

## **Representasi selebriti mikro bercadar di media sosial**

**Sinta Lestari\***

Department of Communication Studies, Universitas Indonesia

### **Abstract**

Social media has become a new space for users, one of whom is a veiled woman through user-generated content. For micro-celebrities, the representation of the veil is part of a Muslim's identity, which influences its development. The study aims to explore how micro-celebrity representations with veils on social media display their identities. The study used descriptive qualitative methods using analytical units in the form of photo posts, videos, and narrative captions. The study will analyze the semiotics of Charles Sanders Peirce's model. The results showed that covert micro-celebrity representations on social media used Peirce's analysis through three things, including: first, at the sign or ground level, this suggests that social media is capable of being an alternative medium of communication. Secondly, at the object level, it indicates that female micro-celebrities with veils engage in productive activities. Third, at the interpretant level, it provides an overall picture that micro-celebrity representations in veiled women have an identity background in wearing clothing as a religious background integrated with fundamental characteristics.

### **Article History**

*Received 08 Mar 2022*

*Revised 18 Apr 2022*

*Accepted 27 May 2022*

*Published 13 Jun 2022*

### **Keywords**

*representation, micro celebrity, cadar, social media*

### **How to cite:**

Lestari, S. (2022). Representasi selebriti mikro bercadar di media sosial. *Islamic Communication Journal*, 7 (1), 53-76. <https://doi.org/10.21580/icj.2022.7.1.10991>.

**\*Corresponding author:** Sinta Lestari (Sinta.lestari01@ui.ac.id), Department of Communication Studies, Universitas Indonesia, Kampus UI Salemba, Jl. Salemba Raya 4 Jakarta 10430.

### **Abstrak**

Media sosial telah menjadi ruang baru bagi pengguna, salah satunya perempuan bercadar melalui konten buatan pengguna. Bagi selebriti mikro, representasi cadar merupakan bagian dari identitas seorang Muslim, yang mempengaruhi perkembangannya. Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi bagaimana representasi selebriti mikro bercadar di media sosial dalam menampilkan identitas dirinya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan menggunakan unit analisis berupa, postingan foto, video, dan narasi caption. Penelitian ini akan menganalisis dengan semiotika model Charles Sanders Peirce. Hasil menunjukkan bahwa representasi selebriti mikro bercadar di media sosial menggunakan analisis Peirce melalui tiga hal, yaitu: *pertama*, pada level tanda atau *ground* menunjukkan bahwa media sosial mampu menjadi media komunikasi alternatif. *Kedua*, pada level obyek menunjukkan bahwa selebriti mikro perempuan bercadar terlibat pada kegiatan produktif. *Ketiga*, pada level *interpretan* memberikan gambaran secara keseluruhan bahwa representasi selebriti mikro perempuan bercadar memiliki latar belakang identitas dalam mengenakan pakaian sebagai latar belakang agama diintegrasikan dengan sifat fundamental.

### **Kata Kunci**

*representasi, selebriti mikro, cadar, media sosial*

### **PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi komunikasi melalui *new media* cukup mempengaruhi aspek kehidupan bermasyarakat. Media memainkan peran penting dalam tatanan kehidupan, baik itu dari aspek ekonomi, politik, sosial, agama, hingga budaya. (Maghfirah, 2020). Saat ini telah memasuki abad pasca informasi. Abad pasca informasi ditandai oleh semakin kecilnya khalayak media (*narrowcasting*) dan permintaan informasi semakin bersifat sangat individual (Croteau et al., 2009). Dalam *new media* kita mendapati bukan hanya informasi yang menyebarkan semangat spiritualitas, tetapi berbagai aspek lainnya (Rianto, 2016). Kehadiran media sosial sebagai *new media* dengan sifatnya yang lebih dinamis, memberikan ruang gerak lahirnya berbagai produk konten yang beragam dan lebih spesifik, termasuk munculnya materi-materi konten yang selayaknya dinikmati oleh khalayak tertentu (Ramsey & Horan, 2018).

Dalam dunia *cyber* yang saling terhubung melalui internet, identitas individu tampaknya, mendapatkan ruang yang jauh lebih kuat dibandingkan pada dunia nyata. Di internet, individu lebih bebas dalam mengakses dan memproduksi pesan dalam

media. Konten-konten yang dihasilkan bisa sangat beragam dan terbuka, karena sifat internet menyediakan ruang bagi siapapun untuk menciptakan pesan (Chen & Chua, 2020). Media sosial menjadi ruang untuk menyediakan arena baru, salah satunya bagi wanita bercadar melalui konten buatan pengguna (Ramsey & Horan, 2018).

Cadar yang dikenakan oleh beberapa perempuan Muslim telah menjadi simbol agama yang kuat (Pearce et al., 2008). Tidak hanya dibutuhkan untuk perlindungan cuaca, tetapi juga cadar diakui sebagai sumber ekspresi identitas diri dan representasi budaya. Hal ini membuat perdebatan tentang pemakaian cadar di kalangan perempuan Muslim, khususnya di Indonesia, mendapat perbedaan pemahaman (Rahman & Syafiq, 2017) dan menjadi subyek debat publik Keberadaan perempuan bercadar menjadi sejarah panjang sebuah identitas yang melekat pada perempuan muslim (Fredette, 2015). Banyaknya representasi Muslim di media yang menghubungkan cadar dengan ekstremisme agama, penyimpangan sosial dan fundamentalis Islam (Hebbani & Wills, 2012). Penggambaran tersebut memunculkan stigma terhadap perempuan cadar yang dipandang sama radikalnya dengan pelaku kelompok Islam tertentu (Mythen et al., 2009).

Dampaknya, perempuan bercadar mengalami diskriminasi ganda, banyak sektor di berbagai pekerjaan modern yang masih menganggap cadar penghalang untuk modernisasi dan kemajuan (Al-Balghiti, 2012). Meskipun, media tidak secara tepat menentukan apa yang dipikirkan. Namun, media memainkan peran dalam menggambarkan identitas kelompok yang berada di dalam atau di luar kolektif (Bullock & Jaffri, 2000). Cadar dilihat sebagai simbol kelompok Islam tertentu (Tissot, 2011). Representasi media tentang cadar ini kemudian mengalami transformasi, khususnya di media sosial (Hebbani & Wills, 2012).

Media sosial menjadi salah satu saluran *niqabis* (sebutan bagi pengguna cadar) untuk mencitrakan diri kepada publik. Instagram, menjadi *platform* digital yang banyak digunakan untuk menampilkan diri mereka ketika bercadar. Foto diri yang diunggah dan tagar atau narasi penanda yang mereka gunakan menunjukkan bagaimana juga menunjukkan upaya pencitraan tersebut. Tagar yang paling banyak digunakan dengan kata kunci “niqab” adalah *#niqabstyle* dengan unggahan mencapai lebih dari 443.000, *#niqabbutterfly* sejumlah 263.000 unggahan, dan *#niqabcantik* yang digunakan oleh 23.000 foto (Andaya, 2006).

