

REPRESENTASI KECANTIKAN PEREMPUAN BERHIJAB MELALUI ISTAGRAM

RIVI HANDAYANI
DOSEN UNIVERSITAS HALU OLEO KENDARI
e-mail ; riv.auliqa@gmail.com

ABSTRAK

Riset ini dilakukan untuk menjelaskan bagaimana kecantikan direpresentasikan melalui akun instagram selebgram hijab, observasi ini menggunakan tiga akun selebgram hijab Indonesia yang gayanya dibandingkan antara hijab selebgram, syar'i selebgram dan cadar selebgram. Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis tekstual dan visual dari teori semiotika Roland Barthes dan konsep-konsep representasi dan identitas yang diungkapkan Stuart Hall, Paul DuGay dan kawan-kawan. Penelitian ini menghasilkan temuan bahwa mitos kecantikan masih eksis tetapi dalam bentuk strategi berbeda, representasi kecantikan melalui disiplin tubuh dipertontokan melalui kulit dan make up. Pada akhirnya perempuan berhijab dalam konteks ini tetap tidak bisa melepaskan diri dari mitos kecantikan. Norma-norma agama dikompromikan dengan modernitas dan komersil tidak bisa menghilangkan mitos yang telah ada.

Kata kunci: Representasi, Kecantikan, Jilbab

ABSTRACT

This research was conducted to explain how beauty is represented via instagram account selebgram hijab, these observations using three selebgram account the hijab Indonesian style compared between hijab selebgram, shar'i selebgram and veil selebgram. This study uses textual and visual analysis approach of semiotic Roland Barthes and concepts of representation and identity were disclosed Stuart Hall, Paul Dugay and friends. This research resulted in the finding that the beauty myth still exists but in the form of different strategies, the representation of beauty through discipline dipertontokan body through the skin and makeup. In the end, the women veiled in this context still can not escape the beauty myth. Religious norms compromised by commercial modernity and could not dispel the myths that have been there.

Keywords: Representation, Beauty, Veil

PENDAHULUAN

Kecantikan merupakan sesuatu yang melekat pada diri wanita, cantik itu sendiri di definisikan sebagai sesuatu yang indah dan menarik. Dengan hadirnya globalisasi, makna kecantikan menjadi seragam pada setiap daerah dan negara. Seluruh masyarakat mengakui bahwa perempuan cantik itu adalah yang memiliki badan tinggi langsing dan putih. Media dipercaya sebagai agen yang menyebarkan pemahaman ini. Internet dan media sosial telah menciptakan garis virtual dan nyata menjadi lebih kabur.

Sekarang, tubuh perempuan yang sempurna tidak hanya pada papan reklame di jalan atau iklan di televisi, tetapi secara strategis terlihat di jejaring sosial. Tipe-tipe tubuh yang ideal bahkan kini dapat ditiru di antara orang-orang biasa, tidak hanya model dan aktris. Tubuh-tubuh yang ideal bisa diraih ini akan dinormalisasi melalui media sosial. Hasilnya, semakin banyak langkah-langkah drastis telah diambil untuk mencapai tubuh ideal tertentu (Klein, 2013:45).

Trend berbagi foto pada Instagram telah memiliki fungsi lain, yaitu tidak hanya sekedar berbagi tetapi juga menjadi ajang eksistensi diri. Banyak bermunculan akun-akun Instagram yang populer berkat foto-foto yang diunggahnya, sehingga memiliki ribuan bahkan ratusan ribu pengikut akun. Apabila di situs microblogging Twitter dinamakan selebtwit, di Instagram namanya selebgram. Selebgram adalah sebutan khusus untuk pengguna Instagram yang memiliki banyak pengikut dan berpengaruh dalam media sosial berbagi foto tersebut.

Selebriti ditemukan hanya dalam masyarakat di mana identitas merupakan isu sosial budaya dan politik yang penting. Selebriti adalah individu yang identitasnya tercatat di media. Pada umumnya, para

selebriti ini dapat berasal dari mana saja: musisi, bintang olahraga, model, kriminal, film, televisi, radio. Selebriti bila dibandingkan, dipahami sebagai orang yang bangkit di bawah kondisi postmodernitas di mana hiperproduksi citra membawa wajah dan tubuh menjadi lebih mudah dikenali daripada yang lainnya. Nilai keseharian yang ada dalam diri selebriti telah menyebabkan munculnya komentar bahwa mereka adalah 'representasi ideal keunggulan massa' (Hartley, 2004: 271-272).

