

BAB IV
ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI HIJABERS
SEMARANG DALAM MENSYIARKAN HIJAB PADA
MUSLIMAH MUDA

A. Mensyiarkan Hijab Pada Muslimah Muda

Mengkaji masalah hijab tidak akan pernah lepas dari pembicaraan masalah perempuan dan kedudukannya. Kajian tentang kedudukan perempuan dalam Islam termasuk dalam bidang yang sensitif. Karena dalam menjaga kehormatan dan harga diri, khususnya kehormatan perempuan adalah suatu dasar yang diterima dalam agama Islam serta dalam seluruh aturan-aturan dan hukum-hukumnya. Begitu juga masalah hijab merupakan masalah salah satu dari perkara tersebut. Oleh karena itu, hijab dipandang sebagai suatu kewajiban dalam agama Islam dan apabila seseorang mengingkarinya maka dia telah mengingkari satu hukum yang telah diwajibkan dalam agama, dan mengingkari kewajiban agama berarti terjerumus di dalam kekafiran.

Banyak orang yang mengaku bahwa dirinya muslim, walau agama mereka Islam, namun mereka awam dengan penampakan menutup aurat yang syar'i (sesuai syariat) dan benar menurut pandangan dalil-dalil Islam. Karena itu, sedikit sekali yang memperhatikan masalah menutup aurat ini. Adapun yang

sudah mengetahui, rupanya belum sempurna dalam memahami dalil, merancukan antara hijab dan kerudung bahkan menyamakan keduanya. Masalah hijab disini harus diperhatikan karena tidak hanya dengan cara pemakaian tetapi niat yang benar-benar untuk berhijab.

Salah satu cara untuk menutup aurat adalah dengan memakai hijab dimanapun berada baik di rumah maupun di luar rumah kecuali pada mahramnya. Sehingga dimanapun seorang berada auratnya akan selalu tertutup oleh hijab yang dipakainya. Sehingga dengan begitu orang tersebut telah mampu mentaati aturan yang ada dalam agama Islam, yang mengharuskan seorang muslimah untuk menutup aurat. Sebagaimana yang telah diketahui bahwa Islam telah mengatur tata cara dalam menutup aurat bagi perempuan. Seorang perempuan dalam menutup aurat menggunakan kain penutup kepala yang dalam Al Qur'an dikenal dengan istilah hijab. Hijab adalah kerudung lebar yang dipakai wanita muslim untuk menutup kepala, leher dan dada (Poerwardarminto,2006: 490). Dari uraian di atas dapat diketahui bahwa yang dinamakan hijab bukan hanya sekedar digunakan untuk menutup rambut atau kepala saja, tetapi harus diperhatikan pula hijab yang dipakai mampu menutup aurat sesuai aturan yang ada dalam agama Islam.

Keberadaan Hijabers Semarang sebagai wadah untuk mensyiarkan hijab di kalangan muslimah muda Semarang cukup

membantu muslimah yang ingin berhijab dengan dasar dalil Agama. Dalam strategi komunikasinya, Komite Hijabers Semarang berusaha membuat terobosan yang terbaik untuk para anggotanya, demi terwujudnya tujuan Hijabers Semarang dan sesuai dengan yang diharapkan bersama. Sebagai wadah komunitas hijab, Hijabers Semarang dalam strateginya mensyiarkan hijab dirasa cukup baik dengan adanya kegiatan-kegiatan seperti: pengajian umum mengenai hijab, Gerakan seribu kerudung, Broadcast tausiyah di sosmed terkait dalil-dalil mengenai hijab, mengadakan bazar, mengadakan talkshow, bahkan sampai pada kelas hijab (*hijab class*) yang diadakan agar sesekali tidak terkesan monoton. Dari semua kegiatan tersebut tujuannya tak lain adalah untuk mewujudkan tujuan Hijabers Semarang, yakni mensosialisasikan hijab sebagai sebuah kewajiban yang menyenangkan bagi seluruh muslimah serta sebagai tempat bagi para muslimah untuk belajar mengembangkan diri, menggali potensi yang dimiliki sehingga komunitas ini melahirkan muslimah-muslimah yang aktif, kreatif, produktif, dan inovatif.

