

## ***Selfie* : Polimediiasi Identitas Perempuan Berjilbab di Instagram**

**Juliana Kurniawati, Mukhlizar**

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Bengkulu juliana@umb.ac.id

### **Abstrak**

*Selfie*, sebuah kata yang lazim diperbincangkan, dibaca serta dilakoni oleh para pengguna media sosial. *Selfie* adalah salah satu *word of the year* yang tercantum pada kamus *Oxford* terbitan tahun 2013. Tulisan ini mengkaji tentang polimediiasi identitas pada foto *selfie* seksi perempuan berjilbab dalam akun @jilbabfanspage. Kajian ini bertujuan untuk mengetahui tentang praktek polimediiasi identitas dalam foto *selfie* perempuan berjilbab pada akun @jilbabfanspage. Untuk menjawab pertanyaan tersebut maka akan dilakukan pengamatan pada foto-foto *selfie* perempuan berjilbab dalam akun @jilbabfanspage kemudian melakukan penelusuran selanjutnya pada akun pribadi perempuan yang mengirim foto pada akun tersebut. Kajian ini menggunakan pendekatan teori polimediiasi Michelle Calka dan teori identitas Katryn Woodward untuk melihat beragam identitas yang ditampilkan oleh perempuan berjilbab dalam akun @jilbabfanspage. Selain itu akan dikaji juga kemungkinan adanya kontradiksi antara identitas agama dengan identitas yang dibangun di Instagram. Tulisan ini menggunakan metode kualitatif. Metode penelitian kualitatif ini berfokus pada praktek polimediiasi identitas perempuan berjilbab di Instagram. Menggunakan konsep-konsep polimediiasi, identitas, modernitas, dan media sosial. Tiga hal yang terjadi pada lima akun pribadi perempuan berjilbab yang menjadi bahan kajian yaitu terjadinya proses pencarian identitas, bermain dengan identitas serta negosiasi dengan identitas diri,

**Kata kunci:** *selfie*, polimediiasi, identitas, perempuan berjilbab

## Pendahuluan

*We are already experiencing the cultural effects of the digital revolution that is underway* (Cross dalam Nasrullah, 2016:xi). Revolusi teknologi dan media baru terhubung dalam segenap aspek kehidupan manusia. Media sosial sebagai bagian integral dari media baru serta merta turut mengambil bagian dalam revolusi ini. Kehidupan mayoritas manusia pada era teknologi informasi tidak lengkap tanpa *gadget* canggih. *Gadget* canggih telah menjadi bagian dari kebutuhan primer bagi masyarakat modern. Tingkat kecanggihan fitur *gadget* serta harga menjadi salah satu tolok ukur *life style* seseorang dalam pergaulan.

*Gadget* berupa *handphone* yang awalnya hanya untuk komunikasi jarak jauh baik lewat suara maupun teks kini dilengkapi berbagai macam fitur dengan bermacam fungsi. Fitur tersebut diantaranya fitur untuk foto *selfie* dengan bermacam aplikasi yang dapat diunduh dari *playstore*. Hasil foto *selfie* ini melalui proses diseleksi, dipilih yang terbaik menurut pengguna selanjutnya foto terbaik diunggah ke akun *social media* atau

dijadikan foto *profile* pada akun *Twitter*, *Blackberry Messenger*, *Line* dan akun media yang lain seperti Instagram atau Facebook. Bagi beberapa orang *netizen* sejati akan merasakan hampa ibarat sayur tanpa garam apabila sehari saja tidak *update* foto dan status di media sosial. Para pelaku industri teknologi komunikasi menangkap peluang ini dengan menyediakan perangkat aktivitas *selfie* seperti memproduksi tongkat narsis (*tongsis*) serta yang terbaru adalah *drone selfie* dengan nama *air selfie*.

*Selfie (self-portrait)* atau dalam Bahasa Indonesia disebut sebagai swafoto merupakan salah satu fenomena yang populer terutama pada kalangan pengguna sosial media. Aktivitas memotret diri sendiri telah dikenal sejak abad ke-19 walaupun istilah *selfie* sendiri baru muncul pada abad ke-21. Aksi potret diri sendiri yang dipraktekkan oleh seorang anak laki-laki mulai dilakukan pada tahun 1907 di Naim, Scotlandia. Anak laki-laki ini memotret diri sendiri di depan sebuah cermin. Foto kedua yang ditemukan juga menggambarkan seorang pria yang sedang memotret diri dihadapan sebuah cermin. Foto kedua diambil dari sebuah rumah di

kawasan Broughty Ferry. Foto-foto bersejarah yang termasuk dalam karakteristik foto *selfie* tersebut disimpan di Royal Commission on the Ancient and Historical Monuments of Scotland (<http://sidomi.com/272005/foto-selfie-telah-eksis-sejak-tahun-1900-an/> diakses pada 1 Juni 2017). Sejarah ini diperkuat oleh Grenoble dalam Holiday et.al (2016:175) sebagai berikut meskipun *selfie* telah menjadi bagian budaya modern yang dapat kita temui diberbagai tempat, didorong oleh munculnya media sosial dan *smartphone*, *selfie* bukanlah fenomena modern. *Selfphotograph* pertama yang telah didokumentasikan diambil pada Oktober 1839 oleh seorang fotografer bernama Robert Cornelius.

Mayoritas manusia yang menggunakan media sosial pernah melakoni *selfie*. Foto *Selfie* yang diunggah ke media sosial maupun yang hanya disimpan dalam *memory handphone*. *Selfie*, sebagai salah satu *trend* kekinian yang telah menjadi budaya dan dapat diterima oleh masyarakat. Budaya yang telah dilakoni oleh anak-anak, remaja, dewasa sampai orang tua, dimana media sosial sebagai eksistensi diri. Dimanapun kita berada dan

kapanpun, kita dapat dengan mudah melihat aktivitas *selfie* tersebut. *Selfies are suddenly ubiquitous* (Senft&Baym, 2015:1589).

Kegemaran masyarakat untuk foto *selfie* pun telah menjadi komoditas tersendiri bagi kalangan pelaku industri. Untuk memasarkan produknya, mereka menggelar berbagai kontes foto *selfie* dengan berbagai tema. Lomba foto *selfie* tersebut disertai persyaratan tertentu dimana kemudian harus diunggah ke *social media* dengan *hashtag* seperti yang telah ditetapkan oleh penyelenggara. Selain dalam bentuk kontes, ada beberapa perusahaan yang akan memberikan diskon tertentu ataupun hadiah dan *mercandise* kepada masyarakat yang mengunggah foto *selfie* disertai produk atau berlatar belakang toko atau gerai perusahaan tersebut.

