

BAB II

GAMBARAN SELEBGRAM PEREMPUAN BERCADAR DALAM MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Selebgram merupakan istilah baru yang mulai banyak terdengar oleh pengguna Instagram sejak awal kemunculannya yaitu di tahun 2010. Selebgram merupakan sebutan yang diberikan kepada semua pengguna Instagram dengan jumlah *followers* diatas rata-rata penggunanya. Selain itu, tolak ukur seorang pemilik akun Instagram mampu memiliki status dan sebutan sebagai seorang selebgram adalah aktivitas yang dilakukan dalam media social Instagram, seperti endorse sebuah produk, komentar atau interaksi *followers* dalam mengomentari sebuah unggahan baik dalam bentuk foto atau Video yang juga tersedia dalam fitur instastory. Pengguna Instagram terdiri dari sederet orang dengan latar budaya, agama dan identitas yang melekat lainnya tanpa ada batasan terkecuali merugikan atau dianggap tidak pantas. Masuk di dalam bab dua ini, peneliti bermaksud akan menggambarkan penampilan *fashion* selebgram dengan identitas cadar yang kontradiktif dengan pemberitaan mengenai wanita bercadar yang memicu stigma masyarakat sampai saat ini mengenai perempuan yang mengenakan cadar dengan berbagai motif dan warna yang beragam sehingga mampu memberikan gambaran diluar kebiasaan mampu membatasi gerak dalam berinteraksi dengan lingkungan dimana mereka berada.

2.1. Cadar (Niqab)

Cadar (Niqab) berasal dari bahasa arab, kain yang khusus menutupi hidung dan mulut perempuan. Istilah ini ditemukan dalam Al-hadith. Indonesia menyebut istilah niqab dengan sebutan Cadar. Istilah cadar diambil dari Bahasa Parsi, “Chodor” yang berarti tenda (tent). Cadar masuk dalam golongan pakaian perempuan muslim yang sudah hadir jauh sebelum islam itu dikukuhkan yang ditandai dengan penerimaan wahyu kepada Nabi Muhammad SAW. Sejarah mengenai perpindahan agama dan Islamisasi masyarakat Indonesia yang sangat beragam hingga pertengahan abad ke-18. Pemahaman bahwa beberapa istana penting mengklaim peran sebagai pembela Islam dan biasanya mencari pengesahan dari seberang lautan.

Kedatangan agama dari Timur menuju Indonesia diawali dengan memahami letak geografis yang menjadi aspek utama persebaran agama-agama. Sosok Nabi Muhammad saw sebagai tokoh penerima ajaran yang berperan dalam menyebarkan agama Islam di Indonesia mampu melalui proses Islamisasi sebagai pendatang, untuk mendapatkan simbol-simbol kultural yang selaras dengan kemampuan penangkapan dan pemahaman masyarakat. Ajaran agama Islam masuk pada daratan Indonesia dengan proses akulturasi. Sejarah menyebutkan beberapa proses yang disampaikan oleh beberapa peneliti meyakini empat teori kedatangan Islam di Indonesia merupakan segelintir penjelasan mengenai Islam yang memiliki watak pluraristis sejak awal kelahirannya. Sumber pendukung masuknya islam di Indonesia dijelaskan melalui informasi yang diperoleh dari tokoh-tokoh yang pada saat itu mengetahui dan mengalami langsung tersebarnya

budaya serta ajaran agama Islam di Indonesia. Selain itu, ada pula melalui berbagai bentuk penelitian yang dilakukan oleh orang-orang barat. Penelitian ini menjadi sumber dan dasar sejarah masuknya Islam dengan menelaah kembali sudut penelitian yang akan diambil.

Menurut, berita dari Arab pedagang dari Arab datang untuk melakukan kegiatan dagang dengan bangsa Indonesia. Sejarah ini tercatat sudah ada sejak abad ke-7 M. sumber lain yang menjadi rujukan samapai saat ini yaitu berita yang datang dari Eropa yang mengatakan bahwa marcopolo sebagai tokoh yang pertamakali menginjakkan kakinya di Indonesia melihat sudah ada kerajaan Islam yang terletak di Sumatera bagian utara tepatnya kerajaan samudera dengan ibukota Pasai. Berita dari India menerangkan bahwa para pedagang India di Gujarat mempunyai peran penting dalam penyebaran agama dan kebudayaan Islam di Indonesia. terakhir datang dari berita Cina yang mengikuti perjalanan laksamana Cheng- Ho, menyatakan bahwa sejak tahun 1400 telah ada saudagar Islam yang bertempat tinggal di pantai utara pulau Jawa. Dari semua sumber penelitian terdahulu, semua memiliki data dan informasi yang menjadi dasar sejarah itu kemudian dikukuhkan. Dapat dilihat bahwa Islam merupakan agama yang dibawa dari luar tanah Indonesia dan berkembang dengan sangat cepat dengan mengikuti unsur politik serta budaya yang telah ada sebelumnya.

