

**REPRESENTASI KOMUNITAS MUSLIMAH
MODERN DALAM AKUN INSTAGRAM
@WARDAHYOUTHAMBASSADOR**



SKRIPSI

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

Disusun oleh:

Fawwiz Ulinnuha Tasnim

NIM 22102010048

Dosen Pembimbing:

Dian Eka Permanasari, S.Ds., M.A.

NIP 199103222020122011

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

2026

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 : Fawwiz Ulinnuha Tasnim
NIM : 22102010048
Judul Skripsi : Representasi Komunitas Muslimah Modern dalam Akun Instagram @Wardahyouthambassador

skripsi tersebut sudah memenuhi syarat

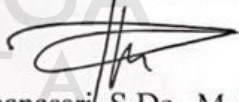
- o Bebas dari unsur plagiarisme.
- o Hasil pemeriksaan similaritas melalui Turnitin menunjukkan tingkat kemiripan sebesar 15% dengan menggunakan setelan "small match exclusion" sepuluh kata.
- o Sistematika penulisan telah sesuai dengan Pedoman Penulisan Skripsi yang berlaku.

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 mengharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 10 Juli 2026

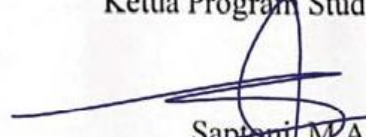
Dosen Pembimbing


Dian Eka Permanasari, S.Ds., M.A.

NIP 199103222020122011

Mengetahui:

Ketua Program Studi


Saptorini M.A.
NIP 19730221 199903 1 002



PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1339/Un.02/DD/PP.00.9/07/2026

Tugas Akhir dengan judul : REPRESENTASI KOMUNITAS MUSLIMAH MODERN DALAM AKUN
INSTAGRAM @WARDAHYOUTHAMBASSADOR

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : FAWWIZ ULINNUHA TASNIM
Nomor Induk Mahasiswa : 22102010048
Telah diujikan pada : Rabu, 22 Juli 2026
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Dian Eka Permanasari, S.Ds., M.A.

SIGNED

Valid ID: 6a6c5a32d41a9



Penguji I

Drs. Mukhammad Sahlan, M.Si

SIGNED

Valid ID: 6a6c37ba929e0



Penguji II

Muhammad Diak Udin, M.Sos.

SIGNED

Valid ID: 6a6adb1db3f77



Yogyakarta, 22 Juli 2026

UIN Sunan Kalijaga

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Prof. Dr. Arif Maftuhin, M.Ag., M.A.I.S.

SIGNED

Valid ID: 6a6c635c4b835

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fawwiz Ulinnuha Tasnim
NIM : 22102010048
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul: **Representasi Komunitas Muslimah Modern dalam Akun Instagram @Wardahyouthambassador** 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, 10 Juli 2026
Yang menyatakan,

A yellow rectangular official stamp with a red circular emblem in the center. The emblem contains a portrait of a man. The text on the stamp includes '1000' at the top, 'METERAI' and 'PEMPEL' in the middle, and a unique code 'C908CAOX023718725' at the bottom. A handwritten signature in black ink is written over the stamp.

Fawwiz Ulinnuha Tasnim
NIM 22102010048

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO

*“Lead with kindness! Everyone is fighting unseen battles while doing their best
with what they have”*



HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur ke hadirat Allah Swt. atas segala rahmat, pertolongan, dan kasih sayang-Nya, skripsi ini penulis persembahkan kepada kedua orang tua, serta adik tercinta yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, dukungan, serta kepercayaan tanpa henti. Semoga karya sederhana ini dapat menjadi wujud rasa terima kasih atas segala perjuangan, pengorbanan, dan cinta yang telah diberikan.

Skripsi ini juga penulis persembahkan kepada keluarga, teman-teman, seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dan berkontribusi dalam proses penyusunannya, serta almamater tercinta, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, yang telah menjadi tempat penulis menimba ilmu dan bertumbuh. Tidak lupa, skripsi ini juga penulis persembahkan kepada diri sendiri sebagai bentuk apresiasi atas setiap proses, usaha, dan ketekunan dalam menyelesaikan perjalanan akademik ini.

ABSTRAK

Fawwiz Ulinnuha Tasnim. 2026. Representasi Komunitas Muslimah Modern dalam Akun Instagram @Wardahyouthambassador. Skripsi. Yogyakarta: Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Penelitian ini mengkaji representasi komunitas muslimah modern dalam akun Instagram @Wardahyouthambassador, dengan melihat media sosial sebagai ruang produksi makna dan identitas bagi perempuan muslim di Indonesia melalui konstruksi simbol modernitas dan religiusitas dalam konten visual dan naratifnya. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis semiotika Roland Barthes (denotasi, konotasi, mitos) terhadap sepuluh unggahan periode Juli hingga Desember 2025, penelitian ini berfokus pada tiga indikator karakteristik muslimah modern menurut Pamungkas, yaitu *Modesty and Sanctity*, *Sanctity and Mobility*, dan *Beauty and Modesty*, yang dikaitkan dengan Teori Representasi Stuart Hall melalui pendekatan konstruksionis. Hasil penelitian menunjukkan ketiga kategori hadir secara bersamaan dengan dominasi berbeda: *Modesty and Sanctity* muncul di seluruh unggahan sebagai fondasi identitas melalui penggunaan hijab dan busana pastel yang konsisten, *Sanctity and Mobility* direpresentasikan lewat kegiatan edukasi, pengembangan diri, olahraga, dan aksi sosial yang menampilkan muslimah sebagai perempuan aktif di ruang publik tanpa melepaskan nilai keislaman, sementara *Beauty and Modesty* menjadi kategori paling dominan, di mana kecantikan dikonstruksi sebagai bagian dari aktualisasi diri yang selaras dengan nilai Islam, sehingga secara keseluruhan akun ini berperan membangun citra muslimah modern yang memadukan religiusitas, kecantikan, produktivitas, dan mobilitas sosial secara bersamaan.

Kata kunci: Instagram; Muslimah Modern; Modernitas; Representasi, Semiotika Roland Barthes, Wardah Youth Ambassador

ABSTRACT

Fawwiz Ulinnuha Tasnim. 2026. Representation of the Modern Muslim Women's Community on the Instagram Account @Wardahyouthambassador. Undergraduate Thesis. Yogyakarta: Department of Islamic Communication and Broadcasting, Faculty of Da'wah and Communication, State Islamic University Sunan Kalijaga Yogyakarta.

This study examines the representation of the modern Muslim woman community in the Instagram account @Wardahyouthambassador, viewing social media as a space for the production of meaning and identity for Muslim women in Indonesia through the construction of symbols of modernity and religiosity in its visual and narrative content. Using a qualitative approach with Roland Barthes' semiotic analysis method (denotation, connotation, myth) on ten posts from July to December 2025, this study focuses on three indicators of modern Muslim women's characteristics according to Pamungkas, namely Modesty and Sanctity, Sanctity and Mobility, and Beauty and Modesty, which are linked to Stuart Hall's Representation Theory through a constructionist approach. The results show that all three categories appear simultaneously with differing degrees of dominance: Modesty and Sanctity is present across all posts as the foundation of identity through the consistent use of hijab and pastel-colored clothing, Sanctity and Mobility is represented through educational activities, self-development, sports, and social action that portray Muslim women as active in the public sphere without relinquishing Islamic values, while Beauty and Modesty emerges as the most dominant category, in which beauty is constructed as part of self-actualization aligned with Islamic values, so that overall the account functions as a space for meaning production that builds an image of the modern Muslim woman as one who is able to combine religiosity, beauty, productivity, and social mobility simultaneously.

Keywords: *Instagram, Modern Muslim Women, Modernity; Representation, Roland Barthes' Semiotics, Wardah Youth Ambassador*

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah Swt. yang senantiasa melimpahkan rahmat, hidayah, serta kasih sayang-Nya sehingga penulis diberikan kekuatan dan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi yang berjudul “Representasi Komunitas Muslimah Modern dalam Akun Instagram @Wardahyouthambassador”. Penyusunan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Proses penyusunan skripsi ini menjadi perjalanan yang penuh dengan pembelajaran, pengalaman, dan tantangan. Berbagai hambatan yang ditemui selama proses penelitian maupun penulisan dapat dilalui berkat izin Allah Swt. serta dukungan, arahan, motivasi, dan bantuan dari banyak pihak. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini penulis dengan tulus menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. Noorhaidi, M.A, M.Phil, Ph.D.
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, M.A.
4. Dosen pembimbing skripsi penulis, Dian Eka Permanasari, S.Ds., M.A. yang telah sabar memberikan arahan, bimbingan, serta masukan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini
5. Dosen pembimbing akademik penulis, Drs. Mukhammad Sahlan, M.Si.