Ketika kita akan mengunggah foto *selfie*, sudah pasti kita akan melakukan seleksi. Kita akan mengunggah foto yang menurut kita paling bagus dalam menampilkan citra diri kita dihadapan khalayak dunia maya. Dalam dunia maya identitas diri seakan mencair, kita bisa menjadi siapa saja sesuka kita, karena dunia maya seakan identitas kedua kita.

Termasuk dalam aktivitas foto diri, kita dapat menjadi siapa saja dengan menggunakan kostum yang kita inginkan. Dunia maya seakan menjadi panggung dramaturgi, dimana semua orang dapat mengkonstruksi dirinya termasuk dengan perempuan berjilbab. Semakin mudahnya kita untuk membentuk identitas melalui media sosial menjadi semacam arena baru bagi perempuan berjilbab untuk menjadi *self* yang dipilihnya dalam upaya melakukan eksistensi.

Masyarakat mengkonstruksi perempuan berjilbab sebagai perempuan yang mengusung nilai *modesty*, nilai kesopanan dan nilai kesederhanaan dalam menampilkan citra dirinya sebagaimana aturan dalam agama. Namun jamak kita temui foto *selfie* perempuan berjilbab yang berlawanan dengan nilai-nilai tersebut di media sosial. Kesan *glamour* nan seksi dalam mendandani tubuh justru yang ditampilkan oleh beberapa perempuan berjilbab dalam foto *selfie* mereka. Dunia sosial adalah dunia simulasi dimana identitas yang mencair menjadi multi identitas. Fenomena yang terjadi dalam realitas virtual adalah diri (*self*) yang bercerai dengan yang nyata (*real self*),

sehingga diri yang telah bercerai ini akan membentuk diri kembali (*self create/self fashion*). Bahkan Piliang dalam Demartoto (2012) menuliskan bahwa diri juga akan membiak atau berlipat ganda (*multiple-self*) tanpa akhir, di dalam sebuah arena yang bebas identitas (*identity game*).

Ketertarikan penulis untuk mengkaji mengenai polimediasi identitas perempuan berjilbab di Instagram berawal ketika penulis melihat akun seorang perempuan di Instagram. Perempuan ini dalam kehidupan sehari-hari (*offline*) mengenakan jilbab namun unggahan di Instagram menampilkan foto diri yang tidak mengenakan jilbab. Berdasarkan hal tersebut akhirnya penulis menelusuri beberapa akun perempuan berjilbab di Instagram. Penelusuran menghasilkan beberapa akun yang cukup menarik untuk dikaji, guna membatasi bahan kajian maka penulis memilih akun @jilbabfanspage. Akun @jilbabfanspage berisi kumpulan foto perempuan berjilbab. Namun akun ini berbeda dengan akun-akun yang berisi kumpulan foto berjilbab lainnya, akun ini menampilkan kumpulan foto perempuan berjilbab dengan pose seksi. Akun ini merupakan akun kompilasi foto.

Penelitian mengenai *selfie* pernah dilakukan diantaranya berjudul “*What Does the Selfie Say, Investigating a Global Phenomenon*” karya Theresa M.Senft dan Nancy K.Baym yang dimuat dalam *International Journal of Communication* 9 (2015). Penelitian ini memaparkan mengenai perjalanan *selfie* sebagai fenomena global. Penelitian lain terkait *selfie* yang lainnya berjudul “*The Selfie and The Transformation of The Public–Private Distinction*” karya Michael James Walsh & Stephanie Alice Baker dimuat dalam *Jurnal Information, Communication & Society* (2016). Penelitian ini memaparkan mengenai produksi dan konsumsi *selfie* dengan menggunakan pendekatan dramaturgical dari Goffman, untuk mengeksplorasi bagaimana 'Presentasi diri' terjadi dalam konteks *selfie*. Tentang privasi disimpulkan terkait peran *selfie* dan dampaknya terhadap batas antara domain publik dan domain pribadi dalam kehidupan sosial kontemporer. Sementara artikel lain masih terkait *selfie* berjudul “*Self-representation and the disaster event: self-imaging, morality and immortality*” karya Yasmin Ibrahim yang diterbitkan di *Journal of Media Practice* (2016). Artikel

ini membahas tentang politik moral dari kesengsaraan dan bencana terkait “*disaster selfie and disaster porn*”, serta etika citra secara *online*.

Kajian ini berbeda dengan tiga tulisan diatas dimana fokus penelitian dalam tulisan ini adalah mengenai polimediasi identitas perempuan berjilbab pada foto *selfie* seksi yang diunggah pada *newsfeed* akun @jilbabfanspage. Pertanyaan yang diajukan dalam tulisan ini adalah “bagaimana praktek polimediasi identitas dalam foto *selfie* perempuan berjilbab pada akun @jilbabfanspage?” Untuk menjawab pertanyaan tersebut maka akan dilakukan kajian terhadap foto-foto *selfie* perempuan berjilbab pada akun @jilbabfanspage kemudian melakukan penelusuran selanjutnya pada akun pribadi perempuan yang mengirim foto pada akun tersebut. Kajian ini menggunakan pendekatan teori polimediasi Michelle Calka dan teori identitas Katryn Woodward untuk melihat beragam identitas yang ditampilkan oleh perempuan berjilbab dalam akun @jilbabfanspage. Selain itu akan dikaji juga kemungkinan adanya kontradiksi antara identitas agama dengan identitas yang dibangun melalui foto di

Instagram. Tulisan ini menggunakan metode kualitatif. Metode penelitian kualitatif ini berfokus pada praktek polimediasi identitas perempuan berjilbab di Instagram. Menggunakan konsep-konsep polimediasi, identitas, modernitas, dan media sosial.

### **Metodologi Penelitian**

Metodologi penelitian adalah serangkaian cara atau teknik yang disusun secara sistematis untuk menjawab rumusan masalah. Teknik ini akan digunakan oleh penulis untuk mengumpulkan data penelitian kemudian melakukan analisis atas data yang disesuaikan dengan subjek atau objek yang diteliti. Data berupa teks yang belum terstruktur diubah menjadi data terstruktur. Tulisan ini merupakan kajian teks dengan korpus penelitian berupa unggahan foto selfie perempuan berjilbab pada akun @jilbabfanspage yang merupakan akun kompilasi.

Kajian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode netnografi dan studi literatur. Penulis mengamati aktivitas unggahan pada akun Instagram perempuan berjilbab dalam praktik selfie. Studi literatur dalam kajian

ini dilakukan dengan melakukan analisis dan *review* data dari buku, jurnal dan kajian mengenai praktik selfie. Netnografi merupakan adaptasi dari metode etnografi yang memfokuskan diri pada riset digital untuk mengkaji praktik-praktik komunikasi di era digital.

