunya adalah media sosial Instagram yang kini populer di kalangan masyarakat Indonesia.¹² Dengan beragam fitur menarik yang ditawarkan Instagram, pengguna dapat mengelolanya secara mandiri, sehingga menjadi peluang bagi pendakwah (da'i) untuk berinovasi dan berkreasi dalam menyampaikan dakwah. Mereka dapat memperkenalkan ciri khas, baik dari segi isi dakwah maupun kepribadiannya. Menurut Peter Montoya, ada delapan konsep yang perlu diperhatikan dalam membangun personal branding. Dari delapan konsep tersebut, kita dapat memahami bagaimana seseorang menciptakan citra dirinya di hadapan publik dan mendapatkan penerimaan yang positif di masyarakat. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada objek penelitian yang meneliti Habib Husein Jafar Al-Hadar, sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada pembahasan yang disampaikan pada penelitian yaitu mengenai personal branding dari Habib Husein Jafar Al-Hadar sedangkan penelitian penulis membahas *Outfit* dari Habib Husein Jafar Al-Hadar.

¹² N. Wardah, *Personal Branding Habib Husein Ja'far Al Hadar Melalui Media Sosial Instagram* (Bachelor's thesis, Faculty of Da'wah and Communication Sciences, Syarif Hidayatullah State Islamic University Jakarta, 2021).

3. Peneliti Irtika Maulina Sari. Gaya Komunikasi Dakwah Husein Ja'far Al-Hadar Dalam Tayangan Jeda Nulis "Azan Subuh Bisa Bangunkan Orang Mati?" Di Youtube 2022.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada channel youtube "Jeda Nulis" tayangan "Azan Subuh bisa Bangunkan Orang Mati?", terdapat sebuah makna denotasi, konotasi dan mitos. Selain itu juga, pada tayangan ini hanya megandung dua gaya komunikasi dari enam gaya komunikasi yang dikaji yaitu The Equalitarian Style berupa terjadinya komunikasi verbal serta bersifat dua arah dan The Sructuring Style berupa komunikasi verbal guna memantapkan perintah.¹³ Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada konten video yang diteliti dari Habib Husein Ja'far Al-Hadar yaitu dari Youtube dan Reels Instagram, sedangkan perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian penulis adalah terletak pada platform yang dipakai dalam penelitian.

4. Peneliti Nihyatul Husna. Login Di *Close The Door* : Dakwah Digital Habib Ja'far Pada Generasi Z 2023.

Hasil penelitian menunjukan, Habib Ja'far memanfaatkan platform *YouTube* sebagai media dalam menyampaikan dakwah. Dalam program Ramadhan Login yang ditayangkan di kanal *Close The Door* milik Deddy Corbuzier, Habib Ja'far secara konsisten berdakwah selama bulan Ramadan, dengan sasaran utama audiens dari kalangan generasi Z. Melalui

¹³ Maulina Irtika S., *Gaya Komunikasi Dakwah Husein Ja'far Al-Hadar dalam Tayangan Jeda Nulis "Azan Subuh Bisa Bangunkan Orang Mati?" di YouTube* (Undergraduate thesis, UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, 2022).

kanal tersebut, ia membagikan berbagai informasi serta pengetahuan seputar ajaran agama Islam. Tak hanya itu, Habib Ja'far juga menekankan pentingnya menjaga toleransi antarumat beragama, sejalan dengan nilai-nilai Islam yang menebarkan kasih sayang dan membawa rahmat bagi seluruh alam. Pesan-pesan ini diharapkan dapat diterima dengan baik oleh generasi Z yang dinilai memiliki kerentanan.¹⁴ Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada objek yang diteliti, sedangkan perbedaan dari kedua penelitian ini adalah terletak pada subjek penelitian yaitu tentang pakaian dan youtube sarana dakwah

5. Peneliti Muhammad Nabil. Citra Habib Husein Ja'far Al-Hadar dalam Media NU Online (Analisa Wacana Teun A. Van Dijk) 2023.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa teks mengenai Habib Ja'far yang dipublikasikan oleh media NU Online menghadirkan tema-tema yang mengilustrasikan pandangan-pandangannya. Habib Ja'far, sebagai sosok milenial, mengedepankan moderasi dan toleransi dalam beragama. Dalam penyampaian informasi, wartawan NU Online menggunakan pendekatan yang tepat dari segi sintaksis, semantik, stilistik, dan retorik. Mereka mampu menciptakan koherensi yang jelas melalui hubungan antar kata, pembentukan kalimat yang efektif, serta penggunaan kata ganti yang memperjelas fakta-fakta terkait.¹⁵

¹⁴ N. Husna, "Login di Close The Door: Dakwah Digital Habib Ja'far pada Generasi Z," *Jurnal Selasar KPI: Referensi Media Komunikasi dan Dakwah* 3, no. 1 (2023): 38–47.

