

**BUSANA SYAR'I DALAM PANDANGAN NETIZEN: Analisis Resepsi terhadap  
Unggahan Abaya Naura Ayu di Instagram**



**SKRIPSI**

**Diajukan kepada Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam**

**Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga**

**Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Sosiologi Agama (S.Sos)**

**Oleh:**

**Erza Alinda Safitri**  
**NIM. 22105040075**

**PROGRAM STUDI SOSIOLOGI AGAMA**

**FAKULTAS USHULUDDIN DAN PEMIKIRAN ISLAM**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA**

**YOGYAKARTA**

**2026**

## HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS USHULUDDIN DAN PEMIKIRAN ISLAM  
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 512156 Fax. (0274) 512156 Yogyakarta 55281

### PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1072/Un.02/DU/PP.00.9/07/2026

Tugas Akhir dengan judul : "BUSANA SYARI' DALAM PANDANGAN NETIZEN: Analisis Resepsi terhadap Unggahan Abaya Naura Ayu di Instagram"

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ERZA ALINDA SAFITRI  
Nomor Induk Mahasiswa : 22105040075  
Telah diujikan pada : Rabu, 03 Juni 2026  
Nilai ujian Tugas Akhir : A

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

#### TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang/Penguji I  
Hikmalisa, S.Sos., M.A.  
SIGNED

Valid ID: 6a281029c4a07



Penguji II  
Ratna Istriyani, M.A.  
SIGNED

Valid ID: 6a4337851150d



Penguji III  
Dr. Adib Sofia, S.S., M.Hum.  
SIGNED

Valid ID: 6a4364141c76a



Yogyakarta, 03 Juni 2026  
UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam  
Prof. Dr. H. Robby Habiba Abror, S.Ag., M.Hum.  
SIGNED

Valid ID: 6a448d08d9381

## SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

### NOTA DINAS



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

Dosen Pembimbing: Hikmalisa, S.Sos., M.A.

Program Studi Sosiologi Agama Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

### NOTA DINAS

Hal : Persetujuan Skripsi Saudari Erza Alinda Safitri

Lamp : -

Yth. Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

*Assalamualaikum wr.wb.*

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

Nama : Erza Alinda Safitri

NIM : 22105040075

Judul Skripsi : BUSANA SYAR'I DALAM PANDANGAN NETIZEN: Analisis Resepsi terhadap Unggahan Abaya Naura Ayu di Instagram

Sudah dapat diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu (S.Sos) di Prodi Sosiologi Agama, Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Dengan ini saya berharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera ditunaqsyahkan. Atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum wr.wb.*

Yogyakarta, 13 Mei 2026

Mengetahui;

Pembimbing

**Hikmalisa, S.Sos., M.A.**

NIP. 1994112520201222013

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

### SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Erza Alinda Safitri  
NIM : 22105040075  
Fakultas : Ushuluddin dan Pemikiran Islam  
Program Studi : Sosiologi Agama  
Alamat : Jln. Timoho 122B, Demangan  
Telp/Hp : 085603718039  
Judul Skripsi : BUSANA SYAR'I DALAM PANDANGAN NETIZEN:  
Analisis Resepsi terhadap Unggahan Abaya Naura Ayu di  
Instagram

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Skripsi yang saya ajukan adalah benar asli karya yang saya tulis sendiri
2. Bilamana skripsi ini telah dimunaqosyahkan dan diwajibkan revisi, maka saya bersedia merevisi dalam waktu 2 (dua) bulan terhitung dari tanggal munaqosyah. Jika lebih dari 2 (dua) bulan maka saya bersedia dinyatakan gugur dan bersedia munaqosyah kembali.
3. Apabila di kemudian hari ternyata diketahui bahwa karya tersebut bukan karya ilmiah saya (plagiasi), maka saya bersedia menanggung sanksi untuk dibatalkan gelar kesarjanaan saya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 19 Mei 2026

Saya yang menyatakan,

  
METELAI  
TEMPEL  
10ANX365463821  
Erza Alinda Safitri  
NIM: 22105040075

## SURAT PERNYATAAN BERJILBAB

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang.  
Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Erza Alinda Safitri  
NIM : 22105040075  
Program Studi : Sosiologi Agama  
Fakultas : Ushuluddin dan Pemikiran Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya tidak menuntut kepada Program Studi Sosiologi Agama, Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (atas pemakaian jilbab dalam ijazah Strata Satu saya). Seandainya suatu hari nanti terdapat instansi yang menolak ijazah tersebut karena penggunaan jilbab.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dengan penuh kesadaran. Terima kasih

Yogyakarta, 19 Mei 2026

Yang menyatakan



Erza Alinda Safitri

## **MOTTO**

“Melamban bukanlah hal yang tabu, kadang itu yang kau butuh. Ini hanya sementara, bukan ujung dari rencana.”

(Perunggu, 33x)





## ABSTRAK

Unggahan busana abaya oleh Naura Ayu di media sosial memunculkan berbagai respons dari netizen, mulai dari dukungan hingga kritik. Perbedaan respons tersebut menunjukkan bahwa simbol keagamaan tidak selalu dimaknai secara seragam, terutama ketika ditampilkan dalam ruang digital yang memungkinkan setiap pengguna memberikan penafsiran sesuai dengan pemahamannya masing-masing. Kondisi ini memperlihatkan bahwa media sosial tidak hanya menjadi tempat berbagi pengalaman religius, tetapi juga menjadi ruang terjadinya perdebatan dan negosiasi makna terhadap simbol keagamaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis respons netizen terhadap unggahan busana abaya di Instagram serta memahami proses negosiasi dan pembentukan makna busana syar'i di media sosial.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis resepsi. Data penelitian diperoleh dari komentar netizen pada unggahan Instagram Naura Ayu terkait busana abaya dan dianalisis menggunakan teori resepsi Stuart Hall yang mengelompokkan posisi khalayak ke dalam kategori dominan, negosiasi, dan oposisi. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan teori mediatisasi agama Stig Hjarvard untuk memahami bagaimana media sosial berperan dalam membentuk, menyebarkan, dan memengaruhi pemaknaan simbol keagamaan di ruang digital.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa respons netizen terbagi ke dalam tiga posisi pemaknaan, yaitu dominan, negosiasi, dan oposisi. Perbedaan pemaknaan tersebut dipengaruhi oleh latar belakang pengetahuan, pengalaman, serta pemahaman keagamaan masing-masing individu. Sebagian besar netizen lebih banyak menyoroti aspek visual busana, seperti model, bahan, dan tampilan pakaian dibandingkan nilai religius dari ibadah yang ditampilkan. Temuan ini menunjukkan bahwa simbol keagamaan di media sosial cenderung dipahami melalui logika media yang menekankan aspek visual dan estetika. Makna busana syar'i di media sosial akhirnya tidak lagi bersifat tunggal, melainkan terbentuk melalui proses negosiasi antara nilai religius, logika media, dan cara pandang khalayak di ruang digital.

**Kata Kunci:** busana syar'i, Instagram, respons netizen

## **ABSTRACT**

*Naura Ayu's upload of abaya clothing on social media elicited various responses from netizens, ranging from support to criticism. These differences in responses show that religious symbols are not always interpreted uniformly, especially when displayed in a digital space that allows each user to provide an interpretation according to their own understanding. This condition shows that social media is not only a place to share religious experiences, but also a space for debate and negotiation of the meaning of religious symbols. This study aims to analyze netizens' responses to abaya fashion uploads on Instagram and understand the negotiation process and the formation of the meaning of sharia fashion on social media.*

*This study uses a descriptive qualitative method with a reception analysis approach. The research data was obtained from netizens' comments on Naura Ayu's Instagram uploads related to abaya fashion and was analyzed using Stuart Hall's reception theory which groups the audience's position into dominant, negotiation, and opposition categories. In addition, this study also uses Stig Hjarvard's theory of religious mediatization to understand how social media plays a role in forming, disseminating, and influencing the meaning of religious symbols in the digital space.*

*The results of the study show that netizens' responses are divided into three positions of meaning, namely dominant, negotiable, and opposition. These differences in meaning are influenced by the background of knowledge, experience, and religious understanding of each individual. Most netizens highlight the visual aspects of fashion, such as models, materials, and the appearance of clothes rather than the religious value of the worship displayed. These findings suggest that religious symbols on social media tend to be understood through media logic that emphasizes visual and aesthetic aspects. The meaning of sharia fashion on social media is no longer singular, but is formed through a negotiation process between religious values, media logic, and the audience's perspective in the digital space.*

**Keywords:** *shari'i clothing, Instagram, netizens' response*



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Rabbil'alamin, segala puji bagi Allah SWT, Tuhan semesta alam dan atas izin-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Busana Syar’i dalam Pandangan Netizen: Analisis Resepsi terhadap Unggahan Abaya Naura Ayu di Instagram” dengan baik. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia menuju jalan yang penuh ilmu pengetahuan dan keberkahan.

Penyusunan skripsi ini tentu tidak terlepas dari bantuan, dukungan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Noorhaidi, S.Ag., M.A., Ph.D. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Prof. Dr. H. Robby Habiba Abror, S.Ag., M.Hum. selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam.
3. Bapak Dr. Mahatva Yoga Adi Pradana, M.Sos, selaku Ketua Program Studi Sosiologi Agama Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Ibu Hikmalisa, S.Sos., M.A. selaku Sekretaris Program Studi Sosiologi Agama sekaligus dosen pembimbing skripsi yang telah dengan sabar meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, arahan, serta masukan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas perhatian, dukungan, dan motivasi yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik.
5. Bapak Erham Budi Wiranto, S.TH.I., M.A. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan perhatian, arahan, dan dukungan kepada penulis selama masa perkuliahan. Terima kasih atas kesabaran, kepedulian, serta kesediaan beliau untuk mendengarkan dan membimbing penulis, bahkan sejak awal proses penyusunan skripsi ketika penulis masih berada pada tahap pencarian arah penelitian.
6. Seluruh dosen Program Studi Sosiologi Agama UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan ilmu, pengalaman, wawasan, serta pembelajaran yang berharga kepada penulis selama perkuliahan. Terima kasih atas dedikasi, kesabaran, dan ketulusan dalam mendidik sehingga penulis dapat berkembang dan memperoleh banyak Pelajaran, baik dalam bidang akademik maupun kehidupan.
7. Kedua orang tua tercinta yang selalu menjadi tempat pulang dan sumber kekuatan terbesar bagi penulis. Terima kasih atas segala doa yang tidak pernah putus, kasih sayang yang

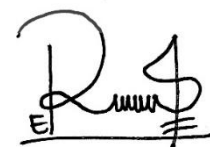
tulus, pengorbanan, perhatian, serta dukungan yang selalu diberikan dalam setiap proses kehidupan penulis. Terima kasih karena selalu percaya dan berusaha menguatkan penulis, bahkan di saat penulis merasa lelah dan ragu pada diri sendiri. Segala pencapaian yang diraih penulis sampai saat ini tidak akan terwujud tanpa cinta dan perjuangan yang telah diberikan dengan penuh ketulusan.

8. Adik penulis, Restu Ilham Saputra yang meskipun sering tidak terlibat langsung dalam proses penyusunan skripsi ini, tetap menjadi bagian dari perjalanan penulis hingga sampai pada tahap ini. Terima kasih telah hadir dan menjadi salah satu alasan penulis untuk terus berusaha menyelesaikan apa yang sudah dimulai.
9. Adinda Mirza yang penulis anggap sebagai “mamak” di perantauan. Terima kasih telah menjadi salah satu orang yang selalu hadir di tengah lelah dan riuhnya proses selama ini. Teman mencari makan di saat lapar, teman tertawa di tengah hal-hal paling sederhana, teman menangis ketika keadaan sedang tidak baik-baik saja, sekaligus teman “gila” yang membuat hari-hari terasa lebih ringan untuk dijalani. Terima kasih karena selalu bersedia membantu, meluangkan waktu, dan menemani penulis dalam banyak keadaan, baik saat semuanya berjalan baik maupun saat keadaan terasa berat. Banyak hal yang dilalui bersama, dari hal-hal sederhana hingga berbagai proses yang penuh tekanan. Semoga segala kebaikan selalu menyertaimu.
10. Erni dan Itsna, terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan penulis selama masa perkuliahan. Terima kasih karena selalu membuka pintu kost, menyediakan ruang untuk berbagi cerita, serta menghadirkan tawa dan dukungan di berbagai situasi. Kehadiran kalian membuat banyak hal terasa lebih ringan untuk dijalani. Bagi penulis, kalian adalah rumah, tempat pulang yang selalu memberikan rasa nyaman dan membuat penulis merasa tidak pernah sendiri.
11. Grup “Jamilah” yang terdiri atas Ama, Rima, Dinda, Erni, Itsna, Kania, Mba Nai, dan Hanifah, yang selalu mewarnai hari-hari penulis selama menjalani masa perkuliahan. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, dan berbagai momen yang telah dilalui bersama. Kehadiran kalian menjadi salah satu alasan penulis untuk tetap semangat, terus melangkah, dan tidak mudah menyerah dalam menghadapi setiap proses yang dijalani hingga sampai pada titik ini.