Van Dijk (2015) memaparkan bahwa media sosial adalah *platform* media yang menghususkan pada eksistensi pengguna dan memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) *online* yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebuah ikatan sosial. Kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi diantara individu (*to be share one-to-one*) dan media publik untuk

berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu (Nasrullah, 2015). Adanya media sosial memungkinkan manusia melakukan beragam aktivitas secara dua arah seperti kolaborasi, bertukar informasi, perkenalan secara visual, tulisan, maupun audio visual. Tiga hal yang mengawali media sosial antara lain, *connecting*, *sharing*, dan *collaborating* (Puntoadi, 2011).

Di Indonesia, praktik penggunaan cadar semakin menjamur di kalangan modernitas anak muda dengan menjalani gaya hidup Islami (Mandaville, 2007; Wiktorowicz, 2006). Sehingga, menunjukkan bahwa adanya ranah media sosial menawarkan kesempatan keterlibatan perempuan dengan cadar, karena Internet menyediakan ruang intim dan sah untuk berinteraksi (Nisa, 2013). Meskipun cadar sering dianggap simbol fanatisme agama yang memberikan pandangan negatif (Amrullah, 2008; Smith H, 2007). Namun, seiring perkembangannya dalam mode Islami dan media online, memungkinkan kesempatan perempuan Muslim menampilkan diri secara visual dengan menggunakan balutan kait yang menutupi muka dan hanya menyisakan kedua mata (Rebecca, 2017).

Penggunaan cadar dan keterlibatan selebriti mikro atau yang sering disebut sebagai influencer merupakan jenis *micro-celebrity* melalui gaya dan yang dipertunjukkan secara online di mana individu berusaha untuk mendapatkan perhatian dan popularitas dengan menggunakan teknologi media digital, seperti video, blog dan media sosial (Senft, 2008). Selain itu, bagi *micro-celebrity*, postur tubuh memainkan peran penting dalam *selfie*. Mengunggah representasi diri ke media sosial merupakan bentuk kesesuaian dengan resep heteronormatif tentang daya tarik dan feminitas (Duffy, 2017).

Bahkan, Fenomena cadar hadir seiring dengan masifnya pertumbuhan muslim urban di Indonesia. Muslim urban sendiri adalah kelompok masyarakat perkotaan menengah yang sedang bertumbuh semangat religiusitasnya dan berusaha sebisa mungkin mengadopsi yang mereka yakini sebagai nilai-nilai keIslaman dalam kesehariannya. Beragam simbolisasinya, seperti berbagai produk berlabel halal atau syariah guna menunjang *halal lifestyle*, kajian keagamaan di dunia maya, dan tentu saja penggunaan cadar yang kian berlipat dari tahun ke tahun (Saputro, 2018). Untuk menunjukkan identitas tersebut, kelompok muslim urban percaya akan seruan kembali ke kantong budaya (*enclave*, yaitu metafora untuk puritanisme yang menolak modernitas. Kemudian, mereka akan membangun tembok moralitas (*wall of virtue*) berdasar nilai dan perilaku khas (Scott & Emmanuel, 2003).

Dalam hal ini, penggunaan cadar bagi selebriti mikro tidak menutupi sisi praktik mode dan kecantikan, pencahayaan dan postur yang tepat, dan penggunaan aplikasi penyempurnaan gambar dan pengeditan foto yang pada gilirannya memaksimalkan

jumlah *like* dan *comment* pada postingan dan memperhitungkan perhatian dan potensi monetisasi. Melalui busana Islami, penggunaan cadar mampu mematahkan stereotip publik tentang Islam, perempuan, integrasi sosial dan tabir yang sering tenggelam dalam perdebatan publik (Moors & Tarlo, 2013). Dengan kata lain, cadar kini telah memanfaatkan media sosial secara strategis untuk mengungkap ekspresi identitas diri pada perempuan (Nisa, 2016).

Representasi cadar merupakan bagian dari identitas seorang Muslim, yang kemudian mempengaruhi pengembangannya. Sistem pengetahuan dibangun oleh konteks sosial yang membantu memahami dunia di sekitar kita (Duveen, 2001). Dalam hal ini, representasi adalah mendeskripsikan atau menggambarkan sesuatu hal. Representasi juga berarti melambangkan, memperjuangkan, menjadi spesimen atau menggantikan (Long & wall, 2012). Proses di mana para anggota sebuah budaya menggunakan bahasa untuk memproduksi makna (Winarni, 2009; Stuart, 1997). Sementara, identitas bukan semata kesadaran, melainkan juga ketidaksadaran. Di kehidupan modern, identitas menjadi penting untuk menjaga eksistensi di tengah interaksi yang sudah melewati batas (Hoed, 2011).

Dalam *cultural studies*, representasi dan identitas adalah konsep kunci dalam penelitian budaya. Kedua konsep tersebut dapat menghasilkan suatu ideologi dalam melihat fenomena budaya. Kebudayaan dapat didefinisikan dalam berbagai konteks. Kebudayaan menyangkut berbagai makna yang sama dalam suatu kelompok. Makna tersebut diproduksi dan dipertukarkan dalam suatu kelompok masyarakat yang dapat direpresentasikan. Dalam proses produksi makna, representasi merupakan hal yang utama. Representasi menjadi hal yang penting dalam menghubungkan makna (arti) dengan budaya. Representasi berarti menyatakan sesuatu atau menggambarkan dunia yang penuh arti kepada orang lain (Stuart, 1997).

Istilah representasi merujuk pada penggambaran. Kata tersebut tidak hanya tentang penampilan dipermukaan. Kata tersebut juga menyangkut makna-makna yang dikaitkan dengan penampilan yang dikonstruksi. Permukaan representasi terhadap masyarakat melalui kelompok-kelompok terdapat dalam penampilan dan perilaku yang digambarkan. Memahami permukaan ini membawa kita kepada makna-makna tentang representasi. Area-area dominan dalam makna berkaitan dengan mitos-mitos kebudayaan dan pandangan kelompok itu tentang kekuasaan (Burton, 2012).

Jean Baudrillard menjelaskan kompleksitas relasi antara tanda, citra, dan realitas. Pertama, sebuah citra dikatakan merupakan refleksi dari realitas, yang di dalamnya sebuah tanda merepresentasikan realitas (*representation*). Kedua, citra menopengi dan memutar balik realitas, seperti yang terdapat pada kejahatan (*malefice*). Ketiga, citra menopengi ketiadaan realitas, seperti yang terdapat pada ilmu sihir (*sorcery*). Keempat, citra tidak berkaitan dengan realitas apapun, disebabkan citra

merupakan simulakrum dirinya sendiri (*pure simulacrum*), yang prosesnya disebut simulasi (Piliang, 2010).

