

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Konstruksi Sosial

Konstruksi sosial adalah cara pandang semua nilai, ideologi, dan institusi adalah buatan manusia dan terus menerus dibentuk. Konstruksi sosial juga merupakan ekspresi kepercayaan dan juga posisi bahwa ada kandungan kesadaran yang merupakan cara berhubungan dengan orang lain dan itu adalah hasil dari studi budaya dan masyarakat. Semua itu terkandung dalam cara pandang orang-orang di sekitar kita mengambil standar nyata dan abstrak yang dipegang dengan pasti.¹

Konstruksi sosial memiliki banyak arti luas dalam ilmu-ilmu sosial, ia mengacu pada pengaruh sosial pada pengalaman hidup individu. Asumsi dasar Berger tentang konstruksi sosial adalah bahwa "realitas adalah konstruksi sosial", yaitu peran sentral bahasa menyediakan mekanisme budaya dapat memengaruhi pemikiran dan perilaku individu, konstruksi sosial juga dapat mewakili kompleksitas dalam budaya, tetapi itu tidak menganggap persatuan sesuai dengan masyarakat dan waktu.² "*Waters mendefinisikan konstruksi sosial sebagai orang yang membuat konstruksi sosial atas realitas, dengan proses subjektif kemudian diobjektifikasi*" atau artinya konstruksi sosial adalah konsep yang memberi gambaran tentang realitas yang dikonstruksi dan diinterpretasikan oleh setiap individu dalam kehidupan sosial.

Konstruksi sosial memberikan contoh berupa suatu proses orang melakukan tindakan dan interaksi antara orang lain, individu, atau orang-orang yang secara terus menerus menciptakan suatu realitas yang benar-benar dialami secara objektif dan subjektif. Pemahaman individu tentang dunia yang mereka pelajari dari pengetahuan yang membentuk individu dalam kondisi sosial yang konkret, yaitu yang mendefinisikan informasi, mengevaluasinya sebagai baik atau buruk dan mengatur perilaku, dapat menunjukkan dalam konteks ini bahwa konstruksi sosial mungkin memengaruhi orientasi sosial dan perilaku individu.³

53. ¹ Rory, *Pendekatan Konstruksi Sosial* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1997),

25. ² Charles Ngangi, "Konstruksi Sosial Dalam Realitas Sosial," *ASE* 7, no. 2 (2011):

26. ³ Harles Ngangi, "Konstruksi Sosial Dalam Realitas Sosial," *ASE* 7, no. 2 (2011):

Fokus utama konstruksi sosial adalah kehidupan sosial, yang meliputi hukum, norma perilaku, budaya, dan lainnya. Gambaran ini menunjukkan bahwa masyarakat tidak hanya terdiri dari individu-individu yang membentuk struktur sosial, tetapi juga saling terhubung, dapat berinteraksi, dan saling mempengaruhi.

Konstruksi sosial adalah pandangan bahwa semua nilai, institusi sosial, ideologi adalah ciptaan manusia, konstruksi sosial juga memiliki arti yang luas dan biasanya mengacu pada pengaruh sosial dalam pengalaman hidup di masyarakat. Konstruksi sosial juga merupakan sistem kepercayaan dan bentuk cara pandang yang terdapat isi kesadaran berada dan bentuk interaksi dengan individu lain, dan hal ini diajarkan dalam nilai-nilai budaya dan sosial. Konstruksi sosial memiliki beberapa kekuatan yaitu bahasa memainkan peran sentral, budaya mempengaruhi pemikiran dan perilaku, konstruksi sosial dapat mewakili kebiasaan dan akhirnya konstruksi sosial selaras dengan masyarakat dan waktu.

Konstruksi sosial adalah konsep yang menunjukkan bagaimana realitas sosial dibangun oleh individu-individu dalam masyarakat ini dan juga ditafsirkan secara subyektif, atau dapat dikatakan konstruksi sosial adalah pendapat kita bahwa semua nilai, ideologi, dan institusi sosial adalah buatan manusia. Konstruksi sosial menggambarkan proses seseorang, melalui tindakan dan interaksi, secara terus menerus menciptakan suatu realitas yang dimiliki bersama dan dialami sebagai sesuatu yang bermakna, objektif dan subjektif. Realitas sasaran, atau (untuk beberapa konstruksi sosial realitas) konstruksi sosial, didefinisikan sebagai langkah-langkah yang diwujudkan melalui interaksi dan perilaku individu dalam realitas yang koheren, diyakini, dan dialami. Seorang filsuf konstruktivis yang memulai dengan gagasan kognitif-konstruktivis.⁴

Realitas adalah hasil kreasi orang-orang kreatif melalui kekuatan konstruksi sosial dunia sosial yang ada di hadapannya. Realitas sosial itu dilihat oleh subjektivitas itu sendiri dan oleh dunia objektif yang melingkupi realitas sosial itu. Seorang individu tidak hanya dilihat dari keberadaannya, tetapi juga dari mana ia berasal atau bagaimana ia menerima dan mengaktualisasikan dirinya serta bagaimana lingkungan dapat menerimanya. Realitas dibentuk oleh individu atau anggota kelompok sosial untuk menggambarkan dunia yang menjadi pengalaman hidupnya terhadap lingkungan sosial di sekitarnya. Realitas sosial dibentuk

⁴ Margareth Poloma, *Sosiologi Kontemporer* (Jakarta: Rajawali Pers, 1984), 57.

dan dikonstruksi untuk mempengaruhi persepsi orang lain, sehingga apa yang terbentuk dalam realitas itu menjadi norma dan keyakinan yang dianut.⁵

Konstruksi sosial menyatakan bahwa tidak ada realitas akhir yang absolut atau definitif, atau realitas adalah konstruksi sosial. Konstruksi realitas sosial yang dikemukakan oleh Peter L. Berger, mereka menggunakan tindakan dan interaksi mereka untuk menggambarkan proses sosial seorang individu secara terus menerus menciptakan realitasnya sendiri dan bersama-sama mengalaminya dalam kehidupan sosial yang subyektif. Konstruksi sosial mempunyai arti luas pada ilmu-ilmu sosial dan umumnya mengacu dalam imbas sosial pada pengalaman hayati individu.⁶

2. Etika Bermedia Sosial

a. Etika Sosial

Secara etimologis, etika berasal dari bahasa Yunani *etos*, yang berarti cara. Secara filosofis, etika diartikan sebagai ilmu tentang apa yang biasa dilakukan, atau ilmu tentang tata krama. Meskipun etika dan moralitas secara epistemologis mirip, namun maknanya berubah sesuai dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan kebiasaan para ilmuwan. Etika dianggap sebagai cabang filsafat yang mengkaji aspek baik dan buruk dari nilai-nilai manusia. Sedangkan akhlak adalah hal yang memotivasi manusia untuk berbuat baik sebagai kewajiban atau norma.⁷ Beberapa pandangan tentang etika, antara lain:

- 1) Menurut K. Bertens dalam bukunya tentang etika menjelaskan bahwa etika berasal dari bahasa Yunani kuno yaitu *etos*, dalam bentuk tunggal memiliki beberapa arti, antara lain kebiasaan, tata krama, budi pekerti, watak, perasaan, sikap, cara berperilaku dan berpikir. Dalam bentuk jamak artinya jalan. Dalam pengertian ini, etika mengacu pada gaya hidup yang baik, gaya hidup yang baik untuk diri sendiri maupun untuk masyarakat. Kehidupan yang baik ini kemudian dibekukan dalam bentuk aturan, peraturan atau norma yang disebarakan, diketahui, dipahami dan diajarkan secara lisan ke seluruh masyarakat.