Pada prinsipnya setiap tahun Hijabers Semarang berusaha melakukan strategi bagaimana muslimah muda di Semarang dapat mengenakan hijab sesuai dalam syariat Islam. Dari sisi keberagaman muslimah muda, Hijabers Semarang dalam mensyiarkan hijab memanfaatkan fasilitas yang ada seperti

teknologi internet (*facebook, twitters, Instagram dan email*) sebagai bentuk komunikasinya seperti yang saat ini berkembang dengan pesatnya yaitu bagaimana cara menginformasikan kegiatan dan hasil dokumentasinya.

Tidak hanya sebagai pelopor wadah dalam mensyiarkan hijab di kalangan muslimah muda Semarang, Hijabers Semarang di dalamnya juga memiliki unsur dakwah yang sangat kuat. Unsur dakwah yang menunjang dan yang dapat menarik simpati para anggotanya adalah adanya pengajian rutin yang bertempat di Masjid al-Furqon ataupun di Masjid Kampus Udinus, dengan dimonitoring oleh seorang Ustadzah yang berpengalaman untuk dapat menyampaikan dalil akan kewajiban berhijab, sehingga tidak dipungkiri para anggotanya dapat mengetahui dan dapat menambah pengetahuan diri tentang berhijab tersebut.

Selain itu Hijabers Semarang juga membuat program untuk kepedulian sosial yang dinamakan “Gerakan Seribu Kerudung“, program ini untuk membantu kaum perempuan yang membutuhkan hijab. Sehingga nantinya kaum perempuan tersebut dapat berhijab sesuai tuntunan dalam agama Islam. Dalam penyaluran hijab, Hijabers Semarang tidak bekerja sendirian melainkan bekerja sama dengan ACT (Aksi Cepat Tanggap) Semarang. Dari hasil pengumpulan hijab tersebut, keseluruhan dibagi dua. Separuh diserahkan kepada ACT Semarang untuk menyalurkan, separuhnya lagi disimpan oleh komite untuk

dibagikan secara langsung jika sewaktu-waktu akan terjun ke lapangan yang melibatkan anggota dan komite Hijabers Semarang sendiri.

Tidak hanya itu saja Hijabers Semarang juga mempunyai program sosial yang lain seperti *charity* (amal) dan sedekah. Kegiatan *charity* biasanya di selenggarakan pada saat bulan Ramadhan, namun sedekah dilakukan bertahap selama 3 bulan sekali. Konsep dalam kegiatan *charity* tersebut, yaitu dengan membagi-bagikan ta'jil dan juga memberikan barang-barang sedekah lainnya.

Pada prinsipnya strategi komunikasi dalam mensyiarkan hijab merupakan unsur dakwah, karena berdakwah memiliki arti mengajak dan menggerakkan manusia agar mau melaksanakan ajaran Islam. Selain itu menurut Syekh Ali Makhfudh dalam kitabnya *Hidayatul Mursyidin*, mengatakan dakwah adalah mendorong manusia untuk berbuat kebajikan dan mengikuti petunjuk (agama). Menyeru mereka kepada kebaikan dan mencegah pada yang mungkar (Morrison, 2005: 5 6). Ajaran Islam di sini dijadikan strategi Hijabers Semarang untuk terus mendakwahkan hijab, sehingga tidak hanya ilmu rohani dalam dakwah namun dalam berpakaian juga masyarakat diharapkan dapat sesuai dengan yang disyariatkan.

Hijabers Semarang sudah menerapkan kategori hijab muslimah yang syar'i sesuai syariat. Bagi perempuan, hijab yang

diperbolehkan adalah hijab yang menutup kepala sampai dada seperti yang diperintahkan. Selain itu hijab yang dikenakan para muslimah muda Semarang adalah modis dan *fashionable*, tidak ketat dan tidak dapat membentuk lekuk tubuh serta sangat sederhana. Bentuk strategi komunikasi inilah yang dilakukan Hijabers Semarang untuk mendakwahkan Hijab dan busana muslim agar disenangi oleh masyarakat secara umum.