Kozinets (2010) menuliskan bahwa netnografi sangat ideal untuk penelitian *online* yang dilakukan untuk penelitian ini karena memperluas pengertian tradisional tentang etnografi dari pengamatan interaksi tatap muka ke pengamatan interaksi yang dimediasi secara teknologi dalam jaringan dan komunitas *online*. Netnografi mampu melengkapi dan menggabungkan serangkaian teknik dan pendekatan penelitian yang sangat berbeda. Netnografi dapat dikombinasikan dengan studi kasus. Berdasarkan hasil penelusuran ditemukan akun-akun yang mempraktikkan polimediasi identitas.

Kajian ini mnegetengahkan analisis wacana yang dikonstruksi melalui teks termasuk gambar bukan sesuatu yang muncul secara alamiah dan tidak netral, ada pertarungan atau relasi kuasa di dalamnya. Analisis wacana kritis bekerja untuk

menjelaskan serta mengkritisi isi teks terkait dengan konteks tentang isu tertentu.

Berbicara masalah validitas penelitian, metode analisis wacana yang merupakan bagian paradigma kritis mendasarkan validitas intertekstual pada penafsiran/interpretasi penulis pada teks. Hal tersebut menyebabkan sisi subjektivitas tidak dapat dihindarkan dalam penelitian. Hasil dan interpretasi yang berbeda pada lokus penelitian yang sama sangat mungkin terjadi karena pengalaman dan pengetahuan penulis yang berbeda. Validitas menggunakan triangulasi bukanlah ukuran berkualitas tidaknya sebuah penelitian dalam paradigma kritis. Paradigma kritis lebih memperhatikan kemampuan penulis untuk mengangkat konteks sosial, ekonomi, politik dalam penelitiannya. Kredibilitas analisis wacana meningkat ketika teks diinterpretasikan secara kritis. Serta menjelaskan peran bahasa dalam mempertahankan atau mereproduksi ketidakadilan dalam kaitannya dengan aktor yang terlibat. Analisis wacana terjadi pada tataran linguistik, fokus analisisnya adalah pada fungsi bahasa dengan berfokus pada menafsirkan hubungan antara teks dan

aspek kehidupan sosial (Gee (2005) dalam Jamani, 2014:802-805).

## **Hasil dan Pembahasan**

### ***Polymediation* dan Identitas : Relasi Antara *Self* dan Media**

Dalam mengkaji foto *selfie* perempuan berjilbab pada akun @jilbabfanspage ini menggunakan teori *Polymediation* Michelle Calka. Calka dalam Herbig&Herrmann (2015), menyatakan bahwa polimediasi bukanlah sebuah produk namun sebuah proses yang terus berjalan. Dijelaskan lebih lanjut dalam buku yang berjudul "*Beyond New Media, Discourse and Critique in A Polymediated Age*" sebagai berikut : bagian dari cara kami mendefinisikan polimediasi dalam pendahuluan adalah dengan mengakui hubungan antara teknologi, situs komunikasi yang dimediasi, dan proses komunikasi. Definisi tersebut juga memanggil kita untuk memeriksa "hasil dari konvergensi dan fragmentasi." Saya ingin memperluas area definisi kerja kita ini untuk mengeksplorasi beberapa kemungkinan hasil konvergensi dan fragmentasi: yaitu, bagaimana polimediasi dapat memengaruhi kinerja diri/diri kita.

Relasi antara media, identitas dan budaya dijelaskan oleh Calka dalam Herbig&Herrmann (2015) melalui empat karakteristik polimediasi sebagai berikut :

1. ***Ubiquity***

*“the widespread and often simultaneous accessibility and presence of media”* (Herbig&Herrmann, 2015:15). *This just means it is all around us all the time (remember that meaning of – poly!)”*. Akses dan kehadiran media yang meluas dan simultan/serentak berada disekitar kehidupan kita, demikian halnya dengan fenomena *selfie* yang diunggah di media sosial. Berbagai informasi kita dapati dari media sosial dan kita terhubung dengan banyak orang didalamnya. Namun kemungkinan kita akan merasa terganggu oleh berbagai hal di dalamnya, seperti adanya berita bohong (*hoax*), ataupun foto yang mengerikan ataupun justru yang mengandung unsur pornografi.

2. ***Shape-shifting authorship***

Karakteristik lain dari polimediasi yang berkaitan dengan kinerja

identitas adalah pergeseran sifat duplikasi dan kepemilikan konten. Pesan dimediasi oleh penulis yang berbeda dalam konteks yang berbeda. Pengguna individu memiliki kekuatan yang lebih besar untuk membuat dan mendistribusikan konten; *viewers* bukan hanya konsumen, tetapi juga produsen. Gambar/frase yang sama dapat digunakan dengan cara yang berbeda dengan pembuatnya yang berbeda pula.

3. ***Simultaneous Fragmentation and Merged/Unified Performance of Identity***

Kehadiran diri secara *online* adalah bagian dari siapa kita, dan dilakukan secara khusus untuk dilihat *viewers*. Tidak semua orang melihat penampilan orang lain secara *online*. Penampilan mereka ditujukan untuk *audiens* yang berbeda. Pemilik akun dapat memisahkan akun media sosial profesional dan pribadi. Pemilik akun memiliki tujuan permainan identitas, dan menyamarkan jenis kelamin, usia, dan etnis "asli"nya.

Diri kita terdesentralisasi tetapi saling berhubungan. Semua penampilan secara *online* dan *offline*, sejatinya merupakan diri bagian dari identitas. Identitas kita adalah proses dan hasil dari konvergensi dan fragmentasi yang merupakan polimediasi. Hal ini berarti kita memecah diri kita ke khalayak yang berbeda, tergantung pada siapa kita menampilkan diri kita.

#### 4. *Division and communality*

Informasi melalui beragam media dan jejaring sosial dapat lakukan sebanyak mungkin untuk memecah belah kita sama seperti menyatukan kita. Kita secara selektif mengurutkan diri kita menjadi beberapa kategori dan mengabaikan informasi yang tidak mendukung keyakinan dan nilai-nilai yang kita anut. *Platform* memiliki kapasitas untuk berbagi ide dan informasi secara luas, tetapi dapat dipilih untuk mengungkapkan pendapat dan narasi tertentu. Kita dapat saja mengabaikan informasi yang tidak mendukung ide kita atau tidak

sejalan dengan gagasan dan pola pikir kita.

Media, identitas, dan budaya tiga hal yang saling terkait, dimana kehidupan kita tampak jenuh dengan media. Seiring dengan perkembangan jaman maka interaksi antara kita menjadi lebih berlapis dan kita menghabiskan lebih banyak waktu secara digital.

