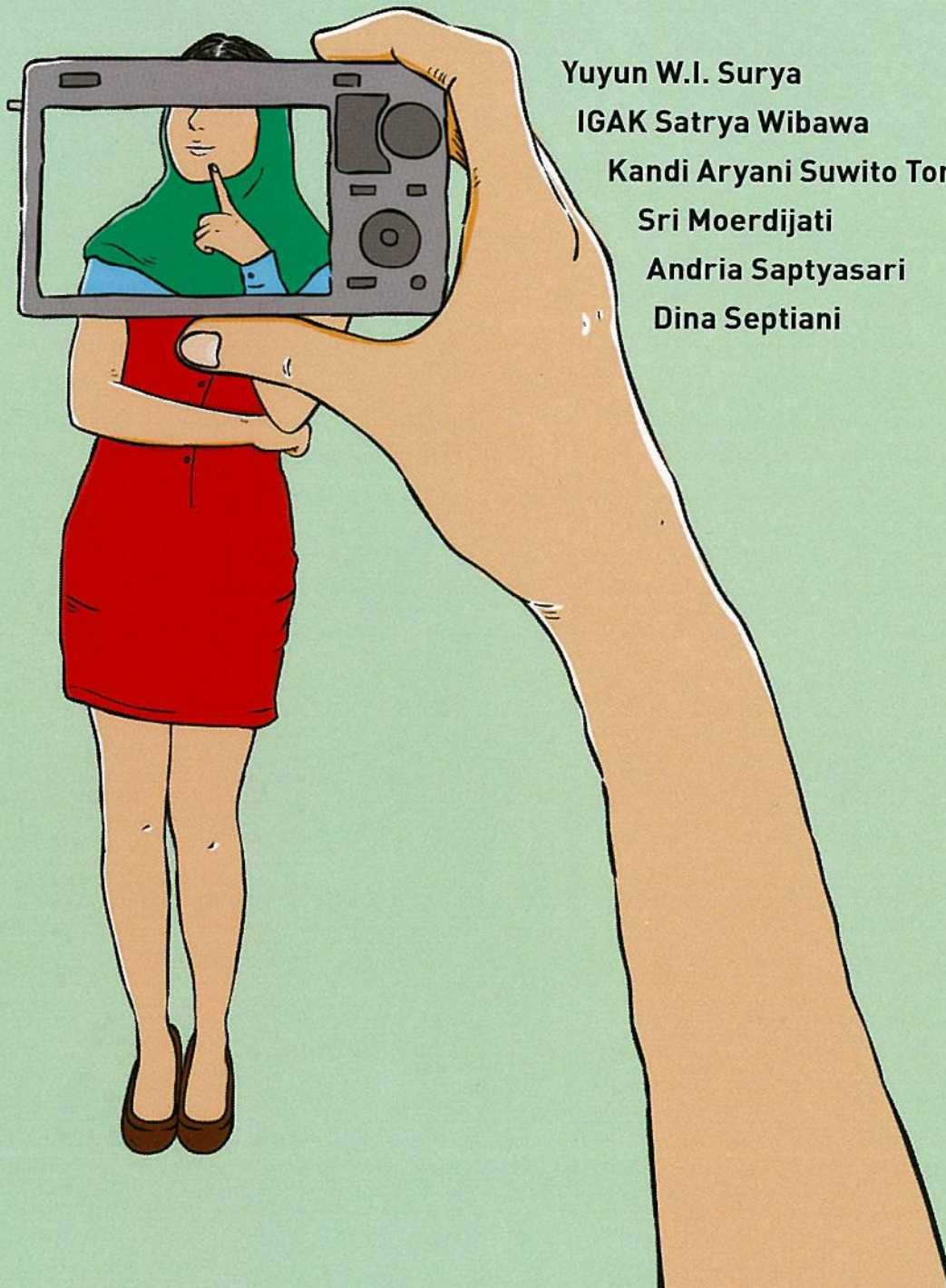

KECANTIKAN VIRTUAL

IDENTITAS PEREMPUAN DALAM SITUS JEJARING SOSIAL



Yuyun W.I. Surya

IGAK Satrya Wibawa

Kandi Aryani Suwito Tomaso

Sri Moerdijati

Andria Saptiyasari

Dina Septiani

KECANTIKAN VIRTUAL

IDENTITAS PEREMPUAN DALAM SITUS JEJARING SOSIAL

Yuyun W.I. Surya

IGAK Satrya Wibawa

Kandi Aryani Suwito Tomaso

Sri Moerdijati

Andria Saptiyasari

Dina Septiani

Diterbitkan oleh:



DEPARTEMEN KOMUNIKASI UNIVERSITAS AIRLANGGA SURABAYA

Judul:

Kecantikan Virtual - Identitas Perempuan Dalam Situs Jejaring Sosial

Penulis

Yuyun W. L. Surya
IGAK Satrya Wibawa

Kandi Aryani Suwito Tomaso

Sri Moerdijati
Andria Saptyasari
Dina Septiani

Desain Grafis Sampul dan Layout
M. Syaifuddin dan Wimardana Herdanto

Cetakan Pertama, 2012

Penerbit

Departemen Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Airlangga
Kampus B, Jl. Dharmawangsa Dalam, Surabaya 60286
Telp. 031 5034015, 5011744, 5047754 Fax. 031 5012442

Pencetak

Pusat Penerbitan dan Percetakan Universitas Airlangga
Kampus C, Mulyorejo, Surabaya 60115
Telp. 031 5992246, 5992247 Fax. 031 5992248
e-mail: aup.unair@gmail.com

ISBN 978-602-71597-0-9

Kata Pengantar

Jamak sudah ulasan yang mengupas diskursus kecantikan perempuan dalam media. Namun belum banyak yang mengupas bagaimana kedua konsep tersebut diartikulasikan melalui media baru seperti internet. Dan ketika kedua konsep tersebut dikonstruksi sebagai identitas dan diformulasikan dalam dimensi spiritualitas pada media yang mengusung virtualitas maka yang terjadi adalah presentasi diri yang secara kontinyu melakukan proses konstruksi.