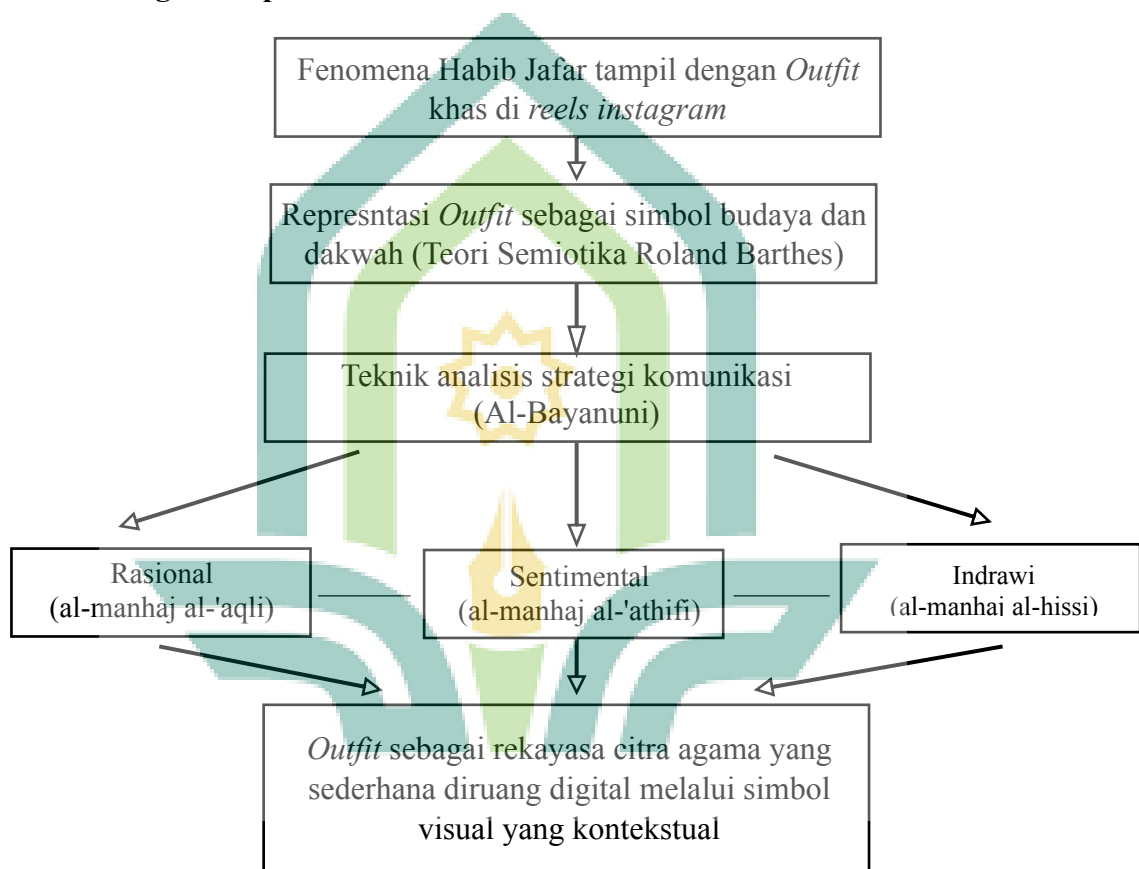
¹⁵ M. Nabil, *Citra Habib Husain Ja'far Al-Hadar dalam Media NU Online (Analisis Wacana Teun A. Van Dijk)* (PhD diss., UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2023).

Secara semantik, wartawan mengungkapkan dukungan terhadap Habib Ja'far dengan menonjolkan pandangannya melalui kutipan yang relevan. Dalam hal stilistik, pilihan kata yang digunakan mencerminkan sikap dan ideologi yang sejalan antara Habib Ja'far dan NU Online. Sementara itu, dari segi retorik, wartawan memberikan penekanan positif terhadap Habib Ja'far, serta kritik yang lebih tajam terhadap pandangan yang berbeda. Dengan demikian, seluruh elemen ini berkontribusi pada citra yang baik tentang Habib Ja'far dalam media tersebut. Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada objek penelitian yaitu Habib Husein Ja'far Al-Hadar. Sementara itu perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada pokok pembahasan yang di bahas yaitu tentang framing yang disampaikan oleh media NU Online mengenai Citra Habib Husein Ja'far Al-Hadar dalam wacana Teun A. Van Dijk.