Pakaian bagi kaum wanita dimaksudkan untuk mewujudkan dua tujuan utama, yakni untuk menutup aurat serta menjauhi fitnah dan pengistimewaan serta pemuliaan bagi kaum wanita itu sendiri. Pemuliaan kepada kaum wanita sudah dibatasi dalam sebuah pedoman dan petunjuk untuk kaum Nabi Muhammad

yaitu Al-Qur'an. Pakain sebagai penutup kepala yang dikenakan layaknya selendang yang disampirkan dikepala perempuan atau yang di pahami oleh sebagian besar masyarakat Indonesia sebagai jilbab berkembang begitu cepat. Diawal tahun 1612- 1675 di kerajaan Aceh Darussalam I, yang merupakan Ratu Islam mengenakan "Kerudung" sebagai busana pada zaman itu. Cadar merupakan versi terusan dari pemakain jilbab di Indonesia. Penerimaan jilbab tidak dengan masalah yang menjadi kendala untuk pemakia busana muslim ini. Jilbab mengalami diskriminasi karena berhadapan dengan penguasa. Pada 1979, pemakaian jilbab disekolah dilarang keberadaannya. Siswa yang mengenakan jilbab mendapatkan terror, bahkan dikeluarkan dari sekolah secara diam-diam. (Al Hakim, 2018:3)

Perdebatan mengenai hukum penggunaan cadar masih terus berlanjut sampai saat ini. Keyakinan sebagian orang mengenai pemakain cadar, karena ada anggapan bahwa seluruh tubuh perempuan adalah aurat. Kahati-hatian sebagian orang tersebut mengarah kepada terhindar dari segala hal yang mampu mendatangkan mudharat saat menjalankan ibadah didunia. Penggunaan cadar tidaka dapat lepas dari konteks social dan budaya masyarakat di suatu wilayah dengan menyesuaikan kultur daerah masing-masing. Di Indonesia hukum menggunakan cadar adalah Makruh.

2.2. Fashion

Fashion berawal dari bahasa Inggris yang berarti Cara, kebiasaan, atau mode. Masyarakat kontemporer barat kerap menggunakan istilah fashion sebagai sinonim dari istilah dandanan, gaya, dan busana. Selama berabad-abad,

individu atau kelompok masyarakat menggunakan pakaian sebagai alat komunikasi nonverbal untuk menjelaskan pekerjaan, strata sosial, status perkawinan, bahkan kekayaan mereka. Fashion adalah media untuk kebebasan berekspresi. Bukan hanya pakaian melainkan aksesoris, perhiasan, tata rambut, dan kecantikan. Apa yang dipakai dan bagaimana memakainya menjadi kunci untuk secara mudah melihat situasi social yang dialami seseorang. Fashion adalah sebuah ekspresi diri yang memungkinkan setiap orang mencoba berbagai peran dalam hidup. Fashion adalah perubahan penting agar hidup dapat selalu menyenangkan. Fashion juga merupakan cermin yang dapat menjadi alat ukur situasi sikap dan perasaan seseorang. (Malcolm, 2007:8)

2.1.1. Fashion Cadar sebagai Identitas Perempuan Muslim

Fashion cadar memeberikan wadah kepada perempuan muslim dengan identitas yang melekat pada diri individu untuk melekatkan sebuah hokum menutup aurat yang dilengkapi dengan cadar sebagai bentuk penyampaian pesan kepada orang-orang disekitar.

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. Tentunya semua hal tersebut diwujudkan oleh seseorang secara sadar dalam kehidupannya karena penanda-penanda identitas tersebut selalu melekat dan dipertahankan oleh manusia.