12. Teman-teman Racana Sunan Kalijaga dan Nyi Ageng Serang yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih karena telah meyakinkan penulis untuk terus bertahan dan percaya bahwa setiap proses yang dijalani dapat dilewati dengan baik. Dukungan, kebersamaan, dan perhatian yang diberikan menjadi hal yang sangat berarti bagi penulis hingga mampu sampai pada tahap ini.
13. Teman-teman KKN Desa Banjar yang telah menjadi bagian dari proses belajar dan perjalanan penulis. Terima kasih atas kebersamaan, pengalaman, serta berbagai cerita yang dibagikan selama menjalani KKN. Kehadiran dan semangat kalian memberikan banyak pelajaran serta inspirasi bagi penulis dalam melihat, memahami, dan menjalani berbagai proses kehidupan.
14. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah memberikan doa, dukungan, bantuan, serta semangat kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini. Setiap kebaikan dan perhatian yang diberikan menjadi hal yang sangat berarti bagi penulis dalam menyelesaikan perjalanan ini.
15. Terakhir, kepada diri penulis sendiri, Erza Alinda Safitri. Terima kasih telah mampu bertahan dan tetap melanjutkan perjalanan hingga sejauh ini. Terima kasih karena tidak memilih menyerah meskipun banyak hal dilewati dengan rasa lelah, takut, dan ragu. Semua proses yang telah dijalani, baik yang mudah maupun yang berat, menjadi bagian dari langkah penulis untuk sampai pada titik ini. Skripsi ini bukan hanya tentang akhir dari perjalanan akademik, tetapi juga tentang usaha penulis untuk terus berjalan meskipun sering kali merasa tidak baik-baik saja.

Yogyakarta, 19 Mei 2026

Penulis



**Erza Alinda Safitri**  
NIM: 22105040075

## DAFTAR ISI

|                                                                                                                     |             |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| <b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>                                                                                      | <b>ii</b>   |
| <b>SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>                                                                              | <b>iii</b>  |
| <b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....</b>                                                                      | <b>iv</b>   |
| <b>SURAT PERNYATAAN BERJILBAB.....</b>                                                                              | <b>v</b>    |
| <b>MOTTO .....</b>                                                                                                  | <b>vi</b>   |
| <b>ABSTRAK .....</b>                                                                                                | <b>vii</b>  |
| <b>ABSTRACT .....</b>                                                                                               | <b>viii</b> |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                                                                                          | <b>ix</b>   |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                                                                              | <b>xii</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                                                                                           | <b>xiv</b>  |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                                                                                           | <b>xvi</b>  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                                                                                       | <b>1</b>    |
| A. Latar Belakang Masalah .....                                                                                     | 1           |
| B. Rumusan Masalah.....                                                                                             | 6           |
| C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....                                                                              | 6           |
| D. Tinjauan Pustaka .....                                                                                           | 8           |
| E. Kerangka Teori.....                                                                                              | 13          |
| F. Metode Penelitian.....                                                                                           | 17          |
| G. Sistematika Pembahasan .....                                                                                     | 21          |
| <b>BAB II MEDIA SOSIAL DAN DINAMIKA REPRESENTASI PAKAIAN SYAR'I .....</b>                                           | <b>23</b>   |
| A. Perkembangan Media Sosial .....                                                                                  | 23          |
| B. Media Sosial sebagai Ruang Publik Virtual .....                                                                  | 24          |
| C. Instagram .....                                                                                                  | 26          |
| D. Perkembangan <i>Tren Fashion</i> .....                                                                           | 28          |
| E. Naura Ayu dalam Representasi <i>Tren Abaya</i> di Instagram .....                                                | 31          |
| <b>BAB III PEMAKNAAN NETIZEN TERHADAP REPRESENTASI BUSANA ABAYA<br/>DALAM UNGGAHAN NAURA AYU DI INSTAGRAM .....</b> | <b>34</b>   |
| A. Representasi Busana Abaya antara <i>Tren Fashion</i> dan Nilai Religius .....                                    | 34          |

|                                                                                           |                                                                       |           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|-----------|
| B.                                                                                        | Karakteristik Bentuk Komentar Netizen .....                           | 36        |
| 1.                                                                                        | Fokus pada Visual.....                                                | 36        |
| 2.                                                                                        | Penggunaan Emoji .....                                                | 38        |
| 3.                                                                                        | Penggunaan Bahasa Gaul.....                                           | 40        |
| 4.                                                                                        | Ungkapan Emosional .....                                              | 43        |
| 5.                                                                                        | Ungkapan <i>Clout Chasing</i> .....                                   | 43        |
| C.                                                                                        | Ragam Tanggapan Netizen .....                                         | 45        |
| 1.                                                                                        | Tanggapan Dukungan.....                                               | 48        |
| 2.                                                                                        | Tanggapan Kritik.....                                                 | 50        |
| 3.                                                                                        | Tanggapan Netral .....                                                | 51        |
| <b>BAB IV NEGOSIASI DAN PEMBENTUKAN MAKNA BUSANA SYAR'I DALAM RUANG MEDIA SOSIAL.....</b> |                                                                       | <b>53</b> |
| A.                                                                                        | Unggahan Abaya sebagai Ruang Produksi Makna .....                     | 53        |
| B.                                                                                        | Resepsi Netizen .....                                                 | 58        |
| 1.                                                                                        | Encoding: Proses Penyandian Pesan oleh Naura .....                    | 59        |
| 2.                                                                                        | Decoding: Proses Penafsiran Pesan oleh Naura.....                     | 61        |
| C.                                                                                        | Mediatisasi Agama dalam Pemaknaan Busana Syar'i di Media Sosial ..... | 69        |
| <b>BAB V PENUTUP.....</b>                                                                 |                                                                       | <b>73</b> |
| A.                                                                                        | Kesimpulan.....                                                       | 73        |
| B.                                                                                        | Saran .....                                                           | 75        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                                                               |                                                                       | <b>76</b> |
| <b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....</b>                                                          |                                                                       | <b>81</b> |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                                                                                  |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 3. 1 Naura Ayu.....                                                                                                                       | 34 |
| Gambar 3. 2 Contoh komentar yang membahas unsur visual .....                                                                                     | 37 |
| Gambar 3. 3 Contoh komentar menggunakan emoji ekspresi wajah bermata hati Sumber: Hasil <i>screenshot</i> komentar postingan Naura .....         | 38 |
| Gambar 3. 4 Contoh komentar menggunakan emoji api .....                                                                                          | 39 |
| Gambar 3. 5 Contoh komentar menggunakan emoji wajah terkejut, emoji hati, dan emoji sekuntum bunga mawar .....                                   | 39 |
| Gambar 3. 6 Contoh komentar menggunakan emoji hati .....                                                                                         | 40 |
| Gambar 3. 7 Contoh komentar menggunakan bahasa gaul.....                                                                                         | 41 |
| Gambar 3. 8 Contoh komentar menggunakan bahasa gaul Sumber: Hasil <i>screenshot</i> komentar postingan Naura .....                               | 41 |
| Gambar 3. 9 Contoh komentar menggunakan bahasa gaul.....                                                                                         | 42 |
| Gambar 3. 10 Contoh komentar menggunakan bahasa gaul Sumber: Hasil <i>screenshot</i> komentar postingan Naura .....                              | 42 |
| Gambar 3. 11 Contoh komentar dengan ungkapan emosional Sumber: Hasil <i>screenshot</i> komentar postingan Naura .....                            | 43 |
| Gambar 3. 12 Contoh komentar dengan ungkapan clout chasing Sumber: Hasil <i>screenshot</i> komentar postingan naura .....                        | 44 |
| Gambar 3. 13 Contoh komentar dengan ungkapan clout chasing Sumber: Hasil <i>screenshot</i> komentar postingan Naura .....                        | 44 |
| Gambar 3. 14 Contoh komentar dengan ungkapan clout chasing Sumber: Hasil <i>screenshot</i> komentar postingan Naura .....                        | 45 |
| Gambar 3. 15 Contoh komentar mendukung.....                                                                                                      | 48 |
| Gambar 3. 16 Contoh komentar mendukung.....                                                                                                      | 48 |
| Gambar 3. 17 Contoh komentar mendukung.....                                                                                                      | 49 |
| Gambar 3. 18 Contoh komentar mengkritik .....                                                                                                    | 50 |
| Gambar 3. 19 Contoh komentar mengkritik .....                                                                                                    | 51 |
| Gambar 3. 20 Contoh komentar netral.....                                                                                                         | 51 |
| Gambar 4. 1 Komentar netizen yang merujuk pada konten dakwah tentang busana syar'i Sumber: Hasil <i>screenshot</i> komentar postingan Naura..... | 55 |
| Gambar 4. 2 Konten dakwah tiktok tentang penggunaan abaya berbahan kaos.....                                                                     | 56 |
| Gambar 4. 3 Unggahan pengguna Lemon yang menampilkan stitch video TikTok tentang abaya berbahan kaos.....                                        | 57 |
| Gambar 4. 4 Naura Ayu Sumber: Postingan akun @naura.ayu tanggal 12 Januari 2026.....                                                             | 59 |
| Gambar 4. 5 Contoh komentar netizen pada posisi dominan .....                                                                                    | 63 |
| Gambar 4. 6 Contoh komentar netizen pada posisi negosiasi .....                                                                                  | 64 |
| Gambar 4. 7 Contoh komentar netizen pada posisi negosiasi .....                                                                                  | 65 |
| Gambar 4. 8 Contoh komentar netizen pada posisi negosiasi .....                                                                                  | 66 |



|                                                                |    |
|----------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 4. 9 Contoh komentar netizen pada posisi oposisi .....  | 67 |
| Gambar 4. 10 Contoh komentar netizen pada posisi oposisi ..... | 67 |
| Gambar 4. 11 Contoh komentar netizen pada posisi oposisi ..... | 68 |
| Gambar 4. 12 Contoh komentar netizen pada posisi oposisi ..... | 68 |



## DAFTAR TABEL

|                                                 |    |
|-------------------------------------------------|----|
| Tabel 4. 1 Karakteristik posisi pemakaian ..... | 62 |
|-------------------------------------------------|----|



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi digital dalam beberapa dekade terakhir membawa perubahan besar dalam cara masyarakat berkomunikasi dan berinteraksi. Kemajuan teknologi tersebut mendorong munculnya berbagai platform media sosial yang semakin mudah diakses oleh masyarakat dari berbagai kalangan. Kehadiran media sosial tidak hanya mengubah pola komunikasi yang sebelumnya terbatas oleh ruang dan waktu, tetapi juga menciptakan ruang baru bagi masyarakat untuk mengekspresikan diri, membangun relasi, serta memperoleh berbagai informasi dengan cepat dan luas.<sup>1</sup> Kehadiran media sosial membuat arus informasi semakin terbuka, sehingga setiap orang memiliki kesempatan untuk menyampaikan pendapat, menanggapi berbagai isu, bahkan ikut membentuk opini yang dapat mempengaruhi publik.<sup>2</sup> Media sosial tidak lagi sekadar menjadi tempat berinteraksi, tetapi juga menjadi ruang diskusi yang turut membentuk cara pandang dan sikap masyarakat terhadap fenomena yang muncul di kehidupan sosial.

Menurut laporan DataReportal, terdapat sekitar 143 juta identitas pengguna media sosial aktif di Indonesia pada Januari 2025. Jumlah tersebut setara dengan sekitar 50,2 persen dari total populasi Indonesia. Selain itu, platform seperti Instagram juga memiliki jumlah pengguna yang sangat besar. Pada awal 2025, Instagram tercatat memiliki sekitar 103 juta pengguna di Indonesia dengan jangkauan sekitar 36 persen dari total populasi.<sup>3</sup> Besarnya jumlah pengguna tersebut menunjukkan bahwa hampir setengah dari pengguna internet di Indonesia menggunakan Instagram secara aktif. Kondisi ini menjadikan Instagram sebagai salah satu ruang digital yang cukup berpengaruh dalam membentuk interaksi sosial dan pertukaran informasi di masyarakat.

