

Selfie Jilbab : Produksi Identitas Virtual Perempuan Di Instagram

Juliana Kurniawati¹, Fitria Yuliani², Linda Safitra³

Universitas Muhammadiyah Bengkulu

Article Info

Article history:

Received : 03 May 2023

Publish : 03 July 2023

Keywords:

Selfie

Jilbab

Identitas

Instagram

Info Artikel

Article history:

Diterima : 03 Mei 2023

Publish : 03 Juli 2023

Abstract

Selfie jilbabs are an interesting selfie style to study because jilbabled women often seem to have no freedom in producing virtual identities. Some religious norms are considered to limit self-representation in cyberspace. This article aims to examine the production of virtual identity formed by women wearing headscarves through selfies on compilation accounts on Instagram. Theo van Leeuwen's social semiotics and Michel Foucault's concept of technology of the self are used to examine uploads of selfie jilbabs on the compilation accounts @jilbab_chantik, @selfie_mukena and @jilbab_sweet. The third account of this compilation was chosen because it represents three representations of selfie style. Instagram is a space that offers freedom for women who wear hijab to express themselves through photos. However, when the photo is submitted to the admin compilation account for editing, a modification of the authority for the photo occurs. A study of three photo compilation accounts shows three dominant virtual identities generated by admins, namely beautiful women, sexy women, and pious women. Viewers confirmed these three identities by liking and actively commenting on photos uploaded to the Instagram newsfeed.

Abstrak

Selfie jilbab merupakan salah satu gaya selfie yang menarik untuk dikaji karena perempuan berjilbab seringkali dianggap tidak memiliki kebebasan dalam memproduksi identitas virtual. Seperangkat norma agama dianggap membatasi representasi diri di ranah virtual. Artikel ini bertujuan untuk mengkaji produksi identitas virtual yang dibentuk oleh perempuan berjilbab melalui foto selfie pada akun kompilasi di Instagram. Semiotika sosial Theo van Leeuwen dan konsep teknologi diri Michel Foucault digunakan untuk mengkaji unggahan foto selfie jilbab dalam akun kompilasi @jilbab_chantik, @selfie_mukena dan @jilbab_sweet. Ketiga akun kompilasi ini dipilih karena mewakili tiga representasi gaya selfie. Instagram adalah sebuah ruang yang menawarkan kebebasan bagi para perempuan berjilbab untuk mengekspresikan dirinya melalui foto. Namun, saat foto tersebut diserahkan pada admin akun kompilasi untuk dipromosikan, maka terjadi pergeseran kuasa atas foto tersebut. Kajian atas ketiga akun kompilasi foto menunjukkan tiga identitas virtual dominan yang diproduksi oleh admin yaitu perempuan cantik, perempuan seksi dan perempuan sholeha. *Viewer* mengkonfirmasi ketiga identitas tersebut dengan memberikan tanda suka dan aktif memberikan komentar pada foto yang diunggah di *newsfeed* Instagram.

This is an open access article under the [Lisensi Creative Commons Atribusi-BerbagiSerupa 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)



Corresponding Author:

Juliana Kurniawati

Universitas Muhammadiyah Bengkulu

Email : juliana@umb.ac.id

1. PENDAHULUAN

Teknologi informasi dan komunikasi terus berkembang dari waktu ke waktu. Tahun 1969 merupakan tonggak awal dimulainya era digital. Pada tahun tersebut internet pertama kali dibentuk oleh Departemen Pertahanan Amerika Serikat melalui sebuah proyek lembaga Advanced Research Projects Agency (ARPA). Saat itu masih berupa jaringan komputer sederhana yang diberi nama ARPANET menghubungkan 4 situs yaitu Stanford Research Institute, University of California, Santa Barbara, dan University of Utah. Keempat situs tersebut membentuk satu jaringan terpadu. Proyek ini yang menjadi cikal bakal terbentuknya jaringan internet yang kita kenal dan gunakan saat ini. Seiring dengan pesatnya penemuan beragam teknologi komunikasi berbasis jaringan internet diantaranya ditemukan dan diproduksi teknologi yang memfasilitasi kebutuhan eksistensi diri di ranah virtual. Produk berupa *smartphone* hadir mewarnai aktivitas hidup masyarakat modern. *Handphone* yang awalnya diciptakan untuk membantu memperlancar jalannya komunikasi suara dan teks jarak jauh antar manusia, kini berevolusi menjadi benda yang seolah merupakan kebutuhan primer bagi manusia modern.

