

REPRESENTASI MUSLIMAH DI INSTAGRAM (ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES PADA AKUN @HIJABOGRAPHIC)

THE REPRESENTATION OF MUSLIM WOMEN ON INSTAGRAM (A SEMIOTIC ANALYSIS BY ROLAND BARTHES OF THE @HIJABOGRAPHIC ACCOUNT)

Deli Luthfi Rahman

Dosen Pengampu Mata Kuliah Desain Komunikasi Visual – Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Sali Al-Aitaam

*Email Correspondence: official.upegraf@gmail.com

Received: 01-05-2026 | Revised: 20-05-2026 | Accepted: 01-06-2026 | Published: 29-06-2026

Abstract

The revolution in communication and information technology has ushered in a new era in media, also known as 'new media', where its presence is inextricably linked to computer-mediated and internet-based communication devices. One such new media technology is the emergence of the social media platform Instagram. Recently, Instagram has expanded its features to make the platform more comprehensive and enjoyable for its users. This trend has transformed social media into a new space for interaction and communication, attracting individuals and even communities to engage within it. One such community on Instagram is the Hijabografi community. This is a community that utilises graphic design as a medium to convey its message. In their Instagram posts, the Hijabografi community consistently features images of Muslim women wearing the hijab. The Hijabografi community has a specific aim in presenting this imagery. Ideas and concepts regarding Muslim women can be found in their Instagram posts. Indirectly, the Hijabografi account constructs an image of Muslim women in the digital space, where values concerning Muslim women are displayed. This study aims to uncover the signs within the posted images and to understand how Muslim women are represented on the Hijabografi Instagram account. The use of language in the form of images, words, sequences, narratives and so on, in Hijabografi's Instagram posts, represents its perspective on Muslim women. To uncover the representation of Muslim women, Roland Barthes's semiotics was employed; in his theory, Barthes examines meaning or symbols in language or signs, which are divided into two levels of significance—the denotative and connotative levels—as well as other aspects of signification, namely myth. From the seventeen hijab-wearing Instagram posts analysed, it was revealed that Muslim women possess piety, equality, freedom, strength, intelligence and independence, and these posts demonstrate three representations of Muslim women: firstly, the hijab as a symbol of Muslim women's religious faith; secondly, the equality of Muslim women and Muslim men; and thirdly, the relationship between the roles of Muslim women and men. Overall, the conclusion regarding the representation of Muslim women on hijab-wearing Instagram accounts is that Muslim women are pious, noble, intelligent and active.

Keywords: Representation; Muslim women; Instagram; Semiotics

Abstrak

Revolusi dalam teknologi komunikasi dan informasi ditandai dengan era baru dalam media, juga dikenal sebagai media baru, di mana kehadirannya tidak dapat dipisahkan dari perangkat komunikasi yang dimediasi oleh komputer dan internet. Salah satu teknologi media baru adalah lahirnya media sosial Instagram. Baru-baru ini, Instagram telah mengembangkan fitur-fiturnya sehingga lebih lengkap dan menyenangkan bagi penggunanya. Kecenderungan ini menjadikan media sosial sebagai ruang baru untuk interaksi dan komunikasi, menarik orang dan bahkan komunitas untuk ada di dalamnya. Salah satu komunitas yang ada di media sosial Instagram adalah komunitas Hijabografi. Sebuah komunitas yang menggunakan desain grafis sebagai media untuk menyampaikan pesannya. Dalam unggahan Instagram mereka, komunitas Hijabografi selalu memuat gambar perempuan Muslim yang mengenakan hijab. Komunitas Hijabografi memiliki tujuan dalam menampilkan citra ini. Ide dan konsep tentang perempuan Muslim dapat ditemukan dalam unggahan Instagram mereka. Secara tidak langsung, akun Hijabografi membangun citra perempuan Muslim di ruang digital, di mana nilai-nilai tentang perempuan Muslim ditampilkan. Penelitian ini bertujuan untuk

mengungkap tanda-tanda dalam gambar unggahan dan mengetahui bagaimana perempuan Muslim direpresentasikan di Instagram Hijabografi. Penggunaan bahasa dalam bentuk gambar, kata-kata, rangkaian, cerita, dan sebagainya, dalam unggahan Instagram berhijab, mewakili pandangannya tentang perempuan Muslim. Untuk mengungkap representasi perempuan Muslim, digunakan semiotika Roland Barthes, di mana dalam teorinya, Barthes memeriksa makna atau simbol dalam bahasa atau tanda yang dibagi menjadi dua tingkat signifikansi, yaitu tingkat denotasi dan tingkat konotasi serta aspek penandaan lainnya, yaitu mitos. Dari tujuh belas unggahan Instagram berhijab yang dianalisis, terungkap ketaatan, kesetaraan, kebebasan, kekuatan, kecerdasan, dan kemandirian yang dimiliki perempuan Muslim dan menunjukkan tiga representasi perempuan Muslim; Pertama, jilbab sebagai simbol kepercayaan agama perempuan Muslim. Kedua, kesetaraan perempuan Muslim dan laki-laki Muslim. Ketiga, hubungan peran antara perempuan Muslim dan laki-laki. Secara keseluruhan, kesimpulan dalam representasi perempuan Muslim di Instagram berhijab adalah bahwa perempuan Muslim adalah perempuan yang saleh, mulia, cerdas, dan aktif.

