

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Hakikat manusia melakukan komunikasi untuk menyampaikan pesan kepada lawan bicaranya atau oranglain untuk mencapai tujuan tertentu. Jika menarik perkataan Effendy (2004) bahwa komunikasi tersebut dilakukan bukan hanya untuk memberikan informasi dan pesan kepada oranglain, namun untuk mengubah sikap, pendapat dan perilaku baik secara langsung maupun menggunakan media perantara. Media yang dimaksudkan disini, seperti media sosial instagram. Adapun yang saat ini terjadi, media sosial menjadi ruang komunikasi bagi semua golongan. Termasuk hadirnya kelompok baru yakni perempuan bercadar yang aktif menggunakan media sosial. Kelompok perempuan bercadar ini menjadi *micro influencer* yang mengisi peran-peran sebagai komunikator di media sosial mereka.

Adapun apabila ditarik perjalanan panjang mengenai cadar, sejarah mencatat berbagai cerita di balik keberadaan jilbab, sebagai sebuah identitas yang digunakan oleh perempuan muslim. Adapun cadar menjadi versi lanjutan dari penggunaan jilbab, yang memiliki konsekuensi jauh lebih besar, ketika perempuan muslim menggunakannya (MacDonald, 2016). Terlebih di Barat, cadar menjadi elemen yang dienyahkan dari kehidupan sosial, budaya dan politik. Selain itu juga pembatasan dan pelarangan terhadap cadar, dituangkan dalam ranah peraturan perundang-undangan sebuah Negara (Shirazi & Mishra, 2018). Seperti halnya peraturan yang ditetapkan di Belanda, melarang pemakaian cadar secara Nasional sejak Desember 2006. Kemudian di tahun yang sama, larangan dan pembatasan penggunaan cadar meluas hingga ke Jerman. Disusul oleh banyak Negara lainnya seperti Swedia, Belgia dan Spanyol (Sotsky, 2017).

Dalam menyuarkan larangan yang sama terhadap cadar, bahkan Negara-negara Arab pun seperti Republik Tunisia, memiliki sejarah panjang mendiskreditkan penggunaan cadar. Pemerintah Tunisia melarang para pelajar muslim perempuan, memakai cadar di lingkungan sekolah dan kampus. Tidak hanya itu, pada September 2006 pemerintah Tunisia menggelar operasi

pengamanan, dengan menjarah toko dan swalayan yang menjual jilbab dan cadar (Campbell, 2018).

Adapun kondisi di Indonesia, sebagai Negara dengan mayoritas umat Islam terbesar di dunia, berdasarkan data dari Badan Pusat Statistika proporsi penduduk muslim di Indonesia sebesar 87,2 persen dari total populasi penduduk di Tanah Air. Kondisi perempuan muslim yang menggunakan cadar di negeri ini, memang bukan lagi menjadi hal tabu. Namun tidak menutup kemungkinan juga masih banyak orang yang memiliki stereotip negatif kepada perempuan bercadar. Kehidupan muslimah bercadar yang terlihat eksklusif berpotensi menimbulkan stereotip negatif tersebut (Ratri, 2011).

Stereotip cenderung membuat kategori atas tampilan karakteristik perilaku orang lain berdasarkan kategori ras, jenis kelamin, kebangsaan, dan tampilan komunikasi verbal maupun nonverbal (Bordalo et al., 2016). Sehingga memunculkan pandangan bahwa perempuan bercadar merupakan sebuah kelompok tertentu yang menutup diri dan enggan berinteraksi dengan yang lain.

Cadar dianggap budaya Arab yang tidak sesuai dengan budaya Indonesia. Sehingga hal tersebut selaras dengan yang disampaikan Campbell (2018), bahwa penggunaan cadar masih di pandang sebagai bentuk fanatisme sempit, yang mengganggu kehidupan bernegara dengan label keberagaman. Hal tersebut yang menjadi rasionalisasi pelarangan penggunaan cadar, di beberapa lembaga pendidikan negeri dan instansi komersial. Dalam hal ini, penggunaan cadar belum mampu menembus ruang media massa, tempat lahirnya budaya-budaya populer (Holshoe, 2020). Sebagai contoh setiap terjadi aksi terorisme, media menampilkan cadar sebagai bagian dari indikator 'istri teroris' atau 'Islam garis keras dan fanatik' juga sebutan lain yang mengatas namakan simbol identitas Islam seperti cadar (Holshoe, 2020).

Kendati demikian, realitas yang terjadi saat ini, banyak dari perempuan bercadar yang menggunakan media sosial sebagai ruang bagi mereka untuk mempresentasikan diri, menjadi pribadi yang mampu beradaptasi dan aman juga menyenangkan (Lailiyah, 2016). Media sosial menjadi pilihan bagi perempuan bercadar untuk menampilkan citra diri mereka. Agar stereotip negatif yang biasanya dilayangkan pada perempuan bercadar terbantahkan. Perempuan muslim bercadar

saat ini, telah banyak menggunakan media sosial, dan menghapus kesan eksklusivitas dengan menampilkan diri mereka ke hadapan publik (Guta & Karolak, 2015).

Media sosial hadir sebagai alternatif yang bisa digunakan oleh perempuan muslim untuk menampilkan diri mereka, termasuk oleh perempuan bercadar. Jika di telisik lebih lanjut, selaras dengan yang disampaikan Daud (2018) bahwasannya keaktifan perempuan menggunakan media sosial, bukan hanya karena kegemaran menampilkan potret diri atau eksistensi mereka, melainkan juga karena kemudahan untuk menjangkau media sosial saat ini (Daud, 2018). Namun dengan hadirnya perempuan bercadar di ranah publik, seperti media sosial, ternyata tidak terbebas begitu saja, dari komentar yang banyak dilayangkan oleh warganet. Tindakan tersebut nyatanya malah mendatangkan pandangan baru terhadap perempuan bercadar, yang menampilkan diri mereka di media sosial seperti Instagram.

Contoh komentar yang di layangkan pada perempuan bercadar yang gemar mengunggah swafotonya, di beritakan oleh media arus utama (mainstream) salah satunya Tribun News pada 23 April 2018. Dalam berita dengan tajuk “Gadis Bercadar Dikritik Karena Terlalu Sering Bagikan Selfie”, menarasikan tentang komentar dari warganet terkait aksi gadis bercadar, yang biasa mengunggah swafotonya. Banyak warganet beranggapan bahwa cadar yang di gunakan perempuan itu sia-sia, karena masih saja mengumbar swafotonya.

Di lengkapi dengan sebuah opini yang di lansir dari Republika pada 12 September 2019, mengenai hukum Islam dalam memandang perempuan berswafoto. Dalam tulisan tersebut di jelaskan secara singkat mengenai kaidah fikihnya. Dimana asal hukum swafoto bagi perempuan muslim itu mubah yang berarti di perbolehkan, sampai ada dalil yang mengharamkannya. Adapun halal dan haramnya itu di tentukan oleh tujuan atau niat mengunggah swafoto tersebut. Dan diperlukannya kehati-hatian dalam menjaga aurat yang bisa saja tampak ketika berswafoto. Akan tetapi mengunggah hasil swafoto, tidak semata-mata hanya perilaku narsistik, Wickel (2015: 11) juga menyebutkan bahwa media sosial seperti Instagram juga berkaitan dengan status sosial dan bagian dari representasi diri terkuantifikasi (*quantified self-representation*).

Presentasi diri atau di sebut juga *self presentation* ini adalah tindakan menampilkan diri yang dilakukan oleh setiap individu untuk mencapai sebuah citra diri yang diharapkan (Luik, 2014). Sederhananya, *self presentation* itu usaha membentuk kesan yang baik tentang diri di hadapan orang lain. Hal tersebut dilakukan oleh individu, ketika berhadapan dengan individu lainnya. Dalam hal ini, presentasi diri coba dimunculkan oleh perempuan bercadar, baik itu dalam bentuk individu dengan akun pribadi media sosial mereka. Atau ada juga bermunculan beberapa komunitas bercadar, yang menampilkan sisi inklusif para perempuan bercadar. Sebagai bentuk menciptakan citra baik dan positif, bahwa cadar bukanlah simbol fanatik maupun eksklusivitas. Namun cadar sebagai simbol agama, yang juga dapat mengadopsi nilai-nilai modern dan membuat kehadirannya lebih humanis (Dewi & Dharmawan, 2019).

Adapun yang menjadi objek dari penelitian ini adalah *micro influencer* bercadar. *Micro influencer* ini muncul seiring dengan perkembangan dan kepopuleran media sosial termasuk (Gallois et al., 2018). Menurut Lowe-Calverley & Grieve (2021) *micro influencer* salah satu klasifikasi influencer dari beberapa kategori berdasarkan jumlah pengikut (followers) di Instagram, yang memiliki jumlah pengikut antara 1 ribu hingga 100 ribu. *Micro influencer* fokus pada ceruk atau area tertentu, yang pada umumnya dianggap sebagai spesialis topic oleh para pengikutnya (Lowe-Calverley & Grieve, 2021). Mereka memiliki hubungan yang lebih kuat, dari pada influencer biasa. Hal tersebut sering kali didorong oleh persepsi *micro influencer*, sebagai pemimpin opini dari suatu pokok bahasan dalam lingkup pengikut yang homogen (Vod et al., 2019).

Dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan pada *micro influencer* bercadar dan seperti apa mendefinisikan cadar bagi mereka. Selain itu mengenai presentasi diri yang ditampilkan *micro influencer* bercadar di Instagram, sebagai perempuan yang gemar mengunggah swafotonya. Namun kasus perempuan bercadar yang aktif menggunakan Instagram, sebagai ruang mempresentasikan diri dengan menampilkan swafoto mereka, justru menuai komentar dari beberapa kalangan. Pasalnya, penggunaan cadar yang menutupi bagian kepala juga wajah, dimana hanya menampakkan kedua matanya saja mencitrakan perempuan yang tertutup (Setiadi, 2018).

Adapun sejauh yang di ketahui peneliti, belum banyak penelitian yang berfokus pada studi kasus swafoto perempuan bercadar. Beberapa penelitian sebelumnya menjadikan kalangan remaja atau generasi milenial sebagai objek penelitian yang berkaitan dengan swafoto. Seperti studi yang dilakukan oleh (Purwati, 2015) yang membahas tentang pengalaman remaja perempuan dalam aktivitas swafotonya di Instagram. Serta meneliti lebih lanjut terkait konsep diri lewat penampilan fisik yang terbentuk dalam diri masing-masing remaja perempuan. Studi tersebut menunjukkan bahwa remaja perempuan berlomba-lomba untuk terlihat cantik melalui hasil swafoto yang di unggah di media sosial Instagram.

Senada dengan penelitian yang dilakukan oleh (Oktavia & Sudaryanto, 2018). Dalam penelitian tersebut, membahas tentang motif penggunaan foto selfie sebagai bentuk eksistensi diri dalam media sosial Instagram. Penelitian yang dilakukan oleh Dwi Ajeng dan Edy Sudaryanto menggunakan metode penelitian kualitatif dengan beberapa teori yang diaplikasikan seperti teori motif Maslow, teori penggunaan dan pemuas kebutuhan. Riset tersebut menjadikan mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya sebagai narasumber mereka. Dan penelitian tersebut menunjukkan bahwa terdapat beberapa motif dari penggunaan foto selfie sebagai bentuk eksistensi diri di Instagram, yaitu harapan untuk mendapat respon sosial yang dapat mempengaruhi eksistensi diri, mengikuti tren yang berkembang agar tidak ketinggalan zaman, serta agar keberadaannya diakui orang lain.

Dua penelitian di atas berfokus pada remaja dan generasi milenial pada umumnya yang gemar melakukan aktivitas swafoto. Artinya, belum banyak peneliti yang membahas studi kasus swafoto di kalangan perempuan bercadar, khususnya *micro influencer* bercadar sebagai kelompok yang dianggap tertutup. Namun *micro influencer* bercadar ini bersikap sebaliknya dengan menampilkan diri di media sosial. Dalam hal ini, peneliti membahas lebih lanjut terkait komunikasi yang tersirat dalam konsep dan strategi *micro influencer* bercadar dalam mempresentasikan diri di media sosial.

Kajian ini cukup menarik untuk dibahas, mengingat betapa bertolak belakangnya konsep swafoto yang mewakili gaya hidup terbuka dengan definisi cadar sebagai penutup batas perempuan muslim. Selaras dengan yang disampaikan

Holshoe (2020) Pada hakikatnya cadar berarti menutupi, menjaga dan menjauhi, bukan berlomba-lomba mengumbar apa yang sudah tertutup dengan rapi. Perempuan muslim yang memiliki komitmen menggunakan cadar, setidaknya dapat meminimalisir atau tidak lagi mengupload hasil swafoto di dunia maya. Sehingga perlu adanya penelitian lebih lanjut tentang mengapa dan bagaimana kasus swafoto perempuan bercadar bisa terjadi.

Oleh karena itu, peneliti ingin mengkaji seperti apa definisi cadar bagi *micro influencer* bercadar dan alasan dibalik swafoto yang mereka unggah di Instagram. Selain itu, peneliti juga ingin mengetahui bagaimana *micro influencer* bercadar mempresentasikan dirinya. Untuk meneliti studi kasus tersebut, peneliti menggunakan metodologi kualitatif deskriptif dengan pendekatan kasus. Senada dengan pernyataan (Raco, 2018), metodologi ini membantu peneliti mengkaji secara mendalam, yang mana berhubungan dengan ide, persepsi, pendapat atau kepercayaan orang yang diteliti.

Pada praktiknya peneliti melakukan pengamatan pada *influencer* bercadar yang aktif serta berinteraksi satu sama lain di media sosial. Dalam pemilihan narasumber yang akan diteliti, ada beberapa aspek yang dipertimbangkan oleh peneliti, berdasarkan rujukan dari (Creswell, 1998:111-113) yang menyebut dalam melakukan studi kasus, bergantung pada kapabilitas orang yang akan diwawancarai, untuk dapat mengartikulasikan pengalaman hidupnya. Karenanya peneliti memiliki beberap aspek pertimbangan seperti, memilih narasumber sesuai dengan kategori *micro influencer* berdasarkan jumlah followers, kemudian terdapat interaksi aktif di instagram narasumber bersangkutan. Selain itu, postingan yang di sajikan baik itu yang menampilkan potret swafoto maupun video terbilang banyak. Maka dengan begitu, dapat mencakup judul penelitian ini yaitu Presentasi Diri Virtual Wanita Bercadar (Studi Kasus Pada Influencer Bercadar Di Instagram).

1.2 Rumusan Masalah

Berlandaskan uraian latar belakang permasalahan yang telah dipaparkan sebelumnya, lebih lanjut peneliti akan membuat identifikasi yang akan dipaparkan pada rumusan atau identifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana wanita bercadar menampilkan peranan mereka sebagai *micro influencer* di media sosial?
2. Mengapa perempuan bercadar memutuskan untuk menampilkan diri di media sosial?
3. Bagaimana strategi dan konsep presentasi diri yang ditampilkan *micro influencer* di media sosial instagram?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan atau identifikasi masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, hingga dapat diambil kesimpulan bahwa tujuan yang hendak diraih berkenaan dengan riset atau penelitian ini adalah:

1. Untuk menjelaskan motivasi dan peranan perempuan bercadar sebagai *micro influencer* di media sosial
2. Untuk menguraikan alasan dan motivasi perempuan bercadar memutuskan menampilkan diri di media sosial
3. Untuk menjelaskan strategi dan konsep presentasi diri yang ditampilkan *micro influencer* bercadar di media sosial khususnya instagram

1.4 Manfaat Penelitian

1. Segi Teoritis

Dalam kaidah teoritis, penelitian ini diprospekkan agar berkelanjutan sebagai riset atau penelitian Ilmu Komunikasi pada bidang Komunikasi Media Baru dan Psikologi Komunikasi terkait penggunaan media sosial atau social platform dan self presentation. Memberikan informasi tentang gambaran bagaimana sebuah akun instagram *micro influencer* bercadar yang gemar mengunggah swafotonya di media sosial. Penelitian ini diharapkan berkecukupan guna mendukung dan menguatkan teori-teori yang telah tersedia, juga menjadi sumbangsih dari segi gagasan pun informasi atau masukan.

2. Segi Kebijakan

Penelitian skripsi ini difokuskan agar bisa mengamalkan sudut pandang baru sekaligus memberikan wacana mengenai bagaimana sebuah

akun *micro influencer* mempresentasikan dirinya sebagai perempuan bercadar yang gemar mengunggah hasil swafoto mereka di Instagram.

3. Segi Praktik

Riset atau penelitian ini diharapkan dapat menjadi wacana sebagai bahan rujukan serta acuan guna riset setelahnya. Tidak hanya itu, penelitian ini pula diharapkan dapat memberikan informasi dan meningkatkan kesadaran kepada para pengguna media sosial untuk lebih bijak dalam mengakses dan mengunggah berbagai hal di media sosial, khususnya pada platform Instagram.

1.5 Struktur Organisasi Skripsi

Struktur organisasi penulisan skripsi menjadi hal primer untuk diberitahukan agar nantinya prosedur penelitian yang akan dilakukan menjadi jelas adanya, dan juga selaku standar guna melengkapi kaidah penyusunan karya ilmiah. Adapun eksplanasi struktur skripsi ini ialah:

BAB I : Pendahuluan

Pertama pada bagian ini akan dituliskan latar belakang penelitian secara struktural mulai dari landasan mengenai hal penting yang mengharuskan riset atau penelitian ini untuk dilakukan, ruang lingkup penelitian, sampai dengan argumentasi mengenai sekat yang menarik dalam tema atau topik riset. Adapun susunan yang terdapat pada BAB I ini berisi latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan struktur organisasi penulisan skripsi.

BAB II : Kajian Pustaka

Kemudian pada bagian ini akan memuat teori-teori, dan konsep-konsep yang dianggap relevan guna mendukung keberadaan dari penelitian ini sendiri. Berisi pula penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian ini, kerangka pemikiran serta paradigma penelitian yang mendeskripsikan teori, konsep juga hasil yang hendak didapatkan dari penelitian ini serta hipotesis penelitian. Salah satu teori yang mendukung dalam penelitian ini adalah teori dramaturgi dalam konsep presentasi diri.

BAB III : Metode Penelitian

Lalu pada bagian ini hendak dipaparkan tata cara secara tuntas yang sejalan dengan penelitian yang hendak dicoba. Mulai dari desain serta pendekatan penelitian, partisipan penelitian, tata cara penelitian, tipe penelitian, metode pengumpulan data, analisis data serta uji keabsahan data.

BAB IV : Temuan dan Pembahasan

Selanjutnya pada bagian ini akan dipaparkan temuan dan pembahasan dari penelitian terkait Presentasi Diri Virtual Wanita Bercadar (Studi Kasus Pada Influencer Bercadar Di Instagram).

BAB V : Kesimpulan dan Saran

Pada bagian ini akan ditulis mengenai kesimpulan dari hasil penelitian yang telah diolah sebelumnya oleh peneliti. Selain itu perlu adanya penulisan inti atau hal-hal berarti yang didapatkan dari hasil riset, juga membagikan anjuran atau implikasi terkait hasil penelitian, serta kemudian rekomendasi bagi beberapa pihak terkait yang terlibat dalam riset atau penelitian skripsi.