Popularitas media sosial tersebut menjadikan Instagram tidak lagi sekadar menjadi tempat untuk berbagi foto atau video. Platform ini telah berkembang menjadi ruang yang

---

<sup>1</sup> Nur Alfiah Tahir dan Haerani Nur, "Representasi Identitas Pribadi di Media Sosial," *Prinisi Journal of Art, Humanity & Social Studies* 05, no. 03 (2025): 108.

<sup>2</sup> Deni Hermawan dan Syarifuddin S. Gassing, "Pengaruh komentar netizen terhadap citra diri dan reputasi sosial media pada akun instagram nathalie," *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial Dan Humaniora* 7, no. 3 (2023): 243.

<sup>3</sup> Simon Kemp, "Digital 2025: Indonesia," diakses pada tanggal 25 Februari 2025, <https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia>

cukup penting bagi masyarakat untuk bertukar gagasan, membangun komunitas, serta menyebarkan berbagai nilai kehidupan, termasuk nilai-nilai keagamaan.<sup>4</sup> Instagram memiliki beragam fungsi bagi para penggunanya. Selain menjadi tempat untuk mengekspresikan kreativitas, platform ini juga menjadi sumber informasi yang terus *update*. Informasi yang beredar dapat berasal dari akun lembaga atau organisasi seperti informasi mengenai pendidikan, kesehatan, maupun agama. Sisi lain, informasi juga banyak dibagikan melalui akun pribadi yang menampilkan aktivitas atau pengalaman sehari-hari dalam bentuk foto atau video.<sup>5</sup> Banyak individu termasuk figur publik, memanfaatkan media sosial untuk membagikan pengalaman personal mereka, termasuk pengalaman yang berkaitan dengan praktik atau ekspresi religius. Media memungkinkan individu maupun kelompok keagamaan untuk menampilkan keyakinan mereka secara terbuka kepada khalayak.<sup>6</sup>

Masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama Islam sering menampilkan ekspresi religius di media sosial melalui berbagai simbol visual, seperti busana muslim, aktivitas ibadah, maupun narasi spiritual yang dibagikan kepada para pengikutnya. Namun, ketika simbol-simbol keagamaan tersebut dipublikasikan di ruang digital, maknanya tidak selalu diterima secara tunggal oleh khalayak. Sebaliknya, simbol tersebut kerap memunculkan beragam interpretasi, diskusi, bahkan perdebatan di antara pengguna media sosial. Hal ini terjadi karena pengguna media sosial tidak hanya berperan sebagai pihak yang mengonsumsi konten, tetapi juga turut memproduksi dan menafsirkan kembali berbagai konten yang beredar.<sup>7</sup> Aktivitas tersebut sekaligus menjadi tempat berlangsungnya proses negosiasi makna terhadap simbol-simbol keagamaan yang muncul di media sosial.

Salah satu bentuk ekspresi religius yang cukup sering ditampilkan dalam media sosial adalah melalui penggunaan busana muslim. Dalam Islam, pakaian tidak hanya dipahami sebagai penutup tubuh, tetapi juga sebagai bagian dari sistem nilai yang mengatur

---

<sup>4</sup> Fiansi Dwi Arista dkk., "Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Dakwah Terhadap Peningkatan Pengetahuan Agama Pada Gen Z," *NAAFI: Jurnal Ilmiah Mahasiswa* 2, no. 03 (2025): 413.

<sup>5</sup> Aras Satria Agusta dan Nurdin Laugu, "Fresh Informasi Keagamaan Melalui Media Instagram dalam Menanggapi Covid-19 di Indonesia," *UNILIB: Jurnal Perpustakaan* 11, no. 2 (2020): 91.

<sup>6</sup> Nurhasanah Haspihani, "Ekspresi Keagamaan dan Kekerasan Simbolik di Media Massa," *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* 6, no. 02 (2025): 219.

<sup>7</sup> Adrian, Muhammad Riswan, dan Qudratullah, "Interaksi Simbolik dalam Dakwah Instagram: Studi Kualitatif Pada Remaja Muslim Perkotaan," *Jurnal Pendidikan Tambusai* 10, no. 01 (2026): 426.

kesopanan, moralitas, dan identitas keagamaan.<sup>8</sup> Masyarakat sebagai pengguna aktif media sosial cenderung menyesuaikan diri dengan berbagai konten visual yang beredar, termasuk gaya hijab dan busana muslim yang sedang *tren*.<sup>9</sup> Kondisi ini menunjukkan bahwa busana muslim tidak lagi dipahami semata-mata sebagai simbol kesalehan pribadi, tetapi juga mencerminkan dinamika identitas keagamaan yang lebih fleksibel, kreatif, dan adaptif terhadap perkembangan zaman.<sup>10</sup>

Salah satu jenis busana yang cukup populer dalam perkembangan *fashion* muslim kontemporer adalah abaya. Pada awalnya, abaya dikenal sebagai pakaian tradisional yang berasal dari budaya masyarakat arab dengan potongan longgar yang berfungsi menutupi tubuh. Model abaya tradisional umumnya memiliki desain yang sederhana, longgar, tanpa banyak variasi, serta didominasi oleh warna hitam.<sup>11</sup> Namun seiring perkembangan zaman, abaya mengalami berbagai perubahan dalam hal desain dan fungsi. Saat ini, abaya tidak hanya dipahami sebagai pakaian yang berfungsi menutupi tubuh, tetapi juga berkembang menjadi bagian dari gaya berpakaian yang mengikuti *tren fashion*. Berbagai variasi mulai muncul, baik dari segi potongan, warna, bahan kain, maupun tambahan dekorasi yang membuat tampilannya lebih beragam.<sup>12</sup>

Perubahan fungsi dan tampilan abaya tersebut menjadikannya menarik untuk dikaji, terutama ketika busana ini ditampilkan di media sosial oleh figur publik. Satu sisi, abaya masih dipahami sebagai busana yang merepresentasikan nilai-nilai kesopanan dan religiusitas. Di sisi lain, perkembangan desain dan cara penggunaannya menunjukkan bahwa abaya juga telah menjadi bagian dari *tren fashion* muslim kontemporer. Kondisi ini berpotensi memunculkan beragam penafsiran mengenai makna busana syar'i, khususnya ketika ditampilkan dalam ruang digital yang memungkinkan setiap pengguna memberikan pandangannya secara terbuka.

---

<sup>8</sup> Hendra Prasetya dkk., "Media Sosial Sebagai Agen Sosialisasi Nilai Keislaman: Representasi dan Negosiasi Busana Muslim di Instagram," *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan* 6, no. 6 (2026): 1489.

<sup>9</sup> Nina Martian Ningsih dan Moh Yasir Alimi, "Adaptasi *Fashion* Muslimah Kontemporer Di Kalangan Mahasiswa Universitas Negeri Semarang Melalui Media Sosial," *JISA: Jurnal Ilmiah Sosiologi Agama* 8, no. 01 (2025): 143.

<sup>10</sup> Muthia Azzahra dkk., "Busana Muslim di Kalangan Generasi Muda: Antara Gaya Hidup Identitas dan Pendidikan Karakter Islami," *Jurnal Al- Abshor: Jurnal Pendidikan Agama Islam* 3, no. 1 (2026): 49.

<sup>11</sup> Ananda Vidyatri Mega Pratiwi dan Rizki Amalia Sholihah, "Evolusi dan Eksistensi Model Abaya pada Masa Modern di Jazirah Arab," *Al-Adabiya: Jurnal Kebudayaan dan Keagamaan* 15, no. 02 (2020): 238.

<sup>12</sup> Elizabeth D. Shimek, *The Abaya: Fashion, Religion, and Identity in a Globalized World*, t.t.

Fenomena ini terlihat pada unggahan seorang figur publik, yaitu Naura Ayu, yang menampilkan dirinya mengenakan busana abaya saat menjalankan ibadah umrah dan membagikannya melalui Instagram. Unggahan tersebut dipilih karena memperlihatkan pertemuan antara simbol religius berupa busana abaya dengan representasi *fashion* yang ditampilkan oleh figur publik di media sosial. Selain memperoleh perhatian yang luas dari pengguna Instagram, unggahan tersebut juga memunculkan beragam respons netizen mengenai makna dan kriteria busana syar'i, sehingga relevan untuk mengkaji proses pembentukan dan negosiasi makna simbol keagamaan di ruang digital. Secara sekilas, unggahan tersebut memperlihatkan representasi yang umum dari praktik religius, yaitu mengenakan busana yang menutup aurat dan melakukan aktivitas ibadah di tanah suci. Namun, justru memicu beragam respons dari netizen di kolom komentar. Sebagian pengguna memberikan dukungan dan menganggap unggahan tersebut sebagai bentuk ekspresi spiritual, sementara sebagian lainnya memberikan kritik terhadap pakaian, pose, maupun cara representasi yang dianggap kurang sesuai dengan standar busana syar'i. Perbedaan tanggapan ini kemudian memicu perdebatan di antara pengguna media sosial.

Perdebatan yang muncul dari unggahan tersebut menimbulkan pertanyaan penting mengenai bagaimana simbol-simbol keagamaan dimaknai dalam ruang media sosial. Secara khusus, fenomena ini menunjukkan bahwa busana abaya yang pada dasarnya merupakan simbol kesopanan dan religiusitas justru dapat menjadi ruang perdebatan publik ketika ditampilkan di media sosial. Kondisi ini menimbulkan pertanyaan mengenai mengapa unggahan seseorang yang mengenakan busana abaya dapat memicu diskusi yang begitu luas, serta apakah makna "syar'i" yang melekat pada busana tersebut mengalami perubahan ketika masuk ke dalam ruang digital.

Beberapa penelitian sebelumnya telah membahas hubungan antara media sosial, praktik keberagamaan, dan representasi busana muslim di ruang digital. Salah satu penelitian yang dilakukan oleh Henda Prasetya dan rekan-rekannya yang berjudul "Media Sosial sebagai Agen Sosialisasi Nilai Keislaman: Representasi dan Negosiasi Busana Muslim di Instagram."<sup>13</sup> Penelitian tersebut mengkaji bagaimana Instagram berperan sebagai ruang representasi sekaligus negosiasi identitas keagamaan dalam praktik

---

<sup>13</sup> Hendra Prasetya dkk., "Media Sosial sebagai Agen Sosialisasi Nilai Keislaman: Representasi dan Negosiasi Busana Muslim di Instagram," *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan* 6, no. 06 (2026): 1488.



berpakaian Muslimah di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa busana muslim yang ditampilkan di Instagram tidak hanya mencerminkan kepatuhan terhadap nilai syariat, tetapi juga dipengaruhi oleh logika estetika digital, budaya populer, serta perkembangan industri *fashion*. Dalam konteks ini, makna busana muslim mengalami pergeseran dari sekadar simbol kesalehan menuju identitas religius modern yang lebih cair dan performatif.

Penelitian lain yang relevan dilakukan oleh Hilalludin dalam artikelnya yang berjudul “Anak Muda, Media Sosial, dan Agama yang Cair: Fenomenologi Hijrah Digital di Indonesia.”<sup>14</sup> Penelitian ini menjelaskan bahwa media sosial telah mengubah cara generasi muda mengekspresikan dan mempraktikkan keberagamaan. Proses hijrah yang sebelumnya bersifat personal kini berkembang menjadi fenomena sosial yang terbuka dan visual melalui berbagai unggahan mengenai kajian agama, gaya hidup Islami, maupun simbol-simbol religius. Namun demikian, penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa keberagamaan di media sosial sering kali lebih menonjolkan simbol visual dibandingkan pendalaman makna spiritual. Meskipun kedua penelitian tersebut telah menjelaskan hubungan antara media sosial, simbol religius, dan praktik keberagamaan, kajian yang secara khusus menyoroti proses negosiasi makna busana syar’i dalam interaksi di media sosial masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengkaji bagaimana proses negosiasi dalam reproduksi makna busana syar’i berlangsung melalui respons netizen terhadap unggahan busana abaya di Instagram.