Kata kunci: *Representasi; Muslimah; Instagram; Semiotika*

PENDAHULUAN

Kecanggihan teknologi informasi dan komunikasi menandai era baru dalam sejarah manusia. Hal ini ditandai dengan era baru dalam media, yang dikenal juga dengan media baru (*new media*). Media ini ada yang menyebutnya media online, media digital, network media, media web dan lain sebagainya. Fakhruroji (2017:51) menjelaskan kehadiran media baru tidak terlepas dari perangkat komunikasi, yaitu komunikasi yang dimediasi oleh komputer atau yang disebut dengan *computer mediated communication* (CMC). Istilah tersebut secara spesifik merujuk kepada komunikasi yang dihubungkan melalui sebuah komputer sehingga dapat bertukar informasi melalui internet.

Salah satu teknologi media baru adalah lahirnya media sosial, dimana didalamnya memungkinkan terjadinya proses interaksi dan pertukaran informasi antar penggunanya. Media sosial hadir ditengah manusia sebagai platform yang memberikan layanan interaksi yang mudah dan murah. Dilengkapi dengan berbagai fitur sebagai pendukung dan pelengkap sehingga menyenangkan bagi penggunanya. Mengutip data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pada tahun 2018 pengguna internet mencapai 171 juta orang, dari angka tersebut 95 persennya menggunakan internet untuk mengakses media sosial. ([www.kominfo.go.id/diakses tanggal 19 Desember 2019](http://www.kominfo.go.id/diakses_tanggal_19_Desember_2019))

Salah satu media sosial yang banyak digunakan di Indonesia saat ini adalah Instagram. Pada tahun 2017 saja Indonesia menjadi salah satu negara dengan jumlah pengguna terbanyak. Menurut data Kemenkominfo, mengutip data facebook, dari 700 juta total pengguna aktif instagram saat ini, 45 juta berasal dari Indonesia dan didominasi dari kalangan perempuan. ([www.kominfo.go.id/diakses tanggal 19 Desember 2019](http://www.kominfo.go.id/diakses_tanggal_19_Desember_2019))

Instagram sebagai ruang sosial diranah digital, secara otomatis menarik kelompok sosial atau komunitas di masyarakat masuk kedalamnya. Instagram menjadi ruang bagi banyak komunitas untuk menyampaikan pesan komunitasnya dan keberadaannya. Pada akhirnya eksistensi komunitas diperhitungkan jika dapat eksis di ruang digital tersebut. Sehingga ruang digital tidak hanya dianggap sebagai media penyampai pesan saja, namun lebih jauh menjadi dunia baru yang memiliki peran penting dalam keberlangsungan sebuah komunitas.

Beberapa komunitas yang hadir di media sosial instagram diantaranya adalah komunitas dakwah, yang terdiri dari beberapa individu muslim dari berbagai latar belakang yang berbeda dan memiliki ketertarikan yang sama dalam menyiarkan Islam. Banyak komunitas dakwah yang memanfaatkan media sosial

Instagram, sebagai media dan ruang baru dalam menyebarkan pesan dakwahnya. Hijabographic adalah salah satunya, komunitas perempuan muslimah yang berdakwah menggunakan desain grafis sebagai media penyampai pesannya.

Dakwah yang dilakukan oleh Komunitas Hijabographic melalui instagramnya, sangat menarik untuk didalami. Dakwah yang memanfaatkan grafis sebagai metode dan medianya dalam menyampaikan pesan serta Muslimah sebagai pelaku dakwah atau menjadi subjek, sangat jarang terbaca oleh khalayak, terlebih lagi dalam dunia dakwah yang banyak didominasi oleh kaum pria. Padahal pada ranah-ranah tertentu dan cara-cara tertentu dakwah akan lebih efektif dilakukan oleh seorang perempuan berdasarkan karakteristik penyampainya.

Dalam postingan Feed Instagramnya, komunitas Hijabographic selalu menampilkan penggambaran seorang wanita berhijab atau jilbab. Penggunaan simbol hijab atau jilbab untuk perempuan muslimah bukan tanpa sebab, pasti memiliki maksud dari penggunaannya, khususnya untuk menggambarkan bagaimana sosok seorang perempuan muslimah. Ide, gagasan, serta konsep mengenai perempuan muslimah ditampilkan melalui postingannya. Secara tidak langsung akun hijabographic sedang mengkonstruksi perempuan muslimah diruang digital, dimana nilai-nilai mengenai perempuan muslimah ditampilkan.

Sebagai sebuah individu ataupun kelompok, komunitas Hijabographic memiliki pandangan dan pemahaman mengenai hidup disekitarnya. Pemahaman tersebut melebur dalam emosinya yang cenderung dipertahankan dalam melihat identitas dirinya sebagai muslimah. Setiap sesuatu yang tampak atau ditampilkan, yang menyiratkan identitas kelompok tertentu, sebagai cara untuk membicarakan atau memahami realitas sosial. Hal itulah yang kemudian mempengaruhi komunitas hijabographic dalam merepresentasikan perempuan muslimah pada postingan instagramnya. Dengan kata lain, sebagaimana yang diungkapkan oleh Chris barker (2010:10), representasi terkait dengan persoalan tentang bagaimana kehidupan dikonstruksi dan disajikan kepada dan oleh kita.

