

**PENGARUH LINIMASA INSTAGRAM TERHADAP GAYA
BUSANA SANTRIWATI PONDOK PESANTREN
ALI MAKSUM KRAPYAK YOGYAKARTA**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Sosial (S.Sos)**

Disusun oleh:

LUTFI KUSUMA WARDANI

NIM. 13540026

**PROGRAM STUDI SOSIOLOGI AGAMA
FAKULTAS USHULUDDIN DAN PEMIKIRAN ISLAM
UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA**

2017

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lutfi Kusuma Wardani
NIM : 13540026
Fakultas : Ushuluddin dan Pemikiran Islam
Prodi : Sosiologi Agama
Alamat Rumah : Ds. Kalijaya RT 003 RW 002, Alian, Kebumen, Jawa Tengah
Judul Skripsi : Pengaruh Linimasa Instagram Terhadap Gaya Busana Santriwati Pondok Pesantren Ali Maksum Krapyak Yogyakarta

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Skripsi yang saya ajukan adalah benar asli karya ilmiah yang saya tulis sendiri.
2. Bilamana skripsi telah dimunaqasyahkan dan diwajibkan revisi, maka saya bersedia dan sanggup merevisi dalam waktu 2 (dua) bulan terhitung dari tanggal munaqasyah. Jika ternyata lebih dari 2 (dua) bulan revisi skripsi belum terselesaikan maka saya bersedia dinyatakan gugur dan bersedia munaqasyah kembali dengan biaya sendiri.
3. Apabila di kemudian hari ternyata diketahui bahwa karya tersebut bukan karya ilmiah saya (plagiasi), maka saya bersedia menanggung sanksi dan dibatalkan gelar keserjanaan saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 29 Agustus 2017

Saya yang menyatakan,



Lutfi Kusuma Wardani
NIM. 13540026

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Dosen: Moh. Soehada, Sos., M. Hum.
Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

NOTA DINAS

Hal : Skripsi Saudari Lutfi Kusuma Wardani
Lamp. : 4 eksemplar

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi, serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka saya selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudari:

Nama : Lutfi Kusuma Wardani
NIM : 13540026
Jurusan/Prodi : Sosiologi Agama
Judul Skripsi : PENGARUH LINIMASA INSTAGRAM TERHADAP GAYA
BUSANA SANTRIWATI PONDOK PESANTREN ALI
MAKSUM KRAPYAK YOGYAKARTA

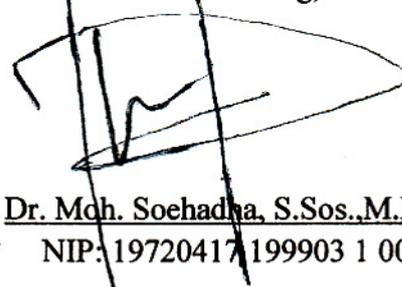
Sudah dapat diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Jurusan/Prodi Sosiologi Agama pada Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Dengan ini saya mengharapkan agar skripsi/tugas akhir Saudari tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Untuk itu, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 29 Agustus 2017

Pembimbing,



Dr. Mch. Soehada, S.Sos.,M.Hum

NIP: 19720417199903 1 003



PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-2370/Un.02/DU/PP.05.3/10/2017

Tugas Akhir dengan Judul : PENGARUH LINIMASA INSTAGRAM TERHADAP
GAYA BUSANA SANTRIWATI PONDOK
PESANTREN ALI MAKSUM KRAPYAK
YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : LUTFI KUSUMA W

Nomor Induk Mahasiswa : 13540034

Telah diujikan pada : Rabu, 20 September 2017

Nilai ujian Tugas Akhir :

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

TIM TUGAS AKHIR

Ketua Sidang/Penguji 1

Dr. Moh. Soehadha, S. Sos., M. Hum.
NIP. 19720417-199903 1 003

Penguji II

Dr. Hj. Adib Sofya, S.S., M. Hum.
NIP. 19780115 200604 2 001

Penguji III

Dr. Nurus Sa'adah, S.Psi., M. Si., Psi
NIP. 19741120 200003 2 003

Yogyakarta, 31 Oktober 2017

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam

DEKAN



Dr. Alim Rosyanoro, M.Ag
NIP. 19681208 199803 1 002

MOTTO

Diwajibkan atas kamu berperang, padahal itu tidak menyenangkan bagimu. Tetapi boleh jadi kamu tidak menyenangi sesuatu, padahal itu baik bagimu, dan boleh jadi kamu menyukai sesuatu, padahal itu tidak baik bagimu. Allah mengetahui, sedangkan kamu tidak mengetahui.

(Al-Baqarah : 216)

Sebaik-baik busana adalah yang membuatmu semakin baik dan terhormat dihadapan orang lain.

(Lutfi Kusuma Wardani)

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah Segala Puji bagi Allah SWT...

Skripsi ini penulis persembahkan untuk orang-orang yang selalu mendukungku dengan penuh kasih sayang, doa yang tak pernah putus dan cinta:

Teruntuk kedua orangtuaku Mama tercinta Lasini dan Bapak terkasih Sumari.

Kakak-kakakku yang tidak hentinya mengingatkanku untuk semangat mengerjakan dan menyelesaikan skripsi ini.

Almamater tercinta, Prodi Sosiologi Agama, Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Klijaga Yogyakarta.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

Eksistensi busana pada dasarnya sebagai penutup, pelindung, dan bentuk kesopanan, tetapi kini sudah menjadi bagian dari *lifestyle* (gaya hidup). Dengan *fashion* seseorang bisa menunjukkan kualitas gaya hidup mereka. Pamor dan status seseorang pun ikut terdongkrak naik saat memakai *fashion* yang sedang populer. Hadirnya linimasa Instagram seolah memfasilitasi kreasi busana tersebut dengan berbagai mode dan kombinasi. Sementara kehidupan santriwati yang dipersepsikan sederhana dan lugu, nyatanya kontras saat dijumpai di jejaring sosial Instagram yang merupakan wadah ekspresi tanpa batas. Oleh karena itu, santriwati merasa leluasa tanpa ketakutan untuk *posting* foto pribadi mereka dengan bergaya sebagaimana yang tidak biasa dilakukan di dunia *real*. Dari deskripsi di atas, penelitian ini mengambil fokus kajian tentang konstruksi citra dan identitas santriwati Pondok Pesantren Ali Maksum, serta bagaimana pengaruh penggunaan instagram pada perubahan gaya busana santriwati Pondok Pesantren Ali Maksum Krapyak Yogyakarta.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan mengkombinasikan data yang diperoleh dari instagram, dengan bentuk penyajiannya deskriptif kualitatif. Adapun sumber data primer dalam penelitian ini berupa beberapa *postingan* dari instagram santriwati dan hasil wawancara di lapangan. Teknik analisis yang digunakan berupa analisis netrografi yakni dengan menyelidiki *postingan* instagram sebagai narasumber. Selanjutnya, data yang sudah diperoleh dianalisis dengan perspektif teori hiperrealitas Jean Baudrillard. Informan utama dalam penelitian ini mengambil *sample* lima anak santriwati. Ke-lima *sample* tersebut dipilih berdasarkan penggunaan linimasa instagram yang intensitasnya lebih sering dibandingkan santriwati lain di Pondok Pesantren Ali Maksum Krapyak.

Hasil penelitian ini menunjukkan, bahwa penggunaan instagram oleh santriwati adalah sebagai media aktualisasi diri santriwati di media sosial. Penggunaan instagram tersebut bertujuan ingin tampil dan menunjukkan bahwa dunia pesantren tidak selalu identik konvensional dalam berbusana, akan tetapi bisa mengikuti model *fashion* yang sedang berkembang. Sementara, penggunaan instagram bagi santriwati berpengaruh pada perubahan mode busana santriwati yang terkesan modis dan *fashionable* saat tampil di jejaring sosial instagram. Pengaruh penggunaan instagram juga berpengaruh pada berkembangnya pandangan santriwati terhadap busana yang tidak hanya busana sebagai pelindung tubuh, tetapi sudah menjadi bagian dari *life style* yang mendukung penampilan santriwati, dimana santriwati saat ini tidak mengkonsumsi sesuatu berdasarkan kebutuhan akan tetapi mereka mengkonsumsi sesuatu karena adanya nilai, simbol, dan prestise.

Kata kunci: Instagram, Busana, Pondok Pesantren Ali Maksum, Hiper-realitas, Prestise

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Puja dan puji syukur atas kehadiran Allah swt yang telah melimpahkan kekuatan kepada penulis sehingga skripsi ini bisa selesai. Sholawat serta salam semoga terlimpahkan kepada junjungan Nabi Muhammad saw.

Dalam penulisan tugas akhir ini, penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan motivasi dan dukungan kepada penulis, sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir ini dan proses pembelajaran di Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Drs. K.H. Yudian Wahyudi. Ph.D, selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Alim Roswanto, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Ibu Dr. Hj. Adib Sofia, S.S., M.Hum selaku Ketua Prodi Sosiologi Agama Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Bapak Dr. Moh Soehadha, M.Hum. selaku Dosen Pengampu Akademik sekaligus Dosen Pembimbing Skripsi penulis yang telah banyak membimbing penulis.
5. seluruh dosen Fakultas Ushuluddin yang telah membagikan ilmunya.

6. Keluargaku (mama papa kakak-kakak) yang tiada hentinya memberi semangat cinta kasih dan doa untuk penulis.
7. Mas Rodsi terimakasih untuk selalu mengingatkan, memberi semangat, dan doa untukku, agar cepat menyelesaikan skripsi ini.
8. Saudara seperjuangan terbaik penulis, Atiqotul Mahmudah, Shabrina Puspa, Wahyu RA, Alvin Rizqi N, Rian H, dan Muhammad Sultan terimakasih untuk 4 tahun ini karena kalian selalu menjadi yang terbaik.
9. Teman temanku terkasih Mita, Mba Dwi, Umi Hanifa, Mba Nisa, Mila, Alfyatun, Mba Mardia, Mba Intan dan masih banyak lagi yang tidak bisa penulis sebutkan.
10. Santriwati Pondok Pesantren Ali Maksum Krapyak yang bersedia meluangkan waktunya untuk berbagi.
11. Seluruh pihak yang membantu penulis, yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Alhamdulillah tugas akhir ini telah selesai, penulis ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menginspirasi untuk penelitian selanjutnya. *Amin.*

Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Yogyakarta, 29 Agustus 2017

Yang bertanda tangan

Lutfi Kusuma Wardani
NIM. 11540026

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	10
D. Tinjauan Pustaka	11
E. Kerangka Teori	15
F. Metode Penelitian	26
1. Jenis Penelitian.....	26
2. Subjek Penelitian	27
3. Metode Pengumpulan Data.....	28
4. Teknik Analisis Data.....	30
G. Sistematika Pembahasan	31
BAB II POTRET PONDOK PESANTREN ALI MAKSUM KRAPYAK YOGYAKARTA	
A. Sejarah Pondok Pesantren Ali Maksum Krapyak Yogyakarta	34
B. Pola Pemukiman Pondok Pesantren Ali Maksum Krapyak.....	35
C. Struktur Sosial Pondok Pesantren Ali Maksum Yogyakarta	40
D. Instagram di Kalangan Santriwati	42

