

REPRESENTASI KECANTIKAN PEREMPUAN BERHIJAB DI MEDIA

SOSIAL: STUDI KASUS SELEBGRAM ACEH



OLEH

Putri Rahmah Nur Hakim

NIM: 22200011011

Tesis

Diajukan Kepada Program Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh

Gelar Master of Arts (M.A.)

Program Studi *Interdisciplinary Islamic Studies*

Konsentrasi Komunikasi Masyarakat Islam

Yogyakarta

2024

PENGESAHAN TUGAS AKHIR



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PASCASARJANA

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 519709 Fax. (0274) 557978 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-390/Un.02/DPPs/PP.00.9/06/2024

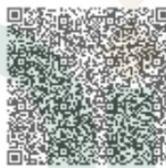
Tugas Akhir dengan judul : Representasi Kecantikan Perempuan Berhijab di Media Sosial: Studi Kasus Selebgram Aceh

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : PUTRI RAHMAH NUR HAKIM, S.Sos
Nomor Induk Mahasiswa : 22200011011
Telah diujikan pada : Selasa, 28 Mei 2024
Nilai ujian Tugas Akhir : B+

dinyatakan telah diterima oleh Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang/Penguji I

Najib Kailani, Ph.D.
SIGNED

Valid ID: 665ffeb67b338



Penguji II

Achmad Zainal Arifin, M.A., Ph.D.
SIGNED

Valid ID: 665f25162184f



Penguji III

Dr. Sunarwoto, S.Ag., M.A.
SIGNED

Valid ID: 665edd5200840



Yogyakarta, 28 Mei 2024
UIN Sunan Kalijaga
Direktur Pascasarjana

Prof. Dr. H. Abdul Mustaqim, S.Ag., M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 6660003cd213c

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Putri Rahmah Nur Hakim
NIM : 22200011011
Jenjang : S2/Interdisciplinary Islamic Studies
Konsentrasi : Kajian Komunikasi Masyarakat Islam

Menyatakan bahwa naskah Tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian yang dirujuk sumbernya, dan bebas dari plagiarisme. Jika kemudian hari terbukti bukan karya saya sendiri atau melakukan plagiasi, maka saya siap ditindak sesuai dengan ketentuan yang berlaku

Yogyakarta, 15 Mei 2024

Saya yang menyatakan



Putri Rahmah Nur Hakim, S.Sos

NIM: 22200011011

PERNYATAAN PLAGIASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Putri Rahmah Nur Hakim
NIM : 22200011011
Jenjang : S2/Interdisciplinary Islamic Studies
Konsentrasi : Kajian Komunikasi Masyarakat Islam

Menyatakan bahwa naskah Tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian yang dirujuk sumbernya, dan bebas dari plagiarisme. Jika kemudian hari terbukti bukan karya saya sendiri atau melakukan plagiarisi, maka saya siap ditindak sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Yogyakarta, 15 Mei 2024

Saya yang menyatakan



Putri Rahmah Nur Hakim, S.Sos

NIM: 22200011011

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.,
Direktur Pascasarjana
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul:

Representasi Kecantikan Perempuan Berhijab di Media Sosial: Studi Kasus Selebgram Aceh

Yang ditulis oleh :

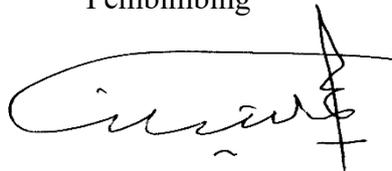
Nama : Putri Rahmah Nur Hakim
NIM : 22200011011
Program Studi : S2/Interdisciplinary Islamic Studies
Konsentrasi : Kajian Komunikasi dan Masyarakat Islam

Saya berpendapat bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan ke Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Magister of Art (M.A) dalam kajian Komunikasi dan Masyarakat Islam.

Wassalamu 'alaikum wr. wb.

Yogyakarta, 15 Mei 2024

Pembimbing



Achmad Zainal Arifin, M.A., Ph.D

MOTTO

“The best way to predict your future is to create it”

(Cara terbaik untuk memprediksi masa depan adalah dengan menciptakannya)

~Abraham Lincoln~



ABSTRAK

Tesis Putri Rahmah Nur Hakim mengkaji fenomena “Representasi Kecantikan Perempuan Berhijab di Media Sosial: Studi Kasus Selebgram Aceh” dalam konteks respon terhadap budaya populer saat ini. Terdapat dua pertanyaan pokok dalam studi ini, yaitu (1) bagaimana selebgram Aceh yang berhijab merepresentasikan kecantikan mereka di media sosial?, dan (2) bagaimana representasi tersebut mempengaruhi pemahaman dan praktik penggunaan hijab di kalangan masyarakat Aceh?.

Untuk menjawab pertanyaan tersebut peneliti menggunakan metode analisis kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus terhadap konten selebgram hijab Aceh di media sosial. Data dikumpulkan melalui observasi dan analisis visual unggahan foto, video, serta teks (caption) yang menampilkan penggunaan hijab dan kecantikan. Selain itu, wawancara mendalam dilakukan dengan tiga selebgram yaitu @herlinakenza, @agipalaydrus, @kakaalfarisi untuk mendapatkan perspektif mereka tentang hijab, kecantikan, dan media sosial.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa selebgram Aceh menggunakan Instagram sebagai platform untuk mengekspresikan identitas diri mereka, menggabungkan nilai-nilai keagamaan dengan elemen modernitas dan mode. Ketiganya berhasil memadukan tuntutan syariat Islam dengan trend kecantikan kontemporer, menciptakan gaya hijab yang modis namun tetap religius. Representasi ini tidak hanya memperkuat identitas muslimah tetapi juga mempromosikan pesan keagamaan secara luas. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa selebgram Aceh memainkan peran penting dalam meredefinisi kecantikan dan penggunaan hijab di era digital. Meskipun terdapat berbagai pandangan tentang hijab sebagai simbol budaya atau keagamaan, selebgram Aceh berhasil menunjukkan bahwa hijab dapat menjadi bagian integral dari gaya hidup modern tanpa mengesampingkan nilai-nilai religius. Hal ini menciptakan ruang percakapan baru di media sosial tentang identitas, keagamaan, dan kecantikan perempuan Muslim.

Kata Kunci: Representasi, Selebgram Aceh, Instagram

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah robbil ‘aalamiin. Kepada Allah senantiasa bersyukur atas segala rahmat dan ridha-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis dan menyajikannya ke hadapan pembaca yang budiman. Kepada Muhammad SAW penulis bershalawat, kasih dan sayang selalu tercurah kepada baginda Rasul, semoga penulis dan semua yang cinta padanya mendapatkan syafaat di yaumul akhir.

Dalam penelitian ini, tidak sedikit hambatan dan rintangan dalam proses penyelesaian yang penulis alami, namun berkat doa dan kerja keras yang tidak kenal lelah dan pantang mundur serta bantuan dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikannya. Namun, masih perlu banyak masukan dan saran yang tentunya membangun karena penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan atau kekeliruan dalam penulisan Tesis ini.

Dengan tersusunnya Tesis ini yang berjudul “Representasi Kecantikan Perempuan Berhijab di Media Sosial: Studi Kasus Selebgram Aceh” penulis menyampaikan banyak terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada berbagai pihak, terutama kepada:

1. Bapak Rektor (Prof. Dr. Phil. Al Makin, M.A.), Bapak Direktur Pascasarjana (Prof. Dr. Abdul Mustaqim, M.Ag.), dan Bapak Wakil Direktur (Ahmad Muttaqin, M.Ag., M.A., P.h.D.).

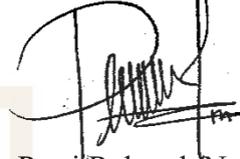
2. Dr. Nina Mariani Noor, SS.,M.A. selaku Ketua Program Studi *Interdisciplinary Islamic Studies*
3. Bapak Achmad Zainal Arifin M.A.,Ph.D selaku pembimbing tesis, yang telah sabar membimbing penulis dan memberikan semangat, arahan serta motivasi bagi penulis.
4. Bapak Najib Kailani S.Fil.I.,M.A.,Ph.D dan Bapak Dr. Sunarworo S.Ag.,M.A Selaku Penguji, yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis untuk menyelesaikan dan penyempurnaan tesis ini.
5. Ayahanda tercinta Agussulan S.Ag, Ibunda Sulfiani dan Nenek Nur Hayati yang selalu memberikan support penuh yang sangat besar dari segala aspek. Sesungguhnya jasa-jasa mereka berada dalam kelas tertinggi dalam hidup penulis. Mereka selalu menjadi cerminan hidup penulis dalam menjalani dinamika kehidupan. Semoga segala kebaikan selalu tercurah kepada-Nya.
6. Prof. Dr. Irwan Abdullah selaku kakek yang telah menemukan saya di pelosok desa nan jauh dari kota agar saya kembali sadar betapa pentingnya melanjutkan karir dalam bidang pendidikan dan akademisi serta telah membantu penuh dalam semua bentuk sarana dan prasarana selama menjalani pendidikan Magister di Yogyakarta.
7. Adinda tercinta Misbah Hul Akbar, Winda Maulina dan Mutia Santiana Dewi yang saya cintai dan saya banggakan, yang menjaga

orang tua di daerah selama saya di perantauan dan selalu memberikan semangat kepada kakaknya dengan caranya sendiri.

8. Nek mami, Nek Ratu, Nek inong, Kakek Ami, Kakek Lis, Kakek Aji, Oma Nana, Oma Zur, dan Oma Lisa selaku sanak saudara yang telah membantu dalam segala hal selama di Yogyakarta.
9. Muhammad Adli, S.Pd.,M.Ag yang sudah banyak memberikan support system, semoga segala yang baik selalu tercurahkan.
10. Teman-teman seperjuangan Melalak dan Merapi Group Nahdia Asyifa, M.A, Resti Tazkirah Tanjung M.Pd, Hanif Saputra M.Ag, Mirza Alfajri, S.H, Kak Cut Afrina M.Ip, Fajar Fitriani M.A, yang telah mewarnai segala bentuk perjalanan hidup penulis semasa menempuh Program Magister setahun terakhir.
11. Teman seperjuangan KKMI, IA Scholar Foundation, yang telah meluangkan waktunya untuk berdiskusi, memberi motivasi, semangat dalam proses penyusunan Tesis ini. Sesungguhnya kebenaran hanya milik Allah SWT.
12. Keluarga penulis lainnya yang nama-namanya tidak dapat disebutkan satu persatu.