Smartphone adalah rumah bagi beroperasinya beragam *software* aplikasi yang diciptakan untuk aktivitas virtual masyarakat diantaranya berfoto, berbelanja, mendengarkan musik, membaca, bermain, transaksi perbankan, menonton film dan bermedia sosial. Aplikasi - aplikasi tersebut diciptakan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat modern. Ada lima tingkat kebutuhan dasar manusia yaitu kebutuhan fisik, kebutuhan akan rasa aman, kebutuhan akan rasa memiliki dan kasih sayang, kebutuhan akan penghargaan dan kebutuhan aktualisasi diri. Aktualisasi atau eksistensi diri sebagai salah satu kebutuhan dasar manusia menghendaki untuk dipenuhi. Pada era digital ini kebutuhan tersebut dipenuhi melalui unggah aktivitas keseharian pada aplikasi media sosial. Media sosial memfasilitasi masyarakat untuk menampilkan identitas virtual guna memenuhi hasrat atas aktualisasi diri. Identitas virtual diri yang ingin dibentuk dapat ditampilkan melalui unggahan foto maupun teks. Jejaring media sosial yang terhubung dengan koneksi internet sebagai alat yang memiliki fungsi untuk berbagi informasi identitas virtual penggunanya. Melalui jaringan yang terhubung di media sosial, kita dapat menginformasikan kepada orang-orang tentang segala hal yang berhubungan dengan kita. Melalui media sosial, orang tahu tentang kita melalui jaringan media sosial mereka (Nimda, 2012). Kita dapat mengunggah gambar, teks dan video sebagai narasi diri kita di media sosial.

Foto disertai teks atau *caption* yang diunggah dalam akun media sosial disajikan dalam berbagai variasi gaya, ekspresi, warna, latar belakang yang terlalu menarik untuk diabaikan. Salah satu gaya foto yang digemari oleh masyarakat dunia maya atau *netizen* sejak kisaran tahun 2014 adalah gaya selfie. Media sosial berbasis visual dalam hal ini adalah Instagram dengan beragam fitur turut berperan mendukung kepopuleran fenomena selfie. Selfie (potret diri) merupakan salah satu fenomena yang populer di kalangan pengguna media sosial. Kegiatan memotret diri sudah dikenal sejak abad ke-19, meskipun istilah selfie sendiri baru muncul pada abad ke-21. Aksi foto selfie menjadi tren seiring dengan maraknya media sosial berbasis visual seperti Instagram. Beragam fitur turut dihadirkan dan selalu diperbaharui untuk meningkatkan kenyamanan penggunanya. Aktivitas memotret diri lalu mengunggahnya di Instagram seolah menjadi kebutuhan bagi sebagian orang. Instagram memudahkan kita untuk menemukan akun-akun yang memuat foto-foto selfie perempuan yang estetik, cantik dan memanjakan mata viewer.

Aksi selfie digemari oleh berbagai kalangan mulai dari anak, remaja, hingga dewasa. Masyarakat dari berbagai profesi, pemuka masyarakat, public figure, hingga kepala negara pun terpapar aktivitas selfie ini. Manusia sebagai makhluk sosial memiliki keinginan untuk diperhatikan, sebagai wujud eksistensi diri dalam lingkungan sosial di dunia nyata maupun virtual. Demikian pula perempuan pengguna Instagram akan melakukan representasi diri di dalamnya. Salah satu cara untuk merepresentasikan diri dengan mengabadikan momen pribadi mereka dalam bentuk gambar sebagai salah satu bentuk teks. Dimana melalui foto yang diunggah terjadi pertukaran makna antara pemilik foto dengan *viewer*. Sebagaimana Hall (2003) menyatakan :

“Representation means using language to say something meaningful about, or to represent, the world meaningfully, to other people. Representation is an essential part of the process by which meaning is produced and exchanged between members of a culture.....representation is the production of meaning through language”

Banyak perempuan berjilbab menunjukkan representasi citra diri melalui foto selfie yang diunggah di Instagram. Citra diri seorang perempuan ditampilkan melalui wajah dan tubuh yang didandani sedemikian rupa, swafoto, memilih foto terbaik, dan mengunggahnya di Instagram. Representasi diri yang ditunjukkan melalui foto ini merupakan bagian dari praktik membangun identitas di ranah virtual. Kegiatan potret diri pada dasarnya bersifat pribadi tetapi menjadi milik umum ketika gambar diri telah diunggah ke Instagram.