⁵ Burhan Bungin, *Makna Realitas Sosial Iklan Televisi Dalam Masyarakat Kapitalistik* (Yogyakarta: Jendela Press, 2001), 67.

⁶ Tamburaka, *Agenda Setting Media Massa* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), 67.

⁷ Nurul Qamar dan Farah Syah Rezah, *Etika Profesi Hukum (Empat Pilar Hukum)* (Makassar: CV. Social Politic Genius (SIGn), 2017), 81.

Aturan, norma atau aturan ini pada dasarnya adalah tentang pro dan kontra dari perilaku manusia. Atau etika dipahami sebagai ajaran yang mencakup apa yang diperbolehkan dan apa yang tidak diperbolehkan dalam kaitannya dengan kebajikan perilaku manusia, yaitu tindakan yang harus diikuti dan tindakan yang harus dihindari.⁸

- 2) Menurut Maryan dan Ludigdo, etika adalah seperangkat aturan atau norma atau pedoman yang memandu perilaku manusia, apa yang harus dilakukan dan apa yang tidak boleh dilakukan, yang diterima oleh sekelompok atau sekelompok orang atau suatu profesi. Dari beberapa definisi etika di atas, dapat disimpulkan bahwa etika mempelajari kebiasaan manusia yang mengatur baik buruknya nilai perilaku manusia terhadap diri sendiri maupun masyarakat.

b. Media Sosial

Kehadiran media dengan segala kelebihanannya telah menjadi bagian dari kehidupan manusia. Perkembangan zaman telah melahirkan berbagai jenis media yang salah satunya adalah media sosial. Media sosial adalah media online yang memungkinkan pengguna untuk mewakili diri mereka sendiri dan secara virtual berinteraksi, berkolaborasi, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial. Media sosial merupakan salah satu media instan yang saat ini memiliki beberapa peranan dalam perannya. Komunikasi massa tidak hanya sebagai sarana komunikasi, tetapi juga merupakan cara bagi penggunanya untuk menggali berbagai informasi. Definisi media sosial tidak serta merta merupakan gagasan yang tidak berdasar dari para ahli tersebut, namun media sosial memiliki peran dan dampak bagi kehidupan masyarakat, yang harus direncanakan sedemikian rupa agar media sosial tetap menjadi misi dan tujuan dari media sosial itu sendiri dan menguntungkan. Individu dalam kehidupan semua media sosial adalah media digital realitas sosial ada dan ruang-waktu penggunaannya berinteraksi. Nilai-nilai yang berlaku dalam masyarakat dan komunitas juga dapat muncul dalam bentuk yang sama atau berbeda di Internet. Pada dasarnya, beberapa ahli yang mempelajari internet melihat bahwa media sosial online merupakan cerminan dari apa yang terjadi di dunia nyata, seperti plagiarisme. Selain pernyataan di atas, di bawah ini

⁸ A. Sony Keraf, *Etika Lingkungan* (Jakarta: Buku Kompas, 2002), 17.

adalah definisi media sosial yang berasal dari berbagai literatur penelitian:⁹

- 1) Menurut Mandibergh, media sosial adalah media yang memungkinkan kolaborasi antar pengguna yang menghasilkan konten *user generate content*.
- 2) Menurut Shirky, media sosial dan perangkat lunak sosial adalah alat yang meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi konten, berkolaborasi (berkolaborasi) antar pengguna dan mengambil tindakan kolektif, semuanya di luar kerangka kelembagaan atau organisasi.
- 3) Boyd mendefinisikan media sosial sebagai seperangkat perangkat lunak yang memungkinkan individu dan komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi dan dalam beberapa kasus berkolaborasi atau bermain satu sama lain. Media sosial memiliki kekuatan *user-generated content (UGC)*, konten dibuat oleh pengguna, bukan editor seperti di institusi media.
- 4) Menurut Van Dijk, media sosial adalah platform media yang berfokus pada kehadiran pengguna, yang memfasilitasi aktivitas dan kolaborasi mereka. Oleh karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai media online (perantara) yang mempererat hubungan dan ikatan sosial antar pengguna.
- 5) Meike dan Young mendefinisikan media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi pribadi yang dimiliki oleh individu (*individual shared*) dan media publik yang dibagikan kepada semua tanpa karakteristik individu. Sedangkan menurut peneliti, media sosial adalah media online yang setiap pengguna dapat dengan bebas berbagi atau berpartisipasi dalam informasi dan hiburan yang dapat mendukung interaksi sosial.

c. Etika Bermedia Sosial

Berdasarkan kajian etika sosial dan materi media sosial yang dikemukakan oleh A. Sonny Keraf, etika penggunaan media sosial dapat dibedakan menjadi dua bagian, yaitu:

- 1) Etika umum berbicara tentang standar dan nilai moral, kondisi dasar seseorang dapat bertindak etis dalam membuat keputusan etis, dan teori etika, dan merujuk pada prinsip moral dasar yang memandu tindakan dan standar atau pedoman baik evaluasi dan buruk adalah perbuatan yang

⁹ R. Ery Wibowo Agung dan Ariska Wijayanti, "Analisis Pengaruh Auditor Tentang Penerimaan Etika dan Kode Etik Ikatan Akuntan Indonesia Terhadap Praktik Manajemen Laba," *Jurnal STIE Semarang* 8, no. 2 (2016): 33.

dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang. Dalam hal bermedia sosial maka mengacu pada prinsip-prinsip moral dasar yang memandu tindakan dan standar atau pedoman untuk mengevaluasi "baik atau buruknya" dari suatu tindakan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dalam menggunakan media sosial.