B. Analisis Strategi Komunikasi Dalam Mensyiarkan Hijab

Layaknya sebuah organisasi adanya suatu program kerja yang harus bisa dicapai segala tujuannya yang telah ditetapkan, maka akan sangat membutuhkan sebuah metode. Metode itulah yang disebut strategi, sebab dengan adanya strategi itulah metode atau cara suatu organisasi atau program kerja akan berjalan ke arah tujuan yang sudah direncanakan terlebih dahulu.

Dalam strategi komunikasi peranan komunikator sangat penting. Komunikator adalah sebagai alat dalam strategi komunikasi. Komunikator akan berhasil untuk melakukan perubahan tingkah laku, sikap dan pendapat melalui mekanisme daya tarik, hal ini terjadi jika komunikan merasa nyaman dengan komunikator dan pesan yang disampaikan juga menarik komunikan. Bila dicermati, pada dasarnya strategi komunikasi itu akan berjalan sesuai rencana bila ada keterkaitan antara komunikator dan komunikan juga pesan yang disampaikan.

Dalam rangka menyusun strategi komunikasi diperlukan suatu pemikiran dengan memperhatikan faktor-faktor. Setidaknya ada empat faktor yang perlu diperhatikan dalam menyusun strategi komunikasi yaitu; mengenal khalayak, menyusun pesan, menetapkan metode, dan memilih media. Penerapan dalam menyusun strategi komunikasi pada Hijabers Semarang untuk menjalankan aksi sesuai tujuan dan mengembangkan kegiatan-kegiatan positif mengenai syiar hijab.

1. Analisis Mengenal Khalayak

Pada strategi komunikasi, khalayak atau komunikan merupakan komponen yang paling banyak menyita perhatian komunikator, karena komunikan bersifat heterogen. Sebelum melakukan komunikasi, hal yang perlu terlebih dahulu dilakukan oleh komunikator adalah mempelajari siapa-siapa yang akan menjadi sasaran komunikasi. Hal ini tentu saja bergantung pada tujuan komunikasi, apakah agar komunikan hanya sekedar mengetahui (dengan metode informatif) atau agar komunikan melakukan tindakan tertentu (metode persuasif atau instruktif). Dalam hal ini yang perlu dicermati meliputi faktor kerangka referensi (*frame of reference*) faktor situasi dan kondisi komunikan. Dengan mengetahui siapa sasaran komunikasi, Hijabers Semarang semakin mudah dalam menyampaikan pesan kepada sarasannya tersebut.

Apabila sudah mengetahui sifat-sifat komunikasi, ada dua tatanan komunikasi yang efektif.

a. Komunikasi tatap muka (*face to face communication*)

Komunikasi tatap muka dipergunakan apabila komunikator mengharapkan efek perubahan dari komunikan. Hijabers Semarang berperan sebagai komunikator pada komunikasi tatap muka, dengan mengadakan kegiatan-kegiatan rutin seperti pengajian dan *gathering*. Pengajian dan *gathering* merupakan upaya untuk membangun kenyamanan anggota Hijabers Semarang, sehingga akan mudah bagi para komite untuk mempengaruhi anggotanya. Melalui tatap muka itulah Hijabers Semarang dapat mengetahui bagaimana keinginan muslimah muda Semarang.

b. Komunikasi bermedia (*mediated communication*)

Komunikasi bermedia umumnya dipergunakan untuk menyampaikan informasi, biasa disebut dengan komunikasi informatif. Komunikasi ini dapat menampung komunikasi yang lebih banyak. Selain keberadaan masjid sebagai tempat kegiatan, media juga merupakan sarana berdiskusi untuk para muslimah muda melalui akun resmi media sosial Hijabers Semarang. Semua media sosial menampung aspirasi muslimah muda, sehingga dapat dipelajari Hijabers Semarang yang kemudian menjadi

evaluasi bahkan terobosan baru untuk lebih baik lagi, dalam penuangan strategi komunikasi mensyiarkan hijab.

