



**Karakter Fetis Pada Ikon Muslimah Dalam Instagram
(Analisis Kritis Konten Instagram Dian Pelangi dan Zaskia Sungkar)**

*Fetish Characters in Muslimah Icon on Instagram
(Critical Analysis of Dian Pelangi and Zaskia Sungkar's Instagram Content)*

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Sosiologi (S1) dan mencapai gelar Sarjana Sosial

Oleh:

**Erlyana Kusuma Wardani
NIM 140910302037**

Dosen Pembimbing 1

**Raudlatul Jannah S.Sos., M.Si
NIP 198206182006042001**

Dosen Pembimbing 2

**Lukman Wijaya Baratha, S.Sos, MA
NIP 760016803**

**PROGRAM STUDI SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2019**

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Allah SWT. Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua, Mama Sukasmawati dan Papa Arry Soedarmo serta seluruh keluarga yang senantiasa memberikan dukungan dan doa yang tidak terhingga selama ini.
2. Kepada dosen pembimbing Raudlatul Jannah S.Sos., M.Si dan Lukman Wijaya Baratha, S.Sos, MA yang sudah bersedia juga bersabar membimbing saya dalam pengerjaan skripsi hingga selesai.
3. Almamater Fakultas ilmu sosial Dan ilmu politik Universitas Jember Program studi Sosiologi yang saya banggakan, sebagai tempat penulis mendapatkan ilmu

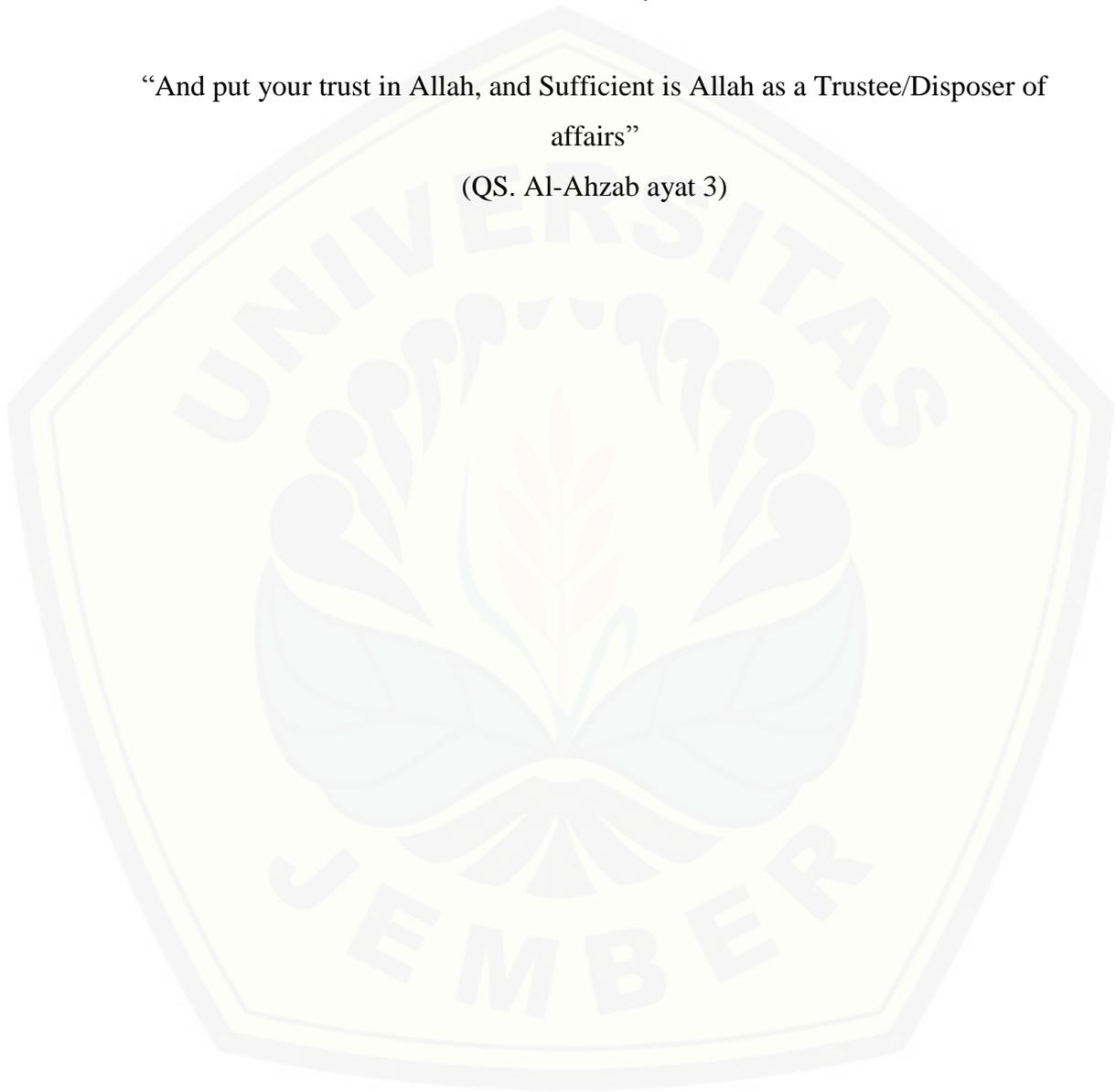
MOTTO

“Do not lose hope nor be sad ”

(QS. Al-Imran ayat 139)

“And put your trust in Allah, and Sufficient is Allah as a Trustee/Disposer of
affairs”

(QS. Al-Ahzab ayat 3)



PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama :Erlyana Kusuma Wardani

NIM :140910302037

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis ilmiah yang berjudul “*Karakter Fetis Pada Ikon Muslimah Dalam Instagram (Analisis Kritis Konten Instagram Dian Pelangi dan Zaskia Sungkar)*” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum diajukan pada institusi manapun dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan yang saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak manapun dan bersedia mendapatkan sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 12 Februari 2019

Yang menyatakan

Erlyana Kusuma Wardani

140910302037

SKRIPSI

**Karakter Fetis Pada Ikon Muslimah Dalam Instagram
(Analisis Kritis Konten Instagram Dian Pelangi dan Zaskia Sungkar)**

*Fetish Characters in Muslimah Icon On Instagram
(Critical Analysis of Dian Pelangi and Zaskia Sungkar's Instagram Content)*

Oleh:

Erlyana Kusuma Wardani

NIM 140910302037

Pembimbing

Raudlatul Jannah S.Sos., M.Si

Lukman Wijaya Baratha, S.Sos, MA

**PROGRAM STUDI SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2019**

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Karakter Fetis Pada Ikon Muslimah Dalam Instagram (Analisis Krisis Konten Instagram Dian Pelangi dan Zaskia Sungkar)” telah diuji dan disahkan pada:

Hari,tanggal : Senin, 21 Januari 2019

Jam : 09.00 WIB s.d Selesai

Tempat : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

Tim Penguji:

Ketua

Sekretaris

Dr. Maulana Surya Kusumah M.Si

Raudlatul Jannah, S.Sos. M.Si

NIP. 196505131990021001

NIP. 198206182006042001

Anggota 1

Anggota 2

Dien Vidia Rosa, S.Sos., MA

Lukman Wijaya Baratha, S.Sos, MA

NIP.198303202008122001

NIP. 760016803

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Jember

Dr. Ardiyanto, M.Si

NIP. 195808101987021002

RINGKASAN

Karakter Fetis Pada Ikon Muslimah Dalam Instagram (Analisis Kritis Konten Instagram Dian Pelangi dan Zaskia Sungkar); Erlyana Kusuma Wardani, 140910302037; 2019; Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Media sosial memegang peranan penting dalam terjadinya persebaran informasi hanya dengan memakan waktu yang sebentar saja, masyarakat dapat mengakses berbagai informasi terbaru lebih mudah. Dalam perkembangannya, media sosial kini merupakan sebuah wadah untuk membentuk suatu citra diri. Dari berbagai macam media sosial yang saat ini banyak digunakan, instagram merupakan salah satu media dengan pengguna yang paling banyak. Penggunanya dapat menciptakan sebuah konstruk pada pembaca untuk kepentingan kelompok atau dirinya sendiri. Termasuk dengan orang-orang yang berada pada industri fesyen busana muslim, yang pada saat ini sedang menjadi sebuah tren baru. Perkembangan fesyen muslim di Indonesia mengalami peningkatan yang cukup massiv berkat hadirnya media sosial.

Konstruksi yang dibentuk dalam media instagram mampu berdampak langsung juga pada kehidupan sosial masyarakat. Banyak orang terpengaruh dengan apa yang ditampilkan orang lain melalui media sosial. Berkaitan dengan analisis wacana yang digunakan, penulis ingin membongkar makna dibalik citra yang ditampilkan kedua ikon muslimah tersebut. Arah dari penelitian ini sendiri adalah mengangkat tentang bagaimana kedua tokoh tersebut dapat membentuk citra dirinya, sebagai seorang wanita muslimah yang saat ini menjadi sebuah fenomena baru. Penulis menggunakan analisis wacana dalam metode penelitiannya dengan menganalisis teks yang ada pada *caption*, foto, serta komentar dari netizen pengikut instagram keduanya. Agar mengetahui makna dibalik pemilihan citra yang sedang dibentuknya dalam instagram.

Hasil Penelitian ini menunjukkan secara keseluruhan terbagi menjadi dua. Yang pertama adalah bahwa apa yang ditampilkan oleh Dian Pelangi dan Zaskia Sungkar dalam media instagramnya mengandung makna juga pencitraan. Keduanya menghadirkan narasi keislaman dalam unggahan instagramnya, hal ini berkaitan dengan citranya sebagai ikon muslimah. Dian Pelangi banyak menampilkan tentang citra bakti terhadap orang tuanya, dia banyak menunjukkan bahwa dirinya rela menghabiskan banyak biaya untuk membahagiakan kedua orang tuanya. Sementara Zaskia banyak menampilkan kesan harmonis dengan suaminya, dan keduanya banyak menghabiskan waktu untuk berlibur berdua mengunjungi beberapa belahan dunia. Yang kedua adalah adanya uatan fetisisime komoditas pada unggahan konten instagram keduanya. Keduanya menciptakan citra diri pada media instagramnya dengan tujuan, menjual komoditasnya yaitu busana muslim.

PRAKATA

Puji syukur ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya dimana berkat ridho-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Karakter Fetis Pada Ikon Muslimah Dalam Instagram (Analisis Kritis Konten Instagram Dian Pelangi dan Zaskia Sungkar)”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Penyusunan Skripsi ini tak lepas dari bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Ardiyanto, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember.
2. Drs. Joko Mulyono, M.Si, selaku Ketua Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember.
3. Raudlatul Jannah S.Sos., M.Si dan Lukman Wijaya Baratha, S.Sos, MA selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga, pikiran dan perhatiannya dalam memberikan bimbingan dan petunjuk dalam penulisan skripsi ini.
4. Drs. Elly Suhartini, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik yang memberikan pengarahan dan bimbingan selama penulis menjadi mahasiswa
5. Bapak/Ibu Dosen penguji yang telah memberikan pengarahan atau masukan beserta saran untuk perbaikan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember serta Bapak/Ibu Dosen pengajar Mata Kuliah Umum (MKU) yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis selama menjadi mahasiswa Sosiologi.
7. Kedua orang tua penulis tercinta Mami Tumi Sukasmiwati dan Papa Arry Soedarmo yang telah memberikan banyak kasih sayang doa serta

dukungan dari segi moral, spiritual dan material, serta kesabaran dan curahan kasih sayangnya yang mengiringi hingga saat ini. Juga yang selalu mengajarkan apa arti dari kesabaran dan kasih sayang yang tak mengenal waktu dan keadaan.

8. Kepada Tante Sulandari dan Sulistiowati tersayang, yang mau meluangkan waktunya untuk selalu mendoakan keponakannya.
9. Kepada Mas Andrian yang selalu memberi dukungan materiel maupun moril, yang mengajarkan kesabaran juga motivasi untuk menjadi lebih baik di jalan Allah.
10. Kepada seluruh keluarga besar kakak, adik, tante, om, eyang buk serta semua yang tidak bisa disebutkan satu persatu terima kasih sudah selalu mendoakan penulis.
11. Kepada seluruh teman-temanku mulai SD,SMP,SMA dan khususnya teman-teman Sosiologi 2014 yang telah menjadi keluarga dan memberikan banyak pelajaran serta pengalaman bagi penulis. We never walk alone, see you on top Sosianto!.
12. Kepada keluarga besar Korrek Universitas Jember yang telah memberikan banyak pengalaman dan telah memberikan ruang untuk berproses dalam organisasi.
13. Kepada keluarga besar HIMASOS periode 2015/2016 yang telah memberikan banyak pengalaman dan telah memberikan penulis ruang berproses.
14. Kepada sahabat-sahabat tersayang Nyak, Septa, Ali, Ivan, Pepeb, Anju, Sulis yang mau banyak meluangkan waktu mendengar dan membantu penulis dalam mengerjakan skripsi hingga selesai. Juga tetap mau menjadi sahabat walaupun mengetahui sisi burukku.
15. Kepada keluarga Ex-Kos Bidan Umami mbak Deta, mbak Linda, mbak Arum, mbak Vana, Emak Fera, dedek Bongso (Ais), dedek Via dan yang lain yang tak bisa disebutkan satu-persatu terima kasih kalian telah menjadi keluarga baru dan sahabat yang selalu memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis.