Polimediasi meliputi potensi di persimpangan *self* (diri) dan *other* (lainnya), pencipta dan konsumen, serta virtual dan yang asli. Ini bukan binari yang berbeda. *Polymediation* mewakili pergeseran dari pemikiran tentang media sebagai sesuatu yang kita konsumsi atau gunakan untuk memahami media itu. Baik proses dan produk yang kita adaptasi serta melakukan verifikasi aspek identitas kita atau bermain dengan kemungkinan identitas baru. Hubungan kompleks antara media, identitas, dan penampilan selalu berubah.

#### **Identitas dan Representasi**

Perempuan pengguna media sosial baik yang mengenakan jilbab maupun yang tidak berjilbab menampilkan representasi citra diri melalui foto *selfie* yang diunggah

di media sosial dalam hal ini adalah Instagram. Citra diri perempuan ditampilkan melalui tubuh yang didandani sedemikian rupa, kemudian mengambil foto sendiri, memilih foto terbaik lalu mengunggahnya di Instagram. Aktivitas berfoto *selfie* pada dasarnya bersifat pribadi, namun ketika foto *selfie* diri telah diunggah ke media sosial terutama Instagram maka foto tersebut telah menjadi milik *public* tidak lagi berada dalam ranah *private*. Foto *selfie* dapat dilihat oleh orang yang terhubung atau berjejaring dengan kita karena foto atau *selfie* tersebut dibagikan dalam sebuah jaringan sosial yang dapat dengan mudah diakses dengan menggunakan koneksi internet. Citra diri yang ditampilkan terkait dengan representasi. Sebagai bentuk representasi diri, *selfie* mengungkapkan interaksi yang kompleks antara politik identitas, obyektifikasi dan estetika diri perempuan.

Dalam sebuah representasi yang dikonstruksi bukan hanya makna saja tetapi juga identitas. Menurut Hall (1997, 51), identitas adalah sebuah produksi yang berlangsung secara terus menerus dan tidak pernah selesai dan bahwa identitas “*always constituted within, not outside,*

*representation*”. Oleh sebab itu, identitas memiliki hubungan yang erat dengan representasi. Representasi melibatkan “*symbolic system*” dalam bentuk bahasa dan citra visual akan menghasilkan makna tertentu. Makna tersebut dalam bentuk bahasa dan citra visual akan diasosiasikan dengan identitas tertentu (Woodward, 1997, 12). Dengan cara tersebut identitas diproduksi, dikonsumsi, dan diregulasi dalam kebudayaan melalui representasi (Woodward, 1997, 12). Kemudian konstruksi identitas melalui representasi tersebut akan terus berlangsung terus menerus dan tidak pernah selesai karena identitas bersifat non-essensial, seperti dalam kutipan ini (Hall 1997, 53): *Cultural identities are points of identification, the unstable points of identification or suture, which are made, within the discourse of history and culture. Not an essence, but a positioning.* Bagi perempuan yang menggunakan jilbab, identitasnya dihasilkan dengan menghadirkan berbagai representasi perempuan berjilbab itu sendiri.

Mengenai identitas dijelaskan dalam buku “*Identity and Difference*” sebagai berikut : Identitas ditandai melalui

adanya perbedaan. Identitas ditandai menggunakan simbol-simbol. Perbedaan dibangun oleh penandaan simbolik dalam hubungannya dengan orang lain. Identitas dipertahankan melalui kondisi sosial dan material. Sosial dan simbolik mengacu pada dua proses yang berbeda tetapi masing-masing diperlukan untuk menandai dan mempertahankan identitas. Penandaan simbolik adalah bagaimana kita memahami hubungan dan praktik sosial. Konseptualisasi identitas melibatkan sistem klasifikasi yang menunjukkan bagaimana hubungan sosial diatur dan dibagi (Woodward eds, 2002:9-12).

### **Praktik *Selfie* Perempuan Berjilbab di Instagram**

Instagram merupakan media sosial yang dirilis pertama kali pada 6 Oktober 2010. Instagram merupakan aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna untuk mengambil foto dan menerapkan filter digital dalam foto yang telah diambil. Foto-foto tersebut kemudian dibagikan ke berbagai layanan jejaring sosial seperti ke Facebook, dimana Instagram telah terhubung dengan Facebook. Melalui Instagram, orang-orang

dapat berbagi berbagai hal mengenai momen pribadi mereka, terutama dalam bentuk foto dan video berdurasi pendek yang dapat disertai *caption*, *tag* kepada orang yang dituju serta *hashtag*. Status pengguna berupa foto yang mereka unggah ke dalam akun Instagram dapat dengan mudah dilihat dan diakses oleh orang yang terhubung. *Trend* berbagi foto pada Instagram memiliki fungsi lain, yaitu tidak hanya sekedar berbagi tetapi juga menjadi ajang eksistensi diri dengan banyak bermunculan akun-akun Instagram yang populer berkat foto-foto yang diunggahnya, sehingga memiliki ribuan bahkan ratusan ribu pengikut akun.

Instagram memiliki pengguna terbesar kedua di Indonesia setelah Facebook. Pengguna Instagram Indonesia didominasi oleh perempuan dengan persentase yang mencapai 63 persen, sementara pengguna laki-laki hanya sebanyak 37 persen. Data tersebut merupakan hasil studi terhadap pengguna Instagram di Indonesia yang dilakukan oleh TNS Indonesia pada awal tahun 2016. Temuan lain yang dipaparkan adalah mengenai mayoritas pengguna Instagram yang memiliki latar belakang pendidikan

tinggi (*well educated*) dengan angka sebesar 69 persen bergelar sarjana (<http://m.beritasatu.com/ipitek/341956-pengguna-Instagram-di-indonesia-mayoritas-perempuan.html> diakses pada 29 Mei 2017).

Berdasarkan hasil studi tersebut, perempuanlah yang lebih aktif melalui media sosial dalam menampilkan citra dirinya kepada khayalaknya atau biasa disebut sebagai *netizen*. Identitas atau citra diri yang ingin dibangun ini berbeda antara perempuan yang satu dengan perempuan yang lain, tergantung pada berbagai aspek yang melatarbelakangi konstruksi diri yang ingin ditampilkan. Identitas perempuan dan laki-laki dikonstruksi secara berbeda oleh masyarakat. Laki-laki digambarkan sebagai *the master* yang pemegang kendali atas perempuan, sebagai penentu tingkah laku perempuan, sebagai yang dominan. Sedangkan perempuan digambarkan sebagai *the other* yang berada di bawah kendali, terdominasi, *submissive*, serta menjadi obyek dalam pelampiasan hasrat atau *desire* lelaki. Namun tak jarang pula justru perempuan pun turut mereproduksi *male gaze* secara sadar maupun tidak.

## Teori Media Sosial

Definisi media sosial menurut Nasrullah (2016:11) adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual.