Untuk memahami fenomena tersebut, penelitian ini menggunakan dua pendekatan teori. Pertama, teori resepsi yang dikemukakan oleh Stuart Hall yang menjelaskan bahwa makna tidak melekat secara langsung pada suatu objek, tetapi dibentuk melalui proses representasi dan penafsiran sosial. Melalui konsep *encoding* dan *decoding*, Hall menjelaskan bahwa pesan yang disampaikan oleh pembuat konten dapat ditafsirkan secara berbeda oleh khalayak, sehingga memungkinkan munculnya berbagai respons seperti penerimaan, negosiasi, maupun penolakan terhadap makna yang ditampilkan. Kedua, konsep mediatisasi agama yang diperkenalkan oleh Stig Hjarvard, yang menjelaskan bahwa dalam masyarakat modern, media tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian pesan, tetapi juga mempengaruhi cara agama direpresentasikan dan dipahami

---

<sup>14</sup> Hilalludin Hilalludin, "Anak Muda, Media Sosial, dan Agama yang Cair: Fenomenologi Hijrah Digital di Indonesia," *Al-Bayan: Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam* 5, no. 01 (2025).

oleh masyarakat. Melalui media sosial, simbol-simbol keagamaan seperti busana syar'i dapat mengalami proses transformasi makna karena dipertemukan dengan logika media yang menekankan aspek visual dan interaksi publik.

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan, fenomena perdebatan yang muncul dari unggahan busana abaya di media sosial menunjukkan bahwa simbol keagamaan tidak selalu dimaknai secara seragam oleh masyarakat. Perbedaan latar belakang pengetahuan, pengalaman, serta cara pandang pengguna media sosial memungkinkan munculnya berbagai bentuk respons dan penafsiran terhadap simbol tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini mengangkat judul “Busana Syar'i dalam Pandangan Netizen: Analisis Resepsi terhadap Unggahan Abaya Naura Ayu di Instagram” Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana respons netizen terhadap unggahan yang menampilkan busana abaya di Instagram serta bagaimana proses negosiasi dan pembentukan makna busana syar'i terjadi dalam ruang media sosial

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, ada beberapa masalah yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Bagaimana netizen memaknai representasi busana abaya dalam unggahan Naura Ayu di Instagram?
2. Bagaimana proses negosiasi dalam reproduksi makna busana syar'i di ruang media sosial?

## **C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijelaskan, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **1. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

- a. Menganalisis pemaknaan netizen terhadap representasi busana abaya dalam unggahan Naura Ayu di Instagram.
- b. Menganalisis proses negosiasi dalam reproduksi makna busana syar'i di ruang media sosial.

## 2. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan banyak manfaat. Adapun kegunaan dari penelitian ini diantaranya:

### a. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam kajian Sosiologi Agama dan Komunikasi Digital. Dengan mengkaji respons netizen terhadap unggahan kreator konten yang menampilkan simbol keagamaan di media sosial, penelitian ini memperkaya diskursus tentang bagaimana makna keagamaan direpresentasikan dan dinegosiasikan dalam konteks budaya digital. Kajian ini juga berperan dalam memperluas pemahaman mengenai bagaimana ruang publik virtual membentuk proses produksi dan penerimaan makna terhadap simbol-simbol religius.

### b. Kegunaan Praktis

Pertama, bagi masyarakat dan pengguna media sosial. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan refleksi bagi masyarakat, khususnya pengguna media sosial, agar lebih kritis dan bijak dalam memahami konten yang menampilkan simbol-simbol keagamaan. Penelitian ini juga diharapkan dapat meningkatkan kesadaran bahwa makna keagamaan di media sosial sering kali bersifat interpretatif dan dapat dipahami secara berbeda oleh setiap individu.

Kedua, bagi kreator konten dan praktisi media. penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam memahami bagaimana publik memberikan respons terhadap representasi simbol keagamaan di media sosial. Kreator konten dapat lebih memahami dinamika interaksi audiens terhadap konten yang berkaitan dengan nilai-nilai religius.

Ketiga, bagi peneliti selanjutnya. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi tambahan bagi penelitian selanjutnya yang membahas media sosial, simbol keagamaan, serta negosiasi makna dalam ruang digital. Selain itu, penelitian ini juga dapat membuka peluang kajian yang lebih luas mengenai hubungan antara agama, media, dan budaya digital.

#### D. Tinjauan Pustaka

Penelitian mengenai representasi simbol dan praktik keagamaan di media sosial telah banyak dilakukan oleh berbagai peneliti. Kajian-kajian tersebut memberikan gambaran mengenai bagaimana media sosial digunakan sebagai ruang untuk menampilkan identitas religius serta memaknai simbol-simbol keagamaan dalam kehidupan sehari-hari. Dalam penelitian ini, studi-studi terdahulu memiliki peran penting untuk menunjukkan posisi penelitian yang sedang dilakukan sekaligus menjadi rujukan dalam menemukan celah kajian yang belum banyak diteliti.

Pembahasan mengenai pakaian syar'i dalam berbagai penelitian menunjukkan adanya kecenderungan yang kuat pada pendekatan normatif yang bersumber dari ajaran al-qur'an dan prinsip-prinsip syari'at islam. Sejumlah kajian menegaskan bahwa pakaian muslimah yang sesuai dengan tuntunan agama tidak hanya berfungsi menutup aurat, tetapi juga memenuhi kriteria tertentu seperti tidak transparan, tidak ketat, serta tidak menarik perhatian lawan jenis. Sehingga pakaian dipahami sebagai bentuk ketaatan terhadap perintah agama, bahkan dikaitkan dengan konsep "pakaian takwa" sebagai nilai ideal dalam berpakaian.<sup>15</sup> Posisi penelitian ini berbeda karena tidak berfokus pada penentuan standar benar atau salah mengenai busana syar'i, melainkan melihat bagaimana makna syar'i dinegosiasikan oleh netizen melalui interaksi di media sosial.

Kecenderungan serupa juga terlihat dalam penelitian yang membahas konsep syar'i dalam desain busana muslimah, termasuk dalam konteks busana pengantin. Konsep syar'i pada kajian tersebut dirumuskan melalui seperangkat aturan yang cukup rinci, seperti kewajiban menutup aurat, penggunaan bahan yang tebal, tidak membentuk lekuk tubuh, tidak menyerupai laki-laki maupun kelompok tertentu, serta tidak bersifat mencolok.<sup>16</sup> Hal ini menunjukkan bahwa makna syar'i tidak hanya dipahami sebagai prinsip umum, tetapi telah berkembang menjadi standar normatif dalam praktik berpakaian. Fokus penelitian masih menempatkan busana syar'i sebagai aturan yang bersifat ideal dan tetap berdasarkan ketentuan agama. Posisi penelitian ini berbeda karena tidak berupaya merumuskan standar

---

<sup>15</sup> Adrianto dkk., "Karakteristik Pakaian Muslimah dalam Perspektif Al-Qur'an Surah Al-A'raf Ayat 26," *Al Furqan: Jurnal Ilmu Al Quran dan Tafsir* 7, no. 2 (2024): 75-76.

<sup>16</sup> Mayang Tresna Dewi dan Citra Puspitasari, "Penerapan Konsep Syar'i Modern pada Desain Busana Pengantin Muslimah," *Jurnal ATRAT* 6, no. 3 (2018): 236-237.

busana syar'i, melainkan melihat bagaimana standar tersebut diperdebatkan dan dimaknai kembali oleh netizen ketika ditampilkan di media sosial.

Selain itu, terdapat pula kajian yang melihat pakaian syar'i dari perspektif akidah, yang menekankan bahwa berpakaian merupakan bagian dari ekspresi keimanan dan identitas keagamaan. Pandangan ini menegaskan, pakaian yang tidak memenuhi ketentuan syariat seperti bersifat transparan atau memperlihatkan bagian tubuh tertentu, dipandang bertentangan dengan nilai-nilai Islam, bahkan dianalogikan sebagai "berpakaian tetapi telanjang." Sehingga pakaian disini tidak hanya berfungsi sebagai penutup tubuh melainkan menjadi representasi dari kualitas religius seseorang.<sup>17</sup> Terlihat bahwa kecenderungan penelitian yang telah dibahas sebelumnya lebih banyak menempatkan pakaian syar'i sebagai simbol ketaatan, identitas, sekaligus representasi moral seorang muslimah yang berlandaskan pada ketentuan syariat islam.

Beberapa kajian yang telah disebutkan menunjukkan bahwa fokus penelitian masih cenderung melihat pakaian syar'i berdasarkan standar normatif, yaitu merujuk pada dalil al-Qur'an maupun pandangan para ulama. Pembahasan lebih diarahkan pada bagaimana pakaian seharusnya dikenakan sesuai dengan ketentuan agama, bukan pada bagaimana makna tersebut dipahami dalam praktik sosial. Namun, pembahasan tersebut belum banyak menyentuh bagaimana makna pakaian syar'i mengalami pergeseran ketika memasuki ruang media. Padahal, media tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran, tetapi juga menjadi ruang makna dinegosiasikan, diperdebatkan, dan direpresentasikan ulang oleh para penggunanya. Oleh karena itu, penting untuk melihat bagaimana konsep syar'i tidak lagi hanya dipahami secara normatif, tetapi juga dikonstruksi dalam dinamika interaksi digital.

Dalam kajian budaya dan media, teori representasi yang dikemukakan oleh Stuart Hall menjadi salah satu konsep penting untuk memahami bagaimana makna dibentuk melalui simbol, bahasa, dan citra. Menurut Hall, representasi tidak sekadar menggambarkan realitas yang sudah ada, tetapi merupakan proses sosial di mana makna diproduksi dan ditafsirkan oleh masyarakat. Pandangan ini menekankan bahwa makna

---

<sup>17</sup> Mardhiah Abbas, Nurliana Damanik, Nurmi, "Fenomena *Fashion* Syar'i sebagai Tren Budaya Menurut Akidah Islam (Studi Analisis di Unimed pada Fakultas dan Seni dan Budaya)," *Al-Hikmah: Jurnal Theosofi dan Peradaban Islam* 2, no. 2 (2020):330.



tidak melekat secara alami pada suatu objek, melainkan dibentuk melalui praktik sosial dan budaya yang melingkupinya. Sejalan dengan hal tersebut, penelitian yang ditulis oleh Annisa Berliana Difa dan Al Gusma Setyawan menjelaskan bahwa dalam konteks media digital, proses representasi menjadi semakin kompleks karena makna tidak hanya diproduksi oleh pembuat konten, tetapi juga dipengaruhi oleh cara khalayak menafsirkan simbol yang ditampilkan.<sup>18</sup> Kecenderungan penelitian mulai melihat media sosial sebagai ruang pembentukan makna dan representasi identitas di ruang digital. Posisi penelitian ini berbeda karena tidak hanya melihat bagaimana simbol busana syar'i direpresentasikan, tetapi juga berfokus pada bagaimana makna tersebut dinegosiasikan melalui respons netizen di kolom komentar media sosial.

Sejumlah penelitian yang membahas media sosial menunjukkan adanya pergeseran fokus dari pemahaman normatif menuju praktik representasi keagamaan di ruang digital. Kajian mengenai busana muslim di media sosial serta representasi fikih wanita pada konten dakwah TikTok memperlihatkan bahwa identitas keagamaan tidak lagi hanya dibentuk melalui ajaran agama, tetapi juga melalui proses representasi dan interpretasi yang terjadi di media sosial.<sup>19</sup> Sehingga pakaian dan simbol-simbol keagamaan ditampilkan sebagai bagian dari pembentukan citra diri dan identitas di hadapan publik.<sup>20</sup> Media sosial kemudian berfungsi sebagai ruang simbolik yang memungkinkan atribut keagamaan dimaknai secara visual dan terbuka terhadap berbagai respons audiens. Hal ini menunjukkan bahwa makna keagamaan, termasuk busana syar'i tidak lagi bersifat tunggal karena dipengaruhi oleh konteks sosial, budaya, serta interaksi antar pengguna di ruang digital. Kecenderungan penelitian mulai melihat hubungan antara media sosial, identitas religius, dan representasi simbol keagamaan. Namun, penelitian sebelumnya lebih banyak berfokus pada bagaimana simbol religius ditampilkan di media sosial, sedangkan penelitian ini berfokus pada bagaimana netizen merespons dan menegosiasikan makna busana syar'i melalui interaksi di kolom komentar Instagram.

---

<sup>18</sup> Annisa Berliana Difa, Al Gusma Setyawan, "Representasi dalam Media dan Budaya: Perspektif Teori Stuart Hall," *Studi Agama* 2 (2024).