Representasi adalah bagaimana realitas atau objek tersebut ditampilkan. Menurut John Fiske dalam Eriyanto, proses representasi ada tiga level, di antaranya. Level pertama peristiwa yang ditandakan (*encode*) sebagai realitas. Bagaimana peristiwa tersebut dikonstruksi sebagai realitas oleh Media. Level kedua, ketika memandang sesuatu sebagai realitas, hal ini berkaitan dengan bagaimana realitas itu digambarkan. Level ketiga, bagaimana peristiwa tersebut diorganisir ke dalam konvensi-konvensi yang diterima secara ideologis. Bagaimana kode-kode representasi dihubungkan dan diorganisasikan ke dalam koherensi sosial seperti kelas sosial, atau kepercayaan dominan yang ada di dalam masyarakat (Fiske dalam Eriyanto, 2001).

Selain itu, Konsep sebuah teks bukan hanya mengacu pada kata-kata tertulis, melainkan semua praktik yang mengacu kepada makna (*to signify*). Oleh karena itu, identitas tidak hanya dipaksakan atau dianggap diturunkan; tetapi identitas juga tentang negosiasi, koneksi, imajinasi, dan perlawanan (Hall, 1991). Keragaman dan transformasi yang sedang berlangsung dalam budaya menjadi sulit untuk dibicarakan, dengan sangat bermakna (Howarth, 2009a). Namun, seperti yang ditunjukkan oleh literatur (Martin & Nakayama, 2005), jelas ada berbagai praktik budaya, bentuk identitas, pribadi, kelompok sosial, dan hubungan kekuasaan yang menyebabkan berbagai bentuk komunikasi. Penyebaran representasi dalam identitas yang lebih positif atau emansipatoris untuk kelompok minoritas, tetapi juga penting untuk membangun identitas di ruang publik (Husband, 1998; Couldry & Dreher, 2007; Budarick & Han, 2013).

Dalam hal ini, dilakukan oleh kelompok yang menyebarkan representasi dengan memiliki kekuatan sosial yang terbatas untuk menantang penggambaran tersebut (Moloney, 2007). Studi komunikasi, teks dan kebudayaan merupakan dua hal yang berkaitan. Metode ini disebut dengan semiotika, dimana komunikasi dimaknai sebagai sebuah pesan antara tanda dan makna. Semiotika mendefinisikan interaksi sosial sebagai sesuatu yang membentuk individu dalam anggota dari suatu budaya atau masyarakat tertentu. Pesan diasumsikan sebagai suatu konstruksi tanda yang, melalui interaksinya dengan penerima, serta menghasilkan makna (Fiske, 2011).

Melihat kasus yang berkaitan dengan selebriti mikro 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 dan hanya menyisakan sebagian mata, yaitu cadar dipandang sebagai tanda yang dimaknai serentak dalam

masyarakat. Dengan mempertimbangkan argumen tersebut, penelitian ini mengeksplorasi bagaimana representasi selebriti mikro bercadar di media sosial dalam menampilkan identitas dirinya.

## **KAJIAN PUSTAKA**

Tinjauan pustaka sangat penting dilakukan bagi peneliti guna memperoleh bahan acuan untuk mengembangkan penelitian. Hasil penelusuran peneliti terkait dengan representasi identitas perempuan bercadar di media sosial dari berbagai karya ilmiah sebagai bahan pertimbangan dan referensi bagi peneliti, adapun tinjauan pustaka dalam penelitian ini diantaranya:

*Pertama*, penelitian *“How do Muslim women who wear the niqab interact with others online? A case study of a profile on a photo-sharing website”* (Piella, 2016). Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis yaitu menggambarkan bagaimana perempuan bercadar dalam mengidentifikasi diri wanita yang memakai cadar, karena mereka kemudian mampu menciptakan ruang yang aman di media sosial untuk apresiasi dan diskusi positif tentang cadar. Di sinilah mereka mampu menolak wacana dominan tentang cadar dan Islam, dan membangun wacana mereka sendiri sebagai bagian dari ekspresi religiusitas. Selain itu perbedaannya adalah penelitian ini cenderung mengidentifikasi bagaimana kesenjangan dalam literatur yang ada tentang perempuan yang mengenakan cadar dan representasi mereka di media konvensional. Sementara, penelitian yang dilakukan oleh penulis dalam artikel ini menggambarkan representasi diri perempuan bercadar dalam bentuk potret diri yang dimunculkan melalui media baru dan menunjukkan berbagai cara positif di mana potret diri ini diterima oleh audien.

*Kedua*, penelitian yang berjudul *“Cadar, Media dan Identitas Perempuan Muslim”* (Ratri, 2011). Persamaan penelitian ini mengeksplorasi tentang wanita yang mengenakan cadar yang diasosiasikan terhadap kelompok Islam ekstrem, dan memiliki kecanggungan dalam berkomunikasi di masyarakat. Hal ini yang dikonstruksikan oleh media. Perbedaannya penelitian ini cenderung menggambarkan perempuan bercadar dalam konteks budaya Indonesia dan representasi yang dilakukan adalah media tradisional. Sementara, penelitian yang penulis lakukan adalah representasi perempuan bercadar, khususnya selebriti mikro yang memiliki banyak pengikut di media sosial. Adanya selebriti mikro pengguna cadar ini menandakan bahwa perempuan bercadar tidak selalu memiliki kecanggungan dalam berkomunikasi di masyarakat. Penelitian ini juga menunjukkan gambar diri perempuan bercadar dalam potret diri yang diterbitkan di media baru dan menunjukkan pemilihan cadar bagi perempuan merupakan pilihan bagi mereka.

*Ketiga*, penelitian yang berjudul “Studi Semiotika Representasi Identitas Selebgram Perempuan Bercadar dalam Media Sosial Instagram” (Vristiandaniva and Rokhmad, 2019). Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu penelitian yang gambaran dalam bentuk deskripsi representasi selebriti mikro perempuan bercadar dengan menampilkan identitas dirinya dalam bentuk simbol-simbol melalui media sosial Instagram. Perbedaannya adalah penelitian ini menggunakan pendekatan kritis dengan analisis semiotika. Sementara, penelitian yang dilakukan penulis menganalisis dengan pendekatan konstruktivisme dengan menambah temuan pada unsur makna mengenai identitas perempuan bercadar yang menambah pembahasan yang lebih luas.