Untuk itu, segala kritik dan masukan yang membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan. Semoga Tesis ini bermanfaat dan memberi kontribusi nyata bagi problematika kehidupan di masa kontemporer.

Yogyakarta, 1 Juni 2024



Putri Rahmah Nur Hakim



DAFTAR ISI

PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
PERNYATAAN PLAGIASI	iv
NOTA DINAS PEMBIMBING	v
MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan dan Signifikansi Penelitian	10
D. Kajian Pustaka	11
E. Kerangka Teori	17
F. Metode Penelitian	21
G. Sistematika Pembahasan.....	26
BAB II POTRET SELEBGRAM HIJAB ACEH DI MEDIA SOSIAL.....	28
A. Konteks Sejarah Hijab dan Busana Perempuan Aceh	28
B. Gambaran Umum Selebgram Aceh	33
C. Sejarah Hijab.....	40
D. Kecantikan Visual.....	44
E. Qanun Aceh Tentang Hijab	50
BAB III PENGGUNAAN HIJAB DALAM KERANGKA MODERNITAS DAN FEMINITAS FASHION DIKALANGAN SELEBGRAM ACEH	55
A. Disiplin Tubuh	55
1. Ciri khas wajah	55
B. Ciri khas tubuh.....	58
C. Modernitas	61
D. Sensualitas.....	66

1. Latar belakang foto	67
2. Gesture	68
E. Religiusitas.....	69
BAB IV REPRESENTASI KECANTIKAN SELEBGRAM HIJAB ACEH DI MEDIA SOSIAL.....	71
A. Elemen Representasi Kecantikan Selebgram Hijab Aceh	72
B. Representasi Identitas Perempuan Berhijab dalam Media Instagram.....	95
a. Sifat Malu.....	95
b. Perangkat Ibadah.....	99
C. Media dan Perempuan.....	103
BAB V PENUTUP.....	108
DAFTAR PUSTAKA.....	112
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	118



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Potret Sultanah Safiatuddin dengan nama Putri Sri Alam.....	27
Gambar 2 Foto Cut nyak Dien yang dipotret tahun 1901.....	28
Gambar 3 Potret identitas Keislaman.....	57
Gambar 4 Modernitas.....	61
Gambar 5 Sensualitas.....	66
Gambar 5 Close up.....	72



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Tesis ini berbicara mengenai fenomena Representasi Kecantikan Perempuan berhijab selebgram Aceh di instagram dalam konteks respon terhadap budaya populer saat ini. Diskusi yang berkenaan dengan kerudung (sekarang lebih populer disebut hijab) bagi perempuan Muslim terutama representasi yang dihadirkan oleh selebgram asal Aceh merupakan topik yang akan selalu hangat dibicarakan.

Hijab terkadang dipahami sebagai simbol ketaatan dan kesalehan, namun disisi lain hijab dipahami sebagai bagian dari upaya representasi perempuan di ranah media dan publik.¹ Peneliti melihat, perempuan berhijab selebgram Aceh yang menjadi figuran dalam berbagai media telah menggeser mitos kecantikan sebelumnya, di mana untuk menjadi cantik harus memiliki tubuh yang tinggi, kulit putih, berbadan langsing dan berambut pirang. Kopal Metha menyebutkan bahwa mitos kecantikan merupakan media feminisasi perempuan yang mengikat mereka dalam ketidakpuasan atas tubuhnya hingga membenci diri sendiri.²

Berbeda dengan saat ini, kemampuan Perempuan Aceh untuk menyesuaikan diri dengan kebutuhan dan kemajuan dunia modern semakin meningkat. Kebutuhan dan keinginan untuk beradaptasi dengan lingkungan sosial pun semakin tinggi. Oleh karena itu, beberapa media

¹ Rof.ani Rof.ani, 'Kesalehan Beragama Komunitas Hijaber Di Surabaya: Dari Etis-Normatif Ke Estetik-Populis', *Teosofi: Jurnal Tasawuf Dan Pemikiran Islam*, 2016 <<https://doi.org/10.15642/teosofi.2016.6.2.493-515>>., 495.

² Kopal Me.ta, 'Feminist Reading of Naomi Wolf's "The Beauty Myth"', *International Journal of English Literature and Social Sciences*, 2022 <<https://doi.org/10.22161/ijels.76.5>>., 29.

informasi dapat diakses untuk mempromosikan penampilan dan sosialisasi mereka.

Awalnya banyak orang melihat jilbab sebagai simbol Islam dan identitas. Jilbab dianggap sebagai cerminan keteguhan wanita Islam dalam menghadapi kapitalisme, globalisasi, dan patriarki, selain menjadi mode berpakaian yang diatur oleh agama.³ Ada tiga alasan utama mengapa wanita Islam diharapkan untuk menutup aurat mereka: *Pertama*, untuk menutupi aurat dan mencegah fitnah; *Kedua*, untuk membedakan wanita muslimah dari wanita lainnya dan untuk menghormati mereka; *Ketiga*, untuk menjaga kehormatan dan martabat sebagai seorang muslimah.⁴

Dalam konteks Aceh, hukum Islam selalu hadir. Pengalaman penerapan hukum ini telah berlangsung sejak era Kesultanan Iskandar Muda, yang dianggap sebagai contoh keunggulan pelaksanaan hukum Islam oleh pemerintah Aceh.⁵ Islam telah menjadi bagian integral dari adat istiadat dan praktik sehari-hari masyarakat Aceh, selain sebagai agama mayoritas.⁶ Hingga saat ini, jilbab telah menjadi norma yang paling erat kaitannya dengan hukum Islam di Aceh. Hijab memiliki arti penting bagi wanita Aceh dan komunitasnya. Sejak 1 Muharram 1423 Hijriah, atau 15 Maret 2002, ketika Syariat Islam (Qanun) diumumkan, Aceh menjadi

³ A.mad Masruri, "Pandangan Ulama Klasik Dan Kontemporer Tentang Jilbab," *Andragogi: Jurnal Pendidikan Islam Dan Manajemen Pendidikan Islam*, 2022, <https://doi.org/10.36671/Andragogi.V3i3.238>, 83.

⁴ Saiful Amien S.oli.un, *Menyoroti Aurat Dan Jilbab, Dalam Ijti.at Islam Liberal: Upaya Merumuskan Keberagaman Yang Dinamis* (Jakarta: Jaringan Islam Liberal (JIL), 2005), 135

⁵ Neta S Pane, *Sejara. Dan Kekuatan Gerakan Ace. Merdeka, Solusi, .arapan, Dan Impian* (Jakarta: PT Grasindo, 2001), 9.

⁶ Al C.aidar, *Gerakan Ace. Merdeka Ji.at Rakyat Ace. Mewujudkan Negara Islam* (Jakarta: Madani Press, 2000), 116.

satu-satunya provinsi di Indonesia yang menerapkan hukum tersebut. Meskipun Aceh menerapkan Syariah Islam dengan ketat, banyak akademisi berpendapat bahwa penerapan Qanun ini tidak memberikan dampak signifikan terhadap situasi di sana. Namun demikian, mediatisasi telah mempengaruhi evolusi Syariah Islam, khususnya penerapan Qanun di Aceh.⁷

Perempuan Aceh diwajibkan mengenakan pakaian sesuai dengan Qanun Aceh No. 11 Tahun 2002. Pelanggaran terhadap peraturan ini akan dikenakan hukuman ta'zir. Pasal 13 (1) menetapkan bahwa pakaian Islami adalah pakaian yang menutupi aurat, tidak tembus pandang, dan tidak memperlihatkan lekuk tubuh. Persyaratan ini ditegaskan kembali dalam ayat 13 dan 23. Pasal 13 (2) menekankan pentingnya membudayakan pakaian Islami, yang berarti setiap individu bertanggung jawab memastikan bahwa pekerja, siswa, dan karyawan mengenakan pakaian Islami di tempat yang sesuai.

Untuk menghindari timbulnya syahwat di mata orang lain, pakaian harus menutupi aurat, sopan, dan tidak memperlihatkan lekuk tubuh. Pasal 23 menjelaskan hukuman bagi pelanggar, mulai dari yang paling ringan hingga yang paling berat, termasuk cambuk, denda, penjara, perampasan barang, pencabutan hak, dan kompensasi. Peraturan ini sangat spesifik dan

⁷ A.mad Alfajri and Abdul .aris Pito, 'Regresi Moderasi Dan Narasi Keagamaan Di Sosial Media', *Andragogi: Jurnal Diklat Teknis Pendidikan Dan Keagamaan*, 2021 <.tpps://doi.org/10.36052/andragogi.v9i2.237>., 144.

tidak hanya berlaku bagi umat Islam.⁸ Pengunjung non-Muslim yang datang ke Aceh juga diharapkan mematuhi peraturan ini, sehingga ini bukan hanya masalah yang berkaitan dengan umat Muslim.

Selain penerapan Qanun Syariat Islam, ada beberapa pandangan lain. Ahmad berpendapat bahwa hijab adalah konstruksi budaya, karena kitab suci Islam tidak menetapkan jenis pakaian yang tepat untuk dikenakan. Sebagai pernyataan mode, berbagai komunitas mungkin memiliki gaya hijab yang berbeda-beda. Selain itu, trend hijab dapat berubah secara berkala seiring dengan perkembangan dan modifikasi dari waktu ke waktu. Dalam konteks ini, setiap wanita Aceh mengenakan hijab sesuai dengan model atau gaya tertentu.⁹

Dalam hal ini, selebgram Aceh sebagai perempuan Muslim yang memiliki pengaruh signifikan di media sosial, mereka menggunakan platformnya untuk berkomunikasi dan berbagi pengalaman seputar kecantikan dan kehidupan sehari-hari. Mereka memainkan peran penting dalam mengubah perilaku manusia dan pengaruh terhadap pola pikir masyarakat terkait representasi kecantikan dan penggunaan hijab yang sesuai dengan ketentuan yang ada dalam Qanun Aceh.