<sup>19</sup> Tika Rahmawati, "Representasi Fikih Wanita di Media Sosial TikTok (Analisis Model Stuart Hall pada Akun TikTok @nu-online)", *Skripsi* (2024).

<sup>20</sup> Nanda Mardiatu Syifa, *Representasi Hijab Syar'i pada Situs SUARAISLAM.id*, 2020.



Kajian lain yang menggunakan konsep representasi juga menunjukkan bagaimana simbol religius dan identitas perempuan muslim ditampilkan dalam media sosial. Penelitian yang dilakukan oleh Rivi Handayani mengkaji bagaimana kecantikan direpresentasikan melalui akun Instagram selebgram hijab di Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis tekstual dan visual dengan memanfaatkan konsep representasi dari Stuart Hall serta semiotika Rolan Barthes. Hasil penelitian menunjukkan bahwa representasi perempuan berhijab di media sosial tidak terlepas dari konstruksi mitos kecantikan yang ditampilkan melalui visual tubuh, penggunaan *make-up*, serta gaya berpakaian. Dalam hal ini, nilai-nilai religius yang melekat pada simbol hijab sering kali bernegosiasi dengan unsur modernitas, estetika, dan kepentingan komersial yang berkembang di ruang digital.<sup>21</sup>

Kajian lain mengenai representasi identitas melalui gaya berpakaian di media sosial juga dilakukan oleh Resita Aprelia Sanjaya, Amrullah, dan Lesti Heriyanti dalam penelitian berjudul “Representasi Identitas melalui Gaya Berpakaian di TikTok.” Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Bengkulu mengekspresikan identitas mereka melalui gaya berpakaian di media sosial TikTok. Menggunakan pendekatan kualitatif melalui metode studi kasus, penelitian ini menunjukkan bahwa pilihan gaya berpakaian yang ditampilkan di media sosial tidak hanya merepresentasikan identitas akademik dan religius mahasiswa, tetapi juga dipengaruhi oleh *tren fashion* serta preferensi personal.<sup>22</sup> Temuan tersebut menunjukkan bahwa busana dalam media sosial berfungsi sebagai simbol yang digunakan individu untuk membangun dan mengkomunikasikan identitas diri di hadapan publik digital.

Kajian lain ditunjukkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Qurrota A'yunin dan Endah Triastuti. Penelitian tersebut mengkaji bagaimana wacana kesalehan yang ditampilkan oleh perempuan seleb niqabis di Instagram mengalami proses negosiasi dan komodifikasi dalam ruang media digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa simbol-

---

<sup>21</sup> Rivi Handayani, "Representasi Kecantikan Perempuan Berhijab Melalui Instagram", *Al-Munzir* 9, no. 2 (2016).

<sup>22</sup> Resita Aprelia Sanjaya, Lesti Heriyanti, "Representasi Identitas melalui Gaya Berpakaian di TikTok (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Bengkulu)", *NUANSA: Jurnal Penelitian Ilmu Sosial dan Keagamaan Islam* 22, no. 2 (2025).

simbol kesalehan seperti hijrah, niqab, serta kategori busana syar'i tidak hanya digunakan sebagai ekspresi religius, tetapi juga dimanfaatkan untuk membangun citra dan merek Islami dalam aktivitas pemasaran produk.<sup>23</sup> Temuan ini memperlihatkan bahwa nilai-nilai kesalehan di media sosial dapat mengalami proses negosiasi dengan kepentingan ekonomi dan logika komersial yang berkembang di ruang digital.

Adanya proses representasi simbol-simbol agama yang ditampilkan oleh pengguna media sosial menunjukkan bahwa praktik keagamaan di ruang digital tidak dapat dilepaskan dari proses mediatisasi agama, di mana media turut memengaruhi cara simbol keagamaan diproduksi, ditampilkan, dan dimaknai oleh masyarakat. Penelitian yang dilakukan oleh Nisa Nur Aulia menjelaskan bahwa media telah menjadi salah satu sumber penting dalam membentuk cara masyarakat memperoleh informasi serta pengalaman mengenai agama. Media tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian pesan keagamaan, tetapi juga mempengaruhi bagaimana isu-isu agama ditampilkan dan dipahami oleh masyarakat sesuai dengan logika dan format media yang berkembang. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa mediatisasi agama dapat dilihat pada beberapa tingkatan, yaitu tingkat masyarakat, organisasi, dan individu. Pada tingkat masyarakat, mediatisasi berkaitan dengan perubahan peran agama dalam ruang publik yang semakin dipengaruhi oleh media. Sementara itu, pada tingkat organisasi dan individu, mediatisasi dapat mendorong munculnya bentuk keberagamaan yang lebih personal dan subjektif.<sup>24</sup>

Kajian mengenai mediatisasi agama di media sosial juga ditunjukkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Juliana Kurniawati yang membahas praktik mediatisasi tubuh perempuan berjilbab melalui aktivitas *selfie* di Instagram. Penelitian ini menggunakan pendekatan teori mediatisasi dari Stig Hjarvard untuk melihat bagaimana perempuan berjilbab menampilkan citra dirinya melalui foto yang diunggah di media sosial, khususnya pada unggahan yang menggunakan tagar #jilboob dan #hijaboob. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial telah memengaruhi cara perempuan menampilkan identitas dirinya melalui logika media yang menekankan aspek visual dan citra tubuh. Penggunaan jilbab tidak selalu dimaknai sebagai simbol religius, tetapi dapat

---

<sup>23</sup> Qurrota A'yunin dan Endah Triastuti, "Komodifikasi Kesalehan Niqabis Di Media Sosial Instagram", *Scholar.Archive.Org* 17, no. 2 (2022).

<sup>24</sup> Nisa Nur Aulia, "Islam Dan Mediatisasi Agama", *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi* 1, no. 1 (2017).

bergeser menjadi bagian dari representasi gaya dan aksesoris visual dalam ruang media sosial.<sup>25</sup>

Beberapa penelitian yang sudah dijelaskan menunjukkan bahwa media sosial menjadi ruang penting dalam merepresentasikan simbol-simbol keagamaan, identitas religius, serta praktik keberagamaan di era digital. Namun, sebagian besar kajian tersebut lebih menyoroti bagaimana simbol keagamaan ditampilkan oleh pembuat konten dan bagaimana media memediasi representasi tubuh dan identitas religius. Kajian mengenai bagaimana khalayak merespons dan menafsirkan representasi simbol keagamaan dalam suatu unggahan di media sosial masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengkaji lebih lanjut bagaimana respons netizen terhadap unggahan yang menampilkan busana abaya di Instagram serta bagaimana proses negosiasi dan pembentukan makna busana syar'i terjadi dalam ruang media sosial.

## **E. Kerangka Teori**

Untuk melihat dan menganalisis fenomena yang terjadi, penulis memerlukan kerangka teoretis sebagai landasan dalam memahami permasalahan yang diteliti. Upaya menjawab bagaimana simbol keagamaan direpresentasikan dan dinegosiasikan di ruang publik, penelitian ini menggunakan teori Resepsi yang dikemukakan oleh Stuart Hall serta teori Mediatisasi Agama yang dikembangkan oleh Stig Hjarvard.

### **1. Teori Resepsi Stuart Hall**

Teori ini berangkat dari pandangan bahwa makna tidak muncul begitu saja, melainkan diproduksi dan disampaikan melalui bahasa serta berbagai simbol, seperti kata-kata, gambar, ekspresi wajah, benda, maupun praktik sehari-hari. Melalui tanda dan simbol tertentu, manusia dapat mengekspresikan ide atau gagasan sehingga dapat dipahami oleh orang lain. Dengan cara ini, manusia dapat berbagi pengalaman dan menafsirkan dunia secara bersama-sama. Sehingga perspektif ini mengatakan bahwa makna dalam budaya tidak selalu bersifat tunggal karena setiap individu memiliki pengalaman, perasaan, serta sudut pandang yang berbeda.

---

<sup>25</sup> Juliana Kurniawati, "Selfie: Mediatisasi Tubuh Perempuan Berjilbab Seksi Dalam Instagram," *JURNAL SOSIAL: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial* 21, no. 1 (2020).

Selain itu, makna budaya tidak hanya berada di dalam pikiran, tetapi juga mempengaruhi tindakan dan praktik sosial dalam kehidupan sehari-hari. Sehingga budaya dapat dipahami sebagai proses terus-menerus dalam memproduksi, menafsirkan, dan menukar makna di antara anggota masyarakat. Stuart Hall menjelaskan bahwa proses produksi dan penyebaran makna tersebut berkaitan dengan apa yang ia sebut sebagai *circuit of culture*. Pandangan bahwa makna tidak selalu tetap menunjukkan bahwa makna tidak sepenuhnya berasal dari benda itu sendiri, melainkan terbentuk melalui cara manusia memahami dan membicarakannya.<sup>26</sup>

Oleh karena itu, Hall berpendapat bahwa makna dibentuk melalui sistem representasi, yaitu cara manusia menggunakan bahasa, simbol, dan tanda untuk menggambarkan dunia. Dengan kata lain, manusia tidak sekadar menemukan makna yang sudah ada, tetapi juga ikut membangun makna tersebut melalui proses komunikasi dan praktik budaya. Hal inilah yang membuat representasi menjadi proses yang tidak sederhana. Ketika seseorang melihat gambar, kata, atau simbol tertentu, sebenarnya ia sedang berhadapan dengan hasil dari proses panjang bagaimana suatu masyarakat memberi makna terhadap sesuatu.

Untuk memahami bagaimana bahasa menghasilkan makna, Stuart Hall memperkenalkan tiga cara berfikir tentang representasi. Ketiga pendekatan ini menjelaskan hubungan antara bahasa, makna, dan dunia.<sup>27</sup> Pendekatan pertama disebut pendekatan reflektif. Cara pandang ini bahasa dianggap hanya mencerminkan realitas yang sudah ada. Artinya, benda, orang, atau peristiwa di dunia dianggap telah memiliki makna dengan sendirinya, sementara bahasa hanya berfungsi untuk menggambarkan makna tersebut. Dengan kata lain, bahasa dipahami seperti cermin yang memantulkan kenyataan.

Pendekatan kedua disebut pendekatan intensional. Dalam pandangan ini, makna dianggap berasal dari niat atau maksud orang yang berbicara atau membuat suatu karya. Sehingga makna sebuah kata, gambar, atau teks bergantung pada apa yang ingin disampaikan oleh penulis, pembicara, atau pembuat gambar tersebut. Pendekatan ketiga adalah pendekatan konstruktivis, yang merupakan pendekatan yang paling

---

<sup>26</sup> CJaire Alexander dkk., "Representation Cultural Representations and Signifying Practices," (1997): 3-7.

<sup>27</sup> Alexander dkk., "Representation Cultural Representations and Signifying Practices," (1997): 15.

banyak digunakan dalam kajian budaya. Dalam pandangan ini, makna tidak hanya berasal dari benda yang ada di dunia, dan juga tidak semata-mata berasal dari niat individu. Sebaliknya, makna dibangun melalui bahasa serta sistem tanda yang digunakan dalam suatu budaya. Artinya, manusia secara bersama-sama membentuk makna melalui cara mereka berbicara, menulis, dan menggunakan berbagai simbol.

