

**REPRESENTASI IDENTITAS MUSLIMAH DALAM
MODEL JILBAB MENYERUPAI RAMBUT PADA
TIKTOK @YUNI_JASMINEBUTIQ**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana**

Disusun oleh:

Nazla Khaerunnisa

NIM. 22102010003

Dosen Pembimbing:

Nitra Galih Imansari, M.Sos.

NIP. 19940915.202012.2.008

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI UNIVERSITAS ISLAM
NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA**

2026

SURAT PENGESAHAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-660/Un.02/DD/PP.00.9/05/2026

Tugas Akhir dengan judul : REPRESENTASI IDENTITAS MUSLIMAH DALAM MODEL JILBAB
MENYERUPAI RAMBUT PADA TIKTOK @YUNI_JASMINEBUTIQ

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : NAZLA KHAERUNNISA
Nomor Induk Mahasiswa : 22102010003
Telah diujikan pada : Rabu, 08 April 2026
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang
Nitra Galih Imansari, M.Sos.
SIGNED

Valid ID: 690784122d3



Penguji I
Dra. Anisah Indriati, M.Si
SIGNED

Valid ID: 6003eacac33a



Penguji II
Seiren Ikhtiar, M.A.
SIGNED

Valid ID: 692f986e93ff



Yogyakarta, 08 April 2026
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Prof. Dr. Arif Maftuhin, M.Ag., M.A.I.S.
SIGNED

Valid ID: 69fate6da4102

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Dakwah dan
Komunikasi UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Di Yogyakarta

Assalamualaikum wr.wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku dosen pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Nazla Khaerunnisa
NIM : 22102010003
Judul Skripsi : “Representasi Identitas Muslimah dalam Model Jilbab Menyerupai Rambut pada Tiktok @yuni_jasminebutiq”

skripsi tersebut sudah memenuhi syarat

- Bebas dari unsur plagiarisme.
- Hasil pemeriksaan similaritas melalui Turnitin menunjukkan tingkat kemiripan sebesar 15% dengan menggunakan setelan “small match exclusion” sepuluh kata.
- Sistematika penulisan telah sesuai dengan Pedoman Penulisan Skripsi yang berlaku.

dan sudah dapat diajukan kepada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana.

Dengan ini kami berharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 12 Maret 2026

Ketua Program Studi


Saptoni, M.A

NIP. 12730221 199903 1 002

Dosen Pembimbing


Nitra Galih Imansari, M.Sos

NIP. 19940915202012 200

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nazla Khaerunnisa
NIM : 22102010003
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul: “Representasi Identitas Muslimah dalam Model Jilbab Menyerupai Rambut Pada Tiktok @yuni_jasminebutiq” adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penyusun siap mempertanggungjawabkannya sesuai hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 12 Maret 2026

Yang menyatakan,



Nazla Khaerunnisa
NIM. 22102010003

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan kemudahan yang diberikan, skripsi ini saya persembahkan kepada semua pihak yang telah berperan dalam perjalanan perkuliahan saya hingga tugas akhir ini dapat terselesaikan. Terima kasih atas segala doa, dukungan, bimbingan, serta bantuan yang diberikan selama proses ini berlangsung. Semoga segala kebaikan tersebut dibalas dengan keberkahan dan kebaikan yang berlipat ganda.



MOTTO

Identitas bukan sekedar apa yang terlihat, tetapi bagaimana seseorang berani memaknai dirinya di tengah perubahan. Tampil berbeda bukanlah suatu kesalahan, melainkan pilihan untuk tetap percaya diri dan terus setia pada diri sendiri.



KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan kepada Allah SWT Atas berkat, rahmat, dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul **“Representasi Identitas Muslimah Dalam Model Jilbab Menyerupai Rambut Pada TikTok @yuni_jasminebutiq”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Sunan Kalijaga. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini terwujud berkat bantuan, arahan, bimbingan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Rektor UIN Sunan Kalijaga, Prof. Noorhaidi Hasan, S. Ag., M. A., M. Phil., yang telah memberikan kesempatan untuk melaksanakan studi di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Prof. Dr. Arif Maftuhin, M. Ag., M.A.I.S.
3. Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Saptoni, S. Ag., M. A
4. Dr. Abdul Rozak, M. Pd., selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Nitra Galih Imansari, M. Sos. selaku Dosen Pembimbing yang selalu memberikan waktunya untuk memberikan dorongan, motivasi, dan arahan dalam mengerjakan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Dosen Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga yang tidak dapat penulis sebut satu persatu karena telah memberikan banyak ilmu dan masukan kepada penulis.

7. Bapak Suparyanto dan Ibu Lia Maryani, selaku kedua orang tua penulis yang telah memberikan kasih sayang, nasehat, dukungan, memenuhi segala kebutuhan penulis, mendampingi dalam setiap langkah penulis, serta doa yang tidak pernah putus untuk penulis. Walaupun tidak sempat merasakan bangku perkuliahan, mereka selalu berusaha bekerja keras demi memberikan kesempatan Pendidikan yang lebih baik untuk putri *tunggalnya* dari yang telah mereka lalui.
8. Keluarga besar penulis, ibu Yani Waryani, Bapak Endan Sutardi, Bapak Irpan Hilmi, S. Kom, Bapak Insan Sani, S. E, M. M, Ibu Sulistyani, Bapak Muhtaruddin, Ibu Anggi Kusumawati, A.md, Lisnawati S. Pd, Anugerah Ilham Siswoyo Putra, Zahira Qurotu A'yuni. Terima kasih atas *support* dan dorongan motivasi yang tiada hentinya.
9. Teman-teman tercinta penulis, Nania, Adel, Riri, Nadia, Emil, Yuan, Dini, dan Tiara. Terima kasih atas dukungan yang selalu diberikan, menemani di kala susah maupun senang, di kala sehat maupun sakit selama penulis berada di rantauan.
10. Sahabat kecil penulis, Nela, dan Ayu yang selalu bersedia mendengarkan keluh kesah penulis dalam menghadapi ujian dan tekanan selama merantau.

Yogyakarta, 25 April 2026



Nazla Khaerunnisa
NIM 22102010003

ABSTRAK

Di era media sosial seperti *TikTok* yang didominasi budaya visual, representasi identitas muslimah mengalami transformasi melalui tren estetika, salah satunya model jilbab menyerupai rambut yang memadukan antara nilai religius dengan mode kontemporer. Fenomena ini memunculkan latar belakang masalah mengenai bagaimana konten semacam ini membentuk persepsi muslimah ideal di ruang digital. Rumusan penelitian ini berfokus pada bagaimana identitas muslimah direpresentasikan melalui 3 makna denotasi, konotasi, dan mitos dalam konten akun *TikTok* @yuni_jasminebutiq melalui model jilbab menyerupai rambut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis semiotika Roland Barthes yang mencakup tiga tingkat makna, yaitu denotasi, konotasi, dan mitos. Objek penelitian diambil dari enam video terpilih selama enam bulan terakhir berdasarkan jumlah *viewers*, komentar audiens, serta model jilbab yang digunakan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan menganalisis makna denotasi, konotasi, dan mitos yang muncul dalam model jilbab menyerupai rambut, sekaligus memahami bagaimana identitas muslimah direpresentasikan melalui tren tersebut di media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada tingkat denotasi, jilbab ditampilkan menutup kepala namun dibentuk menyerupai rambut dengan tambahan aksesoris dan penataan *aesthetic*. Pada tingkat konotasi, gaya tersebut merepresentasikan identitas muslimah muda yang modern, rapi, percaya diri, dan mengikuti tren *fashion* digital. Sementara pada tingkat mitos, konten ini menaturalisasi gagasan bahwa jilbab tidak hanya sebagai simbol religius, tetapi juga sebagai medium *fashion* yang fleksibel dan kreatif, sehingga membentuk citra muslimah ideal yang feminim, modis, dan mampu menyesuaikan diri dengan tuntutan estetika media sosial. Dengan demikian, identitas muslimah di media sosial tampak bersifat fleksibel dan berorientasi pada tampilan, serta dipengaruhi oleh budaya visual dan sistem popularitas di platform digital.

Kata kunci: representasi, identitas muslimah, jilbab menyerupai rambut, @yuni_jasminebutiq, semiotika

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRACT

In the era of social media platforms like TikTok, which are dominated by visual culture, the representation of Muslim women's identity has undergone a transformation through aesthetic trends, one of which is the "hair-like hijab" style that blends religious values with contemporary fashion. This phenomenon raises the underlying issue of how such content shapes perceptions of the ideal Muslim woman in the digital space. This study focuses on how Muslim women's identity is represented through three levels of meaning denotation, connotation, and myth in the content of the TikTok account @yuni_jasminebutiq, specifically through the "hair-like" hijab style. The research employs a qualitative approach using Roland Barthes's semiotic analysis, which encompasses three levels of meaning: denotation, connotation, and myth. The research subjects were selected from six videos over the past six months based on the number of viewers, audience comments, and the hijab styles used. The objective of this study is to describe and analyze the denotative, connotative, and mythical meanings emerging in the "hair-like" hijab styles, while also understanding how the identity of Muslim women is represented through this trend on social media. The results indicate that at the denotative level, the hijab is depicted as covering the head but styled to resemble hair, complete with accessories and aesthetic styling. At the connotative level, this style represents the identity of young Muslim women who are modern, neat, confident, and follow digital fashion trends. Meanwhile, at the mythical level, this content naturalizes the idea that the hijab is not merely a religious symbol but also a flexible and creative fashion medium, thereby shaping the image of an ideal Muslim woman who is feminine, fashionable, and capable of adapting to the aesthetic demands of social media. Thus, the identity of Muslim women on social media appears to be flexible and appearance-oriented, and is influenced by visual culture and the popularity system on digital platforms