- 2) Etika khusus adalah penerapan prinsip atau standar moral dasar dalam bidang kehidupan tertentu, yaitu bagaimana seseorang membuat keputusan dan bertindak dalam kehidupan sehari-hari, dalam proses dan aktivitas organisasi, atau bisa juga profesional. Dalam hal ini, etika berdasarkan teori etika dan prinsip moral dasar adalah perilaku media sosial.¹⁰

Berbicara tentang media sosial di era berbagi informasi ini, etika yang terlibat sangatlah penting, antara lain:

- 1) Berkata Sopan
Artinya menjaga perilaku dan bahasa yang santun saat berinteraksi dengan media sosial. Agar orang lain tidak tersakiti atau menilai buruk seseorang.
- 2) Cobalah untuk memberikan informasi penting
Pasti akan ada informasi di media sosial, tetapi ketika kita berbagi informasi dengan orang lain, kita harus berusaha untuk tidak mengungkapkan terlalu banyak informasi penting. Misalnya, banyak orang yang mengupdate statusnya di *Facebook* setiap kali melakukan atau telah melakukan sesuatu, bahkan mencurahkan isi hatinya.
- 3) Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial
Media sosial wajib dipakai secara positif buat menghindari insiden media umum yg tidak diinginkan. Media sosial bisa dikembangkan.
- 4) Menggunakan Bahasa Yang Tepat
Hampir sama dengan berkata sopan bahwa menggunakan bahasa yang benar itu sangat penting. Anda harus berhati-hati saat menggunakan gaya bicara yang santai dan serius, bahkan saat orang berbicara dengan sopan, dan dengan siapa mereka berbicara.

¹⁰ Abdurrozzaq Hasibuan, *Etika Profesi Profesionalisme Kerja* (Medan: UISU Press, 2017), 10–11.

3. Klasifikasi Media Sosial

Teknik media sosial mengambil banyak bentuk, termasuk *majalah, forum online, blog, blog sosial, microblog, wiki, podcast, foto atau gambar, video, review, dan bookmark sosial*. Menggunakan teori dari penelitian media (kehadiran sosial, kekayaan media) dan proses sosial (ekspresi diri, pengungkapan diri), Kaplan dan Haenlein membuat sistem klasifikasi untuk berbagai jenis media sosial dalam artikel *Business Horizon* mereka. diterbitkan pada tahun 2010. Menurut Kaplan dan Haenlein, ada enam jenis media sosial:

a. Proyek Komunitas

Situs web memungkinkan penggunanya untuk mengubah, menambah, atau menghapus konten situs web ini.

b. *Blog dan Microblog*

Pengguna dapat mengekspresikan berbagai hal dengan lebih bebas di blog ini, seperti mengekspresikan atau mengkritik kebijakan pemerintah. Misalnya di *Twitter*.

c. Konten

Pengguna situs ini saling berbagi konten media seperti video, e-book, gambar, dan lainnya. Contohnya *Youtube*.

d. Situs Media Sosial

Aplikasi yang memungkinkan pengguna terhubung dengan membuat informasi pribadi untuk terhubung dengan orang lain. Data pribadi bisa seperti foto misalnya *Facebook*.

e. *Virtual Game World*

Dunia virtual yang meniru lingkungan 3D pengguna dapat tampil sebagai avatar pilihan mereka dan berinteraksi dengan orang lain selain di dunia nyata. Contohnya *Game Online*.

f. *Virtual Social World*

Dunia maya yaitu pengguna merasa bahwa mereka hidup di dunia maya serta dunia game virtual tempat mereka berinteraksi dengan orang lain. Namun, dunia sosial virtual lebih bebas dan lebih hidup, seperti kehidupan yang berbeda.

4. Tik Tok

a. Pengertian Tik Tok

Tik Tok adalah aplikasi yang menawarkan efek khusus, unik, dan menarik yang memungkinkan pengguna aplikasi ini dengan mudah membuat video pendek luar biasa yang dapat menarik perhatian banyak orang yang menontonnya. Aplikasi Tik Tok adalah jejaring sosial dan platform video musik Cina

yang dirilis pada September 2016. Aplikasi ini adalah aplikasi musik program produksi video pendek yang disukai banyak orang termasuk orang dewasa dan anak di bawah umur. Aplikasi Tik Tok ini merupakan aplikasi yang juga bisa menonton video pendek dengan ekspresi yang berbeda-beda untuk setiap konten kreator. Dan pengguna program ini juga dapat meniru video pengguna lain seperti, membuat video dengan goyangan dua jari, yang sudah banyak dilakukan.

Aplikasi Tik Tok juga merupakan media audio visual yang dapat menyebarkan kreatifitas dan keunikan penggunanya. Media sosial Tik Tok ini merupakan media sosial yang menawarkan *special effect* yang unik dan menarik bagi para penggunanya. Aplikasi Tik Tok memberikan pengaruh positif dan negatif terhadap perilaku penggunanya, terutama perilaku beragama. Namun, perilaku keagamaan dibentuk oleh lingkungan, sehingga dampak penggunaan aplikasi Tik Tok terhadap remaja yang menyimpang dari syariat agama adalah pembinaan, dan arahan dari keluarga dan lingkungan sekitar perlu adanya organisasi pemuda keagamaan yang merupakan tempat remaja dapat mengembangkan kreatifitasnya sesuai dengan ajaran agama, melukis dan lain-lain. Kecuali itu Tik Tok dapat meningkatkan kemampuan membuat video.

Tik Tok juga menyediakan berbagai musik latar video bagi pengguna untuk membuat video yang menarik. Jika kamu sendiri sering bosan, kamu bisa memperbaiki mood dengan bermain Tik Tok. Bermain gadget sambil berkumpul bersama teman atau keluarga bukan hal yang mustahil lagi, kita bisa membuat suasana kumpul jadi lebih menghibur dengan membuat berbagai video bersama.

b. Sejarah Tik Tok

Aplikasi Tik Tok adalah aplikasi yang memungkinkan pengguna membuat video musik pendek. Aplikasi ini dirilis pada September 2016 dan dikembangkan oleh pengembang China. ByteDance Inc. memperluas sebuah bisnis di Indonesia meluncurkan video musik dan aplikasi jejaring sosial bernama Tik Tok.

Pada kuartal pertama (Q1), Tik Tok menjadi aplikasi yang paling banyak diunduh dengan 45,8 juta kali. Dikutip dari Fatimah Kartini Bohang, jumlah ini melampaui aplikasi populer lainnya seperti *YouTube*, *WhatsApp*, *Facebook*, *Messenger*, dan *Instagram*. Sebagian besar pengguna aplikasi Tik Tok Indonesia sendiri adalah para milenial, anak sekolah atau Generasi Z

ternama. Aplikasi ini juga sempat diblokir pada 3 Juli 2018. Kementerian Komunikasi dan Informatika memantau program ini selama sebulan dan menemukan banyak keluhan tentang program ini pada 3 Juli 2018. 2.853 laporan diterima.