Dunia maya dan media online menawarkan budaya partisipatoris sekaligus menjanjikan mitos kesetaraan yang selama ini dianggap tidak dipenuhi oleh media tradisional. Internet juga diyakini mampu mengatasi fragmen-fragmen dan individualisme dan karenanya memungkinkan juga untuk membangun komunitas virtual.

Buku ini berfokus pada identitas perempuan muslim dalam situs jejaring social yang dikonstruksi dan dimaknai melalui produksi wacana kecantikan virtual dengan menggunakan analisis tekstual dan penerimaan khalayak sebagai produsen sekaligus konsumen media. Melalui buku ini diharapkan pembaca yang tertarik dengan kajian-kajian media, terutama studi internet, gender serta multikulturalisme mendapatkan gambaran yang cukup komprehensif tentang hal tersebut di atas dengan mengeksplorasi semua lini, baik tekstual, visual, diskursus maupun penerimaan khalayak. Namun bukan berarti tanpa limitasi mengingat begitu luasnya penelitian yang bisa dilakukan dalam studi internet.

Selamat atas terbitnya buku ini dan selamat “menjelajah” ke dalam!

Daftar Isi

1	Prolog: Kecantikan Baru dalam Dunia Baru	1
2	Konstruksi Identitas dalam Internet	7
	Politik Identitas Perempuan Muslim dalam Komunitas Virtual ... <i>Yuyun W.I. Surya</i>	9
	Representasi Visual Kecantikan dan Kecantikan Visual.....	19
	<i>IGAK Satrya Wibawa</i>	
	Produksi Wacana “Kecantikan Virtual”: Negosiasi Nilai Agama dan Gender dalam Perspektif Feminisme.....	33
	<i>Kandi Aryani Suwito Tomaso</i>	
3	Penerimaan Pengguna Situs Jejaring Sosial terhadap Representasi Identitas Perempuan Muslim yang Dikonstruksi Melalui Produksi Wacana Kecantikan Virtual	57
	Identitas Kecantikan Perempuan Muslim	59
	<i>Sri Moerdijati</i>	
	Kecantikan Visual dan Virtual Wanita Muslim dalam Social Media	65
	<i>Andria Saptyasari</i>	
	Identitas Diri dan Nilai Islami Muslimah dalam Social Media.....	75
	<i>Dina Septiani</i>	
4	Epilog: Media Baru, Identitas Baru dan (mungkin) Persoalan Baru...	87
5	Daftar Pustaka	93

Kecantikan Visual dan Virtual Wanita Muslim dalam Social Media

Oleh: Andria Saptyasari

Menurut Wolf (2002), *the beauty myth* ('mitos kecantikan') merupakan 'cerita' yang mensahkan adanya sebuah standar universal mengenai kecantikan, menciptakan pembagian di antara perempuan yang didasarkan pada sikap ataupun perilaku terhadap kecantikan itu sendiri. Dalam wacana kecantikan, tubuh bukan hanya sekedar entitas, tetapi merupakan situs yang membawa banyak kemungkinan, potensi, proses dan praktik (Blackman, 2008). Lebih lanjut lagi, praktik fesyen dan kecantikan adalah mekanisme inti yang membuat 'tubuh manusia' (*the lived body*) [dibuat menjadi] tampak secara budaya (Silverman, 1986; 145). Perempuan muslim di dalam pemaknaan dan pengalaman akan tubuhnya pada akhirnya akan memberikan signifikansi kultural ketika kecantikan, tubuh dan fesyen sebagai faktor pembentuk identitas memiliki konsekuensi ideologis ketika sudah bertransformasi secara simbolik menjadi sistem tanda dalam media.

Konsep Fashion dan Kecantikan Visual

Konsep fashion menurut informan 2 dan 10 identik dengan trend, dan fashion tidak bisa disamakan dengan style, karena fashion adalah sesuatu yang sedang in di pasar saat itu dan ditentukan oleh musim dan moment. Informan 6 menambahkan, fashion lebih bersifat general dan biasanya di booming kan lewat media, sedangkan *style* lebih bersifat spesifik sesuai karakter pengguna masing-masing.

ya identik dengan trend. Biasanya yang lagi booming apa ya saat ini modelnya seperti apa itu ya fashionnya (informan 2).

soalnya fashion sama style itu kan beda ... fashion itu apa yang ada di pasar sekarang, Misal sekarang lagi musim gugur, jadi fashionnya itu yang coat, boots. Tapi style orang kan beda-beda, mungkin dia pake trenchcoat, terus pake rok, pake sepatunya biasa. Atau yang lainnya mungkin trenchcoat pake jeans pake bulu-bulu Style nya orang kan beda-beda. Fashion itu apa yang terjadi sekarang,.... yang ada di dunia per-fashionan (informan 10)

fashion itu lebih general Kalau style itu lebih ke individunya masing-masing Kalau fashion itu apa yang dibidang media, jadi lebih general (informan 6).

tapi kadang fashion itu juga mengikuti musim sih. Soalnya kayak pas lagi lebaran, pasti yang lagi trend itu muncul itu biasanya gamis-gamis (informan 2).