6. Seluruh jajaran dosen Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah memberikan ilmu dan pengalaman selama masa perkuliahan.
7. Jajaran staf Tata Usaha Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang memberikan kemudahan dalam proses administrasi selama penulisan skripsi.
8. Komunitas Wardah Youth Ambassador yang telah bersedia menjadi bagian dari penelitian ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir sesuai dengan bidang kajian yang diminati.
9. Ibu, Ayah, dan adik tercinta yang tidak pernah berhenti memberikan doa, semangat, kasih sayang, serta dukungan penuh dalam setiap proses yang penulis lalui hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
10. Seluruh teman-teman Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2022 yang membersamai masa perkuliahan.
11. Teman-teman SUKA TV, khususnya Bimantara, yang telah menjadi tempat bertumbuh dan memberikan banyak pengalaman berharga bagi penulis.
12. Teman-teman Neoress Jogja yang senantiasa memberikan dukungan, serta kebersamaan, sehingga menjadi tempat penulis berbagi cerita selama menjalani kehidupan di perantauan.
13. Orang-orang terdekat penulis, Putri, Fauzan, Nayla, Luthfia, Ella, Queen, dan Ikfina, yang senantiasa memberikan doa, dukungan, semangat, serta menjadi tempat penulis berbagi cerita dalam setiap proses kehidupan.
14. Adik-adik penulis, Nona dan Naya, yang senantiasa memberikan dukungan, motivasi, dan kebersamaan sejak awal perjalanan penulis sebagai mahasiswa.

15. Sahabat-sahabat Sapen, Aulia, Dylla, dan Najwa, yang senantiasa memberikan dukungan, semangat, serta menjadi tempat penulis berbagi cerita sejak awal menempuh pendidikan di bangku perkuliahan.
16. Teman-teman dekat penulis, Marinda, Ghery, Oliv, Yaya, Anggik, Yuni, Nusha, Fira, Isna, Alin, Lala, Anggi, Nadia, Azel, dan Rahma, yang senantiasa memberikan dukungan, motivasi, semangat, dan kebersamaan kepada penulis.
17. Seluruh pihak yang memberikan dukungannya namun tidak dapat saya sebutkan satu persatu disini.

Yogyakarta, 10 Juli 2026

Fawwiz Ulinnuha Tasnim

NIM 22102010048

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i>.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Kajian Pustaka	6
F. Kerangka Teori.....	9
G. Kerangka Konseptual	15
H. Metode Penelitian	16
1. Jenis Penelitian.....	16
2. Fokus Penelitian	17
3. Sumber Data	17
4. Teknik Pengumpulan Data.....	18
5. Teknik Validasi Data	19
6. Teknik Analisis Data.....	19
I. Sistematika Pembahasan.....	21

BAB II PROFIL AKUN INSTAGRAM @WARDAHYOUTHAMBASSADOR
..... 23

**BAB III ANALISIS REPRESENTASI KOMUNITAS MUSLIMAH
MODERN PADA AKUN INSTAGRAM
@WARDAHYOUTHAMBASSADOR..... 30**

A. Analisis Semiotika Roland Barthes pada Akun Instagram @Wardahyouthambassador.....	30
1. Kategori <i>Modesty and Sanctity</i>	31
a. Unggahan pada Tanggal 4 Juli 2025.....	32
b. Unggahan pada Tanggal 30 Juli 2025.....	36
c. Unggahan pada Tanggal 31 Juli 2025.....	40
d. Unggahan pada Tanggal 1 September 2025	43
e. Unggahan pada Tanggal 11 September 2025	46
f. Unggahan pada Tanggal 15 September 2025	49
g. Unggahan pada Tanggal 3 Oktober 2025	52
h. Unggahan pada Tanggal 6 November 2025.....	56
i. Unggahan pada Tanggal 7 November 2025.....	59
j. Unggahan pada Tanggal 17 Desember 2025	62
2. Kategori <i>Sanctity and Mobility</i>	65
a. Unggahan pada Tanggal 4 Juli 2025.....	66
b. Unggahan pada Tanggal 30 Juli 2025.....	71
c. Unggahan pada Tanggal 6 November 2025.....	75
d. Unggahan pada Tanggal 7 November 2025.....	79
3. Kategori <i>Beauty and Modesty</i>	82
a. Unggahan pada Tanggal 31 Juli 2025.....	83
b. Unggahan pada Tanggal 1 September 2025	86
c. Unggahan pada Tanggal 11 September 2025	90
d. Unggahan pada Tanggal 15 September 2025	93
e. Unggahan pada Tanggal 3 Oktober 2025	97
f. Unggahan pada Tanggal 17 Desember 2025	100

B. Representasi Komunitas Muslimah Modern pada Akun Instagram @Wardahyouthambassador (Teori Representasi Stuart Hall)	104
1. Representasi Muslimah Modern melalui <i>Modesty and Sanctity</i>	107
2. Representasi Muslimah Modern melalui <i>Sanctity and Mobility</i>	109
3. Representasi Muslimah Modern melalui <i>Beauty and Modesty</i>	111
BAB IV PENUTUP	115
A. Kesimpulan.....	115
B. Saran.....	116
DAFTAR PUSTAKA	118
LAMPIRAN	
1. Tautan Unggahan Akun Instagram @Wardahyouthambassador	
2. Daftar Riwayat Hidup	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Profil Akun Instagram @Wardahyouthambassador	23
Gambar 2.1 Unggahan 4 Juli 2025	32
Gambar 2.2 Unggahan 30 Juli 2025	36
Gambar 2.3 Unggahan 31 Juli 2025	40
Gambar 2.4 Unggahan 1 September 2025	43
Gambar 2.5 Unggahan 11 September 2025	46
Gambar 2.6 Unggahan 15 September 2025	49
Gambar 2.7 Unggahan 3 Oktober 2025	52
Gambar 2.8 Unggahan 6 November 2025	56
Gambar 2.9 Unggahan 7 November 2025	59
Gambar 2.10 Unggahan 17 Desember 2025	62
Gambar 3.1 Unggahan 4 Juli 2025	66
Gambar 3.2 Unggahan 30 Juli 2025	71
Gambar 3.3 Unggahan 4 November 2025	75
Gambar 3.4 Unggahan 7 November 2025	79
Gambar 4.1 Unggahan 31 Juli 2025	83
Gambar 4.2 Unggahan 1 September 2025	86
Gambar 4.3 Unggahan 11 September 2025	90
Gambar 4.4 Unggahan 4 Juli 2025	93
Gambar 4.5 Unggahan 3 Oktober 2025	97
Gambar 4.6 Unggahan 17 Desember 2025	100

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kerangka Konseptual	15
-------------------------------------	----



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi yang pesat telah mengubah pola komunikasi dan perilaku sosial masyarakat. Kehadiran media digital menjadikan proses pertukaran informasi tidak lagi bersifat satu arah, tetapi interaktif.¹ Dalam konteks komunikasi modern, media digital terutama media sosial tidak hanya menjadi sarana berbagi aktivitas sehari-hari, tetapi juga tempat produksi makna dan representasi sosial.²

Fenomena ini juga berpengaruh terhadap cara perempuan muslim menampilkan diri di ruang digital.³ Namun sebelum hadirnya media sosial, representasi muslimah di Indonesia telah melalui proses historis yang panjang. Representasi Muslimah, khususnya simbol religiusitas Muslimah di media Indonesia mengalami perubahan signifikan seiring berkembangnya ruang publik dan kemunculan media digital.

Sebelum hadirnya media sosial, simbol religiusitas muslimah di Indonesia cenderung ditampilkan melalui media cetak seperti majalah Islam, di mana citra muslimah dibangun melalui representasi yang sederhana, konservatif, dan dekat

¹ Yudha Catur Pamungkas et al., “Konstruksi Realitas Sosial Di Indonesia Dalam Peran Media Dan Identitas Budaya Di Era Globalisasi” 4 (2024): 28–36.

² Leila Mona Ganiem, Rahmi Setiawati, and Rahmat Ramdhani, “Society in the Digital Era : Adaptation , Change , and Response to Communication Technology” 4, no. June (2024): 123–35.

³ Roudhotul Mahfudhoh, “Hijab Dan Kontestasi Citra Perempuan Dalam Ruang Publik Hijab and the Contestation of Women’s Image in Public Space,” *Alhamra Jurnal Studi Islam* 5, no. 1 (2024): 1–14.

dengan nilai-nilai keislaman yang bersifat tekstual. Hijab, misalnya, lebih banyak dimaknai sebagai simbol ketaatan dan kesalehan semata. Namun seiring berkembangnya media digital, simbol-simbol religiusitas muslimah mengalami pergeseran makna yang signifikan. Hijab kini tidak hanya dimaknai sebagai penanda ketaatan agama, tetapi juga sebagai simbol identitas yang ditampilkan melalui ekspresi diri yang modern, aktif, dan beragam. Media sosial, terutama Instagram, menjadi ruang penting bagi perempuan muslim untuk memvisualisasikan gaya hidup, nilai religiusitas, serta cara mereka merundingkan identitas secara lebih terbuka.

