

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Media sosial merupakan salah satu produk kemudahan dalam berkomunikasi. Media social Instagram banyak digunakan masyarakat Indonesia dari berbagai kalangan baik lembaga, personal atau *influencer* yang memanfaatkan Instagram untuk menyampaikan berbagai informasi bagi penggunanya, tidak terkecuali dengan personal atau *influencer* dengan latar belakang identitas seorang perempuan bercadar. Tampil menjadi sorotan baru dalam pandangan masyarakat Indonesia ketika melihat seorang perempuan bercadar aktif melakukan kegiatan di media social.

Sederet kegiatan yang terdiri dari banyak maksud atau tujuan, disampaikan atau di *post* dalam akun milik pribadi dengan tujuan berbagi momen sehari-hari, moment special atau hobi, dan kegiatan *endorse* yang saat ini banyak dilakukan oleh banyak kalangan sebagai sumber ekonomi baru yang dapat dinikmati dari sosok yang tidak dikenal sebelumnya. Jilbab menjadi fenomena sosial yang memiliki potensi diterima oleh sebagian masyarakat. Berbeda kasus ketika menyebut cadar, pasca aksi terorisme yang terjadi di Indonesia, perempuan bercadar menjadi sangat terbatas dengan diskriminasi atas pemberitaan yang menyertakan cadar sebagai poin nilai sebuah berita.

Gambar 1 1

Pakaian/cadar dalam konsumsi publik



Keberadaan perempuan bercadar menjadi sejarah panjang sebuah identitas yang melekat pada perempuan muslim. Indonesia termasuk negara dengan jumlah muslim terbesar di dunia, namun catatan kelam atas fenomena perempuan bercadar masih menjadi perhatian masyarakat beberapa tahun terakhir. Kebebasan perempuan Indonesia dalam menggunakan hijab sudah diterima sejak pasca reformasi. Kemunculan perempuan bercadar yang aktif menggunakan media social Instagram menimbulkan komentar dari netizen atas perilaku yang tidak mencerminkan identitas diri seorang perempuan yang mengenakan cadar. Masyarakat kemudian menerima pesan dari sebuah berita di media mengenai wanita bercadar sebagai sosok yang pintar dalam menutupi sebuah kejahatan dibalik sehelai kain yang menutup sebagian muka.

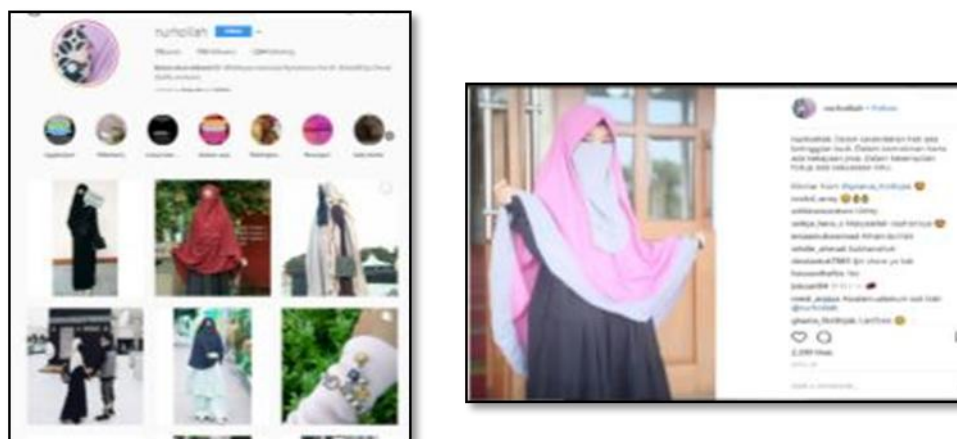
Akun pribadi wanita bercadar, merupakan salah satu yang memiliki tempat tersendiri untuk sebagian orang yang merasa satu pemikiran, sepemahaman, dan mendukung sederet aktivitas yang kemudian mengikuti atau *Follow* akun tersebut.

Pengikut terdiri dari orang yang terbuka dengan segala bentuk aktivitasnya dan di antara mereka terdapat pengikut yang kurang sepaham namun tetap mengikuti sekedar untuk memantau atau dengan maksud lain yang berbeda masing-masing individu. Aktivitas pengikut atau *follower* pada akun tersebut melonjak berada pada jumlah di atas rata-rata orang yang aktif dalam media sosial Instagram pada umumnya. Demikian, mulai banyak beberapa pihak atau pengiklan yang menginginkan pemilik akun tersebut untuk mengiklankan beberapa produk yang diperjualkan atau sering disebut dengan kegiatan *endorsement*. Jumlah pengikut yang di atas rata-rata dan mulai ada kegiatan endorse yang dilakukan oleh pemilik akun ini menjadikan seseorang memiliki predikat selebritis Instagram (*selebgram*), pemilik akun dengan predikat selebgram ini juga melekat pada seorang wanita bercadar. Meski banyak *follower* yang mengikuti aktivitas dari selebgram wanita bercadar, tidak jarang muncul beberapa komentar yang menunjukkan pernyataan 'tidak' setuju atau ketidak samaan pendapat dengan aktivitas yang dilakukan, seperti membagikan atau posting foto bahkan video yang menunjukkan pesan yang disimpulkan sebagai sebuah tindakan yang tidak layak ketika disandingkan dengan identitas yang disandangnya. Perilaku yang mengundang munculnya beberapa kritik di kolom komentar merupakan aktivitas yang menampilkan kegiatan diluar kebiasaan yang ingin disampaikan dari pakaian yang melekat pada diri perempuan bercadar. Kritik yang muncul lebih banyak membahas mengenai tanda yang ada pada diri seorang pemilik akun selebgram wanita bercadar. Tanda yang muncul merupakan kegiatan upload foto atau video yang dianggap tidak sesuai dengan opini yang telah membentuk *stereotype* pada

masyarakat. Masyarakat lebih melihat tanda yang ada pada diri selebgram sebagai pesan yang dipandang secara subjektif dan mewakili pandangan masyarakat sejak awal kemunculan islam di Nusantara.

Gambar 1 2

Tampilan modis/ fasionable Selebgram



Sebagian orang yang berkomentar menganggap bahwa kegiatan tersebut tidak layak karena menurut perspektif masyarakat, perempuan becadar sebagai sosok yang memiliki perbedaan dalam konteks budaya Indonesia yang multikultural, dimana Indonesia bukan merupakan negara Islam. Masuknya Islam di Indonesia merupakan sebuah Proses pertukaran budaya yang diperkirakan telah terjadi sejak abad ke-3 SM. Masyarakat di seluruh dunia terjalin dalam struktur ekonomi yang independen, teknologi, politik, dan hubungan social yang kompleks. (Larry dan Richard, 2010: 2).

Komentar atau *Direct Massanger* (DM) yang muncul untuk menunjukkan pemikiran yang tidak sepaham, banyak mengarah kepada prasangka masyarakat dengan bentuk *stereotype*. *Stereotype* cenderung membuat kategori atas tampilan

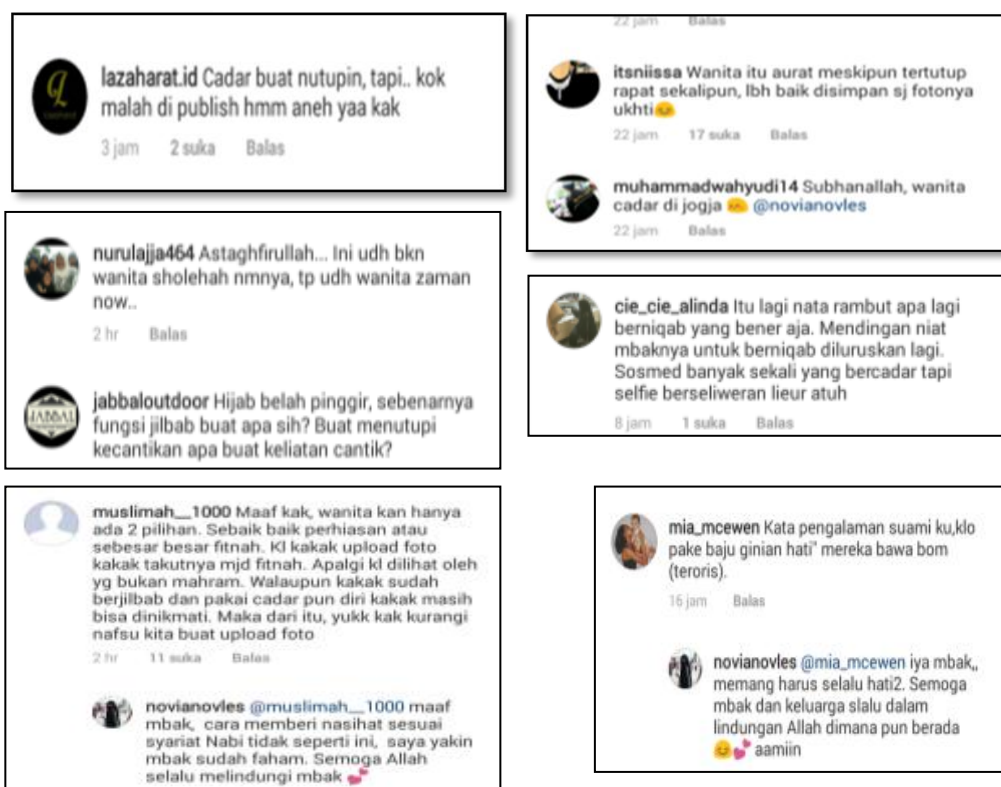
karakteristik perilaku orang lain berdasarkan kategori, ras, jenis kelamin, kebangsaan, dan tampilan komunikasi verbal maupun nonverbal (Liliweri, 2002: 207). Sebagian besar diantara masyarakat Indonesia memiliki tanggapan yang hampir sama ketika ditanyakan beberapa pertanyaan mengenai tanggapan/ respon masyarakat saat mereka dihadapkan dengan wanita yang mengenakan cadar. Respon dari seorang mahasiswa bernama Nur Hakimah (Ema) jurusan Ilmu Budaya Universitas Diponegoro ketika dihadapkan dengan wanita bercadar, hal pertama yang ada dalam benak responden adalah sosok muslim dengan identitas agama Islam garis keras. Selain itu, Ema juga memberikan pandangannya mengenai perilaku yang ditunjukkan oleh wanita bercadar yang seolah-olah membatasi diri dalam berkomunikasi dengan lingkungan sekitar dalam bentuk yang tidak sama atau sewajarnya. Menurut, hasil penelitian berjudul “Persepsi Masyarakat Tentang Wanita Bercadar” disebutkan bahwa, perempuan memakai cadar juga sangat tertutup dan kurang berinteraksi dengan masyarakat lainnya, sehingga hal tersebut memperkuat persepsi dalam masyarakat.