Secara garis besar kegiatan Hijabers Semarang ditujukan kepada muslimah muda atau masyarakat Semarang. Sehingga nantinya muslimah muda Semarang diharapkan dapat berhijab sesuai tuntunan agama Islam.

Cara yang dilakukan Hijabers Semarang untuk mengetahui atau mengenal khalayak antara lain:

- a. Survei atau mendatangi langsung terlebih dahulu sasaran atau daerah yang membutuhkan hijab. Seperti sekolah, panti asuhan, atau kampung yang akan dibagikan hijab hasil Gerakan Seribu kerudung tersebut. Dengan melakukan survei untuk pembagian hijab, Hijabers Semarang semakin yakin bahwa lokasi atau sasaran pembagian hijab tepat.
- b. Mengomunikasikan terlebih dahulu kepada pihak sasaran Gerakan Seribu Kerudung jauh-jauh hari. Hal ini dilakukan Hijabers Semarang untuk mengantisipasi terjadinya perasaan tersinggung oleh pihak penerima. Faktanya jika tidak dikomunikasikan terlebih dahulu kepada pihak sasaran atau penerima, mereka merasa tersinggung atas sikap daripada Hijabers Semarang, karena pihak sasaran atau penerima merasa bahwa dirinya mampu dan tidak perlu diberi sumbangan.

- c. Dalam mengumpulkan hijab, Hijabers Semarang memanfaatkan media sosial untuk mem-*broadcast* seperti *facebook*, *twitter*, dan *instagram*. Di era yang sekarang ini, penggunaan media sosial sangat memungkinkan karena fasilitas ini kini lebih dekat atau familiar terhadap masyarakat khususnya kaum muda.

Sasaran Hijabers Semarang dalam menyalurkan hijab adalah orang yang tidak mampu atau orang yang terkena musibah, dan khususnya bagi para wanita yang belum mengenakan hijab. Dipilihnya panti asuhan, Hijabers Semarang ingin mensyiarkan hijab kepada anak-anak sedini mungkin, sehingga kelak ketika anak-anak dewasa mereka sudah terbiasa mengenakan hijab dan istiqomah memakainya. Selain mensyiarkan hijab pada anak-anak, Hijabers Semarang juga sekaligus bersedekah kepada mereka, seperti kegiatan sosial pada tanggal 23 Oktober 2016 di Yayasan Panti Sosial Al-Idris Gunung Pati. Hijabers Semarang sekaligus memberikan sedekah berupa uang dan bahan pokok sehari-hari kepada Yayasan Panti Sosial Al-Idris tersebut.

Melihat apa yang sudah dilakukan Hijabers Semarang dalam mengenal khalayak, peneliti menyimpulkan bahwa Hijabers Semarang dalam mengenal khalayaknya sudah sesuai dengan teori. Apa yang dilakukan Hijabers Semarang untuk

mengetahui khalayak, sudah meliputi faktor kerangka referensi dan faktor situasi dan kondisi komunikan (khalayak). Salah satunya adalah mencermati kondisi kepribadian dan kondisi fisik khalayak, Hijabers Semarang mendatangi langsung tempat atau sasaran yang membutuhkan hijab, dengan begitu Hijabers Semarang mengetahui bahwa sasarannya tersebut benar-benar tepat.

2. Analisis Menyusun Pesan

Saat berkomunikasi, pesan adalah komponen penting dalam komunikasi. Mewujudkan komunikasi efektif, diperlukan susunan pesan yang tepat. Salah satu upaya mewujudkan komunikasi efektif adalah dengan menyusun pesan. Menyusun pesan yang disiarkan melalui media haruslah bersifat informatif dan umum, yang dapat dimengerti oleh semua orang, karena memang untuk kepentingan umum. Dalam menyusun pesan syarat utama untuk mempengaruhi khalayak dari pesan tersebut adalah mampu membangkitkan perhatian. Untuk dapat memikat perhatian dan memukau khalayak, yang kemudian dapat mengubah sikap dan pandangan serta perilaku mereka, maka dibutuhkan suatu ketrampilan serta ilmu pengetahuan yang mumpuni. Pesan yang ingin disampaikan tentu saja terkandung dalam setiap kegiatan Hijabers Semarang yaitu mengajak kepada muslimah

muda untuk memperdalam pengetahuan tentang ajaran Agama Islam khususnya perintah menggunakan hijab.