Hijab bukan hanya sekedar pilihan berpakaian berdasarkan agama melainkan telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari dengan

⁸ Kamarusdiana Kamarusdiana, 'Qânûn Jinâyat Ace. Dalam Perspektif Negara .ukum Indonesia', *A.KAM : Jurnal Ilmu Syaria.*, 2016 <<https://doi.org/10.15408/Ajis.V16i2.4445>>, 151.

⁹ A.mad K.oirur Roziqin, "Jilbab, .ijab Dan Telaa. Batasan Aurat Wanita," *Al-Bayan: Jurnal Ilmu Al-Qur'an Dan .adist*, 2019, <https://doi.org/10.35132/Albayan.V1i2.41>, 258.

mengikuti trend dan modis.¹⁰ Peran yang dimainkan *selebgram* ini pun tidak sebataslina pada aspek-aspek komunal, namun aspek “privat” dalam diskusi kali ini mampu menjadi materi ampuh terhadap kehidupan sehari-hari *selebgram* untuk dipertontonkan kepada para followersnya.¹¹ *Selebgram* Aceh memainkan peran sentral dalam merepresentasikan kecantikan muslimah dengan hijabnya. Dengan kata lain, mereka menggunakan media sosial untuk memenuhi kebutuhan aktualisasi diri dengan berbagi aktivitas keseharian mereka.

Memasuki era New Media, Instagram menjadi media favorit bagi perempuan berhijab, terutama di Aceh, untuk mencari referensi desain atau gaya hijab yang terkini yang *up to date*.¹² Umumnya, *selebgram* sering mempraktikkan *micro-celebrity* di akun Instagram pribadi mereka. *Micro-celebrity* adalah praktik online di mana individu menggunakan webcam, video, audio, foto, dan situs jejaring sosial untuk meningkatkan popularitas mereka di antara pengikut internet.¹³ Mereka melakukan hal ini untuk mempertahankan eksistensi dan pencapaian yang telah diraih. *Selebgram* harus memiliki keunikan masing-masing, bukan hanya sebagai pembeda tapi sebagai pemikat orang lain untuk mengikutinya. Akun tersebut harus memiliki ribuan hingga ratus ribuan pengikut agar terlihat

¹⁰ S Iti .asna. .assan And .usna Ara, ‘.ijab Fas.ion Consciousness Among Young Muslim Women In Malaysia’, *Estudios De Economia Aplicada*, (2021). <<https://doi.org/10.25115/Eea.V39i4.4312>>,14.

¹¹ Josep. Grenny, *Influencer : T.e New Science Of Leading C.ange, Vitalsmarts*, (2013): 6.

¹² Diajeng Lestari, *.ijupreneur : Ber.ijab Dan Berkarya Tanpa Batas* (Jakarta: Qultum Media, 1986);, 25.

¹³ T.eresa M Senft, *Celebrity And Community In T.e Age Of Social* (Networks: Peter Lang, 2008),.96.

mencolok dari akun lainnya. Pengelolaan akun oleh para selebgram bermanfaat dalam menciptakan *personal branding*. Menurut Wright, *personal branding* melibatkan pengelolaan reputasi, gaya, penampilan, sikap, dan keterampilan secara teratur dan konsisten.¹⁴ *Personal branding* dibangun untuk menarik perhatian pihak-pihak dan pengikut yang menggunakan jasa mereka.

Menurut Bayley dalam Walker, desain merupakan hasil dari pertemuan seni dan industri di mana orang mulai membuat keputusan mengenai produk-produk yang diproduksi secara massal.¹⁵ Dengan banyaknya variasi desain hijab yang tersedia, perempuan Aceh, khususnya selebgram memiliki kebebasan untuk memilih desain yang sesuai dengan gaya mereka. Sudah menjadi kodratnya bahwa kecantikan adalah aspek identitas perempuan. Sehingga industri berlomba-lomba untuk menciptakan produk dan aksesoris yang dapat menonjolkan kecantikan mereka. Mode hijab, aksesoris, dan produk kecantikan tidak dapat dipisahkan lagi dari perempuan berhijab. Hal ini sudah menjadi satu paket lengkap untuk menunjang kecantikan mereka.

Ekspresi identitas diri yang ingin dibentuk di Instagram oleh para selebgram ditampilkan melalui unggahan foto, video maupun teks (caption).¹⁶ Pengaruh media sosial, khususnya Instagram memainkan

¹⁴ Charles Robert Wright, *Mass Communication: A Sociological Perspective*, Subsequent (New York: McGraw-Hill College, 1959), 223.

¹⁵ John A. Walker, *Desain, Sejarah, Budaya: Sebuah Pengantar Komprehensif* (Yogyakarta: Jalasutra, 2020), 29.

¹⁶ Rivi Andayani, 'Representasi Kecantikan Perempuan Berhijab Melalui Instagram', *Al-Munzir: Jurnal Kajian Ilmu Komunikasi Dan Bimbingan Islam*, (2016), 405.

peran penting dalam merancang dan merepresentasikan penggunaan hijab.¹⁷ Studi-studi terdahulu mengenai fenomena hijab mengajukan berbagai argumen.

Kavakci dan Kraepelin membicarakan persoalan hijab sebagai bagian dari cara hidup (*way of life*) berlandaskan nilai-nilai Islami yang salah satunya dapat diekspresikan melalui cara berpakaian yang menutup aurat tubuh perempuan muslim.¹⁸ Berkembangnya hijab diwakili karena kehadiran *selebgram* muslimah perkotaan di media sosial khususnya Instagram menjadi fenomena yang kasat mata tampak kontradiktif. Beta menyebutkan bahwa hijab yang ditampilkan oleh *selebgram* muslimah di media sosial tidak hanya berfungsi sebagai simbol keagamaan, tetapi juga sebagai instrumen identitas perempuan muslim di ranah publik. Ini menjadi bagian dari proses pencarian identitas bagi kaum muda pecinta mode dan desain hijab di Instagram.¹⁹ Dalam hal ini peneliti sejalan dengan argumen Beta di mana representasi kecantikan perempuan berhijab dapat menjadi sarana untuk memperkuat identitas muslimah dan mempromosikan pesan keagamaan. Namun hal ini juga dapat menimbulkan perdebatan tentang standar kecantikan dan ekspektasi yang diterapkan pada perempuan Muslim. Penting untuk memahami bahwa

¹⁷ Ety Nur.ayat And Rak.maditya Dewi Noorizki, 'Flexing: Perilaku Pamer Kekayaan Di Media Sosial Dan Kaitannya Dengan Self-Esteem', *Flouris.ing Journal*, (2022): <.ttps://Doi.Org/10.17977/Um070v2i52022p368-374>, 370.

¹⁸ Elif Kavakci And Camille R. Kraepelin, 'Religious Beings In Fashionable Bodies: The Online Identity Construction Of .ijabi Social Media Personalities', *Media, Culture And Society*, (2017) <.ttps://Doi.Org/10.1177/0163443716679031>., 850.

¹⁹ Annisa R. Beta, '.ijabers: How Young Urban Muslim Women Redefine Themselves In Indonesia', *International Communication Gazette*, (2014): <.ttps://Doi.Org/10.1177/1748048514524103>, 40.

representasi kecantikan perempuan berhijab di media sosial memiliki dampak yang kompleks dan bervariasi.

Fenomena kecantikan perempuan berhijab *selebgram* Aceh yang marak di Instagram tidak dipungkiri telah membentuk wacana baru pada praktik penggunaan hijab. Dengan modal sosial dan ekonomi yang mereka miliki, *selebgram* Aceh tetap mempertahankan nilai-nilai agama dalam tata cara berpakaian seorang muslimah, disamping modifikasi trend hijab dengan mode, desain, aksesoris dan produk kecantikan yang mereka kenakan hingga tampilan visual yang dihadirkan pada tampilan profil Instagram pribadinya. Hal ini sejalan dengan Muzani yang menyatakan bahwa bentuk kemajuan dalam dunia digital di mana konsumsi dan keterlibatan perempuan dalam berbagai aktivitas tidak berarti mereka meninggalkan nilai-nilai yang telah digariskan²⁰. Dalam hal ini, kelompok perempuan muda Muslim memiliki peran transformatif yang membedakan mereka dari kelompok yang didominasi oleh laki-laki dalam budaya patriarki. Pengaruh kelompok *selebgram* Aceh menciptakan ruang percakapan baru di dunia digital, yang aktif merepresentasikan diri sebagai perempuan modern, trendy, dan muslimah. Sejalan dengan penjelasan Beta, kelompok perempuan muslimah sering dijadikan aktor sekaligus sasaran industri budaya Islami, dan mereka aktif merepresentasikan diri

²⁰ Suprapti Muzani, 'Gender Dalam Perspektif Syaria. Islamiya.', *Jurnal SAWWA*, (2014):,12.

mereka sendiri melalui gaya hidup modern.²¹ Kemunculan mereka menampilkan kecantikan dan daya tarik tanpa menghilangkan nilai religiusitas. Mereka tidak hanya menampilkan atribut keagamaan, tetapi juga menonjolkan elemen feminitas, modernitas, dan aspek komersial.

Agama dan kecantikan dalam konteks ini menjadi aspek penting dan menonjol untuk dibahas. Media membawa keniscayaan budaya populer yang telah melahirkan berbagai orientasi dan representasi pemahaman keagamaan. Seperti yang dijelaskan oleh Ahmet bahwa Ragam produk, pelayanan gaya hidup, yang bersinggungan dengan simbol-simbol dan nilai-nilai Islam perlu dilihat sebagai bentuk ekspresi dan identitas seorang Muslimah yang ditunjukkan kepada publik.²²

Pemahaman keagamaan baik secara subjektif maupun objektif tersebut kemudian membungkus para *selebgram* Aceh melalui hiasan modernitas dan identitas baru untuk mempengaruhi follower. Tanpa disadari mendorong *selebgram* Aceh untuk turut meramaikan serta mengekspresikan dua arus pendikotomian itu sesuai dengan pemahaman agama yang dimilikinya. Oleh karena itu, menunjukkan bagaimana sekat agama menjadi cair, tanpa disadari telah memberi pengaruh ganda dalam bentuk aspirasi tertentu.