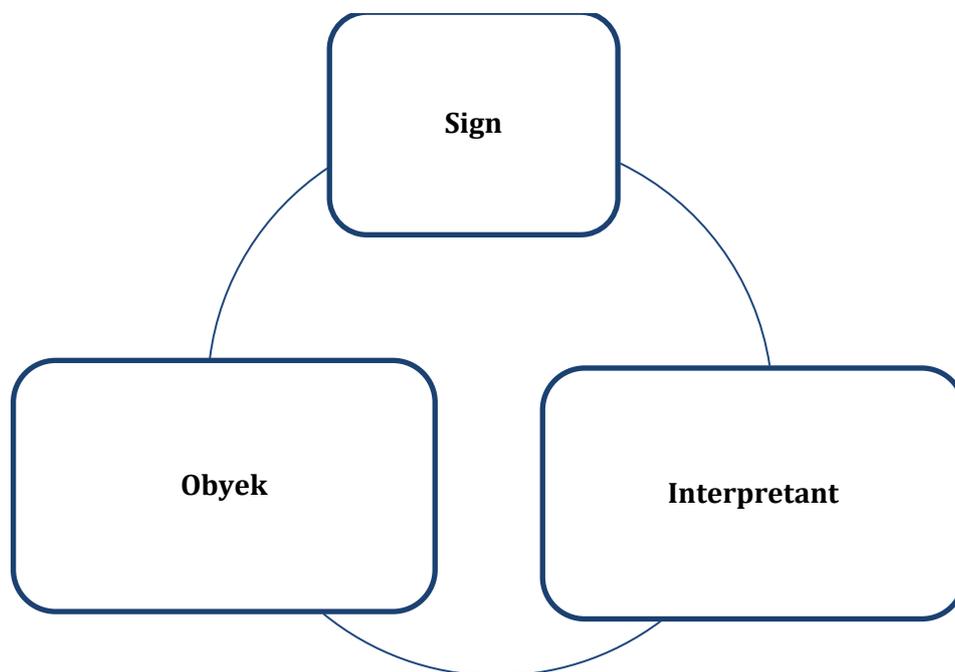
## **METODE**

Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Hal ini selaras dengan tujuan penelitian untuk mendeskripsikan hasil penelitian berupa bentuk tulisan kata atau kalimat. 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*).

Dalam mengumpulkan data kualitatif dengan baik dapat dilakukan dengan mengikuti prosedur penelitian (Yusuf, 2017). Penelitian ini menggunakan prosedur paradigma konstruktivis yang memungkinkan peneliti lebih dalam memahami ranah kehidupan sosial melalui cara dan pemahaman dalam memandang realitas sosial secara utuh, kompleks, dinamis, penuh makna dan hubungan gejala interaktif (*reciprocal*). Creswell (2009) memaparkan bahwa paradigma konstruktivis adalah sebuah perspektif dan biasanya digunakan dalam penelitian kualitatif. Unit analisis data dalam penelitian ini terdiri dari subyek penelitian adalah tiga akun selebriti mikro perempuan bercadar dalam media sosial, diantaranya @wardahmaulina\_, @intansurullah22 dan akun @unialfi. Unit analisis pada penelitian ini berupa beberapa postingan foto, video, dan narasi *caption* yang terdapat dalam ketiga akun selebriti mikro bercadar.

Adapun sumber data penelitian ini dibagi menjadi dua, yakni data primer dan sekunder. Pertama, pada data primer, penelitian ini didapatkan dari sumber pertama yaitu media sosial selebriti mikro bercadar. Kedua, data sekunder, penelitian ini menggunakan data sekunder berupa data tambahan yang diperoleh dari buku, artikel, jurnal, maupun sumber lainnya yang diharapkan menjadi bahan penunjang atau pendukung.

Teknik analisis data dalam penelitian ini yaitu peneliti melakukan pengamatan pada tiga akun instagram selebriti mikro bercadar. Dari ketiga akun Instagram kemudian peneliti akan menganalisis dan mencoba mendeskripsikan aspek selebriti mikro bercadar dengan menggunakan semiotika model Charles Sanders Pierce. Pierce berpendapat bahwa tanda adalah sesuatu yang berdiri dalam beberapa hal lainnya atau kapasitas yang digunakan agar tanda bisa berfungsi, oleh Pierce disebut sebagai *ground*. Dengan konsekuensi tanda (*sign atau representament*) harus ada pada hubungan triadik, yakni tanda, objek, dan interpretan (Sobur, 2009). Gambar 1 merupakan segitiga makna Charles Sanders Pierce.



**Gambar 1. Triangle Meaning Charles Sanders Pierce**

Selain itu, 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 konsensus, tetapi media mereproduksi dan memapankan definisi dari situasi yang mendukung dan melegitimasi suatu struktur, mendukung sebuah tindakan.

## **HASIL DAN DISKUSI**

Penelitian representasi selebriti mikro perempuan bercadar dalam media sosial instagram dilakukan pembahasan oleh peneliti dengan cara menguraikan keterkaitan antara teori maupun konsep dengan hasil penelitian yang telah dilakukan melalui

pendekatan semiotik sehingga diharapkan mampu menemukan makna-makna dan ide-ide yang terkandung dalam akun selebriti mikro perempuan bercadar. Penelitian ini menggunakan teori representasi sebagai teori utama untuk mempermudah dalam mengevaluasi mengenai berbagai nilai dan melihat sebuah makna pakaian seorang perempuan muslim lengkap dengan cadar sebagai identitas mereka.

### Representasi Perempuan Bercadar di Media Sosial

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari tiga akun perempuan bercadar yaitu @wardahmaulina\_, @intansurullah22 dan akun @unialfi berada pada level selebriti mikro yang memiliki jumlah *followers* yang cukup banyak. Akun @wardahmaulina\_ memiliki followers sebanyak 2,2 juta, akun @intansurullah22 memiliki followers sebanyak 385 ribu followers, dan akun @unialfi memiliki followers sebanyak 1,1 juta. Dari jumlah followers pada ketiga akun tersebut dapat dikatakan sebagai *premium class*, sebagaimana terlihat pada gambar 2, gambar 3, dan gambar 4.



Gambar 2. Jumlah Pengikut pada Akun instagram @wardahmaulina



Gambar 3. Jumlah Pengikut pada Akun instagram @intansurullah22



Gambar 4. Jumlah Pengikut pada Akun instagram @unialfi

Dalam analisis pragmatik melalui tiga level tanda/representasi, objek, dan interpretan pada ketiga akun Instagram selebriti mikro, kebebasan seorang perempuan bercadar dalam mengekspresikan jati diri seorang perempuan muslim mengemban tanggungjawab dibalik latar belakang agama dan status hubungan. Hal tersebut membuat perempuan bercadar tidak memiliki batasan sebagai seorang muslim yang dapat melakukan berbagai aktivitas. Hal tersebut sejalan dengan unggahan foto atau video dengan isi konten kegiatan atau aktivitas sehari-hari serta pekerjaan yang dibagikan dalam akun instagram milik pribadi.

Sementara dalam analisis semiotika Pierce yang dikaitkan dengan ketiga akun selebriti mikro bercadar dapat dianalisis melalui tiga hal, diantaranya: *pertama*, pada level tanda atau *ground* menunjukkan bahwa media sosial Instagram mampu menjadi media komunikasi alternatif yang telah dimanfaatkan oleh para perempuan bercadar untuk membagi aktivitas mereka tanpa batas. Hal ini merupakan kesadaran dari pada diri masing-masing selebriti mikro yang memiliki kesulitan untuk berkomunikasi tatap muka langsung dengan banyak orang termasuk lawan jenis.

*Kedua*, pada level obyek, temuan lain menunjukkan bahwa selebriti mikro perempuan bercadar cenderung terlibat pada kegiatan-kegiatan alternatif yang mendukung berbagai kegiatan, tanpa membatasi ruang gerak menjadi perempuan produktif. Pada temuan ini, micro selebriti bercadar tidak menjadikan cadar sebagai halangan untuk melakukan aktivitas masyarakat pada umumnya. *Ketiga*, pada Level Interpretan memberikan gambaran secara keseluruhan bahwa representasi selebriti mikro perempuan bercadar yang memiliki latar belakang identitas dalam mengenakan pakaian sebagai latar belakang agama diintegrasikan dengan sifat-sifat fundamental.