Pemakaian cadar memiliki makna non verbal yang merupakan elemen penting dari perilaku komunikasi yang efektif. Manusia tidak dengan mudah mengakses pemikiran orang lain, anda harus bergantung pada arti dari simbol verbal dan nonverbal yang digunakan untuk mewakili pemikiran tersebut. (Larry, 2010; 19). Makna dari simbol yang ingin disampaikan merupakan hasil ciptaan dan subjektif. Dengan demikian, seseorang akan memahami maksud dan tujuan orang lain dengan menggunakan simbol yang berupa verbal dan nonverbal. Keduanya saling melengkapi satu sama lain agar tercipta sebuah makna dari

pikiran yang ingin disampaikan kepada penerima pesan. Banyak klasifikasi membagi pesan-pesan non verbal yang dihasilkan tubuh seperti, penampilan, wajah, kontak mata, sentuhan dan parabahasa, juga hal-hal seperti ruang lingkup (tempat, waktu dan sikap diam) (Larry, 2010; 27). Pemberian makna dalam pemakaian baju atau setelan wanita bercadar memiliki makna yang relevan antara keduanya. Makna non verbal juga tidak terjadi sendiri dengan mengikut sertakan komunikasi verbal. Pemberian makna dari hasil komunikasi membentuk makna sesungguhnya. Seseorang yang berbicara memperhatikan mimik wajah, gerakan mata dan intonasi menjadi pemaknaan yang melengkapi pesan verbal atau pesan komunikasi itu sendiri. Sedangkan wanita bercadar tidak mampu menampakan pesan nonverbal secara utuh.

Gambar 1 3

Komentar Warga Net dalam akun Selebgram



Percakapan di atas merupakan salah satu bentuk ketidak sepahaman masyarakat Indonesia khususnya pengguna Instagram yang masuk dalam kolom komentar. Sederet komentar yang datang menunjukkan ketidak setujuannya melihat perilaku selebgram wanita bercadar dalam kegiatan memposting kegiatan atau aktivitas mengabadikan moment pribadi bahkan kegiatan endorse yang dirasa oleh generasi baru (*new generation*) berbeda dengan perilaku yang dicerminkan oleh agama resmi tradisional (*traditional organized religion*). Di lihat lebih jauh, para pemilik akun yang mengenakan cadar dengan status selebgram, terlihat mulai tertarik kepada spiritualitas yang menjanjikan kepuasan batin pribadi. Sebagaimana dikatakan oleh Michael Kress (dalam Ibrahim, 2007;152) dengan spiritualitas, otonomi kehidupan spiritual menjadi milik pribadi. Tindakan yang dirasa kontradiksi dengan identitas yang melekat pada diri seseorang selebgram wanita bercadar ini yang menimbulkan beberapa komentar ketidak setujuan atas perilaku atau aktivitas yang sedang dilakukan.

Memasuki peradaban baru pada generasi *milenial*, perkembangan komunikasi manusia telah memasuki tahapan yang sangat mengejutkan karena dukungan teknologi komunikasi melalui perkembangan teknologi yang berkaitan dengan media yang memungkinkan peningkatan kapasitas pesan dan penambahan besaran jumlah audiens yang dituju oleh media (liliweri, 2011:231). Teknologi komunikasi berupa *handphone* dengan bantuan media internet, dewasa ini banyak digunakan dengan segala kemudahan yang dimiliki tanpa harus bertatap muka langsung di tempat atau lokasi yang sama, demikian hal yang memudahkan manusia saat ini dalam melakukan segala bentuk komunikasi. Dibandingkan

tahun-tahun sebelumnya, kenaikan angka pengguna internet di Indonesia mencapai angka 51 persen, dan sebagian dari pengguna internet merupakan pengguna aktif media sosial. Mengutip wawancara dalam portal berita kompas.com, dijabarkan keterangan lebih lanjut oleh Kepala Facebook wilayah Indonesia.

“Orang Indonesia sangat aktif di Instagram. Para artis, content creator, sampai pebisnis benar-benar memaksimalkan manfaat Instagram,”kata Country Head Facebook Indonesia, Sri Widowati, Rabu (26/7/2017), dalam acara Tagar DiscoverYourStory di Jakarta.

Pernyataan yang merupakan data langsung dari pihak facebook memberikan penekanan bahwa masyarakat Indonesia sangat memanfaatkan media sosial Instagram dengan konten yang berbeda-beda. Lebih khusus, pengguna Instagram juga aktif diikuti oleh segelintir golongan masyarakat dengan identitas berbeda yang memiliki sudut pandang khusus dalam masyarakat, tidak terkecual sosok wanita bercadar.

Awal kemunculan Islam di Indonesia merupakan hasil akulturasi budaya yang bermula dari kegiatan perdagangan International. Masyarakat Indonesia pada saat itu memiliki agama pendahulu yaitu Hindu kemudian disusul Budha di abad kedua masehi. Islam masuk di abad ke-17 dimana saat itu islam dapat diterima dan menjadi salah satu agama yang kemudian diikuti oleh sebagian besar rakyat Indonesia karena dianggap mampu menjadi penuntun arah dengan beradaptasi dengan budaya dan tatanan norma yang telah berkembang sebelumnya (Jenggis, 2011:132).

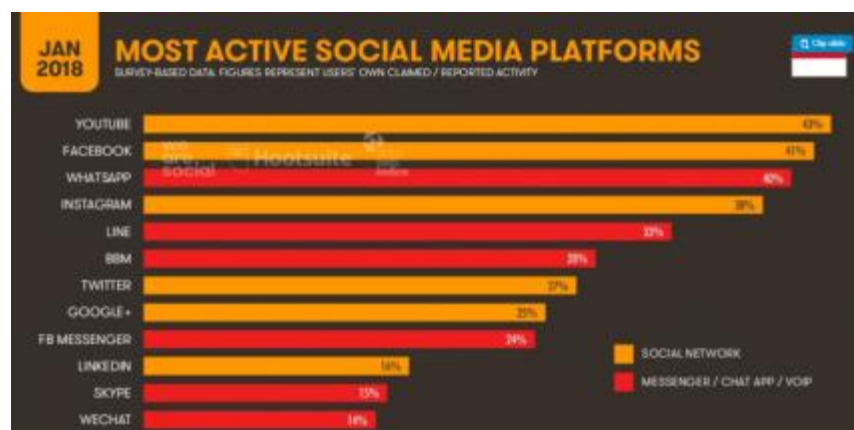
Melihat lebih jauh, Indonesia merupakan Negara yang memiliki latar belakang kisah penyebaran agama Islam dengan beberapa cara, salah satunya berbaaur dengan budaya yang sudah ada sebelumnya yang membentuk budaya tersendiri dengan ciri dan khas masing-masing yang berbeda pada setiap wilayah. Budaya yang muncul ini diidentikan dengan budaya yang dingin dan kurang dinamis (*cold culture*) yang sering orang sebut dengan budaya timur. Di kutip dari jurnal Dinus.ac.id, karya Rowland (2013: 110) dijelaskan bahwa ada beberapa budaya besar (bukan dalam konteks baik dan buruk) yang terkait dan selalu dikaitkan dengan kebudayaan Indonesia dalam pencariannya, yakni istilah budaya timur, dominasi sebuah budaya lokal dan pengaruh Islam sebagai agama mayoritas. Pengaitan itu pada dasarnya bukan mengarah kepada pencarian jawaban atas apa yang dimaksud dengan kebudayaan nasional, tetapi lebih cenderung menjadi sesuatu yang dipaksakan sebagai turunan dari kepentingan ideologis, yang kemudian mengatasnamakan integrasi nasional.

Meninggalkan penjelasan mengenai penerimaan Islam di Tanah Air, saat ini Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah penduduk yang aktif menggunakan internet dan hadir dalam kehidupan sehari-hari. Internet merupakan jaringan atau sistem pada jaringan komputer yang saling terhubung menggunakan sistem *Global Transmission Control Protocol/ Internet Protocol Suite* untuk melayani pengguna di seluruh dunia. Pada era modern seperti sekarang, komunikasi massa yang paling populer adalah melalui media internet. Mengikuti perkembangan jaman dan teknologi yang semakin mempermudah kehidupan manusia, termasuk dalam bidang ilmu komunikasi mulai bermunculan berbagai

sistem yang mempermudah seseorang untuk berkomunikasi baik dengan individu atau dalam jumlah yang lebih besar kelompok dan *massa*. New media atau media baru merupakan sarana perantara yang baru dilihat dari segi waktu, manfaat, produksi dan distribusinya. Salah satu ciri yang menonjol adalah adanya interaksi antara manusia dengan computer dan internet. Kehadiran media baru tak lepas dari prediksi McLuhan (dalam Taryadi, 1999:118) yang mengatakan dunia akan menjadi satu desa global *Global village* dimana produk- produk yang ada akan menjadi citarasa semua orang. *Global village* menjelaskan bahwa tidak ada lagi batas waktu atau tempat yang jelas. Sebuah informasi dapat berkomunikasi melakukan banyak aktivitas diwaktu atau tempat yang berbeda dengan waktu kapan saja. Menurutnya media tidak lagi menjadi media massa melainkan menjadi media jaringan atau jaringan interaktif multimedia yang akan menjadikan manusia komunikasi media suatu jaring-jaring raksasa, suatu dunia yang saling terhubung.

Gambar 1 4

Data Pengguna Jejaring Sosial dan Aplikasi Chat



Sumber: <https://tekno.kompas.com/read/2018/03/01/10340027/riset-ungkap-pola-pemakaian-medsos-orang-indonesia>

Diagram di atas, menunjukkan jumlah pengguna *Social Network* di Indonesia mengalami peningkatan di beberapa jejaring sosial, diantaranya Youtube, Facebook, dan Instagram. Di Indonesia banyak media sosial yang sudah digunakan lama sejak awal kemunculannya, media sosial facebook, instagram, twitter, skype, Path dan WhatsApp. Diantara deretan media social yang berkembang di Indonesia seperti Facebook, Twitter, whatsApp, dan Instagram, jumlah pengguna tertinggi dengan pengguna aktif adalah media sosial intagram. Instagram merupakan media yang mengalami kelonjakan pengguna selama dua tahun terakhir. Dilansir dari halaman liputan6.com, disebutkan bahwa Indonesia menduduki sebagai negara dengan pengguna Instagram terbanyak se-Asia Pasifik. Disebutkan pula dari portal berita Kompas.com bahwa sebanyak 700 pengguna aktif bulanan di raup oleh Instagram secara global, dan Indonesia menyumbangkan 46 juta diantaranya.

(<https://inet.detik.com/cyberlife/d-3659956/132-juta-pengguna-internet-indonesia-40-pengguna-medsos> di akses tanggal 4 Februari 2018 pukul 23.45 WIB).