Keywords: *representation, muslim women's identity, hijab styles that resemble hair, @yuni_jsminebutiq, semiotics*

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| SURAT PENGESAHAN SKRIPSI | ii |
| SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI | iii |
| SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI | iv |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | v |
| MOTTO | vi |
| KATA PENGANTAR | vii |
| ABSTRAK | ix |
| ABSTRACT | x |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| DAFTAR GAMBAR | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A.Latar Belakang | 1 |
| B.Rumusan Masalah..... | 8 |
| C.Tujuan Penelitian..... | 8 |
| D.Manfaat Penelitian..... | 8 |
| E.Kajian Pustaka | 9 |
| F.Kajian Teori | 18 |
| G Metodologi Penelitian | 20 |
| 1.Jenis dan Pendekatan Penelitian | 20 |
| 2.Fokus Penelitian..... | 21 |
| 3.Teknik Pengumpulan Data | 21 |
| 4.Teknik Validasi Data | 22 |
| 5.Teknik Analisis Data | 23 |
| H.Sistematika Pembahasan | 24 |
| BAB II PROFIL AKUN <i>TIKTOK</i> @YUNI_JASMINEBUTIQ DAN KARAKTERISTIK KONTEN | 26 |
| A. Profil Umum Akun <i>TikTok</i> @yuni_jasminebutiq..... | 26 |
| B. Deskripsi Jenis Konten yang Diunggah..... | 30 |
| BAB III HASIL ANALISIS DAN REPRESENTASI IDENTITAS | 40 |
| 1. Analisis Semiotika Konten <i>TikTok</i> @yuni_jasminebutiq | 40 |
| 2. Representasi Identitas | 61 |
| BAB IV PENUTUP | 76 |
| A. Kesimpulan..... | 76 |
| B. Saran | 77 |

DAFTAR PUSTAKA 79



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1: Tabel Video Analisis | 36 |
| Tabel 2: Analisis unggahan Pada 4 Juli 2025 | 43 |
| Tabel 3: Analisis unggahan Pada 13 Agustus 2025 | 46 |
| Tabel 4: Analisis unggahan 10 September..... | 48 |
| Tabel 5: Analisi unggahan 27 Oktober 2025 | 50 |
| Tabel 6: Analisis unggahan 7 November 2025 | 53 |
| Tabel 7: Analisis unggahan 11 Desember 2025 | 56 |



DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1: Profil Akun <i>TikTok</i> @yuni_jasminebutiq | 26 |
| Gambar 2: Contoh Bentuk Jilbab Menyerupai Rambut Kepang | 29 |
| Gambar 3: Contoh Bentuk Jilbab Menyerupai Rambut Layer | 32 |
| Gambar 4: Contoh Bentuk Jilbab Seperti Rambut diurai Kesamping | 32 |
| Gambar 5: Contoh Bentuk Jilbab Seperti Rambut Digerai Lurus | 33 |
| Gambar 6: Komentar pro 1 | 64 |
| Gambar 7: Komentar pro 2 | 64 |
| Gambar 8: Komentar kontra 1 | 65 |
| Gambar 9: Komentar kontra 2 | 68 |



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Model jilbab saat ini sedang menunjukkan fungsi lain dari sekedar simbol agamis menjadi bagian dari bagaimana mengekspresikan diri. Banyak muslimah yang tampil menggunakan jilbab dengan model dan bentuk yang “unik”, seperti jilbab yang terkadang dibentuk seperti rambut yang diikat, memperlihatkan telinga dan area leher atau disebut dengan turban, menonjolkan ikatan rambut menyerupai punuk unta, bahkan menumpuk-numpukkan beberapa jilbab.

Tren ini tentu menuai kontroversi di tengah masyarakat. Sebagian pihak menilai bahwa gaya jilbab menyerupai rambut dapat mengaburkan antara ketaatan pada Syariah dan keinginan seseorang tampil modis. Beberapa ulama dan tokoh agama menegaskan, bahwa jilbab fungsinya untuk menutupi seluruh aurat terkecuali wajah dan telapak tangan,¹

Berdasarkan yang dijelaskan dalam Hadist yang diriwayatkan oleh Abu Daud:

“Rasulullah shallallahu alaihi wasallam pun berpaling darinya dan bersabda, 'Wahai Asma, sesungguhnya seorang wanita itu jika sudah haid (sudah baligh), tidak boleh terlihat dari dirinya kecuali ini dan ini', beliau menunjuk wajahnya dan kedua telapak tangannya.”², (H.R Abu Daud 4130)

Hadist tersebut menjelaskan batasan bagian tubuh perempuan yang boleh terlihat setelah baligh. Penjelasan ini selaras dengan perintah Allah SWT. Dalam Al-Qur'an yang menegaskan kewajiban mengulurkan jilbab sebagai bentuk

¹Hamidah, Syadzali “Analisis Semiotika Roland Barthes Tentang Fenomena Jilboobs” *Jurnal studia insomnia* no 2, hal 117 <https://jurnal.uin-antasari.ac.id/index.php/insania/article/download/1124/864>

² Purnama. Y “HR. Abu Daud 4140”, *Muslimah.or.id*, diakses pada 20 November 2025, <https://muslimah.or.id/10685-wahai-saudariku-lengan-adalah-aurat-2.html>

perlindungan dan identitas bagi perempuan mukminah, sebagaimana tercantum dalam QS. Al-Ahzab ayat 59.

*“Wahai Nabi (Muhammad), katakanlah kepada istri-istrimu, anak-anak perempuanmu dan istri-istri orang mukmin supaya mereka mengulurkan jilbabnya ke seluruh tubuh mereka. Yang demikian itu agar mereka lebih mudah untuk dikenali sehingga mereka tidak diganggu. Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.”*³ (QS. Al-Ahzab ayat 59)

Pemaknaan hijab sebagai bagian dari ajaran agama sekaligus simbol identitas sosial menunjukkan bahwa cara berhijab tidak lagi hanya berkaitan dengan kewajiban normatif, tetapi juga dengan bagaimana seseorang ingin dikenali di ruang publik. Dalam konteks media sosial, khususnya *TikTok* yang berbasis visual, hijab dapat berfungsi sebagai sarana membangun citra diri, menunjukkan gaya, dan menegosiasikan identitas keislaman dengan tren yang sedang berkembang.

Pada konteks inilah, akun *TikTok* @yuni_jasminebutiq menjadi relevan untuk diteliti. Akun ini dipilih karena secara konsisten menampilkan model jilbab yang dibentuk menyerupai rambut, lengkap dengan variasi gaya dan aksesoris yang mengikuti tren digital. Karakteristik kontennya dinilai representatif untuk menggambarkan bagaimana simbol religius seperti hijab dapat mengalami pergeseran makna ketika berada dalam logika estetika dan popularitas media sosial.

Dengan jumlah pengikut mencapai 826.800 ribu *followers* dan total 19,6 juta *likes*, tentunya memiliki jangkauan audiens yang sangat luas sehingga setiap kontennya berpotensi signifikan membentuk wacana dan persepsi publik terhadap kreatifitas model jilbab di media sosial. Popularitas tersebut menunjukkan bahwa

³ Nuonline, “Al – Qur’an Surat Al – Ahzab ayat 59”, diakses pada 20 November 2025
<https://quran.nu.or.id/al-ahzab/59>

model jilbab yang ditampilkan Yuni bukan hanya sekadar variasi estetika, tetapi juga trend visual yang menarik perhatian publik.

Selain memiliki jumlah pengikut yang banyak, Yuni merupakan seorang kreator yang secara konsisten mengunggah video dengan model jilbab yang dibentuk menyerupai rambut, baik melalui teknik *layer* sehingga tampak seperti *wavy hair*, membuat lipatan menyerupai poni, maupun megepang jilbab hingga terlihat seperti rambut *barbie*.⁴ Teknik-teknik ini membuat jilbab tidak hanya berfungsi sebagai penutup kepala, tetapi berubah menjadi struktur visual yang menyerupai tekstur dan bentuk rambut perempuan. Konsistensi model ini menjadikan kontennya ideal untuk dianalisis menggunakan semiotika Roland Barthes karena pola tanda (*sign*), konotasi, dan mitos dapat diamati secara jelas dan berulang.

Selain itu, konten-konten yang diunggah tidak hanya bersifat tutorial teknis, tetapi juga menampilkan performativitas visual: cara kreator menampilkan diri, memilih sudut kamera, menggunakan filter, serta mengatur ekspresi wajah dan gesture tubuh. Semua elemen ini bekerja bersama membentuk narasi visual tentang muslimah yang rapi, feminin, percaya diri, dan estetik.⁵

Pemilihan subjek ini juga didasarkan pada perbedaan yang jelas antara gaya Yuni Jasmine dan representasi muslimah normatif di media arus utama. Dalam

⁴ Gresnia Arel Febriani, "Yuni Jasmine, PNS Lampung yang Viral karena Filter Kini Tunjukkan Wajah Asli," *Wolipop Detik*, 19 Juni 2025, diakses pada 20 November 2025, <https://wolipop.detik.com/hijab-update/d-7972261/yuni-jasmine-pns-lampung-yang-viral-karena-filter-kini-tunjukkan-wajah-asli>

⁵ Rifhand Nasywa "Performativitas Muslimah Stylesebagai Strategi Dramaturgi Mahasiswi dalam Pencarian Social-Esteemdi Media Sosial". *Jayapangus PressGanaya : Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, volume 9 no 2 (2026), <https://jayapanguspress.penerbit.org/index.php/ganaya/article/view/5324/2523>

banyak representasi media, muslimah sering digambarkan dengan jilbab sederhana, warna netral, dan ekspresi yang tenang. Sebaliknya, konten @yuni_jasminebutiq justru menampilkan warna-warna mencolok, bentuk jilbab yang kompleks.⁶ Perbedaan ini menandakan adanya negosiasi makna tentang bagaimana muslimah boleh tampil di ruang publik digital, meskipun penelitian ini tidak secara eksplisit membahas negosiasi identitas sebagai teori utama.

