

ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai wacana cadar yang ada di media sosial Instagram. Dalam konteks ini cadar yang dimaksudkan adalah penutup wajah yang dipakai oleh perempuan muslim. Penelitian ini juga membahas bagaimana perempuan bercadar membangun citra diri yang ingin di tampilkan diri melalui media sosial Instagram. Serta bagaimana penerapan cadar oleh perempuan di Indonesia sebagai sesuatu yang identik dengan menutup diri namun tetap memiliki akun media sosial Instagram yang mempunyai konsep berbagi, eksistensi, terbuka dan global. Juga bagaimana perempuan bercadar mencoba merepresentasikan kehidupan keseharian di lingkungannya melalui apa yang ditampilkan dalam akun media sosial Instagram. Selain itu peneliti juga membahas realitas cadar dalam media dan dalam konteks yang ada di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode analisis wacana kritis atau *Critical Discourse Analysis* milik Norman Fairclough guna menganalisis hubungan yang ada serta apa yang menjadi diskursus dan makna simbolik yang ingin ditampilkan perempuan bercadar di media sosial Instagram. Peneliti melakukan analisis melalui temuan data berupa foto, *caption*, komentar, serta simbol-simbol yang ada dalam setiap komponen temuan data yang ada. Analisis dari Norman Fairclough berfungsi melihat hubungan serta motif-motif ideologis dalam teks serta praktik sosial yang menjadi basis lahirnya teks.

Hasil penelitian ini antara lain menemukan wacana cadar dalam akun instagram lima perempuan bercadar di Indonesia yaitu @nadzifahqolby, @renadakiska, @sekarr17, @widyaoctam, @apriliahermawanti dengan indikasi melalui teks yang muncul, konsep foto, intensitas mengunggah foto dan interaksi dengan para pengikut serta munculnya simbol-simbol budaya pop yang ingin di seajajarkan dengan cadar. Peneliti juga menemukan temuan data bahwa cadar menjadi wacana dalam media sosial instagram dengan bukti bahwa ternyata terdapat pengguna belum sepenuhnya bercadar di kehidupan nyata, dengan kesimpulan pengguna mencoba membangun representasi diri menjadi “perempuan bercadar” hanya di media sosial instagram saja, dengan kata lain hanya ingin menampilkan sisi religiusitas, dan masih ingin memperoleh pengakuan. Hal ini dibuktikan dengan terdapat temuan data berupa foto pengguna yang tidak menggunakan cadar. Selain itu peneliti mencoba memaknai simbol-simbol *popular culture* yang muncul dalam unggahan pengguna yang tentunya bukan merupakan simbol-simbol yang berhubungan dengan agama. Kemunculan simbol-simbol *popular culture* tersebut membuktikan indikasi bahwa esensi cadar mulai tergerus dengan pengaruh budaya pop serta modernisasi.

Kata Kunci : Wacana, Instagram, Cadar, Perempuan

ABSTRACT

This study discusses the veil discourse on Instagram social media. In this context the veil is meant to be a face covering worn by Muslim women. This study also discusses how veiled women build a self-image that they want to show themselves through Instagram social media. As well as how the application of veils by women in Indonesia as something that is identical with self-closing but still has Instagram social media accounts that have the concept of sharing, existence, openness and global. Also how veiled women try to represent everyday life in their environment through what is displayed on Instagram social media accounts. In addition, researchers also discussed the reality of veils in the media and in the context in Indonesia. This research uses Norman Fairclough's critical discourse analysis method to analyze existing relationships and what are the discourses and symbolic meanings that veiled women want to display on Instagram social media. The researcher conducts analysis through the findings of data in the form of photographs, commentary captions and symbols in each component found in the data. The analysis of Norman Fairclough serves to see the relationship and ideological motives in the text and social practices that form the basis of the birth of the text.

The results of this study include finding a veil discourse in the five veiled women's account in Indonesia, namely @nadzifahqolby, @renadakiska, @sekarr17, @widyaktam, @apriliahermawanti with indications through emerging texts, concept photos, intensity of uploading photos and interactions with followers and the emergence of pop culture symbols that are out of sync with religious teachings. Researchers also found data that veils became a discourse on Instagram social media with evidence that apparently there were users who were not fully veiled in real life, concluding that users tried to build self-representation as "veiled women" only on Instagram social media, in other words just wanting displays the side of religiosity, and still wants to get recognition. This is evidenced by the findings of data in the form of photos of users who do not use the veil. In addition, the researcher tried to interpret the pop culture symbols that appeared in user uploads which of course were not symbols related to religion. The emergence of popular culture symbols proves an indication that the essence of the veil began to erode with the influence of pop culture and modernization.

Keywords: *Discourse, Instagram, Veil, Women*