Berdasarkan kelima penelitian tersebut, terlihat bahwa sebagian besar studi terdahulu telah membahas gaya komunikasi dakwah Habib Husein Ja'far Al-Hadar baik melalui YouTube, TikTok, maupun Instagram, dengan fokus pada aspek isi pesan, teknik penyampaian, serta strategi branding keagamaan. Beberapa penelitian juga telah menyinggung karakter visual dan gaya santai yang ditampilkan, namun belum secara khusus membahas representasi *Outfit* sebagai bentuk komunikasi visual yang membentuk citra agama adaptif. Tidak ditemukan penelitian yang secara mendalam mengkaji fungsi *Outfit* sebagai simbol visual dalam dakwah digital, terutama dalam konteks konten Reels Instagram yang sangat menekankan aspek estetika dan

impresi cepat. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi celah tersebut dengan menganalisis bagaimana *Outfit* yang dikenakan Habib Ja'far direpresentasikan dalam konten Reels sebagai strategi membangun citra agama yang fleksibel, kontekstual, dan dekat dengan budaya populer digital.¹⁶

F. Kerangka Berpikir



Kerangka berpikir dalam penelitian ini berangkat dari fenomena munculnya Habib Husein Ja'far Al-Hadar sebagai tokoh agama yang aktif memanfaatkan platform digital, khususnya fitur reels Instagram, dengan

¹⁶ Aryani, I. D., & Murtiariyati, D. (2022). Instagram sebagai media promosi dalam meningkatkan jumlah penjualan pada ADA souvenir project. Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia, 2(2).

tampilan *Outfit* yang khas dan tidak konvensional. Fenomena ini menjadi titik tolak untuk memahami bagaimana visualisasi penampilan melalui *Outfit* dapat dimaknai lebih dari sekadar gaya pribadi, melainkan sebagai simbol budaya yang mengandung pesan dakwah.¹⁷ Untuk menganalisis konstruksi makna dari tampilan tersebut, penelitian ini menggunakan teknik analisis semiotika dari Roland Barthes yang mengurai makna denotatif dan konotatif dari elemen visual seperti warna pakaian, gaya berpakaian, dan atribut religius yang dikenakan Habib Ja'far.

Analisis semiotika ini kemudian dikaitkan dengan teori Strategi Komunikasi dari Al-Bayanuni yang memandang bahwa pendekatan dakwah yang membagi penyampaian pesan menjadi tiga dimensi utama: rasional (al-manhaj al-'aqli) yang menggunakan logika dan ilmu, sentimental (al-manhaj al-'athifi) yang menyentuh hati dan emosi, serta indrawi (al-manhaj al-hissi) yang melibatkan panca indera untuk mempengaruhi tindakan. Dalam konteks ini, *Outfit* Habib Ja'far dipahami sebagai simbol budaya yang direpresentasikan melalui bahasa visual. Warna pakaian sebagai penanda emosi atau pesan tertentu, gaya berpakaian yang mencerminkan kedekatan dengan budaya populer, serta atribut religius sebagai tanda sosial yang menegaskan identitas keagamaan semuanya bekerja secara simbolik dalam membentuk citra diri.

¹⁷ Hafidhoh, A. E. N., Fadhli, R. I., & Rochmawati, N. (2021). Pemaknaan Pakaian Khas Masyarakat Sedulur Sikep Sebagai Identitas Sosial. *Jurnal Psikologi Perseptual*, 6(1).

Dari analisis ini, diperoleh pemahaman bahwa representasi *Outfit* Habib Ja'far bukan sekadar pilihan estetika personal, melainkan bagian dari strategi rekayasa citra agama yang lebih sederhana dengan audiens digital. *Outfit* yang dikenakan menjadi sarana komunikasi visual yang mampu menjembatani pesan dakwah dengan kultur media sosial yang lebih cair, fleksibel, dan dekat dengan keseharian generasi muda. Dengan demikian, penampilan menjadi medium representasi yang kaya makna, sekaligus memperlihatkan bagaimana identitas keagamaan dapat disampaikan melalui simbol visual yang kontekstual di ruang digital.