16. Kepada teman sekaligus sahabat diskusi artis Arista, Putri, Erma dan Nia yang selalu ada di saat penulis membutuhkan.
17. Kepada mas Panji yang tiada hentinya menyemangati dan menemani penulis selama mengerjakan skripsi hingga menyelesaikannya. Orang yang selalu mengajarkanku untuk terus berpikir positif.
18. Kepada tim bimbingan bu Ana terkhusus untuk Wardah, Siami, Fika dan Belly, yang saling menyemangati dan banyak memberikan motivasi kepada penulis.
19. Kepada seluruh karyawan/karyawati Universitas Jember yang telah membantu dalam proses birokrasi.
20. Kepada siapa pun yang selama ini bertanya kapan, terima kasih dengan perhatiannya untuk menanyakan.

Jember, 12 Februari 2019

Penulis,

Erlyana Kusuma Wardani

140910302037

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
SKRIPSI	i
PERSEMBAHAN	ii
MOTTO	iii
PERNYATAAN	iv
SKRIPSI	v
PENGESAHAN	vi
RINGKASAN	vii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB 2. KERANGKA KONSEPTUAL	10
2.1 Perempuan Berhijab dan Fesyen	10
2.2 Analisis Wacana Kritis	12
2.3 Industri Budaya	17
2.3.1 Budaya Massa.....	19
2.3.2 Fetisisme Komoditas Adorno	21
2.4 Penelitian Terdahulu	24
BAB 3. METODE PENELITIAN	27
3.1 Jenis dan Pendekatan penelitian	27
3.2 Objek Penelitian	27
3.3 Sumber Data dan Batasan Waktu Penelitian	28
3.4 Metode Analisis Data	28

BAB 4. PEMBAHASAN	32
4.1 Industri Fesyen Muslim dalam Media Instagram	32
4.2 Dian Pelangi: Muslimah Independen yang Ikonik	40
4.2.1 Citra Keluarga Dian Pelangi dalam Instagram	41
4.2.2 Citra Karier Dian Pelangi dalam Instagram	56
4.3 Zaskia Sungkar, Aktris Hingga Desainer Busana Muslimah	69
4.3.1 Citra Keluarga Zaskia Sungkar dalam Instagram.....	70
4.3.2 Citra Karier Zaskia Sungkar dalam Instagram	83
4.4 Karakter Fetis Pada Ikon Muslimah Dalam Mekanisme Industrial	97
BAB 5. KESIMPULAN	118
5.1 Kesimpulan	118
5.2 Saran	119
DAFTAR PUSTAKA	121

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Skema analisis Teun A. Van Dijk.....	29
Gambar 2. Struktur teks Teun A. Van Dijk.....	30
Gambar 3. Profil Dian Pelangi dalam instagram.....	37
Gambar 4. Profil Zaskia Sungkar dalam instagram	38
Gambar 5. Unggahan instagram citra keluarga Dian Pelangi	42
Gambar 6. Profil brand Dian Pelangi dalam situs www.dianpelangi.com	49
Gambar 7. Unggahan instagram citra keluarga Dian Pelangi	50
Gambar 8. Unggahan instagram citra karier Dian Pelangi.....	58
Gambar 9. Unggahan instagram citra karier Dian Pelangi.....	64
Gambar 10. Unggahan instagram citra keluarga Zaskia Sungkar	71
Gambar 11. Unggahan instagram citra keluarga Zaskia Sungkar	78
Gambar 12. Unggahan instagram citra karier Zaskia Sungkar.....	84
Gambar 13. Unggahan instagram citra karier Zaskia Sungkar.....	90
Gambar 14. Instagram khusus pakaian brand Zaskia Sungkar	101
Gambar 15. Instagram Dian Pelangi Didominasi Perjalanan Bisnisnya.....	105
Gambar 16. Instagram Zaskia Sungkar dan teman pengajian	109
Gambar 17. Instagram keluarga Dian menggunakan seragam brandnya	112
Gambar 18. Instagram Zaskia.....	114
Gambar 19. Instagram Dian Pelangi.....	116

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Foto Instagram Dian Pelangi dan Zaskia Sungkar

Lampiran 2. Surat Ijin Penelitian dari Lembaga Penelitian Universitas Jember



BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Budaya massa hadir sebagai hasil dari adanya standarisasi, terhadap pasar yang diciptakan oleh sekelompok orang yang menempatkan nilai kapitalis dengan tujuan memasarkan produk komoditasnya. Sehingga menempatkannya sebagai kelompok yang dominan pada struktur sosial masyarakat. Seperti halnya konsep yang disampaikan Adorno, industri budaya sebagai sebuah industri telah memproyeksikan budaya, melalui alat reproduksi mekanis untuk tujuan memelihara dominasi atas massa (Reksa, 2015:94). Melalui mekanisme industrial, tercipta ilusi pasar dengan menggunakan teknologi. Selanjutnya terbentuk sebuah kebutuhan yang terstandar bagi masyarakat dalam memenuhi kehidupan sosialnya. Hal tersebut kemudian dimaknai bersama bahwa produksi komoditas yang dihadirkan oleh pasar, adalah sebuah kebutuhan yang harus dipenuhi.

Konsep tentang budaya massa muncul dikarenakan adanya kritik terhadap abad pencerahan yang justru menghancurkan kehidupan manusia itu sendiri, dengan berbagai bentuk inovasi teknologi yang telah diciptakan. Segala bidang industri yang ada pada kehidupan manusia kian tahunnya juga kian berkembang, hal ini bertujuan demi memenuhi kebutuhan pasar yang juga semakin meningkat. Termasuk industri fesyen muslim yang kian tahun semakin mengalami perkembangan dan menjadi sebuah kebutuhan. Meningkatnya permintaan terhadap pasar membuktikan fesyen muslim telah menjadi gaya hidup saat ini. Seiring perkembangan realitas sosial yang ada, pasarnya juga semakin berkembang. Pada awalnya orang yang menggunakan busana muslim identik dengan gambaran *old fashion*, karena hanya menggunakan beberapa model pakaian saja. Hal ini dibuktikan dengan penelitian sebelumnya disampaikan bahwa hijab yang populer sekarang tentunya berbeda jauh dengan gaya hijab dahulu yang cenderung sederhana, monoton, tidak menarik, dan hanya banyak digunakan oleh muslimah yang berusia lanjut (Istiani, 2015: 49).

Perkembangan fesyen muslim juga dapat dilihat berdasarkan pemberitaan yang dimuat, saat ini busana muslim Indonesia kini telah diminati bahkan hingga pasar internasional. Salah satunya dalam website kemeterian perindustrian Indonesia (Euis Saedah dalam www.kemenperin.go.id) bahwasanya dikarenakan fesyen muslimah mengalami transformasi terus menerus dari yang awalnya hanya bergaya monoton atau konservatif kini menjadi kontemporer seiring dengan berjalannya berubahnya realitas sosial yang terjadi di Indonesia. Dalam kutipan wawancara Dirjen Industri Kecil dan Menengah Kementerian Perindustrian menjelaskan :

Jadi, busana Muslim kita sudah dilirik negara lain. Karena itu, saya optimis Indonesia bisa menjadi kiblat busana Muslim dunia pada 2020 (Euis Saedah dalam www.kemenperin.go.id, 2017. Diakses pada 23 September 2017).

Sejalan dengan itu, berakibat pada kemunculan kelompok komunitas Hijabers Community, Hijabers Mom dan berbagai kegiatan yang tentunya dapat memperkuat eksistensi kelompoknya. Berdasarkan berita yang telah dimuat tersebut, peminat dari pengguna busana muslim mengalami peningkatan. Pada saat ini banyak orang yang menganggap bahwa busana muslim bukan lagi hal yang *old fashion*, monoton, dan suatu hal yang dapat mengikat mereka pada narasi konstruksi tentang batasan pada ruang privan dan ruang publik. Sebaliknya, fesyen muslim menjadi sebuah tren baru di kalangan masyarakat.

Selain itu, yang menjadikan fesyen muslim ini semakin digemari adalah adanya pengaruh dari berbagai media informasi. Salah satunya yaitu keberadaan film-film Indonesia yang mengangkat tema tentang peran seorang wanita muslimah. Yang kemudian menghasilkan sebuah citra yang berbeda dari sebelumnya, wanita muslimah yang sesuai dengan perkembangan era saat ini sehingga menjadi sebuah mode dalam berpakaian. Ini terbukti dengan penelitian sebelumnya :

dalam konteks kekinian, seiring dengan realitas sosial yang berkembang di masyarakat, penggunaan jilbab semakin bertambah banyak dengan model yang beragam. Hal ini terlihat dilingkungan penulis sendiri, mulai dari lingkungan keluarga, lingkungan tempat tinggal, lingkungan kampus, lingkungan

pergaulan, hingga tempat-tempat umum. Bahkan dalam lingkungan tertentu jilbab menjadi komunitas yang bersifat eksklusif dan berada pada suatu strata sosial tertentu pula (Husyen, 2015:21)

Dari pengaruh beberapa media elektronik, cetak, dan sosial perkembangan industri fesyen muslimah dapat dikatakan sangat masif. Seperti halnya yang terjadi di sekitar penulis. Sekarang ini sudah sangat banyak toko-toko pakaian yang menjual busana muslim, bahkan toko-toko busana yang khusus menjual pakaian muslim baik untuk laki-laki maupun perempuan sudah sangat banyak dapat ditemukan. Banyak dapat ditemui anak muda mengenakan pakaian busana muslimah dalam berbagai kegiatan, bahkan untuk berolah raga sekalipun. Apabila sebelumnya pakaian olah raga diidentikkan dengan pakaian yang minim, justru kini banyak wanita muslimah yang dapat berolah raga dengan bebas namun tetap mengenakan hijab dan busana olah raga yang tertutup.

Media lain selain film yang banyak mempengaruhi perkembangan dunia industri fesyen lainnya yaitu aplikasi Instagram yang selanjutnya menjadi media kajian utama dari penulis. Aplikasi Instagram adalah media sosial yang didalamnya terdapat fitur untuk mengupload foto, video disertai dengan kolom caption atau keterangan serta kolom komentar. Instagram juga merupakan sebuah aplikasi media sosial dengan dua arah. Di era milenial ini, Instagram menjadi media sosial yang sangat banyak digunakan oleh masyarakat dari berbagai kalangan masyarakat. Banyak orang yang menggunakannya sebagai media dalam menampilkan identitasnya. Berdasarkan data yang diperoleh (Rainie, dkk, 2012:595) bahwasanya sejak awal diluncurkannya pada tahun 2010, telah menarik lebih dari 150 juta pengguna aktif, dengan rata-rata 55 juta foto diunggah oleh pengguna per hari, dan lebih dari 16 miliar foto hingga saat ini. Membuktikan Instagram merupakan media sosial yang sedang banyak diminati.

Jika dikaitkan dengan konsep tentang *mass culture* Adorno (1991: 4), media Instagram merupakan sebuah *tools* dari budaya massa, sebagai suatu perwujudan diri dalam bentuk citra individu. Sehingga mampu memberikan persebaran yang lebih masif dalam konteks fesyen muslimah yang ditampilkan oleh ikon-ikon muslimah. Sehingga, jika berbicara tentang fesyen muslimah yang

sedang tren maka tepat bagi penulis untuk memilih media Instagram untuk selanjutnya dikaji lebih mendalam. Karena seperti yang telah disebutkan sebelumnya bahwa masyarakat saat ini banyak yang menggunakan aplikasi Instagram. Sehingga Instagram cukup dijadikan sebagai perwakilan dari media yang mengakibatkan munculnya budaya massa.

Digambarkan dengan kemunculan ikon-ikon muslimah masa kini melalui media sosial, seperti Dian Pelangi dan Zaskia Sungkar. Keduanya merupakan salah satu tokoh muslimah yang mengikuti dan menciptakan tren. Berdasarkan riset, Dian Pelangi merupakan seorang desainer pakaian khusus untuk busana muslim. Usahnya dalam industri fesyen diawali oleh kedua orang tuanya, selanjutnya usahanya tersebut diserahkan pada Dian Wahyu Utami. Nama Dian Pelangi sendiri merupakan nama panggung yang diambil dari nama toko pakaian yang didirikan oleh kedua orang tua Dian Wahyu Utami, yang pada saat ini dikenal oleh banyak orang sebagai Dian Pelangi. Dian banyak memberikan pengaruh pada perkembangan industri fesyen, dibuktikan dengan prestasi yang diraihinya dan telah banyak dimuat oleh media elektronik maupun cetak. Diawali dengan mengikuti pagelaran busana yang diadakan di Melbourne kemudian menjadikannya seorang panutan dalam dunia fesyen muslimah khususnya di Indonesia. Setelah memasuki pasar internasional namanya semakin dikenal oleh banyak orang tidak hanya di Indonesia juga mancanegara. Dian kemudian menjadi salah satu kiblat dari tren fesyen muslimah di Indonesia. Dan menghasilkan produk yang menjadi konsumsi massal masyarakat.

Selanjutnya tokoh wanita muslimah yang menjadi *trendsetter* adalah Zaskia Sungkar. Zaskia merupakan seorang aktris Indonesia yang kemudian beralih profesi menjadi seorang desainer. Namanya sudah banyak dikenal sehingga menjadi suatu kemudahan dalam memasuki pasar industri fesyen muslim. Dalam media sosial Instagram, Zaskia juga banyak memiliki *followers* Instagram yang jumlahnya banyak. Selain karena pekerjaannya sebagai publik figur, faktor lainnya adalah perubahan image yang ditampilkan oleh Zaskia. Berawal dari citra seorang selebritis yang tidak menggunakan hijab, Zaskia kini merubah cara berpakaianya. Perubahan selanjutnya ditunjukkan dengan awalnya

penggunaan busana muslim yang trendy, lalu menjadi lebih tertutup dan banyak menggunakan jubah panjang. Sama seperti apa yang tengah terjadi di Indonesia beberapa waktu ini, konsep perubahan image ini menjadi sebuah konsep yang ditawarkan oleh Zaskia pada pasar. Bahwa siapa saja bisa merubah imagenya menjadi seorang perempuan yang muslimah. Perubahannya tersebut justru semakin banyak didukung oleh masyarakat. Maka hal inilah yang menjadi salah satu alasan mengapa Zaskia merupakan ikon muslimah yang menjadi trend di instagram.