Dalam studinya pada Majalah Ummi pasca orde baru, Pamungkas mengidentifikasi tiga karakteristik muslimah modern, yaitu *Modesty and Sanctity* (kesederhanaan dan kesantunan), *Sanctity and Mobility* (peran aktif di ruang publik), serta *Beauty and Modesty* (penampilan menarik tetapi sesuai syariat).⁴ Di era digital, tiga karakteristik ini tidak hanya melekat pada individu, tetapi juga menjadi indikator identitas komunitas muslimah modern. Nilai *Modesty and Sanctity* tercermin dalam etika islami dan ruang suportif yang mereka bangun, *Sanctity and Mobility* tampak melalui aktivitas publik dan program edukatif, sedangkan *Beauty and Modesty* hadir dalam estetika visual yang rapi dan syar'i. Dengan demikian, karakteristik muslimah modern versi Pamungkas berkembang menjadi indikator utama representasi komunitas muslimah modern saat ini.

⁴ Arie Setyaningrum Pamungkas, "The Dakwah Media in Post Suharto Indonesia: From Politics of Identity to Popular Culture (The Case of Ummi)," n.d.

Salah satu pihak yang turut berperan dalam membentuk citra tersebut adalah *brand* Wardah Cosmetics. Sebagai pelopor kosmetik halal di Indonesia⁵, melalui slogan “*Inspiring Beauty*” Wardah berhasil memadukan unsur modernitas dan religiusitas, mendorong perempuan berdaya dan berkontribusi dalam membangun citra muslimah modern dengan membentuk komunitas Wardah Youth Ambassador, wadah bagi perempuan muda dengan minat serupa di bidang kecantikan.⁶ Melalui akun Instagram @Wardahyouthambassador, komunitas ini membagikan konten inspiratif, tentang kecantikan, gaya hidup, kegiatan sosial, dan aktivitas pengembangan diri yang mencerminkan nilai islami dan modernitas. Kehadirannya menunjukkan bahwa identitas muslimah modern kini juga dibangun melalui komunitas digital, bukan hanya oleh individu.

Namun, penting untuk diingat bahwa representasi di media tidak pernah bersifat netral. Stuart Hall dalam teori representasinya menjelaskan bahwa media tidak sekadar mencerminkan realitas, melainkan mengkonstruksi realitas melalui bahasa, simbol, dan tanda-tanda visual.⁷ Artinya, representasi komunitas muslimah modern yang muncul dalam akun seperti @Wardahyouthambassador merupakan hasil konstruksi sosial yang dipengaruhi oleh ideologi, nilai budaya, serta kepentingan ekonomi dan sosial tertentu.

⁵ Fadia Haya Rahmi Hanum, “Representasi Wanita Muslim Dalam Iklan Wardah Sebagai Medium Dakwah,” *Jurnal QOSIM Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora* 3, no. 2 (2025): 687–97.

⁶ Alya Sherin dan Yusniah, “Analisis Komunitas ‘Wardah Youth Ambassador Medan’ Dalam Meningkatkan Brand Awareness Di Kota Medan,” *Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 7.1 (2025), 515–24.

⁷ Alfabeta Jurnal Bahasa et al., “Budaya Jawa Dalam Film Primbon : Analisis Representasi Stuart Hall” 7 (2024): 440–49.

Pembahasan mengenai representasi muslimah modern dalam penelitian-penelitian terdahulu umumnya masih berfokus pada iklan kosmetik Wardah atau kampanye *brand*, sementara kajian yang menelaah komunitas digital perempuan di bawah *brand* tersebut sebagai aktor pembentuk makna masih terbatas, maka kebaruan penelitian ini terletak pada fokus analisis terhadap representasi komunitas muslimah modern di bawah *brand*. Melalui kajian terhadap konten visual dan naratif yang diunggah akun Instagram @Wardahyouthambassador, penelitian ini berupaya menelusuri bagaimana simbol-simbol modernitas dan religiusitas diolah. Dengan menggunakan teori representasi Stuart Hall, penelitian ini diharapkan mampu menjelaskan bagaimana makna tentang komunitas muslimah modern diproduksi, dinegosiasikan, dan disebarkan dalam konteks budaya digital di Indonesia.

Kajian terhadap fenomena ini menjadi semakin penting mengingat representasi yang terus diulang di media sosial tanpa dikaji secara kritis berpotensi menormalisasi standar identitas muslimah tertentu, sehingga perempuan muda muslim berisiko menerima begitu saja gambaran tentang muslimah ideal yang sesungguhnya adalah hasil konstruksi yang dipengaruhi kepentingan sosial dan budaya tertentu. Tanpa kajian yang memadai, standar tersebut dapat diterima sebagai sesuatu yang wajar, padahal ia adalah hasil konstruksi yang terus diproduksi dan disebarkan melalui *platform* digital. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan sebagai upaya membaca secara kritis bagaimana identitas kolektif muslimah modern dikonstruksi melalui media sosial, sekaligus memberikan kontribusi akademis dalam kajian komunikasi, media, dan studi Islam di Indonesia.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana akun Instagram @Wardahyouthambassador merepresentasikan komunitas muslimah modern melalui konstruksi simbol-simbol modernitas dan religiusitas dalam konten visual dan naratifnya?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian berdasarkan rumusan masalah di atas adalah untuk menganalisis representasi komunitas muslimah modern yang ditampilkan akun Instagram @Wardahyouthambassador melalui konstruksi simbol-simbol modernitas dan religiusitas dalam konten visual dan naratifnya.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian komunikasi, khususnya dalam bidang studi representasi dan identitas di media digital. Melalui penerapan teori representasi Stuart Hall, penelitian ini dapat memperkaya pemahaman tentang bagaimana konstruksi citra komunitas muslimah modern dibentuk melalui praktik komunikasi visual dan naratif di media sosial. Selain itu, hasil penelitian juga dapat menjadi referensi akademik bagi peneliti selanjutnya yang meneliti isu serupa tentang representasi perempuan, branding islami, dan budaya digital.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi berbagai pihak yang terlibat dalam praktik komunikasi dan representasi di media digital. Selain itu, penelitian ini juga bermanfaat bagi perempuan muslim untuk lebih kritis dalam merepresentasikan diri di ruang digital, terutama terkait bagaimana identitas religius dan modern dapat dikombinasikan secara positif tanpa kehilangan makna spiritual. Bagi praktisi komunikasi dan pemasaran, penelitian ini dapat menjadi referensi dalam mengembangkan strategi komunikasi yang tidak hanya berorientasi komersial, tetapi juga mengedepankan aspek sosial, kultural, dan religius.

E. Kajian Pustaka

Penelitian-penelitian sebelumnya tentang representasi dan identitas muslimah membahas berbagai hal, mulai dari bagaimana perempuan muslim digambarkan di media, bagaimana mereka menegosiasikan identitas di ruang publik dan digital, hingga bagaimana media sosial memberi ruang bagi pembentukan citra muslimah muda. Mengulas penelitian terdahulu membantu melihat apa saja yang sudah dibahas dan untuk memperjelas posisi penelitian ini.

Representasi perempuan muslim di media telah mengalami perubahan yang signifikan seiring berkembangnya budaya populer Islam di Indonesia. Penelitian yang dilakukan oleh Karma menunjukkan bahwa iklan kosmetik Wardah berhasil

menampilkan sosok muslimah sebagai figur religius dan modern. Melalui pendekatan semiotika Charles Sanders Peirce, penelitian ini mengungkap bahwa tanda-tanda visual seperti busana tertutup, warna lembut, ekspresi wajah tenang, serta *tagline* religius membentuk persepsi tentang kecantikan Islami yang sopan dan elegan. Karma menegaskan bahwa iklan Wardah tidak hanya menjadi sarana promosi produk, tetapi juga wahana pembentukan makna baru tentang identitas perempuan muslim modern di media.⁸

Temuan ini sejalan dengan jurnal karya Aileena Solicitor yang juga menganalisis iklan Wardah sebagai bentuk representasi muslimah modern. Menurutnya, Wardah mengusung citra kecantikan halal yang menggabungkan nilai religiusitas dan modernitas. Perempuan berhijab dalam iklan Wardah ditampilkan sebagai sosok yang aktif, berpendidikan, dan percaya diri, sekaligus patuh pada ajaran agama. Dengan demikian, citra muslimah di media tidak lagi sebatas simbol kesalehan, tetapi menjadi refleksi dari gaya hidup modern yang tetap berlandaskan nilai Islam.⁹

Selain media iklan, transformasi citra muslimah juga terlihat dalam dunia sastra populer. Rani Dwi Putri melalui penelitiannya tentang novel “The Jilbab Traveler” karya Asma Nadia menunjukkan bagaimana tokoh perempuan berhijab dalam karya sastra digambarkan sebagai individu yang dinamis, berani, dan *global-minded*. Jilbab dalam novel tersebut tidak hanya menjadi simbol ketaatan, tetapi juga kebebasan, mobilitas, dan identitas. Hal ini memperkuat pemahaman bahwa

⁸ Karma, “Representasi Citra Muslimah dalam Iklan Wardah” (Pare Pare: Institut Agama Islam Negeri Pare Pare, 2024).