Para perempuan berhijab pun tidak ketinggalan untuk ambil bagian dalam tren mode ini. Banyak sosok-sosok cantik yang berhijab bermunculan di Instagram. Sosok tersebut berasal dari seorang tokoh masyarakat, artis, fashion blogger, atau masyarakat biasa yang kemudian populer karena konsistensinya dalam menampilkan dirinya sebagai perempuan dengan gaya hijab yang *fahionsable*. Untuk mengharagai usaha mereka memposting foto secara regular maka masyarakat memberikan mereka gelar sebagai seorang selebgram.

Sosok-sosok dari kaum berhijab yang muncul di berbagai media menggeser mitos kecantikan sebelumnya, khususnya di Indonesia. Perempuan berhijab saat ini semakin bisa menyesuaikan dirinya dengan tuntutan perkembangan zaman. Kebutuhan dan keinginan untuk beradaptasi dengan lingkungan sosial pun semakin tinggi. Oleh karenanya, beragam media informasi diakses demi menunjang penampilan dan pergaulan mereka. Salah satunya melalui Instagram kini menjadi media favorit bagi para perempuan berhijab dalam mencari referensi gaya hijab yang up to date (Lestari, 2013: 25).

Foto-foto yang ada di akun Instagram selebgram berhijab seringkali menjadi standar kecantikan bagi perempuan berhijab. Kemunculan tokoh-tokoh berhijab yang tampak cantik dan menarik,

tidak hanya menampilkan tubuh dengan atribut-atribut bermuatan agama saja, tetapi juga menonjolkan feminitas, modernitas, dan komersil. Hal ini membuat saya tertarik untuk mengkaji bagaimana perempuan yang menggunakan hijab pergulatan perempuan yang menggunakan hijab untuk tetap berada dalam lingkaran feminitas, fashion dan moderinitas

TINJAUAN PUSTAKA

1. Representasi dan Identitas

Dalam *Cultural Studies*, representasi dan identitas adalah konsep-konsep kunci dalam penelitian budaya. Kedua konsep tersebut dapat menghasilkan suatu ideologi dalam melihat fenomena budaya. Kebudayaan dapat didefinisikan dalam berbagai konteks. Dalam *Cultural Studies*, kebudayaan menyangkut berbagai makna yang sama dalam suatu kelompok. Makna tersebut diproduksi dan dipertukarkan dalam suatu kelompok masyarakat yang dapat direpresentasikan. Dalam proses produksi makna, representasi merupakan hal yang utama. Representasi menjadi hal yang penting dalam menghubungkan makna (arti) dengan budaya. Representasi berarti menyatakan sesuatu atau menggambarkan dunia yang penuh arti kepada orang lain. Stuart Hall (1997) mendefinisikan representasi sebagai bagian yang essensial dari proses makna dihasilkan atau diproduksi dan diubah antara anggota budaya tersebut. Dalam proses-proses yang berhubungan dengan makna ini terdapat dua unsur ‘sistem representasi’ yang saling berhubungan. Sistem yang memungkinkan kita memberi makna pada dunia dengan menghubungkan seperangkat objek (orang, benda, kejadian dan sebagainya) dengan peta konseptual (conceptual maps). Dalam ‘sistem

ini, objek tersebut dihubungkan dengan representasi mental yang ada di kepala kita. Namun, kita harus dapat merepresentasikan yang ada dalam kepala ke luar, sehingga terjadinya pertukaran makna secara sosial. Peta konseptual di sini dihubungkan dengan tanda-tanda yang kemudian diatur untuk diproses konstruksi makna. Dari uraian tersebut terdapat hubungan antara representasi dan makna. Dalam buku 'Representation: Cultural Representations and Signifying Practices' (1997), Stuart Hall mengemukakan bahwa terdapat tiga cara bahasa bekerja yang dibedakan atas tiga pendekatan, yaitu:

1. Pendekatan reflektif (reflective approach)

Pendekatan ini memandang bahwa makna terkandung dalam objek, personal, ide atau peristiwa di dunia nyata, sementara bahasa sebagai pencerminan yang berfungsi untuk merefleksikan makna sebenarnya yang sudah ada.