**BAB III CITRA DAN IDENTITAS DIRI SANTRIWATI PADA
LINIMASA INSTAGRAM**

A. Perkembangan Linimasa	45
1. Facebook	45
2. Twitter	48
3. Instagram	51
B. Jejaring Sosial Instagram	55
C. Pandangan Santriwati pada Instagram	57
D. Interaksi Santriwati di Dunia Maya Instagram	59
E. Citra dan Identitas Diri yang Dibangun Santriwati	62

**BAB IV PENGARUH PENGGUNAAN INSTAGRAM PADA GAYA
BUSANA SANTRIWATI PONDOK PESANTREN ALI
MAKSUM KRAPYAK YOGYAKARTA**

A. Perkembangan Busana Hijab pada <i>Selegram Fashion</i>	77
B. Model dan <i>Selegram Fashion</i> yang Diminati Santriwati	78
C. Pengaruh <i>Selegram Fashion</i> pada Santriwati	95

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	114
B. Saran	15

DAFTAR PUSTAKA

Daftar Wawancara	I
Curriculum Vitae	IV

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Denah Pemukiman Pondok Pesantren Ali Maksum.....	37
Gambar 2. Logo Facebook.....	45
Gambar 3. Beranda Facebook.....	46
Gambar 4. Logo Twitter.....	48
Gambar 5. Logo Instagram.....	51
Gambar 6. foto dan komentar diakun @nahdiyyaza.....	61
Gambar 7. foto akun instagram @nahdiyyaza.....	64
Gambar 8. Foto dan komentar di akun instagram @nahdiyyaza.....	66
Gambar 9. foto dan komentar diakun instagram @usilatuwn.....	67
Gambar 10. Foto dan komentar di instagram @wahdahmunsifah.....	67
Gambar 11. Model hijab tunik.....	79
Gambar 12. Model dress pastel.....	80
Gambar 13. Model hijab long outer.....	81
Gambar 14. Model hijab Classic Cardigan.....	82
Gambar 15. Model hijab dengan celana kulot.....	83
Gambar 16. Foto akun @nabilazirus.....	84
Gambar 17. Foto selebgram @joyagh.....	86
Gambar 18. Foto selebgram @shellaalaztha.....	87
Gambar 19. Foto selebgram @nisacookie.....	88

Gambar 20. Foto selebgram @dyanaa_sketch.....	89
Gambar 21. Foto selebgram @dianpelangi.....	90
Gambar 22. Foto selebgram @zaskiamecca.....	91
Gambar 23. Foto selebgram @laudyacinthiabella.....	92
Gambar 24. Foto selebgram @dewisandra.....	93
Gambar 25. Foto beranda @nahdiyyaza.....	96
Gambar 26. hijab <i>stylis</i> sporty @nahdiyya.....	97
Gambar 27. Outfit fashionable @nahdiyyaza.....	98
Gambar 28. Beranda @usailatuwn.....	99
Gambar 29. Foto instagram @usailatuwn.....	100
Gambar 30. Foto instagram @dewisandra.....	101
Gambar 31. Beranda akun instgram milik @wahdahmunsifah.....	102
Gambar 32. Foto dan komentar di Instgram @wahdahmunsifah.....	103
Gambar 33. Beranda instagram @destrihamami.....	104
Gambar 34. Foto dan komentar pada akun Instgram @destrihamami.....	105
Gambar 35. Beranda akun Instagram @nabilaazwida.....	107
Gambar 36. Foto dan komentar pada akun Instagram @nabilaazwida.....	108

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kehidupan manusia yang semakin kompleks, tentu menuntut adanya perkembangan dalam berbagai lini kehidupan manusia. Salah satu bentuk perkembangan tersebut adalah perkembangan media komunikasi yang memungkinkan antar manusia untuk saling berinteraksi, tanpa harus bertemu secara langsung yang dimediasikan oleh internet. Melalui media internet, hubungan interaksi terjalin sangat terbuka, dan menjadikan dunia seolah tanpa batas. Jika dahulu, interaksi harus secara langsung dengan bertemu dengan sesama, saat ini internet menjadikan proses interaksi dan komunikasi menjadi lebih mudah melalui dunia maya tanpa harus bertatap muka secara langsung.

Salah satu teknologi internet termasyhur saat ini adalah situs jejaring sosial. Situs yang didesain untuk mempererat hubungan antar manusia, baik itu antara teman-teman lama, teman-teman baru, relasi bisnis maupun untuk memasarkan produk.¹ Instagram merupakan satu dari sekian banyak situs jejaring sosial yang cukup populer di kalangan masyarakat Indonesia saat ini. Jejaring sosial Instagram sendiri banyak digunakan baik individu maupun kelompok dalam dunia maya sebagai media eksistensi dan aktualisasi diri. Selain itu, karena sifatnya yang interaktif, media internet terutama dalam situs jejaring sosial Instagram ini

¹M. Muslimin dan Frida Kusumastuti. (ed). *Teknologi Industri Media dan Perubahan Sosial* (Malang: Pasca Sarjana UMM, 2010), hlm. 139.

menjadi cara yang efektif untuk berinteraksi antara pengguna sosial media ini. Dalam situs jejaring sosial Instagram, ada beberapa hal yang dapat dijadikan sebagai alat komunikasi yang cukup efektif digunakan oleh individu maupun kelompok sebagai media eksistensi dan aktualisasi diri. Salah satunya adalah melalui foto dan video *sharing*. Dengan berbagi via foto atau gambar memungkinkan proses komunikasi visual antar individu dengan pengikut (*Follower*) akun tersebut.

Saat ini, para pengguna gadget kerap kali menggunakan jejaring ini untuk langsung berbagi hasil jepretan mereka.² Sehingga dapat didefinisikan Instagram merupakan aplikasi mobile berbasis IOS, Android dan Windows Phone dimana pengguna dapat membidik, mengedit dan memposting foto atau video ke halaman utama Instagram dan jejaring sosial lainnya. Foto atau video yang telah dibagikan nantinya akan terpampang di *feed* pengguna lain yang menjadi *follower* (pengikut akun Instagram). Sementara sistem pertemanan di Instagram menggunakan istilah *following* dan *follower*. *Following* berarti mengikuti pengguna, sedangkan *follower* berarti pengguna lain yang mengikuti. Selanjutnya setiap pengguna berinteraksi dengan cara memberikan respon suka atau komentar terhadap foto yang dibagikan.³

Instagram merupakan media sosial yang bisa di katakan baru kemunculannya, namun sudah banyak digemari oleh masyarakat setelah Facebook dan Twitter. Instagram meraih kepopulerannya tak lain karena media sosial ini

²Sulianta, *Analisis Data dalam Aplikasi Pemasaran* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2005), hlm. 119.

³ Bambang Winarso, *Apa Itu Instagram*, dalam www.dailysocial.id/post/apa-itu-Instagram/ diakses 16 Maret 2017 pukul 15:00 WIB.

menawarkan fitur-fitur yang berkaitan dengan gambar atau foto dan video, dimana bisa diketahui masyarakat pada era globalisasi ini adalah orang cenderung “narsis” atau ingin tampil eksis. Apalagi saat ini didukung fitur kamera pada *smartphone* yang bisa meningkat kualitas gambar bahkan lebih cantik dari pada aslinya, menjadi salah satu penyebabnya diminati masyarakat. Dimanapun dan kapanpun orang dapat berfoto lalu mengunggah foto ke jejaring sosial Instagram. Tidak hanya sekedar foto pribadi, tetapi berkembang seperti foto makanan, foto tempat wisata dan foto *fashion* yang bisa menjadi referensi dalam hal berbusana masa kini.

Seperti halnya saat ini, tren yang berkembang adalah mengunggah foto dengan gaya busana terbaru. Oleh sebab itu bisa didapati, banyak orang dengan sengaja berfoto dengan busana terbaiknya untuk diunggah ke media sosial dan menunggu respon kekaguman dari dunia maya. Tak jarang, ada juga orang yang sengaja membeli model busana terbaru untuk bisa mengunggah fotonya di Instagram agar dianggap mengikuti tren yang berkembang saat ini. Maka demikian, problem yang muncul saat ini adalah adanya perubahan pandangan, pakaian yang awalnya hanya untuk menutupi tubuh kini menjadi tanda status sosial seseorang yang ingin diperlihatkan kepada publik di media sosial ini.

Sebagaimana pandangan yang berkembang saat ini, masyarakat postmodern saat ini tidak lagi mengkonsumsi objek berdasarkan manfaat atau fungsi dari objek, melainkan konsumsi didasarkan atas tanda, simbol dan *prestise* (status). Melalui objek, setiap individu dan setiap kelompok menemukan

tempat masing-masing pada sebuah tatanan, masyarakat terstratifikasi, sehingga setiap orang terus pada tempat tertentu.⁴

Adapun realitas yang ditampilkan di media sosial tidak mesti sama dengan kondisi yang sebenarnya. Foto maupun video yang ditampilkan lewat Instagram dianggap efektif sebagai panggung untuk menampilkan diri dan tanda-tanda melekat pada atribut busana yang dikenakan, tentu akan memunculkan persepsi publik terhadap tanda yang ditampilkan. Oleh karena itu, kemudian media Instagram tidak luput dari sasaran dunia *fashion*, karena setiap pengguna bisa dengan mudah memposting, dan membagikan mode *fashion* terkini dan melalui Instagram orang dengan mudah mendapat informasi model busana terkini. Di sisi lain, mudahnya masyarakat mengakses Instagram menjadikan masyarakat mulai mengikuti gaya berbusana ala selebriti apalagi ditunjang dengan adanya *onlineshop-onlineshop* yang menawarkan berbagai merek yang dipakai selebgram tersebut. Tidak hanya diminati oleh kalangan masyarakat luar saja yang terkena imbas dari gaya berbusana ala selebriti, tetapi juga salah satunya adalah para santriwati yang ada di Pondok Pesantren Ali Maksum Komplek Gedung Putih. Dalam hal ini Santriwati tidak luput dari dampak mengikuti *trend* berbusana ala *selebgram* khususnya bagi santriwati yang berstatus mahasiswi.

Meskipun santriwati Pondok Pesantren Ali Maksum sebagaimana santriwati umumnya akan terikat dengan aturan yang berlaku dalam lingkungan pesantren. Namun akses untuk mendapatkan informasi melalui internet santriwati

⁴ George Ritzer, *Teori Sosial Postmodern*, (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2003), hlm. 137-138.

Pondok Pesantren Ali Maksum mendapatkan keleluasaan, karena santriwati yang bermukim di pesantren rata-rata mahasiswi, dan kebutuhan untuk mendapatkan informasi dari internet merupakan hal yang penting untuk seorang mahasiswi.