⁹ Aileena Solicitor and Fakultas Seni Rupa, “Representasi Perempuan Muslim Kontemporer : Identitas Perempuan Muslim Pada Iklan Wardah” 5, no. 1 (2013): 100–115.

citra muslimah modern merupakan hasil negosiasi antara religiusitas dan modernitas yang terus berlangsung di berbagai medium budaya.¹⁰

Pembahasan mengenai identitas perempuan Muslim juga muncul dalam konteks sosial yang lebih luas, terutama ketika hijab dan kesalehan menjadi bagian dari representasi diri di ruang publik. Roudhotul Mahfudhoh dalam penelitiannya, menjelaskan bahwa hijab telah mengalami pergeseran makna dari simbol kesalehan menuju simbol agensi dan ekspresi budaya. Dengan pendekatan konstruktivisme sosial, Mahfudhoh menemukan bahwa perempuan berhijab kini menggunakan media sosial dan media massa untuk menampilkan citra positif, yaitu mandiri, berdaya, dan modern. Meskipun masih dihadapkan pada stereotip, media digital memungkinkan perempuan untuk merebut ruang representasi dan menegaskan eksistensinya di ranah publik.¹¹

Topik mengenai identitas Muslimah tentunya juga tak lepas dari pengaruh media sosial. Media sosial telah menjadi arena ekspresi diri sekaligus pemberdayaan bagi perempuan Muslim muda di berbagai penjuru. Fenny Amelia dalam penelitiannya menemukan bahwa komunitas *Beauty* di Instagram berfungsi sebagai ruang di mana muslimah muda dapat menegosiasikan identitas mereka secara kreatif dan autentik. Dengan menggunakan teori dramaturgi Erving Goffman dan pendekatan netnografi, Amelia menunjukkan bahwa perempuan muslim mampu mengelola citra publik dan privat dengan cermat, menampilkan diri sebagai

¹⁰ Rani Dwi Putri, "Representasi Identitas Muslimah Modern " Jilbab Traveler " Dalam Novel Karya Representasi Identitas Muslimah Modern ' Jilbab Traveler ' Dalam Novel Karya Asma Nadia," no. February (2021), <https://doi.org/10.21580/jsw.2020.4.2.5878>.

¹¹ Mahfudhoh, "Hijab Dan Kontestasi Citra Perempuan Dalam Ruang Publik Hijab and the Contestation of Women's Image in Public Space."

sosok yang religius sekaligus modern. Media sosial dalam hal ini berfungsi sebagai sarana pemberdayaan dan solidaritas perempuan, tempat nilai kemandirian dan kesalehan dipertemukan dalam satu ruang ekspresi digital.¹²

Berbeda dari penelitian sebelumnya yang berfokus pada iklan kampanye *brand*, penelitian ini menyoroti kebaruan pada analisis representasi Muslimah modern yang dibentuk oleh komunitas digital perempuan di bawah sebuah *brand*. Penelitian ini tidak hanya melihat citra yang diproduksi, tetapi juga bagaimana komunitas @Wardahyouthambassador secara aktif mengonstruksi dan mengomunikasikan citra tersebut di media sosial.

F. Kerangka Teori

1. Teori Representasi

Penelitian ini akan menggunakan teori representasi yang dikemukakan oleh Stuart Hall. Teori ini berangkat dari pemikiran bahwa media tidak sekadar mencerminkan realitas, melainkan mendefinisikan representasi sebagai proses di mana makna dan pemahaman tentang dunia dibentuk, dikomunikasikan, dan dipertahankan melalui simbol, gambar, atau tanda. Dalam bukunya, *“Representation, Cultural Representations and Signifying Practices”*, Hall menyatakan bahwa representasi menghubungkan makna dan bahasa dengan

¹² Fenny Amelia, “Presentasi Dan Agensi Muslimah Muda Di Media Sosial Studi Kasus Di ‘Komunitas Beauty,’” 2024, <http://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/67323>.

budaya, sehingga membentuk persepsi, identitas, dan hubungan sosial dalam masyarakat.¹³

Proses ini sejalan dengan pandangan Stuart Hall yang membedakan tiga pendekatan utama dalam representasi, yaitu pendekatan reflektif, yang menganggap representasi mencerminkan realitas sebagaimana adanya, kemudian pendekatan intensional, yang memandang makna berasal dari niat pembuat pesan, sedangkan pendekatan konstruksionis menekankan bahwa makna diproduksi dan dinegosiasikan melalui bahasa, simbol, serta konteks sosial budaya.¹⁴

Dalam era media digital, representasi tidak lagi didominasi oleh lembaga media besar, melainkan diciptakan secara aktif oleh pengguna dan komunitas yang memproduksi serta mendistribusikan konten. Media sosial seperti Instagram menjadi ruang pertukaran makna, tempat di mana audiens dapat menerima, menolak, atau menegosiasi representasi yang ditampilkan.¹⁵ Hal ini menunjukkan bahwa makna tentang komunitas muslimah modern di media sosial bersifat dinamis dan dipengaruhi oleh interaksi antara produsen dan konsumen pesan.¹⁶

¹³ Stuart Hall, "Representation : Cultural Representations and Signifying Practices," 1997, [https://eclass.aueb.gr/modules/document/file.php/OIK260/S.Hall%2C The work of Representation.pdf](https://eclass.aueb.gr/modules/document/file.php/OIK260/S.Hall%2C%20The%20work%20of%20Representation.pdf).

¹⁴ Nur Lailatul Musyafaah, "Representasi Citra Perempuan Muslimah Dalam Film Tilik" (UIN Sunan Kalijaga, 2022).

¹⁵ Ahmad Fawaid, Nayla Amalia, and Universitas Nurul Jadid, "THE REPRESENTATION OF MUSLIM WOMEN ON DIGITAL PLATFORMS : CONTESTATION AND FRAGMENTED RECEPTION ON INSTAGRAM'S QURANREVIEW ACCOUNT" 22, no. 1 (2025): 144–60.

¹⁶ Emma Baulch and Alila Pramiyanti, "Hijabers on Instagram : Using Visual Social Media to Construct the Ideal Muslim Woman," 2018, <https://doi.org/10.1177/2056305118800308>.

Penerapan teori representasi Stuart Hall dalam penelitian ini terletak pada analisis terhadap proses konstruksi makna yang dilakukan oleh akun @Wardahyouthambassador dalam menampilkan citra Muslimah modern. Penelitian ini berupaya melihat bagaimana visual, narasi, dan simbol yang digunakan dalam konten media sosial membentuk makna tentang Muslimah modern yang religius sekaligus progresif. Selain itu, teori ini juga digunakan untuk memahami bagaimana konteks sosial dan budaya digital memengaruhi proses produksi makna tersebut, serta bagaimana representasi yang dihasilkan merefleksikan dan menegosiasikan nilai-nilai modernitas dan religiusitas yang berkembang dalam masyarakat. Dengan demikian, teori representasi membantu peneliti menafsirkan bagaimana identitas Muslimah modern dibangun, disebarkan, dan dimaknai ulang melalui praktik komunikasi di media sosial.

2. Komunitas Muslimah Modern

Dalam penelitiannya yang berjudul *“The Dakwah Media in Post Suharto Indonesia: From Politics of Identity to Popular Culture (The Case of Ummi)”*, Pamungkas mengidentifikasi tiga nilai utama yang dikonstruksi dalam representasi perempuan berhijab di Majalah Ummi pasca Orde Baru. Nilai nilai ini, yang kemudian menjadi karakteristik muslimah modern, meliputi: *Modesty and Sanctity* (kesopanan dan kesalehan), *Sanctity and Mobility* (peran aktif di ruang publik), serta *Beauty and Modesty* (penampilan

menarik tetapi sesuai syariat).¹⁷ Penelitian ini menggunakan ketiga kategori tersebut sebagai indikator analisis, di mana meskipun awalnya dirumuskan dalam konteks kajian identitas perempuan Muslim secara umum, penelitian ini mengadaptasinya untuk membaca representasi yang dibangun secara kolektif melalui konten akun Instagram @Wardahyouthambassador. Adaptasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa nilai-nilai kesalehan, mobilitas publik, dan estetika muslimah modern tetap relevan untuk membaca identitas yang dikonstruksi melalui pilihan busana, warna, caption, dan narasi visual secara berulang. Dengan demikian, penelitian ini tidak membaca muslimah sebagai individu, melainkan sebagai identitas kolektif komunitas yang dibentuk melalui praktik representasi digital.

