

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Media Sosial saat ini sudah menjadi kebutuhan vital bagi masyarakat saat ini. Selain cara kerjanya yang tak jauh berbeda dengan media konvensional, media sosial juga lebih mudah dijangkau. Misalnya saja televisi menyediakan program-program yang dapat menghubungkan dan memberikan informasi. Bukan hanya itu, waktu yang diberikan, sumber daya yang tidak terbatas, dan dapat diakses kapan saja dan di mana saja, menyebabkan lingkungan internet dan medianya, seperti media sosial, semakin merajalela. Salah satu media sosial yang sering digunakan saat ini adalah Instagram. Instagram merupakan salah satu media sosial yang mengalami perkembangan yang sangat pesat dan memiliki banyak penggemar terutama di kalangan anak muda. Instagram adalah media sosial berbasis internet yang memungkinkan klien untuk berbagi rekaman dan foto dari ponsel serbaguna (Darimer, 2010). Instagram berpusat pada gambar atau foto dan rekaman. Arus berbagi foto dan video di Instagram membawa dampak lain, yakni tidak dibagikan secara adil, melainkan menjadi wadah eksistensi diri. Instagram menempati posisi ke-2 yang paling sering menggunakan media sosial dengan 15% atau 19,9 juta klien. Meski begitu, tidak dapat dipungkiri bahwa dibalik manfaat internet juga terdapat banyak dampak negatif dan meresahkan, mulai dari kasus pungli hingga barbarisme yang semuanya bersumber dari internet.

Ada profil Instagram yang banyak yang wajib dengan foto-fotonya ia transfer, sehingga akun tersebut mempunyai ribuan bahkan ratusan ribu pendukung.

Di situs mikroblog Twitter disebut Selebtwit, dan di Instagram disebut Selebgram. Selebgram mungkin menjadi sebutan luar bagi pengguna Instagram yang memiliki banyak pendukung dan penasaran di media sosial karena foto dan video yang mereka tukarkan menarik perhatian dan disukai banyak orang. Beberapa kali video dan foto yang ditransfer sering menjadi viral dan banyak dibicarakan oleh netizen. Wanita berhijab tidak boleh ketinggalan untuk mengikuti penyimpangan rencana ini. Ada beberapa wanita cantik berhijab yang muncul di Instagram, entah itu tokoh terbuka, profesional, plan blogger, atau orang-orang biasa yang menjadi terkenal karena konsistensinya menampilkan diri sebagai wanita dengan model hijab yang sedang tren. Untuk mengapresiasi kerja keras mereka yang kerap memposting foto dan rekaman, mereka pun dengan leluasa diberi gelar Instagram Celebrity.

Wanita berhijab yang muncul di berbagai media sosial ternyata berhasil mengungguli mitos kecantikan, khususnya di Indonesia.

Dalam Qur'an Surat Al'A'raf ayat 26 :

اللَّهُ لَعَلَّهُمْ يَذَّكَّرُونَ كَ مِنْ آيَاتِنِي ءَادَمَ فَذَ أَنْزَلْنَا عَلَيكُمْ لِبَاسًا يُؤْرِي سَوَاءُكُمْ وَرِيثًا وَلِبَاسُ التَّقْوَى ذَٰلِكَ خَيْرٌ ذَٰلِ

“Hei, anak Adam! Sesungguhnya Kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutupi auratmu dan pakaian yang bagus untuk menghiasi. Dan pakaian saleh adalah yang terbaik. Biasanya sebagian dari tanda-tanda Kekuasaan Allah, idealnya terus menerus diingat” (QS. Al A'raf : 26).