Sementara kaitannya kedua tokoh tersebut dengan penelitian dari penulis, yakni kedua tokoh merupakan salah satu komponen dari relasi mekanisme industrial yang mengakibatkan terjadinya budaya massa. Dua ikon tersebut merupakan korban dari adanya kapitalisme di era milenial ini. Mereka menciptakan sebuah ilusi pasar dengan menggunakan citra yang dibangunnya bahwa apa yang mereka ciptakan terhadap pasar, merupakan hal yang memang lumrah terjadi. Banyak orang kemudian terlena akan adanya gelombang budaya massa, sehingga mengakibatkan seorang terlena dengan adanya fetisme fesyen muslimah. Mengutip Adorno, bahwa dengan adanya citra yang diciptakan oleh pelaku budaya massa, banyak orang yang mengorbankan kepribadiannya demi untuk menyesuaikan dirinya dengan tidak hanya dalam tindakan. Namun juga dalam bentuk barang-barang konsumsi yang telah menjadi standar masyarakat luas (Adorno, 1991: 40).

Selain itu, hal lain yang menjadi pertimbangan penulis untuk memilih tiga ikon itu adalah karena tiga ikon tersebut tidak hanya mengikuti tren, kedua tokoh tersebut kemudian menjadi ikon dari seorang muslimah yang juga masih dapat tampil cantik dan modis. Sosok muslimah yang pada awalnya ditampilkan dengan gaya yang lebih kalem dan jauh dari kata modis. Keberadaan kaum perempuan muslimah yang juga berhijab baru-baru ini muncul. Citra wanita berhijab pada awalnya digambarkan dengan sosok perempuan yang lemah lembut, tertutup rapi, taat beragama, dan jauh dari kata *fashionable*. Cara berpakaianya juga hanya terbatas pada beberapa model pakaian saja. Mereka pada umumnya hanya menggunakan satu warna yang senada dari mulai ujung kepala hingga kaki.

Namun Era modern membawa masyarakat luas menjadi individu yang haus akan adanya kebaruan setiap harinya. Manusia kini hidup dituntut untuk selalu menciptakan dan memiliki inovasi disegala bidang. Adanya teknologi yang tadinya diharapkan mampu mempermudah kehidupan manusia kini justru membelenggu kehidupan manusia itu sendiri. Kini mereka semakin terjebak dengan adanya penemuan-penemuan yang mereka ciptakan sendiri. Berbicara tentang siklus modernitas maka dapat dihubungkan dengan semakin langgengnya sistem kapitalisme yang ada dalam kehidupan masyarakat. Masyarakat pada saat ini tidak sadar, bahwasanya kebaruan itu sendiri pada hakikatnya dapat menimbulkan sifat konsumtif dari adanya penemuan-penemuan baru yang dikembangkan. Hingga secara tidak sadar yang mereka lakukan hanyalah mengikuti tren yang sedang berlangsung. Hal demikian juga terjadi di dunia fesyen muslimah, dengan menggunakan karakter fetis sebagai alat komoditasai untuk mencapai keuntungan.

Manusia yang kemudian berubah menjadi haus akan adanya kebaruan merupakan hal yang dikritik oleh Adorno. Bahwa seseorang menciptakan suatu benda tidak lagi mengandung makna di dalamnya lebih dari itu sebuah benda kini kehilangan nilai gunanya. Berkaitan dengan sistem kapitalisme, asas dari nilai tukar selalu menjadi dominasi dari pada asas manfaat. Hal ini dikarenakan ekonomi dari sistim kapitalisme yang hanya berada pada produksi, pemasaran, dan konsumsi dari suatu komoditas yang selalu menjadi dominasi kebutuhan riil manusia (Strinati, 2016: 69). Seseorang kemudian menciptakan suatu benda demi memenuhi kebutuhan pasar. Dari pemenuhan yang selalu diberikan oleh pihak produsen pada para konsumennya, Hal ini dibuktikan dengan keluarnya produk baru berbanding lurus dengan tingkat pembelian masyarakat. Sehingga sebagai hasil akhirnya kemudian menimbulkan sifat fetisisme. Di mana orang membeli suatu barang dikarenakan nilai tukar yang dimilikinya bukan berdasarkan nilai gunanya. Sehingga orang membeli pakaian yang muslimah tidak di dasarkan pada landasan asas kebermanfaatannya, namun pada label yang telah di gunakan oleh ikon muslimah di atas.

Dalam fetisisme yang disampaikan oleh Adorno dalam Strinati (2016: 68) bahwa manusia melakukan hal yang irasional demi memenuhi hasrat kepuasan yang semu. Karena yang mereka utamakan hanyalah nilai tukar yang dimiliki oleh sebuah komoditas. Sehingga berdampak pada segala bentuk produksi komoditas yang diciptakan menjadi *meaningless*, karena hanya memperhitungkan nilai tukarnya dan tidak memperdulikan asas gunanya. Orang juga tidak sadar terhadap bagaimana proses dibalik pembuatan suatu komoditas yang diperjual belikan dipasar. Yang mereka tahu hanyalah apa yang telah disuguhkan di pasaran dan kemudian diangkat menjadi sebuah tren, sama seperti ikon muslimah yang menampilkan citranya melalui instagram. Sebagai seorang individu, mereka hanya akan menampilkan dirinya sebagai sosok yang sempurna dengan hanya menampilkan sisi positifnya saja pada setiap postingan pada akun Instagramnya. Berdasarkan tampilan citra yang hanya ditunjukkan dari sisi positifnya saja, kedua ikon tersebut kemudian menjadi sosok panutan bagi orang lain. Kiblat fesyen muslimah di Indonesia kini menjadi Dian Pelangi dan Zaskia Sungkar.

1.2 Rumusan Masalah

Media sosial memegang peranan penting dalam terjadinya persebaran informasi hanya dengan memakan waktu yang sebentar saja, masyarakat dapat mengakses berbagai informasi terbaru lebih mudah. Dalam perkembangannya, media sosial kini merupakan sebuah wadah untuk membentuk suatu citra diri. Dari berbagai macam media sosial yang saat ini banyak digunakan, instagram merupakan salah satu media dengan pengguna yang paling banyak. Penggunanya dapat menciptakan sebuah konstruk pada pembaca untuk kepentingan kelompok atau dirinya sendiri. Termasuk dengan orang-orang yang berada pada industri fesyen busana muslim, yang pada saat ini sedang menjadi sebuah tren baru. Perkembangan fesyen muslim di Indonesia mengalami peningkatan yang cukup masiv berkat hadirnya media sosial.

Salah satu bentuk dari konstruksi yang diciptakan melalui instagram adalah kemunculan ikon muslimah seperti Dian Pelangi dan Zaskia Sungkar. Keduanya berhasil menciptakan sebuah kebutuhan yang menjadi standar bagi

orang lain, melalui media instagram. Kemudian muncul rumusan pertanyaan citra apa yang sedang dibangun para tokoh ikon muslimah (Dian Pelangi dan Zaskia Sungkar) melalui media instagramnya?. Dan bagaimana karakter fetisisme dalam media instagram keduanya?.

1.3 Tujuan Penelitian

Konstruksi yang dibentuk dalam media instagram, mampu mempengaruhi kehidupan sosial masyarakat. Banyak orang terpengaruh dengan apa yang ditampilkan oleh pasar melalui media sosial. Berkaitan dengan analisis wacana yang digunakan, penulis ingin membongkar citra apa yang ditampilkan kedua ikon muslimah tersebut. Sehingga dapat diketahui tentang bagaimana kedua tokoh tersebut dapat mempengaruhi masyarakat melalui citra dirinya, sebagai seorang perempuan muslimah yang saat ini menjadi sebuah tren dalam fesyen muslimah. Penulis menggunakan analisis wacana dalam metode penelitiannya dengan menganalisis teks yang ada pada *caption*, foto, serta komentar dari netizen pengikut instagram keduanya. Dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana karakter fetis keduanya, melalui pemilihan citra yang ditampilkannya dalam instagram. Sehingga nantinya dapat dijelaskan bentuk karakter fetis mode muslimah dari sisi Dian Pelangi maupun Zaskia Sungkar.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil riset ini diharapkan mampu memberikan manfaat untuk penelitian yang selanjutnya apabila akan melakukan sebuah riset dengan tema yang sama namun lebih mendalam. Sehingga nantinya mampu memberikan kemanfaatan dari segi bidang keilmuan, serta mengungkap tentang bagaimana kondisi sosial budaya muslimah masa kini yang juga menarik untuk terus dibahas dan dikembangkan dalam bentuk penelitian. Selain itu diharapkan dapat memberikan pemahaman pada pembaca agar bisa sependai mungkin menggunakan media sosial. Karena dengan siring perkembangannya, media sosial banyak memberikan penebaran secara masiv tanpa adanya filter bagi penggunaanya. Juga pada para perempuan

muslimah untuk dapat lebih memperdalam ajaran agama Islam dan arti pentingnya dari hijab, bukan karena adanya tren yang sedang berkembang.



BAB 2. KERANGKA KONSEPTUAL

2.1 Perempuan Berhijab dan Fesyen

Menurut pendapat yang dikemukakan Anwar (2017: 223) sebuah bentuk kekuatan agama, sosial, dan budaya merupakan hal yang mampu menjadi sebuah pembentukan jati diri yang bersifat material. Dia juga menjelaskan walaupun hijab berada di luar tubuh perempuan, namun hijab merupakan hal yang sentral bagi perempuan, ini dikarenakan hijab menjadi sebuah tolak ukur dari kesopanan dan moralitas pada seorang perempuan. Sehingga kemudian menimbulkan sebuah konstruksi bahwasanya seorang wanita muslimah merupakan seseorang yang mengenakan sebuah hijab lengkap dengan pakaian yang tertutup umumnya dikaitkan dengan narasi positif. Dengan kata lain penggunaan hijab merupakan sebuah bentuk dari adanya norma dan moralitas.

Dalam praktiknya sendiri, hijab mengalami sebuah perdebatan tentang apakah sebenarnya merupakan ajaran yang wajib bagi perempuan untuk menggunakan hijab atau hanya sebuah budaya dari suatu negara yang kemudian dianut oleh negara yang lain. Anwar (2017: 229) menjelaskan tentang asal mula munculnya hijab dalam ajaran hukum Assyria 1200 SM yang di dalamnya mengatur tentang siapa saja yang diperbolehkan untuk mengenakan hijab. Hijab pada saat itu dimaknai sebagai dari mana kelas sosial pengguna berasal bahkan jauh dari itu mereka juga menentukan siapa yang diperbolehkan dan tidak. Hukumnya menjelaskan bahwa perempuan yang sudah menikah dan anak-anak perempuan yang berasal dari kelas sosial atas, para budak mereka, dan mantan pelacur diwajibkan untuk mengenakan hijab. Berbeda dengan pelacur yang masih aktif dan budak-budak biasa tidak diperbolehkan untuk mengenakan hijab.

Pada Islam sendiri makna kata hijab menurut Al-qur'an berarti tirai yang memisahkan antara ruang publik dengan ruang privat. Secara historis, awal mula adanya ayat tentang hijab berdasarkan kisah Nabi Muhammad yang sedang merayakan pernikahannya. Nabi berdiri diantara ruang istrinya dengan para tamu demi memisahkan ruang publik dan privat istrinya. Setelahnya turunlah perintah untuk memisahkan dengan menggunakan 'kain tirai' demi memberikan batasan

yang jelas antara ruang tamu dengan ruang pribadi Nabi. Selain itu perintah lain dalam Islam juga disebutkan bahwa salah satu sahabat Nabi yang tidak sengaja menyentuh tangan Aisyah, kemudian setelahnya diperintahkan untuk tidak memperbolehkan istrinya menikah lagi apabila Nabi telah meninggal, juga turunnya ajaran tentang hijab sebelumnya. Menurut pendapat (Anwar, 2017: 232) berdasarkan hal tersebut maka, pemingitan tidak selalu tentang ajaran suatu agama. Melainkan adanya tuntutan budaya, sosial dan politik sesuai dengan situasi yang tengah terjadi.

Sementara itu dalam Mernissi (1991: 93) konsep kata dari 'hijab' terdiri dari konsep 3 dimensional, dan ketiganya saling membaur satu sama dengan yang lainnya. Dimensi yang pertama adalah dimensi visual, yaitu menyembunyikan suatu hal dari pandangan, akarnya adalah kata hajaba yang berarti 'menyembunyikan'. Dimensi yang kedua adalah dimensi spasial, merupakan pemisah, memberikan suatu batasan. Dan yang terakhir adalah dimensi etis, yaitu dalam kata 'hijab' mengarah pada sebuah 'dunia' yang terlarang. Sehingga secara tidak langsung Mernissi menyampaikan bahwa hijab bukan suatu penanda dari keimanan seseorang. Ini berkaitan dengan bagaimana seseorang mampu menempatkan diri sebagai seorang individu dalam relasi sosialnya dengan yang lain.