Selain itu, penggunaan cadar oleh selebriti mikro dalam media sosial sebagai bentuk *fashion* yang memiliki pandangan pada segi bahasa. Pakaian atau *fashion* mempunyai peran penting dalam diri kita karena pakaian menjadi perlambang jiwa (*emblems of the soul*). Pakaian yang kita pakai bisa menampilkan pelbagai fungsi, diantaranya: pakaian bisa melindungi kita dari cuaca yang buruk atau melindungi dari cedera ketika berolahraga, pakaian juga membantu menyembunyikan bagian-bagian tertentu dari tubuh kita dan pakaian memiliki fungsi kesopanan (*modesty function*). Melewati tiga tahap realitas dan representasi yaitu level ditemukan hasil unggahan foto atau video serta *caption* milik selebriti mikro perempuan bercadar dalam level ini merupakan bagian yang terlihat jelas dan benar-benar nyata.

Setiap ekspresi dan kebutuhan manusia dalam menyampaikan pesan yang bersifat privasi mampu diperlihatkan secara terbuka di hadapan ratusan ribu orang untuk menunjukkan kebahagiaan, rasa syukur, kebanggaan, bahkan kesedihan. Kesamaan perasaan atau pemikiran antara selebriti mikro sebagai sosok yang tetap

dipandang sederhana dan memiliki akhlak yang baik, dengan followers yang mampu merasakan emosi yang sama seperti halnya sudut pandang selebriti mikro yang mendeskripsikan seorang sahabat memiliki makna yang sama antara makna yang diciptakan dengan interpretasi.

Dalam konteks perbincangan mengenai representasi identitas perempuan bercadar di Instagram awalnya, banyak media yang menghubungkan cadar dengan ekstremisme agama, penyimpangan sosial (Hebbani & Wills, 2012; Tarlo, 2005). Penggambaran tersebut memunculkan stigma terhadap perempuan cadar yang dipandang sama radikalnya. Dari perkembangan budaya, perempuan bercadar memiliki keterbatasan baru, artinya perempuan bercadar mengalami diskriminasi ganda. Akibatnya, Muslim ditampilkan sebagai manusia yang marginal.

Pada akhirnya kekuatan dan hegemoni media mempengaruhi dan mengontrol sikap masyarakat dalam memandang isu yang berkaitan dengan Muslim. Hal ini terlihat dari gambaran terlintas di benak masyarakat tentang perempuan dibatasi dan dikucilkan karena identitas gender, ras, budaya, bahkan agama mereka. Namun, stigma tersebut mulai mengalami transformasi belakangan ini, dengan adanya media sosial. Selebriti mikro perempuan bercadar yang merupakan subjek penelitian ini, ketiganya memiliki pola komunikasi sama yang ditampilkan dalam media sosial dengan latar belakang berbeda. Cermin kesederhanaan dan ketakwaan ditampilkan oleh ketiganya dengan cara yang sama, yaitu menampilkannya sebagai bentuk berbagi dan kalimat yang dapat memberikan inspirasi dan memotivasi, baik untuk dirinya sendiri, followersnya, dan khalayak banyak.

Kemudian, salah satu penanda yang merupakan representasi identitas perempuan bercadar adalah melalui tampilan yang menutup wajah. Penanda visual inilah yang menjadi makna denotatif, makna tersebut diterima secara umum sebagai simbol yang mewakili kesempurnaan perempuan dalam berpakaian. Secara konotatif dalam penanda tersebut dapat berupa makna bahwa perempuan yang menjalankan syariat Islam dan menutup aurat, tetapi masih bisa menampilkan identitas fisiknya meskipun menggunakan cadar.

Selain itu, dalam membagikan foto yang diunggah oleh ketiga selebriti mikro bercadar merupakan salah satu cara yang bisa dilakukan oleh setiap orang untuk mengabadikan moment. Momen yang melibatkan teman, sahabat, atau orang terdekat lainnya seperti keluarga adalah bagian dari seorang perempuan yang berusaha menjaga kehormatan dirinya. Dalam foto yang diunggah oleh @wardahmaulina\_ dan @intansurullah22 memperlihatkan untuk mengabadikan momen bersama teman dan keluarga.



Gambar 5. Foto Kebersamaan @intansurullah22 bersama Keluarga dan Teman



Gambar 6. Foto Kebersamaan @wardahmaulina bersama Keluarga dan Teman

Dalam postingan foto, sebagaimana terlihat pada gambar 5 dan gambar 6, memperlihatkan bahwa dengan keberadaan cadar tidak membatasi untuk melakukan aktivitas bersama keluarga dan teman. Bahkan, lingkungan sekitar dapat menerima identitas cadar yang melekat tersebut.

### **Media sosial Instagram sebagai Media Alternatif bagi Selebriti Mikro Bercadar**

Media sosial mengubah cara setiap manusia berkomunikasi, berkolaborasi, mengonsumsi, serta berkreasi. Platform media sosial pada dasarnya tidak hanya untuk komunikasi antar individu, tetapi juga untuk beberapa aspek sektor bisnis termasuk proses pengambilan keputusan (Choi et al, 2017) atau sebagai sistem pendukung keputusan berbasis pengetahuan (Chen et al., 2012 ; Ibrahim et al., 2016). Media sosial dianggap memiliki keterlibatan peran yang cukup penting dalam kehidupan sehari-hari di tengah masyarakat. Media sosial memberikan ruang interaksi yang bertujuan untuk berbagi pesan, bertukar ide, dan mengomentari setiap konten dalam komunitas dan jaringan virtual melalui akun masing-masing. Segala aktivitas yang diunggah memperlihatkan kepada khalayak dengan mudah dilakukan setiap pengguna instagram.



**Gambar 7. @wardahmaulina Melakukan Endorsement**



Gambar 8. @intansurullah22 Cover Lagu



Gambar 9. @unialfi Kurban bersama Komunitas Gerakan Indonesia tanpa Pacaran

Ketiga akun selebriti mikro bercadar milik @wardahmaulina\_, @intansurullah22 dan @unialfi sebagaimana terlihat pada gambar 7, gambar 8, dan gambar 9, memiliki kesamaan ciri dalam menampilkan identitas dirinya di media sosial Instagram dengan latar belakang kehidupan yang beragam.

*Pertama*, selebriti mikro pemilik akun @wardahmaulina\_ merupakan seorang perempuan yang sudah memiliki keluarga. Selain memberikan motivasi dan inspirasi tentang agama Islam melalui berbagai postingannya, @wardahmaulina selalu membagikan kebersamaannya dengan keluarga melalui postingan foto. Di samping itu, @wardahmaulina selalu membagikan aktivitasnya, seperti berolahraga, mengikuti pengajian, wisata ke berbagai tempat, dan aktivitas lainnya. Bahkan tidak jarang, @wardahmaulina juga memanfaatkan media sosial Instagram untuk melakukan *endorsement* pada produk tertentu.