Ada dua jenis akun di Instagram yaitu akun pribadi dan akun kompilasi foto yang dioperasikan oleh admin. Perempuan berjilbab dapat mengunggah fotonya di akun pribadinya atau melalui akun kompilasi. Beberapa perempuan berjilbab lebih memilih akun kompilasi foto sebagai ruang representasi mereka. Namun, unggahan foto perempuan berjilbab di media sosial terkadang menimbulkan kontroversi. Pasalnya, perempuan berjilbab mengunggah

sejumlah nilai dan norma agama yang ingin dipatuhi yang terkadang bertentangan dengan keinginan perempuan untuk mengaktualisasikan diri atau menampilkan diri di ruang publik. Perempuan ini memiliki dualisme sekaligus yaitu keinginan untuk dikagumi oleh mereka yang memandang dan ingin tetap pada norma agama.

Hal tersebut terjadi karena adanya konstruksi yang dianut oleh masyarakat Indonesia bahwa perempuan yang memakai baju panjang disertai kerudung adalah pemeluk agama Islam. Seolah-olah pakaian dan atributnya "religius". Padahal dalam praktiknya perempuan berkerudung tidak melulu mereka yang memeluk agama Islam. Tradisi berkerudung ini juga dipraktikkan dalam agama Yahudi dan Kristen. Meski sama-sama berkerudung namun ada perbedaan tata cara penggunaannya. Sebagian masyarakat Indonesia mengkonstruksikan perempuan berjilbab sebagai perempuan yang bertaqwa, saleh dan tanpa cela. Prinsip taqwa dan kesopanan selalu melekat pada seorang perempuan berjilbab dalam artian ketika seorang perempuan berjilbab harus mengenakan pakaian yang sederhana dari ujung rambut sampai ujung kaki, tidak berlebihan, tidak mencolok. Padahal seorang perempuan menginginkan penampilan yang sempurna untuk tubuhnya, mendandani tubuhnya dengan gaya yang berbeda dari perempuan lainnya yang mencerminkan identitas diri.

Perempuan berjilbab dituntut untuk mengakomodir berbagai hal yang datang dari luar dan dalam diri. Dari luar ada norma agama, norma sosial, hadirnya media sosial yang memunculkan tren selfie; dan wacana kesalehan yang terus diproduksi di ruang virtual oleh sebagian orang. Sedangkan dari dalam ada keinginan dan kesenangan untuk eksis di media sosial sebagai kebutuhan. Jalinan hal-hal tersebut menimbulkan kontroversi di satu sisi ingin mematuhi aturan namun di sisi lain juga ingin eksis sebagai *netizen*. Keinginan untuk eksis sebagai *netizen* ditampung oleh akun kompilasi foto. Terkadang beberapa perempuan berjilbab tidak bisa mengekspresikan diri secara bebas di akun pribadinya karena berbagai alasan, mereka menemukan ruang di akun kompilasi foto. Beragam akun kompilasi foto terkait perempuan berkerudung dapat kita temukan di Instagram. Berbagai identitas dikonstruksikan oleh perempuan berjilbab melalui foto yang dikirimkan ke admin akun kompilasi. Berdasarkan latar belakang tersebut, saya ingin mengetahui identitas apa saja yang dikonstruksikan oleh admin akun kompilasi foto @jilbab_chantik, @selfie_mukena dan @jilbab_sweet. Apakah admin akun kompilasi foto memproduksi identitas virtual perempuan berjilbab yang tampil bersahaja dan santun menurut moral agama dan sosial dalam foto atau memproduksi identitas virtual alternatif menurut pandangan admin?

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam kajian ini adalah kualitatif dengan pendekatan teknologi konsep diri dan teori semiotika sosial untuk mengungkap representasi identitas virtual aspek tekstual selfie jilbab. Subyek penelitian adalah unggahan foto pada akun @jilbab_chantik, @selfie_mukena dan @jilbab_sweet serta *caption* dan *hashtag* yang menyertai. Pengumpulan data mengacu pada fakta-fakta virtual yang ditemukan pada ketiga akun tersebut dengan mengobservasi foto selfie jilbab yang diunggah oleh admin. Ketiga akun kompilasi tersebut di atas dipilih sebagai korpus karena merupakan akun yang memiliki admin aktif. Sedangkan untuk korpus kajian akan dipilih beberapa foto dengan kriteria like lebih dari 200. Hadirnya akun kompilasi di Instagram yang memuat foto-foto selfie jilbab menarik untuk dikaji secara mendalam terkait bagaimana admin memproduksi identitas virtual perempuan berjilbab. Selfie jilbab akan dianalisis menggunakan semiotika sosial dengan alat analisis teks multimodal seperti tabel berikut :