Tulisannya yang berjudul *Encoding and Decoding in the Television Discourse*, Stuart Hall menjelaskan bahwa proses pembentukan makna tidak hanya berkaitan dengan bahasa dalam bentuk kata atau simbol, tetapi juga dapat dilihat melalui media seperti televisi. Dalam hal ini, program televisi dipahami sebagai media yang menyampaikan pesan kepada penonton. Menurut Hall, dalam masyarakat modern ini penonton tidak lagi bersifat pasif, tetapi semakin kritis dalam memahami pesan yang disampaikan oleh media. Akibatnya, pesan yang dimaksudkan oleh pembuat program tidak selalu diterima dengan makna yang sama oleh penonton.<sup>28</sup>

Untuk menjelaskan proses tersebut, Hall membaginya ke dalam dua tahap, yaitu *encoding* dan *decoding*. *Encoding* merujuk pada proses ketika pembuat pesan menyusun dan menyampaikan makna melalui media, sedangkan *decoding* merujuk pada proses ketika audiens menafsirkan dan memahami pesan tersebut. Stuart Hall kemudian mengidentifikasi tiga posisi khalayak dalam proses *encoding* dan *decoding* terkait dengan pemaknaan terhadap pesan media, yaitu sebagai berikut.

a. Posisi Dominan

Posisi ini menjelaskan bahwa dalam proses pemaknaan, khalayak menerima pesan media sesuai dengan makna yang dimaksudkan oleh pembuat pesan. Khalayak menafsirkan pesan dengan menggunakan kerangka makna yang sama dengan yang digunakan oleh produsen media. Sehingga pesan yang disampaikan oleh media dapat diterima sepenuhnya oleh khalayak sebagaimana yang diharapkan oleh pembuat pesan.

b. Posisi Negosiasi

Pada posisi ini, khalayak tidak sepenuhnya menerima ataupun menolak pesan yang disampaikan oleh media. Khalayak menafsirkan pesan dengan

---

<sup>28</sup> Stuart Hall, "*Encoding and Decoding in the Television Discourse*", (Birmingham: Centre for Contemporary Cultural Studies, University of Birmingham, 1973): 1-4.



mempertimbangkan makna yang ditampilkan oleh media, namun juga dipengaruhi oleh pengalaman, nilai, dan latar belakang sosial yang mereka miliki. Akibatnya, makna yang diterima merupakan hasil dari proses negosiasi antara pesan media dan pemahaman pribadi khalayak.

c. Posisi Oposisi

Posisi oposisi terjadi ketika khalayak memahami pesan yang disampaikan oleh media, tetapi menolak makna yang dimaksud oleh pembuat pesan tersebut. Dalam posisi ini, khalayak menafsirkan pesan dengan cara yang berbeda atau bahkan berlawanan dengan makna yang telah dibentuk dan disampaikan oleh media.

Berdasarkan pemikiran Stuart Hall, makna yang muncul dalam suatu representasi tidak bersifat tetap melainkan dapat ditafsirkan secara berbeda oleh setiap individu. Hal ini terjadi karena proses pemaknaan dipengaruhi oleh pengalaman, latar belakang sosial, serta cara pandang masing-masing khalayak. Dalam konteks penelitian ini, representasi simbol keagamaan seperti busana abaya yang ditampilkan dalam sebuah unggahan dapat memunculkan berbagai tanggapan dari netizen. Oleh karena itu, teori representasi digunakan dalam penelitian ini untuk melihat bagaimana simbol busana syar'i direpresentasikan dalam unggahan di Instagram serta bagaimana respons yang muncul dari netizen terhadap representasi tersebut.

## 2. Mediatisasi Agama

Berkembangnya masyarakat modern, agama tidak lagi berdiri sebagai satu-satunya institusi yang memegang peran dalam membentuk nilai, makna, dan praktik sosial. Melalui konsep mediatisasi agama yang dikemukakan oleh Stig Hjarvard dapat dianggap sebagai bagian dari proses sekularisasi yang berlangsung secara bertahap, yaitu ketika media mulai mengambil alih berbagai fungsi sosial yang sebelumnya dijalankan oleh institusi keagamaan. Aktivitas seperti ritual, ibadah, peringatan kematian, hingga perayaan yang dahulu identik dengan agama, kini banyak dimediasi oleh media dan bahkan mengalami perubahan bentuk.<sup>29</sup>

---

<sup>29</sup> Hjarvard, "The Mediatization of Religion: A Theory of the Media as Agents of Religious Change," *Northern Lights* 6, no. 1 (2008): 3.



Media tidak hanya berperan sebagai penyampai pesan keagamaan, tetapi juga ikut membentuk cara agama ditampilkan, dipahami, dan dijalankan dalam kehidupan sehari-hari. Sisi lain, hubungan antara agama dan media tidak selalu mengarah pada sekularisasi semata. Media juga dapat memunculkan kembali unsur-unsur religius dalam bentuk baru. Salah satu konsep penting dalam melihat perubahan ini adalah *banal religion*. Konsep ini merujuk pada bentuk-bentuk keagamaan yang hadir dalam kehidupan sehari-hari, namun tidak selalu disadari sebagai praktik agama yang formal.<sup>30</sup>

Unsur-unsur seperti simbol, narasi tentang kebaikan dan kejahatan, atau pengalaman emosional yang sering muncul dalam media, menjadi bagian dari cara baru masyarakat berhubungan dengan nilai-nilai religius. Media tidak hanya menjadi perantara, tetapi juga mulai menggantikan sebagian fungsi agama. Media dapat menyediakan ruang untuk membangun makna, memberikan orientasi moral.<sup>31</sup> Dengan demikian, media dapat dipahami sebagai aktor utama yang berperan dalam membentuk cara masyarakat memahami, merasakan, dan menjelaskan agama di era kontemporer.

## **F. Metode Penelitian**

Metode penelitian secara umum menjelaskan cara yang digunakan peneliti untuk memahami fenomena sosial serta memperoleh data secara ilmiah dengan tujuan dan kegunaan tertentu.

### **1. Jenis Penelitian**

Pada penelitian ini, penulis menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis resepsi. Menurut Marinu Waruwu metode ini menggunakan narasi atau kata-kata untuk menjelaskan dan menguraikan makna dari setiap fenomena, gejala, dan situasi sosial tertentu.<sup>32</sup> Pendekatan analisis resepsi digunakan karena penelitian ini berfokus pada bagaimana khalayak memaknai suatu pesan atau representasi yang ditampilkan di media. Analisis dilakukan dengan melihat respons netizen terhadap unggahan pada akun Instagram @naura.ayu mengenai penggunaan

---

<sup>30</sup> Hjavard, "The Mediatization of Religion," 2008.

<sup>31</sup> Hjavard, "The Mediatization of Religion: A Theory of the Media as Agents of Religious Change," *Northern Lights* 6, no. 1 (2008): 5.

<sup>32</sup> Marinu Waruwu, "Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi," *Jurnal Pendidikan Tambusai* 7, no. 1 (2023):2898.

busana abaya saat umrah. Melalui pendekatan ini, peneliti berupaya memahami bagaimana netizen menafsirkan simbol busana syar'i yang ditampilkan dalam unggahan tersebut berdasarkan latar belakang dan pemahaman masing-masing individu.

## **2. Sumber Data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data yang diambil dari media sosial. Adapun dilihat dari urgensinya, jenis data pada penelitian ini terbagi dalam dua kategori.

### **a. Data Primer**

Data primer adalah sumber informasi utama yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dalam proses penelitian. Data ini diperoleh dari sumber asli, yaitu responden atau informasi yang terkait dengan variabel penelitian. Data ini diperoleh dari sumber asli yang berkaitan langsung dengan fokus kajian yaitu berupa data digital yang bersumber dari akun Instagram @naura.ayu, khususnya pada unggahan tanggal 31 Desember 2024, ketika Naura membagikan momen ibadah umrahnya di Mekkah. Total komentar pada unggahan tersebut berjumlah sekitar 1.392 komentar. Unggahan tersebut dipilih karena menimbulkan beragam tanggapan dari netizen terkait gaya berpakaian yang dikenakan, sehingga menjadi representasi yang relevan untuk menelusuri bagaimana proses pembentukan dan pergeseran makna terhadap simbol keagamaan di ruang digital.

Penelitian ini tidak mengambil seluruh komentar sebagai data penelitian. Pemilihan komentar dilakukan menggunakan Teknik purposive sampling, yaitu memilih komentar yang relevan dengan fokus penelitian, seperti komentar yang membahas pakaian syar'i, memberikan penilaian terhadap cara berpakaian yang ideal, serta menunjukkan adanya persetujuan maupun kritik terhadap unggahan tersebut. Dari keseluruhan komentar, peneliti mengambil sebanyak 52 komentar untuk dianalisis lebih lanjut. Selain itu, data primer yang dikaji meliputi konten visual unggahan, seperti foto dan konteks publikasi.

### **b. Data Sekunder**

Data sekunder merupakan data tambahan yang berguna untuk penguat argumentasi dari data primer. Selain itu terdapat tambahan dari artikel berita,

platform yang serupa seperti TikTok, Lemon, tulisan opini di website yang membahas mengenai postingan yang terkait. Data sekunder ini berfungsi untuk memperkaya analisis terhadap fenomena sosial yang terjadi di media sosial.

### 3. Teknik Pengumpulan Data

Langkah yang perlu diambil dalam suatu penelitian adalah menggunakan teknik pengumpulan data untuk memastikan bahwa data yang diperoleh sesuai dengan fokus penelitian dan dapat diakui keabsahan nantinya. Berikut ini adalah teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini:

#### a. Observasi

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi daring (*online observation*). Observasi dilakukan dengan mengamati aktivitas pengguna media sosial pada unggahan Instagram Naura Ayu yang menampilkan busana abaya. Melalui teknik ini, peneliti mengamati dan mendokumentasikan komentar-komentar netizen yang berkaitan dengan pemakaian busana syar'i tanpa terlibat secara langsung dalam interaksi yang terjadi pada kolom komentar. Data hasil observasi kemudian digunakan untuk menganalisis respons netizen serta proses negosiasi makna busana syar'i di ruang media sosial. Untuk membatasi ruang lingkup penelitian, peneliti memfokuskan analisis pada unggahan akun Instagram @naura.ayu pada tanggal 31 Desember 2024 yang berupa foto. Pengamatan yang dilakukan meliputi beberapa aspek, seperti jumlah pengikut (*followers*), jumlah tanda suka (*like*), jumlah komentar, serta isi komentar yang diberikan oleh netizen terhadap unggahan tersebut.

#### b. Dokumentasi

Teknik dokumentasi dalam penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan berbagai data yang berkaitan dengan objek penelitian. Dokumentasi tersebut meliputi unggahan foto yang dipublikasikan oleh akun Instagram @naura.ayu, isi komentar netizen pada unggahan tersebut, serta berbagai tanggapan yang muncul di platform media sosial lain yang membahas unggahan tersebut. Selain itu, peneliti juga mengumpulkan informasi dari beberapa situs atau laman daring yang memuat pembahasan terkait unggahan Naura. Data-data tersebut kemudian digunakan

sebagai bahan pendukung dalam menganalisis respons netizen terhadap representasi busana abaya di media sosial.

#### **4. Teknik Analisis Data**

Setelah data terkumpul, tahap selanjutnya ialah mengkaji dan menafsirkan data yang telah dikumpulkan dari berbagai sumber. Data dianalisis menggunakan pendekatan analisis resepsi Stuart Hall melalui konsep *encoding* dan *decoding*. Pendekatan ini digunakan untuk memahami bagaimana khalayak memaknai suatu pesan media melalui posisi pembacaan dominan, negosiasi, dan oposisi. Dalam penelitian ini, analisis dilakukan terhadap respons netizen pada unggahan busana abaya Naura Ayu di Instagram untuk melihat proses negosiasi makna busana syar'i di media sosial. Adapun tahap analisis data dalam penelitian ini meliputi:

##### **a. Reduksi Data**

Tahap ini merupakan tahap awal dalam proses analisis data yang dilakukan dengan cara menyeleksi, menyederhanakan, dan memfokuskan data yang telah dikumpulkan, sehingga data tersebut menjadi lebih terarah serta memudahkan peneliti dalam melakukan analisis selanjutnya. Proses reduksi data tidak dilakukan hanya dilakukan satu kali, tetapi berlangsung secara terus-menerus selama proses penelitian, mulai dari tahap pengumpulan data hingga penarikan kesimpulan. Data yang tidak relevan atau bersifat duplikat akan disaring sehingga analisis dapat difokuskan pada informasi yang berkaitan dengan tujuan penelitian.

##### **b. Penyajian Data**

Setelah proses reduksi data dilakukan, data yang telah dikumpulkan kemudian disusun dan disajikan dalam bentuk yang sistematis, ringkas, dan mudah dipahami. Data yang ditampilkan dalam penelitian ini berupa hasil dokumentasi unggahan, tangkapan layar komentar netizen, serta informasi lain yang berkaitan dengan respons pengguna media sosial terhadap unggahan tersebut.

##### **c. Penarikan Kesimpulan**

Penarikan Kesimpulan merupakan tahap akhir dalam proses analisis data yang dilakukan setelah tahap reduksi dan penyajian data. Kesimpulan diperoleh melalui proses penafsiran terhadap data yang telah dipilih dan disusun secara sistematis sehingga dapat memberikan pemahaman yang menyeluruh terhadap

fenomena yang diteliti. Kesimpulan tersebut tidak bersifat tetap, tetapi perlu diuji dan diverifikasi secara berkelanjutan seiring dengan bertambahnya data yang dikumpulkan. Proses ini dilakukan secara berulang dan saling berkaitan agar Kesimpulan yang dihasilkan benar-benar sesuai dengan kondisi yang terjadi di lapangan.<sup>33</sup>

Untuk menjaga keabsahan data, penelitian ini menggunakan Teknik triangulasi sumber. Triangulasi dilakukan dengan membandingkan data komentar netizen pada unggahan Instagram @naura.ayu dengan dokumentasi unggahan, literatur, jurnal penelitian, serta teori yang relevan dengan penelitian. Teknik ini digunakan agar data yang diperoleh dapat dipahami secara lebih valid dan mendalam.