Pondok Pesantren Ali Maksum merupakan pesantren yang membina santriwan dan santriwati yang terbagi dalam beberapa kompleks tempat tinggal dan ruang belajar. Beberapa kompleks khusus putri seperti Komplek N, Gedung Putih, Hindun Anisah, sedangkan untuk kompleks putra antara lain kompleks Sakan Thullab, Sunan, dan Taman Santri. Tiap-tiap kompleks dibina oleh ibu Nyai dan bapak Kyai. Sementara yang menjadi objek penelitian ini adalah santriwati yang ada di kompleks Gedung Putih Pesantren Ali Maksum Krapyak yang rata-rata dihuni oleh mahasiswi yang menjadi santriwati di pesantren.

Untuk penerapan pendidikan di komplek gedung Putih dilakukan lebih terbuka baik pelaksanaan teknis pendidikannya maupun isi kurikulum pendidikannya. Hal ini lantaran penghuni komplek Gedung Putih adalah rata-rata mahasiswi yang secara usia sudah dewasa dan matang. Oleh karena itu, aturanpun disesuaikan dan lebih terkesan longgar, sehingga bisa dijumpai santriwati Ali Maksum bebas menggunakan *smartphone* dalam kesehariannya dan bisa mengakses jejaring sosial Instagram dengan leluasa. Berbeda dengan komplek asrama lain yang lebih ketat dalam penggunaan alat komunikasi seperti *handphone*.

Kebanyakan Penggunaan Instagram oleh santriwati Pondok Pesantren Ali Maksum ini untuk *memposting* busana yang dikenakan dan sebagai referensi dalam menemukan mode *fashion* yang dipakai oleh para selebgram yang dianggap

cocok. Oleh karena itu, sekarang yang nampak berdasarkan pengamatan penulis, busana santriwati termasuk dalam kategori *fashionable* yang mengikuti perkembangan terkini. Berbeda, tidak sebagaimana santriwati pada umumnya yang terkesan konvensional dan sederhana dalam berbusana muslimah.

Oleh karena itu, berdasarkan observasi awal tersebut, dapat diasumsikan intensitas penggunaan akun Instagram khususnya tentang *fashion* oleh santriwati, dapat berpengaruh pada perubahan gaya berbusana santriwati tersebut. Apalagi hal ini didukung kehidupan di luar pesantren yang sangat mendukung seperti kampus dimana santriwati belajar dan bergaul di luar. Di sisi lain, melalui aplikasi Instagram dalam *smartphone* yang santriwati miliki, kini santriwati dapat dengan mudah mengikuti tren perkembangan busana ala selebgram yang diikuti.

Selebgram itu sendiri adalah orang yang nyentrik dalam berbusana di Instagram atau lebih tepatnya selebriti dalam Instagram. Para selebgram tentu saja memiliki kualitas foto yang menarik, jernih, dan terlihat sangat *fashionable*. Maka dari itu, mereka memiliki *followers* yang sangat banyak, bahkan bisa mencapai ratusan juta *followers*. Hal itu merupakan salah satu daya tarik bagi pengguna Instagram untuk meniru gaya berbusana para selebgram.

Tren *selebgramer fashion* ini dengan menampilkan foto-foto busana hijab terbaru, menunjukkan bahwa media sosial telah mengubah budaya tentang busana. Maka dari situ, kadang soal gaya berbusana sekarang lebih penting dibanding busana itu sendiri. Busana yang dibeli tidak terlalu penting untuk dipertimbangkan. Penampilan dan bagaimana bergaya lebih diutamakan dibanding

kenyamanan. Tidak menjadi permasalahan jika pakaian tersebut membuat tidak nyaman dan mahal karena bukan hal tersebut yang diutamakan. Hal ini dikarenakan pada Instagram dengan tema *fashion* yang dibutuhkan tampilan gaya busana yang dianggap terbaru, agar menarik untuk difoto dan diunggah, sebab kunci dari *Selebgramer fashion* itu sendiri adalah mengunggah foto bentuk dan cara busana yang semenarik mungkin di media sosial yang mereka miliki.

Fashion atau pakaian pada tataran dasarnya adalah berfungsi sebagai penutup, perlindungan, kesopanan, dan daya tarik. Kini *fashion* sudah merupakan bagian dari *lifestyle* atau gaya hidup, karena dengan *fashion* terkini seseorang bisa menunjukkan kualitas gaya hidupnya. Karena *fashion*, atau busana menyampaikan pesan-pesan non verbal, ia termasuk komunikasi non verbal.⁵ Pamor dan status sosial seseorang pun bisa ikut terdongkrak naik ketika ia menggunakan *fashion* yang sedang tren, atau istilahnya sering disebut dengan *fashionable* tersebut. Sementara istilah untuk orang-orang yang amat sangat menyukai *fashion* sebagai gaya hidup biasa disebut dengan *fashionister* atau *fashionista*.

Melalui Instagram, eksistensi dalam masyarakat sekarang telah beralih makna menjadi pencitraan (gambaran). Pencitraan merupakan sebuah langkah awal untuk mendapatkan pengakuan publik. Fenomena pencitraan untuk menunjukkan eksistensi merupakan sebuah pola interaksi sosial yang baru di masyarakat. Penggunaan media sosial sebagai alat unjuk eksistensi merupakan pola komunikasi yang terjadi pada masyarakat postmodern. Internet tidak lagi

⁵ Idi Subandy Ibrahim, *Budaya Populer Sebagai Komunikasi: Dinamika Popscape dan Mediascape Di Indonesia Kontemporer*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2007), hlm.vii.

hanya digunakan sebagai sumber informasi dan berita, tetapi untuk menunjukkan eksistensi dan identitas dirinya yang kadang sangat berbeda dengan sebenarnya. Oleh karena itu, justru kadang nampak kontras apa yang ditampilkan di media Instagram dengan kehidupan *realsantriwati* di lingkungan pesantren yang terkesan patuh dan berbusana ala kadarnya. Sebagaimana apa yang ditampilkan oleh *santriwati* di Instagram yang cenderung modis dan mengikuti *mainstream* busana hijab yang berkembang. Dalam konteks ini, tentu ada keperbedaan yang mencolok apa yang ditunjukkan di lingkungan pesantren dan media sosial Instagram yang menumbuhkan tanda tanya, bagaimana citra dan konstruksi identitas diri yang dibangun *santriwati* pada media Instagram tersebut. Di sisi lain ada indikasi gaya busana yang ditampilkan *santriwati* di media Instagram cenderung memiliki kemiripan dengan *selegram* yang diikuti oleh *santriwati*.

Sementara Barnard memberikan perbedaan antara *fashion* dan gaya. Jika gaya menyangkut pengertian seseorang tentang kepribadian dirinya dan kemudian menggunakan busana yang cocok sesuai selera. Sedangkan *fashion* adalah perkembangan tren yang terus berubah mengikuti masa. Seorang yang mengikuti *fashion* belum tentu mampu mengaplikasikan tren tersebut ke dirinya, sehingga gayanya dapat menjadi kurang cocok. Namun orang yang mengerti gaya dirinya, mampu menyesuaikan *fashion* sesuai kebutuhan dan kenyamanan dirinya.⁶

Berkaitan dengan uraian permasalahan yang telah disampaikan, maka penulis berasumsi di awal, bahwa penggunaan Instagram bagi *santriwati*

⁶ Malcolm Barnard, *Fashion Sebagai Komunikasi Cara Mengkomunikasikan Identitas Sosial, Seksual, Kelas, dan Gender*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2011), hal. 15.

Pesantren Ali Maksum ini berpengaruh terhadap cara bagaimana santriwati berbusana diruang publik. Adapun hubungan dengan program studi sosiologi agama yang penulis tekuni, adalah berkaitan dengan realitas yg diteliti oleh peneliti saat ini merupakan perkembangan model interaksi antar individu yang satu dengan yang lain dengan penggunaan teknologi canggih yang tidak menuntut untuk bertatap muka langsung, melainkan menggunakan perangkat internet yang bisa menghubungkan satu dengan yg lain tanpa perlu bertemu. Dalam hal ini sosiologi agama berperan untuk memotret dan menganalisis gejala yang timbul dari intensitas penggunaan Instagram berikut dengan interaksi antar pengguna yang memberikan pengaruh pada model berbusana santriwati. Adapun hasil observasi di awal, memberikan hipotesis yang perlu diverifikasi kembalikan pengaruh Instagram yang telah menggeser pemaknaan berbusana muslimah yang awalnya merupakan sekedar kewajiban *syar'i* menjadi perangkat untuk menonjolkan citra (gambaran) dan identitas barunya dalam interaksi dunia maya. Identitas diri merupakan refleksi diri yang merupakan hasil dari proses sosialisasi.

Di sisi lain, agama menjadi legitimasi dalam berbusana ala muslimah, padahal perkembangan berbusana saat ini dalam Instagram sudah tidak bertumpu lagi pada spiritualitas keagamaan melainkan mengikuti perkembangan mode *fashion* belaka. Keadaan semacam ini bertolak belakang dari identitas dirinya sebagai santriwati yang taat dan menggunakan busana muslimah yang sopan sebagaimana semata-mata karena kewajiban dalam agama.

Oleh karena itu, yang menjadi fokus dalam penelitian ini terkait dengan hubungan antara Instagram sebagai media dengan santriwati sebagai

pengguna. Bagaimana santriwati sebagai pengguna linimasa Instagram ini menggambarkan citra dan membentuk identitas dirinya dalam media Instagram tersebut. Adapun selanjutnya, bagaimana pengaruh Instagram tersebut terhadap perubahan gaya berbusana santriwati yang selama ini cenderung konvensional dengan gaya berbusananya di lingkungan pesantren, namun kontras ketika santriwati menunjukkan foto pribadinya di akun Instagram masing-masing.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan di atas, maka penulis membuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana citra dan identitas yang dibentuk santriwati pada komunitas linimasa di Instagram?
2. Bagaimana pengaruh Instagram terhadap gaya berbusana santriwati Pondok Pesantren Ali Maksum di kompleks Gedung Putih?

C. Tujuan dan kegunaan penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui citra dan identitas yang dibangun santriwati pada komunitas dunia maya di Instagram.
- b. Untuk mengetahui korelasi antara penggunaan Instagram terhadap perubahan gaya berbusana santriwati kompleks Gedung Putih Pondok Pesantren Ali Maksum Krapyak Yogyakarta.
- c. Mengetahui intensitas penggunaan media Instagram pada santriwati kompleks Gedung Putih Pondok Pesantren Ali Maksum Yogyakarta.

2. Kegunaan

Selain Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi peneliti dan perkembangan ilmu pengetahuan, skripsi ini diharapkan bisa berguna sebagai berikut:

1. Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan terkait hubungan media maya dengan pengguna.
2. Secara akademis penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan kajian ilmiah pengetahuan dalam media Instagram dan pengaruhnya terhadap perkembangan *fashion*.
3. Penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan rujukan untuk melakukan penelitian-penelitian selanjutnya.