Identitas seseorang yang sering dimunculkan adalah melalui tingkah laku. Tingkah laku tersebut terdiri atas kebiasaan, sikap, karakter, dan cara berbicara, bahkan bisa juga dari busana yang dipakai biasa disebut dengan pakaian, karena dari selembar kain penutup badan itu akan memunculkan banyak sekali pengertian yang berbeda-beda mengenai dirinya.

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.

Popularitas jilbab terus tumbuh dari waktu ke waktu. Pembahasan tentang masalah ini juga sering memunculkan perdebatan. Jilbab sudah menjadi trend dikalangan kaum muslimah. Berbagai mode jilbab ditawarkan

disini. Dari jilbab syar‘i hingga jilbab gaul (sebutan untuk jilbab yang tidak menjulur hingga menutup dada). Popularitas ini semakin gamblang terlihat dengan meningkatnya industri fashion pakaian muslim serta munculnya jilbab di ruang-ruang dunia hiburan populer. Cadar dilihat sebagai pakaian yang bergaya informal. Mengenakan cadar merupakan tanda kebebasan dari berbagai batasan terhadap perilaku dan identitas yang diterapkan dalam kategori-kategori social. Bebas adalah kata sifat tunggal yang paling lazim digunakan, seringkali dengan makna “bebas untuk menjadi diri saya sendiri”(<https://tirto.id/apa-pandangan-orang-saat-kamu-memakai-cadar-chTt>, diakses pada 10 februari 2019).

Pakaian umumnya dikenakan untuk menyampaikan makna-makna social daripada untuk mengekspresikan emosi pribadi ataupun suasana hati. Menurut Mahdzab hanafi, pada zaman saat ini perempuan yang masih dalam usia muda (*al-mar’ah asy-syabbah*) dilarang membuka wajahnya diantara laki-laki. Alasan yang mendasari bukan karena wajah yang termasuk kedalam aurat wanita, tetapi untuk menghindari fitnah.

2.1.2. Cadar dan aktivitas seni

Keberadaan perempuan yang mengenakan pakaian disertai dengan penutup muka atau cadar pada awalnya merupakan sebuah kebiasaan baru dalam budaya dalam berpakaian di negara Indonesia. Melakukan sederetan kegiatan yang tampil dilihat oleh jumlah followers tinggi, dan melakukan aktivitas yang berhubungan dengan seni seperti fashion hijab/cadar, fotografi, dan bintang suatu produr online shop menjadi pekerjaan

sehari-hari yang berhubungan dengan seni. Seni selalu berkaitan dengan kegiatan. Jerrold Levinson memberikan sebuah definisi yang menarik dalam *The Oxford Handbook of Aesthetics*—ia mengatakan bahwa estetika adalah cabang filsafat yang mengkaji secara konseptual dan teoretis tentang seni dan pengalaman estetik. (Jerrold. 2003:8)

Sementara itu bagi perempuan muslim Indonesia, penggunaan cadar sekarang ini bukan sekedar caraberbusana. Ia merupakan bentuk dari ekspresi identitas keagamaan. Karena itu perdebatan tentang pemakaian cadar di kalangan muslim Indonesia muncul terkait dengan perbedaan pemahaman dalamberagama dan sekaligus terkait dengan kesesuaian cara berpakaian demikian dalam konteks Indonesia. Menanggapi peristiwa itu tersebut, Robertus mengatakan soal penggunaan cadar sendiri masih menjadi hal yang pro dan kontra. Di satu sisi, adalah hal kontra terkait keamanan dan di sisi lain yang pro karena menyangkut hak perempuan dalam berbusana serta bagian dari kelompok kebudayaan yang harus dilindungi.

(<https://www.cnnindonesia.com/nasional/20180516184721-20-298757/sosiolog-khawatir-stigma-perempuan-bercadar-usai-aksi-teror>, di akses pada 10 Januari 2019).

2.4. Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi sosial yang populer dalam kalangan pengguna telepon pintar (Smartphone). Nama Instagram diambil dari kata

„Insta“ yang asalnya „Instan“ dan „gram“ dari kata „telegram“. Jadi Instagram merupakan gabungan dari kata Instan-Telegram. Dari penggunaan kata tersebut dapat diartikan sebagai aplikasi untuk mengirimkan informasi dengan cepat, yakni dalam bentuk foto yang berupa mengelola foto, mengedit foto, dan berbagi (Share) ke jejaring sosial yang lain.