Perkembangan media Internet, terutama dalam media sosial yang saat ini banyak digandrungi masyarakat Indonesia yaitu Instagram menjadi perhatian khusus. Begitu banyak aktivitas yang dilakukan berbagai kalangan masyarakat yang memanfaatkan media social instagram untuk membagikan cerita kehidupan sehari-hari bahkan menjadi ladang keuntungan yaitu *endorse* berbagai proiduk yang menghasilkan sejumlah uang, bahkan mata pencaharian sebagian orang. Begitu pula dengan wanita bercadar, yang juga memiliki tempat tersendiri untuk sebagian orang yang merasa sepemikiran, sepemahaman, dan mendukung

aktivitas akun wanita bercadar yang kemudian mengikuti atau *Following* akun tersebut. dari kegiatan tersebut, pengikut atau *follower* yang ada pada akun tersebut menjadi melonjak berada pada jumlah diatas rata-rata orang pada umumnya. Dengan demikian, mulai banyak beberapa pihak atau pengiklan yang menginginkan pemilik akun tersebut untuk mengiklankan beberapa produk yang diperjualkan. Jumlah pengikut yang diatas rata-rata dan mulai ada kegiatan *endorsement* yang dilakukan oleh pemilik akun ini menjadikan sesorang memiliki predikat selebgram, pemilik akun dengan predikat selebgram ini juga melekat pada seoran wanita bercadar. Meski banyak *follower* yang mengikuti aktivitas dari selebgram wanita bercadar, tidak jarang muncul beberapa komentar yang menunjukkan ketidak setujuan atau ketidak samaan pendapat dengan aktivitas yang dilakukan, seperti membagikan atau posthing foto bahkan video yang menunjukan eksistensi seorang selebgram wanita bercadar dimedia social Instagram. Sebagian orang yang berkomentar menganggap bahwa kegiatan tersebut tidak layak karena perspektif masyarakat mengenai wanita bercadar sebagai sosok yang memiliki perbedaan dalam konteks masyarakat Indonesia yang memiliki latar budaya, Latar belakang Indonesia yang multicultural, Indonesia bukan merupakan negara Islam. Masuknya Islam di Indonesia merupakan sebuah Proses pertukaran budaya yang diperkirakan telah terjadi sejak abad ke- 3 SM. Masyarakat di seluruh dunia terjalin dalam struktur ekonomi yang independen, teknologi, politik, dan hubungan social yang kompleks (Larry dan Richard, 2010: 2).

Munculnya akun Selebgram perempuan bercadar dalam media social instagram merupakan sebuah kasus yang merupakan bentuk dari sebuah

pemaknaan pesan berdasar tanda. Menurut Pierce (dalam Fiske, 2010:63) sebuah tanda mengacu pada sesuatu di luar diri objek, tanda, ini dipahami oleh seseorang: dan ini memiliki efek di benak penggunanya- interpretant. Tanda muncul ketika pemilik akun instagram terkhusus perempuan bercadar menampilkan sebuah tanda yang di pahami oleh pengikut atau *follower* kemudian memicu munculnya konsep dengan konteks yang menghasilkan pengalaman pengguna.

Penelitian serupa dalam sebuah jurnal popculture yang dilakukan oleh Shaheem (1994) yang berjudul “ *Arab Images in America Comic Books*” mengamati bahwa bangsa arab mendapatkan tiga jenis stereotipe, yaitu teroris keji, sheikh jahat dan bandit yang tamak. Stereotipe adalah penyamaan sebuah kata yang menunjukkan sifat-sifat negative atau positif (tetapi pada umumnya negative) dengan orang, kelas, atau perangkat tindakan. Praktik representasi menggambarkan sesuatu dengan penuh prasangka, konotasi yang negatif dan bersifat subjektif (Eriyanto, 2001: 126-127).

Stereotip muncul dalam kebudayaan local yang menolak kedatangan atau munculnya nilai-nilai kebudayaan non-lokal. Gagasan Antonio Gramsci, melalui penguraian John Storey menjelaskan bahwa kebudayaan adalah tempat kelompok terbawahkan berusaha melawan pembebanan kelompok dominan (Storey, 1996: 4). Kehadiran budaya mengenakan cadar bagi muslim di Indonesia membawa dampak yang besar bagi muslim. Kemunculan wanita bercadar dalam lingkungan budaya local memberikan konsep yang sulit diterima ketika mulai bermunculan media yang mengangkat pelaku teroris di Indonesia yang erat kaitannya dengan Islam garis keras menimbulkan kekhawatiran tersendiri pada masyarakat

Indonesia saat ini. Diperkuat dari hasil survey Ldari Lingkaran Survei Indonesia yang mengatakan publik yang semakin khawatir terhadap aksi terorisme terjadi di berbagai segmen masyarakat.

"Hasilnya 82 persen semakin khawatir, 9,3 persen biasa saja, 0,3 persen semakin tidak khawatir dan 8,4 persen menjawab tidak tahu. Jadi mayoritas publik semakin khawatir terhadap aksi terorisme," kata peneliti LSI Denny JA, Ardian Sopa di kantor LSI, Graha Rajawali, Rawamangun, Jakarta Timur, Selasa (31/7/2018).

Komunikasi merupakan sebuah disiplin ilmu yang dimaknai banyak oleh sebagian ahli. Studi komunikasi merupakan studi mengenai teks dan kebudayaan, keduanya saling berkaitan satu sama lain. Metode ini disebut dengan semiotika, dimana komunikasi dimaknai sebagai sebuah pesan antara tanda dan makna. Semiotika mendefinisikan interaksi social sebagai sesuatu yang membentuk individu dalam anggota dari suatu budaya atau masyarakat tertentu. Pesan diasumsikan sebagai suatu kontruksi tanda yang, melalui interaksinya dengan penerima, menghasilkan makna (Fiske, 2011:11)

Melihat kasus yang menyangkut selebgram perempuan bercadar ini membentuk konsep baru seseorang dalam memaknai sebuah tanda yang kemudian dipahami lebih jauh. Seorang perempuan bercadar merupakan sosok yang memiliki penilaian sendiri dalam masyarakat. Penggunaan baju dari ujung rambut hingga ujung kaki, dan dilengkapi dengan kain penutup sebagian wajah yang menyisakan sebagian mata yaitu cadar dipandang sebagai tanda yang dimaknai serentak dalam masyarakat. Dalam kata-kata tersohor dari Eco, "*I speak trough*

my cloth”, yang artinya ”aku berbicara lewat pakian ku”. Bahkan ketika seorang perempuan bercadar menggunakan pakian dengan tujuan untuk menutup aurat dari pandangan, lawan jenis yang bukan mahram, dan kemudian terjadi interaksi yang menimbulkan penafsiran dari penampilan dalam bentuk pernyataan dan kesimpulan secara subjektif.

Kehidupan manusia saat ini, banyak mendapat pengaruh dari semiotika visual yang secara khusus menaruh minat pada penyelidikan terhadap segala jenis makna yang disampaikan melalui indra penglihatan. Fotografi merupakan alternatif atas gambar dan lukisan, yang memungkinkan ketepatan lebih tinggi. Hasil dari kegiatan posting beberapa foto memberikan makna berbeda. Jika sebelumnya masyarakat melihat sosok wanita bercadar sebagai sosok yang tertutup dengan pakain yang serba hitam, di media social, seseorang dapat melihat sosok seorang wanita bercadar tampil berani di depan layar kaca dengan busana yang bervariasi.

Charles Sander Peirce menggambarkan tiga tahap pemaknaan dalam struktur makna tampilan secara visual, pertunjukan sehari-hari dan konsep-konsep umum diantaranya yaitu tanda, objek, dan interpretant. Gambar atau foto, dalam pesan denotasi merupakan pesan yang disampaikan langsung oleh gambar secara keseluruhan. Gambar atau foto yang dibagikan oleh seorang selebgram wanita bercadar memberikan pesan objek dimana kita mengakui hal tersebut adalah kenyataan. Pesan dari foto tersebut kemudian bertemu dengan perasaan atau emosi dari pembaca atau *follower* yang disertai nilai-nilai dari kebudayaan (Sunardi, 2002:160).

Dasar yang berasal dari gagasan komunikasi dominan yang ditunjukkan oleh pengguna instagram Indonesia dengan memberikan komentar langsung atau pesan berbalas (*Direct Masage/ DM*) yang memperlihatkan adanya fenomena busana muslim khususnya pakaian yang lengkap dengan cadar tidak cukup lagi hanya dipahami semata-mata sebagai ungkapan takwa. Perilaku yang ditunjukkan dalam bentuk foto atau video merupakan sebuah tanda yang dimaknai sebagai sebuah teks dengan bentuk gagasan komunikasi alternatif yang ingin disampaikan oleh seorang selebgram.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif-deskriptif. Guna menganalisis lebih lanjut mengenai fenomena Identitas Selebgram perempuan bercadar di Indonesia saat ini dikaitkan dengan artian gagasan komunikasi dominan yang dianut sebagian besar masyarakat Indonesia khususnya penganut agama Islam. Penelitian ini menggunakan analisis semiotika yang bertujuan untuk membaca pesan-pesan atau memberikam makna melalui tanda-tanda verbal mamupun nonverbal berdasarkan audio-visual yang terkandung di dalam teks akun pribadi selebgram perempuan bercadar.

1.2. Rumusan Masalah

Penggunaan media sosial Instagram merupakan salah satu media alternatif yang banyak digunakan dewasa ini. Instagram sebagai media *network* memberikan kemudahan seseorang dalam mengaplikasikan sebagian moment dan membagikan sederet aktifitas sehari- hari dalam bentuk foto, video, dan filter digital yang sering disebut dengan *Instagram Story* yang memiliki durasi maksimal 24 jam. Kemunculan media sosial instagram memberikan label baru

yang banyak disebut oleh pengguna nya yaitu Selebritis Instagram atau *Selebgram* untuk pengguna yang memiliki pengikut atau *follower* diatas rata-rata dan mulai terdapat kegiatan iklan didalamnya.

Identitas suatu bangsa biasanya dikaitkan dengan kebudayaan bangsa itu. Kebudayaan suatu bangsa dapat dilihat dari cara bangsa itu memandang dirinya dan dunia luar, perilakunya, serta hasil perilaku bangsa tersebut (kebudayan material). Hadirnya selebgram melatarbelakangi berbagai kalangan yang sebelumnya tidak memiliki status selebritis ikut hadir baik akibat ketidaksengajaan atau bahkan sudah melalui rencana panjang sebelumnya. Sebagian besar penyandang status selebgram hadir dari kalangan yang tidak dikenal sebelumnya, dengan latar belakang atau karakter yang berbeda tiap akun yang berlabel selebgram. Instagram tidak memiliki larang dan syarat khusus untuk para pengguna, tidak terkecuali wanita yang mengenakan cadar untuk aktif menggunakan media social instagram. Label selebgram juga melekat pada sebagian pemilik akun wanita bercadar dengan aktivitas sama dengan selebgram yang memiliki kategori lain.