D. Tinjauan Pustaka

Meninjau kajian, studi dan penelitian yang sudah ada, merupakan satu aktivitas yang harus dilakukan sebelum memulai penelitian. Ini diperlukan, setidaknya untuk menghindari pengulangan dan kesamaan penelitian. Selain itu, dengan peninjauan ini, bisa didapatkan data pendukung untuk menunjang fokus penelitian. Dalam penelitian berkaitan dengan pengaruh Instagram terhadap perubahan gaya busana, dapat ditemukan beberapa studi, kajian dan penelitian yang dilakukan sebelum penelitian ini. Kajian dan penelitian tersebut antara lain:

Dalam buku *Hiperrealitas dan Ruang Publik: Sebuah Analisis Cultural Studies*⁷ yang ditulis oleh Selu Margaretha Kushendrawati, bahwa media massa dewasa ini berada dalam tahap perkembangan yang krusial, dimana media massa tidak lagi menjadi penyebar realitas, tetapi sudah berubah menjadi penyebar hipperrealitas. Media yang *hiperreal* tersebut menentukan bagaimana masyarakat memandang dunia. Realitas sosial direkayasa oleh sejumlah pesan dan tanda yang terus-menerus disampaikan oleh media massa, dan itu merupakan kondisi yang berbahaya karena yang dihadirkan hanyalah kenyataan palsu dan yang asli ditiadakan.

Adapun budaya populer saat ini, merupakan budaya yang bermain-main dengan tanda dan yang isinya hanyalah tanda tanpa makna. Karena budaya populer saat ini miskin makna dan penuh kehampaan. Didalamnya segala perbedaan direduksi atau didaur ulang menjadi sebuah keseragaman selera.

Sebuah buku yang memberikan pandangan pada penulis bahwa kita hidup dalam simulakra, sebuah kehidupan simulasi yang tidak mempunyai kaitan lagi dengan realitas asalnya, serta menjadi lebih nyata dari realitas asalnya. Dalam simulakra ini perbedaan antara yang nyata dengan khayalan, antara yang asli dengan tiruan dan antara seni dengan realitas sudah tidak jelas. Sehingga penulis menganggap buku ini bisa menjadi bahan informasiterkait dengan hipperrealitas pada media, khususnya yang dibahas dalam buku ini adalah media iklan.

Selain kajian yang pernah ditulis oleh Selu Margaretha Kushendrawati, sebuah penelitian serupa juga pernah ditulis oleh Ahmad Makhin dengan judul

⁷ Selu Margaretha Kushendrawati, *Hiperrealitas dan Ruang Publik: Sebuah Analisis Cultural Studies* (Jakarta: Penaku, 2011).

“Pengaruh Akun Instagram *Javafoodie* Terhadap Minat Beli Konsumen.”⁸ Hasil penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dalam penggunaan akun Instagram *Javafoodie* untuk meningkatkan minat beli konsumen di studio kopi. Jadi fungsi Instagram di sini, diposisikan sebagai alat marketing untuk mempublikasikan dan memasarkan produk kopi studio, dan hasilnya omset penjualan kopi meningkat. Artinya adalah media semacam Instagram cukup efektif untuk menjangkau konsumen agar tertarik pada produk yang ditawarkan. Dengan gambar yang menarik, sajian yang bagus dan tampak punya nilai estetika membuat pengguna akun Instagram yang penikmat kopi tertarik. Maka disini fungsi Instagram tidak lain sebagai media untuk memasarkan sebuah produk.

Penelitian yang lain juga dapat ditemui, dalam penelitian “Hiperrealitas Dalam *Social Media* (Studi Kasus: Makan Cantik Di Senopati Pada Masyarakat Perkotaan)” pada jurnal *Informasi*,⁹ *Kajian Ilmu Komunikasi* Volume 45. Nomor 2. Desember 2015. Dalam jurnal ini, Fenomena makan cantik telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat perkotaan saat ini.

Penelitian tersebut mengkaji mengenai fenomena makan di restoran yang saat ini telah menjadi sebuah gaya hidup baru disebut sebagai makan cantik. Kegiatan tersebut sedang tren dilakukan anak muda khususnya yang tinggal di perkotaan seperti Jakarta. Penelitian tersebut juga menggunakan metode kualitatif untuk melihat dan menggambarkan makan cantik sebagai sebuah hiperrealitas pada

⁸ Ahmad Makhin, “Pengaruh Akun Instagram *Javafoodie* Terhadap Minat Beli Konsumen” (Yogyakarta: Fakultas Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga).

⁹ Herlinda Fitria, “Hiperrealitas Dalam *Social Media* (Studi Kasus: Makan Cantik Di Senopati Pada Masyarakat Perkotaan)”, *Informasi*, Vol 45.

sosial media yang dibentuk melalui simulasi. Makan cantik dilakukan dalam rangka untuk memberitahukan kepada orang lain melalui sosial media. Makan cantik merupakan simulasi yang sengaja dibentuk untuk menampilkan *image* tertentu, karena hal tersebut dianggap dapat merepresentasikan masyarakat kelas atas. Di balik makan cantik yang diunggah di sosial media, ternyata hal tersebut berlainan dengan kondisi yang nyata. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa telah terjadi pengaburan kelas dimana tidak adanya kejelasan dari status kelas yang dimunculkan di sosial media. Sosial media saat ini tidak lagi menampilkan realitas yang sebenarnya, namun menampilkan hiperrealitas. Dalam pelaksanaannya makan cantik dianggap dapat merepresentasikan kelas atas sebagai pembentuk identitas. Makan cantik menjadi sebuah gambaran atau citra yang melambangkan eksistensi dan kelas sosial masyarakat.

Simulasi dimulai sejak pemilihan restoran yang memang menyajikan interior ruangan, penyajian makanan yang menarik. Adapun simulasi dilakukan dengan memotret foto makanan sebaik mungkin ataupun ruangan yang semenarik mungkin serta penggunaan *caption* yang *eye catching* agar orang lain tertarik untuk datang ke tempat tersebut. Makan cantik itu sendiri dikonstruksi oleh *social media*, bahkan apa yang diunggah oleh pelaku di sosial media juga secara tidak langsung telah mengkonstruksi orang lain. Baik yang gemar makan cantik maupun tidak. Namun pada kenyataannya makan cantik yang diunggah di dalam *social media* merupakan suatu hal yang berbeda dari fakta yang ada. Karena terdapat perbedaan kondisi pelaku pada apa yang diunggah dengan kondisi yang nyata.

Penelitian relevan yang lain dengan judul “Fenomena Hiperrealitas Masyarakat Pada Makanan”¹⁰ yang diteliti oleh Firdaus W, Suhaeb, Muhammad dan Ashabul Kahfi, yang merupakan makalah dalam Seminar Nasional Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial di Makassar, tanggal 29 Oktober 2016. Dalam penelitian ini mengkaji fenomena sosial yang sedang tren pada masyarakat sekarang ini, yaitu *foodstagramming*, dimana orang memfoto makanan mereka kemudian mengunggahnya ke media sosial sebelum dimakan. Perkembangan internet (termasuk *smartphone*) telah mengubah aktivitas makan dan budaya makan, yang dulunya hanya sebagai pemenuhan kebutuhan biologis semata, kini menjadi “tanda” yang ingin diperlihatkan kepada publik di media sosial. Tulisan ini menggunakan teori konsumsi dan hiperrealitas dari Jean Baudrillard untuk mengkaji fenomena ini. Fenomena *foodstagramming* merupakan contoh dari kondisi masyarakat postmodern dengan konsumerismenya, dimana masyarakat postmodern lebih memilih untuk mengkonsumsi objek berdasarkan nilai tandanya dibanding nilai guna. Individu yang mengunggah foto makanan ke media sosial hanyalah mencari *prestise* dan status sosial (nilai tanda) dari hasil unggahannya itu. Dalam hal ini masyarakat melakukan apa yang disebut oleh Jean Baudrillard sebagai simulasi dan membentuk hiperrealitas.

E. Kerangka Teori

Linimasa atau media sosial merupakan salah satu bagian dari *new media*. Nugroho dan Sofie Shinta Syarief mengatakan bahwa media sosial dan internet yang merupakan kemajuan inovasi teknologi informasi komunikasi (TIK) yang

¹⁰Firdaus W, dkk “Fenomena Hiperrealitas Masyarakat Pada Makanan” dalam makalah Seminar Nasional Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial di Makassar, tanggal 29 Oktober 2016.

mengubah wajah media secara fundamental, dari komunikasi satu arah (yang hanya menyampaikan berita dan informasi) menjadi interaksi dua arah (dimana pengguna dapat berinteraksi dengan penyedia informasi, atau antar pengguna).¹¹Oleh karena itu, media sosial menjadikan penggunanya terlibat aktif dalam menciptakan dan menyebarkan informasi.

Media sosial adalah sebuah media *online*, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.Sementara itu, media sosial sendiri memiliki karakteristik khusus yang membedakannya dengan media lain. Adapun karakteristik tersebut menurut Ruli Nasrullah dalam buku media sosial perspektif komunikasi, budaya dan sosioteknologi yaitu:¹²

1. Jaringan (*network*)

Media sosial memiliki karakter jaringan yang membentuk struktur sosial dalam media sosial.Sebagaimana yang dikatakan oleh Castell,¹³bahwa struktur sosial yang terbentuk di internet berdasarkan jaringan informasi yang pada dasarnya beroperasi berdasarkan teknologi informasi dalam mikroelektronik. Jaringan yang terbentuk antar pengguna (*users*) merupakan jaringan yang secara teknologi dimediasi oleh perangkat teknologi, seperti computer, telepon genggam dan tablet.

¹¹Yanuar Nugroho dan Sofie Sinta Syarief, *Melampaui Aktivitasme Click? Media Baru dan Proses Politik dalam Indonesia Kontemporer*, (Jakarta: Friedrich-Eber, 2012), hlm. 70.

¹²Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*, (Bandung: Rosdakarya, 2016), hlm 16.

¹³Rulli Nasrullah, *Media Sosial*, hlm. 16.

Media sosial dapat membentuk jaringan antar penggunanya, baik pengguna yang saling mengenal maupun yang tidaksaling mengenal didunia maya. Kehadirannya memberikan medium bagi pengguna untuk terhubung secara mekanisme teknologi .¹⁴di sisi media lain, media sosial bukan hanya sekedar alat, karena kehadirannya mampu memberikan kontribusi pada munculnya ikatan sosial, nilai, hingga struktur sosial dalam dunia virtual.

2. Informasi

Informasi menjadi hal penting dalammedia sosial.Ini dikarenakan pengguna media sosial mengkreasikan representasi identitas, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi.¹⁵Informasi menjadi komoditas yang dikonsumsi oleh pengguna media sosial, dimana komoditas tersebut merupakan komunitas yang diproduksi dan didistribusikan oleh pengguna.Dari kegiatan konsumsi inilah terciptalah masyarakat berjejaring (*network society*).

3. Arsip

Media sosial memungkinkan seseorang melakukan perasiapan pada konten yang diunggahnya.Informasi yang tersimpan dalam media sosial dapat diakses kapanpun. Pengguna tidak lagi terhenti pada memproduksi dan mengonsumsi informasi, tetapi informasi itu juga telah menjadi bagian dari dokumen yang tersimpan. Pengarsipan ini layaknya gudang data yang dapat dimasuki oleh siapapun dalam media sosial.

¹⁴Rulli Nasrullah, *Media Sosial*, hlm. 17.