Alasan lain pemilihan subjek ini adalah karena model jilbab tersebut memunculkan pembahasan baru tentang batas antara religiusitas dan estetika. Meskipun penelitian ini tidak berfokus pada perdebatan hukum Islam, keberadaan gaya jilbab menyerupai rambut secara implisit memancing pertanyaan tentang makna jilbab itu sendiri: apakah ia semata-mata penutup aurat, atau juga medium ekspresi visual dan identitas diri. Konten Yuni Jasmine menjadi contoh konkret bagaimana pertanyaan tersebut dimunculkan melalui praktik visual sehari-hari di media sosial.

Dari setiap konten yang Yuni tampilkan tentu memunculkan berbagai reaksi audiens, ada komentar pro dan pasti ada kontra, berikut beberapa reaksi yang peneliti dapat dari beberapa kontennya “*cantik banget*”, “*sing eling*”, “*gabisa berkata-kata gue*”, “*kalo saya lebih suka liat yang kaya biasa ala barbie*” dan masih banyak komentar-komentar lainnya.

⁶ Henry, Komarudin “Hijaber Bergaya Barbie Jadi Viral Karena Dagunya Bikin Salah Fokus,” *Liputan6.com*, 13 September 2020, diakses pada 23 November 2025, <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4394626/hijaber-bergaya-barbie-jadi-viral-karena-dagunya-bikin-salah-fokus>

Hal serupa juga terjadi pada konten kreator lain seperti @dinfiaa yang juga konsisten menampilkan jilbab yang dibentuk berbagai macam, seperti bentuk rambut dikepang, bertumpuk-tumpuk, rambut digerai, yang dikombinasikan dengan pakaian berbagai macam warna. Dalam komentar setiap videonya, ia mendapat pro dan kontra seperti “hidup normal aja kak”, “ko bisa sih pede?”, “lah ko menurut gue cakep ya”, “lucu ih menurutku, Cuma salah negara aja kakanya” dan banyak lagi komentar lain di akun tersebut.

Dari sudut pandang komunikasi, representasi hijab di media sering dianalisis dengan pendekatan semiotika. Karena melihat bagaimana hijab dimaknai secara denotatif sebagai pakaian muslimah, namun secara konotatif menjadi simbol keagamaan sekaligus gaya modern.⁷ Akan tetapi, mayoritas penelitian tersebut hanya fokus pada media iklan, film, atau Instagram. Masih sedikit yang membahas tren hijab seperti rambut di *TikTok*, meskipun tren ini semakin populer.

Selain itu, isu ini bukan hanya tentang hal-hal yang tampak secara visual, tetapi juga terkait dengan cara pembentukan dan pengembangan identitas perempuan Muslim dalam ruang digital. Identitas keislaman di media sosial selalu berubah-ubah dan tidak sama untuk semua orang; ia dibentuk, didiskusikan, serta direpresentasikan melalui cara pembuatan konten, cara audiens merespons, dan logika komodifikasi yang melekat pada platform digital.⁸ Di sini, media sosial

⁷Rahayu S, Ri'aeni I, Suhara R “Representasi Perempuan Berhijab Dalam Iklan Televisi (Analisis Semiotika Pada Iklan Rejoice 3 In 1 Versi Hijabisa Dan Sariayu Hijab Care Series Versi Bebas Berhijab)”, *jurnal ilmu komunikasi* no 1, hal 63-68, 2021. <https://ejournal.unma.ac.id/index.php/jika/article/download/4956/2672/21009>

⁸ Alamsyah, Femi Fauziah; Hari Rahman Hakim; Siti Lutfi Latifah; dan Hasya Dinan Hamidah. “Konstruksi Identitas Virtual Muslimah Preneur: Mediatization dan Komodifikasi Agama dalam Akun Instagram @auliyafadlillah.” *Jurnal Khabar: Komunikasi dan Penyiaran Islam* 6, no. 2 (2024): hal 109-127. <https://doi.org/10.37092/khabar.v6i2.914>

bukan cuma tempat untuk menyampaikan pendapat, tapi juga tempat pertarungan ide yang menggabungkan nilai-nilai agama, gaya populer, dan kepentingan ekonomi.

Fenomena penggunaan jilbab yang tampil seperti rambut di *TikTok* menunjukkan bagaimana identitas perempuan Muslim dibangun dalam konteks tersebut. Model jilbab yang berbentuk seperti rambut tidak hanya digunakan sebagai penghias penampilan, tetapi juga sebagai simbol yang mewakili usaha perempuan muslim dalam menyeimbangkan kebebasan kreatif dengan tekanan tren digital yang cepat dan persaingan tinggi. Di satu sisi, ada keinginan untuk tetap menunjukkan identitas sebagai muslim dengan memakai jilbab; di sisi lain, ada kebutuhan untuk terlihat menarik, *up-to-date*, dan sesuai dengan algoritma serta selera penonton.

Dengan demikian, praktik tersebut menunjukkan proses negosiasi identitas yang rumit. Perempuan muslimah di dunia digital bukan hanya menampilkan diri, tetapi juga secara sadar mengelola gambaran tentang kewajiban, gaya, dan mengikuti tren digital secara bersamaan. Identitas keislaman yang muncul bukanlah identitas yang tetap, melainkan identitas yang terus berkembang melalui cara interaksi antara kreator, penonton, dan struktur media sosial itu sendiri.

Selain itu, pemilihan konten-konten *@yuni_jasminebutiq* sebagai objek penelitian juga relevan karena gaya jilbab yang ditampilkan tidak hadir dalam ruang yang terisolasi, melainkan beredar luas di platform *TikTok* yang bersifat partisipatif dan visual. Artinya, gaya tersebut tidak hanya dikonsumsi sebagai tontonan, tetapi juga berpotensi ditiru, direproduksi, dan dijadikan referensi oleh audiens. Kondisi

ini memperlihatkan bahwa representasi identitas muslimah melalui jilbab menyerupai rambut memiliki dampak simbolik yang lebih luas dalam membentuk selera visual dan persepsi tentang penampilan muslimah di media sosial.

Dari urian di atas, terlihat adanya celah dalam penelitian. Beberapa penelitian sebelumnya lebih fokus pada modifikasi hijab dalam komunitas *cosplay* (seperti penggunaan jilbab untuk menyerupai rambut karakter anime) atau perdebatan antara aturan syariat dan model berhijab modern.⁹ Penelitian dengan pendekatan semiotika Barthes sudah ada, tetapi hanya berhenti pada analisis tanda, tanpa mengaitkannya dengan proses representasi identitas muslimah di media sosial. Terakhir, belum ditemukan penelitian yang secara signifikan menelaah kreator @yuni_jasminebutiq.

Oleh karena itu, penelitian ini hadir dengan kebaruan yang jelas, menelaah fenomena jilbab menyerupai rambut dalam konteks keseharian muslimah di *TikTok*, menggunakan semiotika Roland Barthes, dan akan menerapkan teori representasi nantinya. Penelitian ini juga akan dilakukan menggunakan metodologi deskriptif kualitatif, untuk mendeskripsikan bagaimana makna, simbol dan proses komunikasi yang muncul dalam fenomena jilbab menyerupai rambut pada konten @yuni_jasminebutiq.

⁹Anisa Nada Suksmono, Andrian Dektisa Hagijanto, dan Mendy Hosana Malkisedek, "Analisis Visual pada Karakteristik Cosplay Berhijab," *Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana* 20, no. 1 (2021): 17-25, <https://doi.org/10.9744/nirmana.20.1.17-25>

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana makna denotasi, konotasi, dan mitos yang muncul dalam model jilbab menyerupai rambut pada konten *TikTok* @yuni_jasminebutiq berdasarkan analisis semiotika Roland Barthes?
2. Bagaimana identitas muslimah direpresentasikan melalui tren jilbab menyerupai rambut dalam konten *TikTok* tersebut?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mendeskripsikan makna denotasi, konotasi, dan mitos yang muncul dalam model jilbab menyerupai rambut pada konten *TikTok* @yuni_jasminebutiq berdasarkan analisis semiotika Roland Barthes.
2. Untuk menganalisis bagaimana identitas muslimah direpresentasikan melalui tren jilbab menyerupai rambut dalam konten *TikTok* tersebut.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoretis

Menambah khazanah ilmu komunikasi, khususnya dalam kajian representasi dan identitas muslimah di media sosial, dan memberikan pengembangan pada kajian semiotika Roland Barthes.

2. Manfaat Praktis

Memberikan wawasan kepada pengguna media sosial, khususnya muslimah, tentang dinamika penggunaan jilbab sebagai identitas di ruang digital, menjadi bahan pertimbangan bagi kreator konten muslimah dalam memproduksi konten agar tetap memperhatikan nilai-nilai syariat sekaligus

tren fashion modern, serta memberikan referensi bagi penelitian selanjutnya mengenai representasi hijab dan identitas muslimah di platform digital.