²¹ Annisa R. Beta, 'ijabers: How Young Urban Muslim Women Redefine Themselves in Indonesia', *International Communication Gazette*, 2014 <<https://doi.org/10.1177/1748048514524103>>.

²² Ahmet Süerdem, 'Yes My Name Is Ahmet, But Please Don't Target Me. Islamic Marketing: Marketing Islam?', *Marketing Theory*, (2013): <<https://doi.org/10.1177/1470593113499701>>, 485-495.

Selain aspek pengaruh utama yang sengaja dibagikan kepada follower secara khusus melalui media sosial, nilai-nilai agama pun mengalami proses rekonstruksi terutama melalui praktik penggunaan hijab.²³ Dengan demikian penonjolan identitas kecantikan dan keagamaan oleh *selebgram* Aceh seperti yang telah dijelaskan sebelumnya memainkan peran kunci dalam mobilitas ini. Secara keseluruhan maraknya representasi kecantikan perempuan berhijab oleh *selebgram* Aceh di Instagram menciptakan variasi representasi. Dalam tesis ini, peneliti berargumen bahwa muslimah tetap dapat menjalankan kewajibannya menutup aurat dengan tampil cantik, modis dan trendi.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah dipaparkan di atas dengan fokus Representasi kecantikan berhijab di kalangan *selebgram* Aceh, maka peneliti perlu mengajukan dapat dirumuskan dua masalah sebagai berikut.

1. Bagaimana hijab dan kecantikan dalam kerangka modernitas dan feminitas fashion *selebgram* hijab Aceh?
2. Bagaimana representasi kecantikan *selebgram* hijab Aceh di media sosial?

C. Tujuan dan Signifikansi Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis representasi kecantikan perempuan berhijab di media sosial melalui akun *selebgram* Aceh.

Penelitian ini juga ingin mengetahui bagaimana hijab dan kecantikan tetap

²³ T.omas Frissen And Ot.ers, 'Muslims Instagram, Visual Culture And T.e Mediatization Of Muslim Religiosity Explorative Analysis Of Visual And Semantic Content On Instagram', In *European Muslims And New Media*, (2017).

berada dalam lingkaran feminitas, fashion, dan modernitas. Selain itu, penelitian ini menganalisis bagaimana representasi kecantikan perempuan berhijab oleh selebgram Aceh di Instagram. Dalam ranah akademik, tesis ini diharapkan mampu memberikan kontribusi teoretis untuk memperkaya diskusi mengenai fenomena penggunaan hijab sebagai bentuk kecantikan yang direpresentasikan oleh selebgram Aceh di kalangan pengikut dan masyarakat luas.

D. Kajian Pustaka

Penelitian ini berupaya untuk menjelaskan secara komprehensif mengenai representasi kecantikan perempuan berhijab *selebgram* Aceh di Instagram. Peneliti belum menemukan penelitian mengenai representasi kecantikan perempuan berhijab di media sosial, khususnya pada akun selebgram Aceh. Meskipun demikian, ada beberapa penelitian yang cukup relevan dengan penelitian ini. Kajian-kajian tersebut bisa dikategorikan dalam beberapa kecenderungan utama yaitu; Berdasarkan penelitian sebelumnya dapat disimpulkan tiga kecenderungan utama terkait representasi kecantikan perempuan berhijab di Instagram.

Kecenderungan Pertama para akademisi memfokuskan perhatiannya pada perkembangan Model Hijab dan Pengaruh Trend: Penelitian oleh Lina Meilinawati Rahayu, dan Umi Wahyu Md menunjukkan bahwa hijab mengalami perkembangan model yang dipengaruhi oleh trend fashion. Para perempuan muslim mengadopsi gaya lokal dan global dalam penggunaan hijab, sementara trend mempengaruhi

persepsi mengenai hijab syar’i menjadi lebih modis dan nyaman digunakan. Faktor trend dan motif hijrah juga mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih busana muslimah.

Adapun kecenderungan kedua para akademisi memfokuskan perhatiannya pada manifestasi fenomena sosial dan representasi identitas. Safitri Yuliakh, Evania Putri R, dan Dini Aprilita, menekankan bahwa penggunaan hijab merupakan manifestasi dari fenomena sosial yang dipengaruhi oleh berbagai alasan seperti politik, hukum, dan identitas agama. Hijab tidak hanya merepresentasikan kesalehan, tetapi juga menjadi bagian dari identitas virtual yang dibentuk melalui media sosial.

Sedangkan pada kecenderungan ketiga para akademisi memfokuskan perhatiannya Transformasi Penampilan dan *hyper-identity*. Resti Rahayu, Isti Khomalia, dan Sri Anita menyoroti transformasi penampilan perempuan berhijab. Satu sisi menciptakan representasi yang menarik bagi penonton, namun juga memunculkan identitas yang tumpang tindih antara identitas personal dengan branding yang disebut sebagai *hyper-identity*. Representasi kecantikan juga dipadukan dengan nilai-nilai budaya dan seni Islam untuk menciptakan kesenian yang mengagumkan. Dari ketiga kecenderungan tersebut membentuk landasan untuk memahami representasi kecantikan perempuan berhijab selebgram Aceh di Instagram, yang meliputi pengaruh fashion, manifestasi fenomena sosial, dan transformasi identitas melalui media sosial.

Pertama, Lina Meilinawati Rahayu dalam penelitiannya menunjukkan bahwa jilbab sebagai penutup kepala perempuan mengalami perubahan bentuk sesuai dengan perkembangan trend. Model jilbab perempuan muslim mengadopsi gaya lokal dan global, serta bernegosiasi dengan budaya setempat. Hal ini menyebabkan perempuan muslim memiliki identitas hibrid dalam berhijab.²⁴

Kedua, Anilatin Naira, dalam penelitiannya, menunjukkan bahwa jilbab telah menjadi budaya populer dan sering disebut sebagai jilbab modis ketika perkembangannya lebih dipengaruhi oleh trend. Trend mampu mengubah pemahaman tentang jilbab syar'i menjadi jilbab yang nyaman digunakan oleh muslimah. Hal ini disebabkan oleh trend dan fashion yang menjadi faktor utama agar mereka diterima dalam kehidupan bermasyarakat.

Ketiga Umi Wahyu MD dalam penelitiannya menunjukkan bahwa trend hijrah dan motif yang melatarbelakangi seseorang untuk berhijrah keduanya berperan dalam menentukan perilaku konsumen muslim dalam membeli busana muslimah. Ini merupakan bagian dari faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen, yaitu faktor pribadi dan faktor psikologis.²⁵

²⁴ Lina Meilinawati, 'Jilbab: Budaya Pop Dan Identitas Muslim Di Indonesia', *IBDA` : Jurnal Kajian Islam Dan Budaya*, 14.1 (2016), <<https://doi.org/10.24090/ibda.V14i1.623>>, 139–55.

²⁵ Umi Wa.yuni MD And Siti Ac.iria, 'Peran Trend Dan Motif .ijra.ter.adap Pembelian Busana Muslima. Di Kota Palu', *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, (2020)<<https://doi.org/10.24239/jiebi.V1i2.9.1-17>>:, 16.

Keempat, Safitri Yuliakh dalam hasil penelitiannya menjelaskan bahwa jilbab disisi lain merupakan manifestasi dari fenomena sosial. Hal ini diperkuat dengan maraknya penggunaan pada sebagian masyarakat karena alasan politik, hukum dan lainnya. Berbagai alasan melatarbelakangi penggunaan jilbab di kalangan muslimah. Realitas ini, pada akhirnya merujuk pada sebuah kesimpulan bahwa jilbab bukan semata-mata representasi kesalehan muslimah, tetapi jilbab juga menjadi style bagi sebagian muslimah agar terkesan atau menghadirkan religius dalam kehidupan yang dijalannya.²⁶

Kelima, Evania Putri R dalam penelitiannya menjelaskan identitas virtual merupakan proses yang terus menerus selayaknya proses yang terjadi di dunia nyata. Ia juga menjelaskan bahwa selain foto diri merupakan realitas sosial, di sisi lain memiliki simbol-simbol wujud visual yang mampu membentuk representasi seperti apa yang ingin kita sampaikan. Dalam hal ini menjadi suatu representasi identitas yang diproduksi melalui Instagram yang memediasi ruang baru bagi 'The Spectacle society' masyarakat tontonan.²⁷

Keenam, Dini Aprilita dalam penelitiannya menyebutkan bahwa akun @mostbeautyindo memperlihatkan gagasan kecantikan modern dan sensual, sementara @Bidadarisurga menampilkan konsep kecantikan

²⁶ Safitri Yulik.a., 'Jilbab Antara Kesale.an Dan Fenomena Sosial', *Jurnal Ilmu Dakwa.*, 36.1 (2017), <.[https://Doi.Org/10.21580/Jid.V36i1.1627](https://doi.org/10.21580/Jid.V36i1.1627)>, 96.

²⁷ Evania Putri, 'Foto Diri, Representasi Identitas Dan Masyarakat Tontonan Di Media Sosial Instagram', *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, (2016), <.[https://Doi.Org/10.22146/Jps.V3i1.23528](https://doi.org/10.22146/Jps.V3i1.23528)>., 96.

Islami. Di sisi lain, @papuan_girl mengusung ide kecantikan yang berkaitan dengan lokalitas..²⁸

Ketujuh, Resti Rahayu dalam penelitiannya menunjukkan bahwa dalam konteks artis yang bermigrasi, ternyata mengubah penampilan menjadi sasaran empuk penonton. Representasi dan gambaran visualnya seorang Influencer harus disikapi secara positif, meski tidak bisa dimaknai sebagai kebangkitan keberagamaan yang spektakuler, namun masih sebatas keuntungan finansial..²⁹

Kedelapan, Isti Khomalia menjelaskan bahwa format *Self-Story* di Instagram, seperti yang dicontohkan oleh Dian Pelangi, berperan penting dalam membentuk representasi seseorang. Pertama, followers menganggap Dian Pelangi sebagai individu yang sempurna melalui akun Instagramnya. Kedua, perpaduan antara identitas pribadinya dengan brand-nya menciptakan apa yang disebut sebagai *hyper-identity*. Hal ini diperkuat dengan gaya hidup Dian Pelangi, di mana ia membagikan kegiatan pribadinya sekaligus mempromosikan produknya. Akibatnya, para pengikutnya terpapar dengan berbagai identitas, termasuk yang berhubungan dengan tempat, pakaian, aksesoris, dan kebiasaan sehari-hari..³⁰

²⁸ Dini Aprilita And Refti .andini Listyani, 'Representasi Kecantikan Perempuan Dalam Media Sosial Instagram (Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Akun @Mostbeautyindo , @Bidadarisurga, Dan @Papuan _ Girl)', *Paradigma*, (2016):, 12.