Beralih kembali pada sebuah pertanyaan tentang apa sebenarnya hukum mengenakan hijab dalam Islam. Sebagai jalan akhir dari kelompok pro dan kontra yang memahami hal tersebut, mereka hanya membenarkan bahwa seorang perempuan dianjurkan untuk selalu sederhana dalam berpakaian. Berkaitan dengan kiblat baru dari fesyen muslimah yang sedang marak terjadi, kemunculan ikon-ikon muslimah kemudian sangat mempengaruhi cara berpakaian wanita muslimah saat ini. Ikon tersebut kemudian dijadikan sebagai sebuah tolak ukur sejauh mana seseorang berpakaian muslimah namun tetap dapat mengikuti tren fesyen yang ada.

Pada intinya tidak ada kaitan seorang apabila membeli hijab dengan tingkat keimanannya. Karena sesungguhnya hijab merupakan suatu bentuk dari budaya. Hijab dalam praktiknya dimaknai sebagai suatu penghormatan dari ruang

privasi seseorang. Ini sejalan dengan penjelasan Anwar (2017: 240) yang menjelaskan bahwa sebenarnya penggunaan hijab oleh perempuan adalah pencampuran dari kebudayaan dengan peradaban yang tentu saja berbeda satu dengan yang lainnya. Sehingga tidak ada kaitannya dengan suatu agama manapun.

2.2 Analisis Wacana Kritis

Berdasarkan analisis wacana kritis Van Dijk (dalam Sheyholislami, 2001:1) bahwa merupakan sebuah bidang kajian ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan mempelajari dan menganalisis teks yang tertulis maupun lisan. Dengan tujuan untuk mengungkapkan sumber dibalik diskursif dari kekuatan, dominasi, ketimpangan, dan bias. Van Dijk meneliti hal tersebut yang kemudian dipertahankan dan diproduksi dalam konteks sosial, politik dan sejarah tertentu.

Dalam bukunya tersebut, Van Dijk (1998) dalam salah satu studi kasusnya mengungkapkan ketimpangan yang terjadi pada kelompok kulit putih dan kulit hitam. Dia mengungkapkan terjadi diskriminasi pada pemberitaan yang dimuat pada media massa berupa koran. Dia menemukan terjadinya ketimpangan berdasarkan analisis wacana kritis yang terdapat pada berbagai media massa pada saat menuliskan pemberitaan yang berkaitan dengan kelompok kulit hitam.

Van Dijk juga menggunakan pendekatan historis dalam teorinya sehingga mampu memberikan hasil sebuah penelitian yang mendalam. Sebuah teks yang diproduksi tidak mungkin hadir tanpa adanya pengaruh ideologi yang melatar belaknginya. Van Dijk menjelaskan bagaimana sebuah teks dapat diproduksi sehingga mampu mempengaruhi pembacanya. Seperti dalam studi kasusnya, sebuah teks yang memiliki muatan rasisme tentu dipengaruhi oleh latar belakang ideologi sang penulis. Dimana orang tersebut tinggal, bagaimana penulis teks tersebut bisa menuliskan sebuah teks tercermin dari bagaimana lingkungan penulis tersebut berada. Sehingga dalam tulisannya, Van Dijk berpegang pada historis pada produksi suatu teks.

Ideologies may also influence what is accepted as true or false, especially when such beliefs are found to be relevant for the group. In that latter, epistemological sense, ideologies may also forro the basis of specific arguments for, and explanations of,

specific social arrangements, or indeed influence a specific understanding of the world in general. Note, though, that ideologies in this framework are not simply a 'world view' of a group, but rather the principles that form the basis of such beliefs.

Ideologi juga dapat memengaruhi apa yang diterima sebagai benar atau salah, terutama ketika kepercayaan semacam itu dianggap relevan bagi kelompok. Dalam hal yang terakhir itu, pengertian epistemologis, ideologi juga dapat menjadi dasar argumen spesifik untuk, dan penjelasan tentang, pengaturan sosial tertentu, atau memang mempengaruhi pemahaman spesifik dunia secara umum. Namun, perlu dicatat bahwa ideologi dalam kerangka ini bukan sekadar 'pandangan dunia' suatu kelompok, tetapi lebih pada prinsip-prinsip yang melandasi dasar kepercayaan semacam itu. (Van Dijk, 1998: 8)

Sehingga dengan menggunakan latar belakang ideologi seseorang, dapat diketahui bagaimana sebuah teks bisa memproduksi suatu wacana yang nantinya dapat mempengaruhi pembacanya. Dengan kata lain, sebuah teks dapat dilahirkan pasti dikarenakan pengaruh dari ideologi yang sedang berkembang pada ruang lingkup sosial pemilik wacana. Berkaitan dengan penelitian ini, baik Dian maupun Zaskia memiliki pengaruh narasi nilai-nilai Islam yang mempengaruhi keduanya. Sehingga wajar apabila produksi wacana keduanya diwarnai dengan narasi keislaman sebagai materi dalam wacananya.

Dalam pengaruh ideologi dan berbagai latar belakang yang menjadikan sebuah teks tercipta, Van Dijk kemudian memfokuskan tulisannya pada tiga dimensi analisis yaitu, teks, kognisi sosial, dan konteks sosial (Eriyanto, 2001: 224). Pada dimensi teks, Van Dijk banyak menjelaskan tentang bagaimana sebuah teks dapat dihasilkan dan bentuk strategi wacana yang terletak dalam bentuk suatu teks yang dituliskan oleh pemilik wacananya yaitu penulis. Tema yang diambil oleh penulis kemudian dapat menjadi jalan dalam penegasan wacana kepada pembaca. Yang kedua pada dimensi kognisi sosial, melibatkan kognisi seorang individu secara mendalam. Sehingga dapat diketahui alasan-alasan bagaimana dan mengapa sebuah teks dapat diciptakan. Pada dimensi ini, didapatkan melalui wawancara yang mendalam terhadap pemilik wacana. Sehingga nantinya dapat diketahui secara valid tentang bagaimana suatu teks tersebut dapat dihasilkan.

Yang ketiga, membahas tentang bangun wacana yang telah diciptakan sebelumnya berkembang pada tataran masyarakat. Bagaimana bentuk dari wacana yang berkembang dalam menghadapi suatu permasalahan sosial, bisa terjadi karena pengaruh wacana yang telah disampaikan melalui produksi teks. Namun, pada penelitian kali ini penulis hanya akan berfokus pada analisis teks dikarenakan adanya keterbatasan dalam menadapatkan data pada subjek penelitian Dian Pelangi dan Zaskia Sungkar.

Typical for a discourse analytical approach to ideologies and their reproduction is that ideologies are not simply related to undifferentiated forms of text or talk, but mapped on to different levels and dimensions of discourse, each with its own structures or strategies. These various properties of discourse are the result of theoretical analyses and therefore may vary widely in different approaches.

Tipekal yang khas untuk pendekatan analisis wacana untuk ideologi dan reproduksi mereka adalah bahwa ideologi tidak secara relatif terkait dengan bentuk-bentuk teks atau pembicaraan yang berbeda, tetapi dipetakan ke berbagai tingkat dan dimensi wacana, masing-masing dengan struktur atau strategi sendiri. adalah hasil dari analisis teoritis dan karenanya dapat sangat bervariasi dalam pendekatan yang berbeda. (Van Dijk, 1998: 200)

Dalam analisis wacana miliknya dilakukan pendekatannya dengan membaginya menjadi beberapa struktur pada analisis teksnya. Pada beberapa variasi tersebut, sebuah teks dapat dihasilkan karena adanya analisis teks yang dilakuka secara mendalam. Hal ini juga dikarenakan dalam analisis teks dianggap lebih mudah untuk digunakan dalam eksperimen. Sehingga analisis linguistik teks fokus pada sebagian besar dari teks yang tertulis.

Sebuah teks juga sebagian besar dipengaruhi oleh adanya struktur sosial yang melatar belakanginya penulis. Dimana posisi penulis tersebut pada struktur sosial dalam lingkungannya, dapat mempengaruhi produksi teksnya (Van Dijk dalam Eriyanto, 2001: 226). Sehingga dapat terlihat dengan jelas bagaimana sebuah teks terhubung dengan elemen pendukung yang penting, dalam hal ini berupa struktur sosial seorang penulis dalam tataran sosial dirinya tinggal. Maka apa yang dituliskannya dalam teks hingga mejadi sebuah wacana yang dapat mempengaruhi

orang lain, tentu akan dipengaruhi dengan ilmu pengetahuan yang didapatkan berdasarkan keberadaannya pada lingkungannya sendiri.

Pada struktur teks makro, Van Dijk banyak menjelaskan tentang tema suatu teks yang didalamnya dapat mengantarkan pembaca pada tema umum sebuah tulisan. Dalam kerangka ini, koherensi umum secara keseluruhan diwakilkan oleh topik yang menandakan sebuah informasi penting dalam suatu teks. Sehingga dalam suatu wacana baik pembicara maupun penerima informasi dapat memberikan penilaian yang berbasis pada ideologi (Van Dijk, 1998: 208). Secara keseluruhan, pada kerangka teks makro berisikan tentang topik atau tema utama dari suatu teks. Dengan tema umum tersebut, teks kemudian dapat dihasilkan secara runtut sehingga dapat dibaca oleh penerimanya dengan baik.

Dalam struktur makro ini, juga pada dasarnya tidak hanya memberikan penjelasan tentang topik, koherensi, maupu pentingnya sebuah informasi dalam sebuah teks. Akan tetapi juga sebagai sebuah penjelasan yang ideologis dengan tujuan untuk mendefinisikan suatu kondisi atau situasi (Van Dijk, 1998: 208). Dalam tulisannya dicontohkan dengan sebuah tulisan yang menggambarkan kerusuhan oleh kelompok ras kulit hitam. Kemudian hal tersebut disampaikan melalui struktur makro dengan menggantinya dengan tindakan perlawanan oleh pihak kepolisian untuk orang-orang yang rasistis.

Kemudian pada superstruktur, didalamnya terdapat skema dalam sebuah teks yang tercipta secara runtut. Berawal dari pembuka, isi, dan penutup sehingga mampu dihasilkan sebuah hasil teks yang runtut. Pembaca teks tersebut kemudian dapat menangkap maksud suatu teks diciptakan. Van Dijk mencontohkannya dengan percakapan sehari, yang didalamnya memiliki proposisi skema perkenalan, kemudian dilanjutkan pada skema isi pembicaraan, dan yang terakhir adalah salam penutup (Eriyanto, 2001: 232). Bila diperhatikan dalam skema ini, sebuah teks yang runtut nantinya dapat menghasilkan sebuah wacana bagi para pembacanya, sesuai dengan kebutuhan atau tujuan dari pemilik teksnya. Dalam skema ini selain itu juga terdapat sebuah kisah utama dan kisah pendukung, sehingga sebuah produk dari suatu teks dapat mempengaruhi pembaca dengan lebih mudah apabila menggunakan informasi yang dapat mendukung argumennya.

Pada skema superstruktur ini, Van Dijk (1998: 207) menyampaikan sebuah bentuk wacana memiliki sebuah pengantar dan kesimpulan, pembukaan dan penutup, masalah dan solusi, premis dan kesimpulan, dan lain sebagainya. Sehingga dalam sebuah teks didalamnya terdapat sebuah struktur yang runut dan juga posisi yang hierarkis. Dalam kategorinya tersebut, semua telah dibagi seperti sebuah penulisan linguistik yang memiliki urutan yang jelas dalam sebuah teks. Tujuannya adalah agar pembaca dapat mencerna makna dari sebuah teks berdasarkan produksi tulisan yang linier, karena memiliki bentuk struktur yang jelas.

Sama halnya dengan kaitannya pada penelitian ini, Dian dan Zaskia sedang menggunakan skema secara runut pada penulisan teks yang dituangkannya melalui kolom keterangan media sosial instagramnya. Pada kerangka analisis yang kemudian dijelaskan lebih mendalam pada pembahasanan, keduanya telah menuliskan teks, didalamnya juga memiliki tujuan yang ditujukan untuk pengikutnya dalam instagramnya. Sasaran dari wacananya juga sudah dipetakan olehnya berdasarkan isi teks yang dinarasikan dengan latar belakang pengaruh ideologi dengan nilai-nilai agama pada dirinya.

Yang terakhir adalah struktur mikro, pada struktur ini dijelaskan dengan lebih detail tentang pemaknaan sebuah teks yang digunakan dalam menyampaikan sebuah wacana. Van Dijk (dalam Eriyanto 2001: 228) memetakan struktur ini dengan peran sebagai pemaknaan setiap pemilihan teks oleh penulisnya. Mengapa seseorang memilih untuk menggunakan beberapa kalimat tertentu dalam produksi teksnya, nantinya berakibat pada pemaknaan yang secara sengaja dipilih oleh penulisnya untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam analisis wacana kritisnya, Van Dijk ingin menjelaskan bahwa setiap kalimat yang digunakan oleh penulis dalam penulisan teksnya, akan memberika pengaruh pada pembacanya.

Dalam struktur ini terdapat beberapa elemen lagi didalamnya menurut Van Dijk (dalam Eriyanto, 2001: 229) dalam struktur mikro terdapat elemen sintaksis, stilistik, dan retorik. Secara umum ketiganya merupakan satu kesatuan yang berperan untuk menjelaskan secara lebih detil dalam produksi suatu teks berdasarkan kalimat yang dipilih oleh penulisnya.