Konsep fashionable bagi informan 6 dan 10 adalah orang yang bisa dan mampu mengaplikasikan trend yang lagi in kemudian mengemasnya sesuai dengan style ciri khas kepribadiannya.

fashionable itu..... dia bisa mengaplikasikan fashion yang lagi in diaplikasikan sesuai dengan style-nya dia dan dia juga punya ciri khas sendiri makanya dia kemudian bisa dibidang fashionable dan mungkin dia juga bisa memprediksi trend ke depannya itu seperti apa. (informan 6).

iya. ..Fashion yang sekarang trendnya seperti apa, dia pakai sesuai dengan style nya dia mengaplikasikan fashion yang ada ke style nya dia (informan 10)

Ketika ditanya tentang apakah fashion mempengaruhi tingkat kecantikan fisik, informan 4, 6, 10 mengatakan ya tetapi ini tergantung seseorang tersebut mampu mengaplikasikannya sesuai ciri khas karakternya atau tidak. Jika seseorang mampu mengemas fashion sesuai dengan dirinya dan terlihat pantas maka dapat dikatakan fashion dapat mempengaruhi tampilan fisiknya sehingga semakin kelihatan cantik dan begitu pula sebaliknya.

..... Pakaian yang tadinya cuman buat nutupin badan doang jadinya itu meng-enhance kecantikan itu sendiri gitu Sama kan kayak ada orang bilang aduh kalau badannya besar jangan pake garis ke samping, nanti kelihatan makin gede. Ya kayak gitu sih (informan 6).

kalau menurutku sih ngaruh kok (informan 10)

Fashion bagi seorang perempuan muslim, menurut informan 2, 4, 5, 6, 10 dan 11 sepakat mengatakan sebagai seorang perempuan muslim berjilbab atau tidak harusnya tidak mementingkan trend/fashion karena sebenarnya

fashion hanya sebagai pelengkap dan ini merupakan pilihan seseorang untuk mengikuti atau tidak. Hal yang penting ketika mengenakannya adalah pantas, nyaman, simple, sesuai dan mencerminkan style personal, identitas dan tipe kepribadian diri serta mempertimbangkan pendapat pasangan jika sudah memiliki suami atau pacar dan juga mempertimbangkan waktu dan tempat pemakaiannya.

Namun demikian walaupun sependapat dengan para informan di atas, informan 1 mengatakan konsekuensi ketika berjilbab adalah hanya kelihatan wajah dan telapak tangan, sehingga mau tidak mau perempuan muslim berjilbab harus memperhatikan fashion agar menarik karena perhatian orang pertama kali akan langsung tertuju pada pemakaian jilbabnya, namun tentunya ini adalah pilihan untuk mengikuti fashion atau tidak dan harus pula mempertimbangkan situasi pemakaiannya.

tergantung orangnya mbak.... mungkin ngelihat aku yang jilbabnya lebar ginipribadiku yang penting bisa menutup, berjilbab, istilahnya bisa menutup dada gitu. Meskipun entah itu nanti tak model begini, entah tak ginikan, entah tak model seperti mbak..... Itu yang penting aku menutup dan menutup dada gitu aja. Yang penting lebar dan aku nyaman. Kalau aku... Kan yang penting nyaman dan sesuai (informan 2).

sebenarnya bagiku ya, hijab itu balik ke orangnya lagi. Cuma fashion itu bagi orang jilbaban itu sebagai pelengkap aja. Jangan berjilbab Cuma sekedar karena lagi in aja..... Cuma pengen terlihat cantik aja di depan orang kayak gimana. Jadi sebenarnya ada orang yang berpendapat seperti itu. Tapi kalau bagi aku sendiri, fashion itu sebagai pelengkap aja.... Kalau emang kamu nggak pantes kayak gini gitu, dia maksain.... Orangkan juga nggak interest juga ngomong sama dia.... (informan 4).

..... tapi. berjilbab juga harus tetap ngikutin fashion..... Karena ketika kita berjilbab, kita juga nggak mau ketinggalan soal fashion. Apalagi kerja di publik gitu ya, ketemu banyak orang,..... Uda jilbaban, Cuma kelihatan mukanya, bajunya eee, kumus-kumus... pasti orang udah nggak respect lah. Nah setelah pakaijilbab itu lah, ...apa, fashion akan mengikuti. Jadi kita memang nggak mau berjilbab karena fashion, tapi ketika kita sudah berjilbab kita juga nggak melupakan soalfashion (informan 1).

Kalau menurutku sih itu pilihan ... masing-masing orangSampai detik ini, saya selalu mengagumi hijabers, tapi tidak pede untuk memakainya. .ketika sesekali saya lakuin, coba. ikut-ikutan jilbab kaya model sekarang pasti hasilnya berantakan dan ribet Jadi pakai saja apa yang bagi saya nyaman, saya pun merasa cantik

dengan ini. Malah kalau pakai ala hijabers hijabers itu kan berat pusing...konsentrasi terganggu... jadi itu, kalau menurut saya, fashion itu pilihan orang. Bagi saya yang saya anggap cantiknya ini (informan 5).