Masyarakat Indonesia khususnya pengguna instagram mempunyai cara pandang sendiri dalam menilai seorang wanita bercadar. Permasalahan muncul ketika dalam pemahaman masyarakat Indonesia yang sudah tertanam sejak awal masuknya Islam di Indonesia. Masyarakat memiliki anggapan terhadap seorang wanita bercadar yang aktif di media social dengan status selebgram tidak pantas berperilaku yang tidak sesuai dengan nilai yang ingin disampaikan dan nilai yang terkandung dalam diri seorang wanita bercadar. Nilai merupakan representasi dari

sebuah tanda yang datang ketika seorang wanita bercadar melakukan serangkaian aktivitas seperti *endorsement* produk tertentu layaknya model iklan dan membagikan foto diri dengan kode dan tanda yang diinterpretasikan oleh *follower* sebagai tindakan yang tidak selayaknya dilakukan oleh wanita bercadar.

Kenyataannya, akun yang dimiliki oleh wanita bercadar menampilkan sebuah sisi dalam pemahaman yang berbeda dengan pengguna media sosial instagram. Munculnya tanggapan yang tidak sepaham dengan perilaku aktif yang dilakukan oleh pemilik akun selebgram perempuan bercadar karena munculnya sebuah sinyal tanda berupa foto yang mempertontonkan seluruh tubuh disertai tulisan keterangan tambahan atau *Caption* yang kemudian diterima oleh pengguna akun lainnya sebagai sebuah pesan yang memiliki makna yang tidak sesuai dengan budaya komunikasi yang melekat pada masyarakat Indonesia. Mengkaji akun selebgram perempuan bercadar adalah bentuk representasi dari kebudayaan pinggiran dimana terdapat nilai-nilai serta identitas di media social Instagram sebagai kebudayaan asing yang ikut serta aktif mengikuti penerimaan layaknya budaya dominan.

Permasalahan muncul ketika pandangan masyarakat dominan yang datang dari pengikut seorang selebgram wanita bercadar memiliki tanggapan bahwa kegiatan yang menyinggung dasar sebuah budaya dominan tidak melihat perilaku tersebut sebagai hal yang sesuai kebiasaan yang kemudian dibagikan menjadi dikonsumsi *follower* dengan jumlah yang besar. Tampak perilaku komunikasi yang ingin ditampilkan, merupakan bentuk komunikasi alternatif yang ingin ditunjukkan seorang selebgram. Melalui tanda-tanda identitas seorang perempuan

bercadar di akun isntagram pribadi dengan status selebgram menjadi bahan untuk penulisan. Namun demikian penelitian ingin melihat apakah ada upaya mempresentasikan dalam 3 akun selebgram memperkuat ideologi tentang ekspresi identitas diri. Berdasarkan uraian diatas dapat dirumuskan permasalahan yang akan diteliti adalah bagaimana representasi identitas selebgram perempuan bercadar di media sosial Instagram.

1.3. Tujuan

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka penelitian ini memiliki tujuan untuk mendiskripsikan representasi selebgram perempuan bercadar dalam media sosial Instagram. Representasi selebgram perempuan bercadar yang dimaksud adalah bagaimana perempuan bercadar menampilkan *fashion* cadar sebagai komunikasi dirinya dalam bentuk simbol-simbol melalui media social Instagram.

1.4. Signifikansi Penelitian

1.4.1. Signifikansi Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat meberikan penjelasan mengenai gagasan komunikasi alternatif selebgram yaitu perempuan bercadar yang menggunakan media social instagram terkait dengan pemahaman masyarakat mengenai muslim di Indonesia. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya konsep dan teori representasi identitas dan analisis semiotika Charles Sander Pierce . Hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan untuk penelitian sejenis dalam pembangunan ilmu komunikasi.

1.4.2. Signifikansi Praktis

Penelitian ini bertujuan agar bisa menjelaskan secara khusus kepada orang-orang dengan latar budaya multikultural bahwa perilaku aktif yang dilakukan seorang selebgram perempuan bercadar dalam media sosial instagram merupakan sebuah gagasan alternatif pesan dalam komunikasi yang ingin ditunjukkan dalam lingkungan dengan konteks budaya dominan.

1.4.3. Signifikansi Sosial

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada masyarakat termasuk lembaga pemerintahan atau lembaga lain yang mempunyai perhatian sama dalam hal ini bahwa perilaku aktif yang dilakukan seorang selebgram perempuan bercadar dalam media sosial instagram merupakan representasi identitas sebuah gagasan alternatif pesan dalam komunikasi yang ingin ditunjukkan dalam lingkungan dengan konteks dominan.

1.5. Kerangka Pemikiran Teoritis

1.5.1. State of The Art

Penelitian yang berhubungan dengan dengan *Perilaku Komunikasi Selebgram Wanita Bercadar dalam Media Social Instagram dalam Kontek Budaya Timur* juga terdapat beberapa penelitian yang sama dilakukan oleh peneliti lain, yaitu sebagai berikut:

Penelitian dengan judul “*Representasi Kecantikan Perempuan Berhijab pada Akun Instagram Selebgram Hijab* “ oleh Nisa Bela Dina, mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro. Penelitian ini

menggunakan tiga akun instagram selebgram hijab di Indonesia yaitu selebgram berhijab modis, selebgram berhijab syar'i, dan selebgram bercadar. Skripsi ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode analisis wacana Sara Mills melalui 4 tahapan yaitu karakter, fragmentation, focalization, dan schemata untuk membedah teks akun instagram selebgram hijab dan mengungkap ideologi-ideologi di dalamnya. Teori mitos kecantikan dari Naomi Wolf digunakan untuk membongkar mitos yang menyelubungi tubuh. Para perempuan berhijab seolah berlomba-lomba tampil semenarik mungkin sesuai dengan karakteristiknya sendiri-sendiri. Berhijab yang dapat menjadi simbol pembebasan dari standar kecantikan, pun kini justru tidak lepas dari atribut-atribut kecantikan. Mereka menggunakan kosmetik untuk menonjolkan bagian-bagian tertentu dari wajah serta melakukan aktivitas perawatan tubuh agar tampil cantik dan menarik, dengan indikator terlihat natural atau tidak menor. Kecantikan dilihat dari fisik seperti wajah dengan paras yang ayu, kulit putih terawat, serta penampilan yang menarik dengan busana yang menutup aurat tetapi trendi menjadi sebuah ideologi kecantikan pada perempuan berhijab. Perempuan berhijab dalam teks ini memiliki versi kecantikan masing-masing sesuai dengan hijab yang dipakainya. Namun, secara keseluruhan, ideologi kecantikan yang muncul secara dominan masih berpusat pada penampilan fisik. Pendisiplinan dalam bentuk disiplin tubuh dilakukan dan ditunjukkan melalui postur tubuh, kulit, dan make up. Pada akhirnya, perempuan berhijab dalam teks ini tetap tidak bisa terlepas dari mitos

kecantikan. Norma agama yang dikompromikan dengan modernitas dan komersil tidak menghilangkan mitos yang ada.

Penelitian yang berjudul “Representasi Androgini Jovi Adhiguna di Video Blog YouTube” mengangkat permasalahan kehidupan pribadi seorang Jovi Adhiguna dengan keunikannya sebagai androgini. Androgyny adalah seorang individu yang memiliki dua peran gender dengan nilai sosial maskulin dan feminin sama kuat dan muncul pada saat bersamaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana representasi androgini melalui semiotik analisis dan juga untuk melihat efek androgini pada ideologi dominan heteronativitas. Dalam menganalisis tiga vlog Jovi, penulis menggunakan teori semiotika dari Roland Barthes, yang secara teori dinyatakan dalam sistem makna denotasi, konotasi, dan mitos. Berdasarkan hasil tiga vlog penelitian Jovi, menunjukkan representasi itu androgyny bukan identitas gender yang memiliki orientasi seksual tetapi perkembangan peran gender, di mana diri maskulin diintegrasikan ke dalam sifat-sifat feminin. Namun demikian, Jovi juga mewakili androgyny sebagai "yang lain", kesadaran bahwa ia adalah sang "Diri" di luar konsepsi normal yang berlaku di masyarakat, didiskriminasi karena dari perbedaan yang dia yakini, sambil terus menolak disebut "banci", "waria", "Bencong", dan transgender. Temuan lain menunjukkan bahwa androgini cenderung terlibat kegiatan kreatif yang tidak dibatasi oleh jenis kelamin atau uniseks, tetapi cenderung menjadi berita utama perempuan seperti mode dan kecantikan. Melalui representasi yang muncul pada vlog Jovi, itu menunjukkan bahwa konsep

androgini yang disajikan tidak sepenuhnya bertentangan dengan heteronativitas dan bahkan cenderung memperkuat ideologi heteronativitas dengan mengakui konsep androgini sebagai liyan.

Penelitian yang berjudul “Studi Analisis Semiotika Representasi Identitas diri Perempuan Muslim Berjilbab dalam Film Hijab” oleh Friska Widiyanti Rangkuti, mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Sebelas Maret pada tahun 2016. Penelitian ini mengangkat persoalan fenomena mengenai perkembangan perempuan muslim berjilbab. Fenomena ini pun diterima dan dinikmati oleh masyarakat menjadi suatu trend sosial yang baru. Namun ada juga film yang mengangkat representasi identitas perempuan berjilbab Indonesia justru mendapatkan pro kontra dari khalayak. Hal ini karena terjadinya perbedaan makna yang ditangkap oleh khalayak sehingga keberadaan film tersebut justru membuat pro dan kontra. Film tersebut adalah Film Hijab yang di sutradarai oleh Sutradara kenamaan Indonesia, Hanung Bramantyo. Maka dari itu peneliti akan melihat bagaimana representasi identitas perempuan berjilbab yang ada di dalam film Hijab tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana representasi identitas diri perempuan berjilbab dengan melakukan studi analisis semiotika dengan menggunakan metode Roland Barthes. Peneliti akan menganalisis makna secara denotasi, konotasi, dan mitos yang ada dalam film tersebut. Disamping itu peneliti juga akan membagi analisis baik dari segi visual ataupun verbal. Dalam penelitian ini peneliti juga menggunakan teori Identitas diri “I” dan “Me” dari Herbert Mead, dan

William James. Hal ini bertujuan untuk mengurangi subjektivitas peneliti saat melakukan analisis. Hasil temuan dan kesimpulan dari penelitian ini adalah Identitas diri “I” perempuan berjilbab dalam film ini merupakan identitas diri yang diperoleh atas kesadaran sang tokoh untuk menggunakan jilbab berdasarkan perintah Allah SWT, sedangkan identitas “Me” adalah identitas perempuan berjilbab yang dimiliki oleh tokoh merupakan hasil interaksi dengan lingkungan sosialnya. Hal yang juga ditemukan dalam penelitian ini adalah terjadinya perubahan atau pergeseran identitas diri “I” menjadi “Me” lalu kembali lagi menjadi identitas diri “I”. temuan tersebut menunjukkan bahwa identitas diri adalah hal tidak bersifat kaku dan dinamis.