G. Metode Penelitian

1. Metode, Jenis, dan Pendekatan Penelitian

a. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif karena bertujuan untuk memahami makna yang terkandung dalam representasi visual yang ditampilkan oleh tokoh agama di media sosial, bukan mengukur secara kuantitatif. Metode ini memungkinkan peneliti untuk menafsirkan simbol, konteks budaya, serta strategi komunikasi dalam penyampaian pesan dakwah. Dalam konteks ini, pendekatan kualitatif dinilai paling tepat untuk menggali makna mendalam dari *Outfit* sebagai representasi citra agama adaptif. Penelitian kualitatif juga memberi ruang interpretatif

bagi peneliti untuk memahami fenomena sosial secara kontekstual, khususnya di lingkungan media digital.¹⁸

b. Jenis dan Desain Penelitian

Jenis penelitian ini adalah netnografi, yaitu adaptasi dari metode etnografi untuk mempelajari praktik sosial, budaya, dan komunikasi di ruang digital. Netnografi cocok digunakan untuk mengamati komunitas daring, termasuk perilaku dan strategi komunikasi para tokoh di media sosial seperti Instagram.¹⁹ Peneliti tidak berinteraksi secara langsung dengan subjek, melainkan melakukan observasi nonpartisipatif terhadap konten digital yang tersedia. Desain penelitian bersifat eksploratif dan deskriptif, dengan tujuan mengungkap proses representasi citra agama dalam bentuk visual. Dengan menggunakan pendekatan ini, peneliti dapat menelusuri bagaimana simbol agama dipresentasikan secara adaptif melalui konten Reels, dan bagaimana makna tersebut dikonstruksi melalui pilihan visual. Dengan ini berarti penulis melakukan penelitian guna mengetahui data serta informasi sebenar-benarnya dari konten reels instagram dari akun instagram @Husein_hadar.

2. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan secara daring di platform media sosial Instagram, dengan fokus pada akun resmi @husein_hadar milik Habib

¹⁸ M. Nasih, O. M. Susanto, A. R. Fanshury, & S. Hermawan, (2020). Influencer Dan Strategi Penjualan: Studi Netnografi Pada Pengguna Jasa Selebgram Sebagai Media Promosi. *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(2), 135-144.

¹⁹ Dwiarsianti, A. (2022). Sharenting dan privasi anak: Studi Netnografi pada unggahan Instagram dengan tagar# Anakku. *Jurnal Komunikasi Global*, 11(1), 1-20.

Husein Ja'far Al-Hadar. Akun tersebut dipilih karena aktif mempublikasikan konten Reels yang menggabungkan pesan dakwah dengan komunikasi visual yang khas dan mudah dijangkau audiens digital. Tempat penelitian bersifat virtual, tetapi tetap diperlakukan sebagai lingkungan sosial yang kompleks, dinamis, dan layak dianalisis. Penelitian ini berlangsung selama periode tahun 2025, dan seluruh pengumpulan data dilakukan secara online. Akses dilakukan dengan mempertimbangkan etika penelitian, yaitu tidak mengganggu privasi dan menggunakan data yang tersedia secara publik. Subjek dan Objek Penelitian.²⁰

3. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah Habib Husein Ja'far Al-Hadar, seorang pendakwah muda yang dikenal aktif menggunakan media sosial untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan dengan pendekatan santai dan kontekstual. Sebagai figur publik, ia memiliki otoritas religius sekaligus daya tarik visual yang kuat, menjadikannya subjek yang strategis untuk dianalisis dalam konteks dakwah digital. Habib Ja'far juga dikenal karena konsistensinya dalam menyajikan konten dakwah dengan gaya komunikasi yang segar dan dekat dengan generasi muda.

²⁰ R. Nasrullah, (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Citra yang dibangunnya melalui penampilan visual menjadi aspek penting yang menarik untuk dikaji secara lebih dalam.²¹

b. Objek Penelitian

Objek dari penelitian ini adalah konten reels instagram dari akun @husein_hadar yang dimiliki oleh Habib Husein Ja'far Al-Hadar.

4. Sumber Data

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer berasal dari 20 konten Reels yang diunggah oleh akun @husein_hadar selama periode Januari 2025 hingga Agustus 2025. Konten dipilih berdasarkan keterkaitannya dengan representasi visual *Outfit* dalam konteks dakwah. Setiap konten ditelaah dari berbagai aspek, termasuk gaya busana, konteks komunikasi, serta ekspresi visual yang ditampilkan. Data ini diperoleh melalui pengamatan langsung terhadap konten di reels instagram, sehingga dapat dipertanggungjawabkan secara etis dan ilmiah. Proses pemilihan konten dilakukan secara *purposive*, dengan mempertimbangkan keberagaman visual dan keterkaitan dengan tema citra agama adaptif.²²

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder meliputi literatur ilmiah, artikel jurnal, skripsi terdahulu. Data sekunder digunakan untuk memperkaya perspektif teoritis dan membandingkan temuan dengan kajian

²¹ A. Iskandar, & M. Habibi, (2022). Gaya Komunikasi Dakwah Habib Ja'far di Media Sosial (Studi Akun Instagram @husein_hadar). *Jurnal Kemuhammadiyah dan Integrasi Ilmu*, 1(1), 33–37.