Banyak orang atau individu juga mencoba untuk eksis, seperti Bowo dan Nuraini Bagi pengguna Tik Tok, menggunakan media sosial adalah ajang eksistensi diri dengan membuat video sekreatif dan semenarik mungkin. Itu sebabnya banyak yang mengunduh dan menggunakan jejaring sosial Tik Tok. Ini menyenangkan pengguna karena mereka bisa bersenang-senang menggunakan video.

c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi Tik Tok

Menurut Mulyana, ada dua faktor dalam menggunakan Tik Tok, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal seperti perasaan, sikap dan karakteristik individu, prasangka, keinginan atau harapan, perhatian (fokus), pembelajaran, kondisi fisik, nilai dan kebutuhan, minat dan motivasi. Faktor eksternal seperti latar belakang keluarga, pengetahuan yang diperoleh, pengetahuan dan kebutuhan sekitarnya, intensitas, ukuran, kontras, objek baru dan akrab atau asing.¹¹

1) Faktor Internal

Faktor internal merupakan faktor yang berdasarkan pada diri seseorang, misalnya emosi. Emosi adalah keadaan mental atau peristiwa kejiwaan yang dialami dengan senang atau tidak senang sehubungan dengan peristiwa sadar dan bersifat subyektif. Jadi, menurut Ahmad, emosi merupakan faktor internal yang mempengaruhi penggunaan aplikasi Tik Tok. Karena jika perasaan atau jiwa seseorang tidak suka atau tidak puas dengan aplikasi Tik Tok ini maka mereka tidak akan menggunakannya.¹²

Faktor internal merupakan faktor yang sangat mempengaruhi penggunaan aplikasi Tik Tok. Selain itu faktor internal juga dapat dideskripsikan sebagai pembelajaran dalam menggunakan media sosial termasuk

¹¹ Dwi Putri Robiatul Adawiyah, "Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang," *Jurnal Komunikasi* 1, no. 1 (2020): 2.

¹² Dwi Putri Robiatul Adawiyah, "Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang," *Jurnal Komunikasi* 1, no. 1 (2020): 8.

menggunakan aplikasi Tik Tok. Jadi menggunakan media sosial seperti aplikasi Tik Tok tidak hanya untuk hiburan tetapi juga dapat digunakan untuk belajar berinteraksi dengan orang baru. Maka dengan menggunakan aplikasi Tik Tok dapat meningkatkan kreativitas setiap orang. Menggunakan Tik Tok juga bisa membuat semua orang merasa malas dan melupakan semua pekerjaan yang harus diselesaikan.

2) Faktor Eksternal

Misalnya pada aplikasi Tik Tok, orang belajar tentang peristiwa video, seperti kapal yang tenggelam, atau bentuk rekaman lainnya dengan cara membagikan video, sehingga informasi tentang peristiwa tersebut dapat dengan cepat tersampaikan ke pengguna lain. Nasrullah mengatakan bahwa pengetahuan menjadi identitas media sosial karena media sosial membuat representasi dari identitas mereka, menghasilkan konten dan berinteraksi berdasarkan pengetahuan, Jadi, pengetahuan merupakan hal yang sangat mempengaruhi penggunaan Tik Tok.

Jika seseorang tidak mendapatkan informasi apa pun tentang Tik Tok, ia mungkin bahkan tidak mengetahui sebagai pengguna Tik Tok. Itulah mengapa dikatakan bahwa pengetahuan sangat penting saat menggunakan aplikasi Tik Tok. Salah satu dampak media sosial menjadi bagian dari media informasi adalah dapat mempengaruhi informasi, sehingga pengetahuan tentang media sosial seperti Tik Tok juga dapat mempengaruhi informasi.

5. Etika Berhijab

Hijab secara harfiah berarti tirai atau tembok yang melindungi wanita muslimah dari laki-laki (khususnya yang bukan muhrim). Jilbab itu sendiri bisa dilihat sebagai penghalang. Secara harafiah hijab adalah pemisahan antara laki-laki dan perempuan. Tanpa pemisah ini, sulit mengendalikan limpahan nafsu yang merupakan naluri yang sangat kuat dan dominan.

Kata hijab berdasarkan bahasa arab *jalaba* yang berarti menutupi sesuatu menggunakan yang lain, sebagai akibatnya tidak terlihat ketelanjangan. Kamus menjelaskan bahwa selendang adalah gamiso (kemeja lengan panjang, sejenis baju), jadi pakaian yang dapat menutupi seluruh tubuh atau juga mengandung kerudung dan kain yang menutupi bagian luar baju. Misalnya, seperti selimut atau mantel. Para ulama berbeda pendapat tentang

arti selendang. Ada yang mengatakan bahwa selendang mirip dengan *rida'* (sorban). Ada juga yang mengatakan selendang lebih besar dari *khimar* (selendang). Ada yang mengartikannya sebagai *Gina*, yaitu penutup wajah atau cadar yang lebar. Muhammad Said Al-Asymawi menyimpulkan bahwa jilbab adalah pakaian longgar yang menutupi seluruh tubuh wanita.

Hijab secara harfiah berarti kerudung atau tembok yang melindungi wanita muslimah dari laki-laki (khususnya yang bukan muhrim). Ada dua pakaian dalam Al-Qur'an yang dikatakan menutupi aurat. Yakni kerudung (*khimar*) dan selendang. Inilah perlindungan aurat wanita muslimah yang disebut hijab. Beginilah cara Islam memandang wanita karena kecantikannya, mereka tidak bisa melihat dan menikmati mereka yang tidak berhak. Islam melindungi wanita yang mengenakan jilbab dari pandangan yang tidak bertanggung jawab. Jilbab dalam ajaran Islam mewakili tradisi universal dan mendasar untuk membasmi kerusakan moral dengan menutup pintu maksiat.

Pendapat lain mengatakan bahwa jilbab adalah jilbab dan jilbab belum tentu jilbab karena jilbab adalah jilbab *syar'i*. Padahal cadar sendiri merupakan sebutan dari seperangkat hukum sosial yang terkait dengan posisi perempuan dalam sistem Islam dan diakui oleh Allah SWT sebagai benteng yang kuat yang dapat melindungi perempuan, pagar pelindung yang dapat melindungi masyarakat dari fitnah dan sebagai kerangka dimaksudkan untuk mengatur aktivitas perempuan sebagai bidan generasi, pembentuk umat masa depan dan lebih dari itu sebagai penggerak kemenangan dan stabilitas Islam di muka bumi.¹³

Hijab sebagai busana muslimah menurut syariat Islam. Gaya berpakaian dari sudut pandang Islam harus menjadi acuan gaya hidup setiap wanita muslimah sejati, terutama dalam pelaksanaan nilai-nilai inti agama. Pada topik ini, secara umum ada 3 (tiga) aturan busana muslimah yang sesuai dengan ajaran Islam, antara lain:

- a. Tidak boleh memakai pakaian ketat yang mengundang rangsangan. Dalam hal perbedaan pendapat tentang makna surat an-Nur ayat 31:

“Katakanlah kepada wanita-wanita beriman: “Mereka harus menahan mata dan aurat mereka, dan mereka tidak boleh menunjukkan perhiasan mereka kecuali apa yang (biasanya)

¹³ Imam Maulana Yusuf, “Etika vs Etiket (Suatu Telaah Tentang Tuntutan dan Tuntutan dalam Penyelenggaraan Pelayanan Publik),” *Jurnal Unigal* 1, no. 1 (2020): 2.

terlihat oleh mereka. Dan mereka harus menutupi dada mereka dengan kerudung, dan mereka hanya menunjukkan perhiasan mereka kepada suami mereka, atau ayah mereka, atau ayah dari suami mereka, atau anak laki-laki mereka, atau pasangan mereka, atau saudara laki-laki mereka, atau saudara laki-laki mereka, atau saudara perempuan mereka, atau istri Muslim, atau budak yang mereka miliki, atau pelayan laki-laki, atau anak-anak yang belum memahami keintiman wanita, dan tidak menghentakkan kakinya, sehingga perhiasan yang mereka sembunyikan tidak boleh diketahui, dan bertaubatlah di hadapan Allah, kalian yang mengira bisa, berbahagialah” .

Bagian ayat ini memperingatkan bahwa semua pakaian, gerak tubuh, ucapan dan bau yang bertujuan atau dapat menimbulkan fitnah (hasutan nafsu) dan perhatian yang tidak semestinya adalah haram. Beberapa ulama yang mengikuti pemikiran Syafi'i percaya bahwa wanita dianjurkan untuk memakai pakaian longgar dan khimar selama sholat. Selain itu, ia harus mengenakan selendang tebal yang menutupi pakaiannya, sehingga kerudung menutupi seluruh tubuh dan membuat bentuk tubuh tidak terlihat.¹⁴

- b. Jangan gunakan untuk menjadi terkenal. Dilarang menggunakan pakaian yang sangat mahal dan spesifik yang menyiratkan kesombongan dan kesombongan. Atau menggunakan kain gombal untuk menarik perhatian orang disebut Tawadhu. Wanita Muslim harus moderat dalam semua masalah agama mereka. Nabi dan istrinya mengenakan pakaian katun, pakaian katun, pakaian kulit, jepitan dan pakaian umum lainnya.
- c. Dilarang memakai pakaian dengan benda animasi dan gambar salib. Hari ini Anda dapat menemukan pakaian dengan gambar makhluk hidup, salib dan atau kata-kata kotor dalam berbagai pola dan desain. Selain itu, menurut Muhammad Nashiruddin al-Albani, seorang wanita muslimah setidaknya harus memperhatikan beberapa kriteria dalam berpakaian menurut syariat Islam. Beberapa kriteria tersebut adalah:¹⁵
 - 1) Menutup seluruh tubuh kecuali bagian yang dikecualikan menegaskan bahwa itu adalah tugas wanita untuk menutupi semua perhiasannya dan tidak memperlihatkannya kepada laki-laki yang bukan mahramnya. Selain sesuatu yang tidak sengaja.

¹⁴ Muhammad Nashiruddin Al-Albani, *Kriteria Busana Muslimah* (Jakarta: Pustaka Imam Asy-Syafi'i, 2010), 52.

¹⁵ Al-Albani, *Kriteria Busana Muslimah*, 53.

- 2) Bukan dalam bentuk perhiasan, dalam hal ini Islam melarang tabarru dengan sangat tegas, bahkan larangan perbuatan ini terkait dengan larangan syirik di hadapan Allah SWT, zina, pencurian, dan perbuatan terlarang lainnya. Tabarruj di sini adalah pekerjaan wanita memamerkan perhiasan dan kecantikannya, termasuk segala sesuatu yang dapat membangkitkan syahwat pria.
- 3) Harus tebal dan buram karena tujuan menutup aurat hanya bisa tercapai jika hijab terbuat dari kain yang tebal. Kain tipis hanya menambah fitnah (godaan) dan keindahan bentuk tubuh wanita.
- 4) Tidak ketat agar tidak memperlihatkan bentuk tubuh, tujuan dari pakaian tersebut jelas untuk menghalau fitnah dan fitnah perempuan, dan ini hanya bisa dicapai dengan memakai pakaian yang longgar. Pakaian ketat sebaiknya tidak dikenakan karena akan menyembunyikan warna kulit namun tetap memperlihatkan lekuk tubuh seluruhnya atau sebagian. Jenis kondisi yang membuat orang bernafsu.
- 5) Dilarang menggunakan wewangian, dalam hal ini pengguna wewangian wanita dapat membangkitkan nafsu (pria).
- 6) Tidak seperti pakaian laki-laki, disini laki-laki dan perempuan dipengaruhi menurut kesamaan sifat dan perangai perempuan, sehingga laki-laki benar-benar menjadi perempuan dan hidup seperti perempuan. Demikian pula perempuan yang menyerupai laki-laki dipengaruhi oleh akhlak dan karakter laki-laki hingga akhirnya berani berpakaian dan (perhiasan) tampil seperti laki-laki.
- 7) Jangan ingatkan pakaian orang kafir, persyaratan ini didasarkan pada prinsip-prinsip dasar yang disajikan dalam Syariah, yang menurutnya Muslim, pria dan wanita, tidak boleh menyerupai orang kafir, baik dalam ibadah maupun dalam pakaian mereka sendiri.
- 8) Tidak berupa Busana *Syuhrah* (di sengaja), artinya Busana *Syuhrah* adalah segala busana yang dikenakan dengan maksud untuk menjadi pusat perhatian masyarakat (yang melihatnya) dan berupa busana mahal yang dikenakan seseorang ke menunjukkan sekuler. Kekayaan dan persamaan. Busana yang dikenakan seseorang dengan sengaja untuk bertapa dan ini dilakukan atas dasar *riya'*. Jelas bahwa dia tidak berbuat dosa jika dia segera menutupinya.