Nasrullah (2016:17-34) dalam bukunya yang berjudul “Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi” memberikan karakteristik media sosial sebagai berikut :

1. Jaringan (*network*) : Media sosial memiliki karakter jaringan sosial. Media sosial terbangun dari struktur sosial yang terbentuk di dalam jaringan atau internet. Jaringan yang terbentuk antarpengguna (*users*) merupakan jaringan yang secara teknologi dimediasi oleh perangkat teknologi, seperti komputer, telepon genggam, atau *tablet*. Internet memberikan kontribusi terhadap munculnya ikatan sosial di Internet, nilai-nilai dalam masyarakat virtual, sampai pada struktur sosial secara *online*. Manuel Castell mengatakan

- bahwa “*The network is the message, and the internet is the messenger*”
2. Informasi (*information*) : Informasi menjadi komoditas dimana pengguna media sosial mengkreasi representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi. Komoditas yang diproduksi dan didistribusikan antarpengguna itu sendiri.
  3. Arsip (*archive*) : Kehadiran media sosial memberikan akses yang luar biasa terhadap penyimpanan. Pengguna tidak lagi terhenti pada memproduksi dan mengonsumsi informasi, tetapi juga informasi itu telah menjadi bagian dari dokumen yang tersimpan.
  4. Interaksi (*interactivity*) : Karakter dasar dari media sosial adalah terbentuknya jaringan antarpengguna. Secara sederhana interaksi yang terjadi di media sosial minimal berbentuk saling mengomentari atau memberikan tanda, seperti *like* di Facebook atau *love* di Instagram
  5. Simulasi sosial (*simulation of society*) : Untuk memahami makna simulasi maka menggunakan karya Jean Baudrillard, *Simulations and Simulacra*. Baudrillard mengungkapkan gagasan simulasi bahwa kesadaran akan yang *real* di benak khalayak semakin berkurang dan tergantikan dengan realitas semu. Kondisi ini karena imaji yang disajikan media secara terus menerus. Misalnya di media sosial identitas menjadi cair dan bisa berubah-ubah. Perangkat di media sosial memungkinkan siapa pun untuk menjadi siapa saja, bahkan bisa menjadi pengguna yang berbeda sekali dengan realitasnya. Media tidak lagi menampilkan realitas, tetapi sudah menjadi realitas tersendiri.
  6. Konten oleh pengguna (*user-generated content*) : Khalayak di media sosial tidak hanya memproduksi konten di ruang yang disebut “*their own individualised place*” tetapi juga mengonsumsi konten yang diproduksi oleh pengguna lain.

7. Penyebaran (*share/sharing*) : Penyebaran terjadi dalam dua tahap yaitu melalui konten dan melalui perangkat. Konten tidak hanya diproduksi oleh khalayak pengguna, tetapi juga didistribusikan secara manual oleh pengguna lain. Konten di media sosial dapat berkembang dengan tambahan data, revisi informasi, komentar dan opini. Penyebaran melalui perangkat bisa dilihat bagaimana teknologi menyediakan fasilitas untuk memperluas jangkauan konten. Penyebaran konten memiliki konsekuensi di dunia *online* dan *offline*.

Berbagai ragam aplikasi media sosial yang ada sekarang ini diantaranya adalah Facebook, Twitter, Youtube, Google Plus, Instagram, Pinteres, Path, LinkedIn, Social “chat” Apps. Tiga media sosial yang menjadi favorit *netizen* di Indonesia adalah Facebook, Instagram dan Youtube. Facebook sebagai media sosial favorit pertama memiliki jumlah pengguna sebanyak 71,6 juta (54 persen). Urutan kedua, Instagram dengan jumlah pengguna sebanyak 19,9 juta (15 persen), urutan

ketiga ditempati oleh Youtube dengan jumlah pengguna sebanyak 14,5 juta (11 persen). Data diatas merupakan hasil survei lapangan yang dilakukan oleh APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) pada tahun 2016 yang melibatkan 2.000 responden. Selain itu, APJII juga merilis laporan mengenai jumlah pengguna internet di Indonesia sebanyak 132,7 juta. (<http://m.liputan6.com/teknologi/read/2634027/3-media-sosial-favorit-pengguna-internet-indonesia> diakses pada 30 Mei 2017).

### **Foto *Selfie* Perempuan Berjilbab dan Ambivalensi Identitas**

Kata “*selfie*” dinobatkan menjadi “*word of the year*” pada tahun 2013, (<http://www.englishfirst.co.id/englishfirst/englishstudy/news/kata-selfie-dalam-kamus-oxford-online.aspx>). Pengertian *selfie* di dalam kamus *oxford online* adalah: *a photograph that one has taken of oneself, typically one taken with a smartphone or webcam and uploaded to a social media website*. Dari pengertian tersebut dapat kita simpulkan bahwa *selfie* tidak dapat dilepaskan dari peranan media sosial, karena *selfie* itu sendiri merupakan foto

yang diambil oleh diri sendiri dengan menggunakan *smartphone* atau *webcam* dan kemudian diunggah ke dalam akun media sosial.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh sejumlah psikolog Jerman dan Polandia dalam meneliti fenomena foto *selfie* menunjukkan bahwa perempuan lebih menyukai *selfie* dibanding laki-laki. Penelitian yang dimuat oleh [www.medicaldaily.com](http://www.medicaldaily.com) (dirilis pada minggu 13 November 2015) dilakukan dengan melibatkan 1200 responden pria dan wanita. Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa responden laki-laki dalam sebulan mengunggah foto *selfie* rata-rata sebanyak 3,3 kali, sementara perempuan sebanyak 6,7 kali. Penelitian ini menyatakan bahwa orang berkepribadian ekstrovert dan eksibisionis cenderung lebih sering mengunggah foto *selfie* (<http://lifestyle.kompas.com/read/2016/10/07/160357620/hasil.riset.pribadi.extrover.dan.eksibisionis.penggemar.berat.selfie> diakses pada 2 Juni 2017).

Ditinjau dari nilai estetika, *selfie* dapat dikatakan sebagai sebuah seni dan keindahan diri. Seperti halnya

watak [perempuan yang menyukai keindahan dan kecantikan.](#) Perempuan berjilbab dalam Instagram menampilkan citra diri pun melalui tubuh yang didandani sebagaimana perempuan yang tidak berjilbab. Hanya saja perempuan berjilbab memiliki batasan berupa aturan norma agama dalam menampilkan citra dirinya dimana tidak sebebaskan perempuan tanpa jilbab dalam mendandani dan menampilkan tubuhnya. Perempuan berjilbab mengungkap identitas agama.

Foto *selfie* perempuan berjilbab dapat kita lihat pada beberapa akun Instagram menampilkan dirinya yang *fashionable*, terlihat cantik, modis selayaknya perempuan yang menyukai kecantikan dan keindahan. Berpakaian dengan model terkini, dipadukan dengan jilbab senada dengan wajah tersenyum menghadap kamera. Wajahpun tak luput dari perhatian dirias sedemikian rupa, disapu *make up* natural mencerminkan kesederhanaan setidaknya prinsip *modesty* sebagai citra diri ingin dimunculkan.