²² D. Alir, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: PT Rajawali Press, 2005).

sebelumnya. Penggunaan data sekunder bertujuan untuk memperkuat validitas dan kedalaman analisis penelitian.²³

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi dilakukan secara nonpartisipatif, artinya peneliti hanya mengamati tanpa terlibat langsung dalam interaksi sosial di media sosial. Observasi ini digunakan untuk mencermati isi visual dalam Reels seperti gaya berpakaian, warna, simbol religius, dan ekspresi yang digunakan oleh subjek dalam menyampaikan pesan dakwah. Peneliti mencatat detail-detail visual yang relevan dengan indikator representasi citra agama, serta mencermati keselarasan antara visual dan konteks pesan yang dibawakan. Observasi dilakukan berulang kali untuk menjamin ketelitian dan akurasi pengambilan data.²⁴

b. Dokumentasi

Teknik dokumentasi dilakukan dengan menyimpan dan mengorganisasi data visual dari Reels, baik dalam bentuk tangkapan layar, pencatatan deskriptif, maupun pengelompokan berdasarkan tema konten. Setiap dokumen dilabeli dengan tanggal unggah, durasi video, tema utama, dan deskripsi *visual Outfit*. Dokumentasi ini menjadi arsip penting dalam proses pengkodean dan analisis visual. Selain itu,

²³ A. Adityaningrum, N. Arsad, & H. Jusuf, (2023). Faktor Penyebab Stunting di Indonesia: Analisis Data Sekunder Data Ssgi Tahun 2021. *Jambura Journal of Epidemiology*, 2(1), 1-10.

²⁴ N. Harahap, (2020). Penelitian kualitatif.

dokumentasi juga mencakup komentar pengguna dan jumlah interaksi sebagai bahan tambahan dalam memahami konteks penyampaian pesan.

6. Teknik Analisis Data

Untuk menganalisis data yang sudah ada dan disusun secara sistematis, teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis konten dengan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Pengumpulan Data

Tahap awal analisis dimulai dari pengumpulan seluruh konten Reels yang memenuhi kriteria. Data diklasifikasikan berdasarkan relevansi visual dan tema, kemudian ditranskrip dan diorganisasi dalam bentuk narasi deskriptif. Tujuannya adalah untuk memberikan gambaran awal tentang pola-pola visual yang muncul dari konten tersebut. Setiap konten didokumentasikan lengkap dengan visual, caption, dan konteks waktu.²⁵

b. Pengkodean Data

Setelah data terkumpul, dilakukan proses pengkodean tematik berdasarkan indikator-indikator representasi visual. Kategori kode mencakup:

- 1) Jenis *Outfit* (kasual/formal/tradisional).
- 2) Atribut religius (kopiah, sorban, jubah, dll.)
- 3) Warna dan tone visual.
- 4) Konteks komunikasi (interview, podcast, ceramah santai, dll.)

²⁵ M. Makbul, (2021). Metode pengumpulan data dan instrumen penelitian.

- 5) Kesan citra agama yang terbentuk (intelektual, ramah, moderat, dsb).

Pengkodean ini bersifat terbuka dan fleksibel, disesuaikan dengan dinamika data yang ditemukan.

c. Analisis dan Interpretasi

Data yang telah dikodekan dianalisis menggunakan analisis semiotik model Roland Barthes, yang mengkaji makna pada dua tingkatan: denotasi (makna literal dari visual) dan konotasi (makna budaya, simbolik, atau ideologis). Dalam konteks ini, peneliti menafsirkan bagaimana *Outfit* yang dikenakan oleh Habib Ja'far memiliki makna lebih dari sekadar pakaian. Habib Jafar menyampaikan pesan tentang citra agama yang sederhana, adaptif, dan relevan dengan budaya digital. Interpretasi dilakukan secara kontekstual dengan memperhatikan latar belakang subjek, platform media yang digunakan, serta audiens yang dituju.²⁶

d. Validitas Data

Validitas data dijaga dengan menggunakan teknik triangulasi metode (observasi, dokumentasi, studi pustaka) dan triangulasi sumber (Instagram, dan artikel ilmiah). Peneliti juga membuat catatan proses observasi dan refleksi naratif sebagai dokumentasi proses berpikir dan interpretasi. Selain itu, dilakukan diskusi dengan dosen pembimbing