Terdapat juga dalam ayat 31:

رَفِينِي ءَادَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

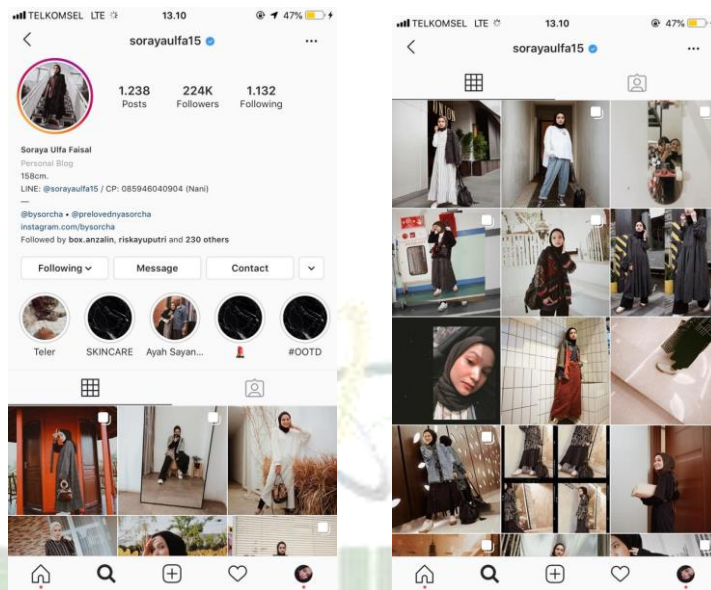
“Wahai anak Adam, kenakanlah pakaian indahmu setiap kali (memasuki) masjid, makan dan minum, dan jangan berlebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihkan” (QS. Al-A’raf: 31).

Dalam Al-Qur'an surat Al Ahzab ayat 59: **يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ قُلْ لَأَزُوجِكُمْ وَبَنَاتِكُمْ وَنِسَاءَ الْمُؤْمِنِينَ يُدْرِكُنَّ**
ذِيَّ الْأَرْبَاعِ مِمَّا عَصَبُوا لِي بِمَا رَزَقْتَنِي اللَّهُ لَعَلَّ يُعْرَفُونَ

“Wahai Nabi, katakanlah kepada istri-istrimu, gadis-gadisimu, dan pasangan para penyembah: “Hendaklah mereka menjulurkan jilbabnya ke seluruh tubuh.” Biasanya agar mereka tidak terlalu menuntut pengakuan, agar mereka tidak jengkel. Dan Allah SWT Pemaaf, Paling Toleran.” (QS. Al-Ahzab : 59).

Sebagaimana dalam ayat tersebut, wanita dianjurkan untuk menutup auratnya. Dan wanita masa kini yang berjilbab bisa beradaptasi dengan perkembangan zaman. Keinginan dan kebutuhan untuk beradaptasi dengan lingkungan sosial semakin tinggi. Oleh karena itu, berbagai media berita dikonsultasikan untuk mendukung penampilan dan hubungan mereka. Instagram kini menjadi media pilihan para wanita berhijab untuk mencari referensi gaya hijab masa kini (Lestari, 2013:25). Gambar dan video di akun Instagram para selebriti berhijab kerap dijadikan model dalam kehidupan sehari-hari. Penampilan para selebritis berhijab yang menarik tidak hanya mewakili keindahan religius, tetapi juga mengedepankan feminitas, komersialisme, dan modernitas.

Penelitian ini mengkaji representasi gaya hidup perempuan Aceh melalui kisah orang-orang terkenal di kota Lhokseumawe yang bernama akun *Instagram* @sorayaulfa15.



Gambar 1. *Profile Akun Instagram Soraya Ulfa*

Akun @sorayaulfa15 mempunyai pengikut sebesar 224,000 dan dikonfirmasi dari Instagram. Soraya Ulfa bisa dikategorikan sebagai pembuatnya, karena ia sendiri yang memproduksi foto dan rekaman yang ditransfer ke akunya. Soraya Ulfa memiliki selera cetakan yang unik dengan memadukan dan memadukan berbagai jenis pakaian serta sering mengenakan pakaian bebas atau yang sering disebut dengan pakaian berukuran besar. Analisis memilih akun Instagram @sorayaulfa15 karena berdasarkan penelusuran peneliti, akun ini memiliki penganut paling banyak dibandingkan dengan akun Instagram selebriti wanita asal Kota Lhokseumawe lainnya.

Inovasi data saat ini berkembang sangat pesat dalam kehidupan terbuka. Media dapat menyebarkan informasi secara luas dan cepat. Pengguna media terus bertambah setiap hari karena media tidak hanya menyajikan data yang tersebar, tetapi juga dapat digunakan sebagai sarana kegembiraan dan komunikasi. Kehidupan bermasyarakat saat ini tidak bisa lepas dari pemanfaatan media sosial.