Welcome To Instagram, merupakan kalimat pembuka yang ditulis oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger di blog resminya pada 6 Oktober 2010, yang menandai lahirnya aplikasi photo sharing revolusioner Instagram. Di startup yang didirikannya yaitu perusahaan Burbn, inc. Kevin Systrom dan Mike Krieger bekerja keras untuk mewujudkan layanan jejaring sosial berbasis fotografi sesuai impiannya. Steve Jobs pendiri (Apple), Bill Gates pendiri (Microsoft), Mark Zuckerberg pendiri (Facebook), Matt Mullenweg pendiri (Wordpress), google dan sebagainya adalah para inovator teknologi kelas dunia yang telah mengembangkan produk revolusioner sejak usia muda (Atmoko, 2012:10).

Kevin adalah sarjana lulusan Stanfrod University pada tahun 2006 dengan jurusan Management Science & Engineering. Kevin mulai mengenal startup sejak magang di Odeo yang kemudian bernama Twitter. Dua tahun setelah itu, kevin bekerja di google yang mengerjakan gmail, google reader, dan lainnya termasuk tim Corporate Development. Setelah keluar dari google, Kevin bekerja di perusahaan Nextstop, ditempatkan di bagian pemasaran dan melakukan banyak hal mengenai engineering. Kevin kemudian membangun sebuah prototipe dari ide HTML dan menyerahkannya kepada beberapa teman.

Dalam waktu dua minggu Mike Krieger masuk ke dalam tim Burn. Karena passion Kevin di bidang fotografi, ternyata tren pengguna Burn lebih banyak memanfaatkan fitur photo sharing dibandingkan fitur lainnya. Akhirnya yang tersisa adalah sebuah prototipe aplikasi photo sharing (Atmoko, 2012:7)

Instagram membutuhkan proses sekitar satu minggu untuk mencari nama baru yang sesuai dengan semangat dari aplikasi tersebut. Kevin dan Mike mengombinasikan aspek “right here right now” dengan ide merekam sesuatu dalam kehidupan pengguna. Karakteristik lain yang dibutuhkan adalah nama tersebut harus dieja dengan mudah oleh semua orang. Maka, ditemukanlah nama Instagram.

Terdapat tiga hal yang menjadi dasar Kevin dan Mike mengembangkan aplikasi ini. Pertama, foto mobile terlihat kurang memuaskan. Meskipun jumlah megapiksel pada kamere ponsel terus naik, kebanyakan foto mobile tidak memiliki mood dan tone, Instagram berupaya untuk mengubahnya dengan cara sederhana untuk foto menggunakan beberapa preset filter hanya dengan satu klik. Salah satu yang dijadikan ciri khas adalah membuat efek filter, pembuatan filter ini merupakan kombinasi dari banyak metode yang berbeda. Kedua, kesulitan untuk berbagai kesemua teman-teman, IG (Instagram) kemudian membuat cara yang sangat sederhana untuk berbagai foto tidak hanya dengan pengikutnya dalam komunitas Instagram, tetapi juga dengan Facebook, Twitter, Flickr, dan Tumblr. Semuanya hanya dengan satu klik. Ketiga, butuh waktu yang sangat lama untuk upload foto dan melihatnya pun sangat lambat, Instagram berupaya membuat pengalaman mengunggah,

berbagi, dan melihat foto sehalus dan secepat mungkin dengan perangkat iPhone terbaru atau yang lama sekalipun. Karakteristik berikutnya adalah menciptakan format tampilan foto. Foto persegi dipilih karena sangat baik ketika ditampilkan dalam format feed. Saat pembuatan aplikasi ini, Kevin dan Mike berfokus hanya di iPhone.