E. Kajian Pustaka

Representasi identitas muslimah dalam media sosial mengalami transformasi signifikan dalam satu dekade terakhir. Identitas yang sebelumnya banyak dibentuk oleh norma agama, budaya, dan komunitas lokal kini semakin dipengaruhi oleh dinamika digital, tren visual, serta tekanan sosial media. Perubahan ini menandai pergeseran otoritas makna identitas keagamaan dari ruang privat dan institusional menuju ruang publik digital yang bersifat cair, terbuka, dan kompetitif. Dalam konteks ini, identitas muslimah tidak lagi dipahami sebagai entitas yang statis, melainkan sebagai konstruksi sosial yang terus dinegosiasikan melalui representasi visual, narasi personal, serta interaksi simbolik di platform media sosial.

Media sosial menyediakan ruang di mana perempuan Muslim bebas menampilkan diri, mengonstruksi citra, dan memaknai ulang simbol-simbol keagamaan, termasuk jilbab. Penelitian Fitri dan Nursyabani menegaskan bahwa influencer berhijab tidak hanya menampilkan kesalehan, tetapi juga menampilkan “identitas sosial” yang dinegosiasikan melalui gaya visual dan interaksi dengan audiens di Instagram maupun *TikTok*.¹⁰ Representasi ini tidak tunggal; ia terbentuk melalui interaksi antara nilai keislaman, tuntutan estetika, ekspektasi publik, dan algoritma platform. Algoritma *TikTok*, misalnya, cenderung mempromosikan

¹⁰ Fitri, S. A, Nursyabani, S.A. L “Identitas Sosial *Influencer* Berhijab di Media Sosial” *Tabligh, Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* vol 9 {2024}: 223-240.
<https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/tabligh/article/view/42449/13986>

konten visual yang unik, estetik, dan viral, sehingga mendorong kreator untuk terus berinovasi dalam menampilkan simbol keagamaan agar tetap relevan dan menarik perhatian.¹¹

Kholimatus Nadia dan Abdurrazak menemukan bahwa konten jilbab di *TikTok* dapat sekaligus membangun persepsi religiusitas dan estetika muslimah modern, sehingga menciptakan wajah baru identitas keagamaan yang lebih cair.¹² Dalam hal ini, jilbab tidak hanya berfungsi sebagai penanda religius, tetapi juga sebagai medium komunikasi visual yang sarat makna sosial. Identitas muslimah kemudian tampil sebagai hasil kompromi antara kesalehan personal dan kebutuhan untuk beradaptasi dengan budaya visual populer yang menekankan estetika, kreativitas, dan performativitas.¹³

Pada penelitian ini, representasi identitas muslimah dipahami sebagai proses di mana kreator seperti *@yuni_jasminebutiq* menampilkan dirinya melalui model jilbab menyerupai rambut. Tampilan ini memadukan nilai agama, mode, dan keinginan untuk diterima dalam budaya populer. Dengan demikian, representasi identitas tidak hanya dilihat dari simbol keagamaan yang dikenakan, tetapi juga dari cara simbol tersebut dikonstruksi, dipresentasikan, dan dimaknai dalam konteks media sosial. Model jilbab menyerupai rambut menjadi strategi visual yang

¹¹ Nurhakim. P.R, Abdullah. I, ZA. T, Hasaniy “Negotiating Religious Identity In Digital Communication Discourse: A Study Of Acehese Hijab Tiktokers” *Journal Of Contemporary ISLAM and Muslim Societies Vol 9, (2025) : 232-249.*
<https://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/JCIMS/article/view/25583/11349>

¹² Nadia, abdurrazak “Konten Akun Tiktok Nadiraa Hijab Dalam Perspektif wanita Muslim” *jurnal hukum dan pranata sosial, 2022: 189-198.*
<https://ejournal.insuriponorogo.ac.id/index.php/almanhaj/article/view/1727>

¹³ Izzah. N “Hijab *Street Style* Ekspresi Modest Fashion Dan Komodifikasi Agama”, *Nihayah, journal of Islamic studies, Vol 1 (2025): 142-157.* <https://journal.an-nur.org/index.php/nihayah/article/view/13/36>

memungkinkan kreator tetap mempertahankan status sebagai muslimah berhijab, sekaligus menyesuaikan diri dengan standar estetika populer yang mengedepankan visual rambut sebagai simbol kecantikan perempuan.¹⁴

Model jilbab yang dibentuk menyerupai rambut baik berupa gulungan, lapisan bergelombang, maupun bentuk keping menjadi salah satu tren menonjol di *TikTok*. Fenomena ini sebelumnya telah muncul dalam komunitas tertentu, seperti komunitas *cosplay* berhijab. Penelitian Anisa Nada Suksmono dkk. menunjukkan bahwa modifikasi jilbab untuk menyerupai rambut karakter fiksi merupakan bagian dari upaya kreatif perempuan muslim mempertahankan identitas keislaman sambil tetap menyesuaikan diri dengan budaya populer.¹⁵ Dalam konteks ini, jilbab berfungsi sebagai ruang negosiasi identitas, di mana simbol religius tidak ditinggalkan, tetapi dimodifikasi agar kompatibel dengan ekspresi budaya non-religius.

Tren serupa juga terlihat dalam tutorial hijab *cosplay* yang memanfaatkan teknik penggulungan atau pelipatan kain untuk meniru bentuk rambut, memungkinkan *cosplayer* berhijab berpartisipasi dalam budaya pop tanpa melepas simbol religius. Praktik ini menunjukkan bahwa identitas muslimah di ruang digital tidak bersifat dikotomis antara “religius” dan “sekuler”, melainkan berada dalam spektrum yang luas dan dinamis. Jilbab, dalam hal ini, menjadi simbol yang

¹⁴ Evie Ariadne Shinta Dewi, Tarisa Khairina Yunizar, dan Ikhsan Fuady, “The Identity of Modern Muslim Women on Instagram,” *Hayula: Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies* 8, no. 2 (2024): 197-214 <https://doi.org/10.21009/hayula.008.02.04>

¹⁵ Anisa Nada Suksmono, Andrian Dektisa Hagijanto, dan Mendy Hosana Malkisedek, “Analisis Visual pada Karakteristik Cosplay Berhijab,” *Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana* 20, no. 1 (2021): 17-25. <https://doi.org/10.9744/nirmana.20.1.17-25>

fleksibel dan kontekstual, bergantung pada bagaimana ia direpresentasikan dan diterima oleh audiens.

Penelitian lebih lanjut memperkuat bahwa *TikTok* memiliki peran yang signifikan dalam merepresentasikan dan membentuk identitas Muslimah di ruang publik digital. Studi berjudul “Konstruksi Sosial terhadap Fenomena Remaja Berhijab di Media Sosial *TikTok*” menegaskan bahwa *TikTok* bukan sekadar media hiburan, melainkan arena konstruksi sosial di mana makna hijab diproduksi, direproduksi, dan dinegosiasikan secara kolektif oleh pengguna.¹⁶ Dalam penelitian tersebut ditemukan bahwa hijab di *TikTok* tidak hanya dimaknai sebagai simbol kewajiban religius, tetapi juga sebagai penanda identitas sosial dan estetika yang dipengaruhi oleh tren, algoritma, serta respons audiens. Dengan demikian, *TikTok* berfungsi sebagai ruang publik digital yang berperan besar dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap muslimah, termasuk bagaimana mereka dipandang dalam kerangka religiusitas, modernitas, dan ekspresi diri.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa representasi Muslimah di *TikTok* bukanlah proses yang pasif. Perempuan Muslim tidak sekadar mengikuti arus tren visual, tetapi terlibat dalam proses negosiasi makna antara nilai agama dan budaya populer digital. Dalam konteks ini, pilihan gaya hijab termasuk model yang mengikuti tren atau menyerupai rambut dapat dipahami sebagai bagian dari strategi komunikasi visual untuk mempertahankan relevansi di ruang digital sekaligus tetap merepresentasikan identitas keislaman.

¹⁶ Chomairha. V, Prabandasari. R, Fudholli, Nisa “Kontruksi Sosial Terhadap Fenomena Remaja Berhijab Di Media Sosial Tiktok”, *Jurnal Ilmu Sosial, Humaniora dan Sen i (JISHS)*, Vol. 2No. 3April -Juni 2024 Hal. 378-384 <http://jurnal.minartis.com/index.php/jishs>

Hasil penelitian tersebut selaras dengan kajian pada mahasiswi FEBI UIN Tulungagung yang menunjukkan bahwa perempuan Muslim Gen Z cenderung mengelola identitas diri secara sadar dan reflektif, sejalan dengan konsep (“Me” daripada “I”) dalam teori interaksionisme simbolik George Herbert Mead. Dalam penelitian tersebut ditemukan bahwa representasi diri di media sosial telah melalui pertimbangan sosial yang matang, untuk menghindari risiko seperti *body shaming* atau *bullying*, sambil mengadopsi gaya hijab modern dari konten viral.¹⁷ Kesadaran ini menunjukkan bahwa representasi identitas di media sosial tidak lepas dari pertimbangan sosial, psikologis, dan moral. Pilihan gaya hijab, termasuk model menyerupai rambut, menjadi bagian dari strategi presentasi diri (*self-presentation*).

Pengaruh *TikTok* terhadap tren busana muslimah juga terbukti secara empiris. Riset di Desa Aek Raso menemukan bahwa 59,3% perubahan tren berhijab remaja muslimah dipengaruhi oleh eksposur konten *TikTok*, di mana influencer memperkenalkan gaya modern yang diintegrasikan dengan nilai agama lokal.¹⁸ Temuan ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya mentransmisikan tren global, tetapi juga berinteraksi dengan konteks lokal, menghasilkan bentuk-bentuk baru representasi identitas yang hibrid.