Namun dalam penelusuran pada beberapa akun di Instagram, penulis menemukan foto-foto perempuan berjilbab dengan pose yang sangat seksi. Foto-foto

tersebut menunjukkan ekspresi wajah yang menggoda ataupun seolah menantang siapapun yang melihat foto *selfie* tersebut. Perempuan yang mengunggah foto *selfie* di Instagram sebagai subyek yang sadar bahwa dirinya menjadi *spectacle* di dunia maya. *Selfie* dilakukan dengan tujuan diantaranya agar orang lain merasa kagum dan tertarik ketika melihat foto kita. Hasrat perempuan untuk dikagumi dan dipuji akan tubuhnya seolah terpuaskan ketika mendapatkan sejumlah *love* dan komentar pada foto *selfie* yang diunggah. Dalam hal ini terjadi ambivalensi antara fungsi jilbab sebagai salah satu tanda kesopanan, kesederhanaan dan kesalehan dengan hasrat perempuan yang ingin menampilkan tubuhnya secara seksi di media sosial. Kumpulan foto *selfie* seksi perempuan berjilbab dapat kita temui di beberapa akun Instagram, dalam tulisan ini hanya mengkaji pada akun @jilbabfanspage. Penulis menemukan ambivalensi identitas pada akun @jilbabfanspage dengan akun pribadi pemilik foto.

### **Praktek Polymediation Identitas Perempuan Berjilbab di Instagram**

Foto *Selfie* adalah salah satu cara dimana perempuan bebas menjadi diri sendiri dan perempuan pun memiliki kekuasaan untuk mengatur bagaimana mereka ingin dilihat oleh publik. Perempuan merepresentasikan identitas diri melalui foto *selfie* cantik kemudian mengunggahnya di media sosial sudah menjadi suatu hal yang lazim. Diri yang ditampilkan terkait dengan identitas yang ingin dikonstruksikan. Foto *selfie* perempuan berjilbab yang menampakkan keanggunan diri dalam berpakaian dan berpose pun marak kita temui di berbagai akun media sosial. Namun foto *selfie* perempuan berjilbab dengan pose seksi menjadi sesuatu yang berbeda. Semacam ingin membebaskan diri dari kungkungan tradisi dan aturan agama yang dipatuhi namun menjadi ambivalen ketika foto *selfie* tersebut menjadi obyek tatapan terutama tatapan laki-laki. Namun mungkin saja hal ini menjadi identitas sebenarnya yang ingin dimunculkan oleh pemilik foto *selfie* seksi tersebut sebagai identitasnya di dunia maya karena di dunia *offline* justru dia tidak dapat memunculkan identitas sebagai perempuan seksi. Keinginan tersebut mendapatkan tempat di dunia maya.

Akun @jilbabfanspage merupakan satu dari sekian banyak akun di Instagram yang berisikan kumpulan foto perempuan berjilbab dengan pose seksi. Pada awal penelusuran dengan mengetik #jilbabselfie pada fitur pencarian di Instagram diantaranya menampilkan foto-foto yang ada pada akun @jilbabfanspage ini. Pada awal penelusuran, asumsi awal akun ini berisi *selfie* perempuan berjilbab yang mengusung identitas agama, namun pada tampilan halaman awal kita sudah membaca kalimat “khusus 18++ dan jilboobs”, dari kalimat ini sudah mengarahkan pada foto seperti apa yang akan disuguhkan. Akun @jilbabfanspage ter *update* memiliki 385 kiriman, 3702 pengikut, 1659 diikuti. Akun ini melakukan postingan pertama pada 19 Januari 2016.

Fenomena jilboobs di Indonesia bukanlah hal yang baru. Jilboobs adalah kerudung yang dikenakan tidak menutupi bagian payudara dengan mengenakan pakaian ketat. Perempuan yang mengenakan kerudung namun berpakaian ketat dapat kita temui dalam keseharian kita. Namun menjadi sesuatu yang menarik manakala muncul di akun yang memang mengeksploitasi tubuh perempuan ini

dengan alasan dipromosikan untuk mendapatkan *follower* pada akun pribadi si pemilik foto ini. Pada tampilan awal halaman akun @jilbabfanspage dapat kita lihat kalimat “DM (*Direct Message*) tiga foto jilboobs kalian”, dari sini terbaca bahwa perempuan yang diminta untuk mengirimkan 3 foto jilboobs kemudian admin yang memutuskan foto mana yang akan diunggah.

## Akun @jilbabfanspage

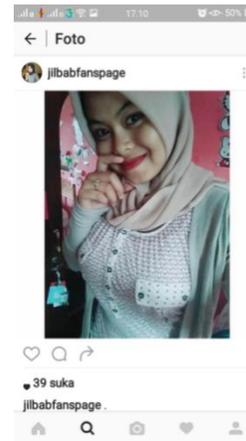


Dua gambar di atas adalah tampilan akun @jilbabfanspage yang penulis ambil dari Instagram dalam waktu yang berbeda. Kiri adalah hasil *screenshot* pada tgl 7 Juni 2017 (terbaru), sedangkan *screenshot* di sisi kanan penulis ambil pada akhir bulan Mei 2017. Dari dua tampilan tersebut dapat kita lihat terdapat penambahan kiriman sebanyak 4 foto, tambahan pengikut sejumlah 184 akun, tambahan jumlah diikuti 2 akun. Dari jumlah total pengikut 3702 mayoritas berjenis kelamin laki-laki. Foto yang diunggah rata-rata perempuan muda cantik, berpose seksi, berusia dibawah 35 tahun. Penambahan jumlah pengikut yang bisa dikatakan besar dalam kurun waktu pendek membawa penulis pada kecurigaan akan adanya praktek beli pengikut.

Pada akun ini, foto *selfie* yang paling banyak mendapatkan tanda *love* adalah foto dengan pose tubuh paling menarik yang jelas menampakkan keseksian lekuk tubuh dibalik pakaian ketat, terutama mengekspose bagian payudara. Media sosial berjalan dengan logikanya sendiri dimana apabila foto diri

kita telah terpampang disitu maka sudah menjadi hak publik untuk menatapnya bahkan siapapun bisa menjadi *shape shifting authorship*. Berikut adalah beberapa foto *selfie* hasil penelusuran terhadap akun @jilbabfanspage, foto tersebut dipilih karena menampilkan dua identitas, selain itu akun pribadi mereka terbuka sehingga dapat diakses oleh *viewer*.