#### **G. Sistematika Pembahasan**

Bab pertama, pembahasan difokuskan pada latar belakang yang menjelaskan mengapa penelitian ini perlu dilakukan. Selain itu bab ini juga menguraikan rumusan masalah untuk menganalisis lebih dalam tema penelitian, tujuan dan kegunaan penelitian untuk memberikan pemahaman kepada pembaca mengenai tujuan dan manfaat dari penelitian yang dilakukan, tinjauan Pustaka untuk memperkuat hasil penelitian, kerangka teoretis, metode penelitian sebagai pedoman pengumpulan data penulis, Teknik analisis data, dan sistematika pembahasan untuk memaparkan hasil pengolahan data yang dilakukan oleh penulis. Berbagai pembahasan tersebut dimaksudkan untuk mengantarkan pembaca agar dapat memahami penelitian dengan jelas dan sistematis sebagaimana prosedur penelitian ilmiah.

Bab kedua, bab ini berisi gambaran umum mengenai perkembangan media sosial sebagai ruang publik virtual, serta perkembangan *tren fashion* yang pada masa kini tidak hanya dipengaruhi oleh industri *fashion* atau model profesional, tetapi juga oleh para influencer di media sosial. Dalam penelitian ini, Naura Ayu merepresentasikan fenomena tersebut melalui unggahan *fashion* yang ditampilkan di media sosialnya.

Bab ketiga, pada bab ini mulai berfokus pada upaya menjawab rumusan masalah pertama. Bab ini dijelaskan bagaimana respons yang diberikan oleh netizen terhadap

---

<sup>33</sup> Muhajirin, Risnita, Asrulla, "Pendekatan Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Serta Tahapan Penelitian," *Jurnal Genta Mulia* 15, no. 1 (2024): 91.



unggahan Naura, serta bagaimana representasi busana syar'i ditampilkan di media sosial. representasi tersebut tidak hanya menunjukkan aspek kesakralan busana syar'i, tetapi juga memperlihatkan perhatian terhadap unsur estetika yang ditampilkan dalam unggahan tersebut.

Bab keempat dalam penelitian ini membahas rumusan masalah kedua, yaitu bagaimana proses negosiasi dalam reproduksi makna busana syar'i di ruang media sosial. Pembahasan dilakukan dengan menghubungkan fenomena yang ditemukan dalam penelitian dengan teori yang telah dipilih sebagai kerangka analisis untuk memahami proses, pembentukan, perdebatan, dan reproduksi makna busana syar'i dalam interaksi di media sosial.

Bab kelima merupakan bagian akhir dari penelitian ini yang berfungsi sebagai penutup. Pada bab ini dijelaskan kesimpulan yang diperoleh dari seluruh proses penelitian yang telah dilakukan. Selain itu, bab ini juga memuat saran yang ditujukan bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji fenomena serupa, sehingga diharapkan dapat melengkapi kekurangan dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Busana abaya di media sosial tidak hanya dipahami sebagai pakaian yang berkaitan dengan nilai religius, tetapi juga sebagai bagian dari tren *fashion* yang menonjolkan aspek visual dan estetika. Aspek estetika pada penelitian ini merujuk pada tampilan visual busana, seperti model pakaian, pemilihan warna, bahan, gaya penggunaan, serta kesan menarik yang ditampilkan melalui media sosial. Kehadiran Instagram sebagai media berbasis visual membuat cara berpakaian lebih mudah dinilai dari segi penampilan dan daya tariknya. Sementara itu, nilai religius merujuk pada pemahaman busana abaya sebagai simbol keagamaan yang berkaitan dengan ketentuan berpakaian dalam Islam, seperti menutup aurat, tidak ketat, dan tidak transparan. Abaya tidak hanya dilihat sebagai *fashion* semata, tetapi juga sebagai representasi identitas dan bentuk kepatuhan terhadap nilai-nilai agama.

Busana abaya yang ditampilkan di media sosial memperlihatkan bagaimana aspek estetika dan nilai religius saling beririsan. Di satu sisi, abaya tampil sebagai bagian dari tren *fashion* modern yang mengikuti perkembangan estetika digital. Di sisi lain, busana tersebut tetap membawa makna religius sehingga memunculkan berbagai penilaian dari audiens mengenai kesesuaiannya dengan standar syar'i. Berdasarkan hasil penelitian mengenai negosiasi makna terhadap unggahan busana abaya oleh Naura di Instagram, dapat disimpulkan bahwa makna busana syar'i di media sosial tidak bersifat tunggal, melainkan terbuka terhadap berbagai penafsiran. Perbedaan latar belakang pengetahuan, pengalaman, serta pemahaman keagamaan netizen memengaruhi cara mereka dalam merespons unggahan tersebut. Berdasarkan analisis *encoding* dan *decoding* Stuart Hall, respons netizen dapat dikategorikan ke dalam tiga posisi pemaknaan, yaitu posisi dominan, negosiasi, dan oposisi.

Pada posisi dominan, netizen menerima makna yang disampaikan oleh pembuat konten dan memandang unggahan tersebut sebagai bentuk ekspresi ibadah yang tidak perlu dipermasalahkan. Pada posisi negosiasi, netizen menerima sebagian makna yang disampaikan, namun tetap memberikan penilaian berdasarkan pemahaman keagamaan mereka, khususnya terkait kesesuaian busana dan pose. Sementara itu, pada posisi oposisi,

netizen secara tegas menolak makna yang disampaikan dan memandang unggahan tersebut sebagai bentuk pencitraan atau tidak sesuai dengan nilai syar'i.

Munculnya beragam respons berupa pro dan kontra terhadap unggahan tersebut menunjukkan bahwa khalayak media sosial saat ini tidak lagi bersifat pasif, melainkan semakin kritis dalam menanggapi konten yang beredar. Hall menyebutkan bahwa hal ini terjadi karena proses pemaknaan tidak sepenuhnya dikendalikan oleh pembuat pesan, tetapi juga ditentukan oleh latar belakang sosial dan kerangka pengetahuan khalayak. Oleh karena itu, ketika simbol keagamaan seperti busana abaya ditampilkan di media sosial, tidak dapat dihindari munculnya proses negosiasi makna yang dilakukan oleh khalayak, terutama ketika nilai atau cara pemaknaan yang ditampilkan oleh pembuat konten tidak sepenuhnya sejalan dengan nilai yang diyakini oleh sebagian besar masyarakat.

Selain itu, penelitian ini menunjukkan bahwa dalam proses negosiasi makna, sebagian besar netizen lebih banyak menyoroti aspek visual dibandingkan dengan pembahasan yang bersifat fikih atau nilai religius dari ibadah itu sendiri. Hal ini menandakan adanya pergeseran dalam cara memahami simbol keagamaan di media sosial, di mana aspek visual menjadi lebih dominan dalam membentuk penilaian publik. Fenomena ini dapat dipahami sebagai bentuk mediatisasi agama, yang mana menurut Hjarvard media tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian pesan, tetapi juga memiliki logika tersendiri dalam membentuk realitas sosial. Sehingga praktik keagamaan yang ditampilkan di media sosial cenderung mengikuti logika media yang menekankan aspek visual, estetika, dan interaksi publik. Akibatnya, makna simbol keagamaan seperti busana syar'i tidak lagi sepenuhnya ditentukan oleh otoritas keagamaan, tetapi juga dibentuk melalui interaksi, diskusi, dan penafsiran yang berkembang di ruang media sosial. Maka makna busana syar'i di media sosial merupakan hasil dari proses negosiasi antara nilai religius, logika media, dan cara pandang khalayak yang beragam.

Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan bahwa makna syar'i dalam media sosial sebenarnya tidak sepenuhnya mengalami pergeseran atau hilang dari nilai dasarnya, melainkan mengalami pembentukan makna baru melalui proses penafsiran khalayak. Ketika busana syar'i ditampilkan di ruang digital, makna tersebut tidak lagi hanya berasal dari ketentuan normatif agama atau dari pembuat konten, tetapi juga dibentuk melalui respons, pengalaman, serta cara pandang audiens yang beragam. Dengan demikian, makna

syar'i di media sosial menjadi dinamis karena terus diproduksi dan dinegosiasikan melalui interaksi antar pengguna.

Hal ini menunjukkan bahwa maka tidak pernah bersifat tetap atau *final*. Selama simbol keagamaan masih hadir dan dipertukarkan di tengah masyarakat, maka proses penafsiran akan terus berlangsung. Oleh karena itu, makna busana syar'i di media sosial akan terus berkembang mengikuti perubahan konteks sosial, budaya, serta cara masyarakat memahami dan merepresentasikan nilai-nilai keagamaan di ruang digital.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan. Kajian yang dilakukan hanya berfokus pada satu unggahan Instagram Naura Ayu yang menampilkan busana abaya, sehingga hasil penelitian belum dapat menggambarkan keseluruhan respons masyarakat terhadap representasi busana syar'i di media sosial. Penelitian ini juga hanya memfokuskan analisis pada respons netizen di kolom komentar Instagram dengan menggunakan perspektif *encoding* dan *decoding* Stuart Hall serta konsep mediatisasi agama. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan kajian dengan menggunakan objek yang lebih luas, platform media sosial yang berbeda, maupun pendekatan teori lainnya agar dapat melihat dinamika pemaknaan busana syar'i di media sosial secara lebih mendalam dan beragam.

Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat meneliti bagaimana figur publik atau kreator konten membangun representasi busana syar'i melalui strategi visual, *tren fashion*, maupun interaksi dengan audiens, sehingga proses negosiasi makna dapat dilihat tidak hanya dari sisi khalayak, tetapi juga dari pihak pembuat konten.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adrianto, Haslinda, dan Khalid Sitorus. “Karakteristik Pakaian Muslimah dalam Perspektif Al-Qur’an Surah Al-A’raf Ayat 26.” *Al Furqan: Jurnal Ilmu Al Quran dan Tafsir* 7, no. 2 (2024): 458–75. <https://doi.org/10.58518/alfurqon.v7i2.2824>.
- Agusta, Aras Satria, dan Nurdin Laugu. “Fresh Informasi Keagamaan Melalui Media Instagram Dalam Menanggapi Covid-19 Di Indonesia.” *UNILIB: Jurnal Perpustakaan* 11, no. 2 (2020). <https://doi.org/10.20885/unilib.vol11.iss2.art1>.
- Alamsyah, Femi Fauziah, Hari Rahman Hakim, Siti Lutfi Latifah, dan Hasya Dinan Hamidah. “Konstruksi Identitas Virtual Muslimah Preneur: Mediatisasi dan Komodifikasi Agama dalam Akun Instagram @auliyafadlilah.” *Jurnal Khabar: Komunikasi dan Penyiaran Islam* 6, no. 2 (2024): 109–27. <https://doi.org/10.37092/khabar.v6i2.914>.
- Alexander, CJaire, Maggie Andrew, dan Keaaeth Thompson. *Culture, Media and Identities*. t.t.
- Alexander, CJaire, Maggie Andrew, dan Keaaeth Thompson. *Representation Cultural Representations and Signifying Practices*. 1997.
- Amaliyah, Nailatul. *Resepsi Netizen di Platform TikTok Mengenai Hadis “Mayoritas Penghuni Neraka adalah Perempuan” dalam Encoding-Decoding Stuart Hall*. 2025.
- Angga, Stepanus, Antonius Alfredo Poa, dan Fabianus Rikardus. *Etika Komunikasi Netizen Indonesia di Media Sosial sebagai Ruang Demokrasi dalam Telaah Ruang Publik Jurgen Habermas*. 6, no. 3 (2023).
- Annisa Anastasia Salsabila, Dinie Anggraeni Dewi, dan Rizky Saeful Hayat. “Pentingnya Literasi di Era Digital dalam Menghadapi Hoaks di Media Sosial.” *Inspirasi Dunia: Jurnal Riset Pendidikan dan Bahasa* 3, no. 1 (2023): 45–54. <https://doi.org/10.58192/insdun.v3i1.1775>.
- Annisa Berliana Difa, Al Gusma Setyawan. *Representasi dalam Media dan Budaya: Perspektif Teori Stuart Hall*. t.t.
- Aqilla, Berliana Wahyu, Chintya Nirmala Sari, Elma Yulia Rahma, Afifa Safawati, dan Doan Widiandono. “KUNJUNGAN ISHOWSPEED SEBAGAI SARANA REPRESENTASI BUDAYA INDONESIA DALAM WACANA NETIZEN INTERNASIONAL.” *Jurnal Penelitian Komunikasi* 05, no. 04 (2025).
- Arista, Fiansi Dwi, Abdur Razzaq, dan Muhamad Yudistira Nugraha. *Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Dakwah Terhadap Peningkatan Pengetahuan Agama Pada Gen Z*. t.t.
- Athala, Muhammad Aufar. *PENGARUH ISLAM DALAM CARA BERPAKAIAN MASYARAKAT MODERN*. 1 (2023).
- Aulia, Nisa Nur, dan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. *ISLAM DAN MEDIATISASI AGAMA*. 1 (2017).