Penelitian ini mencoba meneliti bagaimana representasi seorang perempuan bercadar yang digambarkan melalui unggahan foto dan video dalam media social instagram.

1.5.2. Paradigma Penelitian

Penelitian berlangsung dengan sejumlah perlakuan dengan menentukan kerangka berfikir atau paradigma untuk menjadi dasar dalam pelaksanaan penelitian. Paradigma merupakan pola atau model tentang bagaimana sesuatu distruktur (bagian dan hubungannya) atau bagaimana bagian-bagian berfungsi (perilaku didalamnya ada konteks khusus atau dimensi waktu). Menurut Baker, paradigma juga dianggap sebagai aturan tertulis dan tidak tertulis untuk melakukan dua hal yaitu, membangun atau mendefinisikan batas-batas dan menceritakan pada penulis bagaimana melakukan sesuatu dalam batas-batas itu agar berhasil (Moleong, 2006: 49).

Paradigma pada dasarnya merupakan kumpulan asumsi-asumsi yang dianut, konsep yang diarahkan cara berfikir, dan cara penelitian. Khun mendefinisikan paradigma sebagai “A set of interrelated assumption about the social world which provides a philosophical and conceptual framework for the organized study of that world” (Djamal, 2015:45).

Terdapat tiga dasar paradigma penelitian yaitu positivistic, interpretatif, dan ilmu kritis. Menurut Strauss dan Corbin (1990), interpretatif atau pandangan konstruktivisme, merupakan cara untuk memperoleh pengetahuan melalui penemuan makna dengan didukung pemahaman secara menyeluruh. Penelitian kualitatif mengeksplor kekayaan mereka lebih dalam dan kompleks fenomena. Asumsi yang mendasar dari interpretatif adalah bahwa keseluruhan teks perlu dilihat dalam rangka untuk memahami suatu fenomena. Interpretatif mengutarakan bahwa terdapat berbagai realitas yang luar biasa, tidak hanya dalam suatu fenomena, namun sudah ada sebelumnya dan berbeda di seluruh waktu dan dan tempat (Wahyuni, 2012: 17). Bagaimana cara peneliti dalam melihat fenomena social dengan melakukan pemahaman dengan memposisikan peneliti sebagai subjek penelitian dalam mempelajari duniasosial.

Penelitian mengenai “*Representasi Identitas Selebgram Perempuan Bercadar dalam Media Sosial Instagram*” menggunakan paradigma teori kritis yang memungkinkan peneliti lebih dalam menggali ranah kehidupan sosial melalui cara kritik dan pemahaman terhadap sebuah pengalaman manusia serta mampu menemukan atau mengungkap cara-cara mendorong perubahan sosial yang dianggap berbeda. Media memerankan peran yang penting, tidak secara

sederhana dipandang refleksi dan consensus, tetapi media mereproduksi dan memaparkan definisi dari situasi yang mendukung dan meligitimasi suatu struktur, mendukung sebuah tindakan. Paradigma kritis menurut Hall, bukan hanya merubah pandangan mengenai realitas yang sudah dianggap alamiah, tetapi juga berargumentasi bahwa media adalah kunci utama dari pertarungan kekuasaan tersebut, melalui nilai-nilai kelompok dominan yang dimaparkan, dibuat berpengaruh, dan menentukan apa yang diinginkan oleh khalayak. Menggunakan teori kritis dalam suatu penelitian merupakan bentuk perhatian terhadap adanya operasi berdasar social, budaya, politik, ekonomi, gender, dan etnis. Menanggapi pola realitas kehidupan social bukanlah realitas yang netral, pemahaman mengenai teori kritis adalah menemukan kekuatan yang dominan tersebut dalam memarjinalkan dan meminggirkan kelompok minoritas.

Paradigm kritis memungkinkan peneliti untuk lebih dalam menggali ranah kehidupan sosial dengan cara tidak hanya sekedar mengkritik tetapi juga memahami pengalaman manusia serta mampu menemukan atau mengungkap cara-cara untuk mendorong perubahan sosial yang dianggap kurang memuaskan. Diketahui penggunaan teori kritis dalam suatu penelitian adalah sebagai bentuk perhatian terhadap adanya operasi berdasar sosial, budaya, politik, ekonomi, gender, seksual etnis dan lain sebagainya.

1. Mencoba memahami system yang dianggap sudah benar, struktur kekuatan, keyakinan atau ideology yang mendominasi. keberadaan perempuan bercadar ditengah-tengah kondisi budaya dominan

dengan keberagaman agama memberikan posisi yang berbeda dengan perempuan bercadar.

2. Membuka kondisi social yang menindas
3. Mencoba menggabungkan teori dan tindakan

Penggunaan paradigma kritis dalam penelitian ini dirasa cocok untuk melihat bagaimana realitas yang direpresentasikan mengenai identitas seorang selebgram perempuan bercadar dalam paham muslim di Indonesia melalui empat area sebagai berikut:

- 1) Epistemologi

Penelitian ini adalah penelitian objektivis. Hubungan peneliti dengan yang diteliti selalu dijembatani nilai-nilai tertentu. Nilai etika, pilihan moral, bahkan keberpihakan dari peneliti menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari analisis (Eriyanto dalam Ardianto dan Anees, 2007: 177)

- 2) Ontologi

Penelitian ini berdasar historical realism yang berarti bahwa realitas virtual dibentuk secara sosial, politik, kultural, ekonomi, etnis dan nilai-nilai gender yang dibentuk sepanjang waktu (Lincoln dan Guba, 2003:88)

- 3) Metodologi

Penelitian ini bersifat partisipatif , dalam penelitian mengutamakan analisis komprehensif, kontekstual dan multilevel analisis yang bisa dilakukan melalui penempatan diri peneliti sebagai aktivis/ partisipan.

4) Aksiologi

Peneliti menempatkan diri sebagai aktivis, advokat, dan juga transformative intellectual (berhubungan dengan pengetahuan, keahlian, nilai dan sikap untuk mempertanyakan, memahami, mengintrograsi dan bertindak sebagai agen perubahan.

5) Representasi

Representasi merupakan istilah yang secara luas digunakan untuk menunjukkan penggambaran kelompok-kelompok institusi sosial. Penggambaran tidak hanya berkenan dengan tampilan fisik, melainkan juga terkait dengan makna yang ada di balik tampilan fisik. Representasi menghadirkan kembali sesuatu bukan dalam gagasan asli atau objek fisik asli, melainkan sebuah versi baru yang dibangun darinya (Burton, 2007: 41-43).

Model komunikasi dapat diartikan sebagai representasi dari suatu peristiwa komunikasi. Istilah representasi menunjuk pada bagaimana seseorang, satu kelompok, gagasan atau pendapat tertentu ditampilkan dalam pemberitaan (Eriyanto, 2009: 113). Melalui representasi, satu kelompok tertentu dapat mengunggulkan diri dan memarjinalkan kelompok lain dalam suatu media. Seseorang, kelompok, atau gagasan tersebut ditampilkan cenderung memarjinalkan suatu kelompok tertentu dan bagaimana representasi tersebut ditampilkan melalui kata, kalimat, aksentuasi, dan gambar macam apa seseorang, kelompok, atau gagasan tersebut ditampilkan kepada khalayak.

Akun perempuan bercadar memiliki wacana yang merepresentasi dalam bentuk foto atau video yang disertai caption ketika upload file membentuk kebudayaan, makna, dan pengetahuan baru tentang realita yang disampaikan. Wacana menjadi sebuah pemahaman melalui representasi untuk memasuki bahasan pikiran pemilik akun selebgram perempuan bercadar melalui postingan yang menuai kontroversi di mata *netizen*. Pemahaman terhadap identitas seorang perempuan muslim yang mengenakan cadar menjadi lebih menarik untuk diungkap melalui media Instagram yang saat ini banyak digunakan masyarakat Indonesia.

Membahas representasi, erat kaitannya dengan stereotip yang menjadi bagian dari masyarakat sekarang. Stereotip merupakan representasi yang paling mudah dikenali dan merupakan bagian dari proses mendaur ulang dan memperkuat representasi menurut kelompok-kelompok sosial (Burton, 2007: 287-288).

Stereotip adalah gagasan atau kepercayaan yang dimiliki banyak orang tentang sesuatu atau kelompok yang didasarkan pada bagaimana penampilan mereka di luar, yang mungkin tidak benar atau hanya sebagian besar. Stereotip terhadap seseorang mengarah kepada prasangka sebagai bentuk penilaian seseorang atau kelompok kepada sebagian kecil orang.

Sikap stereotip melekat pada diri seorang perempuan bercadar, yaitu kecenderungan anggapan bahwa Perempuan yang mengenakan cadar merupakan istri seorang teroris. Label seorang istri teroris yang melekat pada diri seorang perempuan bercadar

Perilaku tersebut yang memicu pandangan terhadap sebuah objek salah karena tidak sesuai dengan apa yang menjadi pengalaman atau harapan individu. Perilaku tersebut muncul ketika seseorang melakukan *selective attention* untuk menunjukkan persepsi mereka. *Selective Attention* merupakan perilaku manusia dalam menaruh perhatian pada beberapa macam informasi saja, diantaranya kebutuhan individu, latihan dan pengalaman, harapan/ perkiraan, serta sikap. Bagian latihan dan pengalaman individu diajarkan oleh kebudayaan untuk menempatkan prioritas pada pakaian dan penampilan dalam berinteraksi untuk kemudian menyelksi dan memberi persepsi tentang penampilan. Kebudayaan dominan di Indonesia terbiasa dengan Islam yang ramah dengan kebudayaan dan yang jauh dari kesan fundamental. Persepsi tersebut akhirnya bergeser pada keyakinan yang terlalu digeneralisir, terlalu dibuat-buat, atau dilebih-lebihkan mengenai suatu kategori kelompok wanita bercadar. Seperti sosok istri teroris atau perilakunya yang dianggap antisosial.

1.6. Operasional Konsep

1.6.1. Identitas

Identitas bukan semata kesadaran, melainkan juga ketidaksadaran. Dalam kehidupan modern, identitas kebangsaan menjadi penting dalam menjadga eksistensi di tengah interaksi yang sudah melewati batas-batas kebangsaan. Menurut Benny H Hoed (2011:257), identitas suatu bangsa biasanya dikaitkan dengan kebudayaan bangsa itu. Kebudayaan suatu bangsa dapat dilihat dari cara bangsa itu memandang dirinya dan dunia luar, perilakunya, serta hasil perilaku bangsa tersebut (kebudayaan material).