Jadi mungkin hijabers itu pilihan orang. Bahkan ada istilah, semakin morat marit akan semakin bagus... (informan 1)

Mungkin menurut orang ini style tradisional konvensional, ya nggak papa. (informan 5)

....personally kan aku nggak berjilbab ya...aku suka melihat orang yang berjilbab, dan kesukaan saya melihat orang berjilbab itu yang seperti ibu (menunjuk informan 5).... ini saya suka...simple gitu loh. Jadi kalau saya lihat hijabee itu, aduh.... pusing man! (informan 10)

Kalau aku pribadi sih lebih suka ngeliat cewek, yang nggak perlu ngikutin fashion tapi udah keliatan cantik. Ada tuh temenku yang ...gendut.... jilbabannya gitu gituu terus dari zaman semester awal, tapi cantik. .Maksudnya dia nggak perlu ngikutin fashion, tapi tetep cantik. Pasti kalau dibikin heboh bisa lebih cantik lagi (informan 11).

Mungkin sebenarnya aturan yang dipakai tuh mirip ya. Antara orang yang berjilbab dan nggak berjilbab. Kaya misalnya aku nih, nggak berjilbab. Sehari hari ku kaya gini. Tapi giliran ada kawinan gitu... Aku pasti akan lebih styling rambutku, aku bakal lebih pakai eye shadow....Which is aku nggak mungkin pakai eye shadow tiap hari,.. Sama nih kalau misalnya aku berjilbab. Misalnya sehari-hari aku kaya mbak ini nih... nah habis gitu ketika ada kawinan itu kan occasion yang tepat gitu loh, jadi ngeliatnya tuh cantik pada tempatnya. ...(informan6).

Mungkin itu juga bisa mencerminkan identitasnya dia.... (informan 2)

Karena kalau yang hijabers, misalnya dia tipe kepribadian yang ekstrovert ... terus mungkin afiliasinya. Nah kalau seperti saya kan memang bukan hijabers, jadi tidak berjilbab ala hijabers..... ini untuk menyesuaikan dengan keinginan suami, eksistensi diri. Karena kan saya tidak hanya mempertimbangkan kanan kiri oke, misalnya yang saya pakai kaya gini lalu suami saya bilang 'Waduh heboh bener' waaahh, langsung copot. Jadi itu juga pertimbangannya banyak. Karena kalau yang belum menikah itu kan bebas, masih orang bebas ya ... masih cari jati diri. Coba nanti yang punya pacar, lalu pacarnya bilang 'Jangan 'pasti dia langsung mengubah, meskipun dia seorang hijabers. Karena jati diri itu terbentuk atas pilihannya dia (informan 5).

Jawaban informan 5 ini menunjukkan bahwa sebagai subyek, seseorang memiliki konsep yang dipegang perihal diri sendiri yang disebut identitas diri, namun seringkali juga tidak bisa mengabaikan harapan dan pendapat orang lain tentang kita yang pada akhirnya akan membentuk identitas social kita (Barker, 1999: 217)

Ketika ditanya tentang jilbab identik dengan penunjang spiritualitas atau penunjang materi duniawi, menurut informan 5 mengatakan fashion jilbab bukan sebagai penunjang spiritualitas tetapi lebih menunjang akidah dan pemakaiannya tergantung pada aliran yang dianut seseorang. Berbeda dengan informan 5, menurut informan 10 dan informan 2 jilbab belum tentu identik dengan tingkat keimanan seseorang, salah satu contohnya seperti ada yang berjilbab tetapi tidak sholat dan tidak mengaji, sebaliknya yang tidak berjilbab justru rajin sholat dan rajin mengaji.

Mungkin lebih ke akidah ya... Bukan spiritualitas. Akidah, beda-beda (informan 5).

Iya, kan ada yang seperti mbak bilang tadi. Ada yang jilbaban sekedar jilbaban tapi dia sholat juga nggak, ngaji juga nggak. Tapi ada juga yang biasa aja, tapi dia sholat dan ngaji (informan 2)

Maaf ya, mungkin akidah dan aliran. Mungkin aliran saya, jilbab tidak sampai segini (bawah dada)... Mungkin juga ada orang yang lebih senengnya sampai se-bawah ini, merasa bahwa itulah yang benar. (informan 5)

Ketika ditanya tentang aktivitas terbatas ketika berjilbab, para informan yang berjilbab (informan 5, 1 dan 2) mengatakan terbatas dalam hal berperilaku seperti cara duduk, cara bicara dan cara mengendalikan diri karena harus menyesuaikan dengan jilbab yang mereka kenakan, dan ini bukan merupakan pembatasan sebab mereka sejak awal sudah menyadari konsekuensi ketika memutuskan untuk berjilbab. Namun ini bukan berarti terbatas aktivitasnya, karena bagi informan 2, dia masih bisa naik gunung, jalan-jalan, main game dan tidak harus di masjid saja. Senada dengan yang dikemukakan informan 6 bahwa ketika berjilbab yang terjadi bukan pembatasan aktivitas tetapi lebih cenderung lebih pada kontrol pengendalian diri dan kontrol perilaku dengan kata lain bebas yang terkendali, sehingga jika dia sudah bisa dan siap mengendalikan diri dalam berbicara dan berperilaku dia akan mengenakan jilbab.

Kalau saya ya, kan berjilbab ... otomatis misalnya, nggak mungkin kan kalau saya duduk yang mekokok (kaki diangkat). Karena saya lagi pakai baju segini (panjang). Dan nggak mungkin juga dengan busana seperti ini saya bawa ransel

gede ala backpacker. Otomatis ada sesuatu yang terbatas. Dan memang itu pilihan saya untuk membatasi. Bukannya saya tertekan dengan hal itu. Tapi saya sudah tahu konsekuensinya karena terbatas itu (informan 5).