Rumus klasik AIDDA (*Attention, Interest, Desire, Decision, Action*) sudah diterapkan oleh Hijabers Semarang dalam membangkitkan perhatian khalayak. Dimulai dengan membangkitkan perhatian yaitu dengan cara menyukai apa yang sedang disukai oleh khalayak (muslimah muda) sekarang ini. Muslimah muda pada saat ini sangat dekat dengan dunia internet, sehingga Hijabers Semarang memposisikan dirinya untuk dekat pula dengan internet. Setelah menarik perhatian, selanjutnya adalah menumbuhkan minat. Untuk menumbuhkan minat, Hijabers Semarang memanfaatkan internet sebagai media mengajak khalayak kepada hal-hal yang sedang *booming* di kalangan muslimah muda, Hijabers Semarang menyebarkan *broadcast* yang dibuat dengan desain yang menarik sehingga khalayak akan timbul hasrat untuk membaca *broadcast* tersebut. Setelah membaca dan menerima pesan yang disampaikan, akhirnya khalayak akan mengambil keputusan yang nantinya akan di tunjukkan melalui tindakannya.

Setelah mengetahui materi dakwah yang disampaikan Hijabers Semarang melalui kegiatan-kegiatannya, menunjukkan bahwa dalam menyusun pesan Hijabers Semarang memang sudah berusaha mengacu pada sumber dan

metode yang digunakan. Metode yang digunakan Hijabers Semarang dalam menyusun pesan adalah menyebarkan *broadcast* melalui media sosial. Terkait Gerakan Seribu Kerudung, Hijabers Semarang menggunakan media sosial untuk menyebarkan informasi meliputi pembukaan stand, pengumpulan kerudung, tausiyah mengenai perintah hijab, sampai pada penyebaran atau pembagian kerudung tersebut.

Pesan yang ingin disampaikan dari Gerakan Seribu Kerudung ini adalah “Beramallah walaupun itu sedikit, tetapi terus menerus daripada banyak tetapi hanya satu kali” (wawancara dengan Wakil Presiden, Lulu, pada tanggal 29 Mei 2016 pukul 12.45 wib di Masjid Al-Furqon).

Pada kegiatan lainnya seperti pengajian rutin bulanan, dalam penyusunan pesan Hijabers Semarang mengangkat tema sesuai dengan rangkaian acara lainnya. Seperti halnya pada pengajian rutin Bulan Oktober, selain kajian ada beberapa rangkaian acara bakti sosial seperti penyaluran donasi Gerakan Seribu Kerudung dan shodaqoh jariyah. Sehingga tema kajian yang diangkat adalah tentang kemuliaan dan keutamaan bersedekah.

Pada dasarnya, pesan apapun dapat dijadikan sebagai pesan dakwah, selama tidak bertentangan dengan ajaran Islam. Dalam hal ini Hijabers Semarang sudah menerapkan pesan sesuai dengan materi dakwah yang sejalan dengan

masalah syariah, yakni hukum Allah yang mengatur hubungan manusia dengan Allah dan mengatur hubungan pergaulan hidup antara sesama manusia.

Hijabers Semarang mengangkat tema yang sedang aktual bagi muslimah muda, dengan mengangkat tema yang sedang aktual itu lebih mudah menarik muslimah muda untuk mengikuti kegiatan Hijabers Semarang. Pembawaan materi yang ringan dan sesuai perkembangan masa kini, menjadikan nilai tambahan bagi Hijabers Semarang di kalangan muslimah muda.

3. Analisis menetapkan Metode

Untuk mencapai efektifitas dalam komunikasi, selain kemantapan isi pesan yang disesuaikan dengan kondisi khalayak, metode yang digunakan juga mempengaruhi. Dengan menggunakan metode yang tepat maka proses penyampaian pesan dapat mengena sasaran dengan mudah.