*Kedua*, selebriti mikro pemilik akun @intansurullah22 merupakan perempuan yang menggunakan cadar yang sudah memiliki keluarga. Tidak berbeda dengan Wardah Maulina, Intan Surullah juga melakukan berbagai aktivitasnya yang diposting melalui akun Instagramnya. Selain memberikan motivasi dan inspirasi tentang agama Islam melalui berbagai postingannya, Intan Surullah juga memanfaatkan media sosial Instagram untuk berdakwah dengan menggunakan lagu-lagu yang bernuansa islami. Selain itu, adanya Instagram membuat usaha hijabnya mempunyai tempat untuk melakukan promosi secara gratis dan masif tanpa terbatas oleh ruang dan waktu.

Ketiga, pemilik akun @unialfi yang merupakan perempuan bercadar dengan memanfaatkan media sosialnya untuk melakukan berbagai aktivitas yang tidak membatasi dirinya. Melalui media sosial Instagram, pemilik akun @unialfi mempunyai kesempatan untuk berbagi cerita tentang hobi, informasi atau panduan dalam memahami nilai-nilai agama melalui sedekah dan donasi yang dipostingnya, buku, video inspiratif dan kehidupan sehari-harinya bersama sahabat serta keluarga. Selain itu, pemilik akun @unialfi memanfaatkan media sosial Instagram untuk mengkampanyekan gerakan atau komunitasnya. @unialfi mendukung dan mengkampanyekan gerakan Indonesia tanpa Pacaran. Gerakan tersebut merupakan sebuah wadah bagi masyarakat yang menolak untuk melakukan hubungan pacaran karena tidak sesuai dengan ajaran agama Islam.

Hadirnya media sosial instagram merupakan sebuah kemudahan yang ditawarkan dalam menunjang seseorang dapat tampil di depan orang banyak tanpa harus bersinggungan atau bertatap muka. Hal ini menjadi salah satu langkah kebebasan ekspresi yang dapat tersampaikan dengan fitur-fitur yang ditawarkan oleh Instagram bagi penggunaanya.

Dalam hal ini, ketiga selebriti mikro tersebut memanfaatkan media sosial Instagram sebagai bagian dari media alternatif untuk melakukan berbagai hal, mulai

dari berdakwa, melakukan aktivitas sehari-hari bersama keluarga dan teman, melakukan hobi, serta sebagai media alternatif untuk mencari rezeki dengan konsep *endorment* pada produk tertentu.

Kelebihan instagram juga sebagai media promosi memudahkan selebriti mikro bercadar dengan latar belakang seorang istri dengan status sebagai perempuan muslim menjadi tidak terbatas untuk berkreasi dan berkolaborasi dalam merancang sebuah busana muslim yang bervariasi. Selain itu, status tersebut juga tidak membatasi selebriti mikro untuk bernyanyi dengan lirik yang Islami. Dalam hal ini, berbagai produk yang mereka kembangkan mampu menarik perhatian banyak orang untuk tidak takut atau khawatir mengenakan pakaian tanpa menghilangkan esensi dari penggunaan cadar dan tujuan utamanya. Keterlibatan perempuan bercadar dalam industri kreatif menjadi bagian dari pintu rezeki dan ladang usaha yang mampu menambah keuntungan dan manfaat dalam promosi produk tertentu.

### **Identitas Selebriti Mikro Perempuan Bercadar sebagai Ideologi Dominan**

Identitas yang ditampilkan oleh ketiga akun selebriti mikro bercadar melalui media sosial instagram berusaha menolak identitas cadar yang tertutup dan sulit berinteraksi dengan berbagai hal. Perilaku yang digambarkan melalui ketiga akun selebriti mikro bercadar menampilkan berbagai perbedaan cadar yang kini menjadi modern (Utama, 2011). Ketiga akun juga mengundang banyak komentar sebagaimana terlihat pada tabel 1.

**Tabel 1. Komentar Penerimaan Khalayak terhadap Cadar oleh Selebriti Mikro di Instagram**

No	Akun	Komentar Netizen
1.	@ratnauphstn	<i>"MasyaAllah kaa.. ini bisa jadi inspirasi wedding syari kaa. Semoga kaka bisa jadi MUA ya... Aamiin"</i>
2.	@nangesti.05	<i>"Karena jika ada dan akhlak kita baik sihir halal akan muncul dengan sendirinya dari dalam hari kita, suami semakin tambah cinta dan sayang, teman-teman banyak yang sayang. Pada intinya perbaiki akhlak, dan adam, maka cantik luar dalam selalu ada..."</i>
3.	@Eyzha_	<i>"GK tau knp suka banget ootd nya kak Wafiq.."</i>
4.	@wullanzz	<i>"Love banget stylenya"</i>
5.	@makinaah	<i>"Bajunya bagus"</i>
6.	@urai_dewi	<i>"Suka gayanya kak, syar'i tetap modis"</i>
7.	@annisamutawalli	<i>"Kekuatan terbesar yang dimiliki dunia adalah generasi muda dan kecantikan seorang wanita"</i>

Komentar ositive muncul karena dianggap tidak sama dengan kebiasaan dari perempuan bercadar yang tertutup dan mempunyai kesan mengerikan yang timbul dari warna pakaian yang serba hitam. Ini kemudian membuat tradisi bercadar menjadi sebuah ideologi dominan di masyarakat. Namun, di sisi lain, dengan mengunggah foto yang menunjukkan potret dirinya dengan *caption* ajakan untuk menggunakan cadar ketiga selebriti mikro tersebut tidak jarang mendapat komentar negatif. Sebab keterbukaan melalui media sosial bagi sebagian khalayak tidak sesuai dengan penggunaan cadar dengan ajaran Islam yang mereka yakini. Ini terlihat pada tabel 2.

**Tabel 2. Komentar Negatif Representasi terhadap Perempuan Bercadar**

No.	Akun	Komentar Netizen
1.	@mummazeekee	<i>"Masih bingung sebenarnya dgn batasan tabaruj. missal pakai bedak, liptint, pensil alis dan softlens termasuk tabaruj tdk ya kak?"</i>
2.	@calonmayatsaja	<i>"Sayang banget udh berniqob tapi masih banyak bertebaran fotonya di media sosial dan menjadi model untuk promosi ini itu, @wardahmaulina_, jgn sering ya kak. Memang bagus niatnya, kadang menginspirasi, tapi..."</i>
3.	@abiyyah_clothing	<i>"Saran aja, mungkin bisa diganti slide nya dgn gambar/video pemandangan,, kita bicara larangan2 yg harus dihindari oleh wanita sementara kita menampilkan video wanita yg mana banyak dilihat oleh yg bukan mahrom, dan ini juga bagian yg dilarang, afdwan."</i>

Dari beberapa komentar, tampak visual yang terlihat perempuan dengan atribut fashion muslim yang modis, pemakaian cadar yang lebih modern dan berdandan. Secara tidak langsung, menampilkan sosok yang menunjukkan identitas agama yang dipandang tidak ekstremisme, penyimpangan sosial. Ketegasan dalam menampilkan *image* perempuan bercadar menjadi standarisasi kecantikan saat ini. Semua yang ditampilkan setiap postingan tersebut menjadi suatu identitas tersendiri, yang diasumsikan bahwa identitas merupakan salah satu unsur yang selalu membutuhkan perbaikan (Mills, 1995). Para perempuan bercadar seolah berlomba-lomba tampil semenarik mungkin sesuai dengan karakteristiknya sendiri untuk mematahkan stigma negatif cadar yang dianggap simbol kelompok ekstrem.

Sementara itu, perempuan menggunakan cadar yang dilakukan para selebriti mikro Instagram berusaha menolak identitas cadar yang dipandang sebagai sosok sulit untuk berinteraksi secara pribadi atau bisa dikatakan sebagai diri yang tertutup. Hal ini dilakukan dan dibantahkan oleh sifat dari selebriti mikro yang bisa disebut dengan

liyan. Cara pandang di sini merujuk pada tampilannya yang berbeda dari identitas cadar yang sebelumnya digunakan atau yang biasanya menjadi gambaran perempuan menggunakan cadar. Meskipun tampilan ini mengundang banyak komentar karena dianggap tidak sama dengan kebiasaan dari perempuan menggunakan cadar pada umumnya. Namun representasi cadar sebagai konsep identitas diluar homogenitas justru memperkuat ideologi itu. Hal ini kemudian direpresentasikan bahwa penggunaan cadar saat ini belum sepenuhnya melawan ideologi dominan, atau bahkan cenderung mendukung ideologi tersebut. Lebih lanjut, representasi penggunaan cadar dalam mendukung ideologi tergambarkan dengan pernyataan bahwa identitas seorang perempuan bercadar mengekspresikan jati dirinya dengan memanfaatkan media sosial untuk berinteraksi dan mengemban tanggung jawab dibalik latar belakang agama dan status sosial.

## KESIMPULAN

Fenomena popularitas ketiga akun selebriti mikro @wardahmaulina\_, @intansurullah22 dan @unialfi di media sosial yang merepresentasikan *fashion* cadar menjadikan pemakaian cadar tidak lagi diidentikkan dengan gerakan kelompok Islam ekstrem. Penggambaran tersebut memunculkan stigma terhadap perempuan cadar yang dipandang sama radikalnya. Padahal saat ini, representasi perempuan bercadar mengalami transformasi apalagi dengan keberadaan media sosial dan keterlibatan selebriti mikro.

Representasi cadar merupakan bagian dari identitas seorang Muslim, yang kemudian mempengaruhi pengembangannya. Sistem pengetahuan dibangun oleh konteks sosial yang membantu memahami dunia di sekitar kita. Dalam hal ini, representasi selebriti mikro di media sosial melalui tiga hal, diantaranya: *pertama*, pada level tanda atau *ground* menunjukkan bahwa media sosial Instagram mampu menjadi media komunikasi alternatif yang telah dimanfaatkan oleh para perempuan bercadar untuk membagi aktivitas mereka tanpa batas. *Kedua*, pada level obyek temuan lain menunjukkan bahwa selebriti mikro perempuan bercadar cenderung terlibat pada kegiatan-kegiatan alternatif yang mendukung berbagai kegiatan, tanpa membatasi ruang gerak menjadi perempuan produktif. *Ketiga*, pada Level Interpretasi memberikan gambaran secara keseluruhan bahwa representasi selebriti mikro perempuan bercadar yang memiliki latar belakang identitas dalam mengenakan pakaian sebagai latar belakang agama diintegrasikan dengan sifat-sifat fundamental.

Selain itu, perempuan selebriti mikro bercadar memanfaatkan media sosial Instagram sebagai bagian dari media alternatif untuk melakukan berbagai hal, mulai dari berdakwah, melakukan aktivitas sehari-hari bersama keluarga dan teman,

melakukan hobi, serta sebagai media alternatif untuk mencari rezeki dengan konsep *endorment* pada produk tertentu. Bahkan, dengan adanya media sosial keberadaan cadar menjadi identitas yang dimiliki oleh perempuan bercadar dengan direpresentasikan belum sepenuhnya melawan ideologi dominan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Amrullah, E. F. (2008). Indonesian muslim fashion styles & designs. *Isim Review*, 22(1), 22-23. Retrieved from <https://hdl.handle.net/1887/17251>.
- Andaya, B. W. (2006). *The flaming womb: Repositioning women in early modern Southeast Asia*. University of Hawai'i Press. <http://www.jstor.org/stable/j.ctt6wqwjx>.
- Al-Balghiti, R. (2012). Has the veil been emptied of its moral and religious load?, *Hespress*. Retrieved from [www.hespress.com/قراءة-في-كتاب/68990.html](http://www.hespress.com/قراءة-في-كتاب/68990.html).
- Budarick, J., & Han, G.-S. (2013). Positive stories: why and how African-Australian media matter. *Australian Journal of Communication*, 40(3), 97-103. Retrieved from <https://search.informit.org/doi/10.3316/informit.823449454362847>.
- Bullock, K. H., & Jafri, G. J. (2000). Media (Mis)-representations: Muslim Women in the Canadian Nation. *Canadian Woman Studies*, 20(2). Retrieved from <https://cws.journals.yorku.ca/index.php/cws/article/view/7607>.
- Burton, G. (2012). *Media dan Budaya Populer*. Jalasutra.
- Chen, X., & Chua, A. Y. K. (2020). Reviewing the landscape of research on influencer-generated content. *2020 6th IEEE International Conference on Information Management, ICIM 2020*, 244-248. <https://doi.org/10.1109/ICIM49319.2020.244706>.
- Choi, D. H., Yoo, W., Noh, G. Y., & Park, K. (2017). The impact of social media on risk perceptions during the MERS outbreak in South Korea. *Computers in human behavior*, 72, 422-431. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.03.004>.
- Creswell, J. W. (2009). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage Publications, Inc.
- Croteau, D., Hoynes, W., & Milan, S. (2009). *Media/ society*. Sage Publication.
- Couldry, N., & Dreher, T. (2007). Globalization and the public sphere: Exploring the space of community media in Sydney. *Global Media and Communication*, 3(1), 79-100. <https://doi.org/10.1177/1742766507074360>.
- Duffy, B. E. (2017). *(Not) getting paid to do what you love: Gender, social media, and aspirational work*. Yale University Press.
- Duveen, G. (2001). Representations, identity, resistance. In K. Deaux, & G. Philogene (Eds), *Representations of the social*. Blackwell.
- Eriyanto. (2001). *Analisis wacana: Pengantar analisis teks media*. LKiS.
- Fiske, J. (2011). *Introduction to communication studies*. Routledge.

- Fredette, J. (2015). Becoming a Threat: The Burqa and the Contestation over public morality law in France. *Law and Social Inquiry*, 40(3), 585-610. <https://doi.org/10.1111/lsi.12101>.
- Hall, Stuart. (1991). *Old and new identities; Old and new ethnicities*. In K. A.D. (Ed.), *Culture, globalisation and the world-system: Contemporary conditions for the representation of identity*. Basingstoke.
- Hall, Stuart. (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. Sage Publication Ltd. Retrieved from [http://dx.doi.org/10.1007/978-3-658-13213-2\\_94](http://dx.doi.org/10.1007/978-3-658-13213-2_94).
- Hebbani, A., & Wills, C.-R. (2012). How Muslim women in Australia navigate through media (mis) representations of hijab/burqa. *Australian Journal of Communication*, 39(1), 87-100. Retrieved from <https://www.proquest.com/scholarly-journals/how-muslim-women-australia-navigate-through-media/docview/1508226081/se-2>.
- Hoed, B. H. (2011). *Semiotik dan dinamika sosial budaya*. Komunitas Bambu.
- Howarth, C. (2009b). Towards a visual social psychology of identity and representation: Photographing the self, weaving the family in a multicultural British community. In Reavey, P. (ed), *Visual psychologies: Using and interpreting images in qualitative research*. Routledge.
- Husband, C. (1998). Differentiated citizenship and the multi-ethnic public sphere. *Journal of International Communication*, 5(1-2), 134-148. <https://doi.org/10.1080/13216597.1998.9751869>.
- Ibrahim, C., Sitanggang, I. S., & Sukoco, H. (2019). Pengaruh media sosial terhadap sitasi publikasi internasional karya ilmiah Indonesia bidang pertanian dengan pendekatan altmetrics. *BACA: Jurnal Dokumentasi dan Informasi*, 40 (1), 73-81, <https://doi.org/10.14203/j.baca.v40i1.456>.
- Lind, R. A. (2017). *Race and gender in electronic media; content, context, culture*. Routledge.
- Long, P., & Wall, T. (2012). *Media studies: Texts, production, context*. Routledge.
- Maghfirah, M. (2020). Representation of muslim women as seen in American advertisements: Ability, egalitarianism, and resistance. *Afkaruna*, 16(1), 1-22. <https://doi.org/10.18196/aiijis.2020.0110.1-21>.
- Mandaville, P. (2007). *Global political islam*. Routledge.
- Martin, J. N., & Nakayama, T.K. (2005). *Intercultural communication in contexts*. McGraw-Hill.
- Meijer, R. (2009). Introduction. In: Meijer R (ed.), *Global salafism: Islam's new religious movement*. Columbia University Press.
- Mills, S. (1995). *Feminist Stylistics*. Routledge.

- Moloney, G. (2007). Social representations and the politically satirical cartoon. In G. Moloney & I. Walker (Eds.), *Social representations and identity: Content, process and power* (pp. 61–84). Palgrave Macmillan.
- Moors, A. & Tarlo, E. (2013). Introduction. In E. Tarlo & A. Moors (Eds.), *Islamic fashion and anti-fashion: New perspectives from Europe and North America* (pp. 1–30). Bloomsbury.
- Mythen, G., Walklate, S., & Khan, F. (2009). “I’m a Muslim, but I’m not a terrorist”: Victimization, risky identities and the performance of safety. *British Journal of Criminology*, 49(6), 736–754. <https://doi.org/10.1093/bjc/azp032>.
- Nisa, E. F. (2013). The internet subculture of Indonesian face-veiled women. *International Journal of Cultural Studies*, 16(3), 241–255. <https://doi.org/10.1177/1367877912474534>.
- Piliang, Y. A. (2010). *Semiotika dan hipersemiotika*. Matahari.
- Pearce, E. I., Walsh, G., & Dutton, G. N. (2008). Does the niqab (veil) wearer satisfy the minimal visual field for driving? *Ophthalmic and Physiological Optics*, 28(4), 310–312. <https://doi.org/10.1111/j.1475-1313.2008.00570.x>.
- Puntoadi, D. (2011). *Menciptakan penjualan melalui social media*. Elex Media Komputindo.
- Rahman, A. F., & Syafiq, M. (2017). Motivasi, stigma dan coping stigma pada perempuan bercadar. *Jurnal Psikologi Teori dan Terapan*, 7(2), 103–115. <https://doi.org/10.26740/jppt.v7n2.p103-115>.
- Ramsey, L. R., & Horan, A. L. (2018). Picture this: Women’s self-sexualization in photos on social media. *Personality and Individual Differences*, 133, 85–90. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.06.022>.
- Ratri, L. (2012). Cadar, media, dan identitas perempuan muslim. *FORUM*, 39(2), 29–37. Retrieved from <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/forum/article/view/3155>
- Rianto, P. (2016). Seksualitas Cyber: Sex sebagai kesenangan dan komoditas. *Informasi*, 45(2), 163–170. <https://doi.org/10.21831/informasi.v45i2.7991>.
- Saputro, I. W. (2018). Kemunculan Islamic homeschooling dan korelasinya dengan kebangkitan kelas menengah muslim di Indonesia: Studi kasus Homeschooling Group Khoiru Ummah). *El-Tarbawi*, 11(2), 103–114. <https://doi.org/10.20885/tarbawi.vol11.iss2.art1>.
- Scott, A. R., & Emmanuel, S. (2003). Strong religion: The rise of fundamentalisms around the world.
- Senft, T. M. (2008). *Camgirls: Celebrity and community in the age of social networks*. Peter Lang Publishing.
- Smith-Hefner, N. (2007). Javanese women and the veil in post-Soeharto Indonesia. *The Journal of Asian Studies*, 66(2), 389–420. doi: 10.1017/S0021911807000575.

- Sobur, A. (2009). *Semiotika komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya.
- Tarlo, E. (2005). Reconsidering stereotypes: Anthropological reflections on the jilbab controversy. *Anthropology Today*, 21(6), 13–17. doi:10.1111/j.1467-8322.2005.00395.x.
- Tissot S (2011) Excluding muslim women: From hijab to niqab, from school to public space. *Public Culture*, 23(1): 38–46. <https://doi.org/10.1215/08992363-2010-014>
- Utama, T. (2011). Cadar, media, dan identitas perempuan muslim. *Forum*, 39(2), 29–37. Retrieved from <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/forum/article/view/3155>.
- Vristiandaniva, F.I., & Rakhmad, W. N. (2019). Studi semiotika representasi identitas selebgram perempuan bercadar dalam media sosial Instagram. *Interaksi Online*, 7(3), 209-223. Retrieved from <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/24145>.
- van Dijck, J., & Poell, T. (2015). Social media and the transformation of public space. *Social Media + Society*. <https://doi.org/10.1177/2056305115622482>.
- Wiktorowicz, Q. (2006), Anatomy of the Salafi movement. *Studies in Conflict & Terrorism*, 29, 207–239. <https://doi.org/10.1080/10576100500497004>.
- Winarni, R. W. (2009). Representasi kecantikan perempuan dalam iklan. *Jurnal Deiksis*, 2 (2), 134-152. <http://dx.doi.org/10.30998/deiksis.v2i02.399>.
- Yusuf, A. M. (2017). Metode penelitian: Kuantitatif, kualitatif, dan penelitian gabungan. Kencana.