Function of meaning	Semiotic resources	
	Visual resources	Linguistic resources
Representational meaning	Contextualized/decontextualized Degree of visual modality Narrative/conceptual	Lexis

<p>Interactional meaning</p>	<p>Social distance > Personal (close up) > Social (medium shot) > Impersonal (long shot) Image act > Offer (absence of gaze at viewer) > Demand (direct gaze) Attitude > Low-angle shot > Eye-level shot > High-angle shot</p>	<p>Style Communicative act (speech act)</p>
<p>Compositional meaning</p>	<p>Relation between visual and linguistic resources</p>	

Tabel 1. Multimodal text analysis of selfies and caption published on Instagram (Veum dan Undrum, 2017)

3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Sulit membayangkan dunia tanpa Instagram (Bruner, 2016). Sebagian orang yang hidup di era milenium akan mencari jalan untuk memenuhi kebutuhan eksistensi menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-harinya dengan mengunggah foto atau video. Instagram dihadirkan untuk memfasilitasi terpenuhinya hasrat tersebut. Instagram (IG) merupakan salah satu media sosial yang digunakan untuk berkomunikasi di jaringan internet yang diluncurkan pada tahun 2010. Salah satu unggahan Instagram adalah foto selfie, termasuk selfie jilbab. Selfie menjadi bentuk komoditas (Iqani dan Schroeder, 2016) fenomena dan wacana global (Veum dan Undrum, 2017). A search on photo sharing app Instagram retrieves over 23 000 000 photos uploaded with the hashtag #selfie (Giroux, 2015). Foto selfie tersebut dapat dilihat oleh orang yang terhubung dengan kita karena foto tersebut disebar di jejaring Instagram yang dapat diakses dengan mudah menggunakan koneksi internet.

Penelitian mengenai selfie pernah dilakukan oleh Aslaug Veum dan Linda Undrum berjudul *The Selfie as a Global Discourse*. Penelitian ini menyajikan analisis wacana multimodal kritis tentang bagaimana orang memaknai aksi selfie pada era digital melalui praktik semiotika sosial (Veum dan Undrum, 2017). Theresa M. Senft dan Nancy K. Baym menulis : *What Does the Selfie Say, Investigating a Global Phenomenon* yang diterbitkan dalam *International Journal of Communication* 9 (2015). Penelitian ini mendeskripsikan perjalanan selfie sebagai fenomena global (Senft and Baym, 2015). #selfie: potret diri digital sebagai bentuk komoditas dan praktik konsumsi, artikel ini mengkaji penggunaan selfie sebagai komoditas oleh Mehita Iqani dan Jonathan E. Schroeder (2015). Kajian lain terkait selfie berjudul *The Self-and-The Transformation of The Public-Private Distinction* oleh Michael James Walsh & Stephanie Alice Baker diterbitkan dalam *Journal of Information, Communication & Society* (2017). Penelitian ini mendeskripsikan produksi dan konsumsi selfie dengan menggunakan pendekatan dramaturgi Goffman, untuk mengeksplorasi bagaimana 'Self-presentation' berlangsung dalam konteks selfie (Walsh and Baker, 2017). Perihal privasi terkait dengan peran selfie dan dampaknya pada batasan antara ranah publik dan ranah privat dalam kehidupan sosial kontemporer. Artikel *religious beings in fashionable bodies: the online identity construction of hijabi social media personalities* (Kavakci dan Kraeplin, 2016) membahas mengenai konstruksi identitas online oleh tiga hijabista dalam akun media sosial mereka. Kajian dalam artikel ini berbeda dengan beberapa tulisan yang disajikan di atas. Fokus kajian ini pada aksi selfie yang dilakukan oleh perempuan berjilbab sebagai sarana menunjukkan identitas dirinya di ranah virtual namun menjadi sebuah paradox tatkala foto selfie tersebut di serahkan pada admin akun kompilasi dimana identitas justru diproduksi oleh admin.