²⁹ .esti Ra.ayu, 'Representasi Dan Citra Visual Artis .ijra. Di Media Online', *Dekave*, (2022), <<https://doi.org/10.24821/dkv.v15i1.3874>>, 74.

³⁰ Isti K.omalia And K.airul Arief Ra.man, 'Micro .ijabers Celebrity: Membentuk Identitas Dengan Update Self-Story Via Instagram (Kasus Dian Pelangi)', *NALAR: Jurnal Peradaban Dan Pemikiran Islam*, (2018), <<https://doi.org/10.23971/njppi.v2i1.869>>, 41.

Kesembilan, dalam tesis Sri Anita menunjukkan bahwa untuk mempercantik series model hijab yang dikeluarkan. Perpaduan kisah Eyes of Andalucia sebagai bentuk representasikan budaya yang pernah ada di Andalusia dengan mengimplementasikan konsep kesenian dalam Islam yang menggabungkan ilmu geometri untuk menciptakan sebuah kesenian dipadu dengan kaligrafi untuk menyanjung kebesaran Tuhan. Kemudian untuk memperindah kedua kesenian itu dihadirkan pula motif tumbuhan.³¹

Ketiga kecenderungan ini menciptakan minat akademisi dalam memahami peran media, khususnya Instagram dalam membentuk citra dan identitas perempuan muslimah serta bagaimana representasi ini berkembang seiring dengan perubahan teknologi dan tuntutan dakwah di ruang publik. Dari temuan sebelumnya, hasil penelitian ini menunjukkan Kecantikan diproduksi, dikonsumsi, dan direpresentasikan melalui konten yang diunggah. Meskipun tetap mempertahankan norma agama, mereka tetap terpengaruh oleh trend modern dan komersialisasi yang telah menggeser mitos cantik sebelumnya dan menciptakan standar kecantikan baru bagi perempuan muslim. Hasil ini berkontribusi untuk memperkuat tiga kecenderungan yang telah ada bahwa perempuan muslim terutama selebgram hijab Aceh dapat menjalankan kewajibannya menutup aurat dengan tampil cantik, modis dan trendi di media sosial khususnya Instagram.

³¹ Sri Anita, 'Representasi .ijab Voal Syar'i Pada Akun Instagram @Merajutkisa.' (UIN Syarif .idayatulla. Jakarta, 2023), 236.

E. Kerangka Teori

Memasuki abad ke 21, baik metode maupun cara untuk menyebarkan nilai-nilai keislaman dapat digunakan dengan menggunakan berbagai cara. Jilbab adalah salah satu cara perempuan muslimah yang menunjukkan identitas seorang wanita muslim. Dahulu orang menganggap bahwa yang memakai jilbab terkesan kuno bahkan tidak diterima di setiap kalangan apalagi masuk ke ranah birokrasi bahkan adanya pelarangan. Namun, seiring waktu pada abad modern menghasilkan karya ilmiah menghasilkan sebuah karya dan inovasi baru dalam memodifikasi desain jilbab yang lebih baru dan diterima oleh semua strata sosial masyarakat. Desainer memberikan motivasi dari desainnya bahwa berhijab bisa tampil cantik dan modis. Berjilbab mampu menunjukkan kecantikan seutuhnya dalam menanamkan nilai-nilai religius keislaman pada tataran sosial kultural.³²

Dalam pembahasan mengenai representasi perempuan berhijab Aceh di Instagram, peneliti telah selesai mengupas isu tersebut. Menurut teori representasi Stuart Hall, representasi melibatkan penggunaan bahasa untuk menyampaikan informasi yang bermakna kepada orang lain. Pertama, representasi sangat penting dalam proses di mana makna diciptakan dan dibagikan di antara anggota suatu budaya. Kedua, representasi mendefinisikan konsep-konsep dalam pikiran kita melalui bahasa. Stuart Hall secara eksplisit mendeskripsikan representasi sebagai proses produksi makna menggunakan bahasa.

³² Amrulla. Ac.mad, *Dakwa. Islam Dan Perubaan Sosial: Seminar Nasional Dan Diskusi Pusat Lati.an, Penelitian Dan Pengembangan Masyarakat (PLP2M) /*, Ed. By (PLP2M) Seminar Nasional Dan Diskusi Pusat Lati.an, Ed.2., Cet (Yogyakarta : PLP2M, 1985);, 2.

Stuart Hall mendefinisikan representasi sebagai proses dimana anggota suatu budaya menggunakan bahasa untuk menghasilkan makna. Selanjutnya representasi melibatkan penggunaan tanda atau gambar yang mewakili sesuatu dan ini bukanlah proses yang sederhana atau langsung. Hall mengidentifikasi dua sistem representasi: *Pertama*, peta konseptual melibatkan proses mengonsep objek dalam pikiran kita. *Kedua*, bahasa melibatkan pengguna kata-kata dan simbol untuk merujuk pada objek tersebut. Hall merangkum tiga pendekatan untuk memahami proses pendekatan representasi: pandangan reflektif, intensional, dan konstruksionis. Dari ketiga pendekatan ini, yang sering digunakan dalam ilmu Cultural Studies yaitu pendekatan konstruksionis. Dalam hal ini makna sistem representasi dikonstruksi menggunakan konsep dan tanda.

Penelitian ini menggunakan Teori Representasi dengan pendekatan konstruksionis yang melibatkan tiga elemen, yaitu produksi, konsumsi, dan representasi. *Pertama*, Produksi mencakup proses pembuatan representasi. Dalam konteks ini, produksi representasi kecantikan perempuan berhijab di Instagram dilakukan oleh selebgram Aceh. *Kedua*, Representasi mencakup bentuk atau makna yang dihasilkan. Dalam konteks ini, representasi kecantikan perempuan berhijab selebgram Aceh di Instagram mencakup gambaran tentang bagaimana seorang muslimah seharusnya berpakaian dan berpenampilan dalam konteks representasi kecantikan. *Ketiga*, Konsumsi, dalam konteks ini, konsumsi representasi

kecantikan perempuan berhijab di Instagram dilakukan oleh pengguna Instagram yang melihat dan menafsirkan gambar-gambar tersebut.³³

Pada teori Identitas seringkali dikonseptualisasikan sebagai serangkaian atribut yang diproses seseorang yang ditentukan oleh struktur sosial. Namun dalam dunia siber telah membawa fokus baru tentang bagaimana orang membangun identitas mereka secara online, menunjukkan bahwa identitas bukan sekedar proses atau daftar atribut, melainkan sebuah kinerja dramatis, identitas seseorang tidak pernah statis. Kemudian identitas tersebut dipelihara, dimodifikasi, atau bahkan dibentuk ulang oleh hubungan sosial.³⁴ Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Graham Nichols Dixon pada tahun 2008 yang berjudul *Instant Validation: Testing Identity in Facebook*, menunjukkan bahwa identitas tidak hanya sekedar proses atau bagian dari atribut seseorang. Namun, secara dramatis konstruksi identitas itu tidak berada dalam kondisi statis; bermakna bahwa identitas itu secara simultan terus menerus dikonstruksi.³⁵ Sementara menurut Erving Goffman, setiap aktivitas individu pada dasarnya melibatkan partisipan lain dalam setiap individu memiliki keinginan untuk tampil sebaik-baiknya demi pemenuhan kebutuhan dari partisipan tersebut.³⁶ Dengan mengingat hal ini, konsep

³³ Stuart .all, 'Representation: Cultural Representations And Signifying Practices Spectacle Of T.e Ot.er', *Sage Publication*, (1997):, 15.

³⁴ Rik.a Ayu Minda K.arisma And Ra.mawati Zulfiningrum, 'Representasi Cyber Society Dalam Film "Searc.ing"', *Jurnal Audience*, (2020), <.ttps://Doi.Org/10.33633/Ja.V3i2.4066>, 250.

³⁵ Gra.am Nic.ols Dixon, 'Instant Validation: Testing Identity In Facebook' (T.euniversity Oftexas At Austin,2008):, 3.

³⁶ Erving Goffman, 'T.e Presentation Of Self In Everyday Life', In *Social T.eory Rewired: New Connections To Classical And Contemporary Perspectives: Second Edition*, (2016):, 15.

identitas dalam pandangan Goffman adalah sebuah pertunjukkan yang dilakukan dengan sengaja, namun bukan persepsi sadar yang konstan.

Tidak hanya itu, Stuart Hall juga membahas identitas yang ditonjolkan melalui representasi ini menjadi tiga konsep subjek yang berbeda. Pertama, *The Enlightenment Subject* secara konsep manusia merupakan subjek yang terpusat, individu yang menyatu, subjek secara fitrahnya mewarisi apa yang dikatakan beragam alasan (*reason*), kesadaran (*consciousness*), dan aksi (*action*). Kedua, *The Sociological Subject* merupakan subjek yang dihasilkan dari relasi yang terjadi di wilayah sosial. Ketiga, *The Postmodern Subject*, identitas merupakan definisi yang harus didekati melalui historis bukan dengan pendekatan ilmu biologi.