Ketiga kategori Pamungkas difungsikan sebagai indikator analisis sebagai berikut:

- a. *Modesty and Sanctity*, menggambarkan muslimah dengan kesalehan dan kesopanan, kategori ini digunakan sebagai indikator untuk membaca bagaimana pilihan busana, warna, dan penampilan dalam konten @Wardahyouthambassador merepresentasikan nilai kesopanan dan kesalehan sebagai identitas kolektif komunitas.
- b. *Sanctity and Mobility*, merepresentasikan muslimah yang memiliki ruang gerak luas di ranah publik tanpa melanggar syariat, kategori ini digunakan sebagai indikator untuk membaca bagaimana keterlibatan komunitas dalam

¹⁷ Pamungkas, "The Dakwah Media in Post Suharto Indonesia: From Politics of Identity to Popular Culture (The Case of Ummi)."

berbagai kegiatan, baik *offline* maupun *online*, merepresentasikan mobilitas muslimah modern yang tetap berlandaskan nilai keislaman.

- c. *Beauty and Modesty*, menunjukkan bahwa muslimah dapat tampil cantik dengan busana dan aksesoris, tetapi tetap menjaga nilai kesopanan, kategori ini digunakan sebagai indikator untuk membaca bagaimana representasi kecantikan, *fashion*, dan perawatan diri dalam konten @Wardahyouthambassador dikonstruksi sebagai bagian dari identitas muslimah modern yang selaras dengan nilai-nilai Islam.

Dengan ketiga kategori atau karakteristik tersebut, komunitas muslimah modern dipahami sebagai kelompok perempuan yang mampu memadukan nilai religiusitas, mobilitas sosial, dan estetika modern, yang berarti representasi muslimah saat ini tidak lagi sekadar mencerminkan kesalehan tradisional, tetapi juga memperlihatkan identitas yang aktif, kreatif, dan adaptif di era media digital.

3. Konsep Psikologi Warna

Warna merupakan elemen visual yang tidak hanya berfungsi sebagai unsur estetika, tetapi juga memiliki kekuatan untuk mempengaruhi emosi, persepsi, dan perilaku manusia. Psikologi warna adalah bidang ilmu yang secara khusus mempelajari bagaimana warna dapat berdampak pada kondisi psikologis dan respons emosional seseorang. Warna-warna tertentu mampu

membangkitkan perasaan tertentu, membentuk persepsi terhadap suatu objek atau situasi, bahkan mendorong keputusan dan tindakan secara tidak disadari.¹⁸

Dalam konteks psikologi warna, terdapat pembagian mendasar antara warna hangat dan warna dingin. Warna hangat seperti merah, jingga, dan kuning cenderung membangkitkan emosi yang intens dan energik, sedangkan warna-warna dingin dan lembut cenderung memberikan efek menenangkan dan relaksasi.¹⁹ Secara spesifik, warna-warna lembut seperti putih, biru muda, dan hijau mint memiliki makna psikologis yang berbeda namun saling berkaitan. Warna putih misalnya, melambangkan kebersihan, kemurnian, kesucian, dan kesederhanaan, di mana dalam psikologi warna putih cenderung memberi makna positif seperti bersih, segar, dan tenang.²⁰

Teori psikologi warna pertama kali dikembangkan secara sistematis oleh Johann Wolfgang von Goethe dalam karyanya *Theory of Colours* (1810), yang melihat warna sebagai bahasa jiwa manusia dan menekankan bagaimana warna dirasakan secara emosional dan simbolik. Teori ini kemudian dikembangkan oleh Faber Birren dalam *Color Psychology and Color Therapy* (1950), yang menjembatani seni, fisiologi, dan psikologi industri dengan mengaitkan warna pada respons biologis dan perilaku manusia, termasuk penerapannya dalam branding dan komunikasi visual.²¹

¹⁸ Wiwik Handayani, Raju Ulum, and Nidaan Khofia, "Psikologi Warna Dalam Kehidupan Sehari-Hari Pengaruh Warna Terhadap Emosi, Persepsi, Dan Perilaku Konsumen," *Jurnal Ilmu Psikiatri Dan Psikologi* 1, no. 1 (2026): 39–48.

¹⁹ Ibid

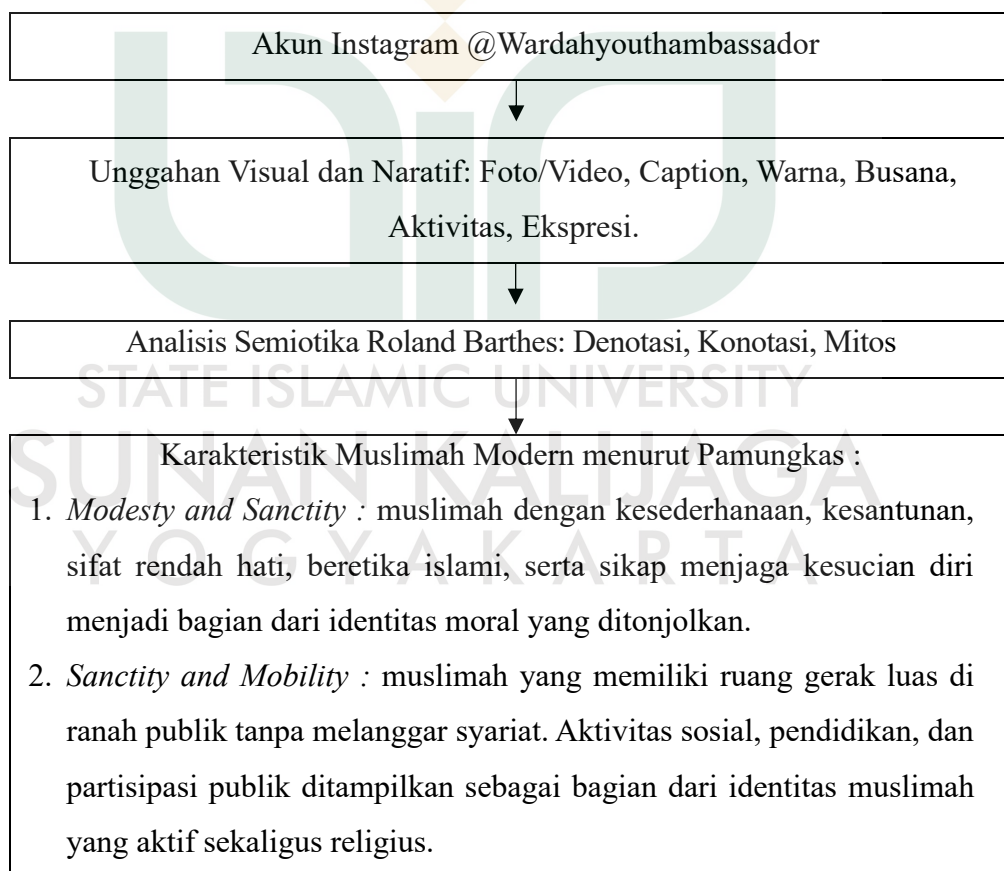
²⁰ Aris Oktaviani, Andriyanto Wibisono, and Etika Vidyarini, "Pengaruh Warna Interior Terhadap Respons Psikologis Dan Fisiologis Pengguna Ruang Melalui Tinjauan Literatur Sistematis" 10, no. 3 (2026): 98–111.

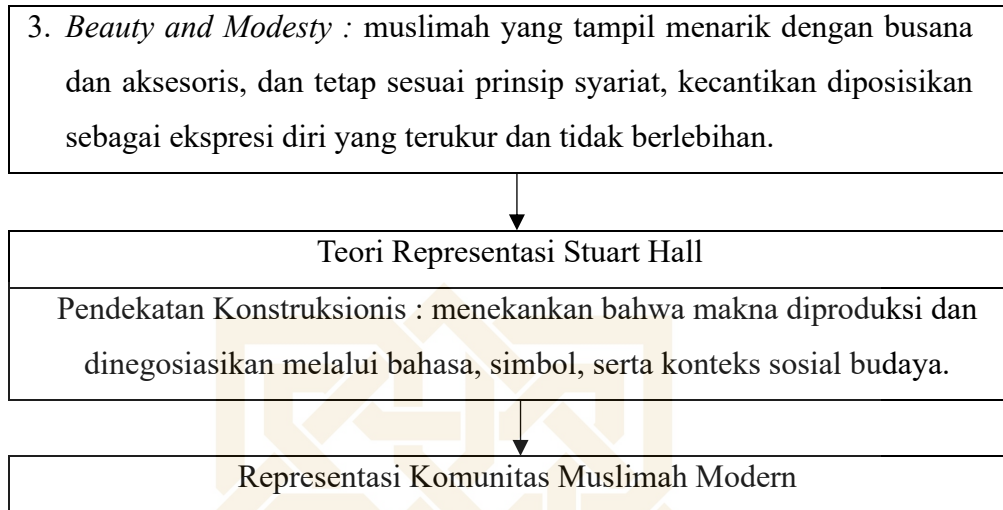
²¹ Goethe, "Theory of Colours," n.d.

Dalam konteks penelitian ini, pemahaman tentang psikologi warna menjadi penting karena warna-warna yang digunakan dalam konten visual akun Instagram @Wardahyouthambassador tidak hadir secara kebetulan, melainkan merupakan bagian dari strategi komunikasi visual yang secara sadar membangun makna, citra, dan identitas tertentu tentang komunitas muslimah modern.