Jelas dari uraian bahwa menutup aurat tidak sama dengan memakai pakaian syar'i (yang diharamkan oleh Allah SWT) yang menutupi aurat. Ketika shalat, salah satu syarat hukumnya adalah menutup aurat, maka apa yang dikenakan oleh seorang wanita muslimah agar auratnya tidak tersingkap sudah cukup untuk sah shalatnya. Namun, belum tentu wanita muslimah diperbolehkan mengenakan pakaian yang menutupi auratnya saat keluar rumah. Karena ketika keluar rumah, Allah SWT tidak hanya wajib menutup aurat, tetapi juga mengenakan pakaian syar'i untuk menutup aurat. Tentu saja, wanita muslimah tidak harus menutupi auratnya dengan pakaian lengkap seperti saat keluar rumah, karena biasanya mahramnya dilakukan untuk kegiatan domestik. Karena Allah SWT, mengizinkan mahram wanita muslim untuk melihat setiap bagian tubuh sampai ke titik perhiasan akan ditempatkan.¹⁶

Hijab (pakaian Islami) berarti kerudung atau sekat (sindiran atau fasil) tetapi untuk estetika, yang tidak bertujuan untuk melindungi kecantikan tetapi untuk mengungkapkan keindahan. Dalam hal ini jelas bahwa Hijab (busana Islami) bukanlah *fashion* dan *fashion* bukanlah bagian dari Hijab (busana Islami), tetapi Hijab adalah kerudung yang digunakan oleh wanita untuk menutupi pakaiannya menurut pendapat yang paling kuat. Selendang adalah selendang berukuran besar yang menutupi dari ujung kepala sampai ujung kaki, seperti yang saya katakan sebelumnya, *chimera* dikenakan di rumah sedangkan selendang dikenakan di luar. Oleh karena itu, inti dari hijab (pakaian musiman) adalah untuk menunjukkan keindahan wanita itu. perlindungan. agar laki-laki tidak menyadarinya. Karena wanita terlalu berharga untuk sekedar mendapat perhatian.¹⁷

6. Generasi Milenial

Konsep generasi telah lama menjadi bahan perbincangan, menurut Mannheim, generasi adalah sekelompok individu dengan kelompok usia yang sama dan pengalaman berpartisipasi dalam satu atau lebih peristiwa sejarah penting dalam periode yang sama. Dan selanjutnya individu-individu tersebut saling mempengaruhi dan membentuk karakter yang sama karena melewati periode sosio-historis yang sama. Kemudian, tema generasi ini dikembangkan oleh Strauss dan Howe, yang mendefinisikan

¹⁶ Karmilah dkk., "Wanita Sebagai Fondasi Peradaban Perspektif Hadis," *Mimbar Kampus : Jurnal Pendidikan dan Agama Islam* 23, no. 1 (2024): 531.

¹⁷ Nur Karimah Syah Putri, Nanang Ganda Prawira, dan Ramadita Fetrianggi, "Faktor Hijab Berkembang di Dunia Fashion Barat," *Jurnal Findex* 2, no. 1 (2022): 2.

generasi sebagai sekelompok semua orang yang lahir selama periode tertentu mulai dari usia sekitar dua puluh tahun, atau beberapa tahap masa kanak-kanak, dewasa muda, usia paruh baya, dan usia tua yang kemudian berbagi sejarah umum, keyakinan dan perilaku.

Ada kecenderungan setiap generasi cenderung berkebalikan dengan generasi lainnya karena setiap generasi berusaha memperbaiki dan mengimbangi apa yang dilihatnya pada generasi di atasnya atau yang berkuasa saat itu, sehingga terjadi siklus generasi.

Generasi milenial adalah sekelompok orang yang lahir pada tahun 1980-an dan awal 2000-an ketika generasi milenial tumbuh di era teknologi dan komunikasi internet. Generasi ini lebih fleksibel terhadap hal-hal baru dan semua peluang yang datang ketika datang ke pekerjaan, generasi milenial memiliki harapan yang tinggi dan mencari makna dalam pekerjaan mereka.

Ada tiga faktor yang mempengaruhi sebuah generasi, termasuk:

- a. *Perceived membership*, persepsi seseorang terhadap kelompok yang menjadi anggotanya, terutama dari masa remaja hingga dewasa muda.
- b. *Common belief and behaviors*, sikap terhadap keputusan yang berkaitan dengan keluarga, pekerjaan, kehidupan pribadi, politik, agama dan pekerjaan, perkawinan, anak, kesehatan, kejahatan.
- c. *Common location in history*, perubahan pendapat politik, peristiwa sejarah. Misalnya peperangan, bencana alam yang menimpa remaja dewasa muda.¹⁸

Hingga saat ini terdapat 3 generasi yang aktif didalam dunia kerja, mereka adalah Generasi *Baby Boomer* yang memiliki rentang kelahiran ditahun 1943-1960, Generasi X yang memiliki rentang kelahiran ditahun 1961-1981 dan Generasi Milenial yang memiliki rentang kelahiran ditahun 1982-2000. Meskipun generasi *Baby Boomer* masih dianggap didalam angkatan kerja aktif saat ini namun pada kenyataannya saat ini generasi *Baby Boomer* telah memasuki masa pensiun, sehingga interaksi yang paling banyak terjadi di dunia kerja adalah antara generasi X dan generasi Milenial serta dalam beberapa tahun lagi Generasi Z mulai akan memasuki dunia kerja secara aktif.

¹⁸ Putri Faizatul Cholilah, “Etika Menggunakan Media Sosial Bagi Generasi Milenial” *Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya* 1, no. 1 (2021): 15.

Beberapa ciri Generasi Y adalah:

- a. Anda menikmati manajemen dan mementingkan profesionalisme.
- b. Bisa melakukan banyak hal, selalu mencari tantangan kreatif dan melihat rekan-rekannya sebagai sumber daya yang bisa digunakan untuk meningkatkan keterampilannya. Anda membutuhkan tantangan untuk menghindari kebosanan.
- b. Mereka membutuhkan keseimbangan dan fleksibilitas di tempat kerja dan keseimbangan kehidupan kerja.
- c. Milenial tidak segan-segan berhenti dari pekerjaannya jika tidak membuat mereka bahagia.

Menurut Lancaster & Still, karakteristik generasi milenial terbagi menjadi tiga bagian, sebagai berikut:

- 1) Sikap (*attitude*)
Milenial cenderung realistis ketika mempertimbangkan peristiwa kehidupan.
- 2) Gambaran Umum (*ikhtisar*)
Milenial menghargai keragaman, lebih suka bekerja sama daripada menerima pesanan, dan menyelesaikan masalah secara pragmatis.
- 3) Metode Kerja (*Work Habits*)
Milenial sangat optimis, berorientasi pada pencapaian, memiliki harga diri yang tinggi, percaya pada nilai-nilai moral dan sosial, dan nilai keragaman.