Cadar secara bahasa diartikan sebagai kain penutup kepala atau muka wanita. The ensiclopedia of Islam menyebutkan ratusan istilah untuk menunjukan bagian-bagian pakaian yang kebanyakan digunakan untuk padan kata veiling. Asal kata ahasa inggris veil (voile dalam bahasa Prancis) biasa dipakai untuk merujuk pada penutup tradisional kepala, wajah yang meliputi mata, hidung atau mulut, atau tubuh perempuan di Timur Tengah dan Asia Selatan. Istilah lain yang melekat pada istilah tersebut diantaranya '*abaya, burqu*', *burnus, disydasya, gallaiyah, gina*', *habarah, hayik jellabah, mungub, milayah, niqab, dan yashmik*.

Prinsipnya, Islam tidak menginginkan wanita mejadi objek lihat lawan jenis dan merusak tatanan sosial. Cadar tidak mengikat pada sebuah aturan yang mengharuskan seorang wanita mengenakannya, dan tidak ada larangan mengenakan cadar bagi wanita muslim. Tidak ada aturan yang mengikat mengenai cadar secara agama, pada dasarnya pemakaian cadar merupakan budaya Islam yang banyak digunakan di Negara Timur Tengah dan Asia Selatan.

Keberadaan wanita bercadar di Indonesia, dihadapkan pada situasi dimana budaya menjadi penentu arah seseorang dalam berpijak. Indonesia merupakan Negara Multikultural yang diikuti oleh enam agama yang tercatat dalam UU Administrasi Kependudukan (Adminduk). Ke-enam Negara ini diatur sesuai ketentuan Negara yang disebutkan dalam aturan kementerian dalam negri diantaranya Agama Islam, Kristen, Protestan, Hindu, Budha, dan Konghuchu. Cadar menjadi sorotan yang tidak baik

ketika diletakkan pada budaya yang tidak memiliki unsur kekuatan khusus dalam hal agama. Indonesia bukan termasuk kedalam Negara Islam, meskipun sebagian besar masyarakat Indonesia merupakan muslim.

Kehadiran wanita bercadar di Indonesia menjadi pandangan baru dalam memaknai sebuah norma agama. Terlahir bukan sebagai negara Islam, percampuran dan pertukan budaya yang dibawa masing-masing agama, serta kearifan lokal menjadi faktor penentu masyarakat dalam menilai dan memilih Islam sebagai agama yang santun dan membawa perdamaian. Masih banyak penolakan yang terjadi pada wanita bercadar, hal ini merupakan salah satu bentuk terjadinya proses *Screening* yang merupakan fungsi sebuah kebudayaan. Fungsi screening hadir untuk melindungi system syaraf dari kejenuhan informasi dengan proses penyeleksian. Proses ini kemudian memicu hadirnya persepsi yang bersifat subjektif dalam menentukan tingkah laku.

Menurut Hafiz Achmad (2005:6) mengatakan bahwa identitas didapat dari proses, bukan sengaja diciptakan. Identitas local terbentuk saat terjadi interaksi antarbangsa dan antarbudaya. Ada dua jenis budaya yang mewadai masyarakat, Pertama adalah budaya dominan(*dominat culture*) dan yang kedua adalah kebudayaan bawah (Hasan, 2011:219).

Perilaku stereotype berkembang mengarah pada prasangka akibat dari perilaku tidak baik dan merugikan banyak orang termasuk budaya dominan didalamnya dengan identitas yang dikenakan yaitu cadar.

Keyakinan tersebut semakin kuat ketika media menggunakan istilah yang sama dalam mendiskripsikan wanita bercadar.

Budaya dominan adalah jenis budaya yang menguasai masyarakat, sementara sub-budaya adalah jenis budaya yang berbeda dalam posisi pinggiran (peripheral). Budaya dominan tentu saja hidup karena disokong oleh agen-agen budaya yang mempertahankan identitas dan status yang mendefinisikan diri dengan cara menunjukkan dan menyebarkan keberadaan budayanya (Hasan, 2011:219).

Perilaku diskriminasi kepada seorang wanita bercadar akibat perilaku stereotip dari budaya dominan muncul ketika membaca pada sebuah system tanda yang ada pada diri seorang wanita bercadar. Pakaian yang kita kenakan membuat pernyataan itu sudah mejadi klise adaalah tidak benar. Meski *Fashion* dan pakaian dinyatakan berkata-kata, fashion dan pakaian tak tampil untuk terlibat dalam apa pun yang membentuk dialog. Pakaian yang kita kenakan membuat pernyataan itu sudah mejadi klise adaalah tidak benar. Meski *Fashion* dan pakaian dinyatakan berkata-kata, fashion dan pakaian tak tampil untuk terlibat dalam apa pun yang membentuk dialog.

a. Fashion

Fashion merupakan cara berpakaian seseorang yang berhubungan langsung dengan pakaian , busana, kostum,dan dandanan merupakan bentuk komunikasi artifaktual. Komunikasi artifaktual didefinisikan sebagai komunikasi yang berlangsung melalui pakaian dan penataan berbagai artefak, missal pakian, dandanan, perhiasan, kancing baju, dan lain-lain.

Karena pakaian menyampaikan pesan-pesan nonverbal, ia termasuk dalam komunikasi nonverbal. Dalam penelitian ini, fashion yang akan peneliti angkat adalah busana, motif, dan atribut-atribut pelengkap lainnya.

b. Fotografi

Fotografi merupakan media komunikasi antara fotografer dan penikmat foto. Komunikasi dapat tersampaikan dengan baik jika fotografer dapat mengkomposisikan foto dengan baik. Dalam kehidupan sehari-hari disadari atau tidak, kehidupan manusia saat ini banyak mendapat pengaruh dari aspek semiotika visual. Semiotika visual pada dasarnya adalah sebuah bidang studi semiotika yang secara khusus menaruh minat pada penyelidikan terhadap segala jenis makna yang disampaikan melalui sarana indra penglihatan. Fotografi adalah alternative atas gambar dan lukisan yang memungkinkan ketepatan lebih tinggi, dengan kata lain fotografi dipandang sebagai jalan pintas visual menuju seni tradisional. Keberadaan instagram menjadi fasilitator sebagian besar orang saat ini yang menikmati tanda dalam fotografi. Objek foto beragam, termasuk manusia sendiri sebagai objek foto. Membagikan foto diri manusia merupakan perilaku yang wajar dan pantas untuk dibagikan dalam sebuah media internet. Perilaku selebgram wanita dalam media social instagram menjadi sorotan tersendiri ketika dikaitkan dengan budaya yang melekat pada diri manusia itu sendiri. Muncul kritik dan pandangan yang berbeda mendorong pemikiran peneliti mengenai representasi diri selebgram perempuan bercadar dalam media social instagram.

1.6.2. Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi jejaring sosial yang memiliki spesifikasi untuk berbagi foto. Instagram diambil dari kata “Insta” yang berarti Instan, dan “gram” yang berarti Telegram. Penggabungan dua makna tersebut, memberikan sebuah arti sebuah aplikasi yang mengirimkan informasi dengan cepat dalam bentuk foto dan berbagi ke jejaring sosial yang lain. Instagram mampu memberikan pesan yang lebih nyata kepada setiap pengguna aktif yang memperhatikan serta memaknai sebuah pesan dalam bentuk gambar. Instagram memiliki 3 fitur inti, diantaranya Instagram Stories, Feed atau halaman Utama, dan Multiple Post

Instagram stories atau sering disebut dengan Insta Story adalah fitur yang patut diperhitungkan. Mengangkat tema unggah sebuah foto atau video yang diberi durasi selama 15 detik ini mengundang ketertarikan kepada pengguna Instagram. Dengan durasi 15 detik dan jangka waktu penayangan dibatasi selama 24 jam, banyak dari pengguna Instagram lebih memilih fitur ini sebagai media untuk menyampaikan sederet aktivitas tanpa menambah deretan koleksi di halaman utama.

Segala bentuk media komunikasi dipandang sebagai sebuah teks. Pendekatan tekstual sebagai tanda berarti mengeksplorasi makna yang terbentuk oleh teks diperoleh melalui penatan tanda dengan cara tertentu dan melalui penggunaan kode-kode kultural. Menurut Barker (2008:73) kode-kode kultural dipahami dalam pengaturan dan penataan warna dalam kode kultural lampu lalu lintas. Konsep sebuah teks bukan hanya mengacu pada kata-kata tertulis, meski ini adalah salah satu arti dari kata tersebut,

melainkan semua praktik yang mengacu kepada makna (*to signify*). Masuk dalam pembentukan makna melalui berbagai citra, bunyi, objek, dan aktivitas. Semua yang terangkum menjadi satu bagian tersebut merupakan system tanda yang mengacu suatu makna dengan mekanisme yang sama seperti Bahasa, maka kita dapat menyebut semua dengan teks kultural.

1.6.3. Fashion Cadar Sebagai Identitas Perempuan Muslim

Fashion cadar memberikan wadah kepada perempuan muslim dengan identitas yang melekat pada diri individu untuk menekankan pada sebuah hukum menutup aurat yang dilengkapi dengan cadar sebagai bentuk penyampaian pesan kepada orang-orang disekitar. Pandangan kritis terhadap fashion sebagai kode komoditas kapitalis tidak lepas dari fungsi ideologi dan politik dari pakaian. Identitas merupakan keseluruhan atau totalitas yang menunjukkan ciri-ciri atau keadaan khusus seseorang atau jati diri dari faktor-faktor biologis, psikologis, dan sosiologis yang mendasari tingkah laku individu. Tingkah laku tersebut terdiri atas kebiasaan, sikap, sifat-sifat serta karakter yang berada pada seseorang sehingga seseorang tersebut berbeda dengan orang yang lainnya (Barnard, 1996:xiii).

Berbicara tentang *fashion* dan pakaian sebagai artefak budaya mengarah kepada semiotika objek yang mengarah kepada artefak-arterfak budaya dan objek-objek alam. Cadar berkaitan dengan praktik-praktik magis dan religius yang bergantung pada unsur-unsur seperti status resmi yang baku atau Anugerah Tuhan.

Pakaian merupakan penanda untuk membedakan dirinya dengan orang lain, sehingga penampilan luar sebagai sarana pembeda dan diskriminasi. Gaya dalam berpakaian yang dapat dipilih oleh masyarakat sangat beragam. Pakaian menjadi sebuah persoalan ketika orang harus keluar dari keteraturan yang membelenggu. Dalam masalah ini, Islam memainkan peran dalam mengatur tentang apa yang harus dipakai serta benda-benda apa yang harus ditolak. Pemakaian pakaian muslim menunjukkan kekuatan yang lain. Muslim yang taat akan memilih alternatif lain dengan cara meniru (modeling) gaya berpakaian orang Arab yakni memakai jubah berwarna gelap dan cadar. Pakaian Arab ini merupakan simbol religius yang tinggi dan sangat alim, tanpa adanya ambisi jahat. Islam mengajarkan bahwa pakaian yang digunakan bagi seorang wanita harus menutupi seluruh tubuhnya, terutama rambutnya. Kemudian jilbablah yang dipilih oleh kaum wanita tersebut untuk menjadi sarana dalam berpakaian menurut syariat.