Demikian pula, studi pada mahasiswi IAIN Kudus menyoroiti bahwa meskipun tidak semua tutorial hijab di *TikTok* sesuai syariat, banyak yang

¹⁷ Nur Azizah, O, Zahid, A “Identitas Diri Perempuan Muslim Generasi Z (Studi Kasus Pengguna Tiktok Mahasiswa FEBI 2019 UIN SATU Tulungagung)” *PUTE WAYA, Sociology of Religius Journal, Vol 4, No 1, Hal 42-62, 2023.* <https://ejournal-iakn-manado.ac.id/index.php/putewayaya/article/view/1409/927>

¹⁸ Selfi Lestari, Dion Bernolian, Abdur Razzaq, dan Muhamad Yudistira Nugraha, “Makna dan Representasi Fenomena FOMO dalam Tren Hijab Turban di Media Sosial TikTok bagi Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Raden Fatah,” *NAAFI: Jurnal Ilmiah Mahasiswa* 2, no. 2 (2025): 387-395. <https://jurnal.stkip-majenang.ac.id/index.php/naafi/article/view/171>

mengadopsi modifikasi seperti ikat leher demi kenyamanan dan estetika, mencerminkan negosiasi antara syariat dan tren digital.¹⁹ Negosiasi ini memperlihatkan bagaimana perempuan muslim berusaha menyeimbangkan kepatuhan religius dengan kebutuhan praktis dan estetis dalam kehidupan sehari-hari, khususnya dalam konteks budaya visual media sosial yang menuntut fleksibilitas dan daya tarik visual.²⁰

Selain itu, representasi identitas melalui gaya berpakaian di *TikTok* oleh mahasiswa FAI UMB menggabungkan nilai Islam dengan elemen *pop culture*, menggunakan warna, model pakaian, dan konten visual sebagai simbol interaksi sosial.²¹ Fenomena ini sejalan dengan temuan bahwa jilbab ala *hijabers* atau modifikasi telah merevolusi persepsi jilbab dari simbol yang dianggap kuno menjadi *stylish*, dipopulerkan oleh komunitas seperti *Hijabers Community* dan desainer seperti Dian Pelangi melalui media sosial.²² Transformasi ini menegaskan peran media sosial sebagai agen kultural dalam membentuk ulang makna simbol keagamaan.

¹⁹ Khufibasyaris. Y, Suhendi. H “Pengaruh Tren Hijab Fashion Di Media Sosial Tiktok Terhadap Cara Berpakaian Islami Mahasiswi Unisba Fakultas Dakwah Angkatan 2019”, *HIKMAH, Jurnal dakwah dan sosial, Vol 4, (2024):* 1-10.
<https://journals.unisba.ac.id/index.php/hikmah/article/view/3361/1777>

²⁰ Nuraniyah. F.F, “Dampak Tren Tiktok Terhadap Gaya Hijab Mahasiswi KPI IAIN Kudus Angkatan 2019”, *Skripsi, repository IAIN Kudus, 2023*
<http://repository.iainkudus.ac.id/12511/>

²¹ Ningsih, Alimi “Adaptasi Fashion Muslimah Kontemporer Di Kalangan Mahasiswi Universitas Negeri Semarang Melalui Media Sosial”, *JISA: Jurnal Sosiologi Agama Vol 8 2025*
[file:///C:/Users/Asus/Downloads/24313-63807-1-PB%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Asus/Downloads/24313-63807-1-PB%20(2).pdf)

²² Zamhari. A, Triasari “Hijab Fashion Sebagai Strategi Dakwah Pada Hijabers Community Jakarta”, *Jurnal MD, 2022.*
<file:///C:/Users/Asus/Downloads/dakwahjournal,+Journal+manager,+1,+Triasari.pdf>

Sebagai bentuk *personal branding*, media sosial seperti Instagram dan *TikTok* dimanfaatkan influencer hijab untuk membangun citra unik dan diferensiatif. Penelitian tentang akun *fashion* hijab di Instagram menunjukkan bahwa representasi komunikasi visual membentuk identitas muslimah modern yang marketable, melalui elemen seperti estetika visual, *caption* inspiratif, serta kolaborasi dengan brand. Dalam konteks *TikTok*, konstruksi identitas Islam modern pada akun seperti @anasamiii melibatkan tahap *externalization*, *objectification*, dan *internalization*, di mana model jilbab unik berfungsi sebagai alat branding yang memadukan agama dan estetika.²³

Studi personal branding selebgram hijab di Instagram juga menekankan dimensi *style*, *competence*, dan *self-standards* sebagai strategi untuk menonjol di tengah kompetisi digital yang semakin ketat.²⁴ Dengan demikian, model jilbab menyerupai rambut dapat dipahami bukan sekadar tren visual, melainkan sebagai praktik representasi identitas yang kompleks melibatkan negosiasi nilai religius, tuntutan estetika, logika algoritma, serta strategi *personal branding* dalam ekosistem media sosial *TikTok*.

Meskipun berbagai penelitian terdahulu telah membahas representasi identitas muslimah di media sosial, masih terdapat celah penelitian (*research gap*) yang belum banyak dieksplorasi secara mendalam. Sebagian besar studi

²³ Nauval. F “Kontruksi Identitas Islam Modern Dalam Akun Tiktok @Anasamiii”, *Skripsi 2024* https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/66705/1/20102010022_BAB-I_IV-atau-V_DAFTAR-PUSTAKA.pdf

²⁴ Subari. M. A.T, “Dampak Tiktok Dalam Membentuk Perubahan Gaya Berhijab Mahasiswi Pai Iain Ponorogo Angkatan 2021”, *skripsi*, 2025 https://etheses.iainponorogo.ac.id/34498/1/201210259_MUCHSINATU%20ALAWIYAH%20TRIANA%20SUBARI_PENDIDIKAN%20AGAMA%20ISLAM.pdf

sebelumnya cenderung memfokuskan analisis pada tren hijab modern secara umum, peran influencer hijab dalam *personal branding*, serta pengaruh media sosial terhadap perilaku dan gaya berpakaian muslimah, baik di Instagram maupun *TikTok*. Namun, kajian-kajian tersebut umumnya berhenti pada level deskriptif atau normatif, tanpa mengurai secara spesifik makna simbolik dari bentuk visual hijab tertentu yang bersifat kontroversial atau ambigu secara religius.

Selain itu, penelitian terdahulu lebih banyak menempatkan hijab sebagai simbol kesalehan, identitas sosial, atau komoditas *fashion*, tetapi belum secara khusus menelaah praktik visual hijab yang secara sengaja merepresentasikan bentuk rambut, seperti gulungan, gelombang, atau kepangan. Padahal, model jilbab menyerupai rambut menghadirkan ketegangan makna yang menarik: di satu sisi tetap mempertahankan simbol hijab sebagai penanda muslimah, namun di sisi lain menghadirkan representasi visual yang menyerupai objek yang justru ditutupi oleh hijab itu sendiri. Ambiguitas ini belum banyak dibahas dalam literatur, terutama dalam konteks budaya visual *TikTok* yang sangat mengutamakan estetika dan viralitas.

Adapun penelitian yang membahas hijab *cosplay* atau modifikasi jilbab masih berfokus pada komunitas khusus seperti *cosplayer* atau pada konteks fandom, sehingga belum menggambarkan fenomena ini sebagai praktik arus utama (*mainstream*) di media sosial. Padahal, tren jilbab menyerupai rambut kini telah meluas ke ranah *fashion* hijab komersial dan konten *daily wear*, sebagaimana terlihat pada akun kreator seperti *@yuni_jasminebutiq*. Dengan demikian, terdapat kekosongan kajian dalam memahami bagaimana praktik tersebut beroperasi di luar

konteks *cosplay*, yakni sebagai bagian dari strategi representasi diri dan *personal branding* muslimah di *TikTok*.

Di sisi lain, penelitian tentang *TikTok* dan identitas muslimah lebih banyak menggunakan pendekatan pengaruh media atau perilaku pengguna, seperti perubahan gaya berpakaian dan konsumsi tren. Pendekatan ini belum sepenuhnya menggali makna representasional dan ideologis dari visual hijab yang ditampilkan. Analisis yang mengaitkan antara bentuk visual hijab, makna simbolik, serta ideologi kecantikan dan kesalehan masih relatif terbatas, terutama jika dilihat melalui kacamata semiotika dan teori representasi.

Berdasarkan celah tersebut, penelitian ini mengambil fokus pada representasi identitas muslimah melalui model jilbab menyerupai rambut di *TikTok*, dengan studi kasus pada akun *@yuni_jasminebutiq*. Pemilihan fokus ini didasarkan pada pertimbangan bahwa model jilbab tersebut merupakan bentuk representasi yang paling jelas memperlihatkan proses negosiasi antara nilai religius, estetika visual, budaya populer, dan logika algoritma media sosial. Model ini tidak hanya berfungsi sebagai gaya berpakaian, tetapi juga sebagai tanda (*sign*) yang sarat makna dan berpotensi membentuk mitos baru tentang muslimah modern.

Penelitian ini penting dilakukan karena mampu mengisi kekosongan kajian dengan menganalisis bagaimana makna jilbab dikonstruksi, dipertukarkan, dan dinormalisasi melalui representasi visual di *TikTok*. Dengan menggunakan pendekatan semiotika dan teori representasi, penelitian ini diharapkan dapat mengungkap lapisan makna denotatif, konotatif, hingga mitos yang melekat pada praktik jilbab menyerupai rambut, sekaligus menjelaskan bagaimana identitas

muslimah dinegosiasikan dalam ruang publik digital yang semakin komersial dan estetis.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berkontribusi pada kajian komunikasi dan media, tetapi juga memperkaya diskursus tentang identitas keagamaan, gender, dan budaya populer dalam konteks masyarakat muslim kontemporer.