Stuart Hall (1997:15) menyebutkan representasi berarti menggunakan bahasa untuk mengatakan tentang sesuatu yang penuh makna, atau merepresentasikan dunia yang penuh makna kepada orang lain. Representasi bekerja melalui sistem representasi. Sistem representasi terdiri dari dua komponen atau proses penting yaitu: konsep dalam pikiran dan bahasa. Lebih jauh Stuart Hall menjelaskan bagaimana representasi bekerja dan menggambarkan hubungan dengan elemen lainnya, yang disebut dengan sirkuit budaya (*circuit of culture*). Sirkuit budaya menggambarkan hubungan antara representasi dengan identitas, regulasi, konsumsi, dan produksi.

Untuk memahami bagaimana representasi perempuan muslimah pada postingan instagram hijabographic, digunakan semiotika untuk mengungkapkannya. Analisis semiotika yang digunakan adalah model Roland Barthes, dimana Barthes mengembangkan gagasan-gagasan Saussure dan menerapkan kajian tanda-tanda lebih luas lagi. Tanda dibagi menjadi dua tingkatan signifikasi, yaitu tingkat denotasi, tingkat konotasi, serta aspek lain dari penandaan, yaitu mitos.

Barthes, dalam Jhon Fiske (2004:128), menjelaskan bahwa denotasi, yaitu makna paling nyata dari tanda. Konotasi mempunyai makna yang subjektif atau paling tidak intersubjektif. Dengan kata lain, denotasi adalah apa yang digambarkan tanda terhadap sebuah objek, sedangkan konotasi adalah bagaimana menggambarkannya. Mitos adalah bagaimana kebudayaan menjelaskan atau memahami beberapa aspek tentang realitas atau gejala alam. Mitos merupakan produk kelas sosial yang sudah memiliki suatu dominasi. Jadi, ketika suatu tanda yang memiliki makna konotasi kemudian berkembang menjadi makna denotasi, makna denotasi tersebut akan menjadi mitos.

Selain dikaji dari perspektif komunikasi dan semiotika, penelitian ini juga memiliki relevansi dalam bidang Desain Komunikasi Visual (DKV). Hal tersebut karena objek penelitian berupa unggahan feed Instagram yang memanfaatkan berbagai elemen visual, seperti ilustrasi, tipografi, warna, komposisi, serta tata letak sebagai media penyampaian pesan dakwah. Dalam perspektif DKV, elemen-elemen visual tersebut tidak hanya berfungsi sebagai aspek estetika, tetapi juga sebagai perangkat komunikasi yang dirancang untuk membangun makna, menarik perhatian audiens, memengaruhi persepsi, serta memperkuat pesan yang ingin disampaikan. Dengan demikian, analisis terhadap representasi perempuan muslimah dalam konten visual Hijabographic tidak hanya memperkaya kajian komunikasi dan semiotika, tetapi juga memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian Desain Komunikasi Visual, khususnya mengenai strategi komunikasi visual pada media sosial sebagai medium dakwah di era digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam keseluruhan postingan di instagram komunitas Hijabographic, perempuan muslimah direpresentasikan secara positif. Gambar, bahasa, dan tanda dari tujuh belas postingan terkait perempuan muslimah menunjukkan pada tiga representasi; Pertama, Jilbab sebagai simbol keshalehan perempuan muslimah. Kedua, kesetaraan perempuan muslimah dengan laki-laki muslim. Ketiga, relasi peran antara perempuan muslimah dengan laki-lakinya. Untuk lebih lengkapnya, tiga aspek representasi perempuan muslimah oleh komunitas Hijabographic akan dijelaskan dalam pembahasan berikutnya.

Jilbab Sebagai Simbol Keshalehan Perempuan Muslimah

Perempuan muslimah oleh komunitas Hijabographic selalu digambarkan menggunakan jilbab atau kerudung. Hanya ditemukan dalam dua poster perempuan yang tidak menggunakan jilbab. Pertama, dalam poster Tribute to Ibu yang di posting pada 22 Desember 2019, memperlihatkan perempuan muslimah yang masih anak-anak, dengan memperlihatkan rambut yang dikepang. Kedua, dalam poster Hijab Pride yang di posting pada 08 Februari 2019, memperlihatkan rambut depan perempuan muslimah yang sedang dipakaikan kerudung oleh perempuan muslimah lain di depannya, sebagai upaya transformasi pakaian yang digunakannya untuk menjadi lebih baik. Jilbab yang digunakan dalam poster pun adalah jilbab yang lebar menutup dada, bukan jilbab yang kecil dan memperlihatkan bentuk tubuh.

Dalam konsep Islam aurat adalah sesuatu yang tidak boleh terlihat, terkecuali oleh mahramnya (saudara atau kerabat yang telah ditentukan kriterianya). Beberapa riwayat menyebutkan bahwa aurat perempuan adalah seluruh tubuhnya, kecuali muka dan telapak tangan. Konsekwensinya, perempuan muslim diharuskan memakai suatu pakaian yang dapat menutupi auratnya. Salah satunya adalah dengan menggunakan pakaian yang disebut dengan jilbab.