.... Mungkin lebih ke pengendalian ya. Pengendalian diri, kalau aku ... mungkin yang bikin aku sendiri belum jilbaban itu karena aku belum bisa mengendalikan diriku. Ketika aku masih mikir nanti aku bakal dibatasi, berarti memang aku mikir itu ada tekanan. Ketika aku sudah bisa mengendalikan diriku, ucapanku... sebagai wanita ya, mungkin pada saat itu nanti aku akan jilbaban (informan 6).

iya jadi cara ngomongjuga akan terbatas ya. Nggak mungkin kita akan ngomong J***** tiiiittttt, sensor. Nggak mungkin (informan 5).

.... dibatasi itu karena kesannya orang berjilbab itu pasti seorang muslimah yang anggun. Pasti gitu. Yang sopan santun seperti mbak tapi ... bukan berarti itu adalah keterbatasan dalam beraktifitas. Soalnya walaupun aku berjilbab, aku masih bisa naik gunung misalnya. Bisa jalan jalan kemana mana. Kalau aku sendiri, memang dibatasi dari segi tingkah laku, tapi untuk beraktifitas nggak. Jadi supaya nggak menganggap bahwa yang berjilbab seperti saya itu misalnya, oh pasti anak masjid, nongkrongnya di masjid terus. Lho nggak harus sih, aku juga pernah ke gunung, nongkrong di kantin, ngegame, asik aja kok. Bebas yang terbatas. Memang ada aturan aturan gitu lo (informan 2).

Kecantikan Virtual

Mengenai masalah penggunaan social media yang sering dipakai oleh informan adalah Twitter, instagram dan pinterest. Sehingga dapat dikatakan para informan adalah kategori orang yang mampu menggunakan teknologi tidak *lack of technology*.

Twitter sih... (seluruh partisipan FGD)

Iya sih instagram. Facebook uda jarang (informan 10)

ketimbang FB masih lebih sering Pinterest sih aku . Pinterest itu kalau menurutku itungannya termasuk jejaring soal, tapi lebih untuk membookmark apa yang kita temukan di internet dan bagi kita menarik. Terus nanti kita save, kita pin istilahnya ke board board yang udah kita susun. Misalnya di tempatku boardnya ada tentang fashion, DIY craft. Gitu sih. ...Lebih ke sharing kan ya ...jadi lebih ke file directory gitu ya... tapi untuk link link aja.... (informan 6).

Informan 1 hanya memiliki akun di Facebook, dan tidak di jejaring social lainnya. Editor surat kabar berusia 33 tahun ini sering memperbarui status facebook nya sampai 3 kali sehari di awal dirinya membuat akun facebook, namun saat ini sudah mulai jarang karena merasa tidak nyaman dengan aktifitas media social yang terlalu intens. Akhir akhir ini banyak muncul social media seperti Facebook, Instagram, Twitter, yang kesemuanya itu dapat digunakan untuk mengeksplor diri sendiri di dunia maya. Memandang media social sebagai media yang terlalu terbuka, Informan 2 hanya memiliki satu akun media social dan memiliki intensitas yang tidak menentu didalam memperbarui status facebook.

Wacana Kecantikan Virtual Dalam Social Media

Dipaparkan oleh informan 3 yang memiliki akun facebook dan juga blog, dirinya juga cukup jarang memperbarui status facebook yang dimiliki, di mana paling sering intensitas memperbarui status adalah seminggu sekali. Disebabkan oleh jarang nya informan yang memperbarui status facebook mereka, pendapat mereka terkait dengan produksi wacana 'kecantikan virtual' menjadi terbatas. Saat ditanya apakah responden memiliki role model yang merepresentasikan perempuan muslim dalam blog, hanya seorang informan yang dapat memberikan pendapatnya. Informan tersebut bukanlah informan 3 yang memiliki akun blog, melainkan informan 4 yang tidak memiliki akun blog.

Dari hasil penelitian yang dilakukan, diketahui bahwa blog yang paling sering dikunjungi oleh informan adalah fashion blogger. Namun hanya beberapa informan saja yang masih merujuk ke fashion blogger ini, sebelumnya, cukup banyak informan yang secara rutin mengunjungi blog orang lain, hal ini terjadi sebelum adanya facebook dan twitter. Karena yang terjadi setelahnya adalah, informan lebih sering mengunjungi facebook dan twitter.

Informan 4 mengetahui keberadaan fashion blogger bernama Irna melalui teman temannya, meskipun demikian, wiraswasta berumur 24 tahun ini menilai bahwa blog milik Irna ini menawarkan tips and tricks yang enak untuk diikuti. Bahkan informan 4 juga pernah berdiskusi interaktif melalui Yahoo Messenger dan Email. Karena selain informasi yang diberikan melalui blog dianggap bermanfaat, informan 4 rupanya juga menikmati berbicara interaktif dengan Irna. Hingga saat diskusi dilakukan, informan 4 masih sering berkonsultasi perihal fashion secara online interaktif dengan

Irna. Secara keseluruhan, informan 4 hanya menggunakan masukan dari Irna sebagai referensi dan bukan panutan.

kalau beli baju itu di mana, trus warna ini matchingnya sama warna apa. Kan orang beda-beda ya. Misalnya ada yang suka gothic, ada yang suka warna pastel (informan 4).