Gambar di bawah pada sisi sebelah kiri adalah foto (1) dari akun @jilbabfanspage, sementara disebelah kanan (2) adalah foto akun pribadi pemilik foto yang ada di sisi kiri. Dapat kita lihat terdapat dua identitas yang ingin ditampilkan oleh pemilik akun @knrhmwiiii. Dua identitas pula dalam akun pribadinya. Dia yang bernama Kania Rahma berusia 19 tahun berasal dari Bandung. Mengamati sisi penampilan akun pribadinya terdapat foto berjilbab dengan pose yang lazim bagi seorang perempuan berusia 19 tahun. Kania Rahma memiliki pengikut yang termasuk banyak yaitu 3627 untuk ukuran masyarakat yang bukan *influencer*.



(1)



(2)

Beberapa foto pada akun pribadinya memajang foto *selfie* dirinya dengan *pose* menghadap kamera tersenyum dengan sapuan *make up* natural tidak menampakkan kesan seksi seolah menampilkan sisi identitas diri yang religius. Pada foto lainnya, menunjukkan foto diri tanpa mengenakan jilbab dengan pose *duck face*, mata menatap kamera berlatar belakang kamar dengan posisi berbaring di atas tempat tidur. Sementara pada foto yang dikirim ke akun @jilbabfanspage menunjukkan foto seksi dirinya dengan berpakaian ketat, jilbab diatas dada, bergincu merah dan tersenyum ke arah kamera.

Permintaan Kania pada halaman awal akun pribadinya untuk tidak mengambil foto tanpa izin sebenarnya ambivalen karena akun pribadinya dalam

posisi terbuka dimana siapapun dapat masuk tanpa ijinnya. Beberapa foto *selfie* seksi Kania pun terpampang di akun @jilbabfanspage juga dalam posisi terbuka, siapapun dapat masuk untuk menjadi pengikut pada akun ini tanpa perlu ijin sang empunya akun.



Berikut dibawah adalah foto (2), pemilik akun @miamonaa\_ bernama Mona. Foto sebelah kiri adalah foto yang Mona kirim pada akun @jilbabfanspage, sedangkan sebelah kanan adalah akun pribadi Mona. Tampak jelas perbedaan keduanya dimana pada akun pribadinya Mona adalah seorang perempuan yang sehari-harinya tidak mengenakan jilbab. Penampilan dalam foto *selfie* kesehariannya cenderung menampilkan tubuh yang seksi. Mona mendandani tubuhnya sebagaimana identitas perempuan perkotaan. Dari foto ini dapat terlihat dua

identitas berbeda yang coba dimainkan oleh Mona.



Ada *caption* menarik dari postingan Mona pada akun pribadinya yaitu “dibela-belain pura-pura Sholeha untuk dapet yang Sholeh, Daaaan ternyata dapetnya yang pura-pura Sholeh juga”. Ada identitas diri yang memang sengaja dimainkan oleh Mona di dunia maya. Mona mengenakan jilbab hanya semata memenuhi persyaratan dari admin pada akun @jilbabfanspage bukan untuk menunjukkan identitas agamanya.

Berikut adalah foto (3) *selfie* akun @hilda.ice. Akun ini senada isinya dengan

akun @miamona\_, dimana Mona dan Hilda mengenakan jilbab hanya demi melakukan foto *selfie* untuk dikirimkan ke akun @jilbabfanspage semata.



Foto-foto pada akun pribadi @hilda.ice menampakkan bahwa Hilda merasa dirinya cantik dan seksi sehingga kerap sekali mengunggah foto diri dengan pose seksi seperti dua foto *selfie* diatas.

Foto *selfie* berikutnya (4) adalah akun @rofisilfiya.j berbeda dengan ketiga akun tersebut diatas, dimana keseharian Rofi Silfiya. J mengenakan jilbab namun dari penelusuran terhadap akun pribadinya tidak ada satupun foto dengan pose yang seksi. Rofi berasal dari Banda Aceh. Foto

*selfie* yang diunggah pada akun pribadinya justru menampakkan identitas diri Rofi sebagai seorang perempuan muslimah sejati. Namun foto *selfie* yang dikirimkan ke akun @jilbabfanspage keseluruhannya mengenakan pakaian ketat dengan pose seksi yang memperlihatkan lekuk tubuhnya dengan sangat jelas. Dua identitas yang sangat bertolak belakang coba dimainkan oleh Rofi.



Foto *selfie* kelima dengan nama akun @aiu\_omeng memiliki nama Srirahayu Azhari. Seperti akun @rofisilfiya.j, pemilik akun ini menuliskan Aceh sebagai tempat tinggalnya. Ada hal yang menarik pada tampilan halaman awal akun ini yaitu

kalimat “sedang bermetamorfosis menjadi muslimah sejati”, terdapat kontradiksi dalam kalimat tersebut. Pada saat bermetamorfosis namun justru mengirimkan foto *selfie* dengan pose seksi kepada akun @jilbabfanspage, dimana ketika akan mengirimkan secara sadar mengetahui aturan yang dibuat oleh admin akun tersebut. Akun @aiu\_omeng dan akun @rofisilfiya,j, keduanya menunjukkan identitas diri yang berbeda dengan kesehariannya yang terekam dalam akun pribadi mereka berdua. Mereka berdua tidak mengunggah foto *selfie* yang mereka kirimkan pada akun @jilbabfanspage di akun pribadi mereka masing-masing.



Akun @jilbabfanspage menampilkan foto-foto perempuan berjilbab dari sisi lain, berkebalikan dari konstruksi masyarakat terhadap perempuan berjilbab yang selama ini dipegang teguh. Masyarakat memaknai perempuan

berjilbab sebagai lambang kesopanan berbusana, bertingkah laku, bertutur kata. Seorang yang memakai jilbab seakan tidak boleh berlaku salah. Perempuan berjilbab tidak boleh mendandani tubuhnya apalagi berbusana seksi, dan perempuan berjilbab tidak boleh memiliki nafsu apalagi menampilkan diri. Namun apakah arti selebar kain bernama jilbab apabila penggunaannya tidak dapat berlaku sebagaimana mestinya kebenaran yang dipercaya masyarakat.