Media sosial sangat sering diakses oleh masyarakat Indonesia, khususnya media sosial lokal seperti Facebook, Twitter, Line, Pinterest, Whatsapp, LinkedIn, Instagram dan Skype.

Sejalan dengan Shirky (2008), media sosial dan program sosial adalah perangkat untuk memperluas kapasitas pengguna untuk berbagi, berbagi antarmuka antar klien dan melakukan latihan kolektif, yang kesemuanya berada di luar kursus atau sistem organisasi. (Nasrullah dalam Gumilar, 2015:79). Berikut ciri-ciri media sosial:

1. Pesan yang disampaikan tidak ditujukan kepada satu orang saja, namun dapat disampaikan kepada semua orang. Misalnya saja melalui SMS atau Web.
2. Pesan disampaikan tanpa syarat, tanpa harus melalui wali.
3. Pesan yang disampaikan cenderung lebih cepat dibandingkan media lain.
4. Penerima pesan menentukan waktu interaksi (Nova, 2014: 214)

Web memainkan peran penting dalam kehidupan saat ini. Sesuai angka APJII (Afiliasi Penyedia Layanan Web Indonesia), 143,26 juta masyarakat Indonesia menggunakan internet (dari total 262 juta orang) (APJII, 2017). Sebanyak 50,08% menggunakan web dengan ponsel/smartphone dan tablet. 87,13% memanfaatkan media sosial di bidang gaya hidup (APJII, 2017). Sebanyak 48,57% klien web di Indonesia adalah perempuan dan klien berusia 17-35 tahun memiliki angka tertinggi yaitu 49,52% (APJII, 2017). Standar hidup generasi ini tidak lepas dari klien media sosial (SNS/Lokasi Organisasi Sosial).

Sesuai dengan Sheldon dan Bryant (2015), perbedaan antara Instagram dan media sosial lainnya terletak pada premis kepribadian individu. Sedangkan tujuan

klien adalah kepuasan dalam mengunggah foto dan rekaman dirinya dan latihannya, mengamati foto orang lain dan mengembangkan kreativitas. Dengan demikian, menampilkan gaya hidup dalam bentuk foto dan rekaman gaya hidup merupakan bagian dari individual branding. Pencitraan merek individu menyetujui Diminishes (1997) Bisa jadi nilai dan karakter seseorang ditampilkan di media agar terlihat terbuka. Cara membangun individual branding adalah dengan menunjukkan keunikan dan kualitas yang dimiliki orang yang bersangkutan. Foto tentang kehidupan menjadi unsur terpenting dalam mengunggah foto untuk membangun individual branding. Sehingga seseorang bisa terang-terangan menampilkan penampilannya dalam foto yang ditransfer ke Instagram. Wanita menunjukkan feminitas dan kepribadiannya dalam postingan di Instagram. Senada dengan Tidenberg (2015), aksentuasi kebangsawanan terlihat pada transfer foto diri perempuan yang terpampang di akun Instagram mereka.

Memang benar, perempuan Aceh terlibat dalam urusan legislasi, penghitungan suara, pertahanan, dan pemerintahan. Pada abad ketujuh belas, Aceh mendapat perintah dari empat sultan yang bertahan selama 60 tahun. Pada masa Kesultanan, masyarakat Aceh berjuang dan berjuang melawan penjajahan Belanda selama empat puluh tahun. Para perempuan juga berperan sebagai pejuang dan pelopor operasi gerilya melawan Belanda. Cut Nyak Dhien dan Cut Meutia adalah pertarungan populer wanita Aceh (<http://theconversation.com/paradoks-pemberdayaan-perempuan-aceh-pascatsunami-89085>, diperoleh pada 24/01/19, 02:47).