...has drawn attention from (critical) linguists interested in ideological analysis from the start. Variation in the order or hierarchical relations of the structures of clauses and sentences is a well known expression of dimensions of meaning as well as of other underlying semantic and pragmatic functions. Thus, order and hierarchical position may signal importance and relevance of meanings, and may thus play a role in emphasizing or concealing preferred or dispreferred meanings, respectively.

telah menarik perhatian dari ahli bahasa (kritis) yang tertarik pada analisis ideologis sejak awal. Variasi dalam urutan atau hubungan hierarkis dari struktur klausa dan kalimat adalah ekspresi dimensi makna yang terkenal serta fungsi semantik dan pragmatis lain yang mendasarinya. Dengan demikian, urutan dan posisi hierarkis dapat menandakan pentingnya dan relevansi makna, dan dengan demikian dapat memainkan peran dalam menekankan atau menyembunyikan makna yang lebih disukai atau yang tidak, masing-masing. (Van Dijk, 1998: 229)

Pada struktur ini, pemilihan pada beberapa fakta sosial yang ingin ditampilkan dan batasan-batasan seorang penulis juga dilakukan dengan tujuan untuk menghasilkan wacana yang dapat diterima oleh pembacanya. Untuk itu dalam penelitian ini, pada bab pembahasan dijelaskan tentang makna pemilihan kata pada kolom keterangan instagram kedua ikon dengan lebih mendetil dari struktur yang telah disebutkan sebelumnya.

Alasan mengapa penulis menggunakan analisis wacana kritis milik Van Dijk, adalah untuk menjawab rumusan pertanyaan dari penulis berupa citra dan bagaimana bentuk dari fetisisme komoditas pada unggahan kedua subjek kajian penelitian ini yaitu Dian Pelangi dan Zaskia Sungkar. Keduanya berperan sebagai sosok ikon muslimah yang banyak memberikan pengaruh pada perkembangan fesyen muslim saat ini.

2.3 Industri Budaya

Abad pencerahan merupakan masa dimana manusia seharusnya memiliki kehendaknya sendiri terhadap segala sesuatu dalam dirinya tanpa adanya tekanan dari luar berupa politik, budaya, agama dan berbagai dogma lain yang mempengaruhinya (Adorno dalam Reksa, 2015: 93). Maka pada era ini, manusia idealnya mampu menjadi subjek yang bebas, baik dalam menentukan suatu

pendapatnya, berpikir, maupun berbagai hal lain. Akan tetapi realitasnya yang terjadi saat ini, banyak orang masih saja tidak memiliki kebebasan. Dalam arti mereka masih dipengaruhi oleh adanya suatu sistem yang mengikat dan telah dimaknai sebagai bentuk yang pasti. Dengan kata lain, segala hal memiliki prosedur yang mau tidak mau harus diikuti. Ini berkaitan dengan penelitian penulis tentang mekanisme pasar yang didalamnya memiliki sistem yang mengikat.

Adorno (Adorno dan Horkheimer 2002: 36) juga berpendapat bahwasanya abad pencerahan merupakan masa dimana manusia bisa berpikir secara bebas dengan segala pengetahuan yang telah didapatkannya melalui berbagai proses pemikirannya sehingga menjadi sosok yang mampu berkehendak penuh terhadap pilihannya sendiri. Manusia dengan berbagai penemuannya dari berbagai disiplin ilmu kemudian mampu memberikan berbagai keuntungan dalam dirinya. Pada awalnya masih saja bergantung pada kekuatan yang ada diluar dirinya kemudian mampu berpikir dan bertindak sesuai kehendaknya dikarenakan telah berada pada masa proses berpikir yang dapat menghasilkan berbagai penemuan baru. Yang nantinya diharapkan mampu memberikan kemudahan bagi keberlangsungan kehidupan sosial dalam memenuhi kebutuhannya.

Akan tetapi, faktanya manusia yang seharusnya mampu menjadi pribadi yang bisa berkehendak atas dirinya justru masih saja terbelenggu dengan berbagai kekuatan dalam kehidupan relasi sosialnya (Reksa, 2015: 94). Berbagai penemuan yang diciptakannya justru menjadi beban baru. Manusia menghadapi realitas yang hasilnya ternyata justru kontradiktif dari kata bebas. Berbagai inovasi, kebaruan dan produk-produk yang diciptakannya sendiri justru semakin membuat manusia terjebak, dalam sebuah sistem untuk terus menciptakan kebaruan tanpa memandang berbagai aspek alam dan budaya yang kemudian menjadi dampaknya.

Adorno dan Horkheimer mengkaji lebih banyak unsur-unsur di luar kapitalisme, seperti kesinambungan alam, kemanusiaan, dan teknologi. Mereka mengkritik dominasi filsafat barat karena lebih mementingkan kemajuan teknologi dan rasionalisasi... Akibatnya, muncul segregasi kepemilikan sumber daya alam (Reksa, 2015: 94)

Berbagai macam teknologi yang telah diciptakan kemudian justru menjadi kemunduran yang mengantarkan manusia pada kesadaran palsu semata. Manusia dibutakan dengan berbagai kebutuhan yang semu, hal ini demi memenuhi standar kebutuhan yang disesuaikan dengan perkembangan realitas sosial masyarakat baru.

Berkaitan dengan penelitian penulis munculnya fenomena ‘label’ narasi keislaman menjadi pilihan banyak orang, merupakan hal yang sebenarnya berkaitan erat dengan kapitalisme model baru. Semangat spiritualisme seorang individu kini menjadi hal yang lumrah untuk dipertontonkan. Apabila sebelumnya ketaatan seorang individu terhadap agamanya menjadi konsumsi pribadi, saat ini justru menjadi sebuah sarana penyaluran gaya hidup yang baru. Terbukti dengan banyaknya publik figur yang saat ini merubah cara berpakaian yang lebih tertutup. Perempuan yang beragama Islam mengenakan hijab dan busana muslim menjadi sebuah pilihan tren baru. Fakta bahwa pemaknaan penggunaan busana muslimah yang tertutup yang pada awalnya hanya merupakan bentuk ketaatan terhadap dogma, sekarang bergeser dari kerangka dogma.

2.3.1 Budaya Massa

Konsep tentang budaya massa muncul dikarenakan adanya kritik terhadap abad pencerahan yang pada dasarnya justru manusia menghancurkan kehidupannya dengan berbagai bentuk teknologi yang diciptakan sendiri. Adanya kesadaran palsu yang dialami oleh manusia kemudian menimbulkan kritik yang dibawakan oleh Adorno bahwasanya apa yang terjadi pada saat ini adalah masyarakat berada dalam jebakan sistem kapitalisme dalam bentuk budaya massa. Budaya massa muncul dari adanya industri budaya yaitu terjadi suatu pergeseran nilai budaya yang ada. Mereka sudah kehilangan esensinya dan sekarang ini tak ubahnya hanya dinilai secara kuantitatif. Segala sesuatunya kini diperhitungkan secara materiel. Adanya berbagai bentuk dari kebudayaan kemudian diubah menjadi suatu komoditas. Manusia kemudian hanya berorientasi pada adanya nilai tukar yaitu seberapa besar nilai dari suatu benda, bukan lagi bagaimana suatu benda dimaknai sebagaimana mestinya benda tersebut diciptakan.

Budaya massa hadir sebagai hasil dari adanya standarisasi terhadap pasar yang diciptakan oleh kelompok-kelompok pemilik modal sebagai salah satu cara dari sistem pemasaran yang memang sengaja dilakukan. Seperti halnya konsep yang disampaikan Adorno, industri budaya sebagai industri telah memproyeksikan budaya melalui alat reproduksi mekanis untuk tujuan memelihara dominasi atas massa (Reksa, 2015: 95). Mereka menciptakan sebuah ilusi melalui berbagai media elektronik dengan cara menciptakan sebuah citra yang kemudian dimaknai secara bersama-sama bahwa apa yang ditampilkan melalui berbagai media tentang busana muslimah yang digunakan oleh kaum perempuan merupakan sesuatu yang didalamnya dapat menciptakan suatu identitas di dalamnya. Dengan menggunakan beberapa bentuk busana muslimah yang diiklankan oleh pihak produsen mereka kemudian membentuk opini masyarakat yang secara serentak bahwasanya apa yang mereka ciptakan merupakan suatu bentuk dari kecantikan yang memang sudah sewajarnya dimiliki dan digunakan oleh seluruh kaum perempuan muslim.

Mereka membentuk citra bahwasanya perempuan muslim walaupun menggunakan hijab masih bisa mengekspresikan dirinya melalui berbagai bentuk hijab yang dipadu padankan dengan berbagai macam warna. Sebagai jalan keluarnya, mereka kemudian meniru gaya berpakaian muslimah sesuai dengan ikon-ikon muslimah yang telah disoroti sebelumnya. Mereka artinya juga telah menandai diri mereka sebagai salah satu dari ikon muslimah tersebut. Dari adanya citra yang ditampilkan tersebut maka konsekuensinya adalah munculnya keseragaman atau yang disebut dengan budaya massa oleh Adorno. Di mana seseorang tidak lagi memiliki identitasnya sendiri melainkan dibentuk dari pasar yang diciptakan oleh sistem kapitalisme. Mereka kemudian terjebak dengan sebuah standar yang muncul akibat sebuah kebutuhan semu. Karena mereka akan merasa bahwa apabila tidak menggunakan apa yang telah menjadi citra perempuan muslim oleh ikon tersebut, 'kurang' mencerminkan narasi keislaman. Seperti halnya dengan citra diri yang ditampilkan keduanya dalam instagram, dengan menonjolkan narasi keislaman. Padahal apa yang ditampilkan oleh pasar

terhadap publik, merupakan strategi yang memang ditempuh demi melanggengkan sistem kapitalisme itu sendiri.

2.3.2 Fetisisme Komoditas Adorno

Pemujaan komoditi merupakan konsep yang pada awalnya dibawa oleh Karl Marx yang ditulisnya dalam buku *Das Kapital*. Berawal dari pembahasan tentang komoditi, Marx menjelaskan bahwa di dalam sistem kapitalisme ia memiliki dua hal yang berlainan satu sama lainnya. Dalam konsepnya Marx membedakan dimana suatu produk diproduksi untuk dijual dan sisi lainnya adalah seseorang memproduksi suatu produk yang dikontrol oleh pemilik modal yang memperkerjakan para pekerja untuk menghasilkan produk yang kemudian di perjual belikan (Brewer, 2016: 44). Dalam kajiannya Marx tidak menyentuh sisi lain selain pertukaran komoditas dengan materiel, ia juga tidak menyentuh sisi moral dari adanya proses pertukaran komoditas tersebut. Lebih lanjut Brewer menganalogikan tentang bisa saja seseorang membeli komoditas berupa senjata tajam yang digunakan untuk berperang atau melakukan kejahatan walaupun memang tetap memiliki sisi nilai pakai di dalamnya.

Selanjutnya juga Marx menyampaikan tentang pertukaran komoditas tentunya dapat menciptakan suatu hubungan yang kuantitatif. Segala sesuatu yang dapat dipertukarkan haruslah mengandung nilai guna dan nilai tukar, yang artinya apabila tidak memenuhi unsur tersebut maka hal tersebut tidak bisa dikatakan sebagai komoditas. Marx juga menyinggung tentang nilai pada suatu komoditas yang dihasilkan. Suatu komoditas akan bernilai lebih apabila dalam proses pengerjaannya memakan waktu yang sedikit dengan pekerja yang sedikit pula. Suatu komoditas yang apabila sama-sama dikerjakan dengan waktu yang sama walaupun produk yang dihasilkan kegunaannya saling bertolak belakang tetap akan ternilai sama, karena menurut Marx suatu komoditas bernilai tinggi merupakan yang memiliki tingkat lama kerja yang cepat.

Konsep tentang pemujaan komoditas yang dimiliki oleh Marx berkaitan dengan sistem yang memproduksi komoditi yang di dalamnya membicarakan hubungan antar manusia yang terjadi pada saat melakukan proses jual beli

komoditas, dimana segala sesuatunya tersistem secara teratur bahwasanya seseorang hanya memperhatikan tentang barang apa yang telah ia jual dan beli saja. Hal ini kemudian dikaitkan oleh Marx dengan apa yang disebutnya dengan *fetism* atau fetisisme. Fetisisme sendiri dalam konsepnya dibahas tentang pemujaan terhadap benda-benda yang dianggapnya dengan kecenderungan secara berlebihan.

Hampir sama dengan Adorno yang sama membahas tentang Fetisisme, uang-harga komoditas atau barang, termasuk tiket untuk sebuah konser-menjelaskan serta mendominasi hubungan sosial dalam masyarakat kapitalis (Strinati, 2016: 68). Sedikit berbeda dengan Marx, fetisisme Adorno lebih membahas tentang unsur dalam diri manusia yang sebelumnya tidak terlalu dibahas dalam Das Kapital milik Marx. Tetap diawali dengan nilai lebih dari suatu barang yang diciptakan berasal dari akal pikiran manusia, dan berbagai inovasi yang dimiliki kemudian dituangkan dalam bentuk barang.

Akan tetapi kemudian hal yang sesungguhnya sedang terjadi, nilai tukar banyak mendominasi dari pada nilai manfaat suatu komoditas yang telah diciptakan. Asas tukar komoditas mengkaburkan dari adanya kebermanfaatan suatu benda. Adorno (dalam Strinati, 2016: 71) dengan kata lain dapat dikatakan memuja, karena seseorang sebenarnya sedang memuja harga yang telah dikeluarkan untuk sebuah tiket konser musik, bukan karena konser musiknya. Sehingga nilai 'prestise' yang muncul ada pada harga tiket konser yang telah dibeli. Inilah yang disebut dengan pemujaan semu terhadap suatu benda.