F. Kajian Teori

Teori Representasi Teori representasi oleh Stuart Hall menekankan bahwa makna tidak melekat secara natural pada objek, tetapi dihasilkan melalui praktik-praktik representasi, yaitu bagaimana suatu objek ditampilkan melalui bahasa, gambar, simbol, dan media.²⁵ Representasi menjadi proses sosial yang memediasi realitas, sehingga apa yang tampil di media bukan sekadar refleksi realitas, tetapi konstruksi.²⁶ Dalam konteks penelitian ini, jilbab menyerupai rambut dilihat sebagai tanda visual yang “mewakili” identitas muslimah, bukan identitas itu sendiri.

Dalam penelitian tentang jilbab menyerupai rambut, teori representasi digunakan untuk memahami bagaimana visual jilbab tersebut membentuk pemaknaan tertentu tentang identitas muslimah. Representasi kreator *TikTok* tidak

²⁵Selfi Lestari, Dion Bernolian, Abdur Razzaq, dan Muhamad Yudistira Nugraha, “Makna dan Representasi Fenomena FOMO dalam Tren Hijab Turban di Media Sosial TikTok,” *NAAFI* 2, no. 2 (2025). <https://jurnal.stkip-majenang.ac.id/index.php/naafi/article/view/171>

²⁶Femi Fauziah Alamsyah et al., “Konstruksi Identitas Virtual Muslimah Preneur: Mediatization dan Komodifikasi Agama,” *Jurnal Khabar* 6, no. 2 (2024). <https://doi.org/10.37092/khabar.v6i2.914>

hanya menampilkan hijab sebagai simbol religius, tetapi juga sebagai simbol estetika, gaya modern, dan kreativitas.

Dengan teori ini, peneliti dapat menguraikan bagaimana makna tersebut dibangun melalui kode visual: lipatan jilbab, warna, framing kamera, ekspresi wajah, hingga musik.²⁷ Semua elemen ini bekerja sebagai tanda yang menghasilkan makna konotatif dan mitos tertentu tentang identitas perempuan Muslim modern.

Teori representasi berfungsi sebagai dasar interpretasi untuk melihat bagaimana makna-makna visual tersebut mempengaruhi cara hijab dipahami publik. Dalam praktiknya, teori ini membantu menjelaskan relasi antara tanda (model jilbab) dan ideologi (identitas muslimah modern, kreatif, fleksibel). Teori ini juga berperan mengungkap bagaimana kreator mengonstruksi diri di ruang digital melalui praktik visual tertentu, dan bagaimana audiens memaknai atau menantanginya.²⁸

Selain itu, dalam perspektif Islam, jilbab merupakan bagian dari ajaran menutup aurat yang memiliki dimensi religius, sosial, dan moral. Jilbab tidak hanya dipahami sebagai kewajiban berpakaian, tetapi juga sebagai bentuk identitas dan ekspresi ketaatan seorang muslimah. Perintah mengenai jilbab dapat ditemukan dalam Al-Qur'an, khususnya pada Surah Al-Ahzab ayat 59 dan Surah An-Nur ayat

²⁷ Stuart Hall, *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices* (London: Sage, 1997). <https://dewey.petra.ac.id/catalog/index.php/digital/get-file/462435>

²⁸ Stuart Hall, *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices* (London: Sage, 1997), 1–25. <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/210963/representation-cultural-representations-and-signifying-practices.html>

31, yang menekankan pentingnya menjaga kehormatan dan membedakan identitas perempuan Muslim di ruang publik.

Dalam kajian kontemporer, konsep jilbab juga dipahami sebagai fenomena yang dinamis dan kontekstual. M. Quraish Shihab menjelaskan bahwa penggunaan jilbab tidak hanya berkaitan dengan aspek normatif agama, tetapi juga dipengaruhi oleh budaya, situasi sosial, serta perkembangan zaman.²⁹ Dengan demikian, jilbab dapat mengalami pergeseran makna ketika masuk ke dalam ruang media modern, termasuk media sosial.

Dengan demikian, teori ini mendukung analisis semiotika Roland Barthes khususnya pada tingkat konotasi dan mitos untuk membaca bagaimana identitas muslimah direpresentasikan dan dinegosiasikan melalui konten *TikTok*.

G. Metodologi Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif karena fokus penelitian tidak terletak pada angka atau statistik, peneliti akan fokus pada makna, simbol, dan proses-proses komunikasi yang muncul dalam fenomena jilbab menyerupai rambut yang ditampilkan dalam konten *TikTok*. Alasan peneliti memilih pendekatan ini agar bisa menggali lebih dalam bagaimana

²⁹ Saputri. Anggi. Rahma, "Konsep Jilbab Menurut Muhammad Quraish Shihab Dan Relevansinya Dengan Nilai-Nilai Pendidikan Karakter' *Skripsi*, (2024), diakses pada 25 april 2026.

https://digilib.uinkhas.ac.id/36036/1/SKRIPSI%20BANDEL%20ANGGI%20WATERMAK_.pdf

tanda-tanda visual dan teks dalam konten *TikTok* tentu agar dapat dipahami, ditafsirkan, dan dinegosiasikan oleh kreator maupun audiens.³⁰

2. Fokus Penelitian

Fokus yang diambil oleh penulis adalah fenomena jilbab yang dibentuk menyerupai rambut dalam konten *TikTok* yang dimaksudkan, dengan subjek penelitian akun *TikTok* @yuni_jasminebutiq. Adapun objek penelitiannya adalah konten-konten yang secara konsisten diunggah oleh kreator dengan model jilbab yang menyerupai rambut dan dipahami sebagai bentuk representasi identitas muslimah di ruang publik. Yang nantinya, akan dianalisis menggunakan pendekatan semiotika melihat makna denotasi, konotasi, dan mitos sesuai dengan kerangka semiotika Roland Barthes.

3. Teknik Pengumpulan Data

Sumber data yang dipilih terdiri dari 2 jenis, yaitu:

- a. **Data Primer:** berupa video *TikTok* yang menampilkan tren jilbab menyerupai rambut beserta caption yang dibuat oleh creator maupun interaksi dari audiens dalam kolom komentar
- b. **Data Sekunder:** berupa literatur ilmiah, jurnal penelitian terdahulu, artikel akademik, dan teori yang relevan seperti teori negosiasi identitas serta analisis semiotika roland barthes.

Metode dokumentasi dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data berupa gambar layar (*screenshot*) dari konten video di akun

³⁰ Dr.H. Nazar Naamy, M.Si., “metodologi penelitian kualitatif dasar-dasar aplikasinya” penerbit buku Pusat Penelitian dan Publikasi Ilmiah hal 57, 2019.
<https://repository.uinmataram.ac.id/2853>

TikTok @yuni_jasminebutiq. Data akan diambil melalui 6 video berdasarkan banyaknya *viewers* dan reaksi audiens dalam kolom komentar, yang akan diambil dalam 6 bulan terakhir. Setiap cuplikan layar selanjutnya dijelaskan secara detail untuk mengenali elemen visual yang berkaitan dengan fokus penelitian, seperti model jilbab, warna, dan unsur pendukung lainnya. Di samping itu, teks *caption* dan respon audiens juga dicatat sebagai data analisis tambahan untuk memahami konteks komunikasi serta reaksi publik terhadap model jilbab yang ditampilkan.

Di sisi lain, teknik studi pustaka diterapkan untuk mendukung analisis dengan mengacu pada beragam sumber sekunder seperti jurnal akademik, buku, artikel penelitian, dan studi sebelumnya yang berkaitan dengan tema identitas muslimah, teori negosiasi identitas, serta perkembangan hijab di platform media sosial.

Tinjauan literatur ini mendukung peneliti dalam menyusun kerangka teori yang kokoh dan memberikan dasar konseptual untuk menganalisis hasil data dengan lebih mendalam. Dengan mengintegrasikan kedua metode ini, diharapkan penelitian dapat memberikan analisis yang menyeluruh dan sah, baik secara empiris maupun teoretis.

4. Teknik Validasi Data

Untuk menjaga keabsahan data, peneliti menggunakan metode triangulasi sumber yaitu membandingkan data dari konten *TikTok* dengan melakukan studi literatur akademik terkait jilbab, identitas, dan media sosial.

Dengan triangulasi ini, semua hasil dari penelitian nantinya diharapkan lebih valid, kredibel, dan dapat dipertanggungjawabkan.³¹

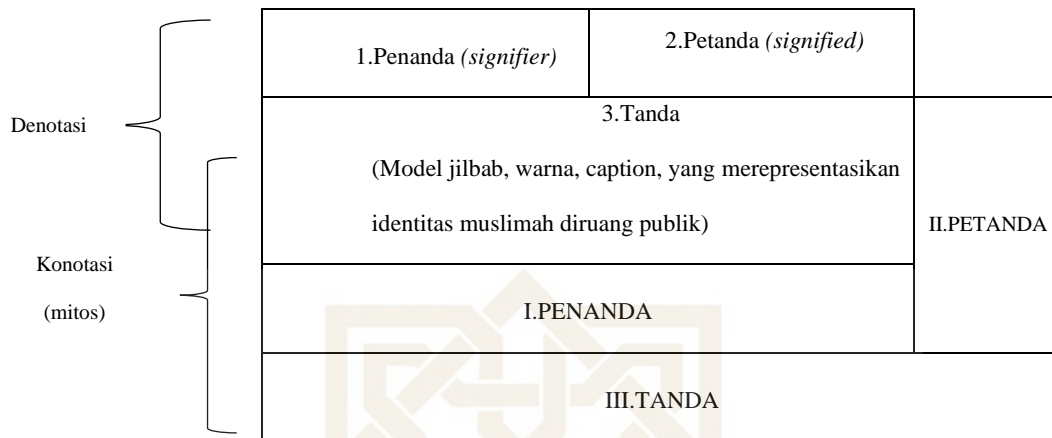
5. Teknik Analisis Data

Analisis dalam penelitian ini menggunakan pendekatan Semiotika Roland Barthes, yang memiliki beberapa tahapan:

- a. Pertama, identifikasi tanda: menentukan elemen visual utama seperti warna, gaya jilbab, gesture tubuh, dan lain-lain
- b. Kedua, tahap denotasi: mendeskripsikan hasil dokumentasi cuplikan setiap video jilbab yang menyerupai rambut, dan pendukung lain seperti caption, tagar, dan komentar audiens
- c. ketiga, tahap konotasi: menginterpretasi makna jilbab yang menyerupai rambut sebagai *fashion* dan bentuk kepercayaan diri kreator diruang digital.
- d. Keempat, tahap mitos: mengidentifikasi narasi umum yang dibentuk dari konten dan interaksi seperti dengan menggunakan hijab menyerupai rambut, kreator ingin memperlihatkan bisa tampil modern tanpa meninggalkan nilai keislamannya³².

³¹Hardani S.Pd. M.Si,dkk buku “Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif” *CV Pustaka ilmu 2020*, https://books.google.com/books/about/Metode_Penelitian_Kualitatif_Kuantitatif.htm

³² Roland Barthes, *Mythologies*, trans. Annette Lavers (New York: Hill and Wang, 1972), diakses pada Archive.org, <https://archive.org/details/barthes-roland-mythologies-en-1972>



Gambar 1: Bagan Analisis Semiotika Roland Barthes

H. Sistematika Pembahasan

1. Bab I Pendahuluan,

Berisi penjelasan mengenai latar belakang yang menguraikan fenomena gaya jilbab masa kini, pada bagian ini juga membahas rumusan masalah, tujuan penelitian berisi pertanyaan yang akan dijawab dan untuk apa penelitian ini dilakukan, sedangkan manfaat penelitian berisi hasil yang ingin dicapai. Terdapat pula penjelasan singkat tentang teori yang akan digunakan selanjutnya. Menjelaskan juga mengenai metodologi penelitian apa yang akan digunakan nantinya.

2. Bab II Profil Konten

Pada bab ini, peneliti akan menjelaskan mengenai profil konten akun *TikTok* @yuni_jasminebutiq, yang berfokus pada karakteristik, bentuk penyajian, serta tema-tema yang diangkat dalam setiap unggahan video. Akun ini dikenal karena menampilkan berbagai gaya jilbab yang unik dan menyerupai rambut, dengan penataan yang kreatif dan estetik. Setiap konten

memperlihatkan variasi bentuk jilbab yang dikreasikan menyerupai *layer*, dan bergelombang, sehingga menciptakan kesan modern dan modis.

3. BAB III Hasil Analisis dan Representasi Identitas

BAB III, peneliti akan membahas bagaimana model jilbab yang digunakan menyerupai bentuk rambut pada konten *TikTok* @yuni_jasminebutiq menjadi bentuk representasi identitas perempuan muslimah di ruang digital. Analisis semiotika Roland Barthes digunakan untuk mengungkap tiga lapisan makna: denotasi, konotasi, dan mitos, yang membantu menafsirkan bagaimana visual dan narasi dalam konten *TikTok* membentuk pemaknaan baru tentang jilbab di era media sosial.

4. BAB IV Penutup

Pada bagian penutup, peneliti akan memberikan kesimpulan dari penelitian yang sudah dilakukan. Beserta saran untuk konten kreator, audiens, dan rekomendasi yang dapat dikembangkan pada penelitian selanjutnya.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa jilbab yang menyerupai rambut di media sosial bukan sekadar bentuk variasi *fashion*, melainkan representasi visual yang memuat makna tertentu tentang identitas muslimah di ruang digital. Melalui analisis semiotika, dapat dipahami bahwa pada tataran denotatif jilbab tersebut tampil sebagai inovasi gaya atau kreasi bentuk yang berbeda dari model konvensional. Namun pada tataran konotatif, gaya tersebut merepresentasikan citra Muslimah yang modern, ekspresif, percaya diri, dan adaptif terhadap perkembangan tren digital. Visualisasi jilbab yang dibentuk menyerupai rambut menghadirkan kesan *aesthetic* yang lebih fleksibel dan mengikuti selera generasi muda, sehingga membangun representasi muslimah yang tidak lagi dipersepsikan kaku atau tradisional.

Selain itu, hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa representasi identitas muslimah di media sosial dibentuk melalui simbol-simbol visual yang kuat dan komunikatif. Jilbab tidak hanya tampil sebagai penanda religiusitas, tetapi juga sebagai medium ekspresi diri dan pembentukan citra publik. Representasi tersebut menghadirkan muslimah sebagai subjek yang aktif di ruang digital, mampu memanfaatkan estetika visual untuk membangun personal branding sekaligus mempertahankan identitas keislaman. Dengan demikian, fenomena jilbab menyerupai rambut di *TikTok* memperlihatkan bahwa identitas muslimah di ruang digital direpresentasikan secara dinamis, mencerminkan pertemuan antara nilai

religius, gaya hidup modern, serta budaya populer yang berkembang di era media sosial.

Fenomena ini tidak dapat dipahami semata-mata dalam kategori benar atau salah, melainkan sebagai bagian dari transformasi cara simbol keagamaan direpresentasikan di ruang publik digital. Media sosial menjadi ruang produksi makna yang membentuk persepsi publik terhadap muslimah, baik sebagai figur religius, individu kreatif, maupun bagian dari komunitas digital yang mengikuti arus tren global. Representasi tersebut menunjukkan bahwa simbol jilbab memiliki dimensi makna yang terus berkembang seiring perubahan konteks sosial dan budaya.

B. Saran

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas cakupan objek kajian, tidak hanya terbatas pada satu akun atau satu bentuk model jilbab tertentu, tetapi juga membandingkan berbagai representasi muslimah di beragam platform digital seperti Instagram, YouTube, maupun platform berbasis *short video* lainnya. Perbandingan antar platform akan memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai bagaimana identitas muslimah dibangun, ditampilkan, dan dipersepsikan dalam media digital yang berbeda. Selain itu, pendekatan metodologis yang lebih variatif misalnya dengan mengombinasikan analisis semiotika, analisis wacana, dan studi resepsi audiens dapat memperkaya pemahaman tentang dinamika representasi simbol keagamaan di ruang publik digital.

Di sisi lain, penting bagi kreator maupun audiens untuk lebih bijak dalam memproduksi dan merespons konten yang berkaitan dengan identitas religius.

Kreator diharapkan mampu mempertimbangkan sensitivitas nilai-nilai keagamaan dan dampak sosial dari representasi yang ditampilkan, sementara audiens diharapkan dapat menyampaikan kritik secara konstruktif tanpa melakukan perundungan atau ujaran yang merendahkan. Pendekatan yang lebih dialogis, reflektif, dan tidak menghakimi akan membantu menciptakan ruang digital yang lebih sehat, inklusif, serta menghargai keberagaman ekspresi muslimah dalam memaknai identitasnya di era media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, Femi Fauziah; Hari Rahman Hakim; Siti Lutfi Latifah; dan Hasya Dinan Hamidah. "Konstruksi Identitas Virtual Muslimah Preneur: Mediatization dan Komodifikasi Agama dalam Akun Instagram @auliyafadlilah." *Jurnal Khabar: Komunikasi dan Penyiaran Islam* 6, no. 2 (2024). <https://doi.org/10.37092/khabar.v6i2.914>
- Andriani, Y. "Kontruksi Etis Gaya Berpakaian Pada *TikTokers* Perempuan Berhijab." *Repository UIN-FAS Bengkulu*. 2025. <http://repository.uinfasbengkulu.ac.id/4868/2/BAB%20I.pdf>
- Aniza, T.A., Assyfa.M, Azzahra.N "'Persepsi Remaja Berhijab Jakarta terhadap Iklan Safi Hairfall Treatment Shampoo," *Common: Jurnal Komunikasi* 6, no. 1 (2021) <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/common/article/download/4442/2474/16020>
- Barthes, Roland. *Mythologies*, trans. Annette Lavers (New York: Hill and Wang, 1972), diakses pada Archive.org, <https://archive.org/details/barthes-roland-mythologies-en-1972>
- Chomairha, Vistaufa, Wardhatul, Ririn Dwi Prabandari, Muhammad Ilham Fudholi, dan Pia Khoirotnun Nisa. "Kontruksi Sosial Terhadap Fenomena Remaja Berhijab Di media Sosial *TikTok*." *Journal of Innovation in Social Humanities and Science* 3, no. 2 (2024). <https://jurnal.minartis.com/index.php/jishs/article/view/1700>
- Dewi, Evie Ariadne Shinta, Tarisa Khairina Yunizar, dan Ikhsan Fuady, "The Identity of Modern Muslim Women on Instagram," *Hayula: Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies* 8, no. 2 (2024), <https://doi.org/10.21009/hayula.008.02.04>
- Dewi. E.A.S, Yunizar. K.T, Fuady.I. "The Identity of Modern Muslim Women on Instagram" *Hayula: Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies* 5, no. 2 (2024), <https://journal.unj.ac.id/unj/index.php/hayula/article/download/43336/17624/131690>.
- Farhan, Indrianti, dan Gustina, "Determinants of Fashion Consciousness in Indonesian Muslim Women's Hijab Consumption," *International Journal of Halal Industry* 1, no. 1 (2025): 21–32, <https://doi.org/10.20885/IJHI.vol1.iss1.art2>
- Fauzi, Ahmad. Analisis Semiotika Roland Barthes terhadap Konten Pesan Dakwah pada Akun *TikTok* @quotesislam23. (Skripsi, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2025). <http://digilib.uinsa.ac.id/82819/>.

- Febriani, Gresnia Arela “Most Pop: PNS Lampung Yuni Jasmine Viral karena Filter, Ini Wajah Aslinya,” *Wolipop Detik*, 22 Juni 2025, diakses pada 20 November 2025.
<https://wolipop.detik.com/entertainment-news/d-7976693/most-pop-pns-lampung-yuni-jasmine-viral-karena-filter-ini-wajah-aslinya>
- Febriani, Gresnia Arela. “Yuni Jasmine, PNS Lampung yang Viral karena Filter Kini Tunjukkan Wajah Asli,” *Wolipop Detik*, 19 Juni 2025. diakses pada 20 November 2025.
<https://wolipop.detik.com/hijab-update/d-7972261/yuni-jasmine-pns-lampung-yang-viral-karena-filter-kini-tunjukkan-wajah-asli>
- Fitri, Susanti Ainul, dan Siti Azkia Labibah Nursyabani. “Identitas Sosial Influencer Berhijab Di Media Sosial.” *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 8, no. 1 (2023).
<https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/tabligh/article/view/211-228>
- Fitri, Susanti Ainul., dan Siti Azkia Labibah Nursyabani. “Identitas Sosial Influencer Berhijab di Media Sosial,” *Tabligh* 8, no. 1 (2023).
<https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/tabligh/article/view/211-228>
- Hall, Stuart. *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices* (London: Sage, 1997), 1–25.
<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/210963/representation-cultural-representations-and-signifying-practices.html>
- Hanafi, Ronaa Fairuz. “*Personal Branding Ustadzah Halimah Alaydrus dalam Berdakwah di Media Sosial Instagram, TikTok, dan YouTube*”e (Skripsi S1, UIN Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2025)
[https://repository.uinsaizu.ac.id/32281/1/SKRIPSI_RONAA%20FAIRUZ%20HANAFI%20214110102106%20\(1\).pdf](https://repository.uinsaizu.ac.id/32281/1/SKRIPSI_RONAA%20FAIRUZ%20HANAFI%20214110102106%20(1).pdf)
- Hardani. “Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif” *CV Pustaka ilmu 2020*,
<https://anyflip.com/tdezn/fctg/basic/151-200>
- Harris, Aisyiah Al Islami, dan Kurniati. “Fenomena Hijab Fashion Perspektif Fikih Sosial; Studi Kasus Di Kalangan Mahasiswi Uin Alauddin Makassar.” *Shautuna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbandingan Mazhab* 3, no. 2 (2023).
<https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/shautuna/article/view/15023>
- Hasanah, N. A. “Komodifikasi Hijab Dalam Endorsement Artis Non-Hijab.” *Tajdid*, 2025. <https://ejournal.iainbima.ac.id/index.php/tajdid/article/download/4252/1284>.
- Henry, Komarudin “Hijaber Bergaya Barbie Jadi Viral Karena Dagunya Bikin Salah Fokus,” *Liputan6.com*, 13 September 2020, diakses pada 23 November 2025.
<https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4394626/hijaber-bergaya-barbie-jadi-viral-karena-dagunya-bikin-salah-fokus>

- Ikasari, Dwitasari, Suroso, Rusmanto "Analisis Semiotika Konten Edukasi Pancasila di *TikTok*," *JOECY Journal* (2024) <https://joecy.org/index.php/joecy/article/view/4028/3425>.
- Insertive, "Penampakan Wajah Asli Yuni Jasmine Yang Viral Karena Berdagu Lancip", *Youtube*, 16:44, diakses 1 Desember 2025 <https://www.youtube.com/watch?v=XCoh3DkwSLA&t=1s&pp=ygUMeXVuaSBqYXNtaW51>
- Isnawijayani, Widayatsih, Widhi, Lexianingrum, Tkwa, dan Amelia, "Navigating Gender Sexism on Social Media: Challenges and Collective Solidarity Among Hijab-Wearing Women in Muslim Fashion Trends on *TikTok*," *MUHARRIK: Jurnal Dakwah dan Sosial* 7, no. 1 (2024), <https://doi.org/10.37680/muharrik.v7i1.5543>
- Lestari, Selfi., Dion Bernolian, Abdur Razzaq, dan Muhamad Yudistira Nugraha. "Makna dan Representasi Fenomena FOMO dalam Tren Hijab Turban di Media Sosial *TikTok* bagi Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Raden Fatah," *NAAFI: Jurnal Ilmiah Mahasiswa* 2, no. 2 (2025), <https://jurnal.stkip-majenang.ac.id/index.php/naafi/article/view/171>
- Mawlana. A, Ulumuddin.N.I, Pratama.A.P "Menyingskap Identitas Muslimah di Media *Rahma.id*," *Common: Jurnal Komunikasi* 7, no. 1 (2022): 34-48, <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/common/article/download/8005/3510/29630>.
- Naamy, Nazar. "metodologi penelitian kualitatif dasar-dasar aplikasinya" *penerbit buku Pusat Penelitian dan Publikasi Ilmiah*, 2019. <https://repository.uinmataram.ac.id/2853>
- Nadia, abdurrazak "Konten Akun *TikTok* Nadiraa Hijab Dalam Perspektifwanita Muslim" *jurnal hukum dan pranata sosial*, 2022 <https://ejournal.insuriponorogo.ac.id/index.php/almanhaj/article/view/1727>
- NGOBROLASIX, "Gak Bisa Hidup Tanpa Make Up!!! Yuni Takut Jadi Tua", *Youtube*, 37:47, Diakses 1 Desember 2025. <https://www.youtube.com/watch?v=eP-COCHDntc&t=1008s&pp=ygUMeXVuaSBqYXNtaW510gcJCRUKAYcqIYzv>
- Nuonline. Al-Qur'an surat Al-Ahzab ayat 59. diakses pada 20 November 2025. <https://quran.nu.or.id/al-ahzab/59>
- Nurfajriani.W.V. Ilhami.M.W, Mahendra.A "Triangulasi Data dalam Analisis Kualitatif," *Jurnal Ilmiah Widya Pendidikan* 3, no. 2 (2024) <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/download/7892/691/>
- Pagi-Pagi Ambyar, "Viral! Cerita Yuni Jasmine Suka Pakai Filter Instagram", *Youtube*, 24:25, 23 Agustus 2023, diakses pada 1 Desember 2025.

<https://www.youtube.com/watch?v=CaK52Y9g2zA&t=774s&pp=ygUdcGFnaSBwYWdpIGFtYnlhciB5dW5pIGphc21pbmU%3D>

- Panangsang, A.D “Komodifikasi Nilai Islam di Media Sosial: Analisis Semiotika Roland Barthes pada Reels Duha Muslimwear,” *Al-Jamahiri* 9, no. 1 (2025) <https://ejournal.uinbukittinggi.ac.id/aljamahiria/article/view/9952>
- Purnama, Y “Hadits Riwayat Abu Daud 4140”, *Muslimah.or.id*, diakses pada 20 November 2025. <https://muslimah.or.id/10685-wahai-saudariku-lengan-adalah-aurat-2.html>
- Rahayu S, Ri'aeni I, Suhara R “Representasi Perempuan Berhijab Dalam Iklan Televisi (Analisis Semiotika Pada Iklan Rejoice 3 In 1 Versi Hijabisa Dan Sariayu Hijab Care Series Versi Bebas Berhijab)”, *jurnal ilmu komunikasi* no 1, 2021. <https://ejournal.unma.ac.id/index.php/jika/article/download/4956/2672/21009>
- Sa'dullah, Aceng, dan Ahmad Samau'al. “Komodifikasi Jilbab: Antara Kesalehan Dan fashion.” *Lanterana: Jurnal Studi Islam dan Humaniora* 15, no. 1 (2023). <https://jurnal.uninus.ac.id/index.php/LANTERA/article/view/2708>
- Shihab, Quraish. *Jilbab: Pakaian Wanita Muslimah: Pandangan Ulama Masa Lalu dan Cendekiawan Kontemporer* (Jakarta: Lentera Hati, (2004). <https://books.google.com/books/about/Jilbab.html>
- Suksmono, Anisa Nada Andrian, Dektisa Hagijanto, dan Mendy Hosana Malkisedek. “Analisis Visual pada Karakteristik Cosplay Berhijab,” *Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana* 20, no. 1 (2021). <https://doi.org/10.9744/nirmana.20.1.17-25>.
- Ulansari, Nuzulia “Analisis Semiotika Roland Barthes Terhadap Konten Dakwah *TikTok* @Syam_Elmarusy Dalam Lirik Lagu Gala Bunga Matahari Karya Sal Priadi” *Skripsi*, 2025 <https://digilib.uinkhas.ac.id/43539/>
- Wulandari, Restu. “Negosiasi Identitas Etnis Lampung dalam Interaksi Lintas Budaya Mahasiswa di Universitas Lampung,” *Jurnal Interaksi Online* 9, no. 3 (2021). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/download/28799/24462>
- Yulianda, Nindi “Analisis Semiotika pada Postingan *TikTok* @Dr.Ziee (Tesis, Universitas Hasanuddin, 2024) <https://repository.unhas.ac.id/42248/>
- Yuni_jasminebutiq, *TikTok* diakses pada 1 Desember 2025 https://www.TikTok.com/@yuni_jasminebutiq?_r=1&t=ZS-91sQ7vo5mFM
- Yuni_jasminebutiq, *TikTok* diakses pada 15 desember 2025, <https://vt.TikTok.com/ZSPyCLjLu/>