2. Pendekatan intensional (intentional approach)

Pendekatan ini memandang bahwa subjek (author dan speaker) yang menorehkan makna terhadap objek. Kata-kata itu bermakna seperti apa yang apa mereka katakan dan kehendaki.

3. Pendekatan konstruksionis (constructionist approach)

Pendekatan ini memandang bahwa objek tidak mengandung maknanya sendiri-sendiri seperti pendapat pendekatan reflektif, dan tidak juga dapat dimaknai secara individu seperti pendapat pendekatan intensional. Akan tetapi, makna dikonstruksi menggunakan sistem representasi, yaitu konsep dan tanda.

Dari ketiga teori tersebut, yang sering digunakan dalam ilmu Cultural Studies adalah pendekatan konstruksionis. Makna bukannya ada begitu saja, namun makna tersebut dikonstruksi. Menurut

pendekatan ini, makna terbentuk karena adanya pelaku sosial yang mengkonstruksi makna tersebut berdasarkan sistem representasi, konsep budaya dan linguistik yang berlaku. Sehingga para pelaku sosial membuat dunia menjadi bermakna dan memproduksi makna tersebut kepada yang lain.

Penelitian ini menggunakan pendekatan konstruksionis, yaitu representasi yang tidak hanya menghadirkan dunia apa adanya, namun mengkonstruksi realitas yang baru sesuai dengan keinginan pelaku sosial yang menghadirkan representasi tersebut. Hal tersebut seperti dikemukakan oleh Hall (1997, 51) bahwa “we all write and speak from a particular place and time, from a history and a culture which is specific. What we say is always ‘in context’, positioned”. Dalam sebuah representasi yang dikonstruksi bukan hanya makna saja tetapi juga identitas. Menurut Hall (1997, 51), identitas adalah sebuah produksi yang berlangsung secara terus menerus dan tidak pernah selesai dan bahwa identitas “always constituted within, not outside, representation”. Oleh sebab itu, identitas memiliki hubungan yang erat dengan representasi. Representasi melibatkan “symbolic system” dalam bentuk bahasa dan citra visual akan menghasilkan makna tertentu. Makna tersebut dalam bentuk bahasa dan citra visual akan diasosiasikan dengan identitas tertentu (Woodward, 1997, 12). Dengan cara tersebut identitas diproduksi, dikonsumsi, dan diregulasi dalam kebudayaan melalui representasi (Woodward, 1997, 12). Kemudian konstruksi identitas melalui representasi tersebut akan terus berlangsung terus menerus dan tidak pernah selesai karena identitas bersifat non-essensial, seperti dalam kutipan ini (Hall 1997, 53): *Cultural identities are points of identification, the unstable points of identification or*

suture, which are made, within the discourse of history and culture. Not an essence, but a positioning. Bagi perempuan yang menggunakan hijab syar'i, identitasnya dihasilkan dengan menghadirkan berbagai representasi perempuan berhijab itu sendiri. Representasi tersebut ada yang bersifat mengokohkan citra (image) tertentu perempuan berhijab, misalnya sebagai etnis perempuan yang modis, modern, dan sebagainya,

2. Media dan Perempuan

Representasi tidak dapat berdiri sendiri. Terdapat bahasa/symbol yang digunakan untuk menyampaikan pesan/makna dalam sebuah budaya. Konsep representasi menjadikan hal yang penting mengenai budaya. Representasi menghubungkan makna dengan bahasa dengan budaya. Representasi adalah sebuah bagian essential dari proses, dimana makna dihasilkan atau diproduksi dan diubah antara anggota budaya tersebut (Hall, 1997:15). Dalam sebuah media, representasi dapat menjadi sumber pemaknaan yang kuat atas realitas sosial, bagaimana media merepresentasikan realitas sosial yang berkembang dalam kehidupan sosial, ekonomi dan politik masyarakat. Representasi ini penting dalam dua hal, yang pertama apakah seseorang kelompok atau gagasan tersebut ditampilkan sebagaimana mestinya, apa adanya tidak dibuat-buat atukah diburukkan. Kedua, bagaimana representasi tersebut ditampilkan. Dengan kata lain, kalimat dan bantuan foto macam apa seseorang, kelompok atau gagasan tersebut ditampilkan dalam penyampaian kepada khalayak. Proses representasi sendiri melibatkan tiga elemen, yakni objek, tanda dan coding.