B. Penelitian Terdahulu

Dalam penyusunan karya ilmiah ini, langkah awal penulis sebelum penulis melakukan penelitian lebih lanjut dan kemudian menyusunnya menjadi sebuah karya ilmiah, adalah terlebih dahulu mengkaji sebuah teks ilmiah dengan topik yang hampir sama dengan yang penulis tulis. Tujuan dari tinjauan literatur ini adalah untuk mengetahui bahwa topik yang dieksplorasi oleh penulis berbeda dengan topik yang dieksplorasi sebelumnya. Akhirnya setelah melakukan pencarian literatur, penulis menemukan beberapa disertasi dan majalah dengan topik yang hampir sama dengan penelitian penulis. Tesis dan jurnal adalah:

Pertama, Jurnal karya Franceline Anggia dan Irwan Abdullah dengan judul, “Representasi Media Sosial atas Hijabista:

Pembentukan Citra Perempuan Muslim dari Perspektif Konsumsi”¹⁹. Hasil penelitiannya adalah dengan hadirnya para Hijabista (*Hijab Fashionistas*) yang aktif di media sosial Instagram tidak bisa dipungkiri banyak memenuhi layar gadget. Para hijabers ini kebanyakan adalah wanita muda (hampir 30 tahun) yang menjalankan bisnis hijab atau tokoh berpengaruh (*influencer*) di dunia kecantikan atau fashion islami di jejaring sosial Instagram. Para wanita bermodal sosial dan ekonomi ini tampak mendukung nilai-nilai religius dalam busana wanita Islami, selain memodifikasi gaya hijab yang mereka kenakan dan menampilkannya dalam koleksi visual profil Instagram mereka. Wanita, terutama dalam mode konsumsi syal. Tema religi, baik berupa ajaran agama tertentu dalam ayat-ayat suci maupun sertifikat Halal, kerap dijadikan sebagai alat pemasaran untuk menarik konsumen sebanyak-banyaknya. Namun, jika anda membandingkan secara ketat nilai-nilai agama Islam dengan nilai-nilai kapitalisme, keduanya tampak saling bertentangan. Dengan maraknya perusahaan pakaian Islami, nilai-nilai agama Islam dan nilai-nilai yang melekat pada kapitalisme tampak saling mempengaruhi dan terjalin. Beginilah yang disebut komersialisasi simbol agama terjadi. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan penulis laksanakan adalah pada pembahasan hijab dan media sosial. Perbedaannya adalah pada penelitian ini membahas media sosial secara umum dan hijab dengan spesifikasi hiabista, sedangkan penelitian yang akan penulis laksanakan adalah spesifikasi objek penelitian yakni Tiktokers berhijab, media sosial yang diteliti adalah spesifikasi aplikasi Tik Tok.

Kedua, Skripsi karya Rezky Ayu Purpesti dengan judul “Menggunakan Jilbab sebagai Gaya Hidup Wanita Modern (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar)”²⁰. Menggunakan jilbab modern dan selendang syar’i sebagai gaya hidup modern bagi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan kasus pendekatan studi dengan dua metode pengumpulan data yaitu data primer dan data sekunder, wawancara dan observasi mengumpulkan majalah, tesis, buku, dan lain-lain. Menggunakan teori perubahan sosial, teori modernisasi dan teori gaya hidup Hasil penelitian menunjukkan ada dua versi mahasiswa yang

¹⁹ Franceline Anggia dan Irwan Abdullah, “Representasi Media Sosial atas Hijabista: Pembentukan Citra Perempuan Muslim dari Perspektif Konsumsi,” *Jurnal Hawa : Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu* 1, no. 1 (2020): 64.

²⁰ Rezky Ayu Purpesti, “Menggunakan Jilbab sebagai Gaya Hidup Wanita Modern (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar)” (*Skripsi, Makassar, Universitas Muhammadiyah Makassar, 2021*), 65.

berhijab di Universitas Muhammadiyah Makassar yaitu berhijab dengan gaya modern atau lebih dan mahasiswa yaitu yang berjilbab tertutup menurut syariat Islam. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan penulis laksanakan adalah pada pembahasan jilbab dan perempuan, serta penggunaan metode kualitatif. Perbedaan penelitian ini dengan yang akan penulis laksanakan adalah pada objek penelitian yakni penulis memfokuskan pada pembentukan etika “bergoyang” pada Tiktokers perempuan.

Ketiga, Artikel, karya Putri Faizatul Cholilah dengan judul, ”Etika Menggunakan Media Sosial Bagi Generasi Milenial”²¹. Pembahasan pada artikel ini adalah Media sosial sudah melekat di kalangan sosial saat ini, terutama pada generasi milenial saat ini. Hampir semua remaja, dewasa bahkan anak-anak memiliki jejaring sosial. Bukan hanya satu, tapi beberapa situs media sosial. Kebebasan berekspresi di media sosial adalah tempat orang dapat mengekspresikan kehendaknya. Namun karena itu, ada orang yang tidak bisa mengontrol perilakunya di jejaring sosial. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis etika pengguna media sosial khususnya generasi milenial. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kepustakaan, teknik pengumpulan data melalui kajian terhadap berbagai sumber seperti buku, jurnal ilmiah dan sumber lain yang berhubungan dengan topik sejenis. Adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi indikasi bagaimana mendukung etika penggunaan media sosial. Persamaan dengan penelitian yang akan penulis laksanakan adalah pada pembahasan etika, generasi milenial, dan sama-sama menggunakan metode kualitatif. Perbedaannya pada penelitian yang akan penulis laksanakan adalah spesifikasi etika berhijab pada Tiktokers perempuan, dan penggunaan teknik pengumpulan data penulis menggunakan teknik pengumpulan data dengan wawancara sedangkan pada penelitian ini hanya menggunakan studi literatur.

Keempat, Jurnal, karya Dwi Putri Robiatul Adawiyah dengan judul, “Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tik Tok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang”²². Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa peningkatan pengguna Tik Tok di jejaring sosial di kalangan anak muda di Indonesia tentu mempengaruhi satu tahap perkembangan anak muda, yaitu

²¹ Putri Faizatul Cholilah, “Etika Menggunakan Media Sosial Bagi Generasi Milenial,” *Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya* 1, no. 1 (2021): 12.

²² Dwi Putri Robiatul Adawiyah, “Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang,” *Jurnal Komunikasi* 1, no. 1 (2020): 2.

kepercayaan diri. Keyakinan sangat penting karena remaja tahu bagaimana menghargai diri mereka sendiri dan bekerja secara efektif dalam kehidupan mereka. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan paradigma positivis. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner sesuai dengan kriteria sampling yang ditentukan. Sampel penelitian ini yaitu remaja usia 15 sampai 19 tahun di Kabupaten Sampang. Kajian pustaka ini diawali dengan pengaruh media sosial Tik Tok terhadap *self-esteem* remaja yang kemudian dihubungkan dengan teori *uses and gratifications*. Teori ini menjelaskan akibat dari partisipasi individu yang aktif dan kurang aktif dalam media. Setiap orang memiliki kebutuhan yang berbeda dalam menggunakan media. Salah satu kebutuhan yang ingin dipenuhi seseorang adalah meningkatkan rasa percaya diri. Analisis regresi linier sederhana digunakan dalam penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial Tik Tok berdampak signifikan terhadap harga diri 54,5 persen anak muda. Persamaan tersebut merupakan pembahasan tentang penggunaan Tik Tok, perbedaan penelitiannya adalah metodenya yaitu penulis menggunakan metode penelitian kualitatif sedangkan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif.