G. Kerangka Konseptual

Tabel 1.1
Kerangka Konseptual





H. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis semiotika Roland Barthes. Metode analisis semiotika Roland Barthes digunakan untuk mengungkap makna-makna yang terbentuk dari tanda-tanda visual maupun verbal dalam unggahan akun @Wardahyouthambassador. Barthes membagi makna menjadi tiga lapisan, yaitu denotatif (makna literal), konotatif (makna kultural), dan mitologis (cara ideologi bekerja lewat tanda).²² Dengan analisis ini, peneliti berupaya menafsirkan bagaimana komunitas muslimah modern dikonstruksi dan direpresentasikan melalui simbol-simbol yang muncul dalam konten akun tersebut.

²² Universitas Ibnu Chaldun and Kota Bogor, “Analisis Semiotika Roland Barthes” 1, no. 2 (2022).

2. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah analisis semiotika terhadap tanda-tanda visual dan verbal dalam konten akun Instagram @Wardahyouthambassador yang merepresentasikan komunitas muslimah modern. Penelitian ini menganalisis unggahan akun Instagram @Wardahyouthambassador periode Juli hingga Desember 2025 yang memuat foto, video, dan *caption* mengenai aktivitas komunitas. Analisis dilakukan menggunakan semiotika Roland Barthes melalui tiga tingkatan makna, yaitu denotasi, konotasi, dan mitos, kemudian dihubungkan dengan teori representasi Stuart Hall untuk melihat bagaimana makna komunitas muslimah modern dikonstruksi dan direpresentasikan melalui media sosial Instagram.

3. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui dokumentasi konten yang diunggah pada akun Instagram @Wardahyouthambassador selama periode Juli hingga Desember 2025. Periode tersebut dipilih karena pada rentang waktu tersebut terdapat berbagai unggahan yang menampilkan aktivitas komunitas Wardah Youth Ambassador dan merepresentasikan muslimah modern. Data penelitian berupa unggahan dan *caption* yang dipilih berdasarkan kesesuaiannya dengan fokus penelitian. Konten yang dipilih merupakan unggahan yang menampilkan aktivitas komunitas serta memuat unsur visual dan verbal, seperti busana, aktivitas, warna, simbol,

dan *caption* yang merepresentasikan nilai religiusitas, modernitas, serta identitas kolektif muslimah. Dari seluruh unggahan pada periode tersebut, dipilih sepuluh konten yang dinilai paling sesuai untuk dianalisis menggunakan semiotika Roland Barthes.

b. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh melalui berbagai sumber pustaka yang relevan dengan penelitian, meliputi jurnal ilmiah, buku, skripsi, artikel ilmiah, serta dokumen pendukung yang membahas teori representasi Stuart Hall, semiotika Roland Barthes, representasi muslimah modern, komunikasi digital, dan media sosial Instagram.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik dokumentasi, yaitu dengan mengumpulkan unggahan dan *caption* pada akun Instagram @Wardahyouthambassador yang dipublikasikan selama periode Juli hingga Desember 2025. Data didokumentasikan dalam bentuk tangkapan layar (*screenshot*) dan dilengkapi dengan tautan unggahan sebagai data pendukung.

Dari seluruh unggahan pada periode tersebut, peneliti memilih sepuluh unggahan yang menampilkan aktivitas komunitas Wardah Youth Ambassador serta merepresentasikan nilai religiusitas, modernitas, dan identitas kolektif muslimah sebagai data penelitian. Setelah data terkumpul, setiap unggahan dicatat dan dikelompokkan berdasarkan unsur-unsur yang terdapat di dalamnya, seperti busana, aktivitas, warna, simbol, dan *caption*. Selain itu,

peneliti juga mencatat informasi pendukung, seperti tanggal publikasi dan konteks unggahan. Pengelompokan data ini bertujuan untuk memudahkan proses analisis menggunakan semiotika Roland Barthes.

5. Teknik Validasi Data

Penelitian ini menggunakan dua teknik validasi data yang disesuaikan dengan karakteristik penelitian kualitatif dengan metode analisis semiotika, yaitu dokumentasi data dan konsistensi analisis.

6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis semiotika Roland Barthes untuk mengungkap makna yang terkandung dalam tanda-tanda visual maupun verbal pada unggahan akun Instagram @Wardahyouthambassador. Analisis dilakukan terhadap sepuluh unggahan yang telah dipilih sebagai sumber penelitian.

Pada tahap awal, peneliti mengelompokkan sepuluh unggahan tersebut ke dalam tiga kategori komunitas Muslimah modern, yaitu *modesty and sanctity*, *sanctity and mobility*, dan *beauty and modesty*. Pengelompokan dilakukan berdasarkan karakteristik representasi yang ditampilkan dalam setiap unggahan sehingga setiap konten dapat dianalisis sesuai dengan kategori yang paling relevan.

Selanjutnya, setiap unggahan dalam masing-masing kategori dianalisis menggunakan tiga tingkatan makna dalam semiotika Roland Barthes, yaitu

denotasi, konotasi, dan mitos. Pada tahap denotasi, peneliti mendeskripsikan makna yang tampak secara langsung dari unsur-unsur visual maupun verbal dalam unggahan, seperti busana, aktivitas, warna, simbol, dan *caption*. Tahap konotasi dilakukan dengan menafsirkan makna yang terkandung di balik tanda-tanda tersebut berdasarkan konteks sosial dan budaya. Adapun pada tahap mitos, peneliti mengungkap nilai-nilai, keyakinan, atau cara pandang yang dinaturalisasi melalui representasi komunitas muslimah modern dalam setiap unggahan.²³

Hasil analisis pada masing-masing kategori kemudian dikaji menggunakan teori representasi Stuart Hall dengan pendekatan konstruksional untuk memahami bagaimana representasi komunitas muslimah modern dikonstruksi melalui konten akun Instagram @Wardahyouthambassador. Melalui pendekatan ini, peneliti menganalisis bagaimana tanda-tanda visual dan verbal dalam setiap unggahan membentuk makna mengenai komunitas muslimah modern, sehingga representasi yang ditampilkan tidak dipandang sebagai cerminan realitas semata, melainkan sebagai hasil konstruksi makna yang dibangun melalui media sosial. Berdasarkan keseluruhan proses analisis tersebut, peneliti kemudian menarik kesimpulan mengenai representasi komunitas muslimah modern yang ditampilkan dalam akun Instagram @Wardahyouthambassador.

²³ Dini Aprilita and Refti Handini Listyani, "Representasi Kecantikan Perempuan Dalam Media Sosial Instagram (Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Akun @mostbeautyindo, @Bidadarisurga, Dan @pauan_girl)" 04 (2016): 1–13.

I. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan merupakan susunan keseluruhan isi dari penelitian ini. Adanya sistematika ini bertujuan agar penelitian tersusun secara terarah, runtut, dan mudah dipahami. Penelitian ini terdiri dari empat bab, yaitu sebagai berikut :

1. Bab I Pendahuluan

Pada bab ini peneliti membahas mengenai bagian awal penelitian yang berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, kerangka konseptual, metode penelitian, serta sistematika pembahasan. Bab ini menjelaskan konteks dan urgensi penelitian mengenai representasi komunitas muslimah modern dalam akun Instagram @Wardahyouthambassador, sekaligus menjadi dasar dalam memahami arah dan fokus penelitian yang dilakukan.

2. Bab II Gambaran Umum

Pada bab ini peneliti membahas gambaran umum akun Instagram @Wardahyouthambassador sebagai media komunikasi digital komunitas Wardah Youth Ambassador. Pembahasan mencakup fungsi akun dalam merepresentasikan komunitas muslimah muda, karakteristik konten yang diunggah, serta peran Instagram sebagai media representasi di ruang digital. Selain itu, bab ini juga menjelaskan kategori konten yang menjadi objek penelitian, yaitu dokumentasi kegiatan komunitas, kunjungan ke *event* atau *experience space*, serta konten *fashion* dan tips *outfit*. Uraian tersebut menjadi landasan untuk memahami konteks penelitian sebelum dilakukan analisis representasi komunitas muslimah modern pada bab selanjutnya.

3. Bab III Hasil Dan Pembahasan

Pada bab ini peneliti menyajikan hasil analisis terhadap representasi komunitas muslimah modern dalam sepuluh unggahan akun Instagram @Wardahyouthambassador. Analisis dilakukan menggunakan semiotika Roland Barthes melalui tiga tingkatan makna, yaitu denotasi, konotasi, dan mitos, untuk mengungkap makna yang terkandung dalam tanda-tanda visual maupun verbal pada setiap unggahan. Selanjutnya, hasil analisis tersebut dianalisis lebih lanjut menggunakan teori representasi Stuart Hall dengan pendekatan konstruksional untuk memahami bagaimana representasi komunitas muslimah modern dikonstruksi melalui konten akun Instagram @Wardahyouthambassador.