¹⁵Rulli Nasrullah, *Media Sosial*, hlm.19.

4. Interaksi

Jaringan yang terbentuk dalam media sosial memungkinkan adanya interaksi antar pengguna media sosial interaksi dalam media sosial menjadi pembeda antara media lama dan media baru. Perangkat teknologi telah meremediasi ke dalam ruang dan waktu, tempat kerja dan rumah, sampai pada segala sisi secara sadar membedakan mana kehidupan nyata dan mana yang tidak.

5. Simulasi sosial

Media sosial memiliki karakter sebagai medium berlangsungnya masyarakat di dunia virtual. Interaksi yang ada dalam media sosial memang menggambarkan bahkan mirip dengan realitas, akan tetapi interaksi yang terjadi adalah simulasi dan terkadang berbeda sama sekali dengan kenyataan. Identitas seseorang bisa dirubah-rubah dalam media sosial yang memungkinkan siapa saja bisa menjadi siapapun, bahkan bisa menjadi pengguna yang berbeda sekali dengan realitasnya, seperti pertukaran identitas, jenis kelamin, dan lain-lain. Kondisi seperti itu disebut Jean Baudrillard sebagai simulasi. Media tidak lagi menampilkan realitas, tetapi sudah menjadi realitas itu sendiri, bahkan apa yang media lebih nyata (*real*) dari realitas tersebut.

6. Konten oleh pengguna

Media sosial memiliki karakteristik konten oleh pengguna atau disebut dengan *user generated content* (UGC) yang menunjukkan bahwa di media sosial konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun. UGC merupakan relasi simbiosis dalam budaya media baru yang

memberikan kesempatan dan keleluasaan pengguna untuk berpartisipasi. Konten itu sendiri berupa teks yang ditulis, foto, video, suara dan sebagainya yang disebarluaskan di media sosial. Oleh karena itu, perkembangan media sosial saat ini acapkali dipahami sebagai bentuk perkembangan hiperrealitas.

Adapun menurut Jean Baudrillard, hiperrealitas adalah gejala bermuncunya berbagai realitas buatan bahkan lebih real dari pada yang real. Bukan hanya lebih *real*, hiperrealitas juga lebih ideal ataupun lebih baik dari yang aslinya.¹⁶ Hiperrealitas merupakan realitas yang melampaui dirinya maka ia bukan lagi seperti realitas sebagaimana aslinya. Hiperrealitas juga merupakan realitas buatan yang meniru satu realitas tertentu, tetapi karena proses pemanipulasian, maka realitas buatan itu terputus hubungannya dengan realitas aslinya.¹⁷ Hiperrealitas, yang berkembang lewat proses simulasi, mengikuti perkembangan ataupun revolusi hukum nilai. Revolusi tersebut mengakibatkan yang ada sekarang ini hanyalah pertukaran simbolis dimana yang tertinggal adalah hiperrealitas.

Peran media sosial pada Instagram pengaruhnya begitu besar, dengan tidak lagi menyebarkan realita yang sesungguhnya akan tetapi sudah menyebarkan hiperrealitas, sebuah kenyataan yang sesungguhnya tidak ada. Media Instagram yang dengan kemampuannya memanipulatif realitas dengan perangkatnya kemudian dipaksakan kepada masyarakat untuk dikonsumsi.

¹⁶ Jean Baudrillard, (1994) *The Illusion Of The End*, dalam Selu Margaretha Kushendrawati, *Hiperrealitas dan Ruang Publik: Sebuah Analisis Cultural Studies* (Jakarta: Penaku, 2011), hlm.120-121.

¹⁷ Jean Baudrillard, (1983), *Simulations*, dalam Selu Margaretha Kushendrawati, *HiperPsdan Ruang Publik: Sebuah Analisis Cultural Studies*, hlm, 16.

Hiperrealitas berdampak pada masyarakat untuk lebih tertarik pada yang semu dari pada yang sebenarnya.

Seperti halnya, dengan muncul anggapan di masyarakat bahwa dengan memfoto busana keren kemudian mengunggahnya ke media sosial, seseorang dapat menaikkan gengsinya, karena berhasil mengikuti tren masa kini. Terlebih lagi jika busana yang sedang tren yang difoto dan diunggah itu merupakan busana yang sering dipakai artis dengan harga mahal. Padahal, belum tentu individu saat itu memang benar-benar sedang terbiasa mengenakan gaun itu. Pemakaian pakaian muslimah yang merupakan kewajiban syari Individu tidak lagi dilihat, melainkan memusatkan diri pada status dan gengsi yang didapatkan jika memfoto dan mengunggahnya ke media sosial.

Dalam hal ini Santriwati sebagai individu yang tidak lagi mengkonsumsi apa yang dibutuhkan, tetapi mengkonsumsi kode yang di sampaikan pada individu tentang apa yang seharusnya dikonsumsi.¹⁸ Di sisi lain, juga terdapat kepuasan tersendiri bagi seseorang jika mereka mengunggah foto trend dengan balutan busana tersebut ke media sosial. Entah itu dilihat dari seberapa banyak yang memencet tombol *like* atau *love* atau yang berkomentar dengan menanyakan mengenai busana atau alamat dari yang menjualnya tersebut. Oleh karena itu barang yang dikonsumsi bukan untuk diri sendiri melainkan untuk bisa tampil di hadapan orang lain.

Masyarakat sekarang ini merupakan masyarakat yang dibanjiri oleh citra dan informasi, membuat simulasi dan citra menjadi suatu hal yang paling

¹⁸ George Ritzer, *Teori Sosial Postmodern* (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2003), hlm 138-139.

diminati dan diperhatikan dalam kebudayaan masyarakat postmodern.¹⁹ Termasuk di sini citra dalam berbusana yang dipakai santriwati. Busana atau pakaian muslimah yang dikenakan santriwati seharusnya menjadi representasi dari kehidupan nyata, namun kontras berbeda dengan apa yang biasa ditampilkan santriwati di dunia maya. Oleh karena itu, busana telah menjadi realitas sendiri. *Selebgramar fashion* yang selama ini menjadi rujukan dalam *fashion* santriwati Pondok Pesantren Ali Maksum ini telah menggantikan posisi pada ruang nyata atau *real* yang menjadi sumber utama reproduksi. Baudrillard menyebut fenomena ini sebagai hiperrealitas.²⁰ Dimana suatu hal berkembang dengan sendirinya membentuk realita baru yang penuh dengan rekayasa.

Media sosial menjadi ruang terbaik hiperrealitas, karena dapat merepresentasikan hiperrealitas menjadi realitas palsu.²¹ *Selebgramar fashion* merupakan simulasi yang menayangkan kondisi realitas kehidupan. Dalam hal ini, cara nyentrik berbusana yang diunggah ke media sosial dianggap memiliki nilai-nilai tambah. *Selebgramar fashion* yang diikuti oleh santriwati merupakan praktek untuk menunjukkan kemampuan finansial, kelas ataupun eksistensi diri seseorang melalui *fashion*nya. Makin sering mengunggah foto dengan busana yang bagus, mirip artis dan yang mahal di latar tempat eksklusif, maka status sosial secara otomatis akan naik. Sehingga santriwati Pondok Pesantren Ali Maksum berusaha untuk mengikuti apa yang

¹⁹George Ritzer, *Teori Sosial Postmodern*, hlm 161.

²⁰George Ritzer, *Teori Sosial*, hlm 163.

²¹ M. Sarup, *Panduan Pengantar untuk Memahami Poststrukturalisme dan Posmodernisme*. (Yogyakarta: Penerbit Jendela, 2003), hlm. 293.

dipakai oleh selegramnya. Artinya dengan ber-*Selebgramar fashion*, sebenarnya individu sedang menunjukkan sesuatu dengan kegiatan tersebut. Individu tersebut ingin memperlihatkan kemampuannya pada orang lain, baik kepada sesama pelaku *Selebgramar fashion* ataupun bukan. Dengan cara ini, secara sengaja pelaku ingin memperlihatkan siapa dirinya, kemampuan ekonominya, dan atau kelas sosialnya.

Jean Baudrillard juga mengungkapkan dua istilah, yakni: Simulasi dan *Simulacra* dalam menjelaskan konsep hiperrealitas itu sendiri. Simulasi adalah proses penciptaan bentuknya melalui model-model yang tidak mempunyai asal-usul atau referensi realitasnya, sehingga memungkinkan manusia membuat yang supranatural, ilusi, fantasi, khayali menjadi tampak nyata.²² Sedangkan simulakra adalah sebuah duplikasi dari duplikasi, yang aslinya tidak pernah ada, sehingga perbedaan antara duplikasi dan asli menjadi kabur.²³

Jean Baudrillard menjelaskan tentang simulasi dalam bukunya *Simulacra and Simulation*. Ia menggunakan istilah simulasi untuk menjelaskan berbagai hubungan produksi, konsumsi, dan komunikasi dalam masyarakat konsumen yang hidup dalam serba “over produksi”, “over konsumsi”, “over komunikasi”, dan “over-over” lain melalui media massa, terutama televisi,

²²Yasraf Amir Piliang, *Posrealitas: Realitas Kebudayaan dalam Era Posmetafisika*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2004) hlm. 21.

²³ Yasraf Amir Piliang, *Posrealitas: Realitas*, hlm. 19.

supermarket, industri hiburan, dan *fashion*.²⁴ Sementara itu, simulasi sendiri ia bagi menjadi 4 tahap yaitu²⁵

- a. *It is the reflection of basic reality*(Citra adalah cermin dasar realitas). Citra merupakan representasi dari realitas. Sedangkan, representasi sendiri bergantung pada tanda dan citra yang ada dan dipahami secara budaya pada pertukaran bahasa dan berbagai sistem tanda atau tekstual. Representasi adalah bentuk konkret yang diambil oleh konsep abstrak.
- b. *It masks and preverts a basic reality*(Citra menyembunyikan dan menyimpangkan realitas). Pada tahap ini memungkinkan citra melakukan distorsi pada realitas. Realitas sesungguhnya sengaja disembunyikan dengan teknik-teknik yang diciptakan oleh industri televisi.
- c. *It masks the absence of a basic reality* (Citra menutup ketidakhadiran (menghapus) dasar realitas). Pada tahap ini pencitraan mulai secara perlahan menjauhi realitas. Realitas tidak muncul dalam pilihan-pilihan representasi dan disembunyikan atau ditutup-tutupi, tetapi benar-benar dihapus. Walaupun realitas ini dihapus namun seakan-akan dibuat mirip realitas.
- d. *It bears no relation to any reality whatever, it is its own pure simulacrum* (Citra melahirkan tidak adanya hubungan pada berbagai realitas apapun, citra adalah kemurnian simulakrum itu sendiri). Pada tahap ini citra menjadi realitas itu sendiri.

²⁴ Kushendrawati, Selu Margaretha. 2011. *Hiperrealitas dan Ruang Publik: Sebuah Analisis Cultural Studies*. (Jakarta:Penaku, 2011), hlm. 89.

²⁵Iswandi. Syahputra, *Perspektif & Teori Komunikasi*.(Yogyakarta: Galuh Putra, 2013), hlm. 78.