Kelima, disertasi Hijrah berjudul “Meningkatkan Penggunaan Hijab dan Pengaruhnya Terhadap Moral Siswa SMKN 1 Palopo”. Masalah utama dalam penelitian ini adalah upaya penguatan jilbab dan pengaruh penggunaannya terhadap moral siswa SMKN 1 Palopo, mencoba dan merasakan cadar genital. Penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif. Penulis menggunakan pendekatan pedagogis dan psikologis untuk mendapatkan informasi yang diperlukan. Untuk memperoleh data tersebut, penulis menggunakan beberapa metode, antara lain observasi dengan pengamatan langsung terhadap subjek yang menjadi bahan penelitian yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Wawancara dengan melakukan wawancara untuk mengumpulkan informasi dan dokumentasi dengan mengumpulkan informasi dari arsip atau dokumen yang berkaitan dengan penelitian ini. Sumber data dalam penelitian ini adalah 6 guru agama Islam, 1 guru BK, 5 mahasiswi dari berbagai jurusan yaitu pariwisata, manajemen perkantoran, komputer dan desain web, akuntansi dan gastronomi. Juga 1 orang murid Organisasi RPM (Pemuda Mushallah Lovers) al-Muflih SMK Negeri 1 Palopo. Pihak sekolah berusaha mendorong para siswanya untuk menggunakan jilbab, antara lain melalui kiat-kiat, nasehat dan teladan. Kemudian efek nyata yang dialami mahasiswi dari berhijab antara lain menjaga perilaku, lebih bertanggung jawab, menumbuhkan jiwa religius dan motivasi belajar.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan penulis laksanakan adalah sama-sama membahas tentang penggunaan hijab. Perbedaannya adalah pada penelitian yang akan penulis laksanakan adalah terfokus pada pembentukan etika berhijab pada Tiktokers perempuan dikalangan kaum milenial.

C. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan model tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka berpikir menjadi pondasi dan dasar pemahaman bagi setiap pemikiran atau bentuk proses dari keseluruhan penelitian yang akan dilakukan. Konstruksi Etis Tubuh Bergoyang Pada Tiktokers Perempuan Berhijab secara dasar adalah untuk memahami etika bermedia sosial terutama dalam penggunaan aplikasi Tik Tok bagi perempuan berhijab.

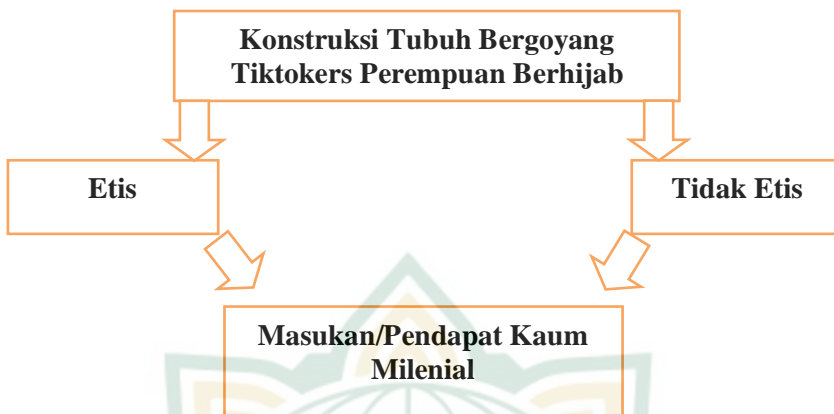
Hijab dalam bahasa *Lughoh* berarti kerudung atau tembok yang melindungi wanita muslimah dari laki-laki (khususnya yang bukan muhrim). Ada dua pakaian dalam Al-Qur'an yang disebut sebagai penutup aurat. Yakni kerudung (*khimar*) dan selendang. Penutup aurat wanita muslim disebut hijab. Beginilah cara Islam memandang wanita karena kecantikannya, mereka tidak bisa melihat dan menikmati mereka yang tidak berhak.

Islam melindungi wanita berhijab dari pandangan yang tidak bertanggung jawab. Hijab dalam ajaran Islam membentuk tradisi universal dan fundamental dalam mencabut akar kebusukan moral dengan menutup pintu maksiat.

Kaum milenial adalah merupakan istilah yang digunakan untuk menyebutkan suatu era generasi yang isinya merupakan orang-orang yang lahir pada rentang tahun tertentu. Milenial atau disebut pula dengan generasi Y atau generasi langgas, merupakan generasi yang lahir sesudah generasi X.

Pada dasarnya kerangka berpikir penulis yakni:

1. Adanya Tiktokers perempuan berhijab yang membuat konten dengan mengkonstruksikan tubuh bergoyang.
2. Etis atau tidak etis konten bergoyang yang dilakukan oleh Tiktokers perempuan berhijab.
3. Ada atau tidaknya kritik masukan dan komentar atau pendapat tentang konstruksi etis tubuh bergoyang pada Tiktokers perempuan berhijab di kalangan milenial.



Bagan 2.1

(Skema Konstruksi Etis Tubuh Bergoyang Pada Tiktokers Perempuan Berhijab di Kalangan Milenial)

Fenomena penggunaan media Tik Tok menggunakan musik-musik dan tren bergoyang atau berjoget di Tik Tok sehingga berdampak pada etika (etis) atau tata perilaku dalam hal ini khususnya perempuan yang berhijab (Tiktokers perempuan berhijab). Tiktokers adalah sebutan untuk pengguna Tik Tok yang aktif membuat konten di Tik Tok. Konten “Bergoyang” ini sangat berpengaruh dalam pergaulan remaja muslimah dalam bermedia sosial khususnya di Tik Tok. Remaja muslimah yang kita kenal ialah remaja yang tak lepas dari etika agama dalam setiap perilakunya. Perilaku Islami ini diatur dalam kitab suci umat Islam yakni Al-Qur’an. Sikap, laku, dan tutur kata setiap individu mempengaruhi perkembangan moralitas dan pergaulannya di era dewasa ini.

Pada dasarnya para pria dan wanita hukumnya boleh bergoyang dan tidak ada salahnya untuk bergoyang. Asalkan tidak memicu syahwat dan memperhatikan etika yang berlaku serta paham batasan-batasan dalam berjoget maupun berinteraksi dengan lawan jenis. Akan tetapi yang terjadi sekarang ini di media sosial Tik Tok banyak sekali Tiktokers yang mengunggah video goyangan yang terkadang berlebihan. Beberapa konten goyangan yang banyak diunggahpun dianggap “tidak etis” untuk dilihat.

Respon generasi milenial sebagai pengguna Tik Tok terbanyak sangat menentukan konten-konten apa saja yang akan bertahan di media sosial Tik Tok. Maka generasi milenial juga harus dapat

memfilter dalam penggunaan Tik Tok, dan membatasi hanya untuk menyukai konten-konten yang dinilai “etis”.