Proses representasi sering terjadi dalam sebuah media. Bagaimana media merepresentasikan suatu hal dan membuat masyarakat

menganggap bahwa hal tersebut adalah sebuah realitas di dalam masyarakat. Media dengan ideologinya membuat suatu hal terlihat nyata. Berbagai produk media menyimpan tujuan agar masyarakat terpengaruh sehingga akan muncul opini publik. Di sinilah proses representasi oleh media terjadi. Ketika berbicara mengenai media, terdapat berbagai produk media, salah satunya adalah produk media sosial, instagram. Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan versi digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik instagram sendiri. Satu fitur yang unik di instagram adalah memotong foto menjadi bentuk persegi, sehingga terlihat seperti hasil kamera kodak instamatic dan polaroid. Hal ini berbeda dengan rasio aspek 4.3 yang umum digunakan oleh kamera pada piranti bergerak (catatan kaki 'about us' instagram, di akses tanggal 25 Mei 2016).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif ini berfokus pada representasi identitas melalui pendekatan analisis tekstual dari teori semiotika Roland Barthes dan dibantu konsep-konsep representasi dan identitas seperti yang diungkapkan Stuart Hall, Paul DuGay dan kawan-kawan. Untuk menemukan berbagai pemaknaan seperti denotasi, konotasi dan mitos yang dianggap sebagai hal yang 'wajar' dan 'normal' sebagai peta konseptual makna untuk memahami dunia dan kehidupan (Barker, 2000, 69).

Penelitian ini menggunakan tiga akun instagram selebgram hijab di Indonesia yaitu selebgram berhijab modis, selebgram berhijab syar'i, dan selebgram bercadar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Representasi kecantikan perempuan berhijab dalam Instagram

Data ini akan dijabarkan beberapa data visual dan tekstual yang digunakan perempuan untuk merekonstruksi identitas dirinya. Beberapa data tersebut dari akun instagram berupa data visual, yaitu foto dari beberapa akun selebgram yang memiliki banyak follower @puterihasanahkarunia (1600 unggahan, ±175.000 pengikut), @fitriaulia_ (1243 unggahan, ±97.900 pengikut) dan @diananurliana (517 unggahan, ±12.100 pengikut) dan lain-lain ini memiliki ratusan



Gambar 1. *Close up* wajah Puteri Hasanah Karunia, Fitri Aulia, dan Diana Nurliana

Salah satu penanda visual yang merupakan representasi kecantikan perempuan dalam berhijab syar'i adalah wajah. Kecantikan mereka ditegaskan dengan menggunakan foundation yang bertujuan menyamarkan noda-noda wajah untuk memunculkan kecantikan melalui kulit putih, cerah, alami dan mulus. Selebgram bercadar merepresentasikan kecantikan melalui mata dengan menggunakan lensa kontak, eyeliner, dan maskara. Penanda visual inilah yang menjadi makna denotatif, makna tersebut diterima secara umum sebagai simbol

yang mewakili kesempurnaan kecantikan seorang perempuan. Secara konotatif dalam penanda tersebut dapat berupa makna bahwa perempuan yang menjalankan syariat islam menutup aurat namun masih bisa tetap terlihat cantik dan memukau.

Hal ini berbeda dengan syariat berhijab yang tertuang dalam Al Quran yang menjelaskan tentang pengaturan berhias "... dan hendaklah kamu tetap dirumahmu dan janganlah kamu berhias seperti orang-orang jahiliyah terdahulu' (QS. Al-Ahzaab 33:33). Syaikh Abdul Rahman Saidi dalam tafsirannya mengenai makna ayat di atas bahwa perempuan tidak diperbolehkan sering keluar rumah atau memakai wewangian sebagaimana kebiasaan wanita-wanita jahiliyah zaman dahulu, mereka tidak memiliki pengetahuan agama dan iman. Semua ini dalam rangka mencegah keburukan (bagi wanita) dan sebab-sebabnya. Taiisirul Karimin rahman, akses diambil dari <http://muslimah.co.id>, 20 mei 2016.