Jilbab sebagai simbol keshalehan dan ketaatan kepada Allah, diperlihatkan dalam beberapa poster dan hijabocomic. Pertama dalam hijabocomic yang berjudul “Hijab=Pengingat, yang mengungkapkan bahwa jilbab adalah simbol religiusitas dan keshalehan, sehingga jika ingin menggunakan jilbab ada anggapan harus terlebih dahulu memperbaiki akhlak.

Anggapan tersebut mengisyaratkan kritik atas kekecewaan yang lahir melihat realitas dilapangan mengenai perempuan muslimah yang menggunakan jilbab. Dimana dalam anggapan umum, perempuan muslimah yang menggunakan jilbab adalah perempuan shaleh yang tidak mempunyai potensi untuk berbuat kesalahan. Sehingga tidak boleh berbuat kesalahan sekecil apapun, karena melawan keidealannya sebagai personal yang menggunakan atribut keshalehan.

Kedua, Poster yang berjudul “Hijab Pride”, yang mengungkapkan bahwa memakai jilbab itu menjadikan pemakainya lebih baik. Dalam poster ini diungkap mengenai pandangan kelompok pertama yang diungkapkan sebelumnya, yakni kelompok jilbab lebar, dimana menutup aurat bukan hanya menghalangi auratnya dengan kain, tetapi juga tidak memperlihatkan bentuknya. Sebagaimana dalam beberapa ayat al-Quran dan Hadits mengenai aurat perempuan. Menurut Amin Rais (1991:95), Kelompok pertama ini, disebut sebagai gerakan yang meluas di kampus-kampus dunia Islam mempengaruhi proses jilbabisasi, yang secara simbolik dapat ditafsirkan sebagai usaha identifikasi diri di tengah krisis identitas yang melanda kaum muda.

Ketiga, Hijabocomic yang berjudul “Kenapa Berhijab itu Wajib?”, yang menceritakan tiga orang yang sedang mendiskusikan kewajiban menggunakan jilbab bagi perempuan muslimah. Didalam diskusi tersebut mengungkapkan dua pandangan penafsiran dari ayat 59 surat Al-Ahzab, yang berisi;

Hai Nabi, katakanlah kepada isteri-isterimu, anak-anak perempuanmu dan isteri-isteri orang mukmin: "Hendaklah mereka mengulurkan jilbabnya ke seluruh tubuh mereka". Yang demikian itu supaya mereka lebih mudah untuk dikenal, karena itu mereka tidak di ganggu. Dan Allah adalah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang. (QS. Al-Ahzab:59)

Pandangan pertama melihat ayat mengenai jilbab di atas dalam kacamata fiqih, sehingga persoalan hukum yang kemudian muncul kepermukaan adalah wajib-sunnah, halal-haram, dan sebagainya. Sedangkan pandangan kedua melihat dalam kacamata historis, bahwa jilbab sebelum islam datang sudah pernah digunakan oleh yahudi dan nasrani, bahkan masyarakat arab waktu itu pun banyak yang menggunakannya. Sehingga jilbab dalam pandangan sejarah sebagai sebuah budaya yang memang sudah ada.

Kedatangan Islam menegaskan bahwa Jilbab sebagai pembeda dan menambah kemuliaan pemakainya. Dalam pandangan kelompok kedua ini Jilbab dianggap bukan simbol keshalehan. Namun dalam cerita Hijabocomic tersebut, pandangan kelompok pertama digunakan sebagai perlawanan kelompok kedua, dengan mengungkapkan hukum tidak diambil berdasarkan kekhususan sebab, melainkan keumuman lafadz. Argumentasinya, ‘illah hukumnya bukan karena diganggu atau untuk membedakan wanita merdeka. Perempuan berhijab tetap dipandang sebagai perempuan muslimah yang taat terhadap perintah Allah untuk menjulurkan jilbabnya.

Meskipun jilbab tetap direpresentasikan sebagai simbol keshalehan perempuan muslimah, terdapat satu poster yang menggambarkan perempuan berjilbab sebagai sosok yang bisa melakukan kesalahan, yaitu poster yang berjudul Bajakarya. Sosok perempuan muslimah berjilbab digambarkan dengan penggambaran bajak laut yang berkonotasi negatif. Namun titik tekannya bukan pada penggambaran perempuan muslimah sebagai bajak laut, tetapi pada harapan untuk dihindarkan dari golongan muslimah yang memiliki konotasi seperti bajak laut. Secara tidak langsung penggambaran tersebut membuktikan dua hal; Pertama, perempuan muslimah berjilbab memiliki potensi salah. Kedua, sebagai perempuan muslimah berjilbab dihindarkan dari perbuatan salah.

Terlepas dari itu semua, penggambaran jilbab sebagai simbol religiusitas, memberikan penegasan dan pembentukan identitas keberagaman perempuan muslimah yang taat kepada Allah. Sehingga dengan ilustrasi perempuan muslimah berjilbab, menunjukkan perempuan muslimah yang berperilaku, dan berperan sesuai ajaran Islam. Menurut Jalaludin Rakhmat (1999:292), Pakaian tertentu berhubungan dengan perilaku tertentu. Pada umumnya pakaian dipergunakan untuk menyampaikan identitas, dan untuk mengungkapkan kepada orang lain siapa diri kita. Menyampaikan identitas berarti menunjukkan kepada orang lain sepatutnya memperlakukan kita.