Adapun bentuk Interaksi santriwati pesantren Ali Maksum di Instagram bermacam-macam bentuknya. Berikut ini merupakan bentuk-bentuk interaksi sosial yang berpengaruh pada mode gaya berbusana santriwati dalam bentuk interaksi sosial yang antara lain, imitasi (peniruan), sugesti (rangsangan), identifikasi (ingin menjadi sama), dan simpati (ketertarikan).²⁶

a) Imitasi

Imitasi merupakan usaha untuk menirukan orang lain. Dalam dunia maya, kita dapat menirukan gaya berbahasa atau gaya memposting foto di Instagram orang lain yang juga termasuk imitasi dalam dunia maya. Tiga syarat adanya imitasi yaitu terdapat minat, mengagumi hal yang diimitasi, dan mengharapkan penghargaan sosial yang tinggi. Dalam imitasi ini santriwati berusaha meniru gaya berbusana yang dipakai oleh para selegramnya, baik jenis *fashionnya* maupun asesoris yang dipakai.

b) Sugesti

Sugesti merupakan proses untuk memberikan pandangan terhadap orang lain. Dalam dunia maya, akan sangat mudah bagi seseorang untuk mempengaruhi seseorang dengan pandangannya. Hal ini dibuktikan banyaknya forum-forum yang dapat diikuti oleh pengguna dalam dunia maya untuk mempermudah mempengaruhi masyarakat. Seseorang akan lebih mudah menerima sugesti pada saat terdapat hambatan berpikir, pikiran yang terpecah, otoritas, mayoritas, atau karena sugesti "*will to be believe*" (sugesti yang

²⁶Soerjono Soekanto. *Sosiologi Suatu Pengantar*, (Jakarta: PT Rajawali Pers, 2012), hlm. 58-61.

dipercaya). Di dalam dunia maya, banyak terdapat situasi seperti itu dan memudahkan adanya sugesti. Bagusnya tampilan, baik warna maupun interior serta jenis model yang dipakai para selegram ikut mempengaruhi pemikiran santriwati mengenai *fashion* yang dianggap kekinian dan *fashionable*.

c) Identifikasi

Identifikasi adalah dorongan untuk cenderung menjadi sama dengan orang lain baik secara lahiriah atau batiniah. Mula-mula identifikasi berlangsung secara sadar, selanjutnya irrasional. Identifikasi dalam jejaring sosial Instagram yaitu dengan cara melihat foto-foto selegram dan sifat-sifat idola yang merupakan hubungan sosial antara penyedia informasi dengan pengguna. Dalam interaksi yang ada di Instagram, santriwati dapat dengan mudah melihat tampilan berbagai foto selegram dengan *fashionnya*, membuat santriwati seolah cenderung ingin menjadi sama dengan para selegram, yang dibuktikan dengan tampilan *fashion* yang sama dengan selegram.

d) Simpati

Simpati merupakan interaksi sosial yang melibatkan adanya ketertarikan individu terhadap individu lainnya, khususnya tertarik dalam bentuk seperti kasihan dan kekaguman. Simpati timbul berdasarkan penilaian perasaan. Dunia maya memungkinkan adanya forum-forum sosial yang memerlukan dukungan baik berupa materi maupun hanya sekedar kepedulian saja. Namun, perkembangan *fashion* di Instagram lebih pada ketertarikan pada model dan paduan jenis *fashion* yang dikenakan oleh para selegram.

F. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan sarana yang digunakan untuk mengumpulkan data, dan sekaligus menjadi syarat yang harus dipenuhi dalam suatu proses penelitian, karena metode penelitian merupakan pedoman bagi seorang peneliti untuk menuju kerangka berfikir ilmiah dalam penelitian.²⁷ Adapun unsur-unsur dalam metode penelitian antara lain:

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode netnografi atau yang biasa disebut dengan *online ethnografi*. Dalam *netnography* prinsip kedalaman dan keluasan informasi yang dihasilkan dipertahankan dengan ‘masuknya’ periset ke dalam sebuah *setting* kehidupan.²⁸ Oleh karena itu, metode ini berusaha memahami secara mendalam kehidupan komunitas virtual dari perspektif pelaku. Objek kajian netnografi adalah netizen dengan aktivitas dan kehidupan mereka di dunia virtual. Metode *netnography* ini secara spesifik dilakukan dengan menginvestigasi perilaku, konsumen, persepsi, image dan perasaan yang terdapat pada komunitas di internet, di mana komunitas tersebut terbentuk melalui alat bantu internet atau yang biasa disebut dengan *computer mediated communication* (CMC). Metode ini meliputi observasi arsip, percakapan *online* dan *participatory observation*.

²⁷ Jurusan Sosiologi. *Pedoman Penulisan Proposal/Skripsi Sosiologi*. (Yogyakarta: Jurusan Sosiologi Agama UIN Sunan Kalijaga, 2008), hlm. 15.

²⁸ Maulana, Amalia E. 2009. *Consumer Insights via Ethnography : Mengungkap yang Tidak Pernah Terungkap*. (Jakarta: Esensi Erlangga, 2009) hlm. 97.

Kelebihan-kelebihan *netnography* ini membuat metode pengamatan (sering dianggap metode “menguntit”/(*lurking*), *content analysis* dan *text mining* *Lurking* itu sendiri sering di sebut dengan menguntit atau bersembunyi, jadi dalam meneliti informasi yang penulis perlukan, peneliti harus benar-benar tidak meninggalkan jejak apapun, seperti komentar, tombol love, atau symbol emoticon dalam menguntit. Adapun jika diperlukan, diadakan wawancara langsung untuk mengkonfirmasi hasil temuan peneliti dengan narasumber santriwati Pondok Pesantren Ali Maksum Krpyak.

2. Subjek Penelitian

Subyek penelitian adalah sumber untuk memperoleh keterangan penelitian.²⁹ Dalam penelitian ini menggunakan informasi sebagai sumber memperoleh data untuk penulisan skripsi ini. Pemilihan informan didasarkan pada subjek yang banyak memiliki informasi yang berkualitas dengan permasalahan yang diteliti memberikan data. Adapun subjek penelitian ini adalah santriwati yang berada di komplek Gedung Putih Pondok Pesantren Ali Maksum Krpyak. Maka untuk menunjang penelitian yang dilakukan, diperlukan data yang berhubungan dengan penelitian ini, adapun jenis data tersebut antara lain:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari narasumber yakni akun Instagram santriwati Pondok Pesantren Krpyak. Dengan narasumber dari Santriwati Pondok Pesantren Ali Maksum Yogyakarta dan data *update status*

²⁹Tatang M. Arifin. *Menyusun Rencana Penelitian*. (Jakarta: Rajawali, 1986), hlm. 92.

yang ada pada Instagram santriwati Pondok Pesantren Ali Maksum Yogyakarta, khususnya santriwati yang berada di kompleks Gedung Putih. Untuk data primer dalam penelitian ini adalah merupakan hasil dari menguntit Instagram milik santriwati Ali Maksum, namun jika diperlukan untuk mengkonfirmasi perihal tentang pondok pesantren Ali Maksum, maka digunakan wawancara secara langsung. Wawancara langsung tersebut bertujuan untuk mengetahui kehidupan sehari-hari saat di Pesantren dan mengetahui pandangan santriwati berkaitan dengan ketertarikan pada perkembangan mode busana terkini melalui Instagram. Sementara menguntit percakapan akun santriwati di Instagram dimaksudkan untuk mengetahui bentuk interaksi maupun citra diri yang dibangun oleh santriwati dalam dunia maya Instagram.

- b. Data sekunder adalah data yang dikumpulkan dari sumber-sumber lain seperti buku, informasi internet, dan lain-lain yang mendukung penelitian ini.

3. Metode Pengumpulan Data

Metode merupakan cara yang teratur serta sistematis untuk pelaksanaan sesuatu, cara kerja agar kegiatan bisa terlaksana secara rasional dan terarah untuk mendapatkan hasil yang optimal. Secara umum metode penelitian dapat diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Adapun Komponen-komponen dalam pengumpulan data ini sebagai berikut:

a. Observasi

Metode observasi dilaksanakan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena-fenomena yang diselidiki.³⁰ Dengan teknik ini peneliti akan mengamati secara dekat gejala penelitian yakni dengan mengamati secara langsung. Observasi yang digunakan oleh peneliti adalah observasi partisipan, yakni peneliti turut ambil dalam kehidupan orang-orang yang diobservasi yang dalam hal ini adalah kehidupan santriwati di Pondok Pesantren Ali Maksum Yogyakarta.

Teknik observasi digunakan untuk mengetahui lebih dalam tentang kehidupan santriwati di kompleks Gedung Putih Pondok Pesantren Ali Maksum Krapyak Yogyakarta. Selain itu teknik observasi juga untuk melengkapi dan lebih menyempurnakan data yang diperoleh dari menguntit di Instagram.

b. *Interview* (wawancara)

Interview (wawancara) merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengadakan tanya jawab baik secara langsung maupun tidak langsung kepada informan secara sistematis dengan menggunakan pedoman wawancara yang telah disiapkan sebelumnya oleh peneliti. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan wawancara mendalam

³⁰ Sutrisno Hadi, *Metodologi Research* (Yogyakarta: Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada, 1986), hlm. 188.

untuk memperoleh data. Dalam hal ini pihak yang akan diwawancarai adalah santriwati Pondok Pesantren Ali Maksum Yogyakarta di kompleks Gedung Putih. Adapun wawancara disini, dilakukan untuk mengkonfirmasi temuan peneliti yang didapat di Instagram melalui pendekatan netnografi dengan dikonfirmasi melalui wawancara. Selain itu wawancara juga dilakukan untuk menggali informasi yang tidak bisa didapat di Instagram.

c. Dokumentasi

Dalam dokumentasi ini, penulis akan mengumpulkan beberapa foto dan video dari Instagram yang bisa menjadi bukti dokumentasi dalam penelitian ini. Adapun foto-foto untuk menunjang penelitian ini adalah didapat dari foto santriwati yang terdapat di akun jejaring sosial media Instagram milik santriwati.

4. Teknik Analisis Data

Data-data yang terkumpul dalam penelitian ini adalah teks yang dihasilkan dari postingan dan percakapan yang ada pada Instagram santriwati. Kemudian data tersebut kemudian dianalisa dengan tahapan-tahapan analisa. Yang pertama, data yang diperoleh dalam penelitian ini berupa teks percakapan dan foto dalam Instagram yang dijadikan sebagai naratif atau *story*/cerita yang dilakukan oleh narasumber. Data tersebut kemudian diseleksi sesuai dengan kebutuhan dalam penelitian ini. Kemudian data yang telah diseleksi tersebut kemudian dikelompokkan menurut tema-tema tertentu. Kategori-kategori dikelompokkan berdasarkan teori hiperrealitas dalam Instagram.

Data-data yang telah dikelompokkan tersebut kemudian disusun secara sistematis. Hal ini dilakukan peneliti untuk memudahkan dalam penyajian data yang rapi dan memudahkan proses analisis data. Data yang telah terkelompokkan tersebut kemudian dianalisis dengan menggunakan teori hiperrealitas. Dalam hal ini peneliti menginterpretasikan data berdasarkan teori hiperrealitas untuk menemukan uraian di balik data tersebut.