Penanda kedua dalam foto-foto tersebut adalah tubuh. Dari segi tubuh, selebgram berhijab modis menandai rambut, leher, telinga sebagai area privat yang harus ditutup dengan hijabnya. Selebgram berhijab syar'i menandai area privat tubuhnya yaitu rambut, leher, telinga, dada dan kaki, selebgram bercadar menampilkan wajah, telinga, rambut, leher, dada, dan kaki sebagai area privat yang harus ditutup. Makna denotatif foto-foto tersebut melambangkan identitas keislaman. Pakaian yang digunakan oleh ketiga selebgram ini terlihat modis, kekinian dan terlihat modern. Pakaian yang mereka kenakan sangat berbeda dengan pakaian yang digunakan oleh perempuan berhijab zaman dahulu dimana pada saat itu hijab tidak memiliki varian warna dan model seperti saat ini

Pakaian atau Fashion mempunyai peran penting dalam diri kita karena pakaian menjadi ‘perlambang jiwa’ (emblems of the soul). Pakaian yang kita pakai bisa menampilkan pelbagai fungsi, diantaranya: pakaian bisa melindungi kita dari cuaca yang buruk atau melindungi kita dari cedera ketika berolahraga; pakaian juga membantu kita menyembunyikan bagian-bagian tertentu dari tubuh kita dan pakaian memiliki fungsi kesopanan (modesty function). Menurut Desmond Morris dalam *Manwatching : A Field Guide to Human Behavior* (1977) bahwa pakaian menampilkan peran sebagai pajangan budaya (cultural display) karena ia mengomunikasikan afiliasi budaya kita.

Dengan pakaian, kita tidak akan terlalu sulit mengenali negara atau daerah asal usul seseorang dari pakaian yang mereka kenakan. Dengan demikian, pakaian bisa menunjukkan identitas nasional dan kultural si pemakainya. Begitupun dengan perempuan berhijab yang mempunyai bentuk pakaian yang seragam sebagai bentuk ekspresi keislaman mereka dan menyiratkan berhasilnya ideologi penyeragaman selera berbusana yang berada di lapis pinggiran atas strata sosial.

Kelompok hijab modis menggunakan kode-kode busana untuk menciptakan penampilan yang kuat seperti yang terlihat pada foto :



Gambar 2. Penampilan fisik beserta atributnya

Atribut-atribut tersebut berupa; a. Baju Panjang yang menutup sampai ke mata kaki merupakan bentuk pernyataan ketakwaan dalam menjalankan syariat Islam; b. Tas dan Sepatu branded sebagai lambang kesuksesan dan modernitas perempuan; c. semua atribut yang dikenakan merupakan ciri khas budaya yang identik dengan keagamaan, kesuksesan dan kapitalisme.

Perempuan berhijab modis selanjutnya berupa teks yang berbunyi perempuan yang berhijab modis sebagai hashtag (#) yang digunakan untuk mempermudah pencarian foto-foto selebgram perempuan berhijab modis diatas. Nampaknya visualisasi perempuan berhijab modis dengan 3 (tiga) penanda yaitu wajah mulus, pakaian modis, tas, dan sepatu untuk menyampaikn pesan mengenai perempuan cantik yang islami. Simbol-simbol tersebut mempertemukan dua diskursus yang saling berdialog di dalamnya yaitu islam dan fashion. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa mitos yang dilekatkan dalam fot-foto tersebut adalah perempuan muslimah taat, beriman dan fashionable.

Mitos yang muncul dalam masyarakat mengenai perempuan yang berhijab adalah perempuan islam yang saleh telah memberikan makna essensial akan eksistensi perempuan berhijab. Fakta yang menarik adalah kecenderungan perempuan dalam berhijab untuk tetap terlihat fashionable meskipun menutup auratnya. Kecenderungan kuat untuk berpenampilan modis dipandang sebagai kontinuitas peneguhan identitas muslimah sejati.

Kesan kuatnya perempuan untuk mempresentasikan dirinya sebagai muslimah modern terbukti dari banyaknya jumlah follower dan komentar positif yang menyemangati ketiga selebgram perempuan berhijab modis diatas untuk tetap memposting foto-foto mereka dengan

style nya masing-masing untuk menginspirasi penampilan berbusana perempuan berhijab di Indonesia.