4. Bab IV Penutup

Pada bab ini peneliti menyampaikan kesimpulan yang diperoleh dari hasil analisis dan pembahasan penelitian mengenai representasi komunitas muslimah modern dalam akun Instagram @Wardahyouthambassador. Selain itu, peneliti juga memberikan saran-saran yang dapat menjadi masukan bagi pihak *brand* Wardah, komunitas Wardah Youth Ambassador, serta peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji topik serupa terkait representasi, identitas muslimah, dan budaya digital.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis semiotika Roland Barthes terhadap sepuluh unggahan akun Instagram @Wardahyouthambassador periode Juli hingga Desember 2025, penelitian ini menyimpulkan bahwa akun tersebut merepresentasikan komunitas muslimah modern melalui konstruksi makna yang memadukan religiusitas dan modernitas. Representasi tersebut dibangun secara konsisten melalui tiga karakteristik muslimah modern menurut Pamungkas, yaitu *Modesty and Sanctity*, *Sanctity and Mobility*, serta *Beauty and Modesty*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Modesty and Sanctity* menjadi fondasi identitas yang hadir pada seluruh unggahan melalui representasi muslimah yang berhijab, berpakaian sopan, dan tetap menjunjung nilai-nilai religius dalam berbagai aktivitas. *Sanctity and Mobility* merepresentasikan muslimah sebagai perempuan yang aktif mengembangkan diri, berpartisipasi di ruang publik, serta berkontribusi dalam kegiatan sosial tanpa meninggalkan identitas keislamannya. Sementara itu, *Beauty and Modesty* menjadi karakteristik yang paling dominan, dengan menghadirkan kecantikan sebagai bentuk perawatan dan aktualisasi diri yang tetap berada dalam koridor nilai-nilai Islam.

Melalui pendekatan konstruksionis dalam Teori Representasi Stuart Hall, penelitian ini menemukan bahwa akun @Wardahyouthambassador tidak hanya

berfungsi sebagai media dokumentasi kegiatan komunitas, tetapi juga sebagai ruang produksi makna yang secara aktif mengonstruksi identitas muslimah modern. Proses tersebut dilakukan melalui pemilihan aktivitas, penggunaan simbol visual dan verbal, serta pengulangan representasi yang konsisten, sehingga membentuk pemahaman mengenai muslimah modern sebagai perempuan yang religius, aktif, percaya diri, produktif, dan mampu mengikuti perkembangan zaman tanpa meninggalkan nilai-nilai keislamannya.

B. Saran

1. Saran Teoritis

Penelitian ini menggunakan semiotika Roland Barthes dan Teori Representasi Stuart Hall sebagai kerangka analisis. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik mengkaji topik serupa, disarankan untuk memperluas analisis dengan menggunakan pendekatan decoding Stuart Hall secara lebih mendalam, yakni dengan meneliti bagaimana audiens memaknai representasi muslimah modern yang ditampilkan akun @Wardahyouthambassador. Penelitian lanjutan juga dapat mengkombinasikan analisis semiotika dengan metode lain seperti wawancara mendalam atau *focus group discussion* untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif tentang negosiasi makna antara produsen dan konsumen pesan. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan objek penelitian ke platform media sosial lain seperti TikTok atau YouTube, mengingat pola representasi muslimah modern terus berkembang dan bertransformasi seiring dengan perubahan platform digital yang digunakan.

2. Saran Praktis

Bagi komunitas Wardah Youth Ambassador, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan refleksi dalam mengelola representasi komunitas di media sosial. Representasi yang ditampilkan secara konsisten memiliki potensi besar dalam membentuk standar dan norma sosial tentang muslimah ideal. Oleh karena itu, penting bagi komunitas untuk memastikan bahwa citra yang dibangun tetap inklusif dan tidak menciptakan standar tunggal yang eksklusif, sehingga muslimah dari berbagai latar belakang dapat merasa terwakili.

Bagi perempuan muslim, penelitian ini diharapkan dapat mendorong kesadaran kritis dalam menerima representasi muslimah modern di media sosial. Penting untuk memahami bahwa representasi yang tampak natural dan organik di media sosial sesungguhnya merupakan hasil konstruksi yang dipengaruhi oleh berbagai kepentingan sosial dan budaya. Dengan sikap yang lebih kritis, perempuan muslim dapat lebih leluasa mendefinisikan identitasnya sendiri tanpa terikat pada satu standar ideal tertentu.

Bagi peneliti dan akademisi di bidang komunikasi, studi Islam, dan kajian gender, kajian tentang interaksi antara religiusitas, modernitas, dan budaya digital dalam konteks komunitas muslimah Indonesia masih sangat terbuka untuk dikembangkan, terutama seiring perkembangan teknologi yang terus bergerak cepat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Qhalvin Octawidyanata, “Studi Deskriptif Mengenai Identitas Sosial Anggota KBPP Yang Bergabung Kedalam Kelompok Geng Motor Brigez Di Sukabumi” (Universitas Islam Bandung, 2016). Hal. 18
- Afiff, Diza Khadijah, and Mohamad Arif Waskito. “Perancangan Tas Bertema Tren Year 2000 Menggunakan Metode Trend Forecasting Untuk Gen Z Saat Festival Musik.” *MERAKI: Journal of Creative Industries* 02, no. 02 (2025): 44–57.
- Amelia, Fenny. “Presentasi Dan Agensi Muslimah Muda Di Media Sosial Studi Kasus Di ‘Komunitas Beauty,’” 2024. <http://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/67323>.
- Anwar, Mokhammad Zainal, Khasan Ubaidillah, Nur Kafid, Okta Nurul Hidayati, and Yuyun Sunesti. “Islam, Gender, and Civic Environmentalism Muslim Women’s Community-Based Waste Activism in Indonesia.” *Qudus International Journal of Islamic Studies (QIJIS)* 13, no. 2 (2025): 423–72.
- Aprilita, Dini, and Refti Handini Listyani. “Representasi Kecantikan Perempuan Dalam Media Sosial Instagram (Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Akun @mostbeautyindo, @Bidadarisurga, Dan @papuan_girl)” 04 (2016): 1–13.
- Astriani, Dini. “Komodifikasi Kesalehan: Kosmetik Halal, Brand Islam, Dan Identitas Muslimah Indonesia Keyword E-Mail.” *AICONOMIA: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 4, no. 1 (2025): 18–31. <https://doi.org/10.32939/acm.v4i1.5154>.
- August, No, and Leo Riski Sunjaya. “Representasi Budaya Jember Dalam Jember Fashion Carnival : Pendekatan Teori Representasi Stuart Hall” 2, no. 3 (2024).
- Ayu, Chika Cintia. *Strategi Komunikasi Brand Wardah Kosmetik Dalam Memasarkan Produk Kosmetik Halal*. Fakultas Ilmu Dakwah Dan Komunikasi, 2018.
- Bahasa, Alfabeta Jurnal, Winda Ayuanda, Dindasari Sidabalok, and Alemina Br Perangin-angin. “Budaya Jawa Dalam Film Primbon : Analisis Representasi Stuart Hall” 7 (2024): 440–49.
- Baulch, Emma, and Alila Pramiyanti. “Hijabers on Instagram : Using Visual Social Media to Construct the Ideal Muslim Woman,” 2018. <https://doi.org/10.1177/2056305118800308>.
- Chaldun, Universitas Ibnu, and Kota Bogor. “Analisis Semiotika Roland Barthes”

1, no. 2 (2022).

Difa, Annisa Berliana, and Al Gusma Setyawan. "Representasi Dalam Media Dan Budaya : Perspektif Teori Stuart Hall," n.d., 83–90.

Erlyana, Yana, Shierly Everlin, and Inez Fiona Yuwono. "Analisis Color Palette Berdasarkan Rasa Warna Sebagai Penguat Daya Tarik Emosional Dalam Video Anak." *Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia* 09, no. 03 (2023): 396–411.

Fahrnunisa, Iqlima. "Dari Henna Ke Kuteks Halal Transformasi Estetika, Religiusitas, Dan Budaya Konsumsi Muslimah" 4 (2025): 205–27.

Fawaid, Ahmad, Nayla Amalia, and Universitas Nurul Jadid. "THE REPRESENTATION OF MUSLIM WOMEN ON DIGITAL PLATFORMS : CONTESTATION AND FRAGMENTED RECEPTION ON INSTAGRAM'S QURANREVIEW ACCOUNT" 22, no. 1 (2025): 144–60.

Ganiem, Leila Mona, Rahmi Setiawati, and Rahmat Ramdhani. "Society in the Digital Era : Adaptation , Change , and Response to Communication Technology" 4, no. June (2024): 123–35.

Goethe. "Theory of Colours," n.d.

Hall, Stuart. "Representation : Cultural Representations and Signifying Practices," 1997.
[https://eclass.aueb.gr/modules/document/file.php/OIK260/S.Hall%2C The work of Representation.pdf](https://eclass.aueb.gr/modules/document/file.php/OIK260/S.Hall%2C%20The%20work%20of%20Representation.pdf).

