

INTISARI

Muslimah berniqab sering dipandang secara negatif oleh masyarakat. Mereka sering diasosiasikan dengan aliran radikal dan terorisme. Pandangan tersebut perlahan mulai berubah dengan adanya media sosial. Kemunculan komunitas muslimah berniqab atau *niqabis* di Instagram membuat citra niqab perlahan bergeser. Apalagi kini semakin banyak *influencer* berniqab dengan popularitas yang luar biasa, sehingga membuat niqab lebih akrab di tengah masyarakat. Namun, pergeseran tersebut rupanya mengundang kontroversi lainnya. Kini niqab tidak hanya menjadi atribut agama, namun juga sebagai bagian dari identitas hingga komoditi ekonomi politik. Dalam penelitian ini akan dikaji lebih lanjut bagaimana *niqabis* menggunakan postingan, terutama foto *selfie* untuk mengkonstruksi identitas mereka melalui Instagram. Analisis yang dilakukan pada dua akun, @diananurliana dan @wardahmaulina_ menunjukkan bahwa identitas dibentuk melalui foto *selfie* yang dilengkapi *caption*. Baik Diana maupun Wardah memanfaatkan tatapan mata, ukuran frame hingga *angle* untuk berinteraksi dengan *viewers*. Sementara *caption* digunakan untuk memberikan keterangan atas foto dan juga sebagai ruang ekspresi dan berpendapat. Di sisi lain *selfie* yang diunggah juga bertujuan untuk membentuk citra atau *branding*. *Selfie* yang diunggah telah dipilih sedemikian rupa sehingga dapat membentuk citra mereka sebagai *niqabis* modern yang cerdas, mandiri dan berasal dari kalangan kelas atas.

Kata kunci: *niqab, niqabis, selfie, Instagram, identitas*

ABSTRACT

Veiled Muslim women are often seen negatively by the public. They are often associated with radicalism and terrorism. That view slowly began to change with the presence of social media. The emergence of veiled or niqabis Muslim communities on Instagram made niqab's image slowly shift. Especially now, many influencers who use niqab, have tremendous popularity, thus making niqab more familiar in the community. However, this shift led to other controversies. Now niqab is not only a religious attribute but also as part of the identity and the political economy commodity. In this study, we will further analyze how niqabis use posts, especially selfies, to construct their identity through Instagram. Analysis conducted on two accounts, @diananurliana, and @wardahmaulina_, shows that identity is formed through selfies with a caption. Both Diana and Wardah use gaze, frame size, and angle to interact with viewers. While the caption is used to provide information on photos and also as a space for expression and opinion. On the other hand, the uploaded selfie also aims to form an image or branding. The uploaded selfies have been chosen in such a way that they can form their image as a modern niqabis that is intelligent, independent and comes from the upper classes.

Keyword: niqab, niqabis, selfie, Instagram, identity