2. Representasi Identitas Perempuan Berhijab dalam Media Instagram

Ketiga selebgram tersebut sama-sama menampilkan diri sebagai perempuan berhijab yang tampil percaya diri di muka publik dan sukses sebagai perancang busana. Representasi perempuan di ranah domestik, direpresentasikan oleh perempuan berhijab yakni sebagai perempuan yang lemah dan membutuhkan perlindungan dari suami. Identitas selebgram hijab ditampilkan sebagai perempuan yang sukses baik dalam keluarga maupun karier. Ini terlihat dari postingannya yang selalu berpenampilan cantik dan menarik di manapun berada, serta menggambarkan keluarga yang harmonis serta menjadi ibu yang baik dengan selalu merawat dan membimbing anak-anaknya.

Sementara itu selebgram berhijab syar'i memunculkan diri sebagai perempuan yang sukses berkat bantuan dan dukungan dari suami. Perempuan berhijab dikondisikan dengan peran-peran spesifik tertentu sebagai perempuan yang selalu tampil cantik, sukses dengan karir dan kehidupan sosialnya, tetapi tetap harus menjaga keharmonisan rumah tangga dan menjalani peran sebagai seorang istri dan ibu yang baik. Disisi lain perempuan bercadar menampilkan representasi perempuan yang menyerah sepenuhnya pada sang suami.

Fragmentation pada ketiga selebgram hijab menunjukkan bahwa para selebgram hijab tersebut menonjolkan kecantikan fisik yaitu bagian wajah dan tubuh. Selebgram berhijab modis menonjolkan wajah dengan hidung mancung dan kulit tanpa noda, selebgram berhijab syar'i menonjolkan kulit cerah alami dan natural, selebgram bercadar

menonjolkan mata. Ketiganya sama-sama menonjolkan tubuh yang tinggi dan ramping dengan pose dan pilihan busana yang digunakan.

Keseluruhan sudut representasi perempuan berhijab ditampilkan oleh ketiga selebgram tersebut yaitu sebagai berikut: Selebgram Puteri Hasanah Karunia memakai hijabnya dengan cara memadu padankan busana dan kerudung mereka hingga tampak modis dan bergaya. Cara Puteri memakai hijabnya membuatnya terkenal sebagai pemakai hijab modis. Suara yang muncul mengenai wacana kecantikan secara dominan muncul dari komentar-komentar yang membenarkan penampilan yang dibawakan Puteri bahwa perempuan berhijab harus selalu cantik dan menarik dengan atribut-atribut kecantikan seperti make up, padu padan antara baju dan kerudung, penambahan aksesoris seperti kalung, meskipun tidak menutup aurat secara benar.

Fitri Aulia dengan hijab syar`i pun memiliki ciri khasnya sendiri. Ia memilih memakai gamis, rok atau gaun berpotongan lurus, lebar, dan panjang. Penggambaran tubuh ideal dikemukakan oleh Fitri melalui dirinya yang ditampilkan terlihat tinggi dan ramping melalui fotonya dan komentar-komentar yang dijawabnya dengan pandangan bahwa perempuan perlu mendisiplinkan tubuhnya dengan menggunakan padu padan busana tertentu agar tubuh tidak terlihat pendek dengan busana-busana yang panjang. Representasi kecantikan yang dimunculkan terlihat dari kulit yang cerah dan mulus, bagi Fitri, ia tidak mengharapkan persetujuan dari orang lain. Ia hanya menampilkan sudut pandangnya mengenai perempuan berhijab syar`i yang juga bisa terlihat menarik.

Diana Nurliana sebagai selebgram bercadar pun sama seperti perempuan berhijab syar`i dengan memakai gamis-gamis, gaun atau rok

berpotongan lebar dan panjang. Kerudung yang sering dipakai ialah hanya sebatas menutup dada. Sehingga aksesoris-aksesoris pada busananya yang terlihat bisa memperindah penampilannya. Ia juga hampir selalu menunjukkan tas-tas mewah pada unggahannya. Suara yang muncul membenarkan penampilan Diana yang terlihat cantik, modis, dan bergaya meskipun menggunakan cadar.

Perempuan berhijab dalam teks ini memiliki versi kecantikan masing-masing sesuai dengan hujab yang dipakainya. Namun secara keseluruhan, ideologi kecantikan yang muncul secara dominan masih berpusat pada penampilan fisik. Representasi kecantikan dalam bentuk disiplin tubuh dilakukan dan ditunjukkan melalui postur tubuh, kuliat dan make up. Pada akhirnya perempuan berhijab dalam teks ini tetap tidak bisa lepas dari mitos kecantikan, norma agama yang dikompromikan dengan modernitas dan komersil tidak menghilangkan mitos yang ada.

KESIMPULAN

Perempuan dalam media selalu ditampilkan sesuai standar kecantikan yang sudah dibentuk oleh media sendiri. Perempuan ideal yang dibentuk oleh media adalah sosok perempuan yang tinggi, berkulit putih, langsing dan memiliki wajah yang cantik. Berbagai produk dan praktik dikenakan dalam mengelola bagian tertentu untuk mendapatkan bentuk atau penampilan yang diinginkan. Usaha mengelola tubuh yang ideal menjadi demam masyarakat (khususnya perempuan) yang mempengaruhi cara pandang masyarakat terhadap potret perempuan. Perempuan diharapkan tampil dengan ukuran-ukuran tubuh yang diidealkan secara sosial. Pengelolaan tubuh ini kemudian disediakan

dalam bentuk perawatan yang mengaitkan ideologi kecantikan perempuan dipolitisasi dalam produk-produk perawatan tubuh.

Penundukan perempuan berhijab terhadap tubuhnya dilakukan dengan penggunaan make up yang digunakan sedemikian rupa agar terlihat cantik tetapi tidak berlebihan, menggunakan produk perawatan kulit untuk kulit yang cerah dan sehat, pemakaian hijab sesuai dengan karakter diri masing-masing dan pemahaman agama yang diyakininya beserta pemakaian busana yang dipadu-padankan dengan hijabnya agar tetap bisa tampil modis dan menarik. Pemakaian busana juga diatur agar tetap bisa menampilkan tubuh ideal yang berkembang di masyarakat, yaitu tinggi dan ramping. Sehingga kesan saleh sekaligus menarik bisa dilihat dari diri perempuan berhijab.

Mengacu pengetahuan ideologis pada tubuh perempuan, yang diasumsikan bahwa kecantikan mereka merupakan salah satu unsur yang selalu membutuhkan perbaikan (Mills,1995: 103). Para perempuan berhijab seolah berlomba-lomba tampil semenarik mungkin sesuai dengan karakteristiknya sendiri-sendiri. Berhijab yang dapat menjadi simbol pembebasan dari standar kecantikan, pun kini justru tidak lepas dari atribut-atribut kecantikan. Mereka menggunakan kosmetik untuk menonjolkan bagian-bagian tertentu dari wajah serta melakukan aktivitas perawatan tubuh agar tampil cantik dan menarik, dengan indikator terlihat natural. Kecantikan dilihat dari fisik seperti wajah dengan paras yang ayu, kulit putih terawat, serta penampilan yang menarik dengan busana yang menutup aurat tetapi trendi menjadi sebuah ideologi kecantikan pada perempuan berhijab.

DAFTAR PUSTAKA

- Barthes Roland. (1972). *Mythologies*. New York The Noonday Press.
- Barthes, Roland. (1982). *A Barthes Reader*. (Susan Strong, Ed.). London: Vintage.
- Hall, Stuart. (1997). *Cultural Identity and Diaspora dalam buku Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London: Sage Publication Ltd
- Hartley, John. (2004). *Communication, Cultural, and Media Studies: The Key Concepts*. London: Routledge.
- Klein, Kendyl M. (2013). *Why Don't I Look Like Her? The Impact of Social Media on Female Body Image*. Thesis. Claremont Mckenna College.
- Taruna Budiono. (2013). *Pemaknaan Tren Fashion Berjilbab Ala Hijabers*
- Lestari, Diajeng. (2013). *Hijupreneur*. Jakarta : QultumMedia.
- Mills, Sara. (1995). *Feminist Stylistic*. London: Routledge.
- Wolf, Naomi. (2002). *Mitos Kecantikan: Kala Kecantikan Menindas Perempuan*. Yogyakarta: Niagara.