Perempuan berjilbab memiliki selera dan gaya tersendiri dalam mendandani wajah dan tubuhnya sebagai identitas diri, termasuk dalam mempraktikkan selfie. Namun ketika mereka akan menunjukkan diri banyak aturan yang membatasinya. Perempuan memiliki keinginan untuk menampilkan dirinya di hadapan orang lain agar orang lain melihat keberadaannya. Berbagai kontestasi terjadi dalam hal ini, sehingga seorang perempuan berjilbab harus mampu bernegosiasi dengan berbagai syarat dalam mewujudkan keinginannya. Konsep kesopanan menurut Walorp adalah “Konsep kesopanan terkait erat dengan konsep kehormatan, kesalehan, dan kesopanan serta hubungan gender, menjaga keperawanan perempuan muda, dan seksualitas” (2015). Mengenai kesopanan, perempuan muslim yang berorientasi pada masyarakat Barat menegosiasikan norma-norma yang secara jelas mengatur perilaku di ruang publik dan ruang privat bagi perempuan berjilbab, namun di era digital, media sosial menawarkan peluang untuk menegosiasikan norma-norma tersebut (Kavakci dan Kraeplin, 2016). Mereka dapat bernegosiasi di media sosial sesuai keinginan diri termasuk untuk memberikan foto selfie pada admin akun kompilasi di Instagram.

Selfie jilbab dalam akun kompilasi foto @jilbab_chantik, @selfie_mukena dan @jilbab_sweet. akan dianalisis dengan tabel 1 untuk mengungkapkan representasi, interaksi, dan makna komposisi. Sumber daya visual dan linguistik sebagai teks terjalin dengan konteks sosial di mana teks diproduksi dan digunakan, terdapat integrasi antara teks dan konteks. Berdasarkan pemaparan data tersebut, dapat dianalisis makna representasional pada poin pertama tentang latar belakang. Tampak bahwa sebagian besar subjek mempraktekkan kontekstualisasi dalam kategori selfie jilbab cantik; sedangkan pada poin kedua mengenai modalitas visual terlihat bahwa semua subjek menggunakan sumber daya editing yang dimiliki oleh kamera dan fitur editing yang terdapat pada aplikasi Instagram; sedangkan untuk poin ketiga mengenai aktivitas subjek dalam foto, terlihat bahwa seluruh subjek berada dalam posisi konseptual atau statis tidak melakukan aktivitas lain yang fokusnya hanya pada selfie.

Makna yang didapat dari representasi selfie jilbab yang estetik adalah bahwa selfie tetap dapat menarik perhatian *viewer* meskipun latar belakang masih terlihat dan dapat dideskripsikan secara jelas (kontekstual) dengan menonjolkan bagian subjek yang lain sehingga tidak menggeser fokus foto. Temuan ini berbeda dengan temuan Veum dan Undrum (2018) yang menyatakan bahwa selfie pada prinsipnya dapat merepresentasikan aktor sosial dalam berbagai cara, namun menurut temuan kami, sebagian besar representasi tampak sesuai atau dapat dianggap stereotip. Sebagian besar foto kurang lebih terdekontekstualisasi. Selfie jilbab yang mengeksplorasi sisi cantik ini memperlihatkan sebagian wajah yang dirias, memperlihatkan ekspresi wajah percaya diri yang anggun menawan. Identitas cantik nampak dominan pada akun @jilbab_sweet. Dalam akun @jilbab_chantik, perempuan ditampilkan sisi seksinya, berlawanan dengan akun @selfie_mukena. Admin akun @selfie_mukena menampilkan identitas perempuan berkerudung dari sisi religius yang diperkuat dalam *caption* dan *hashtag* misalnya terkait hadist, pengetahuan seputar agama serta nasehat.

Praktik selfie justru menempatkan posisi subjek lebih aktif bebas menentukan *angle* dan foto mana yang akan diunggah untuk menggantikan peran fotografer. Meski ada posisi subjek yang terjalin dengan objek selama praktik selfie sebagaimana Ana Peraica menyebut selfie sebagai paradoks sosial. Terkait hubungan antara subjek, objek, dan *viewer* dalam praktik selfie. Dalam praktik selfie antara objek, subjek dan *viewer* berbaur, membangun ruang *hybrid*. Terjadi pula percampuran antara ruang publik dan ruang privat dalam fotografi akibat ketidakjelasan yang terjadi antara objek, subjek dan *viewer*. Peraica menyebutkan bahwa Selfie adalah dua proses yang berlawanan “*subjectification of space an objectification of self, Transfers from self to the picture, from subject to object, I will name objectification, while rarer transfer from object to the subject, subjectification*” (Peraica, 2017). Saat foto selfie tersebut telah dikirimkan pada admin akun kompilasi, saat itulah diri menjadi objek bagi dirinya sendiri atau objektifikasi terhadap diri.