Dalam konsepnya tentang fetisisme, Adorno juga membahas tentang adanya pengkaburan asas nilai guna dengan nilai tukar. Segala sesuatu kemudian dimaknai sebagai benda-benda yang sifatnya materiel bahkan termasuk dengan kebudayaan. Film-film dan radio tidak butuh lagi berpretensi sebagai seni. Sebenarnya mereka adalah semata-mata bisnis yang diubah menjadi ideologi untuk mengesahkan sampah yang secara sengaja mereka hasilkan (Horkheimer dan Adorno, 2002: 210). Berdasarkan hal tersebut keduanya menyiratkan bahwasanya industri kemudian membentuk suatu komodifikasi sehingga menjadikan sebuah seni menjadi hal yang materiel. Seni tidak lagi dinilai sebagai

suatu perwujudan hasil kreativitas yang dimiliki oleh seorang individu sebagai sosok orang yang mampu melahirkan karya dari hasil pemikirannya sendiri. Berangkat dari ini, sehingga selanjutnya terjadi munculnya standarisasi sebagai bentuk dari produk yang diproduksi oleh pasar secara masal. Seperti yang dikatakan Adorno dalam bukunya, Ia membuat teknologi industri kebudayaan tidak lebih daripada capaian standarisasi dan produksi massa, dengan mengorbankan apa pun yang melibatkan sebuah perbedaan antara logika kerja dan logika sistem sosial (Horkheimer dan Adorno, 2002: 211).

Suatu produk yang ditampilkan pasar pada dasarnya merupakan produksi masal yang sudah pasti dimiliki oleh banyak orang. Inilah yang menjadikan sebuah industri budaya menciptakan subjektivitas yang masal. Sehingga sebagai hasil akhirnya, seseorang tidak memiliki identitasnya sendiri karena telah terstandarisasi oleh pasar secara umum. Komoditas menghadirkan subjektivitas yang baru dikarenakan ada nilai guna baru, nilai tukar yang baru yang dibawa oleh pasar. Orang tidak lagi memiliki pilihan atas dirinya sendiri, segala sesuatu ditentukan oleh pasar.

The sacrifice of individuality, which accommodates itself to the regularity of the successful, the doing of what everybody does, follows from the basic fact that in broad areas the same thing is offered to everybody by the standardized production of consumption goods. But the commercial necessity of connecting this identity leads to the manipulation of taste and the official culture's pretence of individualism.. The identical character of the goods which everyone must buy hides itself behind the rigour of the universally compulsory style. The fuction of the relation between supply and demand survives in the fictitiously individual nuances.

Pengorbanan kepribadian individu yang menyesuaikan dengan kesuksesan yang teratur, yang telah dilakukan oleh banyak orang, mengikuti fata dasar bahwa dalam area yang luas hal-hal yang sama yang ditawarkan kepada semua orang telah terstandarisasi oleh proses produksi barang-barang konsumsi Akan tetapi kebutuhan komersial untuk menghubungkan identitas tersebut berakibat pada manipulasi selera dan kebohongan individualisme dalam budaya yang direkomendasikan.. Karakter identik dari barang-barang yang mengharuskan setiap orang harus beli bersembunyi di balik kerasnya gaya wajib umumnya. Hubungan

fiksi antara penawaran dan permintaan bertahan dalam nuansa fiktif individual. (Adorno, 1991:40).

Ini tercermin dari adanya pemujaan terhadap identitas diri seorang individu yang dianggapnya sebagai identitas pribadi miliknya. Padahal apa yang ada pada dirinya tidak lain merupakan produk dari budaya massa. Seseorang tidak lagi memiliki identitasnya sendiri dengan pilihannya seperti yang dikatakan oleh Adorno di awal tentang abad pencerahan yang mengisyaratkan seseorang memiliki kehendak penuh atas pilihan dirinya sendiri tanpa adanya pengaruh dari yang lainnya.

Konsep dari Adorno tentang fetisme komoditas yang secara kurun waktu tidak dapat menjawab permasalahan yang lebih kompleks yaitu, media sosial instagram yang pada saat itu belum muncul teknologi internet. Sehingga peneliti menggunakan Van Dijk sebagai teori untuk menjelaskan bagaimana bentuk fetisme komoditas dari instagram Dian Pelangi dan Zaskia Sungkar. Berdasarkan analisis data yang didapatkan dari foto, kolom keterangan, dan kolom komentar dari netizen. Hal tersebut kemudian yang menjadi pertimbangan peneliti untuk menggunakan analisis wacana kritis milik Van Dijk dalam menuliskan hasil penelitian.

2.4 Penelitian Terdahulu

Penelitian Dina (2013) dengan judul ‘Representasi Kecantikan Perempuan Berhijab Pada Akun Instagram Selebgram Hijab (analisis Wacana Sara Mills)’. Menjelaskan bahwasanya kaum *hijaber* pada era saat ini muncul dengan menggunakan media dan menggeser tentang mitos kecantikan yang ada sebelumnya. Perempuan berhijab kini dapat menyesuaikan dirinya dengan tren yang ada pada dunia fesyen. Para perempuan berhijab juga ikut menggunakan media Instagram sebagai sarana dalam menemukan fesyen yang *ter-up to date*. Yang kemudian menjadi sebuah sumber dari *trendsetter* wanita muslimah masa kini.

Dalam penelitiannya, Dina menggunakan analisis wacana Sara Mills melalui 4 tahapan dengan memadukan teori mitos kecantikan dari Naomi Wolf

untuk membongkar dari mitos kecantikan. Berbeda dengan penelitian tersebut, pada kajian penulis sekarang menggunakan analisis wacana milik Van Dijk yang memiliki fokus pada kerangka historis. Bagaimana sebuah wacana yang pada dasarnya terbentuk berdasarkan latar belakang ideologi dari pemilik wacana. Sebuah wacana pada dasarnya tidak mampu berdiri sendiri, didalamnya terdapat berbagai sub tema yang mendukung tema besar untuk kemudian disampaikan pada sasaran dari wacananya. Sementara Sara Mills mengarah pada pendekatan tentang feminisme, sehingga arah penelitian penulis sangat berbeda dengan penelitian Nisa.

Hasil kajian Sukendro, dkk (2016) dengan judul ‘Nilai Fetisisme Komoditas Hijab (Kerudung dan Jilbab) Dalam Busana Muslimah’. Mengatakan bahwasanya terdapat muatan fetis pada produk hijab label lokal. Dengan menggunakan analisis kuantitatif, dalam penelitiannya menyatakan produk Zoya dan Rabbani ditemukan memiliki muatan fetis dikarenakan memiliki desain dari produk yang dipasarkan tidak sesuai dengan syariat Islam. Ini terbukri dengan memberikan beberapa motif dan warna yang mencolok, dan segala sesuatu yang sangat mengutamakan kecantikan dari perempuan. Berbeda dengan penelitian Sukendro yang fokusnya pada dua produk yang ternyata memiliki muatan fetis, penulis pada saat ini lebih berfokus pada muatan fetis yang ditampilkan oleh ikon-ikon muslimah dalam konten Instagram yang muncul di Indonesia, khususnya Dian Pelangi dan Zaskia Sungkar.

Selain itu, dalam penelitian ini penulis menggunakan analisis wacana dalam menuliskan temuan data yang telah diperoleh sebelumnya. Dengan pendekatan ini, penulis akan lebih fokus pada wacana tentang citra diri yang ditampilkan ikon muslimah (Dian Pelangi dan Zaskia Sungkar) yang juga berprofesi sebagai seorang desainer busan muslimah. Penulis juga menganalisis dengan menggunakan teori fetisisme komoditas sebagai pisau analisis dalam membongkar tujuan kedua ikon muslimah tersebut menampilkan citra dirinya.

Penelitian Istiani (2015) dengan judul ‘Konstruksi Hijab Fashion Bagi Moslem Fashion Blogger. Didalamnya disampaikan tentang munculnya

pemahaman pada blogger muslimah mengenai hijab fesyen yang dibaginya menjadi 3 motif yaitu atraksi, inspirasi, dan motif eksistensi dalam penggunaannya yang ditampilkan sebagai suatu tren fesyen yang baru. Ade menggunakan teori konstruksi sosial, interaksionalisme simbolik, dan fenomenologi sebagai pisau analisisnya dalam kajian penelitiannya. Dalam penelitiannya, penulis lebih memusatkan pada fenomenologi sebagai kunci dari penelitiannya, sehingga memusatkan langsung pada pengalaman, pemahaman makna, dan motif sang blogger fesyen muslimah.

Berbeda dengan penelitian tersebut, penelitian ini mengenakan media Instagram dari ikon muslimah yang selanjutnya ingin menguak tentang makna apa yang terkandung didalamnya. Penulis ingin mengetahui secara lebih mendalam tentang citra apa yang sedang dibentuk oleh ikon muslimah Dian Pelangi dan Zaskia Sungkar melalui media sosial Instagram. Penelitian ini akan fokus pada makna-makna pemilihan kata dan alasan mengapa kedua ikon muslimah tersebut memilih untuk menampilkan kalimat narasi pada unggahan instagramnya. Dengan menggunakan analisis wacana milik Van Dijk dapat ditemukan makna alasan keduanya menampilkan citra dirinya sebagai sosok kiblat berhijab di Indonesia saat ini. Selain itu, penulis juga menggunakan teori Adorno tentang fetisisme komoditas yang melihat bahwa ada makna dibalik citra yang dibentuk keduanya. Ini berkaitan dengan profesi keduanya sebagai seorang desainer busana muslim yang saat ini sedang banyak diminati karyanya.

BAB 3. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan penelitian

Penulis menggunakan metode penelitian analisis wacana, sehingga dapat mendeskripsikan secara mendalam tentang bagaimana identitas yang terbentuk dari muatan Instagram dari Dian Pelangi dan Zaskia Sungkar. Juga mengungkapkan tentang muatan fetisisme pada tampilan foto yang diunggah oleh kedua tokoh tersebut sebagai salah satu ikon muslimah yang menjadi *selebgram* di Instagram. Karena analisis wacana dianggap mampu mengungkapkan makna yang terkandung dalam kajian yang akan diteliti.

Selain itu penulis menggunakan teori sebagai alat yang digunakan untuk menjelaskan fenomena sosial yang akan dikaji pada penelitian ini. Dalam hal ini penulis menggunakan kajian kritis untuk menjelaskan bagaimana sebuah wacana tentang citra diri seorang individu, sehingga mampu mempengaruhi keinginan pasar kemudian pada akhirnya menjadi salah satu dari sebuah standar kebutuhan. Untuk itu dibutuhkan kerangka berpikir kritis untuk mampu mengungkapkan identitas yang dibentuk dari para ikon muslimah yang justru ternyata memiliki muatan fetisisme di dalamnya.

3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah media sosial instagram kedua ikon muslimah yaitu Dian Pelangi dan Zaskia Sungkar. Dalam hal ini media sosial instagram keduanya dipilih sebagai objek penelitian, karena kedua ikon muslimah tersebut banyak menggunakan media sosial instagram sebagai wadah dalam menampilkan citra dirinya. Selain itu media instagram juga merupakan media sosial yang sedang banyak digunakan saat ini. Berdasarkan data yang diperoleh (Rainie, dkk, 2012:595) bahwasanya sejak awal diluncurkannya pada tahun 2010, telah menarik lebih dari 150 juta pengguna aktif, dengan rata-rata 55 juta foto diunggah oleh pengguna per hari, dan lebih dari 16 miliar foto hingga saat ini.

Dalam memilah data, peneliti membaginya menjadi dua tema besar yaitu tema citra diri keluarga dan citra diri karir. Hal ini dilakukan agar dapat melihat

pola unggahan postingan instagram keduanya secara lebih tersistem, sehingga memudahkan peneliti dalam menganalisis menggunakan analisis wacana Teun A. Van Dijk. Dalam analisisnya kemudian akan terbagi menjadi tiga struktur teks, yaitu struktur makro, superstruktur, dan struktur mikro. Sehingga nantinya didapatkan data analisis wacana dengan lebih mendalam.

3.3 Sumber Data dan Batasan Waktu Penelitian

Sumber data dari penelitian ini adalah foto yang diunggah melalui media instagram milik Dian Pelangi dan Zaskia Sungkar. Sumber data tersebut didapatkan dari analisis teks pada kolom keterangan yang dituliskan oleh kedua ikon muslimah tersebut, juga analisis pendukung yang berasal dari kolom komentar netizen. Hal ini dikarenakan berkaitan dengan maksud dari citra diri yang ingin disampaikan oleh kedua ikon muslimah tersebut sebagai sosok perempuan panutan dalam berbusana muslim.

Selain itu data pendukung yang didapatkan dari media youtube dan situs resmi dari kedua ikon muslimah tersebut, data yang diperoleh dari buku-buku, jurnal, dan laporan hasil penelitian. Dalam penelitian ini, batasan data yang didapatkan berdasarkan tahun 2015 hingga 2018, hal ini dikarenakan maraknya penggunaan media sosial instagram di Indonesia dimulai pada tahun tersebut. Sehingga peneliti memilih batasan waktu tersebut sebagai data yang akan diteliti lebih lanjut.

3.4 Metode Analisis Data

Analisis Wacana Kritis atau (*Critical Discourse Analysis/CDA*) merupakan analisis wacana yang menggunakan teks untuk dianalisis. Di dalamnya juga dibahas hal-hal yang lebih kompleks dari studi bahasa dalam pengertian linguistik. Analisis ini lebih fokus untuk membahas tentang penggunaan bahasa yang digunakan untuk tujuan dan praktik tertentu termasuk di dalamnya yaitu praktik kekuasaan (Eriyanto, 2001:7).