Sebagian besar kehidupan masyarakat Aceh bebas dari pengaruh kolonialisme Belanda dan mengikuti tradisi-tradisi terdekat (yang dikenal dengan adat). Konvensi yang sangat terkenal di masyarakat Aceh adalah sistem rumah matrilocal, dimana seorang wali perempuan merestui sebuah rumah untuk putrinya setelah menikah. Status kepemilikan rumah memberikan kesehatan dan keistimewaan bagi perempuan dalam hubungan perkawinan. Memang benar, hubungan matrilocal antara rumah tangga dan perempuan telah memungkinkan perempuan dengan menempatkan mereka sebagai pusat keluarga dan komunitas. Meskipun demikian, jika dipahami dalam konteks standar seks ibu yang dilarang di negara tersebut, budaya matrilocal dapat memperkuat pandangan bahwa pekerjaan rumah tangga adalah pekerjaan yang “dapat diterima” atau “pantas” bagi perempuan. Saat ini semakin banyak perempuan yang bekerja. Karena, terlepas dari titik impas hak antara laki-laki dan perempuan dalam pendidikan, tempat kerja pendidikan tinggi juga mudah dijangkau, bahkan di luar kota. Termasuk dalam kesimpulan “keupu sukula manyang meunyoe hana jeut keu peugawe (apa gunanya melanjutkan ke perguruan tinggi kalau tidak menjadi buruh yang hebat)”. Intinya, para penjaga gerbang menerima bahwa anak-anak mereka dapat bekerja dengan baik di bidang tertentu setelah dikirim ke perguruan tinggi. (<https://m.fimela.com/lifestyle-relationship/read/3777034/kedunian-perempuan-aceh-dulu-dan-kini>, tertanggal 20 Februari 2019, 03.16)

Dalam pandangan Islam, perempuan dibedakan menjadi empat bagian, yakni perempuan sebagai anak, sebagai suami, sebagai ibu, dan perempuan dalam peran sosial. Dari segi peran sosial, tidak ada satu pun ayat Al-Qur'an atau hadis

yang membatasi atau menghalangi perempuan untuk berperan aktif di luar rumah dan bekerja, asalkan tetap dalam kondisi sehat dan tidak mengabaikan atau menyepelekan. mereka.. tugas mereka. Dan di masa sekarang ini para wanita Aceh mulai memikirkan kehidupan di luar rumah, seperti belajar, bekerja, berorganisasi, berkumpul dalam kelompok sesuai dengan antarmuka dan bakatnya. Pada kenyataannya, bukan hal yang belum pernah terjadi sebelumnya jika individu melampaui ekspektasi. Islam juga tidak menghalalkan wanita untuk tampil cantik dengan mengikuti tren yang ada. Asalkan tidak merusak tata cara berpakaian yang dianjurkan agama, khususnya tidak memperlihatkan aurat. Kita tidak bisa mengatakan tidak terhadap kehadiran budaya modern (terpencil) di masa sekarang ini. Apa yang harus kita lakukan adalah kita harus mempengaruhi budaya tersebut (menyesuaikan diri dengan baik), bukan terpengaruh olehnya. Apapun masa dan waktunya, kami menantikan wanita-wanita yang bisa menyesuaikan diri, menyesuaikan diri dan benar-benar mengoptimalkan potensinya, berprestasi, dan menjaga kehormatan serta kehormatan keluarga dengan etika dan perilaku yang Islami..

Oleh karena itu, saya tertarik meneliti tentang masalah diatas seperti yang telah saya jabarkan dengan judul penelitian “Representasi Gaya Hidup Perempuan Aceh (Studi Fenomenologi Selebgram @sorayaulfa15)

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana persepsi followers terhadap representasi gaya hidup perempuan aceh yang terlihat di akun *Instagram* Selebgram @sorayaulfa15?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui fenomena selebgram @sorayaulfa15 di kalangan perempuan Aceh di Lhokseumawe dalam merepresentasikan gaya hidupnya mengenai konten food (makanan & minuman), fun (kesenangan), dan fashion (pakaian) di Instagram.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis:

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dan gambaran serta tambahan dalam penelitian-penelitian gaya hidup selebgram lainnya dimasa yang akan datang.

2. Manfaat Praktis:

Penelitian diharapkan dapat memberikan pemahaman bagi orang lain mengenai cara pandang terhadap gaya hidup selebgram di Instagram yang tidak hanya sekedar gambar di Instagram tetapi juga pesan dibalik gambar tersebut yang menggambarkan tentang gaya hidup perempuan Aceh.