Selfie jilbab yang diunggah di Instagram sebagai sarana untuk menunjukkan representasi diri dan interaksi di dunia maya guna mendapatkan pengakuan dan pujian. *Representation is a*

process in which the makers of signs seek to make representation of some object or entity, whether physical or semiotic and in which their interest in the object, at the point of making the representation, is complex one, arising out of the cultural, social and psychological history of the sign maker and focused by spesific context in which the sign maker produces the sign (Kress dan van Leeuwen, 2006). Kehadiran Instagram telah mengubah cara masyarakat merepresentasikan dirinya terkadang tanpa sadar tidak memperhatikan ruang publik atau privat untuk memenuhi kebutuhan akan eksistensinya.

Aksi foto selfie menjadi bagian dari kebutuhan dan kesenangan bagi sebagian perempuan berjilbab. Keinginan perempuan berjilbab untuk tetap bisa menampilkan diri di hadapan publik terbentur dengan norma dan nilai agama. Keinginan untuk merepresentasikan diri ini kini difasilitasi oleh media sosial, khususnya Instagram. Instagram seperti album foto virtual bagi individu yang memiliki hasrat untuk mengunggah foto berbagai aktivitas dalam hidup mereka. Instagram ibarat ruangan dimana para perempuan berjilbab dapat memenuhi keinginannya untuk menampilkan dirinya sehubungan dengan keinginan untuk dilihat atau dilihat oleh orang lain. Lacan dalam teori psikoanalitik mengemukakan hubungan antara keinginan dengan kesenangan sebagai berikut : prinsip kesenangan adalah dorongan manusia yang tidak dapat dikendalikan untuk memuaskan hasrat atau selera akan sesuatu yang menjanjikan kenikmatan, kepuasan, dan kesenangan dalam pencapaiannya (Ott&Mack, 2010).

Keinginan perempuan berjilbab akan dipenuhi melalui akun kompilasi yang memiliki banyak *followers*, mereka mendapatkan lebih banyak pengakuan dari *followers* daripada mengunggah foto selfie di akun pribadi. Admin dibalik akun kompilasi ini memiliki identitas tersembunyi, secara gender bisa perempuan tapi bisa juga lelaki. Admin akun kompilasi aktif mengunggah foto di *news feed*, *Ig story*, dan *highlight*. Konsep Foucault tentang *technologies of the self* mengenai *a certain number of operations on their own bodies, on their own soils, on their own thought, on their conduct, and this is a menter so as to transform themselves, modifi themselves, and to attain a certain state of perfection, happines, of purity, of supernatural power* (Foucault, 1998). Di dalam diri sendiri terdapat teknik-teknik yang dapat digunakan seseorang untuk mencapai kebahagiaan hidup meskipun terkadang menimbulkan kontroversi tetapi dapat dinegosiasikan. Teknik ini digunakan oleh para perempuan berjilbab untuk mewujudkan keinginannya dengan mempraktekkan hijab selfie lalu memilih akun kompilasi yang dirasa tepat sebagai ruang untuk mereka menunjukkan diri. Ketika seorang perempuan memenuhi keinginannya untuk representasi diri, dia melakukannya. menjadi subjek yang memiliki agenda untuk dirinya sendiri, hanya saja ketika mereka menyerahkan foto pada admin maka sekaligus menyerahkan juga identitas virtual mereka untuk diproduksi bahkan direproduksi oleh admin.

Identitas adalah mengenai siapa diri kita, hubungan kita dengan orang lain, dan dengan dunia yang kita tempati. Identitas terkait dengan kapasitas diri dan bagaimana cara kita mengenali sekaligus mengukurnya. Sebagaimana yang dikatakan Katherine Woodward bahwa identitas terkait dengan konsep perbedaan, karena identitas seseorang didefinisikan oleh perbedaan. Kemunculan oposisi biner sama/beda tidak dapat dihindari. Konsep beda yang juga dipandang sebagai sebuah deviasi merupakan hal penting karena identitas bergantung pada konsep perbedaan. Perbedaan, seperti yang dikutip Woodward (1997: 35) dari Hall, dapat dipandang sebagai secara negatif seperti pengasingan dan marginalisasi dan dianggap sebagai *the other* atau yang lain. Identitas dalam konteks kajian ini adalah identitas virtual yang justru diproduksi oleh admin.