Han, Muhamad Ibtissam. "Representasi Anak Muda Gaul Dan Saleh Dalam Gerakan Hijrah : Analisis Semiotika Roland Barthes Atas Konten Akun Instagram Pesan Trend Pemuda (@ Pesan _ Trend)" 2, no. 1 (2021): 101–20.

Handayani, Wiwik, Raju Ulum, and Nidaan Khofia. "Psikologi Warna Dalam Kehidupan Sehari-Hari Pengaruh Warna Terhadap Emosi, Persepsi, Dan Perilaku Konsumen." *Jurnal Ilmu Psikiatri Dan Psikologi* 1, no. 1 (2026): 39–48.

Husna, Asmaul, and Yuhdi Fahrimal. "Representasi Perempuan Berdaya Pada Akun Instagram @Rachelvenya," no. 2015 (2021): 131–50.
<https://doi.org/10.31445/jskm.2021.3801>.

Husna, Fathayatul. "Sports Hijab : Keeping Healthy Suggestion, Muslimah, and Islamic Da'wa Practice," n.d.

Irma, Marlina, Badriani Badawi. "Partisipasi Perempuan Dalam Pengelolaan Lingkungan." *UNM Environmental Journals* 5 (2022).

Istikomah, Rohmah, and Afifah Mauizhatul Hasanah. "Peran Hijab Dalam Membentuk Karakter Percaya Diri Pada Perempuan Muslimah" 7 (2024):

105–19.

Karma. “Representasi Citra Muslimah Dalam Iklan Wardah.” PARE PARE: INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PARE PARE, 2024.

Krisnaningsih, Diah. “Karakteristik Tren Busana Muslimah Gen Z Dalam Membantu Segmentasi Umkm Fashion Di Lingkungan Mahasiswi UMSIDA” 3, no. 2988 (2024): 1–20.

Labibah, Singgih Muflihahfiz. “Representasi Muslimah Dalam Konten Halal Makeup Pada Akun Instagram @dianwidayanti” 08, no. 02 (2026): 132–47.

Lestari, Fuji, Muhammad Agus Saputra, and Mutia Mutmainah. “Motivasi Keputusan Mahasiswa Untuk Bekerja Sebagai Ojek Muslimah Motivasi Keputusan Mahasiswa Untuk Bekerja Sebagai Ojek Muslimah” 5, no. April (2025).

Lestari, Putri Ayu, Novia Paramita S, Didik Gunawan, and Cici Puspaningrum. “Dinamika Loyalitas Konsumen Gen Z: Peran Strategis Brand Ambassador Dan Kualitas Produk Dalam Ekosistem Pemasaran Kecantikan Wardah.” *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ilmu Ekonomi (Jasmien)* 5, no. 03 (2025): 100–110. <https://doi.org/10.54209/jasmien.v5i03.1297>.

Mahfudhoh, Roudhotul. “Hijab Dan Kontestasi Citra Perempuan Dalam Ruang Publik Hijab and the Contestation of Women’s Image in Public Space.” *Alhamra Jurnal Studi Islam* 5, no. 1 (2024): 1–14.

Mawlana, Akbar, Naufalul Ihya Ulumuddin, and Adhitiya Prasta Pratama. “Studi Dekonstruksi : Menyingkap Identitas Muslimah Di Media Rahma.Id” 6 (2022): 121–34.

Mulyati, Made Ida. “Studi Pemilihan Warna Terhadap Interior Kamar Praktek Dokter Dan Ruang Tunggunya Anak Berkaitan Terhadap Tingkat Stres Pasien.” *Jurnal Pendidikan Dan Konseling* 4, no. 6 (2022): 7464–68.

Musyafaah, Nur Lailatul. “Representasi Citra Perempuan Muslimah Dalam Film Tilik.” UIN Sunan Kalijaga, 2022.

Ningsih, Nina Martian, and Moh. Yasir Alimi. “Adaptasi Fashion Muslimah Kontemporer Di Kalangan Mahasiswi UNS Melalui Media Sosial.” *JISA: Jurnal Ilmiah Sosiologi Agama* 8, no. 1 (2025): 141–57.

Oktaviani, Aris, Andriyanto Wibisono, and Etika Vidyarini. “Pengaruh Warna Interior Terhadap Respons Psikologis Dan Fisiologis Pengguna Ruang Melalui Tinjauan Literatur Sistematis” 10, no. 3 (2026): 98–111.

Pamungkas, Arie Setyaningrum. “The Dakwah Media in Post Suharto Indonesia: From Politics of Identity to Popular Culture (The Case of Ummi),” n.d.

Pamungkas, Yudha Catur, Ryan Purnomo, Universitas Islam, Negeri Sunan, Ampel Surabaya, Jawa Timur, Universitas Nadhlatul, and Ulama Sidoarjo. “Konstruksi Realitas Sosial Di Indonesia Dalam Peran Media Dan Identitas

Budaya Di Era Globalisasi” 4 (2024): 28–36.

Prasetya, Hendra, Feggy Nurdiansah, Ahmad Sarbini, and Asep Iwan Setiawan. “Media Sosial Sebagai Agen Sosialisasi Nilai Keislaman : Representasi Dan Negosiasi Busana Muslim Di Instagram” 6, no. 6 (2026): 1488–93.

Putri, Rani Dwi. “Representasi Identitas Muslimah Modern “ Jilbab Traveler ” Dalam Novel Karya Representasi Identitas Muslimah Modern ‘ Jilbab Traveler ’ Dalam Novel Karya Asma Nadia,” no. February (2021). <https://doi.org/10.21580/jsw.2020.4.2.5878>.

Qorib, Fathul, Riesta Ayu, and Oktarina J Ermelinda. “Penggunaan Busana Sebagai Bentuk Ekspresi Dan Identitas Mahasiswa Di Media Sosial” 5 (2023): 236–51.

Rafika Mutiara Guniarti¹, Tatang Muhtar², Rizal Ahmad Fauzi³, Anggi Setia Lengkana. “Makna Dan Gaya Hidup: Studi Fenomenologi Olahraga Padel Pada Masyarakat Kota Bandung” 9, no. 1 (2026): 1846–62.

Rahmi Hanum, Fadia Haya. “Representasi Wanita Muslim Dalam Iklan Wardah Sebagai Medium Dakwah.” *Jurnal QOSIM Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora* 3, no. 2 (2025): 687–97. <https://doi.org/10.61104/jq.v3i2.1087>.

Rohmaniyah, Naila, Ris Rusli, Amilda Sani, and Agus Sholikhin. “Jilbab : Ajaran Agama, Budaya Dan Peradaban.” *Cakrawala: Jurnal Studi Islam* 18, no. 1 (2023): 49–61.

Salma, Ghaitsa, Universitas Muhammadiyah Bandung, Cipadung Kidul, and Kota Bandung. “Fashion Sebagai Bentuk Ekspresi Diri Dan Karakter Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bandung,” 2023, 94–103.

Sherin, Alya, and Yusniah. “Analisis Komunitas ‘Wardah Youth Ambassador Medan’ Dalam Meningkatkan Brand Awareness Di Kota Medan.” *Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 7, no. 1 (2025): 515–24.

Solicitor, Aileen, and Fakultas Seni Rupa. “Representasi Perempuan Muslim Kontemporer : Identitas Perempuan Muslim Pada Iklan Wardah” 5, no. 1 (2013): 100–115.

Trisnawati, Tri Yulia. “Fashion Sebagai Bentuk Ekspresi Diri Dalam Komunikasi” III (2011): 36–47.

Zuhdi, Dzakwan Amar, Ramadhani Utami Dewi, and Hamida Syari Harahap. “Komunikasi Virtual Dan Solidaritas Digital Perempuan : Analisis Etnografi Virtual Dan Social Network Analysis Pada Akun Instagram @perempuanpunyakarya” 8, no. 1 (2026): 54–70.

LAMPIRAN

TAUTAN UNGGAHAN AKUN INSTAGRAM @Wardahyouthambassador

1. Unggahan 4 Juli 2025
https://www.instagram.com/p/DLrKwASPJhC/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFiZA==
2. Unggahan 30 Juli 2025
https://www.instagram.com/p/DMuhr2Ovct1/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFiZA==
3. Unggahan 31 Juli 2025
https://www.instagram.com/p/DMxJ3Awv7IX/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFiZA==
4. Unggahan 1 September 2025
https://www.instagram.com/p/DODhThiD5U7/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFiZA==
5. Unggahan 11 September 2025
https://www.instagram.com/p/DOczycfD4Mm/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFiZA==
6. Unggahan 15 September 2025
https://www.instagram.com/p/DOnWpesD3BD/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFiZA==
7. Unggahan 3 Oktober 2025
https://www.instagram.com/p/DPV2oSWjRU/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFiZA==
8. Unggahan 6 November 2025
https://www.instagram.com/p/DQsuCC0D2gm/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFiZA==
9. Unggahan 7 November 2025
https://www.instagram.com/p/DQvicIHD7m4/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFiZA==
10. Unggahan 17 Desember 2025
https://www.instagram.com/p/DSWNq6njxiR/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFiZA==