



## Peran Digital Media *Instagram* dalam ‘*Hijrah Movement*’ Perempuan Muda Bercadar

Agus Aprianti<sup>a</sup>,

Alila Pramianti<sup>b</sup>

<sup>a</sup>Universitas Telkom, Indonesia

<sup>b</sup>Universitas Telkom, Indonesia

[agusaprianti@gmail.com](mailto:agusaprianti@gmail.com), [alilaku@gmail.com](mailto:alilaku@gmail.com)

Diterima tanggal 28 Desember 2019,  
Direvisi tanggal 15 Januari 2020,  
Disetujui tanggal 1 Februari 2020

**Abstrak.** Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauhmana peran digital media Instagram bagi perempuan muda bercadar dalam proses hijrah movement. Hal ini didasarkan pada banyaknya bermunculan hastag seperti #muslimahbercadar sebanyak 133 ribu postingan #hijabcadar sebanyak 11,7ribu postingan, #perempuanhijab 248 postingan #hijabers 29.3 juta dan banyak lagi hastag atau tagar yang menggunakan kata cadar ataupun hijab. Jika diperhatikan pada beberapa tulisan pada postingan yang muncul di beberapa hastag, isi tulisan menceritakan tentang diri Muslimah bercadar dalam proses hijrah. Hal ini menjadi alasan penulis untuk melakukan penelitian ini dengan menggunakan paradigma konstruktivis dengan pendekatan metode penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data dengan observasi, studi pustaka, dokumentasi dan wawancara mendalam terhadap 5 informan perempuan muda bercadar yang aktif dalam menggunakan media sosial Instagram. Menggunakan teknik purposive non probability sampling dalam menentukan informan sesuai dengan kriteria yang ditetapkan dalam penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *hijrah movement* perempuan muda bercadar dibentuk oleh banyaknya akun dakwah yang muncul di Instagram melalui video-video kajian. Alasan hijrah adalah menjadi lebih baik, bentuk kepatuhan pada Allah, membuat orang tua bangga.

**Kata kunci:** peran digital media, hijrah movement, perempuan bercadar, Instagram

**Abstract.** The research was conducted to learn about the digital role of Instagram media for young women. In the process of immigration movement. It is based on a number of emerging hastags such #muslimahbercadar as many as 133K posts #hijabcadar as many as 11,7K posts, #perempuanhijab 248K posts #hijabers 29.3M posts and many more hashtags that use the word veil or hijab. If noted in some writings on the post that appears in some hastag, the content of the writing tells about the self-contained Muslimah in the process of hijra. This is the reason the authors to do this research using a constructivist paradigm with a qualitative research method approach. Data collection techniques with observations, library studies, documentation and in-depth interviews with 5 well-veiled female informant who are active in using Instagram social media. Using the technique purposive non probability sampling in determining the informant in accordance with the criteria set out in the researc. The results showed that the immigration movement of the young women was formed by the many Da'wah accounts that appeared on Instagram through video studies. The reason for immigration are to be better, form of compliance on Allaah, make parents proud.

**Keywords:** digital media, hijrah movement, female veiled, Instagram

\*Penulis Korespondensi  
Institusi dan Alamat Institusi

: Agus Aprianti  
: Telkom University, 1. Telekomunikasi Jl. Terusan Buah Batu,  
Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Bandung, Jawa Barat 40257

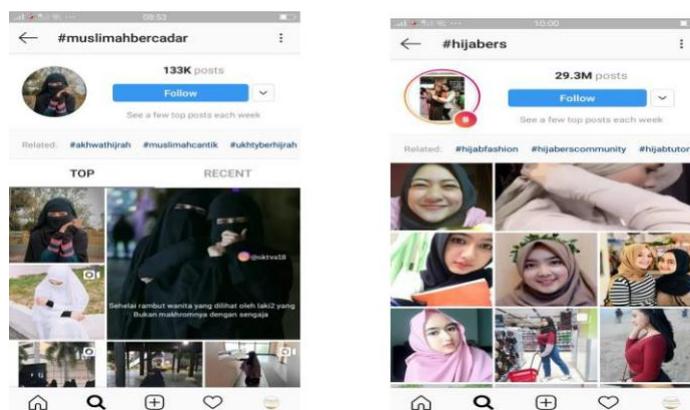
Nomor Handphone Penulis Korespondensi : +6285222223883

## PENDAHULUAN

Indonesia merupakan populasi terbesar di dunia yang menganut agama Islam. Menurut (Muslim Pro, 2016) sekitar 222 juta umat muslim berada di Indonesia. Di posisi ke dua ditempati oleh Negara Pakistan dengan jumlah 195 juta umat muslim. Di posisi ke tiga di tempati Negara India, sekitar 183 juta umat muslim. Saat ini di Indonesia terdapat 10% perempuan menggunakan hijab dari seluruh populasi yang ada, berdasarkan data *Finance Time* ([www.arah.com](http://www.arah.com), diakses 1 Januari 2020, pukul 13.26 WIB). Secara umum hijab dapat diklasifikasikan memiliki 4 jenis : khimar, jilbab, niqab dan burqa. Berdasarkan Penelitian yang dilakukan oleh *Alvara Research Centre* yang berbasis di Jakarta pada tahun 2015 menunjukkan bahwa 79.4% responden lebih memilih untuk mengenakan hijab biasa, sementara 13.5% memilih hijab longgar yang lebih konservatif dan bergaya syariah, yang menutupi bagian dada, menurut survei kurang dari 2% perempuan Indonesia memilih mengenakan niqab atau burqa, yang keduanya sama-sama menutupi wajah (Hawley, 2017).

Dirangkum dari *KompasTekno* dari *We Are Social* (2018) Indonesia selain sebagai populasinterbesar di dunia yang menganut agama Islam, Indonesia juga sebagai pengguna sosial media terbanyak, dalam satu hari di Indonesia orang-orang menghabiskan waktu sampai 3 jam 23 menit. Dari total populasi di Indonesia sebanyak 265,4 % juta jiwa, pengguna aktif dari media sosial mencapai hingga 130 juta dengan presentasi 49%. Dimana sebanyak 120 juta orang di Indonesia telah menggunakan perangkat mobile, seperti *smartphone* atau *tablet* untuk mengakses media sosial dengan presentasi 45%. Dalam sepekan aktivitas online di media sosial melalui *smartphone* telah mencapai 37%. Media sosial yang paling banyak diakses di Indonesia pengguna diantaranya, Youtube menempati posisi pertama dengan presentasi 43% sebanyak 41% sering dalam menggunakan Facebook, 40% sering dalam menggunakan WhatsApp, dan 38% pengguna sering mengakses Instagram dan 33% sering menggunakan Line (Pertiwi, 2018). Pada Januari 2018, Instagram adalah media sosial yang paling banyak digunakan keempat dengan jumlah 53 juta pengguna, dan 49% adalah perempuan. (We Are Social and Hootsuite Survei, 2018).

Hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti, perempuan muda Muslim di Indonesia adalah pengguna aktif di media sosial, salah satunya adalah instagram. Dapat dilihat dari *hastag* atau tagar (#) yang bermunculan. Seperti #muslimahbercadar 133 ribu kiriman dari publik, #perempuanhijab 248 ribu kiriman, #muslimahcantik 440 ribu kiriman, #muslimahsyari 529 ribu kiriman, #perempuanmuslimah 1 juta kiriman, #hijabersindonesia 2,8 juta kiriman, #muslimah 14 juta kiriman dan #hijabers 29,3 juta kiriman dari publik. Dapat dilihat pada gambar di bawah ini :



**Gambar 1**  
**Jumlah postingan Hastag #muslimahbercadar dan #hijabers**  
(sumber : Dokumentasi dan Observasi peneliti 2018-2019)

Dari gambar di atas terlihat bahwa semakin banyak perempuan muda mulai menggunakan hijab bahkan hingga menggunakan cadar. Tentunya pada proses ini tidak begitu saja terjadi, dimana saat ini perempuan

bercadar sering dianggap radikal dan identik dengan stigma negatif seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh Tantra, Indra (2015) skripsi berjudul "Persepsi Masyarakat Tentang Perempuan Bercadar (Studi Kasus Desa To'bia Kabupaten Luwu)." di Desa To'bia Kabupaten Luwu, menunjukkan adanya persepsi negatif masyarakat terhadap perempuan bercadar. Perlakuan diskriminasi bagi perempuan bercadar, bahkan sebagian masyarakat mengucilkan atau bahkan menolak keberadaan mereka dan tidak di anggap di dalam masyarakat Luwu.

Fenomena cadar bukan hal baru di masyarakat Indonesia, namun eksistensi pengguna cadar terus menjadi polemik. Pro dan kontra mengenai cadar terus bergulir bahkan banyak pemberitaan adanya larangan penggunaan cadar di berbagai Institusi. Diikutip dari [tribunnews.com](http://tribunnews.com) (2019) pernyataan dari Menteri Agama Fahrul Razi

"Kami ingin cadar ini tidak boleh berkembang dengan alasan takwa. Kami khawatir ini berkembang dengan alasan ini ukuran ketakwaan umat. Sebab itu kami katakan cadar dengan ketakwaan tidak ada hubungannya," dalam rapat kerja perdana dengan Komisi VIII DPR, di Gedung DPR/MPR Senayan, Jakarta, ([tribunnews.com](http://tribunnews.com) dengan judul berita "Menteri Agama Klarifikasi Soal Larangan Bercadar dan Celana Cingkrang Saat Rapat Dengan DPR, Kamis (7/11/2019)).

Dari berita klarifikasi oleh Menteri Agama tersebut bahwa sebelumnya ada pemberitaan mengenai larangan penggunaan cadar. Pro dan kontra cadar, stigma negatif yang melekat tidak menjadi masalah bagi perempuan muda bercadar dalam proses hijrah untuk tetap menggunakan cadar.

Jika diartikan cadar alam bahasa inggris, diistilahkan dengan veil yang biasa dipakai untuk merujuk pada penutup tradisional kepala, wajah (mata, hidung, atau mulut), atau tubuh perempuan Timur Tengah dan Asia Selatan. Makna leksikal yang dikandung kata ini adalah sebagai "penutup" atau "menyembunyikan" (Yunita, 2015).

Sementara itu cadar atau dalam bahasa Arab biasa disebut dengan niqab (Mailani, 2013) adalah pakaian wanita yang menutup wajah kecuali mata. Cadar dalam Islam adalah jilbab yang tebal dan longgar, yang menutupi seluruh aurat termasuk wajah dan telapak tangan. Dapat diartikan bahwa Niqab atau dalam Bahasa populernya saat ini adalah cadar didefinisikan sesuatu yang dijadikan penutup muka oleh para wanita. Hukum cadar sendiri di kalangan para ulama terdapat perbedaan pendapat antara sunnah dan wajib dalam penggunaan cadar. Hal ini disebabkan tentang batas-batas aurat perempuan dihadapan lelaki ajnabi-nya (bukan mahram).

Dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) Ajnabi diartikan orang asing, orang yang bukan sanak saudara dekta, (hukumnya boleh kawin-mengawini antara laki-laki dan perempuan).

Muhammad (2015) hukum memakai cadar atau menutup wajah bagi wanita dalam ajaran Islam didasarkan dalil-dalil dalam Al Qur'an, hadist-hadist shahih serta pemaparan para sahabat Nabi Shallallahu 'alaihi Wasallam serta para ulama yang mengikuti mereka. Pendapat para ulama madzhab; Madzhab Hanafi berpendapat bahwa wajah wanita bukanlah aurat, namun memakai cadar hukumnya sunnah (dianjurkan) dan menjadi wajib jika dikhawatirkan menimbulkan fitnah. Madzhab Maliki berpendapat bahwa wajah wanita bukanlah aurat, namun memakai cadar hukumnya sunnah (dianjurkan) dan menjadi wajib jika dikhawatirkan menimbulkan fitnah, bahkan sebagian ulama Maliki berpendapat seluruh tubuh wanita adalah aurat. Madzhab Syafi'i berpendapat aurat wanita di depan lelaki ajnabi (bukan mahram) adalah seluruh tubuh. Sehingga mereka mewajibkan wanita memakai cadar di hadapan lelaki ajnabi. Madzhab Hambal berpendapat hal yang sama, Imam Ahmad bin Hambal berkata : "Setiap bagian tubuh wanita adalah aurat termasuk pula kukunya"(dilangsir dalam Zaadul Masiir, dalam Muhammad, 2015)

Cadar merupakan budaya Islam, sebelum turun ayat yang memerintahkan berhijab atau berjilbab, budaya masyarakat Arab Jahiliyah adalah menampakkan aurat, bersolek jika keluar rumah, berpakaian seronok atau disebut dengan tabarruj. Oleh karena itu Allah Ta'ala berfirman : "Hendakannya kalian (wanita muslimah), berada di rumah-rumah kalian dan janganlah kalian ber-tabarruj sebagaimana yang dilakukan wanita jahiliyah terdahulu" (QS. Al Ahzab:33). Sedangkan yang disebut dengan jahiliyah adalah masa ketika Rasulullah Shallallahu 'alaihi Wasallam belum di utus. Ketika Islam datang, Islam mengubah budaya buruk ini dengan memerintahkan para wanita untuk berhijab. Ini membuktikan bahwa menutup aurat adalah budaya yang berasal dari Islam (Muhammad, 2015)

Dewasa ini perkembangan teknologi yang semakin canggih dan munculnya keberadaan media baru memberikan warna tersendiri. Jika merujuk pengertian cadar di atas sebagai penutup aurat, banyak pengguna cadar yang juga aktif bermain di media sosial salah satunya di media sosial *Instagram* dimana perempuan bercadar banyak menampilkan dirinya melalui unggahan foto maupun video diri mereka. Ini menjadi fenomena menarik untuk dikaji seperti penelitian yang dilakukan oleh Piela (2013) dengan judul "*I am Just Doing my Bit to Promote Modesty: Niqabis' self-portraits on photo-sharing websites*" dimana hasil penelitian ini, menggambarkan perbedaan antara penggambaran dari pengguna niqab dan penggambaran diri mereka dalam membagikan foto di situs online, yang bertujuan untuk menjabarkan perbedaan gaya visual yang timbul pada akhirnya dengan menunjukkan kepada aspek foto diri. Sedangkan Baulch & Pramiyanti (2018) dalam jurnal yang berjudul "*Hijabers on Instagram: Using Visual Social Media to Construct the Ideal Muslim Woman*" dimana hasil penelitiannya adalah menganalisis gambar diri hijabers melalui penggambaran dan perdebatan tentang dampak fenomena *microcelebrity* terhadap kekuatan wanita dimana pengguna hijab di *Instagram* menunjukkan bahwa keduanya adalah model Muslim dari penampilan post-feminis di media sosial dan model perempuan dari dakwah Muslim yang dimediasi secara elektronik. Yaitu, kinerja hijabers tentang struktur feminitas terselubung dan disusun oleh dua bidang yang berbeda budaya digital global yang dinamis dan bidang komunikasi Islam yang terus berubah dan menunjuk ke "kebiasaan komposit". Sedangkan dalam jurnal yang berjudul "*Creative and Lucrative Da'wa: The Visual Culture of Instagram amongst Female Muslim Youth in Indonesia*" yang dilakukan oleh (Nisa) hasil penelitian ini menunjukkan peran *Instagram*, sebagai salah satu platform media sosial yang paling populer di kalangan anak muda Indonesia, dalam menciptakan dan memperluas ruang alternatif bagi perempuan Muslim Indonesia untuk membangun identitas mereka sebagai Muslim yang baik.

Menurut McQuail (2011) Istilah media baru telah digunakan sejak tahun 1960-an dan telah mencakup seperangkat teknologi komunikasi terpaan yang semakin berkembang dan beragam. Media baru dapat berarti "sebuah rangkaian yang luas pada produksi media, distribusi media, dan pengguna media" (Martin Lister, Jon Dovey, Seth Diddings, Iain Grant, 2003)

Adapun pengertian dari media baru yang memberikan arti yang cukup luas seperti yang diungkapkan oleh David Croteau, Willian Hoynes (1997) bahwa media baru yang muncul akibat inovasi teknologi dalam bidang media meliputi televisi kabel, teknologi *optic fiber*, *satellites*, dan *computer*. Dengan teknologi seperti ini, pengguna bisa secara interaktif membuat pilihan serta menyediakan respon produk media secara beragam. Sementara menurut McQuail, (2000) membuat pengelompokan media baru menjadi empat kategori. *Pertama* media komunikasi interpersonal yang terdiri dari telpon, *handphone*, *email*. *Kedua*, media bermain *interaktif* seperti *computer*, *video game*, permainan dalam internet. *Ketiga*, media pencarian informasi yang berupa portal atau *search*, *engine*. *Keempat*, media partisipasi kolektif seperti penggunaan internet untuk berbagi dan pertijukan informasi, pendapat, pengalaman dan menjalin melalui *computer* dimana pengguna tidak semata-mata untuk alat namun juga dapat menimbulkan efeksi dan emosional.

Menurut McQuail (dalam Muhammad Rahim, Endang Erawan, 2018). Media baru secara umum mengacu pada pengguna teknologi internet, terutama penggunaan publik seperti berita online, iklan, penyiaran, aplikasi broadcasting, forum dan aktifitas diskusi, word wide web, pencarian informasi dan potensi pembentukan komunitas tertentu. Dalam hal ini media baru merupakan sebagai media yang menggabungkan teknologi internet dalam penggunaannya. Tidak dapat dipungkiri bahwa media baru kini lebih diminati oleh masyarakat sosial saat ini karena media baru dianggap lebih praktis dan efisien dalam hal penggunaannya. Baik dalam hal memberikan atau membagi suatu informasi dan mendapatkan informasi. Dalam hal ini komunikasipun sangat mudah dilakukan, dibandingkan dengan menggunakan media lama atau media konvensional.

Media sosial adalah media yang didesain untuk menyebarkan pesan melalui interaksi sosial dan dibuat dengan teknik-teknik publikasi yang sangat mudah diakses dan bersekala besar. Menurut Widjajanto dalam Muhammad Rahim, Endang Erawan (2018), media baru juga berkembang menjadi berbagai macam bentuk dan salah satunya adalah media sosial. Karakteristik media sosial yang maya sering menimbulkan fenomena-fenomenayang booming dikalangan pengguna bahkan kemasayarakat luas yang tidak menggunakan media sosial tersebut. Menurut McQuail dalam Muhammad Rahim, Endang Erawan (2018),

ada beberapa karakteristik kunci yang membedakan media lama dengan media baru jika ditinjau dari perspektif penggunaannya, yaitu:

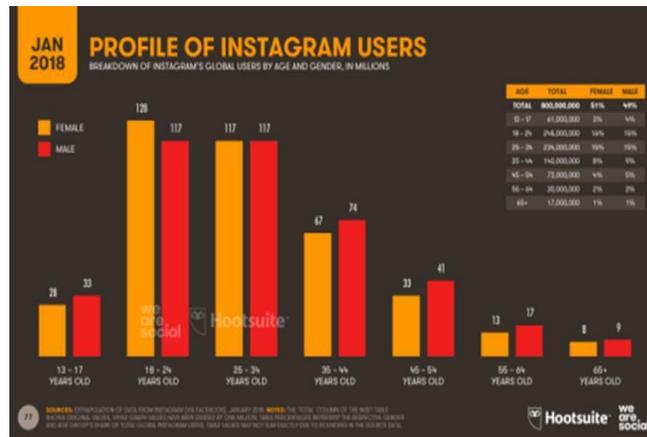
- a. Interaktivitas (*interactivity*)  
Interaktivitas yang terjadi pada media baru memungkinkan penggunaannya untuk melakukan two ways communication atau komunikasi dua arah secara langsung. Sedangkan pada media lama tidak adanya interaktivitas antara komunikasi dan komunikator secara langsung.
- b. Kehadiran sosial atau sosialbilitas (*social presence or sociability*)  
Kehadiran media baru mampu membuat pengguna melakukan kontak personal dengan pengguna lain. Walaupun kontak tersebut hanya melakukan kontak personal dengan pengguna lain.
- c. Kekayaan media (*media richness*)  
Jangkauan dimana media dapat menjembatani kerangka referensi yang berbeda, mengurangi ambiguitas, memberikan lebih banyak petunjuk, melibatkan lebih banyak indra, dan lebih personal. Dimana media dapat dijadikan sebagai suatu referensi, selain itu dapat memperjelas suatu informasi yang ada.
- d. Otonomi (*autonomy*)  
Otonomi merupakan derajat dimana seorang pengguna merasakan kendali atas konten yang ia miliki dan bebas dari sumber. Dimana saat seseorang memiliki akun media sosial, konten yang akan dibagikan atas kendali dirinya sendiri tidak ada satu orangpun yang mampu mengendalikan atau mengontrol konten yang akan dibagikan kepada followers nya.
- e. Unsur bermain-main (*playfulness*)  
Motivasi utama para pengguna media baru saat menggunakan media tersebut adalah sebagai alat hiburan (*entertainment*).
- f. Privasi (*privacy*)  
Saat seseorang telah memasuki cyberspace maka privasi yang dimiliki oleh orang tersebut dibagikan menjadi semakin berkurang. Keterbukaan dari pengguna membuat adanya keterlibatan orang lain pada akun yang dimiliki oleh seseorang, karena konten-konten yang telah dibagikan.
- g. Personalisasi (*personalization*)  
Derajat dimana konten dan pengguna menjadi personal dan unik. Dimana setiap akun media yang dimiliki pengguna memproduksi konten yang berbeda-beda.

Dengan hadirnya media baru pada saat ini memudahkan para pengguna dalam mencari informasi maupun berbagi informasi kepada khalayak sosial. Tidak hanya digunakan sebagai alat mencari atau berbagi informasi saja, media baru digunakan sebagai alat untuk berkomunikasi atau interaksi. Salah satu media baru yang hadir pada saat ini adalah media sosial.

Media sosial saat ini dapat kita lihat adanya media semacam Twitter, Facebook, LinkedIn (aplikasi mengkhususkan untuk bisnis dan professional), devinART (mengkhususkan ke digital art), CouchSurfing dan Wayn (khusus untuk traveling), Flickr (berbagi foto), Instagram (berbagi foto dan video) dan beberapa aplikasi yang lainnya. Dimana pengendali konten adalah pemilik akun media tersebut. Tidak hanya itu, dengan kemunculan media sosial ini banyak sekali bermunculan komunitas yang terbentuk. Komunitas ini terbentuk karena adanya pertemuan khusus berawal dari dunia maya. Kehadiran media sosial ini membuat setiap orang berpotensi dalam komunikator massa. Setiap individu dapat berbagi atau menyampaikan berbagai kejadian di berbagai dunia, semua kendali dipegang oleh pengguna media sosial.

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi video dan foto yang mungkin pengguna untuk mengunggahnya, dengan mencantumkan sebuah caption di bawahnya. Adapun instastory dan dilengkapi dengan IG TV. Dalam instagram juga dilengkapi dengan feature pencarian, yang memudahkan pengguna dalam mencari orang atau pengguna yang ingin kita temukan, tagar (#) juga dapat mencari lokasi atau tempat dari unggahan foto dan video oleh seseorang. Menurut We Are Social and Hootsuite Survei (2018a), pengguna instagram berdasarkan umur dibagi menjadi 7 kategori. Mulai dari umur 13-17 tahun pengguna instagram untuk presentase perempuan 3% untuk laki-laki 4%. Untuk umur 18-24 tahun pengguna instagram memiliki presentase perempuan 16% untuk laki-laki 15%. Untuk umur 25-34 tahun pengguna instagram memiliki presentase perempuan 15% untuk laki-laki 15%. Untuk umur 35-44 tahun pengguna

instagram memiliki presentase perempuan 8% untuk laki-laki 9%. Untuk umur 45-54 tahun pengguna instagram memiliki presentase perempuan 4% untuk laki-laki 6%. Untuk umur 55- 64 tahun pengguna instagram memiliki presentase perempuan 2% untuk laki-laki 2%. Untuk umur di atas 65 tahun pengguna instagram memiliki presentase perempuan 1% untuk laki-laki 1%.



Gambar 2. Profile of Instagram Users  
(We Are Social and Hootsuite Survei, 2018a)

Berdasarkan data di atas, pengguna dari media sosial khususnya instagram dapat diterima oleh semua kalangan dan usia. Memanfaatkan teknologi Instagram dengan bahasa visualnya, Muslimah perempuan muda telah menciptakan sebuah forum dimana mereka mengundang dan memotivasi orang lain untuk menjadi perempuan Muslim yang tepat dengan terlibat dalam perjalanan hijrah. Dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti-peneliti sebelumnya, dimana studi-studi tersebut berguna untuk membangun landasan mempelajari bagaimana peran digital media khususnya Instagram dalam proses hijrah *movement* perempuan muda bercadar di Indonesia dalam menggunakan media sosial instagram. Berdasarkan uraian di atas maka penelitian ini dilakukan untuk mendeskripsikan pengalaman hijrah *movement* perempuan muda bernicad dan peran digital media *Instagram* dalam hijrah *movement*.

## METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini paradigma yang digunakan adalah paradigma konstruktivis interpretatif (subjektif) dimana paradigma ini memandang realitas sosial adalah sesuatu yang bersifat subjektif dan diinterpretasikan, manusia menciptakan makna dalam menjalani hidupnya, yang didasarkan pada kehidupan sehari-hari, (Mulyana dalam Aprianti 2017).

Metode penelitian dengan format deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk menggambarkan, meringkas berbagai kondisi, situasi yang beragam, atau berbagai fenomena realitas sosial yang ada dimasyarakat yang menjadi objek penelitian yang berupaya menarik realitas itu kepermukaan sebagai suatu karakter, sifat, ciri, tanda atau gambaran tentang situasi, kondisi atau pun fenomena tertentu (Bungin, 2007).

Metode kualitatif memandang realitas sebagai sesuatu yang berdimensi banyak, suatu kesatuan yang utuh, serta berubah-ubah. Karena itu pula biasanya rancangan penelitiannya tidak disusun secara rinci dan pasti sebelum penelitian dimulai. Untuk alasan itu pula pengertian kualitatif sering diasosiasikan dengan teknik analisis data dan penulisan laporan mendalam (Aminudin dalam Aprianti 2016)

Subjek dalam penelitian ini adalah perempuan muda bercadar yang aktif menggunakan Instagram, sebanyak 5 Informan perempuan muda bercadar, dengan inisial yaitu : Nul, Lai, Put, Azh dan Azr. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan observasi serta kajian pustaka. Informan diperoleh

melalui teknik snowball sampling. Selain wawancara, peneliti juga akan melakukan observasi di beberapa event yang dihadiri oleh perempuan muda bercadar.

Sementara itu, teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah thematic analysis Braun & Clarke (2012) menjelaskan lima tahap thematic analysis sebagai berikut: “1) *Familiarising yourself with the data*, 2) *Generating initial codes phase*, 3) *Searching for themes phase*, 4) *Reviewing potential themes phase*, 5) *Defining and naming key themes phase*, and 6) *Producing the report*” (p. 60-66). Melalui thematic analysis, penelitian ini akan dapat menentukan pola dan kategorisasi data.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pembahasan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti pada 5 informan perempuan muda bercadar. Bagaimana proses hijrah movement yang dialami oleh informan. Dipahami oleh informan bahwa hijrah tidak hanya tentang penampilan dan berpakaian yang berubah tetapi juga perubahan dalam aspek lainnya. Seperti adanya peningkatan dalam beribadah dan dalam bersosialisasi dengan orang lain. Hijrah movement diakui oleh informan tidak lepas dari peran Instagram yang memudahkan informan untuk mendapatkan informasi kajian dan postingan-postingan dari akun dakwah yang memberikan motivasi bagi para informan untuk menjadi lebih baik dan mengingat diri. Dapat disimpulkan bahwa proses hijrah movement perempuan muda bercadar dilatar belakangi oleh keinginan menjadi pribadi yang lebih baik, sebagai bentuk kesadaran dan ketaatan pada Allaah. Selain itu digital media Instagram berperan positif dalam perubahan yang terjadi pada perempuan muda bercadar dengan konten yang dibuat pada akun-akun dakwah di Instagram. Digital media Instagram memberikan pengaruh yang cukup signifikan bagi akun-akun dakwah untuk memberikan informasi dan motivasi bagi pengikut akunnnya.

*“Hijrah adalah suatu proses perpindahan atau perubahan ke arah yang lebih baik. Sebagaimana peristiwa hijrahnya Rasulullah SAW dan para sahabat dari Mekkah yang masih jahiliyah menuju Madinah yang telah menerapkan Islam. Melalui peristiwa hijrah inilah, umat Islam akhirnya mampu menjalankan ajaran agamanya dengan sempurna, tanpa terganggu oleh tradisi jahiliyah. Berkaca pada peristiwa hijrah Rasulullah SAW tersebut, fenomena hijrah di masa sekarang juga diartikan sebagai perubahan seseorang menuju kondisi yang lebih baik. (republika.co.id 7/11/2019)”*



Gambar 3

Sumber : Dokumentasi kajian Ustadz Hanan Attaki di Masjid Trans Studio, muzamoto instagram

Perubahan bukan hanya pada cara berpakaian, namun juga bagaimana para pemuda yang berhijrah memiliki target-target dalam perubahan tersebut. Seperti yang diungkapkan oleh Nul mengungkapkan bahwa setiap hari minimal setoran hafalan ayat, tilawah 1 Juz setiap hari dan harus terus ada peningkatan.

*“Jadi yang berubah teh bukan cuma baju jadi lebih longgar, tapi minimal ada perubahan lain, kayak sekarang ada target hafalan ayat sama tilawah minimal sehari satu Juz.” (Nul)*

Dari pernyataan informan Nul di atas dapat diketahui bahwa perubahan dalam proses hijrah bukan hanya pada cara berpakaian saja, akan tetapi juga pada target-target yang dapat menjadi diri dalam proses hijrah menjadi lebih baik lagi. Hal ini senada dengan yang diungkapkan oleh Azr bahwa ketika berhijrah

informan merasa perlu membuat target-target dalam hidupnya untuk lebih baik dalam aspek mengaji, ilmu agama dan amalan-amalan wajib maupun sunnah harus ada peningkatan.

*“Jadi yang berubah teh bukan cuma baju jadi lebih longgar, tapi minimal ada perubahan lain, kayak sekarang ada target hafalan ayat sama tilawah minimal sehari satu Juz.” (Nul)*

Dari pernyataan informan Nul di atas dapat diketahui bahwa perubahan dalam proses hijrah bukan hanya pada cara berpakaian saja, akan tetapi juga pada target-target yang dapat menjadi diri dalam proses hijrah menjadi lebih baik lagi. Hal ini senada dengan yang diungkapkan oleh Azr bahwa ketika berhijrah informan merasa perlu membuat target-target dalam hidupnya untuk lebih baik dalam aspek mengaji, ilmu agama dan amalan-amalan wajib maupun sunnah harus ada peningkatan.

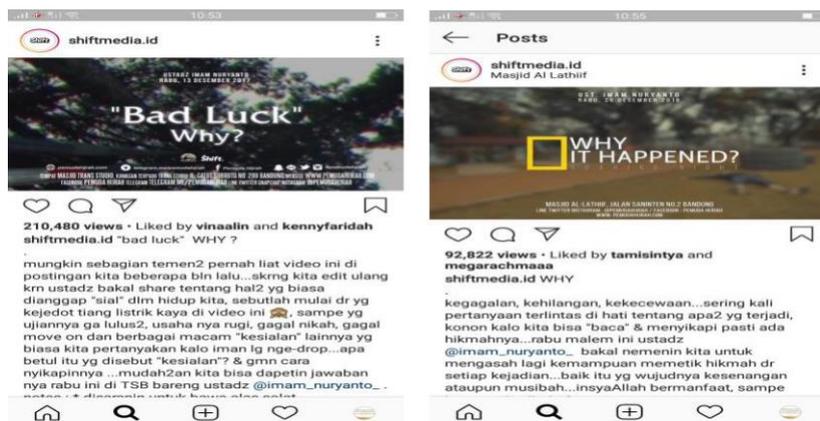
*“Ada target yang mau dikejar teh, kalo dulu ngaji mah sesempetnya, kalo sekarang bukan sesempetnya tapi jadi agenda harian dan harus itu kejar targetnya, misal baca qur’an abis shalat minimal 2 sampe 3 lembar, shalat dhuha minimal pisan 2 rakaat, terus teh itu dicatet.” (Azr)*

Hal senada juga dinyatakan oleh 3 informan lainnya, bahwa hijrah tidak hanya mengubah penampilan tetapi juga perubahan dalam segala aspek lain yang lebih baik.

### Mengikuti Kajian Karena Info di Instagram

Banyak Masjid yang mengadakan kajian dengan tema-tema yang dekat dengan permasalahan anak muda dan bagaimana cara menghadapinya. Menjadi daya tarik tersendiri bagi informan dalam menambah ilmu agama. Bahkan dengan mudah dapat mengetahui informasi kajian dari Instagram di Masjid mana, temanya apa dan Ustadz yang mengisi kajian tersebut siapa. Hal ini dapat dilihat banyaknya akun yang memberikan info-info mengenai kajian di Kota Bandung. Seperti akun Instagram @infokajian, bdg, @info\_kajian\_bandung, @infokajianbandungraya, @kajiansalafbandung, bahkan Masjid-masjid yang sering mengadakan kajian memiliki akun sendiri untuk berbagi informasi kajian seperti @masjidallathiiif, @masjidtrans.id.

Tema-tema kajian yang dikemas dengan bahasa anak muda menjadi daya tarik tersendiri. Ini sengaja dilakukan untuk menarik perhatian anak muda datang ke Masjid dan mengikuti kajian. Info kajian tersebut di bagikan melalui media sosial Instagram yang dianggap sebagai media yang paling banyak digunakan oleh anak muda. Info kajian dibuat menarik melalui video dilengkapi dengan tulisan yang dapat menyentuh emosi bagi pembaca yang melihat video dan tulisan yang ditampilkan. Beberapa contoh info kajian dalam bentuk video dengan keterangan seperti di bawah ini :



Gambar 4 Contoh info kajian dari akun Instagram @shiftmedia.is

Dari pemanfaatan media sosial Instagram tersebut banyak kalangan anak muda yang hadir untuk mengikuti kajian. Lebih dari itu dari hasil observasi dan wawancara yang dilakukan terhadap informan Ustadz yang mengisi kajian pun turut menjadi daya tarik bagi informan untuk hadir serta tema kajian yang akan dibahas.

## Hijrah Movement Perempuan Muda Bercadar

Hijrah artinya adalah berpindah dari suatu tempat, seiring perkembangannya hijrah secara harfiah artinya meninggalkan sesuatu yang buruk ke sesuatu yang lebih baik. Secara sederhananya hijrah adalah upaya seseorang untuk menjadi lebih baik. Menurut Muhasadah dan Triyono (2019) menyatakan Hijrah secara bahasa berarti “berpindah”, dalam hal ini berpindah menjadi pribadi yang lebih baik dan religius.

Proses hijrah yang dialami para informan memiliki makna dan arti tersendiri bagi informan, bagaimana proses yang harus mereka lalui dalam pilihan-pilihan yang sulit. Penelitian ini dilakukan terhadap 5 (lima) informan dengan latar belakang yang berbeda.

### 1. Alasan Berhijrah

Berbagai alasan menjadi landasan seseorang untuk melakukan perubahan, begitu juga yang dialami oleh perempuan muda berniqab yang memutuskan untuk hijrah secara utuh dalam arti tidak hanya dalam perubahan sikap tetapi juga perubahan dari sisi pakaian dan penggunaan niqab. Seperti yang diungkapkan oleh Put bahwa alasan berhijrah ingin menjadi pribadi yang lebih baik.

*“kalo ditanya alasan hijrah pastinya aku pengen jadi pribadi yang lebih baik lagi, lebih taat lagi, dan itu aku lakukan dengan banyak belajar lagi. Sering ikut kajian umum atau kajian khusus yang pesertanya terbatas, biar lebih fokus gitu” (Put)*

Senada dengan putri, diungkapkan pula oleh informan lain yaitu Lai bahwa hijrah itu pertanggungjawaban di akhirat nanti.

*“waktu memutuskan buat hijrah, sebenarnya mau apa dan gimana, sampe suami bilang tujuan kita di dunia ini untuk apa, dan semua itu ditanya nanti diakhirat, masa mudanya digunakan untuk apa, lebih banyak memberi manfaat atau justru sebaliknya. Dari situ aku mikir hijrah ku karena apa? dan buat aku sendiri hijrah bentuk aku patuh sama Allaah” (Lai)*

Dari 5 (lima) informan yang menjadi narasumber terdapat 3 alasan perempuan muda bercadar hijrah, dapat dilihat pada tabel berikut di bawah ini:

**Tabel 1**  
**Alasan hijrah perempuan muda berniqab**

No	Alasan Hijrah	Jumlah Informan
1	Keinginan lebih baik dari sebelumnya	5
2	Bentuk kepatuhan pada Allah	4
3	Membuat orang tua bangga	2

Sumber : Olahan Peneliti (2018-2019)

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa dari 5 informan yang diwawancarai terdapat 3 alasan berhijrah yang dilakukan oleh perempuan muda bercadar, dan terdapat lebih dari 1 (satu) alasan yang dikemukakan dari masing-masing informan. Dimana alasan hijrah tersebut untuk meninggalkan kebiasaan lama yang dianggap kurang baik dan ingin mejadi lebih baik lagi.

### 2. Hijrah sebagai bentuk kesadaran

Seperti yang dikemukakan oleh para informan alasan-alasan yang menjadikan informan berhijrah, turut membentuk kesadaran dalam diri bahwa hidup itu harus menjadi lebih baik setiap harinya. Hijrah sebagai titik balik untuk perubahan diri dan kehidupan. Seperti yang diungkapkan oleh Azh,

*“hijrah itu berubah banyak sisi, jadi lebih sedikit ngomong yang gak penting, sadar kalo dunia itu sementara jadi tiap hari harus lebih baik lagi. Baik akhlaknya, baik amalan hariannya, pokoknya mah teh menjadi lebih baik, apa yang kurang baiknya dihilangkan. (Azh)*

Bentuk kesadaran ini terlihat dari berbagai aspek dan symbol ketaatan yang direpresentasikan sebagai berikut di bawah ini :

- a. Kesadaran Beribadah  
Hal ini ditunjukkan dengan meningkatnya kegiatan ibadah baik yang sifatnya wajib maupun sunnah.
- b. Kesadaran berpakaian/berbusana  
Jika sebelum berhijrah diakui oleh informan bahwa masih memperlihatkan aurat, ketika berhijrah cara berpakaian pun turut berubah dan memutuskan untuk berniqab dan tidak berlebihan dalam berpakaian.
- c. Kesadaran dalam berteman/bermasyarakat  
Diakui oleh para informan dalam pertemanan dan bermasyarakat lebih menjaga sikap dan menjaga lisan. Lebih berhati-hati dalam berkata agar tidak menyakiti.

Dari bentuk-bentuk kesadaran yang diungkapkan oleh para informan di atas, bahwa hijrah memiliki makna lain bagi informan yaitu sebagai suatu bentuk kesadaran, yaitu kesadaran akan beribadah, berbusana yang dianjurkan, dan bagaimana sikap dalam berteman dan bermasyarakat.

### 3. Pengetahuan Tentang Hukum Cadar

Kesadaran akan diwajibkannya menutup aurat bagi perempuan adalah seluruh tubuhnya, kecuali wajah dan telapak tangannya. Allaah berfirman dalam Al-Qur'an surat Al Ahzab ayat 59 yang Artinya: Hai Nabi katakanlah kepada istri-istrimu, anak-anak perempuanmu dan istri-istri orang mu'min: "Hendaklah mereka mengulurkan jilbabnya ke seluruh tubuh mereka" Yang demikian itu supaya mereka lebih mudah untuk dikenal, karena itu mereka tidak diganggu. Dan Allaah adalah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang. (Al-Qur'an Terjemahan, Surat Al-Ahzab 59)

Dari ayat tersebut di atas bahwa diwajibkan bagi perempuan untuk menutup aurat dan aurat perempuan itu seluruh tubuhnya kecuali wajah dan telapak tangan. Dari Ayat tersebut dipahami bahwa muka/wajah bukan aurat, sehingga menjadi acuan sebagian ulama penggunaan cadar hukumnya sunnah.

Niqab/cadar secara definisi adalah kain penutup kepala. Cadar dalam Islam adalah jilbab yang tebal dan longgar, yang menutupi seluruh aurat termasuk wajah dan telapak tangan. Secara hukum Islam, ada dua pendapat bahwa cadar hukumnya sunnah dan ada juga pendapat cadar/niqab hukumnya wajib.

Perbedaan pendapat ini dilandaskan pada dalil masing-masing. Madzhab Hanafi berpendapat wajah wanita bukanlah aurat, namun memakai cadar hukumnya sunnah (dianjurkan) dan menjadi wajib jika dikhawatirkan menimbulkan fitnah. Madzhab Maliki berpendapat bahwa wajah wanita bukanlah aurat, namun memakai cadar hukumnya sunnah (dianjurkan) dan menjadi wajib jika dikhawatirkan menimbulkan fitnah, bahkan sebagian ulama Maliki berpendapat seluruh tubuh wanita adalah aurat. Madzhab Syafi'I berpendapat aurat wanita di depan lelaki ajnabi (bukan mahram) adalah seluruh tubuh. Sehingga mereka mewajibkan wanita memakai cadar di hadapan lelaki ajnabi. Madzhab Hambal berpendapat hal yang sama, Imam Ahmad bin Hambal berkata : "Setiap bagian tubuh wanita adalah aurat termasuk pula kukunya"(dilangsir dalam Zaadul Masiir, dalam Muhammad, 2015)

Perbedaan pendapat dari 4 mazhab yang ada menjadi landasan bagi perempuan muda untuk menggunakan cadar dengan hukum sunnah atau wajib. Dari wawancara yang dilakukan pada 5 informan perempuan muda bercadar yang dijadikan informan dalam penelitian ini memilih untuk

meyakini bahwa hukum cadar adalah sunnah. Meski begitu para informan menjadikan cadar sebagai bentuk menjaga diri dan ketaatan pada Allah. Diungkapkan oleh informan cadar menjadikan diri untuk lebih menjaga pandangan, merasa lebih aman dan tidak menjadi objek pandangan mata laki-laki. Diakui pula oleh informan bahwa dengan cadar menjadikan diri berhati-hati dalam bersikap dan berperilaku. Seperti yang diungkapkan oleh informan Lai berikut di bawah ini :

*“ditanya hukum cadar apa, bagi aku pribadi cadar itu sunnah, meski ada pendapat cadar hukumnya wajib, itu tergantung gimana mahaminya aja yaa, yang pasti kalo keluar rumah aku pake cadar, biar aman aja buat aku sendiri, jadi lebih ngerem kalo mau apa-apa teh dan cadar juga symbol diri Muslimah yang belajar untuk lebih taat” (Lai)*

Senada dengan informan Azr mengungkapkan bahwa cadar itu sunnah tetapi sangat dianjurkan dan untuk dapat menjaga pandangan.

*“hukum cadar yang aku pahami itu yaa sunnah, tapi ada juga pendapat kalo cadar hukumnya wajib, yaa tergantung juga sih mau ambil mazhab mana yaa. Dan bagi aku cadar itu jadi buat aku untuk lebih jaga-jaga kalo ngomong ataupun bersikap, cadar tuh cerminan untuk aku jadi lebih baik dan lebih taat. (Azr)*

Dari pernyataan yang diungkapkan oleh para informan di atas bahwa pengetahuan tentang hukum cadar adalah sunnah yang sangat dianjurkan dan symbol diri yang taat. Dapat dilihat pada table berikut di bawah ini :

**Tabel 1.2**  
**Pengetahuan tentang hukum cadar bagi perempuan muda bercadar**

No	Hukum Cadar	Informan	Jumlah Informan
1	Hukum cadar bersifat wajib	Lai, Nul	2
2	Hukum cadar bersifat sunnah	Lai, Nul, Put, Azr, Azh	5

Sumber : Olahan Peneliti (2018-2019)

Pengetahuan informan dari table di atas menunjukkan pemahaman bahwa ada dua hukum penggunaan cadar yang diketahui yaitu, yang sifatnya wajib dan sunnah. Dari pengetahuan di atas ke-5 (kelima) informan dalam penelitian lebih memilih menggunakan cadar dilandaskan pada hukum yang sifatnya sunnah.

#### 4. Alasan Menggunakan Cadar

Niqab/cadar dikatakan oleh para informan sebagai symbol identitas diri dan bentuk ketaatan serta berbagai alasan lainnya menjadikan informan memutuskan untuk berniqab dengan segala konsekuensinya di masyarakat. Bahwa pada kenyataannya di masyarakat melekat stigma negatif pada perempuan bercadar. Hal ini tidak lepas dari banyaknya pemberitaan di Media Massa dengan judul mengarah pada makna negatif.

Seperti judul berita tagar.id (2019) “Densus 88 Tangkap Wanita Bercadar di Binjai” Isi beritanya polisi menangkap wanita bercadar yang diduga teroris. Bahkan adanya diskriminasi perlakuan bagi perempuan bercadar karena dicurigai sebagai teroris dan dianggap aneh. Seperti yang diungkapkan oleh Lai berikut di bawah ini :

*“pernah waktu itu ke salah satu mall di Bandung, aku bawa keresek (kantong plastik) gede padahal isinya mah baju, terus diperiksa gitu sama satpam disuruh dibuka keresehnya, kesel sih waktu itu tapi ya udahlah, diperiksa aja itu keresek” (Lai)*

Meski banyaknya pemberitaan negatif tentang cadar dan para informan tidak surut memutuskan untuk tetap menggunakan bercadar, alasan informan untuk bercadar dapat dilihat pada tabel berikut di bawah ini:

Tabel 1.3  
Alasan Penggunaan Cadar

No	Alasan menggunakan Cadar	Informan	Jumlah
1.	Terjaga dari pandangan mata bukan Mahrom	Nul, Put, Lai, Azh, Azr	5
2.	Menundukkan pandangan bagi diri sendiri	Nul, Put, Lai, Azh, Azr	5
3.	Menutup aurat secara utuh	Nul, Lai, Azh, Azr	4
4.	Lebih percaya diri	Put, Lai, Azh	3

Sumber : Olahan Peneliti (2018-2019)

Dari tabel di atas terlihat bahwa alasan informan menggunakan niqab/cadar semua informan menekankan pada alasan bahwa menggunakan niqab/cadar agar terjaga dari pandangan mata bukan yang bukan mahrom. Mahrom adalah yang tidak memiliki hubungan keluarga, seperti yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya.

### 1. *Instagram* Sebagai Media Dakwah

Kekuatan media sosial turut memberikan perubahan luar biasa dalam mempengaruhi perubahan perilaku masyarakat. Seperti telah diulas di latar belakang bahwa *Instagram* merupakan media sosial yang mencakup semua batas usia. Dengan kemudahan dan informasi serta fitur yang lengkap untuk memenuhi kebutuhan manusia. Tidak heran jika *Instagram* dijadikan sebagai media dakwah yang efektif yang mampu mengubah perilaku seseorang atau dalam bahasanya adalah followers (pengikut).

Saat ini banyak akun-akun dakwah di *Instagram* dengan berbagai spesifikasinya, tema-tema dakwah yang disajikan sebagai pengingat diri, yang mengajak untuk melakukan perubahan lebih baik. Seperti dikatakan para informan diakui bahwa perubahan dalam dirinya dipengaruhi oleh akun-akun dakwah yang diikuti dan tergerak untuk mengikuti kajian dari info yang dibagikan di *Instagram*. Pada akhirnya memutuskan untuk berhijrah seperti yang diakui oleh Azh ketika memutuskan berhijrah berikut di bawah ini :

*“kalo dijilbab udah lama tapi memutuskan untuk menjadi lebih tertutup dalam berpakaian dan mutusin buat pake cadar itu sering muncul diberanda Instagram Muslimah pake cadar tuh kok ya enak lihatnya, pengalaman aku sendiri kalo di Masjid Muslimah bercadar tuh sikapnya ramah jadi termotivasi buat pake cadar” (Azh)*

Senada oleh informan lainnya ketika memutuskan berhijrah, karena banyak melihat postingan-postingan akun dakwah yang isinya sangat inspiratif dan sebagai pengingat diri. Diungkapkan informan bahwa menggunakan *Instagram* untuk mendapatkan info-info kajian media dan juga sebagai media untuk berdakwah, mengajak orang untuk hijrah menjadi lebih baik. Hal ini diungkapkan oleh Azr sebagai berikut dibawah ini :

*“banyak akun-akun dakwah, akun info kajian gitu yang aku ikuti, dan tiap hari suka ada postingan tentang ayat, atau tema-tema yang bikin kita tuh sadar ooh iya jadi Muslimah yang baik tuh mah harus gini, oh iyaa kalo Muslimah itu kewajibannya ini, jadinya ingin juga menjadi motivasi orang untuk yuk berubah ke arah yang lebih baik dengan cara aku share lagi postingan akun itu” (Azr)*

Dari kutipan wawancara di atas menunjukkan adanya suatu tujuan dan alasan lainnya dari informan aktif menggunakan *Instagram*. Penggunaan media *Instagram* oleh informan dapat dilihat pada tabel berikut di bawah ini:

**Tabel 1.4**  
**Penggunaan *Instagram* Bagi Perempuan Muda Cadar**

No	Penggunaan <i>Instagram</i>	Informan	Jumlah
1.	Mendapatkan informasi kajian	Nul, Put, Lai, Azh, Azr	5
2.	Media berbagi informasi	Nul, Put, Lai, Azh, Azr	5
3.	Media dakwah dan Motivasi	Lai, Azh, Azr	3

Sumber : Olahan Peneliti (2018-2019)

Dari tabel di atas bisa dilihat bahwa perempuan muda bercadar dalam menggunakan *Instagram* dan aktif di media sosial *Instagram* memiliki tujuan tersendiri bagi informan, selain untuk mendapatkan informasi kajian juga digunakan oleh informan untuk turut berdakwah dengan membagi ulang info-info yang kiranya bermanfaat dan membawa kepada kebaikan yang dapat memotivasi orang lain

## 2. Peran *Instagram* Pada Proses Hijrah Movement

Diakui informan salah satu hijrah *movement* yang terjadi pada dirinya dipengaruhi oleh akun-akun dakwah di *Instagram* yang diikutinya. Dalam akun tersebut postingan yang dibagikan dalam bentuk tulisan, gambar dan video motivasi, video azab dan ayat-ayat dalam Al-qur'an yang membahas mengenai perintah dan larangan. Informan mengakui bahwa *Instagram* memberikan pengaruh positif dalam perubahan dirinya dan memutuskan untuk berhijrah. Seperti yang diungkapkan oleh Put berikut di bawah ini:

*“sering lihat video 1 munites booster di instagramnya pemuda hijrah kok ngena banget yaa, apalagi kalo bahasannya pas dengan kondisi hati, rasanya tuh kayak diingetin gitu, atau lihat gambar ada tulisan quote gitu, suka di simpen buat ingetin diri. Jadi buat aku main Instagram ke arah positifnya, tergantung sama orangnya juga”*(Put)

Informan lain menyatakan hal yang serupa bahwa, aktif di *Instagram* untuk bisa dapat banyak informasi kajian, dan hal tersebut turut mempengaruhi untuk memutuskan hijrah. Seperti yang diungkapkan informan Nul berikut dibawah ini :

*“peran Instagram buat aku sendiri dalam perubahan sekarang tuh sangat berperan, jadi bis tau info kajian apalagi sekarang udah banyak masjid yang punya akun Instagram”*(Nul)

Dari pernyataan oleh informan di atas menunjukkan Peran digital media *Instagram* dapat dilihat pada tabel berikut di bawah ini :

**Tabel 1.5**  
**Peran digital media *Instagram* pada proses Hijrah Movement**

No	Peran Media <i>Instagram</i>	Konten	Keterangan
1.	Sebagai media komunikasi dan informasi yang bersahabat	Tulisan, gambar, video	Memudahkan dalam menemukan akun-akun dakwah yang sejenis
2.	Memberikan pengaruh positif	Tulisan, gambar, video	Sebagai digital media yang unik dengan fitur yang ditawarkan

Sumber : Olahan Peneliti (2018-2019)

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa peran digital media *Instagram* dalam proses hijrah movement perempuan muda berniqab memiliki peran positif dalam proses hijrah para informan dari

konten yang muncul pada akun-akun dakwah yang diikuti oleh informan. Kemudahan dalam penggunaan *Instagram* dan fitur yang bisa digunakan *Instagram* untuk membuat konten dan menjadikan *Instagram* sebagai media dakwah.

## SIMPULAN

Pembahasan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti pada 5 informan perempuan muda bercadar. Bagaimana proses hijrah movement yang dialami oleh informan. Dipahami oleh informan bahwa hijrah tidak hanya tentang penampilan dan berpakaian yang berubah tetapi juga perubahan dalam aspek lainnya. Seperti adanya peningkatan dalam beribadah dan dalam bersosialisasi dengan orang lain. Hijrah movement diakui oleh informan tidak lepas dari peran Instagram yang memudahkan informan untuk mendapatkan informasi kajian dan postingan-postingan dari akun dakwah yang memberikan motivasi bagi para informan untuk menjadi lebih baik dan penguat diri. Dapat disimpulkan bahwa proses hijrah movement perempuan muda bercadar dilatar belakangi oleh keinginan menjadi pribadi yang lebih baik, sebagai bentuk kesadaran dan ketaatan pada Allaah. Selain itu digital media Instagram berperan positif dalam perubahan yang terjadi pada perempuan muda bercadar dengan konten yang dibuat pada akun-akun dakwah di Instagram. Digital media Instagram memberikan pengaruh yang cukup signifikan bagi akun-akun dakwah untuk memberikan informasi dan motivasi bagi pengikut akunnya. Dari hasil penelitian yang dilakukan memberikan implikasi bahwa aktif bersosial media khususnya Instagram memberikan dampak positif apabila digunakan untuk hal-hal yang bermanfaat. Bahkan berperan dalam perubahan diri seseorang sehingga Instagram dapat dijadikan sebagai media dakwah. Dari penelitian ini bisa dikembangkan lebih khusus lagi dengan sudut pandang berbeda dari objek penelitian media sosial Instagram dan perempuan muda bercadar, sehingga penelitian berikutnya saling melengkapi.

## DAFTAR PUSTAKA

### Jurnal:

- Aprianti, A (2016). *Makna Mblusukan Kereta Api Di Kalangan Railfans. Jurnal LISKI (Lingkar Studi Komunikasi)*. Vol 2 No 2
- Aprianti, A (2017). *Perilaku Komunikasi Verbal dan Nonverbal Pecinta Kereta Api. Jurnal LISKI (Lingkar Studi Komunikasi)*. Vol 3. No 1
- Hassim, N. (2017). *Erratum to: Glocalizing' the Hijab: A Malaysia Prespective. SHS Web of Conferences. SHS Web of Conferences*, 33, 00086. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20173300086>
- Lupinetti, V. M. (2014). *Self-Presentation and Social Media: Qualitative Examination of the Use of Instagram By Amateur NPC Demale Figure Competitors. SJSU ScholarWorks*. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2015.03.002>
- Martin Lister, Jon Dovey, Seth Diddings, Iain Grant, K. K. (2003). *New Media: A. In Rohtledge Taylor & Prancis Grup (1st ed.)*. London: Rohtledge Taylor & Prancis Grup.
- Muhammad Rahim, Endang Erawan, J. A. (2018). *Motif Pengguna Instagram Story (Studi Kasus Pada Siswa Siswi Jurusan Multimedia di Smk Negeri 1 Samarinda)*, 6(3), 263-275.
- Nisa, E. F. (2017). *Creative and Lucrative Da'wa: The Visual Culture of Instagram among Female Muslim Youth in Indonesia*. *Asiascape: Digital Asia*, 5(1-2), 68-99. <https://doi.org/10.1163/22142312-12340085>

- Piela, A. (2013). *I am Just doing my bit to promote medesty: Niqabis' self-portraits on photo-sharing websites*. Routledge, 13(5), 781–790.  
<https://doi.org/10.1080/14680777.2013.838358>
- Pramiyanti, E. B. dan A. (2018). *Hijabers on Instagram: Using Visual Social Media to Construct the Ideal Muslim Woman*. *Social Media and Society*, 4(4).  
<https://doi.org/10.11772056305118800308>
- Tantra, I. (2015). *Persepsi Masyarakat Tentang Perempuan Bercadar*. *Equilibrium*, III(1), 116–125

#### **Buku:**

- Bungin, M. B. (2007). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*. In Putra Grafika. Jakarta.
- Creswell, J. W. (2010). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. In A. Fawaid (Ed.), *Pustaka Pelajar* (Edisi Ketu, p. 383). Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Creswell, J. W. (2016). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. In A. F. dan R. K. Pancasari (Ed.), *Pustaka Pelajar* (Edisi Empat, p. 368). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- David Croteau, William Hoynes, S. (1997). *Media/Society: Industries, Images, and Audiences* In Pine Forge Press. London.
- McQuail, D. (2000). *Communication Theory*. In Sage Publications (4th Edition) London.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa = Mass Communication Theory*. In Salemba Humanika (edisi 6). Malang.
- Neuman, W. L. (2003). *SOCIAL RESEARCH METHODS Qualitative and Quantitative Approaches (Fifth)*.

#### **Website:**

- Hawley, S. (2017). *Mengapa Semakin Banyak Wanita Indonesia yang Mengenakan Hijab?* <<http://www.matapolitik.com/mengapa-semakin-banyak-wanita-indonesia-yang-mengenakan-hijab/>>
- Muhammad, Syaikh. (2015). *HUKUM CADAR*. Solo : At-Tibya
- Muslim Pro. (2016). *Top 10 Populasi Umat Muslim Terbesar di Dunia*. <<https://support.muslimpro.com/hc/id/articles/115002006087-Top-10-Populasi-Umat-Muslim-Terbesar-di-Dunia>>
- Sianipar, A. P. (2010). *Pemanfaatan youtube di kalangan mahasiswa*, 1–10.
- Tifany, S. Z., & Fatoni, U. (2016). *Pesan Dakwah Visual tentang Muslimah di Media Sosial Line @dakwahmuslimah*. *Tabligh*, 1(April), 111–127. <28-Article Text-94-1-1020180722.pdf%0D>
- Yunita, Sari (2015). *Batasan Aurat Perempuan Menurut Yusuf*. < <https://idr.iainantasari.ac.id>>
- Qaradhawi dan M.Quraish Shihab. Banjarmasin. Hal. 1-2) Diakses pada 17 September 2017 pukul 06.10 WIB )
- Mailani, Qorryisza. *Hubungan Antara Religiusitas dan Resiliensi Pada Wanita Muslimah Bercadar Dewasa Awal di Kota Bandung*, 2013, hal. 1 – 2). <<http://repository.upi.edu>>
- Faruk, Umar. *CADAR WANITA MUSLIMAH DALAM PERSPEKTIF AL-QUR'AN (Studi Tematik Terhadap Ayat – Ayat Hijab)*, Surabaya, 2015, hal. 23 dan 27.) <<http://digilib.uin-suka.ac.id>>

- We Are Social and Hootsuite Survei. (2018a). *Data Pengguna Instagram Per Umur*.  
<<https://kekitaan.com/layanan-kita/data-pengguna-instagram-per-umur/>>
- We Are Social and Hootsuite Survei. (2018). *Riset Ungkap Pola Pemakaian Medsos Orang Indonesia*.  
<<https://tekno.kompas.com/read/2018/03/01/10340027/riset-ungkap-pola-pemakaian-medsos-orang-indonesia>>
- Republika. (2019). *Fenomena Hijrah Kaum Milenial*.  
<<https://republika.co.id/berita/puyv6k349/fenomena-hijrah-kaum-milenial>>