(<https://tekno.kompas.com/read/2018/10/06/10512437/hari-ini-dalam-sejarah-aplikasi-instagram-dirilis>, diakses pada 27 Januari 2019)

Instagram resmi lahir dan dirilis untuk platform iOS pada tanggal 6 Oktober 2010. Sebanyak 25 ribu pengguna berhasil terjaring untuk mendaftar di hari pertama. Pada tanggal 13 Oktober 2010 pengguna mencapai 100 ribu, pada tanggal 21 Desember 2010 Instagram mencapai 1 juta pengguna, kemudian Instagram mengeluarkan fitur hashtag atau tagar pada tanggal 27 Januari 2011 agar memudahkan pengguna untuk menemukan foto dan pengguna lainnya, pengguna bertambah menjadi 1,75 juta pada tanggal 02 Februari 2011 dan foto-foto Instagram mendapatkan like sebanyak 78 juta dan tanggal 15 Februari mencapai 2 juta. Pada tanggal 12 Juli dalam waktu 8 bulan telah berhasil memiliki 5 juta pengguna dan 100 juta foto yang diunggah di Instagram. Dibandingkan dengan Flickr yang perlu waktu 2 tahun untuk mencapai rekor ini. Instagram merilis versi 2.0 pada tanggal 20 September 2011 dengan fitur yang live filter, instan tilt shift dan resolusi tinggi.

Instagram memiliki lima fitur utama yang terdapat dibawah tampilan beranda, diantaranya:

1. Home Page

Home page adalah halaman utama yang menampilkan (timeline) foto-foto terbaru dari sesama pengguna yang telah diikuti. Deret yang terlampir untuk kolom foto terdiri dari tiga kolom gambar mendatar.

2. Comments

Sebagai layanan jejaring sosial Instagram menyediakan fitur komentar, foto-foto yang ada di Instagram dapat dikomentari di kolom komentar.

3. Explore

Explore merupakan tampilan dari foto-foto populer yang paling banyak disukai para pengguna Instagram. Instagram menggunakan algoritma rahasia untuk menentukan foto mana yang dimasukkan ke dalam explore feed.

4. Profil

Profil pengguna dapat mengetahui secara detail mengenai informasi pengguna, baik itu dari pengguna maupun sesama pengguna yang lainnya. Didalamnya terdapat biodata yang pengguna yang berupa tulisan yang dapat diisi sesuai kebutuhan masing-masing individu.

5. New Feed

New feed merupakan fitur yang menampilkan notifikasi terhadap berbagai aktivitas yang dilakukan oleh pengguna Instagram. News feed

memiliki dua jenis tab yaitu “Following” dan “News”. Tab “following” menampilkan aktivitas terbaru pada user yang telah pengguna follow, maka tab “news” menampilkan notifikasi terbaru terhadap aktivitas para pengguna Instagram terhadap foto pengguna, memberikan komentar atau follow maka pemberitahuan tersebut akan muncul di tab ini.

2.5. Selebgram Perempuan Bercadar

Media social Instagram menjadi salah satu media social yang memiliki sebutan khusus untuk para penggunanya yang memiliki jumlah penggemar atau followers yang tinggi karena isi dari unggahan baik foto atau video yang dianggap sebagian orang menarik. Selebgram merupakan susunan dua kata yang terdiri dari “Selebritis” dan Instagram atau disingkat dengan selebgram. Nama selebgram mulai akrab dikalangan pengguna instagram setelah banyak dipakai oleh media-media baik elektronik atau online dalam membuat sebuah pemberitaan.

Selebgram adalah julukan bagi seorang pemilik akun dengan jumlah pengikut diatas rata-rata pengguna lain atau yang sering kita dengar sebagai seorang *influencer*. Influencer adalah orang-orang yang memiliki followers atau audience dengan jumlah yang tinggi dan memiliki pengaruh yang kuat terhadap followers seperti selebgram, youtuber, dan blogger.

Akun pribadi yang mendapatkan julukan selebgram tidak semata-mata dilihat dari jumlah followers yang tinggi, tapi juga kegiatan pemilik akun yang aktif seputar kegiatan selebritis yang orang umum pahami yaitu promosi iklan

atau orang lebih akrab dengan sebutan *endorse*. Pemilik akun yang memiliki pengikut dengan jumlah tinggi biasanya akan mulai banyak muncul tawaran untuk melakukan kegiatan iklan di akun pribadinya. Pengiklan seperti online shop banyak menasar selebritis Instagram untuk mengiklankan barangnya karena lebih tepat sasaran dan harga atau budget yang lebih ekonomis. Dua hal ini yang menjadi tolak ukur sebuah akun mampu disebut dengan selebgram. Terdapat banyak jenis kategori selebgram saat ini, seperti selebgram anak, foodies, designer, dancer, atau hijab *stylish*/ cadar.