Data yang telah dianalisis tersebut kemudian disimpulkan oleh peneliti. Kesimpulan tersebut merupakan hasil dari proses pemaknaan terhadap tanda-tanda yang diungkapkan melalui Instagram, baik itu berupa foto maupun teks komentar yang dari akun Instgaram milik santriwati.

G. Sistematika Pembahasan

Secara umum rancangan penelitian ini tersusun dari beberapa bab, yang terbagi kedalam tiga bagian yaitu pendahuluan, isi dan penutup. Maka untuk sistematika pembahasan dan penguraian, peneliti menyusun dengan beberapa bagian pembahasan yang antara lain:

Bab kesatu pendahuluan, merupakan dasar penyusunan skripsi ini. Dalam bab ini penulis membahas latar belakang masalah, pokok masalah dan tujuan penelitian masalah ini. Selanjutnya telaah pustaka akan menelusuri hasil penelitian sejenis sebelumnya, kerangka teoritik, metode penelitian dan sistematika pembahasan akan mengerahkan pembahasan yang akan dikaji agar tidak keluar dari kerangka teoritik dan metode penelitian.

Bab kedua, sebagai upaya untuk mengantarkan ke bab pembahasan, maka dalam bab ini perlu diulas gambaran umum tentang kehidupan santriwati di

Pondok Pesantren Ali Maksum Yogyakarta. Dalam bab ini diuraikan tentang potret Pondok Pesantren Ali Maksum Krapyak Yogyakarta, yang meliputi Sejarah Pondok Pesantren Ali Maksum Krapyak Yogyakarta, pola pemukiman Pondok Pesantren Ali Maksum Krapyak, dan struktur sosial Pondok Pesantren Ali Maksum Yogyakarta, serta Instagram sebagai media komunikasi yang di minati di kalangan santriwati. Di mana pada saat ini santriwati tertarik dengan Instagram yang merupakan media alternatif dan referentif, sekaligus sebagai ruang aktualisasi diri sebagai upaya untuk menunjukkan eksistensi dirinya khususnya di dunia maya Instagram.

Bab ketiga, membahas citra dan identitas diri santriwati dalam dunia maya. sebagaimana media yang merupakan sarana pencitraan dalam kehidupan sosial kontemporer. Pencitraan oleh media seolah merupakan hal yang sangat penting guna menggambarkan sebuah realitas yang terjadi dalam kehidupan keseharian manusia. Oleh karena itu, dengan sendirinya masyarakat kemudian percaya dengan pesan yang diberikan oleh media. Identitas mereka dalam hubungannya dengan orang lain bukan dari siapa dan apa yang dilakukannya, namun dari tanda dan makna yang mereka konsumsi, miliki dan tampilkan dalam interaksi sosial di Instagram. Adapun susunannya dalam bab tiga ini antara lain, dengan menjelaskan terlebih dahulu perkembangan linimassa seperti Facebook, Twitter, yang kemudian disusul dengan Instagram. Selanjutnya peneliti disini lebih fokus pada perkembangan jejaring sosial Instagram, serta mengulas juga pandangan santriwati terhadap Instagram berikut dengan interaksi santriwati di dunia maya

Instagram. Adapun terakhir bab ini ditutup dengan pembahasan citra dan identitas diri yang dibangun santriwati di Instagram.

Bab keempat, membahas pengaruh penggunaan Instagram terhadap gaya busana santriwati Pondok Pesantren Ali Maksum Kranyak Yogyakarta. Sebagaimana uraian citra dan identitas yang dibentuk oleh santriwati di Instagram yang telah dibahas dalam bab sebelumnya. Maka dalam bab ke empat ini, menguraikan perkembangan busana hijab yang banyak dipopulerkan oleh para selegram dengan aneka mode yang selama ini diminati oleh santriwati Ali Maksum. Selanjutnya juga diuraikan berkaitan dengan pengaruh penggunaan akun Instagram khususnya Instagram terhadap perubahan gaya busana santriwati Ali Maksum yang banyak ditampilkan di akun Instagram miliknya. Adapun bentuk perubahannya meliputi cara, bentuk, dan kombinasi busana yang ditampilkan santriwati di akun Instagram.

Bab kelima, dalam bab penutup ini diuraikan kesimpulan berkaitan dengan hasil pembahasan yang ada dalam bab tiga dan bab empat. Terkait dengan hasil pembahasan bagaimana santriwati mencitrakan dan membentuk identitas dirinya dalam dunia maya Instagram yang kemudian disimpulkan dengan beberapa paragraf. Selanjutnya untuk mengembalikan tujuan dari penelitian yakni menggali pengaruh penggunaan Instagram pada perkembangan gaya busana santriwati Pondok Pesantren Ali Maksum Yogyakarta, hasil kesimpulan ini, diakhiri dengan beberapa saran yang ditujukan untuk pembaca dan peneliti selanjutnya.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari beberapa uraian yang telah diulas di bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa citra diri yang digambarkan santriwati Pondok Pesantren Ali Maksum Krapyak di Instagram mereka mencoba membangun citra diri dengan menggunakan busana yang *fashionable* agar mendapatkan identitas santri dengan tampilan yang kekinian seperti yang mereka inginkan. Bukan identitas santriwati yang terkenal dengan busana yang sederhana dan kolot. Sebagaimana selama ini telah berkembang persepsi publik, bahwa santriwati merupakan komunitas keagamaan yang pelakunya cenderung konvensional taat pada peraturan yang ada di Pondok Pesantren. Namun lewat linimasa Instagram mereka dengan sengaja membangun citra diri dengan memakai busana terbaiknya hanya untuk diunggah di Instagram mengikuti tren ala selebgram yang memakai busana bermerek, dan terkini. Sebagaimana Bourdillard mengatakan bahwa seseorang kini mengkonsumsi barang bukan karena kebutuhan dan nilai guna akan tetapi juga mempertimbangkan nilai simbol dan prestise.

Penggunaan linimasa Instagram telah memberikan pengaruh pada santriwati tentang busana, yang selama ini mereka hanya menganggap busana sebagai alat penutup dan pelindung tubuh, namun sekarang berkembang menjadi bagian dari *life style* yang sangat mendukung penampilan. Dari Instagram mereka juga banyak memperoleh informasi tentang busana yang sedang trend dan kekinian salah satunya lewat akun-akun Instagram para selebgram yang menjadi

inspirasi santriwati untuk meniru gaya dalam berbusana. Kini linimasa Instagram juga menjadi wadah para santriwati untuk menunjukkan eksistensinya, santriwati tidak memulu hanya soal mengaji tetapi bisa berkembang aktif seperti remaja di luar sana yang bisa menunjukkan eksistensinya seperti memakai busana kekinian dan modis. Apa lagi saat ini dalam Instagram banyak akun alasantri sehingga santri bisa saling mengekspos kegiatan santri. Disini santri bisa bebas menegaskan bahwa santriwati tidak hanya terkungkung dalam penjara suci yang penuh dengan batasan-batasan tetapi mereka bisa berkespresi dan bergaya tetapi tetap berpedoman pada aturan dengan modal ilmu agama yang mereka dapatkan.

B. Saran

Setelah peneliti memberikan beberapa kesimpulan, kiranya selanjutnya peneliti memberikan saran untuk pembaca, antara lain:

1. Untuk Pengasuh pesantren Ali Maksu, diharapkan bisa mendorong dalam pendidikan penggunaan teknologi yang produktif dan tetap menjaga semangat kesantrian.
2. Untuk santri, perlunya melakukan filter dalam penggunaan teknologi khususnya dengan internet dan linimasa.
3. Untuk pembaca, perlunya pengetahuan teknologi berbasis internet agar bisa menyesuaikan dengan laju perkembangan zaman.
4. Untuk peneliti, diharapkan setelah penelitian ini, bisa meneliti perkembangan penggunaan internet pada lembaga pendidikan yang lain, agar bisa menemukan formula dalam menentukan relasi yang tepat dengan perkembangan teknologi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adlin, Al Fathri. 2006. *Imagining Lara Croft: Psikosemiotika, Hiperrealitas dan Simbol-Simbol Ketaksadaran*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Aginta, Medhy Hidayat. 2012. *Menggugat Modernisme: Menganali Rentang Pemikiran Jean Post Modern Baudrillard*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Amalia E, Maulana,. 2009. *Consumer Insights via Ethnography : Mengungkap yang Tidak Pernah Terungkap*. Jakarta: Esensi Erlangga.
- Arifin, Tatang M. 1986. *Menyusun Rencana Penelitian*. Jakarta: Rajawali.
- Barker, Chris . 2000. *Cultural Studies*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Barker, Chris. 2005. *Cultural Studies: Teori dan Praktik*, Terjemahan Tim Kunci Cultural Studies Center. Yogyakarta: Bentang.
- Barnard, Malcolm. 1996. *Fashion Sebagai Komunikasi: Cara Mengkomunikasikan Identitas Sosial, Seksual, dan Gender*. Bandung: Jalasutra.
- Baudrillard, Jean, 2013, *Lupakan Postmodernisme (Kritik Atas Pemikiran Foucault & Autokritik Baudrillard)*, Terjemahan: Jimmy Firdaus dalam Selu Kushendrawati Margaretha. 2011. *Hiperrealitas dan Ruang Publik*. Jakarta: Penaku.
- Baudrillard, Jean. 1993. *Symbolic Exchange And Death* dalam Selu Margaretha Kushendrawati. 2011. *Hiperrealitas dan ruang publik: sebuah analisis cultural studies* . Jakarta: Penaku.
- Baudrillard, Jean (1983), *Simulations*, dalam Selu Margaretha Kushendrawati, 2011. *Hiperrealitas Dan Ruang Publik: Sebuah Analisis Cultural Studies*, Jakarta: Penaku.
- Baudrillard, Jean, (1994) *The Illusion Of The End*, dalam Selu Margaretha Kushendrawati, 2011. *Hiperrealitas Dan Ruang Publik: Sebuah Analisis Cultural Studies*. Jakarta: Penaku.
- Dwi, Bambang Atmoko. 2012. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel* Jakarta: Media Kita

- Firdaus, W, dkk “Fenomena Hiperrealitas Masyarakat Pada Makanan” dalam makalah Seminar Nasional Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial di Makassar, tanggal 29 Oktober 2016.
- Fitria, Herlinda, “Hiperrealitas Dalam *Social Media* (Studi Kasus: Makan Cantik Di Senopati Pada Masyarakat Perkotaan)”, *Informasi*, Vol 45.
- Hadi, Sutrisno. 1986. *Metodologi Research*. Yogyakarta: Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada.
- Hidayat, Medhy Aginta 2012. *Menggugat Modernisme: Menganali Rentang Pemikiran Jean Post Modern Baudrillard*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Ibrahim, Idi Subandy, 2007. *Budaya Populer Sebagai Komunikasi: Dinamika Popscape dan Mediascape Di Indonesia Kontemporer*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Ibrahim, Idi Subandy. 2007.1 *Budaya Populer Sebagai Komunikasi: Dinamika Popscape dan Mediascape di Indonesia Kontemporer*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Jurusan Sosiologi. 2008. *Pedoman Penulisan Proposal/Skripsi Sosiologi*. Yogyakarta: Jurusan Sosiologi Agama UIN Sunan Kalijaga.
- Kushendrawati, Selu Margaretha. 2011. *Hiperrealitas dan Ruang Publik: Sebuah Analisis Cultural Studies*. Jakarta: Penaku.
- Lubis, Akhyar Yusuf. 2014. *Postmodernisme: Teori dan Metode*. Jakarta: Rajawali Press.
- Makhin, Ahmad, “Pengaruh Akun Instagram Javafoodie Terhadap Minat Beli Konsumen” (Yogyakarta:Fakultas Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga).
- Mukhdlor, A. Zuhdi 1989. *KH Ali Maksum : Perjuangan dan Pemikiran-Pemikirannya*, Yogyakarta : Multi Karya Grafika.
- Muslimin M. dan Frida Kusumastuti. (ed). 2010. *Teknologi Industri Media & Perubahan Sosial*. Malang: Pasca sarjana UMM.
- Nasrullah, Rulli 2016. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya Dan Sioteknologi*. Bandung: Rosdakarya.