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan analisis wacana milik Teun A. Van Dijk. Van Dijk menyampaikan bahwa analisis wacananya didasarkan pada

Analisis Sosial, Teks dan Kognisi Sosial. Ketiganya merupakan elemen yang ada dalam suatu teks wacana, dengan menggunakan ketiga elemen tersebut sebagai sebuah media, seorang individu bisa menciptakan sebuah wacana melalui tulisannya. Namun peneliti selanjutnya akan lebih fokus pada elemen analisis teks dan analisis sosial. Menurut Van Dijk dalam menganalisis suatu teks wacana, seorang peneliti juga harus melihat dari segi latar belakang mengapa suatu wacana tersebut muncul. Sebuah teks yang diciptakan oleh pemiliknya akan dipengaruhi oleh adanya ideologi yang melatar belakanginya, dengan kata lain teks tidak bisa berdiri sendiri. Kemudian Van Dijk juga membagi analisis Teks menjadi 3 elemen analisis yaitu struktur makro, superstruktur dan struktur mikro. Selanjutnya peneliti akan lebih fokus pada ketiga elemen tersebut. Secara garis besar, analisis wacana menurut Van Dijk adalah sebagai berikut :



Gambar 1. Skema analisis Teun A. Van Dijk

Sumber : Van Dijk dalam Eriyanto (2001)

Dalam penelitian ini, penulis hanya sebatas menggunakan dimensi analisis sosial dan teks. Ini dikarenakan keterbatasan penulis yang tidak melakukan wawancara langsung dengan Dian Pelangi dan Zaskia Sungkar. Berikut merupakan penjelasan tentang Teks dan Analisis Sosial yang akan digunakan peneliti dalam menganalisis teks instagram milik Dian Pelangi dan Zaskia Sungkar :

A. Teks

Pada dimensi teks, menurut Van Dijk (dalam Eriyanto, 2001: 225) hal yang penting untuk diteliti adalah struktur dari teks. Van Dijk banyak menggunakan analisis linguistik dalam menjelaskan bagaimana suatu teks wacana

dibentuk oleh pemiliknya. Sebuah teks yang diciptakan pasti memiliki makna dibalikinya. Dalam menemukan maksud dari suatu teks, Van Dijk membaginya menjadi analisis struktur makro, superstruktur dan struktur mikro. Ketiganya merupakan satu kesatuan utuh yang tidak dapat dipisahkan. Ketiganya memiliki peran penting sehingga peneliti wacana dapat memahami tujuan dari suatu wacana dibentuk.

<p style="text-align: center;">Struktur Makro</p> <p style="text-align: center;">Makna global dari suatu teks yang dapat diamati dari topik / tema yang diangkat oleh suatu teks.</p>
<p style="text-align: center;">Superstruktur</p> <p style="text-align: center;">Kerangka suatu teks, seperti bagian pendahuluan, isi, penutup, dan kesimpulan.</p>
<p style="text-align: center;">Struktur Mikro</p> <p style="text-align: center;">Makna lokal dari suatu teks yang dapat diamati dari pilihan kata, kalimat dan gaya yang dipakai oleh suatu teks.</p>

Gambar 2. Struktur teks Teun A. Van Dijk

Sumber : Van Dijk dalam Eriyanto (2001: 227)

B. Analisis Sosial

Dalam analisis sosial, (Van Dijk dalam Eriyanto, 2001: 225) banyak dijelaskan tentang bagaimana sebuah teks terbentuk yang dihubungkan dengan struktur sosial juga pengetahuan tentang suatu hal yang berkembang di dalam masyarakat atas suatu wacana. Sehingga sebuah wacana hadir ditengah-tengah masyarakat dipengaruhi adanya praktik kekuasaan dan akses yang mempengaruhi wacana. Seorang pencipta sebuah wacana pasti memiliki sebuah kuasa sehingga maksud dan tujuannya dapat tercapai, karena pengaruh dari adanya kekuasaan yang dimiliki oleh pencipta wacana. Seseorang dengan kuasa yang lebih tinggi pasti memiliki akses yang lebih luas cakupannya dalam menyampaikan wacananya.

Kemudian faktor kedua yang mempengaruhi suatu wacana dapat diterima adalah akses yang dimiliki dari pemilik wacana. Sebuah wacana pasti akan lebih

mudah tersalurkan pada objek yang dikenai wacana apabila memiliki akses yang mendukung untuk menyalurkannya. Seseorang dengan latar belakang kelas sosial atas pasti memiliki akses yang berbeda dengan kelompok orang yang berada pada kelas sosial bawah. Maka dalam penerimaan sebuah wacana juga akan berbeda dengan akses yang berbeda.



BAB 5. KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, terdapat dua karakter fetisisme yaitu pop fesyen muslimah dan hijrah fesyen muslimah. Karakter fetis populer fesyen adalah suatu gaya yang beraliran populer ditampilkan oleh Dian dengan kecenderungan eklektik, yaitu gaya campuran dari berbagai model aliran fesyen yang menjadi satu. Sementara karakter fetis hijrah fesyen yang ditampilkan Zaskia adalah suatu gaya mode fesyen dengan fokus pada perubahan gaya pakian yang awalnya terbuka menjadi lebih tertutup. Fetisisme merupakan alat yang digunakan sebagai komoditisasi fesyen muslimah, keduanya menjadi agen yang menempatkan nilai-nilai kapitalis di era milenial. Dikarenakan keduanya menggunakan media sosial sebagai arena dalam membangun karakter fetisme.

Jika dilihat secara lebih mendalam, keduanya sedang mawacanakan sebuah pakaian yang layak untuk digunakan pada sosok perempuan muslimah. Fetisisme keduanya dimunculkan melalui bagaimana cara mereka menomor satukan fesyen muslim. Keduanya ingin menyampaikan bahwa dengan mawacanakan mode fesyen yang diproduksinya, merupakan busana muslim yang layak dikenakan sebagai pakaian muslim. Maka dengan ini, fetisisme banyak dimanfaatkan dalam menjual komoditas miliknya untuk meyakinkan konsumen dalam pasar. Dengan menggunakan narasi nilai-nilai islam sebagai gaya jualnya, keduanya memiliki segmentasi pasar yang berbeda. Wacana yang sedang dibangun keduanya adalah fesyen muslimah atau dapat disebut sebagai sebuah mode pakaian perempuan islami. Kedua ikon muslimah tersebut menjadi sosok trendsetter bagi muslimah. Kemampuan kritis hadir dalam bentuk pemahaman pasar, sehingga segmen pasar menjadi berbeda.

Dian dengan gaya jualnya berupa narasi nilai-nilai agama yang diwujudkan dengan bakti terhadap kedua orang tuanya, sedang menyampaikan kepada pembaca bahwa pakaian yang diproduksi olehnya mencerminkan sosok perempuan muslim yang berbakti pada orang tuanya. Pada karakter fetisnya, Dian banyak menampilkan hubungan relasi sosial dengan ayah dan ibunya. Hal ini

kemudian berdampak pada bentuk produksi pakaian miliknya. Dian banyak menggunakan ornamen yang *eye catching*, memaksimalkan bentuk tubuhnya, juga warna yang mencolok. Sesuai dengan karakternya sebagai seorang perempuan yang single, produksi model pakaiannya dibuat agar orang lain memperhatikan penggunaannya. Artinya pangsa pasar yang dituju oleh Dian adalah anak-anak muda dan kelompok orang yang sedang belajar dalam mengenakan pakaian muslimah. Sehingga aliran mode fesyennya disebut sebagai fetis populer fesyen.

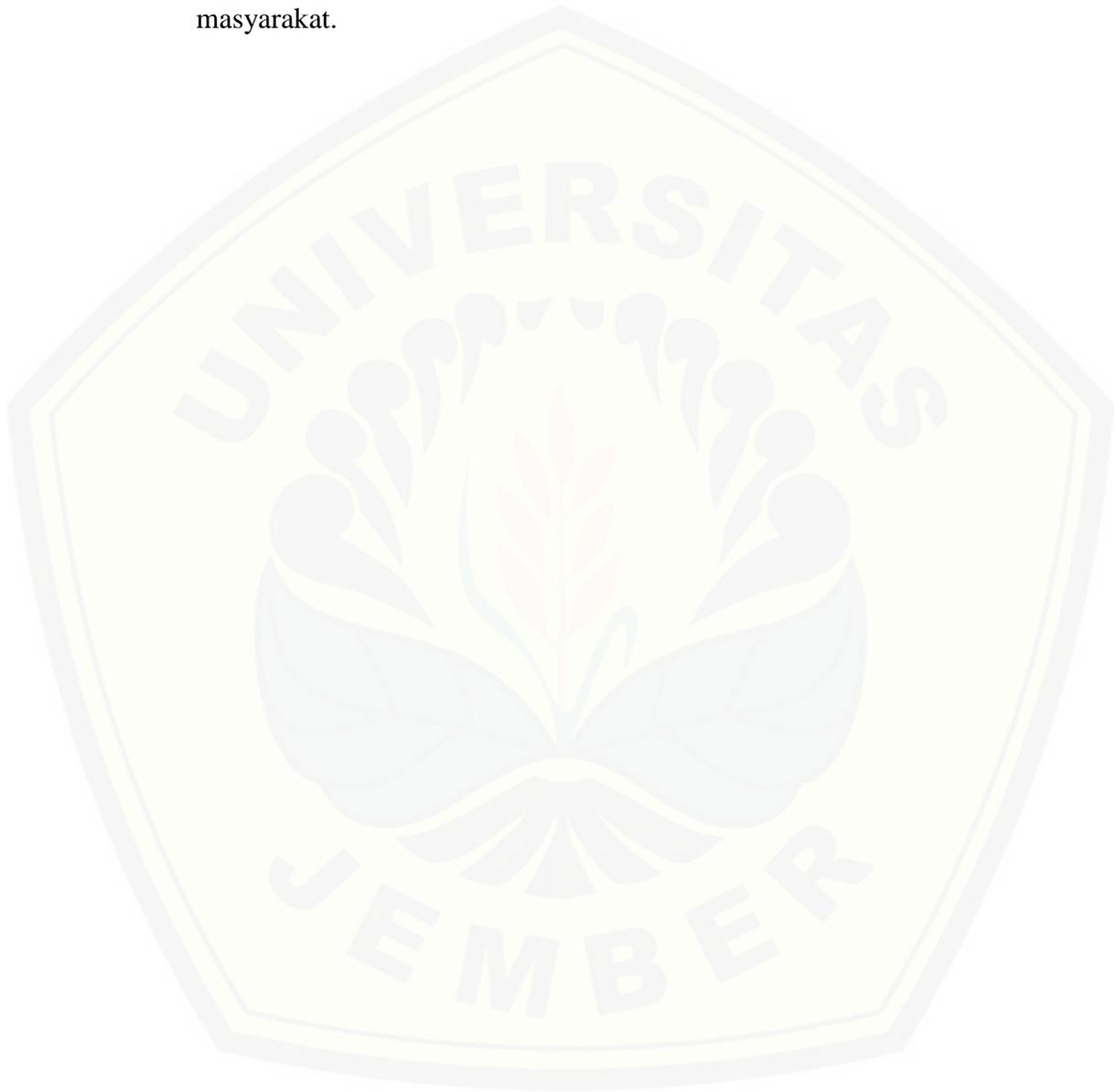
Berbeda dengan Zaskia yang banyak menampilkan karakter fetis melalui relasi sosialnya dengan suaminya, sesuai dengan narasi nilai Islami yang memperlihatkan baktinya sebagai seorang istri. Zaskia sedang menyampaikan bahwa, produksi pakaiannya merupakan busana muslim yang layak untuk menggambarkan bakti dari perempuan terhadap suaminya. Sehingga Zaskia banyak menampilkan bentuk pakaian yang tertutup, warna pakaian yang *soft*, berjubah panjang, dan tidak memperlihatkan bentuk lekuk tubuh. Berdasarkan produksi pakaiannya tersebut, maka pangsa pasarnya kelompok perempuan yang telah berkeluarga. Maka dari itu dalam karyanya tidak memperlihatkan lekuk tubuh yang hanya dapat dilihat oleh suaminya. Sehingga karakter fetis Zaskia dapat disebut sebagai fesyen hijrah.

5.2 Saran

Berdasarkan dari penelitian yang telah dilakukan saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Terdapat dua karakter fesyen yang perlu penelitian lebih lanjut, karena bisa jadi terdapat karakter-karakter lainnya selain fetis populer fesyen dan fetis hijrah fesyen. Dengan demikian, penelitian ini dapat dijadikan sebagai rujukan sehingga nantinya dapat dilakukan penelitian lebih mendalam, apabila memiliki tema penelitian yang sama.
2. Penggunaan media sosial berdasarkan penelitian adalah sebagai arena dalam pemasaran atau komodifikasi fesyen. Maka perlu literasi bagi para pembaca untuk bisa memahami, apabila media sosial dijadikan arena pasar komoditas fesyen. Sehingga masyarakat nantinya tidak terkomodifikasi

untuk menjadi konsumen dari trendsetter. Pakaian bagi wanita muslimah adalah wajib menutup aurat, untuk itu secara sosiologis pentingnya penanaman nilai-nilai dasar dalam Islam. Bahwa ideologi adalah pilihan, namun tetap harus kembali pada nilai-nilai dasar yang sesuai dengan kondisi masyarakat.



DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Adorno, Theodore W. 1991. *The Culture Industry. Selected Essays On Mass Culture*. London: Routledge.
- Adorno, Theodor W. dan Max Horkheimer. 2002. *Dialektika Pencerahan Mencari Identitas Manusia Rasional*. Diterjemahkan oleh: Ahmad Sahidah. Jogjakarta: IRCiSoD.
- Anwar, Etin. 2017. *Jati Diri Perempuan Dalam Islam*. Bandung: Mizan.
- Barker, Chris. 2004. *Cultural Studies, Teori dan Praktik*. Diterjemahkan oleh: Nurhadi. Bantul: Kreasi Wacana.
- Brewer, Anthony. 2016. *Kajian Kritis Das Kapital Karl Marx*. Yogyakarta: Narasi.
- Chaney, David. 2017. *Lifestyles. Sebuah Pengantar Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Eriyanto. 2003. *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LkiS.
- Ibrahim, Idi Subandy. 2007. *Budaya Populer Sebagai Komunikasi*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Strinati, Dominic. 2016. *Popular Culture (Pengantar Menuju Teori BUDAYA POPULER)*. Yogyakarta: Buku Seru.
- Van Dijk, Teun A. 1998. *A Multidisciplinary Approach*. London: Sage publications.

Skripsi

- Dina, Nisa Bella. *Representasi Kecantikan Perempuan Berhijab pada Akun Instagram Selebgram Hijab (Analisis Wacana Sara Mills)*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro.
- Husyen, Syarif. 2015. *Antropologi Jilboobs: Politik Identitas, Life Style, Dan Syari'ah*. Yogyakarta: Universitas Negeri Sunan Kalijaga.
- Istiani, Ade Nur. 2015. *Konstruksi Hijab Fashion Bagi Moslem Fashion Blogger*. Sumatra: Universitas Lampung.

Jurnal

- Muhammad, A. A. 2014. *Strategi Hijrah: Prinsip-prinsip dan Ilmiah Tuhan*. Solo: Tiga Serangkai
- Rainie, L; Brenner, J; and Purcell.K. 2012. *Photos and videos as socia; currency online. Pew Internet and American Life Project*.
- Reksa, Abdul. F. A. 2015. *Kritik Terhadap Modernitas. Dialektik Of Enlightenment. Theodore W. Adorno dan Max Horkheimer*: California Stanford University Press.
- Sheyhosislami, Jaffer. 2015. *Critical Discourse Analysis*. Canada: Carleton University.
- Sitalaksmi, Keke Meidyluana. 2016. "Representasi Indonesia dalam Media Sosial (Analisis Semiotika Roland Barthes dalam Akun Instagram

@instanusantara)". Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro.

Sukendro, Gatot, dkk. 2016. *Nilai Fetisisme Komoditas Gaya Hijab (Kerudung Dan Jilbab) Dalam Busana Muslimah*. Bandung: Institut Teknologi Bandung.

Welty, Gordon. 1984. *"Theodor Adorno and the Culture Industry," presented to the Annual Meeting of the Popular Culture Association, Toronto*. USA: Wright State University.

Internet

Profil instagram Zaskia Sungkar. <https://www.instagram.com/zaskiasungkar15/>. [Diakses pada 23 September 2017]

Profil instagram Dian Pelangi. <https://www.instagram.com/dianpelangi/>. [Diakses pada 23 September 2017]

Profil instagram Kia by Zaskia Sungkar. <https://www.instagram.com/kiabyzaskiasungkar/>. [Diakses pada 23 September 2017]

Profil instagram Dianpelangi.com. <https://www.instagram.com/dianpelangicom/>. [Diakses pada 28 September 2017]

Edwin, Yoseph. *Instagram Beberkan Fakta-Fakta Pengguna di Indonesia*. Diakses pada: <https://beritagar.id/artikel/sains-tekho/instagram-beberkan-fakta-fakta-pengguna-di-indonesia> [9-10-2018]

Masuk Daftar 500 Tokoh Mode Berpengaruh Dunia. <https://gaya.tempo.co/read/702978/dian-pelangi-masuk-daftar-500-tokoh-mode-berpengaruhdunia#yTjie4LToZVBJDP7.99> [Diakses pada 23 September 2017]

Suara Karya. *RI Bisa Jadi Pusat Busana Muslim*. <http://www.kemenperin.go.id/artikel/3959/RI-Bisa-Jadi-Pusat-Busana-Muslim> [Diakses pada 23 September 2017]

Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. *Mimpi Indonesia: Kiblat Fashion Muslim Dunia*. <http://www.kemenperin.go.id/artikel/4051/Mimpi-Indonesia:-Kiblat-Fashion-Muslim-Dunia> [Diakses pada 23 September 2017]

Lampiran 1 :



dianpelangi • Following
Gahoeong, Seoul

dianpelangi Meet professor Kim Kyung-yeol. A Korean artisan that has been dyeing fabrics and reproducing historical clothing for more than 30 years. Professor Kim has reproduced historical costumes with the help of his wife, Lee Hyung-sook, who is herself a hanbok maker. In 2006, after one year of work, he finished reproducing a red armor worn by Yi Bong-sang, a high commander of the Joseon Kingdom. The original armor had been torn apart. With the armor, he won the top prize at the

17,971 likes
5 DAYS AGO

Add a comment...



dianpelangi • Following
The Ritz-Carlton Jakarta

dianpelangi "I can't promise to solve all your problems but I can promise you won't have to face them alone."
.....
Setelah perjalanan panjang, ingat ya Dinda, that we always got your back no matter what. blood is thicker, always. Barakallah untuk pernikahanmu, adiknya. Love, mas Dion and mbak Dian.
.....
Buat yang selalu nanyain "dimana Dinda? Kok nggak pernah kelihatan lagi?" Doain yaa, Dinda lagi mondok di Nusa Tenggara Barat. Banyak yang nanya juga "Sepertinya sampe kakaknya nikah nggak pulang?". Dinda belum boleh pulang karena masih fokus program tahfiz Al-Qur'annya, mohon doanya banget biar Dinda bisa cepet hafal dan bisa cepet pulang, udah 10 bulan nggak ketemu, alupun kangen. #mevек

61,791 likes
APRIL 12

Add a comment...



dianpelangi • Following
Tokyo, Japan

dianpelangi "Pretty face is a gift, but Elegance is self-created work of art."
.....
Dress from @shopdianpelangi @dianpelangicom

Load more comments

anggie3871 Sempat jadi pertimbangan harga alat pembesar payudara bisa buat payudara besar dan kencang cuma dalam waktu 7 hari aku pun ganyangka awalnya pas udah gunain dalam ruangan hari payudara aku bisa besar dan kencang itu semua berkat rekomendasi sista yang begitu luar bisa kiki aja @DR.RAHMANAWATI_BEAUTY. Inilah dida Sista nih lagi ada yang lagi buming bumingnya alat pembesar payudara dan pengencang cuma dalam waktu 7 hari payudara aku banyak yg muji.

35,315 likes
MARCH 9

Add a comment...



dianpelangi • Following
Jakarta, Indonesia

dianpelangi "The magic thing about Home is that it feels good to leave, and it feels even better to come back." #Jakarta #HomeSweetHome

megaayunda8106 Tux ya ka uduh revidenduin produk pelangiang di @DRS.AGUSTINA_BEAUTYHERBAL searar aku nurun 10kg dalam 3 minggu. aku jd gak under lagi. j PHONE / WA : +628382975265.

megaayunda8106 Tux j8 ka uduh revidenduin produk pelangiang di @DRS.AGUSTINA_BEAUTYHERBAL searar aku nurun 10kg dalam 3 minggu. aku jd gak under lagi. j PHONE / WA : +628382975265.

megaayunda8106 Bennerannn terbuukkttt ka prodduk peleanggsing dan @ @DRS.AGUSTINA_BEAUTYHERBAL

37,604 likes
MARCH 11

Add a comment...



dianpelangi • Following

dianpelangi 10 years of an amazing journey. When I look back to the beginning of my career in this industry, never have I thought that I will get this far, to this point. Forbes 30 under 30 Asia - 2018, for TWO categories : Celebrity and The Arts. The young Dian, wanted only to express her idea, to introduce modest fashion to the world and to make her parents and family proud. Alhamdulillah all the hard work has been paid. This recognition is not merely an achievement for me, but also a responsibility and a reminder, to keep going, to inspire, to be down to earth, and to encourage you, you and you, that "You Can". Thank you @forbes @forbesasia

Bisa. Walau tangan dan lutut gemetar. Walau gigi gemeretak dan suara parau.

38,083 likes
MARCH 28

Add a comment...



dianpelangi • Following

dianpelangi My parents waiting for the very first grandchild.....
Rushing back home to see the little one from my brother @dionmuhammad and my sister in law kak @nauzafitri, doan ya temen temen supaya persalinan kakak iparku lancar, dede bayi ama ibunya sehat, pas banget sampe Jakarta si keponakan pertamaku ini langsung mau keluar. Nggak sabar ketemu si dede.

Load more comments

dindasyafania Inhh galkutt
Indahederra adem banget fiat bapak ibu, selamat atas keponakan baru nyaa yaaa @dianpelangi

rahmawatiemma.21 Mba Dianng persalinan kakak iparnya lancar, sehat, debay dan ibunya Asamin.

35,045 likes
FEBRUARY 2

Add a comment...



zaskiasungkar15 • Following

zaskiasungkar15 < #wearingKIA >
@kiabyzaskiasungkar

Load more comments

setiawan0095 Hati jadi Adem kak @zaskiasungkar15

vonny_ps Adem bgt lhatny Kak 🥰🥰🥰🥰

rumahbatik.kita Dapatkan potongan harga 5rb/pcs untuk pembelian minimal 3 item & 10rb/pcs untuk pembelian minimal 5 item

lin7284 Cak dm kak... plus ini ttg palestina

yenny_albian 🌟

adie.sitooke Cantik

shafastore_id Selalu cantik, heran 🌟

bolu_kenong_rahayu Adeem wajahnya sejuk

dheeealuconsina 🍷🍷🍷🍷

114,851 likes

2 DAYS AGO

Add a comment...



zaskiasungkar15 • Following

zaskiasungkar15 < R U Q A Y Y A - Ramadan Capsule Collection >
@kiabyzaskiasungkar

Load more comments

icha_shop8961 mari dicoba sista agan sudah terbukti kok makanya saya ikut share web ini paanepedawp.com dan free "paanepedaw" net (ganti "jasi" tsik)

zuli_galerymutimiah free kelas Indonesia -> .sid/18fo

nikighonia Brpn @zhirensungkar

verlynsnop_Heyo buat kalian yang lgi ori kado/outfit/hasan kamar yang bagus dan lucu-lucu? tpi budgetnya pas-pasan? gak perlu khawatir bisa langsung mampir ke lg kita aj sissy 🥰

pretovedjak3 Mampir ke IG kita ya kak annehoo stuff ceve dan cowo MURAH

48,330 likes

MAY 4

Add a comment...



zaskiasungkar15 • Following

zaskiasungkar15 < new favorite color palette > warna seragamnya @jannahtravel 🌟🌟

Load more comments

grosihjabrawis06 Segiempat rawis 18k

resti_maulana Cantik nyaaa

audizashellaa26 kak @zaskiasungkar15 baca DM ku dong... pliss

arie_daun 🌟🌟🌟

sopiana8 Assalamualaikum kk kalau boleh tw hjab nya bahan apa ya kak @zaskiasungkar15

solowebofficial jasa pembuatan website wanoja_gumawang Teh @zaskiasungkar15 gmna tipsnya gk galauuuu meski blm dikasi rezeki ketuntan alku mau donkkkkk tipnyaaaa 🌟🌟🌟🌟🌟

85,144 likes

MAY 2

Add a comment...



zaskiasungkar15 • Following

zaskiasungkar15 < partner makan >

Load more comments

maimunara Ya ALLAH berikan momongan k kia ya ALLAH amin

iishaniif Mirip 🥰

kefirfirusakumbang bpom Lope Lope indahhretro @ghtawidy89 yoikk

zaki_maulana32 Kk mirip abg ya

wieta.wieta.129 Sukses kak irwan sm mbak kia, semoga Allah menjajah doa2 embak aminin ya Allah

retnooo_75 Aku suka dech M pasangan ber2..hummm kilatanny adem 🥰

sudaryate11 Mirip masya Allah

h_sitirunul Cantik dan tampan 🥰🥰

althalatihya Teh kias boleh tau lipsticknya

221,985 likes

APRIL 23

Add a comment...



zaskiasungkar15 • Following

zaskiasungkar15 < ahamduillah hari ini Mt shahabiyah ada sahabat baru lagi MashaAllah, semoga bisa saling ngingetin di jalan Allah! >

Load more comments

kamilamilatina Seneng lathnyaaaa

_indahrahm4 Klo mau ikut pengajian nya boleh ga @zaskiasungkar15? gimana caranya?

rumahkuae_lig Nice... flback ya kak 🌟

117,584 likes

APRIL 15

Add a comment...



zaskiasungkar15 • Following

zaskiasungkar15 thanks for ur love and care , Thanks for your tender love. You'll never really know. How happy that you've made me and how much I love you so... @irwansyah_15

Load more comments

sunrise_dpg Keluarga samara

unama_official Langgeng yas 🌟🌟🌟

indah_gal Suka deh liat @zaskiasungkar15 dan @irwansyah_15 langgeng sampai kakak nenek ya

immanasution Suka banget dengan pasangan ini langgeng ya kk @irwansyah_15 ang @zaskiasungkar15

numala789 So sweet biggiitt..jd pengen di dish bunga

fullprintedpants 🌟🌟

15,203 likes