Menurut Oddie Randa, CEO Gushcloud Marketing Group menjelaskan bahwa istilah selebgram atau mereka yang digolongkan sebagai seorang influencer dilihat dari jumlah followers yang dimiliki. Pemilik akun dengan follower di atas sepuluh ribu sudah dapat digolongkan sebagai influencer. Kategori seorang influencer dibagi menjadi dua golongan. Pertama adalah nano influencer dengan jumlah follower dibawah dua puluh ribu. Kedua adalah micro influencer, dengan jumlah follower 20.000 – 100.000. sedangkan akun instagram dengan jumlah diatas 100.000 follower sudah dikategorikan sebagai premium influencer atau masuk dalam kategori “selebritis”.

(<https://wolipop.detik.com/worklife/d-4526297/mengenal-jenis-jenis-influencer-berdasarkan-jumlah-followers>, diakses pada 2 Mei 2019).

2.6. Deskripsi Unggahan Foto Akun Selebgram Bercadar

Kehadiran Instagram yang marak digunakan oleh masyarakat Indonesia ini juga membuka banyak kategori selebgram menjadi kelompok-kelompok yang

berbeda, seperti selebgram anak, foodies, designer, dancer, singer, dan hijab stylish/ cadar.

Kehadiran selebgram perempuan bercadar saat ini, memunculkan pandangan baru yang bertolak belakang dengan isi, pemberitaan, dan stigma yang melekat dengan perempuan bercadar sebelumnya. Belum tahu pasti siapa diantara bnayaknya selebgram perempuan bercadar yang sekarang muncul di Instagram, namun dari sekian banyannya akun Instagram perempuan bercadar, akun milik @ressarere @nurholilah, dan @wardahmaulina. Masing-masing akun selebgram ini dipilih atas dasar jumlah followers, interaksi dan aktivitas yang tinggi.

Pertama yang akan ditampilkan dating dari akun Instagram milik Wardah Mualina (@wardahmaulina), adalah seorang perempuan yang berpenampilan syar'I lengkap dengan penutup wajah atau yang disebut dengan cadar. Istri dari seorang vokalis band sekaligus penulis buku cinta yang tak biasa ini viral setelah memutuskan untuk menikah di usianya yang masih muda tanpa proses pacaran seperti anak muda saat ini. Akun wardah yang aktif menampilkan kegiatan endorse dan kehidupan bersama dengan pasangan.

Kedua datang dari akun Instagram milik Ressa Rere (@ressarere), merupakan seorang actries dari film Tausiyah Cinta dan aktif menjadi seorang pembicara ini merupakan ibu dari dua orang anakyang aktif menggunakan instagram. Muncul di bulan Oktober tahun 2014 dengan tampilan awal sebagai seorang perempaun yang menggunakan pakaian syar'I kemudian memutuskan

untuk mengenakan cadar dalam kehidupan sehari-hari, saat ini telah memiliki lebih dari 559.000 followers. Dalam akun Instagram miliknya, Ressa cenderung lebih banyak membagikan kehidupan secara lebih romantis bersama suami dan anak-anaknya. Bahkan banyak diantaranya memperlihatkan kedekatan antar suami dengan istri dihadapan *followers*.

Ketiga merupakan akun Instagram milik Nurholilah (@nurholilah), datang dari latar belakang orang yang biasa, dalam artian belum populer sebelum membuka akun Instagram. Perempuan yang telah menggunakan Instagram sejak tahun 2016 ini berangkat dari seorang mahasiswa biasa yang aktif dalam kegiatan organisasi ke-Islaman. Mengangkat nama Lillah dalam sebutan Selebgram dengan jumlah pengikut diatas 195.000 followers. Dalam akun milik Lillah, banyak dari sederet kegiatan yang diunggah baik dalam bentuk foto atau video merupakan kegiatan yang dilakukan bersama teman-teman atau keluarga. Dari sisi kegiatan yang ditampilkan banyak diantaranya berusaha menunjukkan aktivitas yang tidak ada batas ketika menggunakan pakaian yang disertai dengan cadar. Meski demikian, banyak juga diantara *followers* nya yang mengomentari hal tersebut sebagai hal yang tidak sesuai. Bagaimana tampilan seorang perempuan bercadar saat ini seperti tidak ada batasan selayaknya perempuan pada umumnya baik yang menggunakan hijab.