1.6.4. Komunikasi Artifaktual Pakaian

Komunikasi Artifaktual pakaian menurut Malcolm (dalam Fashion Sebagai komunikasi, 1996) didefinisikan sebagai komunikasi yang berlangsung melalui pakaian dan penataan pelbagai artefak, seperti pakaian, dandanan, barang perhiasan, kancing baju atau furniture dirumah, penataannya, ataupun dekorasi ruangan. Karena fashion, pakian, atau busana menyampaikan pesan-pesan nonverbal, termasuk sebagai komunikasi nonverbal (Barnard, 1996: vii).

Pakaian menampilkan pelbagai fungsi sebagai bentuk komunikasi mampu menyampaikan pesan artifaktual yang bersifat nonverbal. Pakaian memainkan peran sebagai pajangan budaya (cultural display) yang mampu mengkomunikasikan afiliasi budaya dalam sebuah negara. Studi semiotika Malcolm memberikan gambaran atas pesan komunikasi nonverbal diantaranya:

a) Ekspresi Individualistik

Pakaian dan fashion yang memiliki makna pesan nonverbal mampu menjadi alat untuk merefleksikan diri, menegaskan, menyembuhkan atau membangun suasana hati. Fashion dan pakaian adalah cara yang digunakan individu untuk membedakan dirinya sebagai individu dan menyatakan beberapa bentuk keunikan. Memadukan motif dan warna pada pakaian baik dibuat secara massal atau individu tetap akan memberikan makna sendiri bagi pemakainya. Cara yang digunakan dalam mengkolaborasi sebuah kesatuan dalam berpakaian dapat disebut dengan bricolage, yakni pemakaian barang yang aneh dan bertujuan menciptakan karya yang baru dan orisinal (Barnard, 1996: 86)

b) Kondisi Magis- Religius

Pemakaian pesan dalam fashion berkaitan dengan praktik-praktik religious yang bergantung pada unsur-unsur status resmi yang baku atau anugerah Tuhan. Flugel mendeskripsikan sebuah pakaian yang dikenakan berbentuk tebal, hitam, dan keras pada biarawan merupakan kebiasaan yang membantunya menghindari atau menolak bahaya moral. Pakaian

yang digunakan secara berkala atau permanen mampu menunjukkan keanggotaan, atau afiliasi, pada kelompok atau jamaah kelompok anggota tertentu. Menurut Crawley (dalam Malcolm 1996) terdapat sejumlah kasus busana yang dikenakan secara berkala bermaksud untuk mendapat kesan religious dan magis.

1.7. Metoda Penelitian

1.7.1. Desain Penelitian

Penelitian dilakukan dengan menggunakan desain penelitian deskriptif kualitatif. Metode kualitatif memiliki beberapa sifat khas, yaitu penekanan pada lingkungan yang alamiah (naturalistic setting), induktif (inductive), fleksibel (flexible), pengalaman langsung (direct experience), kedalaman (indepth), proses menangkap arti (Verstehen), keseluruhan (wholeness), partisipasi aktif dari partisipan dan penafsiran (interpretation).

Menurut (Muri. 2017:331) mengumpulkan data kualitatif dengan baik dapat dilakukan dengan mengikuti prosedur penelitian. Penelitian ini menggunakan prosedur, paradigma kritis yang memungkinkan peneliti lebih dalam memahami ranah kehidupan sosial melalui cara dan pemahaman dalam memandang realitas social secara utuh, kompleks, dinamis, dan penuh makna dan hubungan gejala interaktif (reciprocal). Peneliti berupaya untuk memahami tanggapan subjektif individu dalam meyakini realitas secara sadar dan aktif atas perbuatan yang dilakukan. Media memerankan peran yang penting, tidak secara sederhana dipandang refleksi dan consensus,

tetapi media mereproduksi dan memapankan definisi dari situasi yang mendukung dan meligitimasi suatu struktur, mendukung sebuah tindakan.

1.7.2.Situs Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan dengan melakukakn observasi dan analisis teks beberapa akun Instagram Selebgram wanita Bercadar.

1.7.3.Subyek Penelitian

Subyek Penelitian merupakan orang yang menjadi sasaran dalam penelitian. Metode kualitatif benar-benar menempatkan anusia sebagaimana mestinya. Manusia tidak hanya berada tetapi mengerti keberadaannya, dapat berbicara, berpikir, dan dapat menentukan masa depan.

Tahap kajian studi kasus terhadap subjek, merupakan kajian yang bersifat eksplorasi, artinya karakteristik subjek penelitian dalam penelitian ini yaitu perempuan muslim pengguna instagram yang mengenakan hijab disertai penutup muka atau cadar dan memiliki ciri-ciri yang menyebutkan individu berstatus selebgram. Subjek penelitian tersebut dipilih dikarenakan untuk lebih mendalami dan memahami bagaiman tampilan selebgram perempuan bercadar dalam menampilkan identitas melalui symbol-simbol foto atau video.

1.7.4.Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian kualitatif berupa teks yaitu foto-foto, video, caption, komentar, Direct Massanger (DM) di akun Instagram Selebgram wanita bercadar.

1.7.5.Sumber Data

1.5.5.1. Sumber Data Primer

Sumber data berupa hasil analisis foto-foto dan video yang terdapat pada akun Instagram Selebgram wanita Bercadar.

1.5.2.1. Sumber data Sekunder

Sumber data berupa tulisan atau studi kepustakaan seperti mencari data pada buku, internet, makalah, artikel, surat kabar, atau referensi lainnya yang mendukung dan berkaitan dengan penelitian yang akan dilaksanakan.

1.7.6.Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini melalui beberapa teknik, sebagai berikut:

1.5.5.2. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan foto-foto dan video di akun Instagram Selebgram wanita bercadar. Setelah melakukan pengumpulan data dilanjutkan dengan memilih tiga selebgram bercadar yang aktif di media sosial instagram dengan latar belakang identitas status yang berbeda dengan harapan akan menemukan sudut pandang menggunakan cadar dengan keterlibatannya di media sosial Instagram dari masing-masing akun. Pemilik akun yang akan diamati dan dianalisis diantaranya milik @nurholilah, @wardahmaulina, dan @ressarere.

1.5.5.3. Observasi

Observasi dilakukan dengan memahami makna yang terkandung dalam teks, gambar, dan video dalam akun Instagram Selebgram wanita bercadar.

1.5.5.4. Studi Kepustakaan

Tenik berikutnya merupakan bagian yang digunakan untuk mengumpulkan data-data sekunder.

1.7.7. Analisis dan Interpretasi

Penelitian kualitatif analisis data, baik dilakukan sejak awal sebelum dilaksanakan penelitian. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data yang digunakan adalah semiotika Pierce yang menyebutkan semiotic berobjek pada tanda dan menganalisisnya menjadi ide, obyek dan makna. Ide dapat dikatakan sebagai lambang, sedangkan makna adalah beban yang terdapat pada obyek tertentu.

1.5.7.1. Ground: Qualisign, Sinsign, dan Legisgn

Tanda yang dikaitkan dengan Ground dibagi oleh Pierce menjadi *qualisign*, *sinsign*, dan *legisign*. *Qualisign* adalah kualitas yang ada pada tanda, misalnya kata-kata kasar, keras, lemah, lembut, merdu. *Sinsign* adalah eksistensi aktual benda atau peristiwa yang ada pada tanda; misalnya kata kabur atau keruh yang ada pada urutan kata air sungai keruh yang menandakan bahwa ada hujan di hulu sungai. *Legisign* adalah norma yang dikandung oleh tanda, misalnya rambu-rambu lalu lintas yang menandakan hal-hal yang boleh atau tidak boleh dilakukan manusia (Deely, 1981:430).

Peran pada karakter wanita telah ditentukan oleh stereotip, yaitu: berkaitan dengan emosi bukan tindakan, diturunkan kedalam ruang privat dan bukan ruang public, dipandang sebagai pelengkap laki-laki daripada karakter dalam hak mereka sendiri.

1.5.7.2. Objek: Ikon, Indeks, dan Symbol

Merujuk teori Pierce, tanda-tanda dalam gambar dapat dilihat dari jenis tanda yang digolongkan dalam semiotika. Pierce membagi tanda menjadi tipe-tipe **:ikon, indeks dan simbol**. Pierce merasa bahwa ini merupakan model yang sangat bermanfaat dan fundamental mengenai sifat tanda. Tanda adalah sesuatu yang yang mewakili sesuatu. Sesuatu itu dapat berupa pengalaman, pikiran, gagasan atau perasaan.

Persoalan mengenai bagian tubuh atau wajah yang tertutup kain besar yaitu cadar menjadi objek lihat merupakan fokus permasalahan. pemilik akun instagram perempuan bercadar mempunyai kebiasaan membagikan foto dengan pose atau gaya yang tidak diharapkan oleh mayoritas dominan orang dengan budaya yang mereka anut. Perilaku tidak wajar ditampilkan seorang perempuan muslim bercadar dengan stereotip background pemberitaan media mengenai berbagai isu yang memperlihatkan wanita sebagai objek yang salah.

Upaya mengubah posisi obyek menjadi subyek dapat dilakukandengan menghadirkan apa yang disembunyikan, dan membesarkan hingga pada batas yang mereduksi objek menjadi subjek (Prabasmoro, 2007:85).

1.5.7.2.1. Ikon

Ikon adalah hubungan antara tanda dan objek atau acuan yang bersifat kemiripan (menunjukkan suatu kemiripan) , ini yang kerap kali jelas dalam tanda-tanda visual misalnya foto seseorang dapat dikatakan ikon; sebuah peta adalah ikon; gambar yang ditempel di pintu kamar kecil pria dan wanita adalah ikon. Pada dasarnya ikon merupakan suatu tanda yang bisa menggambarkan ciri utama sesuatu meskipun sesuatu yang lazim disebut sebagai objek acuan tersebut tidak hadir. Ikon adalah suatu benda fisik (dua atau tiga dimensi) yang menyerupai apa yang dipresentasikannya. Pemilik akun instagram wanita bercadar menunjukkan perilaku yang berbeda dari pola pikir budaya dominan. Banyak perilaku yang tidak dianggap tidak seharusnya dilakukan namun dilakukan, namun memiliki banyak pengikut yang masih mengungkapkan komentar tidak setuju atau menghakimi perilaku yang tidak seharusnya dilakukan dan tidak jarang yang memahami perilaku selebgram tersebut.

Penggambaran bentuk dominasi sudut pandang tentang perempuan bercadar dianalisis berdasarkan unggahan foto-foto, video, serta komentar-komentar dari pengikut lain, dan bagaimana selebgram tersebut mebalas komentar tersebut.

1.5.7.2.1.1. Pencahayaan foto

Pencahayaan merupakan kunci keberhasilan untuk mendapatkan gambar yang diinginkan. Menurut Hadiiswa (2008:46), pemanfaatan cahaya yang cukup cerah, tidak terlalu terik, secara efektif mampu memperbaiki

kualitas foto. Pengambilan gambar dalam fotografi, memberikan makna yang berbeda dari foto yang yang dihasilkan. Teknik pencahayaan memiliki berbagai karakter untuk foto yang dihasilkan, diantaranya:

- Over Exposure

Over exposure merupakan pengambilan gambar dengan jumlah cahaya yang berlebihan. Kelebihan cahaya ini mampu memberikan efek pada gambar menjadi lebih cerah pada objek utama dan bias pada background.

- Under Exposure

Under exposure mengakibatkan hasil gambar menjadi gelap karena sedikit terkena cahaya.

- Backlight Light

Posisi cahaya berada di belakang objek foto, yang mengakibatkan hasil gambar menjadi gelap. Biasanya teknik mengambil gambar dengan membelakangi cahaya akan menghasilkan gambar siluet.

- Front Light

Front light merupakan posisi cahaya yang berada di depan objek, sehingga objek akan lebih terlihat jelas dan cerah karena mendapatkan sumber cahaya yang cukup.

1.5.7.2.1.2. Sudut pengambilan gambar

Teknik sudut pengambilan gambar dilakukan untuk menghasilkan foto yang memiliki nilai dan estetik (Syahputra, 2015:40), yaitu:

- ***Bird Eye***

Sudut pengambilan gambar teknik bird eye, posisi objek berada di bawah atau lebih rendah. Foto yang dihasilkan memberikan makna aktivitas apa yang sedang dilakukan oleh objek foto.

- ***Mid Shot (setengah Badan)***

Sudut pengambilan foto mulai dari atas kepala hingga pinggang. Medium Shot memiliki kesan memperlihatkan seseorang dengan tampaknya.

- ***Close Up***

Pengambilan gambar area yang jauh lebih sempit yaitu mulai batas ataskepala hingga dagu. Tujuannya yaitu untuk menunjukkan, menceritakan secara detail ekspresi dan mimik wajah seseorang secara dramatis.

- ***Medium Shot***

Gambar dari objek foto dimulai dari atas kepala hingga lutut, dengan harapan makna yang akan muncul adalah keberadaan objek saat itu dengan mengikut sertakan background yang disampaikan.

- ***Long Shot***

Teknik pengambilan gambar long shot hanya menggunakan area yang cukup, dengan memberikan porsi background atau foreground lebih banyak sehingga objek terlihat lebih kecil.

1.5.7.2.1.3. Gesture

Gesture adalah gerak tubuh berupa gerakan tangan, gerakan kaki, gerakan, dan gerakan kepala. Gerak tubuh merupakan lambing komunikasi non-verbal yang memperkuat makna pesan verbal sehingga terjadi komunikasi yang efektif.

1.5.7.2.1.4. Pose Tubuh

Bagian utama dari sebuah objek foto adalah gaya yang ingin diabadikan. Gaya atau sikap seseorang saat di foto yaitu bagaimana seseorang menggerakkan tubuhnya dan menempatkan bagian-bagian tubuhnya, seperti kepala, lengan, kaki, dan pinggul.

1.5.7.2.1.5. Pakaian yang dikenakan

Pakaian memiliki makna sebagai identitas pemakai meliputi jenis, model, dan pakaian. Menurut Nugroho (2008) warna adalah suatu hal yang penting dalam menentukan respon dari orang, warna akan memberikan kesan dan identitas tertentu. Warna pada pakaian memiliki makna pesan untuk orang yang mengenakan dengan didasarkan pada golongan yang berbeda-beda, berikut (Fitriah, 2018:84) :

- Merah, orange: bermakna gelora, bahaya, kekuatan
- Kuning: memiliki arti peneranga, energy, dan harapan.

- Hitam, biru, abu-abu: memiliki makna kekuatan, daya tahan, dan kepercayaan
- Merah muda: bermakna feminitas, damai
- Putih: memiliki arti kemurnian, kesucian

1.5.7.2.1.6. Ekspresi

Ekspresi merupakan ungkapan perasaan seseorang. Menangis dan tertawa adalah bagian dari ekspresi. Menangis menandakan seseorang sedang berekspresi sedih, dan tertawa karena senang adalah bentuk ungkapan dari ekspresi senang.. William Shakespeare, seorang sastrawan berkebangsaan Inggris, pernah berujar bahwa wajah adalah buku yang dengannya orang bisa membaca persoalan-persoalan ganjil. Ekspresi wajah seseorang menyimpan banyak informasi.

Saat kita berkenalan dengan orang-orang baru, biasanya kita akan menilai perjumpaan pertama dari latar belakang tempat tinggal, usia, dan pekerjaan. Sebelum semua pertanyaan itu keluar, penilaian pertama kita akan terlihat ketika melihat ekspresi wajah. Mata memiliki makna lebih yang mampu mengisyaratkan tanda dalam mana dari pikiran seseorang. Melakukan tatapan mata dengan berlebihan akan membuat ketidaknyamanan. Terlalu sedikit dalam menatap juga merupakan hal yang tidak seharusnya dilakukan karena muncul penilaian dari lawan bicara ras tidak dianggap dan tidak dihargai. (Amda. 2015: 19-20)\

1.5.7.2.1.7. Batasan diri

Batasan diri menurut kaidah agama terkait dengan area lingkup yang terbatas. Area ini dilingkup keluarga inti, orang tua, saudara ipar, dan keponakan.

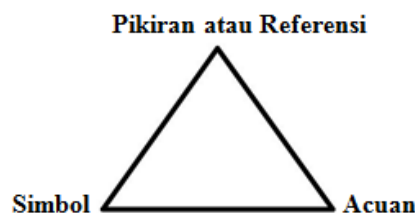
1.5.7.2.2. Indeks

Indeks adalah tanda yang memiliki hubungan sebab-akibat dengan apa yang diwakilinya. Atau disebut tanda sebagai suatu bukti. Contohnya: asap dan api, asap akan menunjukkan adanya api disekitarnya. Jejak telapak kaki di tanah merupakan tanda indeks orang yang melewati tempat itu. Tanda tangan (signature) adalah indeks dari keberadaan seseorang yang menoreh tanda tangan tersebut.

perempuan digambarkan sebagai subordinat laki-laki. Melalui proses ini, perilaku orang diamati secara keseluruhan plot cerita dari teks. Cara berada, cara berpikir, dan cara bertutur memungkinkan adanya keterbukaan, pluralitas, keragaman dan perbedaan (Tong, 2010:286).

1.5.7.2.3. Simbol

Simbol merupakan tanda berdasarkan konvensi, peraturan atau perjanjian yang disepakati bersama. Simbol baru dapat dipahami jika seseorang sudah mengerti arti yang telah disepakati bersama. Simbol baru dapat dipahami jika seseorang sudah mengerti arti yang telah disepakati sebelumnya.



Bagan diatas menunjukkan bahwa pikiran merupakan mediasi antara symbol dengan acuan. Atas dasar hasil pemikiran tersebut, menghasilkan referensi yaitu hasil penggambaran maupu konseptualisasi acuan simbolik.

Symbol dapat dipahami secara utuh oleh seseorang jika seseorang sudah mengerti arti yang disepakati sebelumnya. Perempuan bercadar menggunakan identitas yang melekat pada tubuh masing-masing individu sebagai bentuk ketakwaan dengan makna kesederhanaan dan keterbatasan menjadi seorang muslim yang harus memberi jarak kepada lawan jenis bukan mahram. Keterbatasan yang melekat karena konvensi atau peraturan dalam kebudayaan. Pembentukan diri pada pemilik akun isntragram perempuan bercadar dilihat dari bagaimana pemilik akun menampilkan dirinya, dianalisis melalui elemen-elemen seperti berikut:

1.6.7.3. Interpretant

Interpretan menampilkan pemahaman dari tanda, dan memungkinkan kita paham secara lebih kompleks dari objek tanda itu. Seperti halnya dengan hubungan tanda / objek, Peirce percaya bahwa hubungan tanda / penafsir menjadi salah satu penentu: tanda menentukan penafsir. Penentuan yang diamsud adalah tanda menentukan penafsir dengan menggunakan fitur-fitur tertentu dari cara tanda menandakan objeknya untuk menghasilkan dan membentuk pemahaman kita. Seperti halnya seorang perempuan yang mengenakan cadar mengunggah sebuah foto yang menunjukan dirinya sedang berpose bersama pasangan dengan ciri fisik perut besar, pasangan

memfokuskan perhatian kita pada hubungan fisik pasangan dan perut yang besar (Savan. 1988: 41).

1.6.7.3.1. Rheme

Rheme adalah tanda yang memungkinkan ditafsirkan dalam pemakaian yang berbeda-beda. Misalnya seorang wanita bercadar yang menutupi sebagian wajahnya dan membiarkan mata saja untuk melihat berusaha tetap tampil mempesona meski hanya bagian mata yang mereka tunjukan dapan memiliki makna tampil eksis di media sosial Instagram.

1.6.7.3.2. Decent Sign atau Dicsign

Decent sign atau dicising adalah tanda yang sesuai dengan fakta dan kenyataan. Misal dalam persoalan yang akan diangkat ini, selain melakukan posting diri, selebgram perempuan bercadar ini juga upload foto produk disertai caption deskripsi prodak yang dikenakan yang menunjukkan bahwa terdapat kegiatan promosi atau iklan yang dalam istilah pengguna Instagram disebut dengan *endorse*.

1.6.7.3.3. Argument

Argument adalah tanda yang berisi alasan tentang sesuatu hal. Missal, kegiatan endorse tersebut dilakukan karena pemilik akun menyadari jumlah follower yang tinggi memiliki peluang penjualan produk yang dipromosikan dengan cara mempersuasif mampu menjadi ladang penjualan yang lebih efektif bagi produsen.

1.7.8. Kualitas Data

Penelitian kualitatif memberikan label penting pada kualitas data penelitian berkenaan dengan validitas dan reliabilitas instrument dan kualitas pembangkitan data terkait ketepatan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data. Instrument yang telah teruji validitas dan reliabilitas belum tentu dapat menghasilkan data yang valid dan reliable. Instrument atau alat penelitian adalah peneliti itu sendiri, dengan demikian peneliti juga melewati proses validasi sebelum selanjutnya terjun ke lapangan. Proses tersebut dilakukan untuk menguji pemahaman metode penelitian baik secara akademik maupun logistik yang dilakukan oleh peneliti itu sendiri. Peneliti kualitatif sebagai human intrusmen, berfungsi menetapkan fokus penelitian, memilih informan sebagai sumber data. Penelitian kualitatif pada awalnya merupakan permasalahan yang belum jelas dan pasti, maka yang menjadi instrument adalah peneliti itu sendiri.