Metode yang digunakan Hijabers Semarang dapat dilihat dari dua aspek: *pertama*, menurut pelaksanaannya, ada dua pembagian menurut cara pelaksanaannya yaitu pengumpulan hijab dan pembagian atau penyaluran hijab. Dalam pengumpulan hijab, metode yang digunakan Hijabers Semarang adalah menyebarkan *broadcast* melalui media sosial dengan berulang-ulang kali. Artinya, Hijabers Semarang menggunakan metode *Redundancy (repetition)*

dalam menyampaikan pesan, yang disampaikan tidak hanya satu kali. Hal ini dilakukan Hijabers Semarang agar pesan yang disampaikan mudah diingat oleh muslimah muda di Semarang, fasilitas yang ada dalam media sosial memudahkan para anggota untuk langsung menanggapi *broadcast* tersebut. Selain itu, Hijabers Semarang juga membuka stand pada event-event tertentu di Semarang, sehingga memudahkan bagi warga Semarang yang ingin menyerahkan langsung hijabnya, sekaligus menjadi ajang silaturahmi bagi penyumbang hijab dengan anggota Hijabers Semarang yang lainnya. Selain warga Semarang, warga luar Semarang pun bisa ikut berpartisipasi dalam Gerakan Seribu Kerudung ini, dengan cara mengirimkan hijab yang akan disumbangkan ke alamat Kantor Sekretariat Hijabers melalui pos atau jasa pengiriman barang lainnya.

Dalam penyaluran hijab, Hijabers Semarang tidak bekerja sendirian melainkan bekerja sama dengan ACT (Aksi Cepat Tanggap) Semarang. Dari hasil pengumpulan hijab tersebut, keseluruhan dibagi dua. Separuh diserahkan kepada ACT Semarang untuk disalurkan, separuhnya lagi disimpan oleh komite untuk dibagikan secara langsung jika sewaktu-waktu akan terjun ke lapangan yang melibatkan anggota dan komite Hijabers Semarang sendiri (wawancara dengan Wakil Presiden, Lulu, pada tanggal 29 Mei 2016 pukul 12.45 wib di

Masjid Al-Furqon). Hijabers Semarang juga sudah menggunakan metode *canalizing*. Hal ini dilakukan Hijabers Semarang untuk dapat menentukan dan mengidentifikasi persamaan dan perbedaan, sehingga Hijabers Semarang mudah melakukan penyesuaian dengan khalayak.

Kedua, Menurut bentuk isinya, dari segi bentuk isinya Hijabers Semarang menggunakan metode yang berbeda sesuai dengan kegiatan yang dilaksanakan seperti; metode *persuasif*, yaitu mempengaruhi khalayak dengan jalan membujuk. Pada kegiatan *hijab and beauty class* dan Gerakan Seribu Kerudung, khalayak digugah baik pikiran maupun perasaan melalui pembagian hijab tersebut, harapan kepada khalayak atau sasaran setelah mendapatkan hijab dapat semakin istiqomah dalam memakai hijab dan lebih dekat dengan definisi hijab sebenarnya yaitu menutupi dada dan tidak nerawang/tipis.

Metode *edukatif*, yaitu memberikan pengajaran dan pendidikan kepada khalayak yang diterapkan pada kegiatan pengajian rutin bulanan mengenai hijab. Dalam hal ini, khalayak diberikan pengetahuan terkait hijab dan ajaran Islam melalui pengajian yang diisi oleh seorang tokoh agama ustad ataupun ustadzah. Metode *informatif*, metode yang digunakan Hijabers Semarang untuk memberikan informasi kepada khalayak yang dituangkan pada *broadcast* tausiyah terkait

hijab dan ajaran Islam lainnya serta pada *talkshow* mengenai fashion maupun pengembangan bakat.