Berger dan Luckman menegaskan bahwa identitas dibentuk oleh proses sosial; setelah terbentuk (dalam bentuk pola identitas), identitas dikonstruksi, ditafsirkan, dipertahankan, dimodifikasi, dan bahkan dibentuk kembali oleh hubungan sosial.³⁷ Oleh karena itu, para selebgram Aceh untuk hadir untuk memodifikasi hijabnya dalam konteks berpakaian yang menutup aurat tubuh hingga terlihat tampil modis dengan merepresentasikan kecantikan. Selain dipraktikkan berdasarkan ajaran Islam, hal ini juga menjadi cara bagi perempuan untuk merepresentasikan diri mereka sebagai bagian dari kelas modern. Penggunaan hijab saat ini

³⁷ Peter L Berger, *Tafsir Sosial Atas Kenyataan: : Risala. Tentang Sosiologi Pengetahuan, Tafsir Sosial Atas Kenyataan*, (1990).

tidak lagi semata-mata hadir sebagai simbol identitas agama, namun juga menjadi simbol yang menunjukkan kelas dan modernitas..³⁸

Dengan demikian, teori Representasi Stuart Hall dapat diterapkan pada Representasi perempuan Muslim dalam busana hijab di Instagram, karena melibatkan penggunaan tanda dan gambar untuk menghasilkan makna dan dapat membentuk pemahaman tentang perempuan muslim dan identitasnya. Dengan menggunakan kerangka teori ini, penelitian dapat dilakukan untuk menggali pemahaman tentang bagaimana Representasi Kecantikan Perempuan yang memakai hijab di akun Instagram selebgram Aceh direproduksi, direpresentasikan, dan dikonsumsi oleh selebgram Aceh.

F. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus (Research Design and Study Area). Pendekatan ini dilakukan dengan observasi ketiga tiga akun partisipan dalam hal ini adalah para selebgram hijab Aceh yaitu @herlinkenza dengan jumlah 1,1 juta followers, @agipalaydrus 486 ribu followers, dan @kakaalfarisi 499 ribu followers yang aktif membagikan foto, reels, dan video mengenai seputar kecantikan hijab dan busana di media sosialnya.

Metode penelitian kualitatif merujuk pada prosedur penelitian yang menghasilkan deskripsi dalam bentuk kata-kata tertulis atau lisan dari

³⁸Ibid., 868.

individu serta perilaku yang diamati.³⁹ Beberapa waktu ini wujud cantik telah disegmentasi tanpa disadari mengalami kekeliruan makna. Kemunculan selebgram hijab Aceh yang tampak cantik dan menarik, tidak menghilangkan nilai religiusitas dengan atribut bermuatan agama saja, tetapi juga menunjukkan feminitas, modernitas, dan komersial. Dengan begitu studi kasus digunakan untuk melihat bagaimana representasi kecantikan selebgram hijab Aceh pada media sosial.

Studi kasus merupakan pendekatan penelitian dimana peneliti menggali sebuah fenomena atau kasus dalam kurun waktu tertentu dan mengumpulkan informasi secara mendalam dengan menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data.⁴⁰ Studi kasus digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan memahami objek yang telah diteliti secara mendalam dan untuk memahami hal-hal yang berkaitan dengan latar belakang subjek penelitian.

Penelitian ini secara khusus bersandar pada analisis konten media sosial atau *cyber-space* media sosial Instagram, terutama dalam melihat bagaimana Instagram mengkontekstualisasikan kecantikan perempuan berhijab melalui akun selebgram Aceh terkait penggunaan hijab di akun Instagramnya.

Penelitian ini menggunakan pengambilan data dengan purposive sampling yang diseleksi atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat atas dasar tujuan penelitian. Dalam konteks ini, pertimbangan pemilihan

³⁹ Bur.an Bungin, *Metode Penelitian Kualitatif (Aktualisasi Metodologis Ke Ara. Ragam Varian Kontemporer* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010), 75.

⁴⁰ Sri2 Wa.yuni, *Metode Penelitian Studi Kasus* (Madura: UTM Press, 2013).

ke tiga informan di atas dipilih sebagai objek penelitian karena mereka yang berasal dari kalangan non artis dan berdomisili di Aceh (Banda Aceh), yang dapat memberikan kemungkinan tingkat popularitas dan komunikasi dengan followers bisa berbeda dengan selebgram yang sudah terkenal se-Indonesia.

Selain membagikan endorsement, dan promosi berbayar mereka juga membagikan kegiatan sehari-hari mereka melalui berbagai hal mengenai dirinya secara aktif yang disebut sebagai *self-disclosure*. *Self-disclosure* merupakan aspek komunikasi antarpribadi yang melibatkan pembagian informasi tentang diri secara sengaja kepada orang lain.⁴¹ Ketiganya aktif memiliki pengikut yang relatif banyak, kriteria selebgram yang diteliti telah dipersempit dimana selebgram ini merupakan seorang hijaber.

Metode kualitatif deskriptif digunakan dengan perpaduan data primer yang diperoleh dari observasi non partisipan (online) terhadap aktivitas selebgram di Instagram berupa beberapa video dan foto yang diunggah @herlinkenza pada tanggal 26 November 2023, 26 Februari 2024, dan 3 Maret 2024. Video dan foto yang diunggah @agipalaydrus pada tanggal 25 Agustus 2023, 11 Maret 2024, 15 Maret 2024. Observasi pada postingan foto dan video @kakaalfarisi pada tanggal 29 november 2023, 28 Desember 2023, 05 Maret 2024.

⁴¹ Tegu. Wiyono and Abdul Mu.id, 'Self-Disclosure Melalui Media Instagram: Dakwa. Bi Al-Nafsi Melalui Keterbukaan Diri Remaja', *Jurnal Ilmu Dakwa.*, 2020 <.tpps://doi.org/10.21580/jid.v40.2.5834>.

Selanjutnya, wawancara semi terstruktur melalui WhatsApp dengan ketiga selebgram untuk memperoleh data empiris dan dokumentasi. Pewawancara mempunyai daftar pertanyaan tertulis tapi sangat memungkinkan untuk menanyakan pertanyaan-pertanyaan secara bebas, yang terkait dengan permasalahan.⁴² Sebelumnya, peneliti menghubungi ketiga selebgram melalui *direct message* (DM) di Instagram, menjelaskan tentang penelitian yang akan dilakukan, dan meminta izin serta nomor admin dari bio Instagram mereka untuk melakukan wawancara melalui WhatsApp, memungkinkan interaksi yang lebih leluasa dan mendalam. Awalnya peneliti memiliki kesusahan dalam menghubungi ketiganya karena mereka risih dengan wawancara online, akhirnya mereka bersedia setelah peneliti melampirkan surat pernyataan penelitian.

Daftar pertanyaan kemudian diajukan melalui WhatsApp dengan izin dari selebgram dan adminnya, dan narasumber memberikan jawaban dalam bentuk teks tertulis atau voice note. Namun, kurangnya interaksi langsung menghasilkan kurangnya feedback yang dapat digali lebih dalam. Peneliti secara periodik melakukan klarifikasi pertanyaan yang lebih jelas, memungkinkan narasumber memberikan jawaban yang lebih lengkap.

Pemilihan selebgram tersebut telah mendapatkan persetujuan dari ketiga selebgram untuk akses dan dokumentasi. Dokumentasi dilakukan

⁴² Suprpto, *Metodelogi Penelitian .ukum Dan Statistik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2003), 83.

dengan mengumpulkan tangkapan layar mengenai representasi hijab yang dibagikan ketiga selebgram pada akun Instagram mereka yang berkaitan dengan keperluan peneliti. Adapun kriteria tangkapan layar yang peneliti kumpulkan adalah feed, story dan reels yang berkaitan dengan informasi tentang pemilik akun, seperti model hijab, aksesoris dan eksistensi cantik yang ditampilkan melalui feed, story ataupun reels.

Langkah berikutnya adalah melakukan analisis data menggunakan teknik analisis kualitatif. Analisis ini dapat berupa kata-kata, kalimat, atau narasi yang diambil baik dari wawancara maupun observasi. Proses analisis dimulai dengan pengumpulan data observasi dan penulisan hasil wawancara. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini mengadopsi pemikiran induktif, dimana penalaran dimulai dari fakta empiris menuju konseptualisasi. Data yang terkumpul akan diklasifikasikan ke dalam kategori-kategori tertentu dengan memperhatikan validitasnya.

Data diperoleh dari pengamatan langsung terhadap aktivitasnya di Instagram, termasuk foto, feed, reels maupun video endorsement. Sedangkan data sekunder diperoleh dari postingan permanen. Tiga selebgram yang diteliti dipilih telah memenuhi syarat berdasarkan popularitas, predikat *verified*-an di Instagram, dan jumlah *followers* yang banyak. Dokumentasi dalam penelitian ini berupa screenshot postingan akun Instagram selebgram Aceh.

Analisis data dalam penelitian ini berkaitan dengan representasi kecantikan perempuan berhijab selebgram Aceh di Instagram. Setelah dilakukan pengklasifikasian data, kemudian akan dilakukan alur analisis sesuai dengan analisis interaktif Miles huberman yang mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas sehingga datanya sudah jernih. Aktivitas dalam analisis data yaitu data yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.⁴³

G. Sistematika Pembahasan

Untuk memperoleh pemahaman yang menyeluruh dan logis. Penelitian ini, disusun dengan sistematika yang teratur sebagai berikut.

Bab I yang berisi pendahuluan yang terdiri dari enam sub bab. Pada bab ini, akan memaparkan latar belakang permasalahan mengenai Representasi Kecantikan Perempuan berhijab pada akun Instagram selebgram Aceh. Selain itu juga berisi rumusan masalah, tujuan dan signifikansi penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metodologi penelitian, dan sistematika pembahasan untuk mempermudah alur penelitian.

Bab II akan diuraikan secara singkat sekilas Potret Selebgram Hijab Aceh Di Media Sosial.

⁴³ Nuning Inda. Pratiwi, "(Data Primer Sekunder) Penggunaan Media Video Call Dalam Teknologi Komunikasi," *Jurnal Ilmia. Dinamika Sosial*, 2017, 220.

Bab III menjelaskan hasil penelitian sekaligus menjawab rumusan masalah pertama yaitu, Penggunaan Hijab Dalam Kerangka Modernitas Dan Feminitas Fashion Di kalangan Selebgram Aceh

Bab IV akan membahas hasil penelitian sekaligus menjawab rumusan masalah kedua dengan analisis data yang berkenaan dengan Representasi kecantikan perempuan berhijab selebgram Aceh di Instagram.

Bab V berisi kesimpulan, saran, dan rekomendasi. Kesimpulan ini menggambarkan jawaban terhadap permasalahan yang telah dirumuskan dalam hasil penelitian dengan baik, sementara saran dan rekomendasi diberikan untuk penelitian mendatang yang relevan.



BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan beberapa penjelasan di bab-bab sebelumnya, maka yang menjadi kesimpulan dalam penelitian ini yaitu:

Penelitian ini mengeksplorasi bagaimana selebgram Aceh berhijab menggunakan Instagram untuk merepresentasikan kecantikan mereka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga selebgram memilih gaya make up yang berbeda sesuai dengan identitas dan preferensi pribadi mereka, namun secara umum mereka mempromosikan standar kecantikan yang mencakup penggunaan make up dan atribut tambahan seperti softlens dan bulu mata palsu. Meskipun mereka mematuhi norma agama, representasi kecantikan mereka tetap terpengaruh oleh trend modern dan komersialisasi, yang menciptakan standar kecantikan baru bagi perempuan muslim berhijab. Fenomena ini mencerminkan pergeseran dalam cara perempuan muslim mempersepsikan dan menampilkan kecantikan, menggabungkan aspek tradisional dan modern dalam identitas mereka di media sosial.

Pergerakan penduduk ke kota-kota satelit, seperti yang dilakukan oleh selebgram di sekitar Banda Aceh, mencerminkan pencarian ruang tunggal lebih luas oleh kaum menengah. Herlin, Agip,

dan Kaka, tiga selebgram yang memiliki kekuatan ekonomi cukup baik, menggunakan konsumsi barang mewah untuk membentuk dan mengekspresikan identitas mereka sebagai perempuan muslim modis dan trendi. Melalui unggahan di Instagram, mereka memperlihatkan barang-barang mewah yang mencerminkan gaya hidup glamor dan status sosial mereka. Konsumsi simbolis ini juga mencerminkan nilai dan kepercayaan mereka, serta berfungsi sebagai alat komunikasi dengan pengikutnya. Gaya hidup mewah mereka menunjukkan proses estetisasi dan redefinisi etika dalam kehidupan kelas menengah, serta menegaskan individualisme dan transformasi sosial di kalangan selebgram berhijab Aceh, yang mendorong sikap lebih terbuka di masyarakat.

Tiga selebgram Aceh @herlinkenza, @agipalaydrus, dan @kakaalfarisi menggunakan kode busana untuk menampilkan penampilan yang kuat, mencerminkan kecantikan, identitas keagamaan, dan gaya fashion dengan cara yang seimbang. Mereka berhasil menyampaikan pesan tentang kecantikan perempuan berhijab melalui foto-foto yang mereka unggah, membentuk citra publik tentang kecantikan perempuan berhijab dan identitas Muslim dalam media sosial; 1) @herlinkenza menampilkan kecantikan dengan kulit putih, glowing, dan make up dramatis, menggambarkan standar kecantikan yang ideal serta menunjukkan bahwa perempuan berhijab bisa tampil cantik dan menarik dengan make up terang. Ia menekankan

elemen glamour dan kemewahan dalam kontennya, sambil tetap menjaga kesopanan dan nilai-nilai Islam; 2) @agipalaydrus menampilkan kecantikan dengan kulit sawo matang dan make up natural, menunjukkan bahwa kecantikan tidak terbatas pada kulit putih. Ia menggabungkan berbagai pilihan pakaian dan pengaruh budaya dalam busananya, tetap menjaga kesopanan dan memperlihatkan fleksibilitas dalam berbagai situasi, serta memperlihatkan nilai-nilai keluarga dalam pilihannya; 3) @kakaalfarisi menampilkan kecantikan dengan kulit kuning langsung dan make up natural, menunjukkan bahwa kecantikan bisa terpancar melalui kesederhanaan. Ia menekankan representasi busana Islami dengan khimar, abaya, dan gamis, mengekspresikan gaya pribadi dengan aksesoris, serta menerima tanggapan positif dari pengikutnya, memperkuat komitmennya untuk mewakili identitas Islam.

Secara keseluruhan, ketiga selebgram ini menampilkan diri sebagai perempuan Muslimah yang percaya diri dan taat agama, menciptakan narasi kecantikan yang mencerminkan kepatuhan pada nilai-nilai Islam sambil tetap mengikuti trend fashion. Mereka memperlihatkan bahwa kecantikan tidak hanya dari aspek fisik, tetapi juga dari aspek spiritual dan kultural, menjadi ikon kecantikan Muslimah yang inspiratif di media sosial.

B. Saran dan Rekomendasi

Peneliti menyadari bahwa tulisan ini masih banyak yang perlu dikembangkan, baik dari studi kasus maupun ruang lingkup kajian. Penelitian lebih lanjut dapat mengeksplorasi dampak dari representasi kecantikan selebgram berhijab terhadap persepsi dan perilaku pengikut mereka, serta menganalisis bagaimana konten ini mempengaruhi pandangan tentang kecantikan, identitas, dan nilai-nilai keagamaan dan masih banyak lainnya. Untuk itu, diharapkan pada peneliti selanjutnya dapat mengembangkan studi ini menjadi lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Amrullah, *Dakwah Islam Dan Perubahan Sosial: Seminar Nasional Dan Diskusi Pusat Latihan, Penelitian Dan Pengembangan Masyarakat (PLP2M)* /, Ed. By Penelitian Dan Pengembangan Masyarakat (PLP2M) Seminar Nasional Dan Diskusi Pusat Latihan, Ed.2., Cet (Yogyakarta : PLP2M, 1985)
- Amsori, Amsori, And Jailani Jailani, 'Legislasi Qanun Jinayat Aceh Dalam Sistem Hukum Nasional', *Ar Raniry: International Journal Of Islamic Studies*, 2018 <<https://doi.org/10.20859/jar.v4i2.138>>
- Andriyani, Isnanita Noviyya, "Why Do Muslim Women Wear Veils And Long Garments?" (Jawaban John L. Esposito Dalam Buku "What Everyone Needs To Know About Islam")', *Al-Manar*, 2018 <<https://doi.org/10.36668/jal.v7i1.79>>
- Anita, Sri, 'Representasi Hijab Voal Syar'i Pada Akun Instagram @Merajutkisah' (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2023) <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/74077/1/SRI_ARNITA-FDK-KPI_S2.Pdf>
- Aprilita, Dini, And Refti Handini Listyani, 'Representasi Kecantikan Perempuan Dalam Media Sosial Instagram (Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Akun @Mostbeautyindo, @Bidadarisurga, Dan @Papuan _ Girl)', *Paradigma*, 2016
- As-Sabuni, Muhammad 'Ali. Tt. Sofwah At-Tafasir. Bairut: Dar Al-Fikr., *Sofwah At-Tafasir*. (Bairut: Dar Al-Fikr, 2017)
- Baudrillard, Jean, *The Consumer Society: Myths And Structures, The Consumer Society: Myths And Structures*, 2017 <<https://doi.org/10.4135/9781526401502>>
- Behiery, Valerie, 'A Short History Of The (Muslim) Veil', *Implicit Religion*, 2013 <<https://doi.org/10.1558/imre.v16i4.387>>
- Berger, Peter L, *Tafsir Sosial Atas Kenyataan: Risalah Tentang Sosiologi Pengetahuan, Tafsir Sosial Atas Kenyataan*, 1990
- Beta, Annisa R., 'Hijabers: How Young Urban Muslim Women Redefine Themselves In Indonesia', *International Communication Gazette*, 2014 <<https://doi.org/10.1177/1748048514524103>>
- Bungin, Burhan, *Metode Penelitian Kualitatif (Aktualisasi Metodologis Ke Arah*

- Ragam Varian Kontemporer* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010)
- Chaidar, Al, *Gerakan Aceh Merdeka Jihat Rakyat Aceh Mewujudkan Negara Islam* (Jakarta: Madani Press, 2000)
- Chaney, David, 'Lifestyles : Sebuah Pengantar Komprehensif', *Jalasutra*, 2018
- Dixon, Graham Nichols, 'Instant Validation: Testing Identity In Facebook' (Theuniversity Oftexas At Austin, 2008)
<<https://repositories.lib.utexas.edu/bitstream/handle/2152/4014/Txu-Oclc-229901653.pdf?sequence=2&isallowed=Y>>
- Frissen, Thomas, Elke Ichau, Kristof Boghe, And Leen D'Haenens, 'Muslims Instagram, Visual Culture And The Mediatization Of Muslim Religiosity Explorative Analysis Of Visual And Semantic Content On Instagram', In *European Muslims And New Media*, 2017
- Galadari, Abdulla, 'Behind The Veil: Inner Meanings Of Women's Islamic Dress Code', *International Journal Of Interdisciplinary Social Sciences*, 2012
- Goffman, Erving, 'The Presentation Of Self In Everyday Life', In *Social Theory Re-Wired: New Connections To Classical And Contemporary Perspectives: Second Edition*, 2016
<<https://doi.org/10.4324/9781315775357>>
- Grenny, Joseph, *Influencer : The New Science Of Leading Change*, *Vitalsmarts*, 2013
- Guindi, E;, *Jilbab, Antara Kesalehan, Keopanan Dan Perlawanan* (Jakarta: Serambi, 2005)
- Guindi, F El, *Veil: Modesty, Privacy And Resistance (Dress, Body, Culture)* (New York: Berg Publishers; Illustrated Edition, 2003)
<<https://doi.org/https://doi.org/10.1525/Aa.2001.103.1.247>>
- Hall, Stuart, 'Representation: Cultural Representations And Signifying Practices Spectacle Of The Other', *Sage Publication*, 1997
- Handayani, Rivi, 'Representasi Kecantikan Perempuan Berhijab Melalui Instagram', *Al-Munzir: Jurnal Kajian Ilmu Komunikasi Dan Bimbingan Islam*, 2016
- Hasna, Safira, 'Selebriti Dan Fandom Di Era Media Sosial: Fenomena Selebgram', *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 2022
<<https://doi.org/10.36722/Jaiss.V3i1.893>>
- Hassan, Hanisa, Biranul Anas Zaman, And Imam Santosa, 'Tolerance Of Islam: A Study On Fashion Among Modern And Professional Malay Women In

- Malaysia', *International Journal Of Social Science And Humanity*, 2015 <<https://doi.org/10.7763/Ijssh.2015.V5.499>>
- Hassan, Siti Hasnah, And Husna Ara, 'Hijab Fashion Consciousness Among Young Muslim Women In Malaysia', *Estudios De Economia Aplicada*, 2021 <<https://doi.org/10.25115/Eea.V39i4.4312>>
- Hassan, Siti Hasnah, And Harmimi Harun, 'Factors Influencing Fashion Consciousness In Hijab Fashion Consumption Among Hijabistas', *Journal Of Islamic Marketing*, 2016 <<https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2014-0064>>
- Hidayat, Taufiq, 'Garansi Dan Penerapannya Perspektif Hukum Islam', *Al-Mawarid*, 15, 2006, 111–25
- Husein, Fatimah, And Martin Slama, 'Online Piety And Its Discontent: Revisiting Islamic Anxieties On Indonesian Social Media', *Indonesia And The Malay World*, 2018 <<https://doi.org/10.1080/13639811.2018.1415056>>
- Ismail, Ismail, Novi Hendri, And Putri Rahmah Nurhakim, 'Minangkabau's Doro Tradition: Coexistence Of Customary Law And Islamic Law In Caning Punishment', *Samarah*, 2023 <<https://doi.org/10.22373/Sjhc.V7i1.15904>>
- J.M.E. Blommaert, P.K. Varis, 'Culture As Accent: The Cultural Logic Of Hijabista', *Association Internationale De Semiotique*, 203 (2015), 153–77 <<https://doi.org/https://doi.org/10.1515/Sem-2014-0067>>
- Jacobson, Jenna, 'You Are A Brand: Social Media Managers' Personal Branding And "The Future Audience"', *Journal Of Product And Brand Management*, 2020 <<https://doi.org/10.1108/JPBM-03-2019-2299>>
- Kamarusdiana, Kamarusdiana, 'Qânûn Jinâyat Aceh Dalam Perspektif Negara Hukum Indonesia', *AHKAM: Jurnal Ilmu Syariah*, 2016 <<https://doi.org/10.15408/Ajis.V16i2.4445>>
- Kavakci, Elif, And Camille R. Kraeplin, 'Religious Beings In Fashionable Bodies: The Online Identity Construction Of Hijabi Social Media Personalities', *Media, Culture And Society*, 2017 <<https://doi.org/10.1177/0163443716679031>>
- Kharisma, Rikha Ayu Minda, And Rahmawati Zulfiningrum, 'Representasi Cyber Society Dalam Film "Searching"', *Jurnal Audience*, 2020 <<https://doi.org/10.33633/Ja.V3i2.4066>>
- Khomalia, Isti, And Khairul Arief Rahman, 'Micro Hijabers Celebrity: Membentuk Identitas Dengan Update Self-Story Via Instagram (Kasus Dian Pelangi)', *NALAR: Jurnal Peradaban Dan Pemikiran Islam*, 2018

<<https://doi.org/10.23971/Njppi.V2i1.869>>

- Lestari, Diajeng, *Hijupreneur : Berhijab Dan Berkarya Tanpa Batas* (Jakarta: Qultum Media, 1986)
- Masruri, Ahmad, 'Pandangan Ulama Klasik Dan Kontemporer Tentang Jilbab', *Andragogi: Jurnal Pendidikan Islam Dan Manajemen Pendidikan Islam*, 2022 <<https://doi.org/10.36671/Andragogi.V3i3.238>>
- MD, Umi Wahyuni, And Siti Achiria, 'Peran Trend Dan Motif Hijrahterhadap Pembelian Busana Muslimah Di Kota Palu', *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2020 <<https://doi.org/10.24239/Jiebi.V1i2.9.1-17>>
- Meilinawati, Lina, 'Jilbab: Budaya Pop Dan Identitas Muslim Di Indonesia', *IBDA` : Jurnal Kajian Islam Dan Budaya*, 14.1 (2016), 139–55 <<https://doi.org/10.24090/Ibda.V14i1.623>>
- Montoya, Peter, 'The Personal Branding Phenomenon', *Personal Branding Press*, 2002
- Muslim, Nur Aziz., 'Hijab Antara Tradisi Dan Normativitas: Menilik Pemikiran Qasim Amin Dalam Mengangkat Martabat Perempuan', *Jurnal Studi Gender Indonesia*, Vol. 03, N.Gender (2012), 63–84
- Muzani, Suprapti, 'Gender Dalam Perspektif Syariah Islamiyah', *Jurnal SAWWA*, 2014
- Nurhayat, Ety, And Rakhmaditya Dewi Noorrizki, 'Flexing: Perilaku Pamer Kekayaan Di Media Sosial Dan Kaitannya Dengan Self-Esteem', *Flourishing Journal*, 2022 <<https://doi.org/10.17977/Um070v2i52022p368-374>>
- Nuroniya, Wardah, 'Rethinking Hijab In Contemporary Indonesia: A Study Of Hijab Community "Tuneeca Lover Community"', *Wawasan: Jurnal Ilmiah Agama Dan Sosial Budaya*, 2019 <<https://doi.org/10.15575/Jw.V4i2.5643>>
- Pane, Neta S, *Sejarah Dan Kekuatan Gerakan Aceh Merdeka, Solusi, Harapan, Dan Impian* (Jakarta: PT Grasindo, 2001)
- Park, Hyewon, 'The Fashioning Of Southeast Asian Muslim Women ' S Clothing From The Perspective Of Social Phenomena And Global Market Changes', 2022, 1–5 <<https://doi.org/10.33552/JTSFT.2022.09.000718>>
- Pratiwi, Nuning Indah, '(Data Primer Sekunder) Penggunaan Media Video Call Dalam Teknologi Komunikasi', *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 2017
- Putra, Novian Anata, 'Ahok Dalam Berita Maya', *Jurnal Penelitian Komunikasi*,

2015 <<https://doi.org/10.20422/jpk.v18i2.43>>

Putri, Evania, 'Foto Diri, Representasi Identitas Dan Masyarakat Tontonan Di Media Sosial Instagram', *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, 2016 <<https://doi.org/10.22146/jps.v3i1.23528>>

Rahayu, Hesti, 'Representasi Dan Citra Visual Artis Hijrah Di Media Online', *Dekave*, 2022 <<https://doi.org/10.24821/dkv.v15i1.3874>>

Ramanda, Rozi, 'Penerapan Qanun Nomor 11 Tahun 2002 Tentang Aqidah, Ibadah, Syi'ar Islam Di Kabupaten Aceh Barat Tahun 2013-2016', Vol. 5, No (2018) <<https://www.neliti.com/id/publications/205677/penerapan-qanun-nomor-11-tahun-2002-tentang-aqidah-ibadah-dan-syiar-islam-di-kab>>

Ramzani,P, Ikkal, Muhammad Yasir Yusuf, And Hafas Furqani, 'Model Pengelolaan Dana Otonomi Khusus Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Di Aceh (Ditinjau Dari Maqashid Syariah)', *Journal Of Sharia Economics*, 2020 <<https://doi.org/10.22373/jose.v1i1.627>>

Retno Hendariningrum, And M. Edy Susilo, 'Fashion Dan Gaya Hidup : Identitas Dan Komunikasi', *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2008

Rizqi Mahanani, Prima Ayu, 'Praktik Konsumsi Jilbab Syar'i Dan Cadar Di Kalangan Perempuan Salafi Dalam Perspektif Budaya Konsumen', *JURNAL SOSIAL: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 2019 <<https://doi.org/10.33319/sos.v20i2.46>>

Rosida, Ida Ayu, And Achmad Hariri, 'Pemberlakuan Sanksi Cambuk, Qanun Jinayat Di Aceh Dalam Perspektif Hak Asasi Manusia', *Media Of Law And Sharia*, 2023 <<https://doi.org/10.18196/mls.v4i2.6>>

Roziqin, Ahmad Khoirur, 'Jilbab, Hijab Dan Telaah Batasan Aurat Wanita', *Al-Bayan: Jurnal Ilmu Al-Qur'an Dan Hadist*, 2019 <<https://doi.org/10.35132/albayan.v1i2.41>>

Senft, Theresa M, *Celebrity And Community In The Age Of Social* (Networks: Peter Lang, 2008)

Shihab, Muhammad Quraish, *No Title jilbab Pakaian Wanita Muslimah* (Jakarta: Lentera Hati, 2004)

Sholihun, Saiful Amien, *Menyoroti Aurat Dan Jilbab, Dalam Ijtihad Islam Liberal: Upaya Merumuskan Keberagaman Yang Dinamis* (Jakarta: Jaringan Islam Liberal (JIL), 2005)

Suadi, Amran, *Politik Hukum Perspektif Hukum Perdata Danpidana Islam Serta Ekonomi Syariah* (Jakarta: Kencana, 2016)

- Süerdem, Ahmet, 'Yes My Name Is Ahmet, But Please Don't Target Me. Islamic Marketing: Marketing Islamtm?', *Marketing Theory*, 2013 <<https://doi.org/10.1177/1470593113499701>>
- Suprpto, *Metodelogi Penelitian Hukum Dan Statistik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2003)
- Wahyuni, Sri², *Metode Penelitian Hukum Dan Statistik* (Jakarta: UTM Press, 2003)
- Wahyuningroem, Sri Lestari, 'Peran Perempuan Dan Era Baru Di Nangroe Aceh Darussalam', *Antropologi Indonesia*, 2014 <<https://doi.org/10.7454/Ai.V29i1.3530>>
- Walker, John A., *Desain, Sejarah, Budaya: Sebuah Pengantar Komprehensif* (Yogyakarta: Jalasutra, 2020)
- Wright, Charles Robert, *Mass Communication: A Sociological Perspective*, Subsequent (New York: Mcgraw-Hill College, 1959)
- Yulikhah, Safitri, 'Jilbab Antara Kesalehan Dan Fenomena Sosial', *Jurnal Ilmu Dakwah*, 36.1 (2017), 96 <<https://doi.org/10.21580/Jid.V36i1.1627>>
- Yunus, Firdaus M, Azwarfajri Azwarfajri, And Muhammad Yusuf, 'Penerapan Dan Tantangan Pelaksanaan Syariat Islam Di Aceh', *Jurnal Sosiologi USK (Media Pemikiran & Aplikasi)*, 2023 <<https://doi.org/10.24815/Jsu.V17i1.32865>>