Informan 5 juga memiliki satu akun di media social, namun lebih sering daripada informan 4 yang memperbarui status facebook 2-3 kali dalam seminggu, informan 5 memperbarui status facebooknya hampir setiap hari atau setiap malam. Sedangkan informan 6 memiliki hampir semua akun social media yang ada, antara lain twitter, facebook, blog dan pinterest. Dia paling sering memperbarui akun twitter dan pinterest nya, sedangkan facebook hanya diperbarui setelah beberapa minggu. Sedangkan blog dan tumblr cukup jarang diperbarui, begitu juga akun media social yang lain seperti linkdin.

Wacana kecantikan virtual dapat diproduksi oleh role model di dalam situs jejaring social, namun informan 7 yang berprofesi sebagai model, tidak memiliki role model. Informan 7 menganggap dirinya adalah seseorang yang tidak terlalu mengikuti model, lebih jauh tentang fashion, dia mengenakan pakaian seadannya yang tersedia di rumah.

nggak terlalu suka yang beli beli gitu (informan 7).

Tak hanya itu, dia juga tidak terlalu menyukai berbelanja, dan hanya melihat sedikit dari televisi terkait apa yang menjadi trend saat itu.

Lantaran cukup aktif di dalam social media, informan 6 memiliki role model seorang blogger. Informan 6 menemukan blog tersebut secara tidak sengaja, dan informan 6 mengikuti blog tersebut dari awal blog tersebut dibuat hingga setahun lebih. Blog tersebut bernama girlwithcurves.tumblr.com. dan menurut informan 6, blog tersebut menarik dan syle nya cocok baginya. Terlebih saat gadis berusia 24 tahun ini merasa bahwa gaya berpakaian yang ditawarkan dalam blog tersebut cocok dengan bentuk tubuhnya yang berlekuk. Itulah mengapa ia menganggap blog tersebut dapat menjadi acuan atau role model dalam hal fashion.

blog tersebut melawan mitos-mitos yang orang lain yang punya curves itu nggak boleh make (informan 6).

Informan 2, mahasiswa FMIPA sebuah perguruan tinggi negeri di Surabaya termasuk seorang muslimah yang mengenakan jilbab panjang. Remaja berusia 21 tahun ini juga mengakui karena lebih sering

menghabiskan waktu di laboratorium, sehingga tidak begitu mengetahui perkembangan dunia kecantikan. Termasuk ketika ditanya tentang model Rabbani, informan 2 mengaku tidak mengenal Astri Ivo.

Informan 11, adalah seorang mahasiswa beretnis Jawa yang tidak berjilbab. Dia memiliki akun twitter, facebook, dan blog. Dibandingkan dengan facebook dan blog, gadis berumur 23 tahun ini lebih sering menggunakan twitter setiap harinya. Namun ketika ditanya perihal role model yang ada di dunia maya, informan mengaku bahwa dia tidak memiliki role model. Meski menyukai sesuatu yang tampak lucu, namun informan 11 tidak pernah mengikuti fashion satu orang khusus.

Sementara, informan 1 yang bekerja di media, merasa sedikit banyak terpengaruhi oleh gaya busana yang sering muncul di koran tempat dia bekerja, walaupun sebatas melihat apa yang pantas untuk dikenakan dan dipasangkan dengan baju yang lain. Jikapun kemudian ingin membeli sesuatu, informan 1 menggunakan toko online untuk mengetahui apa yang sedang trendi. Informan 10 dan informan 2 juga mengakui bahwa mereka menggunakan toko online untuk berbelanja.

Toko online yang menjamur merupakan salah satu bentuk dari perkembangan internet. Internet sebagai sebuah produk teknologi komunikasi, meski sudah berkembang puluhan tahun yang lalu, namun masih menjadi perbincangan public hingga sekarang (Rahardjo, 2011). Internet tersebut selain melahirkan media baru seperti toko online, juga memunculkan banyak model komunikasi online yang kemudian menjadi bahan pembicaraan.

Meski ada empat di antara 11 partisipan yang memiliki akun instagram, sebagian lainnya lebih memilih merujuk pada facebook yang memiliki lebih banyak pilihan di dalam penampilan kecantikan. Untuk facebook, hampir semua partisipan memiliki akun facebook, dengan kata lain, mereka dapat mengakses facebook orang lain dan juga menggunakan akun pribadi mereka untuk penampilan kecantikan yang mereka harapkan.

Facebook dan twitter adalah situs jejaring social yang banyak dibicarakan di Indonesia. Masih menurut Rahardjo (2011: 14) media social seperti facebook dan twitter merupakan jenis media baru yang termasuk dalam kategori online media. Sebagai media baru, facebook dan twitter telah mampu mengumpulkan pengguna cukup banyak di Indonesia. Dengan berkembangnya Facebook di Indonesia saat ini, hampir semua orang Indonesia memiliki akun Facebook.

Kehadiran media social seperti Friendster, blog, facebook, sampai twitter ibarat kebutuhan primer dalam kehidupan masyarakat (Darmastuti, 2011). Di mana dunia blogging sudah semakin ditinggalkan, menurut Darmastuti (2011: 217), facebook merupakan media social yang paling banyak digunakan oleh masyarakat sampai saat ini. Sedangkan akun media social yang lain seperti instagram atau pinterest, masih belum memiliki banyak pengguna.

Di dalam penelitian ini, tidak semua informan memiliki akun instagram dan pinterest. Hampir semua memiliki akun facebook walau diakui sudah jarang dikunjungi, terkait akan hal itu, intensitas memperbarui status facebook pun juga semakin berkurang. Dalam hal memperbarui status facebook, hanya beberapa informan saja yang tergolong cukup sering melakukan. Blog sudah mulai ditinggalkan, meski demikian, beberapa informan masih mengunjungi situs *fashion blogger* yang mereka sukai.