Perempuan Muslimah dan Kesetaraannya

Dalam berbagai postingan di instagram yang dianalisis, komunitas Hijabographic menunjukkan kesetaraan antara perempuan muslimah dengan laki-laki. Hampir sebagian besar dari keseluruhan postingan, baik berupa poster, hijabocomic, atau hijabosays, menunjukkan kesetaraan dan superioritas perempuan muslimah. Hal ini sebagai bentuk perlawanan dari pemikiran hijab atau jilbab sebagai simbol ketertindasan dan kelemahan perempuan muslimah.

Dalam banyak isu atau peristiwa, agama sering dituduh sebagai sumber terjadinya ketidakadilan antara laki-laki dan perempuan. Terlebih lagi dalam pandangan barat, dimana merebaknya islamophobia pasca kejadian serangan 11 September 2001. Islam menjadi sorotan dan dianggap sebagai agama yang mengajarkan kekerasan. Perempuan muslim pun tidak luput dari sorotan negatif oleh barat, dimana perempuan-perempuan di dalam Islam tidak memiliki kebebasan sebagaimana perempuan modern di barat. Hijab sebagai kewajiban dan identitas perempuan muslim dicemooh dengan menyebutnya sebagai simbol ketertindasan dan kelemahan.

Sebagaimana yang diungkapkan oleh Stephen Wessler, direktur eksekutif dari Center for the Prevention of Hate Violence di Portland, Maine, bahwa hijab merefleksikan stereotip pria muslim yang menekan kaum perempuan muslim. Selain itu, Dalam opini Wessler Hijab adalah simbol pelanggaran kemerdekaan pribadi yang diyakini masyarakat Amerika. Survey yang dilakukan oleh Council on American-Islamic Relations (CAIR) pada 2004 melaporkan bahwa lima puluh satu persen masyarakat Amerika meyakini Islam memang menekan kaum perempuan. Selanjutnya, dalam laporan tahun 2006, CAIR juga mengklaim bahwa hijab adalah gambaran identifikasi adanya diskriminasi yang signifikan. Masih dalam tahun 2006, CAIR juga mengungkapkan bahwa 166, atau 8,4 persen dari 1279 keluhan diskriminasi, dipicu oleh hijab. (Yusnarida Eka Nizmi, 2015:1624-1625)

Secara Umum Islam mengakui adanya perbedaan antara laki-laki dan perempuan, tetapi perbedaan tersebut tidak melahirkan perbedaan (*discrimantion*) yang dapat menguntungkan satu pihak dan merugikan pada pihak yang lainnya. Laki-laki dan perempuan dalam islam memiliki hak dan tugas yang sama sebagai hamba. Tujuan dari penciptaannya adalah untuk menyembah kepada Allah. Sebagai hamba tidak ada perbedaan antara laki-laki dan perempuan. Perempuan muslimah dalam postingan instagram Hijabographic, digambarkan memiliki hak yang sama dengan laki-laki, yaitu memiliki hak dalam pendidikan, pekerjaan, sosial, dan lain sebagainya.

Hak perempuan muslimah dalam pendidikan terdapat dalam beberapa poster dan hijabocomic. Beberapa diantaranya dalam poster yang berjudul "Follow Your Dream", yang diposting pada 23 januari 2019, mengungkapkan hak perempuan didalam bidang pendidikan dan pekerjaan. Perempuan muslimah memiliki kebebasan untuk mengikuti mimpinya dan berhak atas pendidikan untuk menggapai mimpinya tersebut. Kemudian dalam Hijabocomic yang berjudul "Nikah atau Kuliah?", yang menceritakan kebingungan seorang perempuan muslimah yang memilih untuk menikah atau melanjutkan kuliah. Dalam poster disebutkan bahwa perempuan muslimah berhak untuk mendapatkan pendidikan yang tinggi. Selanjutnya dalam poster yang berjudul "Hijabogram", dengan menghadirkan tema literasi. Perempuan muslimah digambarkan sebagai sosok yang cerdas. Dalam Hijabocomic yang berjudul "Membaca biar Open Minded", perempuan muslimah digambarkan sebagai sosok yang kritis dalam menerima informasi.

Hak perempuan muslimah dalam pekerjaan terdapat dalam postingan 19 April 2019, berupa gambar dalam Hijabosays, dengan judul "Nikah vs Kerja". Memuat pendapat para perempuan muslimah mengenai

haknya untuk bekerja. Dalam postingan tersebut digambarkan sosok perempuan muslimah yang bebas dan mandiri. Hal tersebut untuk melawan anggapan masyarakat, dimana perempuan setelah menikah akan terkekang, dan tidak bisa melakukan apapun. Kemandirian perempuan muslimah ditampilkan dalam gambar hijabosays, sebagai seorang perempuan muslimah yang bisa melakukan apapun, bisa bekerja dan bisa mengurus rumah.

Hak perempuan muslimah di sosial diperlihatkan dalam poster infographic yang berjudul, “Hak Muslim atas Muslim Lainnya”. Dalam hadits tersebut memperlihatkan bagaimana pola relasi antara sesama muslim di masyarakat. Baik itu muslim laki-laki atau perempuan. Semuanya memiliki hak dan kewajiban yang sama di masyarakat. Ilustrasi perempuan muslimah dalam melakukan hak-haknya menunjukkan bahwa Perempuan muslimah memiliki peran dan hak yang sama dengan laki-laki dalam masyarakat. Hal ini sebagai upaya melawan anggapan bahwa agama menjadi sebab keterbatasan eksistensi perempuan di masyarakat.

Selanjutnya dalam hijabocomic yang berjudul “Fungsi Masjid di Zaman Rasulullah”. Masjid sebagai tempat yang identik dengan laki-laki, berusaha dihilangkan dengan mengaitkan fungsi masjid pada zaman Rasulullah yang bukan hanya tempat ibadah tetapi memiliki fungsi sosial lainnya. Hal tersebut menjadi legitimasi atas keberadaan dan eksistensi perempuan muslimah di masjid, sehingga perempuan muslimah memiliki hak yang sama dengan para lelaki untuk berada di Masjid, meskipun menurut kacamata fiqih terhukumi makruh.

Selain itu, sebagai seorang muslim, perempuan muslimah pun mempunyai hak beribadah yang sama dengan lelaki, meskipun dengan cara yang berbeda. Hal tersebut ditunjukkan dalam poster yang berjudul “Amalan Muslimah saat Datang Bulan”, yang diposting pada 20 Mei 2019. Poster tersebut mengungkapkan amalan yang bisa dilakukan ketika perempuan muslimah sedang mengalami menstruasi.

Di beberapa tempat dan kebudayaan, perempuan menstruasi dianggap sebagai perempuan yang kotor, mendapatkan kutukan, dan membawa sial, sehingga harus diasingkan supaya tidak mengkontaminasi anggota keluarga lainnya. Hal ini pula yang banyak dikritisi oleh para pemikir feminis, dimana perempuan dianggap kotor, memiliki penyakit, kutukan dan berbagai stigma negatif lainnya, sehingga menjauhkan dan melarang perempuan dari berbagai aktivitas serta tempat yang dianggap sakral. Bagi beberapa kalangan, kebudayaan dan agama dianggap menginspirasi hal tersebut. Dimana hak-hak perempuan dilucuti untuk beraktifitas dan berada di tempat-tempat tertentu.

Hal ini dianggap melemahkan perempuan dan menunjukkan suatu kejahatan bersifat simbolis dalam memposisikan dan memberi peran terhadap perempuan. Meskipun Islam melarang perempuan yang sedang haid atau menstruasi untuk melakukan beberapa ibadah dan berada di tempat-tempat tertentu, bukan atas pandangan negatif terhadap perempuan. Karena di dalam Islam, lelaki pun dilarang untuk melakukan peribadahan jika memiliki hadas. Jadi pelarangan bukan karena jenis kelaminnya, melainkan hadas atau kondisinya, yang dimana melakukan peribadahan tertentu harus dalam keadaan suci, baik laki-laki ataupun perempuan. Namun terdapat alternatif amalan lainnya yang bisa dilakukan ketika memiliki hadas dan sama-sama memiliki nilai ibadah meskipun hukumnya berbeda.

Peran Perempuan muslimah

Bahasan mengenai peran perempuan muslimah yang ditampilkan dalam postingan instagram hijabographic adalah sisi lain dari bahasan kesetaraan gender sebelumnya, yaitu peran atau relasi yang terkait akibat dari kesetaraannya. Dalam arti, perempuan muslimah tidak hanya dipandang sebagai makhluk yang setara dengan laki-lakinya, tetapi juga memiliki peran yang saling melengkapi. Sehingga laki-laki tidak bisa

menemukan esensi maskulinitasnya tanpa keberadaan perempuan, begitupun sebaliknya, perempuan tidak akan merefleksikan feminitasnya tanpa keberadaan laki-laki disisinya.

Sebenarnya persoalan gender tidak akan jadi permasalahan jika ambisi untuk menguasai dan mendominasi hadir diantara perempuan dan laki-laki, namun faktanya ketidaksamaan atau perbedaan selalu dipersoalkan dan dianggap sebagai ketidakadilan. Islam sering dituduh sebagai sumber dari ketidakadilan terhdap relasi gender antara perempuan dan laki-laki.

Ketidakadilan gender ini, menurut Mansour Fakih (1996:72-75), akan melahirkan marginalisasi (pemiskinan ekonomi) terhadap kaum perempuan, terjadinya subordinasi pada salah satu jenis kelamin, pelabelan negatif (*stereotype*), kekerasan (*violence*), menanggung beban kerja domestik lebih banyak dan lebih lama (*double burden*), pada umumnya yang menjadi korban adalah perempuan dengan adanya tradisi dan keyakinan masyarakat bahwa perempuanlah yang bertugas dan memelihara kerapian rumah, serta tanggung jawab atas terlaksananya keseluruhan pekerjaan domestik.

Padahal dalam konsep Islam telah diatur keserasian relasi gender, hubungan laki-laki dan perempuan dalam masyarakat. Lebih jauh Islam telah mengatur pola relasi antara manusia, alam, dan Allah. Laki-laki dan perempuan dalam islam memiliki hak dan tugas yang sama sebagai hamba. Tujuan dari penciptaannya adalah untuk menyembah kepada Allah. Sebagai hamba tidak ada perbedaan antara laki-laki dan perempuan, pahala akan diberikan kepada siapa yang paling baik dan banyak amalnya, tanpa harus melihat jenis kelamin tertentu. Keduanya memiliki potensi untuk berbuat kebaikan sehingga mencapai derajat *muttaqin*, itulah yang Allah pertimbangkan sebagai kemuliaan bukan dari jenis kelaminnya. Sebagaimana firman Allah dalam surat Al-Hujurat ayat 13;

Hai manusia, sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia di antara kamu di sisi Allah ialah orang yang paling taqwa di antara kamu. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Mengenal.” (QS. Al-Hujurat: 13)

Dalam postingan di Instagram hijabographic, terdapat dua peran yang secara spesifik disebut, pertama peran perempuan muslimah sebagai seorang istri. Kedua, peran perempuan muslimah sebagai seorang ibu. Peran yang lebih umum sebagian telah dibahas sebelumnya, yang menjelaskan mengenai perempuan muslimah serta kesetaraannya.

Pertama, peran sebagai seorang istri terdapat pada Hijabocomic yang berjudul, “Ekspektasi vs Kenyataan”. Dalam poster tersebut digambarkan ekspektasi seorang istri yang menyambut suami dan kenyataan yang sebenarnya terjadi ketika istri menyambut suami. Di Indonesia, kebiasaan istri menyambut suami pulang kerja bukan hal yang terlalu aneh. Kebiasaan menyambut suami sepulang kerja bukan tanpa sebab, hal tersebut diinspirasi dari beberapa ayat dan hadits. Salah satunya adalah ayat 34 surat An-Nisa

“Kaum laki-laki itu adalah pemimpin bagi kaum wanita, oleh karena Allah telah melebihkan sebahagian mereka (laki-laki) atas sebahagian yang lain (wanita), dan karena mereka (laki-laki) telah menafkahkan sebagian dari harta mereka. Sebab itu maka wanita yang saleh, ialah yang taat kepada Allah lagi memelihara diri ketika suaminya tidak ada, oleh karena Allah telah memelihara (mereka). Wanita-wanita yang kamu khawatirkan nusyuznya, maka nasehatilah mereka dan pisahkanlah mereka di tempat tidur mereka, dan pukullah mereka. Kemudian jika mereka mentaatimu, maka janganlah kamu mencari-cari jalan untuk menyusahkannya.” (QS. An-Nisa: 34)

Islam sangat memperhatikan konsep hubungan antara suami dan istri. Selain bentuk ketaatan kepada Allah, hal ini bertujuan untuk terciptanya suatu hubungan sakinah mawaddah, dan rahmah dalam bangunan

keluarga. Sehingga keberkahan keluarga lahir dari tiap individu yang ada pada bangunan keluarga tersebut, baik suami, istri, anak, orang tua dll. Selain itu terdapat beberapa riwayat yang menyebutkan bahwa istri harus berhias untuk suaminya, membuat bahagia suami ketika melihat senyum istrinya dan masih banyak lagi. Menyambut suami pulang kerja bukan hanya sekedar budaya, tetapi bentuk ajaran Islam dalam hubungan suami dan istri, dimana keduanya memiliki hak dan kewajiban.

Peran perempuan muslimah sebagai seorang ibu terdapat pada hijabocomic yang berjudul, “Nikah atau Kuliah”. Meskipun tema utama bahasan terdapat pada pendidikan, namun secara tidak langsung menceritakan peran seorang ibu yang harus siap secara mental dan finansial, karena ibu adalah sekolah pertamanya anak-anaknya. Sehingga disebutkan bahwa pendidikan yang tinggi bagi perempuan muslimah sangat penting sebagai bentuk persiapan ketika menikah dan menjadi seorang ibu.

Selanjutnya yang secara jelas disebutkan peran sebagai seorang ibu terdapat pada poster yang berjudul “Tribute to Ibu”. Dalam poster tersebut digambarkan perempuan muslimah sebagai seorang ibu, memiliki derajat yang lebih tinggi dibandingkan laki-laki. Mengutip sebuah hadits dalam posternya, yang menyebutkan tiga kali kata “ibu” dan hanya menyebutkan satu kali kata “ayah”, menunjukkan penghormatan dan kemuliaan yang dimiliki perempuan muslimah dibanding laki-laki. Hadits tersebut diriwayatkan oleh Bukhari dan Muslim dari sahabat Abu Hurairah RA;

“Seseorang datang kepada Rasulullah shalallahu ‘alaihi wasallam dan berkata, ‘Wahai Rasulullah, kepada siapakah aku harus berbakti pertama kali?’ Nabi shalallahu ‘alaihi wasallam menjawab, ‘Ibumu!’ Dan orang tersebut kembali bertanya, ‘Kemudian siapa lagi?’ Nabi shalallahu ‘alaihi wasallam menjawab, ‘Ibumu!’ Orang tersebut bertanya kembali, ‘Kemudian siapa lagi?’ Beliau menjawab, ‘Ibumu.’ Orang tersebut bertanya kembali, ‘Kemudian siapa lagi,’ Nabi shalallahu ‘alaihi wasallam menjawab, ‘Kemudian ayahmu.’”

Melalui hadits ini Islam memperbaharui bahkan meruntuhkan persepsi negatif dan sikap pelecehan terhadap perempuan yang telah dilakukan oleh agama dan kebudayaan bangsa-bangsa pra-Islam. Meskipun perempuan telah ditempatkan pada posisi kodratnya, masih banyak yang menganggap, termasuk orang Islam sendiri, bahwa agama islam tidak adil dalam memperlakukan perempuannya. Menurut Muhammad Qutb (1986:13), Islamlah yang pertama dalam sejarah kemanusiaan memandang perempuan sebagai makhluk manusiawi yang eksistensi kemanusiannya tidak dapat utuh kecuali dibangun dengan ilmu pengetahuan.

Bahkan dalam salah satu riwayat hadits di tegaskan mengenai kemuliaan seorang ibu dan perempuan, “Sesungguhnya Allah Ta’ala mengharamkan kalian berbuat durhaka kepada ibu-ibu kalian, mengubur anak perempuan hidup-hidup, menolak kewajiban dan menuntut sesuatu yang bukan menjadi haknya. Allah juga membenci jika kalian menyebarkan kabar burung (desas-desus), banyak bertanya, dan menyia-nyiakan harta.” (Bukhari, No. 1407; Muslim, no. 593, *Al-Maktabah Asy-Syamilah*). Islam memandang mulia seorang Ibu dan perempuan sehingga Allah langsung mengharamkan untuk berbuat durhaka kepada ibu dan mengubur anak perempuan, yang dalam kepercayaan masyarakat Arab jahiliyah, anak perempuan membawa aib dan kesialan.

Peran ibu dan peran istri adalah sesuatu yang melekat pada seorang perempuan. Oleh karena itu dalam postingan instagram Hijabographic, ketika membicarakan peran seorang perempuan muslimah sebagai seorang ibu atau pun istri, beban pekerjaan domestik yang ditimpakan kepada seorang perempuan, dipandang bukan sebagai sebuah ketidakadilan. Justru menonjolkan sisi superioritas perempuan muslimah

yang tidak dimiliki oleh laki-laki, sehingga dengan itu perempuan derajat dan kemuliaannya menjadi lebih tinggi dibandingkan laki-laki.

KESIMPULAN

Melalui tujuh belas postingan selama tahun 2019 yang dianalisis dengan menggunakan semiotika Roland Barthes, ditemukan beberapa makna konotasi dan mitos yang merepresentasikan perempuan muslimah, yaitu hasilnya sebagai berikut; Pertama, Makna konotasi dan mitos dalam instagram hijabographic mengungkapkan ketaatan, kesetaraan, kebebasan, kekuatan, kecerdasan, serta kemandirian yang dimiliki oleh perempuan muslimah. Kedua, perempuan muslimah direpresentasikan oleh komunitas Hijabographic sebagai perempuan yang suci dan taat terhadap Allah, memiliki kesetaraan dengan lelaki, serta keberadaannya memiliki peran dan posisi yang penting bagi laki-laki. Secara keseluruhan, kesimpulan representasi perempuan muslimah di instagram Hijabographic mengungkapkan bahwa perempuan muslimah itu adalah perempuan yang shalehah, mulia, cerdas, dan aktif.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Ghifari, Abu. *Berjilbab tapi Telanjang*. Bandung: Mujahid Press, 2004.
- Atmoko, Bambang Dwi. *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita, 2012.
- Barker, Chris. *Cultural Studies: Teori dan Praktik, terj. Tim KUNCI Cultural Studies Center*. Yogyakarta: Benteng, 2005
- Christomy.T dan Untung Yuwono. *Semiotika Budaya*. PPKBUI. Jakarta, 2004.
- Departemen Agama. *Al-Quran dan Terjemahnya*. Bandung: CV J-ART, 2005
- Fakhruroji, Moch. *Dakwah di Era Media Baru: Teori dan Aktivisme Dakwah di Internet*. Bandung: Simbiosis, 2017.
- Fakih, Mansur. *Analisis Gender dan Transformasi Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1996.
- Fiske, John. *Cultural and Communication Studies: Sebuah Pengantar Paling Komprehensif. alih bahasa: Yosol Iriantara dan Idi Subandy Ibrahim*. Yogyakarta & Bandung: Jalasutra, 2004
- Hall, Stuart. *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London: Sage Publication, 1997
- Hermawan, Kertajaya. *Arti Komunitas*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2008.
- Iriantara, Yosol. *Community Relations Konsep dan Aplikasinya*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2004.
- Liliweri, Alo. *Komunikasi Antar Personal*. Jakarta: Kencana, 2015
- Munir. *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009.
- Rakhmat, Jalaluddin. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 1999.
- Surianti Amal, Andi Sri. *Role Juggling: Perempuan Sebagai Muslimah, Ibu, dan Istri*. Jakarta: PT Gramedia.
- Eka Nizmi, Yusnarida. *Pandangan Amerika Terhadap Perempuan Muslim Pasca Serangan Sebelas September 2001*. Jurnal Politik Vol. 11 No. 01. 2015.
- Zarella, Dan. *The Social Media Marketing Book*. Canada: O'Reilly Media, 2010.

Internet

Software: *al-Maktabah asy-Syamilah al-Isdar ats-Tsani*. Versi 2.11

www.instagram.com/Hijabographic

www.instagram.com

www.kominfo.go.id

www.wikipedia.org