²⁶ M. Pertiwi, I. Ri'aeni, & A. Yusron, (2020). Analisis Resepsi Interpretasi Penonton terhadap Konflik Keluarga dalam Film " Dua Garis Biru". *Jurnal Audiens*, 1(1), 1-8.

untuk menghindari bias dan memastikan objektivitas penafsiran. Validitas juga diperkuat melalui audit trail, yaitu pencatatan sistematis proses pengumpulan hingga analisis data.

H. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam skripsi ini disusun untuk memberikan gambaran yang runtut mengenai isi dan struktur pembahasan, yang dijelaskan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan memuat uraian umum mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, kerangka berpikir, metode penelitian, dan sistematika penulisan. Bab ini memberikan gambaran awal mengenai alasan pentingnya penelitian dilakukan, serta arah dan fokus kajian.

Bab II Landasan Teori menyajikan teori yang menjadi dasar dalam penelitian ini, yaitu Teori Semiotika, dan Strategi Komunikasi, serta konsep-konsep pendukung seperti *Outfit*, dan citra agama. Bab ini menjelaskan keterkaitan teori dengan objek kajian.

Bab III Deskripsi Objek Penelitian menjelaskan profil Habib Husein Ja'far Al-Hadar sebagai tokoh publik dan pendakwah di media sosial, karakteristik akun Instagram @husein_hadar, serta konteks pemanfaatan Reels Instagram sebagai ruang representasi visual. Bab ini bertujuan memperjelas objek dan ruang lingkup observasi penelitian.

Bab IV Analisis dan Temuan Penelitian. Subbab pertama memuat analisis visual terhadap representasi *Outfit* dalam konten Reels Instagram

menggunakan pendekatan semiotik (denotasi dan konotasi). Sub bab kedua menjelaskan bagaimana representasi tersebut berperan dalam rekayasa citra agama yang sederhana, serta interpretasi terhadap strategi visual yang digunakan.

Bab V Penutup berisi simpulan dari keseluruhan hasil penelitian yang telah dianalisis dan diinterpretasikan, serta saran-saran untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan komunikasi visual dan dakwah digital di media sosial.



DAFTAR PUSTAKA

- Adityaningrum, A., Arsad, N., & Jusuf, H. (2023). Faktor Penyebab Stunting di Indonesia: Analisis Data Sekunder Data SSGI Tahun 2021. *Jambura Journal of Epidemiology*, 2(1), 1–10.
- Al-Bayanuni, M. A. F. (1991). *Al-Madkhal ila 'Ilm al-Da'wah*. Beirut: Mu'assasah al-Risalah. Diakses dari <https://www.scribd.com/document/714391594/Al-Madkhal-Ila-Ilm-Al-Dakwah>
- Banjaransari, Y. G., & Saputro, E. P. (2018). Pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi pemasaran online Page Down Cloth Maker (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Dwiarsianti, A. (2022). Sharenting dan privasi anak: Studi netnografi pada unggahan Instagram dengan tagar #Anakku. *Jurnal Komunikasi Global*, 11(1), 1–20.
- Fajrussalam, H., Nursyahbani, A., Khoirunnisa, A., Nurbaiti, N., & Ningrum, N. C. (2023). Konten Dakwah Habib Ja'far Al-Haddar di Media Sosial TikTok. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 1647–1659.
- Hafidhoh, A. E. N., Fadhli, R. I., & Rochmawati, N. (2021). Pemaknaan pakaian khas masyarakat Sedulur Sikep sebagai identitas sosial. *Jurnal Psikologi Perseptual*, 6(1).
- Harahap, N. (2020). Penelitian Kualitatif.
- Hermawansyah, A. (2022). Analisis profil dan karakteristik pengguna media sosial di Indonesia. Husein Jafar Al Hadar. (2025, 21 September). Di Wikipedia. https://id.wikipedia.org/wiki/Husein_Ja%27far_Al_Hadar
- Husein Jafar Al Hadar. (2025, 21 September). *Di Wikipedia*. https://id.wikipedia.org/wiki/Husein_Ja'far_Al_Hadar
- Husein Jafar Al Hadar [@husein_hadar]. (2025, 25 April). *Maklum, Juventini. Lagian mana ada Madura* [Video]. Instagram. <https://www.instagram.com/reel/DI3O9gipzQW/>

- Husein Jafar Al Hadar [@husein_hadar]. (2025, 12 Agustus). *Belum ke Surabaya kalo belum mampir* [Video]. Instagram. https://www.instagram.com/reel/DN_P2T_fpRid/
- Husein Jafar Al Hadar [@husein_hadar]. (2025, 12 Agustus). *Berapa harga surgamu? Gue jelasin lengkap* [Video]. Instagram. <https://www.instagram.com/reel/DNaLMCXpMaT/>
- Husein Jafar Al Hadar [@husein_hadar]. (2025, 17 Agustus). *Minoritas Pokoknya Dukung Mayoritas* [Video]. Instagram. <https://www.instagram.com/reel/DNde9SGp43x/>
- Husein Jafar Al Hadar [@husein_hadar]. (2025, 26 Agustus). *Kadang menyampaikan pesan sebagai Habib, kadang memberi pesan* [Video]. Instagram. <https://www.instagram.com/reel/DNzzkEn5vOH/>
- Husein Jafar Al Hadar [@husein_hadar]. (2025, 9 Januari). *Sucikan lisanmu* [Reels video]. Instagram. Diakses 1 November 2025, dari <https://www.instagram.com/reel/DEmuDYgpj64/?igsh=MXJzMGt3Nwd3cnU5Zw==>
- Husein Jafar Al Hadar [@husein_hadar]. (2025, 12 Januari). *Tergesa-gesa itu kelakuan setan* [Reels video]. Instagram. Diakses 1 November 2025, dari <https://www.instagram.com/reel/DEuQb1pJgh0/?igsh=OTd3NTl5Z3Rza3F2>
- Husein Jafar Al Hadar [@husein_hadar]. (2025, 24 Januari). *Niatmu kadang seperti OTW-mu* [Reels video]. Instagram. Diakses 1 November 2025, dari <https://www.instagram.com/reel/DFM6HgPpbr5/?igsh=MWk3ZHNydXNwd3hicQ==>
- Husein Jafar Al Hadar [@husein_hadar]. (2025, 15 Februari). *Holyday bukan holiday* [Reels video]. Instagram. Diakses 1 November 2025, dari <https://www.instagram.com/reel/DGFJ8TxpMEx/?igsh=MXQ2cmY3aDEzZWdi>
- Husein Jafar Al Hadar [@husein_hadar]. (2025, 24 Februari). *Login* [Reels video]. Instagram. Diakses 1 November 2025, dari <https://www.instagram.com/reel/DGcahp7J8an/?igsh=cXBkaXVobnllam55>
- Husein Jafar Al Hadar [@husein_hadar]. (2025, 5 Maret). *Jauh dari keluarga bukan berarti jauh dari kehangatan* [Reels video]. Instagram. Diakses 1 November 2025, dari <https://www.instagram.com/reel/DG0RTWvpEAh/?igsh=Ynhpc3d2YjZ6a3pp>

- Husein Jafar Al Hadar [@husein_hadar]. (2025, 7 Maret). *Bohopana spesial Ramadhan* [Reels video]. Instagram. Diakses 1 November 2025, dari https://www.instagram.com/reel/DHdfGgLPmbB/?igsh=bTJlMDEydmIIO_Dg5
- Husein Jafar Al Hadar [@husein_hadar]. (2025, 23 Maret). *Buka puasa tidak cuma melepas lapar* [Reels video]. Instagram. Diakses 1 November 2025, dari <https://www.instagram.com/reel/DHiYnJEJ8-H/?igsh=ajZyNjVjOHlpZ2hk>
- Husein Jafar Al Hadar [@husein_hadar]. (2025, 25 Maret). *Stand up religi* [Reels video]. Instagram. Diakses 1 November 2025, dari <https://www.instagram.com/reel/DHmwIhRSnRn/?igsh=MTQwMDcybXB1dmtYNg==>
- Husein Jafar Al Hadar [@husein_hadar]. (2025, 30 Maret). *Ras Muhammad x Bib Marley* [Reels video]. Instagram. Diakses 1 November 2025, dari <https://www.instagram.com/reel/DHzsHEMp1zl/?igsh=MTQ0bDNmYnAyNmhmNw==>
- Husein Jafar Al Hadar [@husein_hadar]. (2025, 6 April). *Silaturahmi dan dakwah lintas iman* [Reels video]. Instagram. Diakses 16 Mei 2025, dari <https://www.instagram.com/reel/DIFX33YTege/?igsh=ODZubnM3eDN1b2Z2>
- Husein Jafar Al Hadar [@husein_hadar]. (2025, 17 Mei). *Mini soccer* [Reels video]. Instagram. Diakses 1 November 2025, dari <https://www.instagram.com/reel/DJvkmamp49U/?igsh=enk3bDNjeDNyOGZs>
- Husein Jafar Al Hadar [@husein_hadar]. (2025, 29 Mei). *Beli mobil buat gaya* [Reels video]. Instagram. Diakses 1 November 2025, dari <https://www.instagram.com/reel/DKPPYQzz-oF/?igsh=MTZ6azNkMnYzczV2eg==>
- Husein Jafar Al Hadar [@husein_hadar]. (2025, 4 Juni). *Qurban mudah tinggal klik* [Reels video]. Instagram. Diakses 1 November 2025, dari <https://www.instagram.com/reel/DKeK6Dgpauq/?igsh=MWE1eHM5emd6ZWF0bg==>
- Husein Jafar Al Hadar [@husein_hadar]. (2025, 11 Oktober). *Panggil Habib Pelari Kalcer* [Reels video]. Instagram. Diakses 1 November 2025, dari <https://www.instagram.com/reel/DPqCzTRj2p9/?igsh=MXFhdjJrd283dn11Yg==>