DAFTAR PUSTAKA

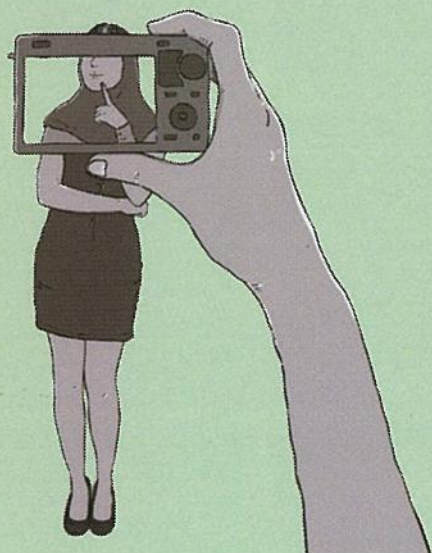
- Arimbi, Diah Ariani**, 2009, *Reading Contemporary Indonesian Muslim Women Writers: Representation, Identity and Religion of Muslim Women in Indonesian Fiction*, Amsterdam: Amsterdam University Press
- Appadurai, Arjun**, 1996, *Modernity at Large: Cultural Dimension of Globalization*, Minneapolis: University of Minnesota Press
- Anderson, Benedict**, 2001, *Imagined Communities ' Komunitas-Komunitas Terbayang (trans)*. Yogyakarta: INSIST
- Balsamo, Anne**, 1996, *Technologies of the Gendered Body*, USA: Duke University Press
- Blackman, Lisa**, 2008, *The Body: the Key Concepts*, Oxford, Newyork: BERG
- Barker, C.**, (2005) *Cultural Studies: Teori dan Praktik*. Yogyakarta: PT. Bentang Pustaka
- Baudrillard, J.** 1983. *Simulations*. New York: Semiotext(e) Foreign Agents Series
- Castelli, Elizabeth A**, 2001, *Women, Gender, Religion: A Reader*, New York: PALGRAVE
- Craik, J**, 1994, *The Face of Fashion: Cultural Studies in Fashion*. London: Routledge
- Darmastuti, R.**, (2011) *Media social dan perubahan budaya dalam Komunikasi 2.0 Teoritis dan Implikasi*. Yogyakarta: Aspikom
- Deckers E., Lacy, K.**, (2012) *Branding Yourself: How to use Social Media to Invent or Reinvent Yourself*. USA: Pearson Education
- Donath, Judith** (1996) *Identity and Deception in the Virtual Community* in Kollock, P & Smith, M (eds) *Communities in Cyberspace*, London: Routledge
- de Lauretis, Teresa**, 1987, *'The Technology of Gender'*, in *Technologies of Gender: Essays on Theory, Film and Fiction*, Bloomington, IND: Indiana University Press

- El Guindi, Fadwa**, 1999, *Veil: Modesty, Privacy, Resistance*, Oxford & New York Fahmi, A.B, 2011, *Mencerna Situs Jejaring Sosial*, Jakarta, Kompas Gramedia
- Featherstone, M.** 1982 *The Body: Social Process and Cultural Theory*. hal.170-177
- Foucault, Michel**, 1979, *Governmentality', Ideology and Consciousness*
- Foucault, Michel**, 1980, *The History of Sexuality*, Volume I: An Introduction, trans, New York: Vintage Books
- Gadamer, George Hans**, 1990, *Hermeneutics, Religion, and Ethics*, Yale University
- Guillaume, L & Hughes, J**, 2011, *Deleuze and the Body*, Edinburgh: Edinburgh University Press Ltd
- Gulevich, Tanya**, 2004, *Understanding Islam and Muslim Traditions*, Detroit, Michigan: Omnigraphics, Inc
- Gonzales, Valerie**, 2001, *Beauty and Islam: Aesthetics in Islamic Art and Architecture*, London & New York: I.B Tauris Publishers
- Hall, Stuart & du Gay, Paul**, 1996, *Questions of Cultural Identity*, London: SAGE Publications Ltd
- Haraway, Donna**, 1991, *A Manifesto for Cyborgs: Science, Technology and Socialist-Feminism in the Late Twentieth Century*, in *Simians, Cyborgs and Women*, London: Routledge
- Hine, Christine**, 2000, *Virtual Ethnography*, London: SAGE Publications
- Hoover, Stewart M & Clark, Lynn Schofield (eds)**, 2002, *Practicing Religion in the Age of the Media: Explorations in Media, Religion and Culture*, New York: Columbia University Press
- Hoyt, W. D. Kogan, L. R.** (2001) *Satisfaction With Body Image And Peer Relationship For Males And Females In A Collage Environment.*
- Keddie, Nikki R & Baron, Beth**, 1991, *Women in Middle Eastern History: Shifting Boundaries in Sex and Gender*, New Haven: Yale University Press
- Kellner, Douglas** (1995), *Media Culture*, London: Routledge
- Kidd, W.**, (2002) *Culture and Identity*. USA: Palgrave Macmillan
- King, Anna**, 2009, *Islam, Women and Violence*, in *Feminist Theology* 2009 17: 292, Los Angeles, London: SAGE Publications