4. Analisis Pemilihan Media

Dalam memilih media komunikasi untuk mencapai sasaran komunikasi, dapat memilih salah satu atau gabungan dari beberapa media yang ada sesuai dengan tujuan yang akan dicapai. Media komunikasi banyak macamnya, mulai dari media tradisional sampai media modern seperti papan pengumuman, surat, radio, televisi, dan internet yang dapat digunakan untuk menyebarkan pesan-pesan dakwah.

Aktifitas dakwah saat ini tidak cukup menggunakan media-media tradisional, melainkan harus dibarengi dengan media-media modern saat ini. Penggunaan media komunikasi modern sesuai dengan taraf perkembangan daya pikir manusia harus dimanfaatkan sedemikian rupa, agar dakwah dan komunikasi lebih mengena sasaran.

Dalam bukunya Teori Komunikasi Massa, John Vivian menyebutkan media komunikasi adalah buku, majalah, koran, radio, advertising, internet dan televisi. Periklanan atau *advertising* adalah hal yang paling mujarab dalam merangkul para muslimah muda untuk berhijab. Internet merupakan media yang paling berpengaruh saat ini. Dengan hanya mengklik saja, dapat mengetahui berbagai macam sumber dan data yang diperlukan.

Hijabers Semarang berusaha menjangkau sebanyak mungkin khalayak. Untuk memperluas jangkauan khalayak, Hijabers Semarang memanfaatkan berbagai media sosial, seperti *facebook*, *twitter*, *instagram*, *email*, dan membuat web khusus untuk menampilkan profil yang lebih lengkap mengenai Hijabers Semarang. Media sosial dianggap senjata yang paling ampuh untuk menyebarkan informasi ataupun membujuk khalayak. Penggunaan media sosial ini memungkinkan Hijabers Semarang menjangkau khalayak lebih banyak daripada hanya menggunakan media tradisional. Media sosial memiliki celah tersendiri yang dimanfaatkan dengan baik oleh Hijabers Semarang untuk mensyiarkan hijab karena sampai saat ini belum ada perangkat hukum yang secara spesifik mengatur penggunaan media sosial ini.

Hijabers Semarang memanfaatkan perkembangan teknologi sebagai pilihan media agar lebih efektif bagi para anggota dan pengikut. Media sosial Hijabers Semarang bisa diakses melalui *facebook* (FB: Hijabers Semarang), *twitter* (Tweet: @hijabersSMG), *instagram* (IG: hijaberssmg), juga bisa melalui *email* (Hijaberssemarang.hs@gmail.com). (wawancara dengan Wakil Presiden, Lulu, pada tanggal 29 Mei 2016 pukul 12.45 wib di Masjid Al-Furqon)

Komunikasi yang baik adalah komunikasi yang berjalan dengan efektif. Artinya, antara komunikator yakni pihak Hijabers Semarang dengan komunikan yakni muslimah muda terjadi kesamaan maksud, dalam hal ini mengajak muslimah muda berhijab, sehingga dalam berkomunikasi terdapat *feedback* atau umpan balik, dan itu artinya pesan yang disampaikan diterima dengan baik pula oleh kalangan muslimah muda. Efek yang diharapkan oleh Hijabers Semarang kepada muslimah muda Semarang adalah, kesadaran bagi muslimah muda untuk selalu berhijab, sesuai dengan yang disyariatkan oleh agama Islam. Sehingga masyarakat dapat membudidayakan hijab sebagai busana muslimah yaitu busana favorit dan tidak merasa malu lagi untuk mengenakannya.

Hijabers Semarang sebagai pihak yang mensyiarkan hijab, membantu masyarakat Semarang khususnya muslimah muda untuk dapat belajar dan memahami apa makna yang terkandung dalam sebuah hijab, bagi setiap pemeluk agama Islam. Diharapkan nantinya masyarakat dan muslimah muda mendapatkan pelajaran yang penting dalam menata hidup yang Islami, dan berfikir secara Islami diawali dari kesadaran dalam menggunakan hijab. Nantinya dapat dikomunikasikan pada generasi seterusnya, sebagai asset budaya muslimah yang baik, bila menggunakan hijab yang syar'i (sesuai syariat).