Komunikasi digital tidak hanya akan menciptakan identitas dalam konteks sosial untuk diri sendiri melainkan identitas diri yang sama sekali baru dapat tercipta di ruang digital. Steven Warburton (Warburton, 2010:10) : "Identitas digital dapat dipahami sebagai sebuah kontinum. Di satu ujung kita menemukan 'lebih sederhana' atau 'pandangan sempit' di mana identitas digital adalah 'kumpulan kredensial online' digunakan dalam transaksi elektronik ... Sebaliknya, ujung spektrum lainnya adalah dicirikan sebagai 'sisi fundamental' atau 'pandangan yang lebih luas'. Di sini identitas digital dipahami sebagai 'representasi online dari diri seseorang' atau 'representasi seseorang dalam a ruang digital'. Jika pandangan sempit tentang identitas digital mengacu pada

data yang digunakan untuk mewakili individu (seperti sebagai nama, alamat email, dll.), yang lebih luas terdiri dari kumpulan elemen yang ditunjuk presentasi diri di ranah virtual (2015:5).

Selfie adalah praktik teknologi diri dalam ruang virtual, di mana diri bebas mengkonstruksikan identitas melalui foto. Melalui teknologi diri, perempuan berjilbab mengidentifikasi dirinya di Instagram sesuai keinginannya dengan menjadi diri yang sebenarnya “the real me... this is me” atau diri yang diinginkan “i want to be.....”. Hal tersebut dapat dilakukan pada akun pribadi, namun penunjukkan identitas diri dalam akun kompilasi ini dibatasi oleh aturan admin. Admin memiliki *template* tertentu untuk foto, *caption* dan *hashtag*. Akun ini adalah ruang bagi representasi atas hasrat dan kesenangan, bukan ruang representasi tunggal bagi perempuan berjilbab saja. Meskipun perempuan berjilbab dalam hal ini direpresentasikan memiliki kekuatan dalam arti interaksional dan komposisional, namun kekuatan tersebut adalah kekuatan artifisial.

Hadirnya tiga identitas yang diproduksi, yakni cantik, seksi dan sholeha sebagaimana temuan dalam ketiga akun yang telah dianalisis. Identitas kesalehan tetap dipertahankan dan dikuatkan secara hakiki oleh mayoritas masyarakat yang menganut patriarki. Jilbab yang dulunya hadir sebagai simbol kesalehan kini menjadi properti aksi selfie. Perempuan sebagai pengguna media sosial terprovokasi untuk ikut memajang foto di akun ini dengan iming-iming mendapatkan tambahan *followers*. Penambahan *followers* bagi sebagian perempuan bagaikan mata uang yang berharga. Banyak *followers* berarti memiliki kekuatan untuk memberikan pengaruh. Admin akun kompilasi mengetahui hal tersebut, admin memiliki kuasa untuk menentukan identitas virtual yang diproduksi pada akun tersebut melalui foto yang dipilih untuk dipromosikan.

4. KESIMPULAN

Selfie sebagai bagian dari gaya hidup virtual telah menarik sebagian orang untuk mempraktekannya. Selfie jilbab merupakan salah satu dari sekian banyak gaya selfie yang menarik untuk dikaji. Perempuan berjilbab mempraktekkan selfie sebagai salah satu cara untuk memenuhi keinginan mendapatkan perhatian di Instagram yang diwujudkan melalui *like* dan bertambahnya jumlah *followers*. Identitas diri yang dikonstruksi di ranah privat kini bergeser ke ranah publik melalui visualisasi digital. Berbagai protokol Instagram yang memfasilitasi selfie membuat pengguna rela mengeksploitasi diri. Akun kompilasi hadir untuk memfasilitasi dan memediasi kebutuhan eksistensi diri sebagian perempuan berjilbab untuk menambah *followers* akun pribadinya.

Akun kompilasi @jilbab_chantik, @selfie_mukena dan @jilbab_sweet adalah etalase foto selfie yang memiliki admin untuk mengatur semua aktivitas di dalamnya. Akun admin ini mengontrol pengikut yang ingin fotonya dipromosikan atau dipublikasikan. Selfie yang mencerminkan subjektivitas diri, bebas menentukan *pose*, *angle*, ekspresi, gaya jilbab, aksesoris, dll telah berubah karena harus mematuhi aturan admin dalam akun kompilasi ini. Akun kompilasi admin berperan untuk mengatur pose, mengedit dan memiliki kewenangan untuk memilih foto yang dianggap cocok untuk dipromosikan.

Kajian atas akun kompilasi foto ini menunjukkan adanya tiga identitas virtual yang diproduksi yaitu cantik, seksi dan sholeha. Akun-akun kompilasi ini menggunakan Instagram untuk mempengaruhi pengikutnya dalam menetapkan standar cantik, seksi dan sholeha menurut kriteria admin, dimana admin pun mempraktekkan konsep teknologi diri. *Follower* mengkonfirmasi identitas yang diproduksi melalui tanda suka dan komentar pada foto yang diunggah di *newsfeed* Instagram. Identitas cantik dan seksi yang dikonstruksikan oleh admin ini untuk menarik *viewer* dan mempertahankan pengikut untuk memenuhi keinginan dan kesenangan admin. Penelitian tentang selfie jilbab belum banyak dilakukan. Selfie jilbab selalu menarik untuk diteliti seiring perkembangan teknologi berupa fitur yang dihadirkan untuk memudahkan praktik selfie. Mendalami tema penelitian ini terbuka lebar. Riset mendalam bisa dilakukan pada akun kompilasi lain untuk mengungkap tentang bagaimana admin menjaga keberlangsungan akun.

tentang bagaimana admin melakukan editing dan hal lain terkait akun kompilasi. Banyak riset menarik yang bisa dilakukan dalam tema selfie jilbab.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Foucault, M. 1998. Technologies of the self in Msrtn L.H.et.al. Technologies of the Self : A Seminar with Michael Foucault. London : Tavistock.
- Giroux, H. A. 2015. Selfie culture in the age of corporate and state surveillance. *Third Text*, 29(3), doi:10.1080/09528822.2015.1082339
<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09528822.2015.1082339?journalCode=ctte20> 155–164.
- Hall, S. 2003. Representation: cultural representations and signifying practices. London, England: Sage. 1-5.
- Iqani, M. and Schroeder, J. E. 2016. #selfie: Digital self-portraits as commodity form and consumption practice. *Consumption Markets & Culture*, 19(5), doi:10.1080/10253866.2015.1116784
<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10253866.2015.1116784?journalCode=gcmc20> 405–415.
- Kavakci, E and Kraeplin, CR., 2017. “Religious Beings in Fashionable Bodies : the Online Identity Construction of Hijabi Social Media Personalities,” *Media Culture and Society* Vol. 39 (6), <http://dx.doi.org/10.1177/0163443716679031>, pp.850-868.
- Miroiu, Crisia, 2015. The Selfies: Social Identities in the Digital Age. A paper submitted for publication in the proceedings of the Australian and New Zealand Communication Association Annual Conference, Swinburne University, Victoria 9-11 July, 2014.
- Nimda. 2012, March 1. Apa itu sosial media (What is media social). Unpas. Diakses dari <http://www.unpas.ac.id/apa-itu-sosial-media/>
- Webopedia. Netizen. Retrieved from <https://www.webopedia.com/TERM/N/netizen.html>
- Ott, B. L. and Mack, R. L. 2010. *Critical media studies*. London, England: Wiley Blackwell
- Peraica, Ana, 2017. *Culture of The Selfie : Self-Representation in Contemporary Visual Culture*, Amsterdam: Institute of Network Cultures, pp 10-16.
- Senft, T. M. & Baym, N. K. 2015. What does the selfie say? Investigating a global phenomenon. *International Journal of Communication*, 9., <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/4067/1387> 1588–1606
- Veum, A. and Undrum, L. V. M. 2017. The Selfie as a global discourse. *Discourse and Society*, 29(1), doi:10.1177/0957926517725979
<http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0957926517725979> 86–103.
- van Leeuwen, T., 2004. *Introducing Social Semiotics*. New York: Routledge. 56-60.
- Walsh, M. J. and Baker, S. A. 2017. The selfie and the transformation of the public–private distinction. *Information, Communication & Society*, 20(8), doi:10.1080/1369118X.2016.1220969
<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1369118X.2016.1220969> 1185–1203.