Diantara kelima akun foto *selfie* tersebut memiliki perbedaan dan persamaan. Akun pertama milik seorang perempuan bernama Kania usia 19 Tahun yang sedang mencari identitas dirinya atau sedang bereksperimen. Akun kedua dan ketiga milik perempuan bernama Mona dan Hilda memiliki persamaan dimana keduanya memang sedang bermain-main dengan identitas. Akun keempat dan kelima milik seorang yang pada kehidupan *offline* memang mengenakan jilbab berasal dari Aceh bernama Rofi dan Srirahayu sedang bernegosiasi dengan identitas mereka sebagai seorang muslim. Negosiasi antara identitas agama dengan identitas sebagai perempuan yang ingin menampilkan diri

dengan mendandani tubuhnya serta ingin dihargai eksistensinya melalui interaksi di dunia maya berupa tanda *love* ataupun komentar serta bertambahnya pengikut pada akun Instagram mereka berdua. Lima akun perempuan tersebut diatas menunjukkan identitas dengan cara mereka sendiri, mereka ingin menjadi berbeda dengan tampilan unggahan foto perempuan yang lain. Pada akun @jilbabfanspage, selebar kain penutup kepala bernama jilbab atau jilbab sama sekali tidak terkait dengan identitas agama. Jilbab dikenakan disini hanya sebagai properti aksi foto *selfie* semata karena ditemui pada beberapa akun pribadi perempuan yang mengirim foto pada akun @jilbabfanspage tidak mengenakan jilbab.

Relasi antara diri (*self*) dengan media ditunjukkan oleh perempuan berjilbab pada akun @jilbabfanspage. Perkembangan perubahan penggunaan media oleh perempuan pun terjadi seiring perkembangan teknologi komunikasi. Polimediasi yang dimaknai sebagai penggunaan beberapa media untuk membentuk identitas ternyata dari hasil penelusuran penulis tidaklah demikian. Perempuan dapat bermain identitas dalam

satu aplikasi yaitu Instagram, memunculkan diri berlainan dihadapan khalayak yang berlainan pula. *Fragmentation and merging of identity* dapat dilakukan dalam satu aplikasi saja, tanpa perlu repot menggunakan aplikasi yang berbeda untuk menunjukkan diri yang berbeda dihadapan khalayaknya dengan menggunakan foto *selfie*. Sebagaimana disebutkan pada bagian awal bahwa polimediasi sebagai sebuah proses bukan sebuah produk maka demikian pula halnya dengan pembentukan diri atau pembentukan identitas manusia juga merupakan proses dapat berubah. Sejalan dengan teori simulasi karya Jean Baudrillard, *Simulations and Simulacra* dimana dalam media sosial identitas menjadi cair dan bisa berubah-ubah. Perangkat di media sosial memungkinkan siapa pun untuk menjadi siapa saja, bahkan bisa menjadi pengguna yang berbeda sekali dengan realitasnya. Media tidak lagi menampilkan realitas, tetapi sudah menjadi realitas tersendiri.

## Penutup

*Selfie* atau swafoto sebagai sebuah fenomena yang telah ada apa kisaran abad

ke-19. *Selfie* digemari oleh berbagai kalangan, pria wanita, tua muda. Beragam pose *selfie* dilakukan oleh penggemarnya mulai dari *selfie* ditempat yang lazim sampai ditempat yang ekstrim, mulai dari pose *selfie* pada umumnya menurut ukuran kesopanan orang Indonesia sampai pose *selfie* seksi. Foto *selfie* perempuan berjilbab yang diunggah ke dalam media sosial Instagram @jilbabfanspage menjadi kajian dalam tulisan ini. Dari hasil penelusuran terhadap kumpulan foto perempuan berjilbab pada akun @jilbabfanspage dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Akun @jilbabfanspage sengaja dibuat untuk keperluan obyektifikasi foto *selfie* seksi perempuan berjilbab dengan alasan foto yang dikirim akan dipromosikan untuk mendapatkan pengikut yang banyak pada akun pribadi pemilik foto. Jilbab atau jilbab yang dikenakan oleh perempuan pada akun ini hanya sebagai properti semata bukan menunjukkan identitas agama.
2. Perempuan berjilbab yang mengirimkan foto *selfie* seksi dirinya secara sadar sedang melakukan eksperimen, atau bermain-main ataupun bernegosiasi dengan identitas diri dalam relasinya dengan media.
3. Relasi antara diri (*self*) dengan media ditunjukkan oleh perempuan berjilbab pada akun @jilbabfanspage dengan akun pribadinya dengan membawa identitas yang berbeda.
4. Perkembangan perubahan penggunaan media oleh perempuan pun terjadi seiring perkembangan teknologi komunikasi. Polimediasi yang dimaknai sebagai penggunaan beberapa media untuk membentuk identitas ternyata dari hasil penelusuran penulis tidaklah demikian. Perempuan dapat bermain identitas dalam satu aplikasi yaitu Instagram, memunculkan diri berlainan dihadapan khalayak yang berlainan pula. *Fragmentation and merging of identity* dapat dilakukan dalam satu aplikasi saja, tanpa perlu repot menggunakan aplikasi yang berbeda untuk menunjukkan diri yang berbeda dihadapan khalayaknya dengan menggunakan foto *selfie*.
5. Sebagaimana disebutkan pada bagian awal bahwa polimediasi sebagai sebuah proses bukan sebuah produk maka demikian pula halnya dengan pembentukan diri atau pembentukan

identitas manusia juga merupakan proses dapat berubah.

6. Polimediasi hanya dapat terjadi karena adanya modernitas dan seperangkat aparatusnya.
7. Tiga hal yang terjadi dalam lima akun yang menjadi bahan kajian yaitu proses pencarian identitas, bermain dengan identitas serta negosiasi dengan identitas.

#### Daftar Pustaka

- Giddens, Anthony, 2009, *Konsekuensi-konsekuensi Modernitas*, Kreasi Wacana, Yogyakarta.
- Hall, Stuart, 1997, *Cultural Identity and Diaspora* dalam buku *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices* : Sage Publication Ltd London.
- Hall, Stuart eds, 2013, *Representation*, Sage, London.
- Herbig&Herrmann, Eds., 2015, *Beyond New Media, Discourse and Critique in A Polymediated Age*, Lexington Books, London
- Nasrullah, Rulli, 2016, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, Simbiosis Rekatama Media, Bandung.
- Senft, Theresa M. dan Baym, Nancy K., 2015, *What Does the Selfie Say*, International Journal of Communication 9,
- Woodward, Kathryn eds, 2002, *Identity and Difference*, Sage, London.

Website :

<http://sidomi.com/272005/foto-selfie-telah-eksis-sejak-tahun-1900-an/>  
diakses pada 1 Juni 2017.

(<http://m.liputan6.com/tekno/read/2634027/3-media-sosial-favorit-pengguna-internet-indonesia>  
diakses pada 30 Mei 2017).

<http://m.beritasatu.com/ipitek/341956-pengguna-Instagram-di-indonesia-mayoritas-perempuan.html>  
diakses pada 29 Mei 2017.

<http://www.englishfirst.co.id/englishfirst/englishstudy/news/kata-selfie-dalam-kamus-oxford-online.aspx>.

<http://lifestyle.kompas.com/read/2016/10/07/160357620/hasil.riset.pribadi.extrovert.dan.eksibisionis.penggemar.berat.selfie>

diakses pada 2 Juni 2017