- Matthews, J** (2002) *Deconstructing the Visual: The Diasporic Hybridity of Asian and Eurasian Female Images*. [Diakses tanggal 30/10/2012]. <http://www.sshe.murdoch.edu.au/intersections/issue8/matthews.html>
- May, Todd**, 1996, *Gilles Deleuze and the Politics of Time* in 'Kluwer Academic Publisher'
- Melliana, Annastasia** (2006). *Menjelajah Tubuh: Perempuan dan Mitos Kecantikan*. hal.45
- Nashat, Guity**, 1988, 'Women in the Ancient Middle East', in *Restoring Women to History*, Bloomington, IN: Organization of American History
- Negrin, Llewellyn**, 2008, *Appearance and Identity: Fashioning the Body in Postmodernity*, New York: PALGRAVE Macmillan
- Prabasmoro, Aquarini Priyatna**. (2006) *Kajian Budaya Feminis: Tubuh, Sastra, dan Budaya Pop*. hal.76
- Pakuna, Hakim Badu**, 2005 *Etika Berbusana (Studi Kasus Terhadap Pola Berbusana Mahasiswi IAIN Walisongo Semarang)*, IAIN Walisongo, Semarang (Thesis)
- Prabasmoro, Aquarini Priyatna**. (2003) *Becoming White*, Yogyakarta: Jalasutra.
- Prabasmoro, AP** (2003) *Becoming White: Representasi Ras, Kelas, Feminitas, & Globalitas dalam Iklan Sabun*. Bandung: Jalasutra
- Piliang, Y.A.** 1999. *Hiper-Realitas Kebudayaan*. Yogyakarta: LkiS.
- Puspa, Ratih** (2010) *Isu Ras dan Warna Kulit dalam Konstruksi Kecantikan Ideal Perempuan*
- Rahardjo, T.**, (2011) *Isu-isu teoritis media social dalam Komunikasi 2.0 Teoritis dan Implikasi*. Yogyakarta: Aspikom
- Scott, Joan W**, 2007, *The Politics of the Veil*, UK: Princeton University Press
- Said, Edward W**, 1978, *Orientalism*, Harmondsworth, Middlesex: England: Penguin Books Ltd
- Silver, David & Massanari, Adrienne (eds)**, 2006, *Critical Cyberculture Studies*, New York & London: New York University Press

- Silverman, K**, 1986, *Fragments of Fashionable Discourse*, dalam **T. Modeski** (ed), *Studies in Entertainment: Critical Approaches to Mass Culture*, Bloomington & Indianapolis: Indiana University Press
- Silverstone, Roger**. (1989), *The Everyday Life*, London Sage Publication.
- Storey, J** (1993) *An Introductory Guide to Cultural Theory and Popular Culture*. Hertfordshire: Harvester Wheatsheaf
- Terry, Jennifer & Calvert, Melodie (eds)**, 1997, *Processed Lives: Gender & Technologies in Everyday Live*, London & New York: Routledge
- Toffler, Alvin** (1980), *The Third Wave*, Bantam Books, USA
- Turner, Bryan**, 1994, *Orientalism, Postmodernism & Globalism*, Routledge, London & New York
- Turkle, Sherry**, 1997, *Life On the Screen: Identity in the Age of the Internet*, New York: A Phoenix paperback
- Wilsom, Edward**, 2008, *Sociobiology: The New Synthesis in Spirituality in the Flesh: Bodily Sources of Religious Experience*, Ney York: OXFORD
- Wibawa, Santi, Septiani**, 2010, *Jejaring Sosial, Komunikasi pemasaran potensial bagi konsumen Remaja Indonesia*, Universitas Mercu Buana Jakarta
- Wolf, Naomi**, 2002, *The Beauty Myth: How Images of Beauty Are Used Against Women*, New York: HarperCollins Publishers Inc
- Yulianto, VI** (2007) *Pesona 'Barat': Analisis Kritis-Historis tentang Kesadaran Warna Kulit di Indonesia*. Bandung: Penerbit Jalasutra

identitas perempuan muslimah mengalami pergulatan makna yang jauh lebih kompleks dan problematis ketika agama, dan gender berbenturan dalam budaya yang serba ter-mediasi secara virtual. Selain dilakukan secara visual, reproduksi identitas sebagai subyek sejatinya bersifat *spatial* ketika hal ini dimaterialisasikan dalam pembentukan naratif. Artikulasi identitas dalam media sosial, baik dalam bentuk web blog ataupun situs jejaring sosial tidak hanya sekedar sebuah bentuk praktik kuasa dalam hubungannya dengan konstruksi diri (*the construction of the self*) tetapi juga memproduksi kesadaran akan ruang yang memungkinkan pengetahuan-pengetahuan yang selama ini terkalahkan oleh proses dominasi menjadi tampak atau terlihat. Sosial media mampu memberikan definisi baru atas kecantikan, dimana diperoleh kesimpulan bahwa kecantikan bersifat relatif dengan standar yang berbeda beda sehingga tidak dapat di generalisasi. Dalam diskursus perempuan muslim dan ideologi kecantikan, jilbab dimaknai sebagai substansi ketaatan seorang perempuan muslim terhadap dogma agama. Budaya material kecantikan selalu dikaitkan dengan perempuan, dimana perempuan selalu diidentikkan dengan fashion. Identitas perempuan muslim juga bersifat abstrak, sehingga pemaknaannya pun sangat beragam. Sesuatu yang dapat dilihat secara kasat mata berupa jilbab, menjalankan kewajiban shalat juga merupakan identitas sebagai perempuan muslim. Cantik itu sendiri dapat berasal dari diri sendiri, atau dipengaruhi oleh orang lain dan lingkungan. Kecantikan juga dapat dilihat secara kasat mata, dengan melihat bagian tubuh yang menarik atau cantik.



ISBN 978-602-71597-0-9