- A'yunin, Qurrota, dan Endah Triastuti. *KOMODIFIKASI KESALEHAN NIQABIS DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM*. 17, no. 2 (2022).
- Azzahra, Muthia, Muhammad Ziqra Rahsa, Mulya Darma Illahi, dan Ridwal Trisoni. *Busana Muslim di Kalangan Generasi Muda: Antara Gaya Hidup Identitas dan Pendidikan Karakter Islami*. 3, no. 1 (2026).
- Dewi, Mayang Tresna, dan Citra Puspitasari. *Penerapan Konsep Syar'i Modern pada Desain Busana Pengantin Muslimah*. t.t.
- Effendi, Mhd Wahyu. *Persepsi Masyarakat tentang Citra Pemerintah Kota Medan Melalui Akun Media Sosial Instagram*. t.t.
- Fauzy, Ahmad, dan Etty Ratnawati. *DAMPAK SOSIAL MEDIA TERHADAP PERUBAHAN SOSIAL DI MASYARAKAT*. no. 6 (2025).
- Hall, Stuart. *Encoding and Decoding in the Television Discourse*. t.t.
- Handayani, Rivi. *REPRESENTASI KECANTIKAN PEREMPUAN BERHIJAB MELALUI INSTAGRAM*. 9, no. 2 (2016).
- Haspiani, Nurhasanah. *EKSPRESI KEAGAMAAN DAN KEKERASAN SIMBOLIK DI MEDIA MASSA*. t.t.
- Hendariningrum, Retno, dan M. Edy Susilo. "FASHION DAN GAYA HIDUP : IDENTITAS DAN KOMUNIKASI." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 6 (2008).
- Heriyanti, Lesti. *Representasi Identitas melalui Gaya Berpakaian di TikTok (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Bengkulu)*. 22, no. 2 (2025).
- Herlina, Tria Serly, Risky Ivan Wijaya, Abdur Razzaq, dan Muhamad Yudistira Nugraha. *MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI EKSPRESI DAN RELEVANSINYA TERHADAP GAYA PAKAIAN GEN Z*. 2025.
- Hermawan, Deni, dan Syarifuddin S. Gassing. "Pengaruh komentar netizen terhadap citra diri dan reputasi sosial media pada akun instagram nathalie." *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial Dan Humaniora* 7, no. 3 (2023): 242–50.
- Hilalludin Hilalludin. *Anak Muda, Media Sosial, dan Agama yang Cair: Fenomenologi Hijrah Digital di Indonesia*. 2025.
- Hjavard. "The Mediatization of Religion: A Theory of the Media as Agents of Religious Change." *Northern Lights* 6, no. 1 (2008). <https://doi.org/10.1386/nl.6.1.9/1>.
- Hjavard. "The Mediatization of Religion: A Theory of the Media as Agents of Religious Change." *Northern Lights* 6, no. 1 (2008). <https://doi.org/10.1386/nl.6.1.9/1>.

- Inderasari, Elen, Ferdian Achsani, dan Bini Lestari. *BAHASA SARKASME NETIZEN DALAM KOMENTAR AKUN INSTRAGRAM "LAMBE TURAH."* t.t.
- Kurniawati, Juliana. "Selfie : Mediatisasi Tubuh Perempuan Berjilbab Seksi Dalam Instagram." *JURNAL SOSIAL : Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial* 21, no. 1 (2020): 39–43. <https://doi.org/10.33319/sos.v21i1.56>.
- Liu, Shengyan. "The Impact of Social Media on Communication and Popularity in the Fashion Industry." *Lecture Notes in Education Psychology and Public Media* 41, no. 1 (2024): 84–93. <https://doi.org/10.54254/2753-7048/41/20240755>.
- Mardhiah Abbas, Nurliana Damanik, Nurmi. *Fenomena Fashion Syar'i sebagai Tren Budaya Menurut Akidah Islam (Studi Analisis di Unimed pada Fakultas dan Seni dan Budaya)*. 2, no. 2 (2020).
- Meisyaroh, Siti. *DETERMINISME TEKNOLOGI MASYARAKAT DALAM MEDIA SOSIAL*. no. 1 (2013).
- Muhajirin, Risnita, Asrulla. *Pendekatan Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Serta Tahapan Penelitian*. 15, no. 1 (2024): 91.
- Nafisa Aninda dan Yan Yan Sunarya. "SIKLUS TREN FASHION DI MEDIA SOSIAL (STUDI KASUS TREN BERKAIN DI INSTAGRAM REMAJA NUSANTARA)." *Jurnal Seni dan Reka Rancang: Jurnal Ilmiah Magister Desain* 6, no. 1 (2023): 1–20. <https://doi.org/10.25105/jsrr.v6i1.16961>.
- Narulita, Tarish Auliasari, Riska Fitriyah, dan Ainuz Zubaid Syafi'ul Aziz. "Encoding dan Decoding Pesan Pada Iklan Produk Kecantikan yang Menentukan Standar Kecantikan Indonesia." *Jambura Journal of Community Empowerment*, 4 Desember 2023, 256–70. <https://doi.org/10.37411/jjce.v4i2.2753>.
- Nazwa Alicia Izhar. *Dampak Interaksi Sosial pada Mahasiswa Penerima Beasiswa Karya Salemba Empati dan Bank Indonesia terhadap Pengembangan Diri di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*. 2024.
- Ningsih, Nina Martian, dan Moh Yasir Alimi. *ADAPTASI FASHION MUSLIMAH KONTEMPORER DI KALANGAN MAHASISWI UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG MELALUI MEDIA SOSIAL*. 2025.
- Nuraeni, N. Yayu, R. Herdiana, dan Sri Mulyani. "Gaya Bahasa Sarkasme Netizen dalam Kolom Komentar di Akun Instagram Gibran\_Rakabuming." *Diksatrasi: Jurnal Ilmiah Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia* 8, no. 2 (2024): 600. <https://doi.org/10.25157/diksatrasi.v8i2.15125>.
- Nurhandayani, Arum, Rizal Syarief, dan Mukhamad Najib. *THE IMPACT OF SOCIAL MEDIA INFLUENCER AND BRAND IMAGES TO PURCHASE INTENTION*. t.t.

- Okie Fajaruddin patma dan Silverius Djuni Prihatin. “Analisis Resepsi Stuart Hall tentang Poster Silang Pinjam Antar Perpustakaan Sepatu Jolifa.” *ABDI PUSTAKA: Jurnal Perpustakaan dan Kearsipan* 5, no. 1 (t.t.).
- Pitaloka, Nara, dan Fitria Yuliani. *OPTIMALISASI INSTAGRAM SEBAGAI STRATEGI BRANDING (STUDI KASUS PADA @minumin.bengkulu)*. 6 (2025).
- Prasetya, Hendra, Feggy Nurdiyansah, Ahmad Sarbini, dan Asep Iwan Setiawan. *Media Sosial Sebagai Agen Sosialisasi Nilai Keislaman: Representasi dan Negosiasi Busana Muslim di Instagram*. 6, no. 6 (2026).
- Pratiwi, Ananda Vidyaratni Mega, dan Rizki Amalia Sholihah. “Evolusi dan Eksistensi Model Abaya pada Masa Modern di Jazirah Arab.” *Al-Adabiya: Jurnal Kebudayaan dan Keagamaan* 15, no. 02 (2020): 229–41. <https://doi.org/10.37680/adabiya.v15i02.620>.
- Qadir, Abdul, dan M. Ramli. *MEDIA SOSIAL (DEFINISI, SEJARAH DAN JENIS-JENISNYA)*. 3 (2024).
- Rahmau'dina, Revina Widya, Marcellino Fredico, dan Bagus Cahyo Shah Adi Pradana. “MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI INTERAKTIF DI GRANDE GARDEN CAFE.” *RELASI: Jurnal Penelitian Komunikasi (e-ISSN: 2807-6818)* 4, no. 03 (2024): 11–18. <https://doi.org/10.69957/relasi.v4i03.1613>.
- Ramadhonan, Ruli Inayah. *KONSTRUKSI SOSIAL MEDIA MASSA ATAS HUBUNGAN INDONESIA-MALAYSIA DAN PENGARUHNYA TERHADAP NETWAR-TAUNTWAR*. 23 Agustus 2020. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.6790603>.
- Riswan, Muhammad. *Interaksi Simbolik dalam Dakwah Instagram: Studi Kualitatif Pada Remaja Muslim Perkotaan*. 10 (2026).
- Salsabila, Alfa, dan Isa Anshori. “Dampak Digitalisasi dan Media Sosial terhadap Interaksi Sosial di Masyarakat.” *Jurnal Penelitian Inovatif* 5, no. 2 (2025): 1873–80. <https://doi.org/10.54082/jupin.1059>.
- Shimek, Elizabeth D. *The Abaya: Fashion, Religion, and Identity in a Globalized World*. t.t.
- Sholeha, Nadinda Alisya Hapsari, Trie Damayanti, dan Susie Perbawasari. *Pengaruh Penggunaan Identitas Visual Pada Konten Instagram @Mrtjkt Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pengguna Mrt Jakarta*. t.t.
- Simamora, Rani Marsela, Parlaungan Gabriel Siahaan, Novridah Reanti Purba, dkk. “Pengaruh Anonimitas di Media Sosial terhadap Kebebasan Berpendapat dan Tanggung Jawab Hukum Studi Kasus: (Analisis Kasus Akun Fufufafa dalam Penyebaran Informasi Palsu dan Ujaran Kebencian di Media Sosial Twitter): Penelitian.” *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan* 3, no. 4 (2025): 4647–52. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v3i4.1050>.

- Suprapti, Diyan, Seni Apriliya, dan Akhmad Nugraha. “Penggunaan Bahasa Gaul Pada Peserta Didik Sekolah Dasar.” *PEDADIDAKTIKA: Jurnal Ilmiah Pendidikan Guru Sekolah Dasar* 8, no. 3 (2021): 769–79. <https://doi.org/10.17509/pedadidaktika.v8i3.39247>.
- Syifa, Nanda Mardliatu. *Representasi Hijab Syar'i pada Situs SUARAIslAM.id*. 2020.
- Tahir, Nur Alfiah, dan Haerani Nur. *Representasi Identitas Pribadi di Media Sosial*. t.t.
- Tika Rahmawati. *Representasi Fikih Wanita di Media Sosial TikTok (Analisis Model Stuart Hall pada Akun TikTok @nu-online)*. 2024.
- Waruwu, Marinu. *Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi*. 7 (2023).
- Yulianti, Desiana Ayu, Nesya Sekar Nugrahaningtyas, Nur Wahid, M. Zhafran Ramadhan, dan Nuke Ladyna. “Ragam Bahasa Dalam Komentar Netizen Terhadap Publik Figur Laura Meizani Mawardi (Lolly) di Platform Media Sosial Instagram: Language Variety in Netizen Comments on Public Figure Laura Meizani Mawardi (Lolly) on the Instagram Social Media Platform.” *KIRANA: Social Science Journal* 2, no. 2 (2025): 64–72. <https://doi.org/10.61579/kirana.v2i2.304>.
- Yulianti, Rahayu. “KONTEN VISUAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MEMBANGUN BRAND IMAGE KAMALEENS.” *Jurnal Ilmu Komunikasi* 3, no. 1 (2025).
- Zuniananta, Luthfi Endi. *PENGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI INFORMASI DI PERPUSTAKAAN*. 2021.