- Nugroho, Yanuar dan Sofie Sinta Syarief, 2012, *Melampaui Aktivitasme Click? Media Baru Dan Proses Politik Dalam Indonesia Kontemporer*, Jakarta: Friedrich-Eber.
- Piliang, Yasraf Amir 2012. *Semiotika dan Hipersemiotika*. dalam Medhy Aginta Hidayat, 2012. *Menggugat Modernisme: Menganali Rentang Pemikiran Jean Post Modern Baudrillard* . Yogyakarta: Jalasutra.
- Piliang, Yasraf Amir, 2004. *Posrealitas: Realitas Kebudayaan dalam Era Posmetafisika*. Yogyakarta, Jalasutra.
- Piliang, Yasraf Amir. 2012. *Semiotika dan Hipersemiotika*. dalam Selu Kushendrawati Margaretha, 2011 *Hiperrealitas dan Ruang Publik*. Jakarta: Penaku.
- Ritzer, George. 2008. *Teori Sosiologi*. Yogyakarta. Kreasi Wacana.
- Ritzer, George . 2003. *Teori Sosial Postmodern*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Sarup, M. 2003. *Panduan Pengantar untuk Memahami Poststrukturalisme dan Posmodernisme*. Yogyakarta: Penerbit Jendela.
- Saverin, W.J, dan Tankard, J.W. 2008. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terpaan di dalam Media Massa*. Jakarta: Kencana.
- Sulianta, 2005. *Analisis Data Dalam Aplikasi Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Syahputra, Iswandi. 2013. *Perspektif & Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Galuh Putra.
- Syakur, Djunaidi A. (dkk), 2001. *Sejarah Dan Perkembangan Pondok Pesantren Al Munawwir Krpayak Yogyakarta*. Yogyakarta: Pengurus Pusat PP Al Munawwir Krpayak Yogyakarta.
- Tim Penyusun 2016. *Buku Pedoman Santri Baru*. Yogyakarta: Yayasan Ali Maksu
- Usman, Husaini. 1996. *Metodelogi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Angkasa.
- Yusuf, Akhyar Lubis. 2014. *Postmodernisme: Teori dan Metode*. Jakarta: Rajawali Press.
- Dari internet:

Reezky pradata,” Istilah-Istilah Instagram” dalam <http://reezkypradata.com/2016/08/24/istilah-istilah-dalam-instagram/> diakses pada tanggal 22 April 2017 pukul 9:18 WIB.

Syifa Salsabyla, “Penggunaan Instagram Sebagai Media Sosial Dan Komunikasi Di Kalangan Mahasiswa” dalam <https://syifasalsabyla.wordpress.com/2016/01/12/penggunaan-instagram-sebagai-media-sosial-dan-komunikasi-di-kalangan-mahasiswa/> diakses pada tanggal 23 April 2017 pukul 13:15 WIB.

Winarso, Bambang, *Apa Itu Instagram*, dalam www.dailysocial.id/post/apa-itu-instagram/ diakses 16 Maret 2017 pukul 15:00 WIB



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



LAMPIRAN-LAMPIRAN

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Hasil wawancara dengan Nahdiyaza (santriwati Pondok Pesantren Ali Maksum) pada tanggal 2 Agustus 2017.

Pertanyaan untuk pengantar

1. Siapa pengasuh santriwati di komplek Gedung Putih?
Bapak Djirjis Ali
2. Berapa jumlah santriwati yang ada di komplek gedung putih? Dari mana saja?
70 orang.
3. Dari mulai jam berapa santriwati di sini beraktivitas?
4. apa saja aktivitasnya? Dimulai habis maghrib dengan ngaji, tapi fleksibel juga, bisa bada isya, untuk ngaji sampai jam 21.00 WIB.
5. kenapa asrama ini disebut komplek Gedung Putih? Kata pak Kyai, yang pernah aku tanya, kata beliau karena catnya putih.
6. Apakah disini santriwati boleh menggunakan hp android? Bagaimana aturan soal penggunaan hp android? Untuk penggunaan android tidak dibatasi, asalkan pas ngaji tidak boleh pakek android.
7. Seberapa sering santriwati mengakses Instagram? Karena tidak dibatasi, anak-anak sering pakai tapi lihat jadwal aktivitas juga, pas ngaji-ngaji.
8. Apakah pengasuh mengetahui, bahwa santriwati disini aktif di Instagram dan mengupload foto2 fashionablenya di jejering sosial maya instagram? Dan Bagaimana tanggapannya? Untuk bu nyai sendiri tidak tahu, tapi anaknya bu nyai tau, bahkan memfollow.
9. Apa saja tata tertib santriwati di komplek Gedung Putih? Untuk tata tertib harus sebelum maghrib dah nyampek pondok, kalo lebih dari itu didenda, meski dah ada ijin dari organisasi misal. Terus kalo pakek celana bajunya harus dibawah pantat, dan peraturannya santri wajib ngaji, jamaah maghrib, isya dan subuh.
10. siapa saja yang masuk sturuktur kepengurusan di Pondok Pesantren Ali Maksum dan sebagai apa jabatannya?

Pertanyaan inti untuk pembahasan.

1. Apa saja alasan santriwati aktif dan eksis di jejaring sosial Instagram?

Karena ingin menunjukkan eksistensinya, bahwa santri tidak hanya terkurung, tidak bisa ngapain2, tapi juga bisa tetap eksis, apalagi sekarang banyak instagram ala santri, sehingga santri bisa saling mengekspos kegiatan santri, apalagi selama ini pesantren identik penjara suci, maka lewat Instagram santri coba menunjukkan bahwa santri itu keren, santri itu bisa kreatif, tidak seperti persepsi negatif terhadap pesantren dan kegiatan santri.

2. Konten atau tema apa yang biasa santriwati dalam mengakses di Instagram?

Kalo yang kita modern itu ala santri biasanya buat nostalgia, sama mencari referensi fashion2 yang hit, sama fashion yang cocok, konten2 nu garis lurus atau gusdurian tapi lbih banyak lihat Instagram busana yang stylis.

3. Siapa saja selegram yang digemari santriwati di instagram? @nabilaziruz,

@joyagh, @shellaalaztha, @nisacookie, @dyanaa_sketch, @dianpelangi

4. Model fashion apa yang digemari santriwati di Instagram? Casual, yang biasa

buat jalan-jalan, sarung dan baju yang simple, atau pakek gak pakai celana, apalagi sekarang banyak pakai kulot-kulot gitu kan. Apalagi referensi buat kondangan, gitu kan. Jadi kita juga lihat-lihat fashion yang biasa dipakek kondangan.

5. Apa alasan santriwati memposting foto modisnyanya di Instagram? Dan apa yang diperoleh santriwati dengan memposting foto modisnya, Selain sebagai Endrose.

Kalo saya ingin menunjukkan eksistensi saya, kami sebagai santri bukan berarti tidak bisa seperti muslimah santri diluar, yang penting saya memposting hanya untuk menunjukkan eksistensi saya saja. Saya juga sering dapat dm, kak minta dong baju ini dan itu agar bisa di mix n match, yang cocok sama santri, jadi

kayak ngrasa, aku jadi role mode mereka, bisa jadi inspirasi jadi semacam ada kebanggaan sendiri. Sebenarnya biasa, tapi kalo style saya bagus dan ada yang komen saya bangga.

6. **Apakah gaya berbusana santriwati sehari-hari yang dikenakan di pesantren sama dengan busana yang dikenakan di jejaring sosial Instagram?** Baju dan sarung, sama baju biasa dan jas, saya hanya memakai itu hanya disekitar pesantren tapi tidak seperti di mall, di kampus, ya saya memakai pakai sebagaimana tempatnya.
7. **Dan apa yang didapatkan oleh santriwati dengan mengikuti selegram fashionable yang sudah terkenal?** Ya merasa banyak mendapatkan referensi dalam berbusana yang stylish. Dan *update fashion* terbaru.
8. **Gaya berbusana yang seperti apa yang biasa diikuti oleh santriwati dari para selegram fashionable?** Gaya casual, yang simple, kuloat dan longdress dan juga busana kondangan. Biasanya kalo buat kondangan pakek brukat.
9. **Apakah gaya busana santriwati di Instagram banyak dipengaruhi oleh busana selegram?** Iya kebanyakan, karena instagram itu postingannya tidak hanya tulisan saja kayak di fb, tapi juga foto-foto, mereka sudah terpengaruh oleh selegram tapi dalam batas-batas yang wajar bukan seksi gitu lho.
10. **Dan Apa yang dirasakan santriwati dengan mengikuti gaya busana para selegram?** Mesti mereka jadi tahu tentang fashion, jadi faham kan, kan Instagram kan influencer banget, apalagi selegram biasa andross, jadi pengen beli baju yang di pakai selegram, jadi pengen niru style yang dipakai oleh selegram, terus jadi pengen beli kayak kacamata yang di pakai selegram, serta aksesoris yang dipakai. Pokoknya gitu.,

CURICULUM VITAE

IDENTITAS DIRI

Nama Lengkap : Lutfi Kusuma Wardani
Tempat, Tanggal Lahir : Kebumen, 5 Juni 1996
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Email : lutfikusumawardani33@gmail.com
No. Hp : 085729003909
Alamat Rumah : Ds. Kalijaya RT02/03 Kec. Alian, Kab. Kebumen
Domisili Yogyakarta : Sapen Gk 1, no 520, RT 028 RW 008
Gondokusuman, Sleman, Yogyakarta.

NAMA ORANG TUA

Bapak : Sumari
Ibu : Lasini
Alamat : Desa Kalijaya RT02/03 Kec. Alian Kebumen

RIWAYAT PENDIDIKAN FORMAL

1. SD Negeri 1 Kalijaya 2001-2007
2. SMP VIP Al Huda Kebumen 2007-2010
3. SMA Negeri 1 Pejagoan 2010-2013
4. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2013-2017.