



ABSTRACT

There is a new type of identity emerging on Instagram lately, that is face-veiled women which also known as Niqabish. Even though this identity is still considered negative by Indonesian society, there are many Niqabish Instagram account showed up, even be famous (called Instaceleb). The fact that those accounts are famous on Instagram shows that there is a contradiction between how people see this identity in social media and real world. This phenomenon is explored in a combination of unique way, that is through; (1) the identification of various Niqabish Instacelebs and (2) the usage of influential symbols.

Research is conducted through an in-depth discussion about three samples of Niqabish Instagram accounts, those are @wardahmaulina_, @intansurullah22, and @thytzu. This research employs Goffman framework taken from derivative research of Alsaggaf, which is relevant with online world. The research result shows that Niqabish Instacelebs tend to build an identity of independent and active woman. The identity is shown by Niqabish Instacelebs through commercial and traveling activities, as well as opinion delivery in the public freely. Till today, society sees Niqabish as a close and exclusive group of women. Thus, those Niqabish Instacelebs are trying to break the stigma by promoting Islam in an acceptable way, which follows nowadays trend.

Keywords: selebgram bercadar, content analysis, identity construction, Goffman.



ABSTRAKSI

Dewasa ini terdapat jenis identitas baru yang sedang ramai bermunculan di Instagram yakni identitas para perempuan bercadar. Meskipun identitas tersebut masih dipandang negatif di mata masyarakat Indonesia, namun sederet akun *selebgram* perempuan bercadar terlihat banyak bermunculan. Fakta bahwa kalangan perempuan bercadar justru menjadi populer dan bahkan menjadi *selebgram* menunjukkan kontradiksi atas perbedaan identitas mereka di dunia nyata dan di ranah media sosial. Fenomena ini kemudian ditelaah melalui sebuah kombinasi cara yang unik, antara lain melalui; (1) identifikasi terhadap berbagai akun *selebgram* bercadar, serta (2) penggunaan simbol-simbol yang berpengaruh.

Penelitian ini dilakukan melalui pembahasan secara mendalam terhadap tiga sampel akun Instagram *selebgram* bercadar, antara lain @wardahmaulina_, @intansurullah22, dan @thytzu. Penelitian ini menggunakan kerangka kerja Goffman yang diambil dari penelitian turunan Alsaggaf berlandaskan relevansinya dalam ranah *online*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa para *selebgram* bercadar cenderung membentuk identitas perempuan yang aktif dan mandiri. Identitas ini ditunjukkan dengan aktivitas komersial, kebebasan berwisata, serta kebebasan berpendapat di depan khalayak ramai. Hingga saat ini, masyarakat masih memandang perempuan bercadar sebagai sosok yang eksklusif dan tertutup. Namun para *selebgram* bercadar berusaha mematahkan stigma tersebut dengan mengampanyekan agama Islam dalam koridor yang dapat diterima public yakni dengan mengikuti arus budaya populer.

Kata kunci: *selebgram* bercadar, *content analysis*, *identity construction*, Goffman.