- Ishak, S. (2015). *Dakwah sambil ngenet*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
Diakses dari <https://ipusnas2.perpusnas.go.id/book/44b5b786-f45e-483f-a612-5a58fa6e02e9>
- Iskandar, A., & Habibi, M. (2022). Gaya komunikasi dakwah Habib Ja'far di media sosial (Studi akun Instagram @husein_hadar). *Jurnal Kemuhammadiyah dan Integrasi Ilmu*, 1(1), 33–37.
- Jonathan, A. S. (2021). *Representasi Sosial*. Yogyakarta: Nusamedia.
- Kevinia, C., Aulia, S., & Astari, T. (2022). Analisis Teori Semiotika Roland Barthes dalam Film *Miracle in Cell No. 7* Versi Indonesia. *COMMUSTY Journal of Communication Studies and Society*, 1(2), 38–43.
- Kurniawan, B. (2018). Semiotika Visual dalam Komunikasi Dakwah. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 38(1), 50–63.
- Makbul, M. (2021). *Metode Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian*.
- Nasih, M., Susanto, O. M., Fanshury, A. R., & Hermawan, S. (2020). Influencer dan Strategi Penjualan: Studi Netnografi pada Pengguna Jasa Selebgram sebagai Media Promosi. *Benefit: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(2), 135–144.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Vera, Nawiroh. (2022). *Semiotika dalam Riset Komunikasi*, Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Pahlevi, R. (2023). Strategi Dakwah Digital Habib Husein Ja'far Al-Hadar. *Jurnal Ilmu Sosial, Humaniora dan Seni*, 1(2), 141–151.
- Pertiwi, M., Ri'ani, I., & Yusron, A. (2020). Analisis Resepsi Interpretasi Penonton terhadap Konflik Keluarga dalam Film *Dua Garis Biru*. *Jurnal Audiens*, 1(1), 1–8.
- Puspa, I. A. T., Dewi, N. P. S., & Saitya, I. B. S. (2019). Komunikasi Simbolik dalam Penggunaan Upakara Yajña pada Ritual Hindu. *Widya Duta: Jurnal Ilmiah Ilmu Agama dan Ilmu Sosial Budaya*, 14(1), 20–28.

- Rizal, S. S. (2023). *Religiositas Kaum Muda*. Yogyakarta: Deepublish Digital.
Diakses dari <https://deepublishstore.com/ebook/e-book-religiositas-kaum-muda/>
- Rizki, P., & Pratama, B. (2023). Efektivitas pesan visual di media sosial. *Jurnal Komunikasi*, 11(3), 89–97.
- Sari, A. S., Mustofa, A., & Nizar, M. (2024). Strategi Public Relations dalam Membangun Citra pada Kantor Kementerian Agama Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Administrasi Pendidikan Islam*, 6(1), 85–101.
- Storey, J. (2014). *Cultural Theory and Popular Culture*. London: Routledge.
- Supriyadi, Y. (2021). Komunikasi visual di era media digital. *Jurnal Komunikasi Visual*, 5(2), 12–20.
- Sukendro, G. G., dkk. (2024). *Kecerdasan Buatan dalam Evolusi Media dan Komunikasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Wardah, N. (2021). *Personal Branding Habib Husein Ja'far Al-Hadar melalui Media Sosial Instagram* Bachelor's thesis, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