E. Kajian Terdahulu

Penyelidikan terkait representasi gaya hidup perempuan terdapat dalam penelitian Silvi Mefita dan Much Yulianto yang bertajuk "Keajaiban Gaya Hidup Selebgram (Fenomenologi Selebgram @Awkarin)". Dalam pertanyaannya, analis menggunakan pertanyaan subjektif grafis tentang strategi. Hasil penyelidikannya menemukan bahwa keajaiban Jalan hidup Selebgram Awkarin sudah berlangsung sejak tahun 2016 hingga saat ini. Media sosial yang dimanfaatkan dalam program Awkarin adalah Instagram. Pemanfaatan media sosial Instagram berdampak pada data informan dalam memahami renungan gaya hidup Awkarin. Saat itulah lingkungan sosial dan pergaulan pun turut mempengaruhi data tentang pesona gaya hidup selebritis Awkarin.

Rivi Handayani (2016) juga melakukan penelitian dengan judul "Representasi Kecemerlangan Wanita Berhijab Melalui Instagram" dengan menggunakan prosedur penelitian subjektif dan hasil dari penelitian ini adalah bahwa wanita dalam media selalu ditampilkan dalam pemahaman terhadap aturan. untuk kecemerlangan. telah dikendalikan oleh media itu sendiri. Wanita tampaknya memiliki perkiraan tubuh yang sempurna secara sosial. Wanita seolah berlomba-lomba untuk tampil semenarik mungkin sesuai dengan ciri-ciri yang diklaimnya. Kecantikan juga dilihat dari fisik, seperti wajah cantik, kulit putih, dan penampilan menarik dengan pakaian yang menutupi aurat, namun tren ini sudah menjadi filosofi kecantikan bagi wanita berhijab.

Berti Alia Bahaduri (2018) juga melakukan penelitian dengan judul "Representasi Gaya Hidup Sempurna Wanita Indonesia di Media Sosial: Foto Instagram Selebriti Chelsea Olivia". Para analis menggunakan wawasan semiotik

untuk mempertanyakan strategi dan hasil penyelidikan mereka menunjukkan bahwa generasi muda Indonesia, sebagai konsumen web sehari-hari, paling sering menggunakan media sosial Instagram. Para responden juga menjadikan aktivitas Chelsea Olivia di Instagram sebagai bagian dari demonstrasi dalam kehidupan pribadinya. Konsep sempurna tersebut juga diperkuat dengan penampilan kehidupan Chelsea Olivia yang sudah menikah dan memiliki anak.

F. Defisini Konseptual

Representasi dalam pertanyaan ini menyatakan bahwa ia menggambarkan dunia yang penting bagi yang lain. Stuart Campaign (1997) mencirikan representasi sebagai bagian penting dari strategi yang melaluinya makna diteruskan atau dibuat dan diubah di antara masyarakat suatu budaya. Dalam penelitian ini, penguji menggunakan pendekatan konstruksionis yang menyatakan bahwa representasi tidak muncul untuk muncul di dunia sebagaimana adanya, namun atau mungkin menciptakan realitas modern yang sesuai dengan keinginan pelaku eksekusi sosial yang menghadirkan representasi tersebut. Di dalam media, representasi dapat menjadi sumber makna yang kuat atas realitas sosial, bagaimana media menampilkan substansi sosial yang dibuat dalam kehidupan sosial, moneter, dan politik masyarakat.

Gaya hidup dalam pertanyaan ini dapat berupa desain gaya hidup tentang bagaimana seseorang di dunia ini mengkomunikasikan sesuatu dalam latihan, antarmuka, dan kesimpulannya. Cara hidup erat kaitannya dengan perbaikan waktu dan inovasi. Pandangan hidup merupakan suatu usaha untuk menjadikan diri sendiri ada

dengan cara tertentu dan berbeda dari tandan lainnya. Sejalan dengan Assael (1994), gaya hidup dapat berupa gaya hidup yang dipisahkan berdasarkan bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (berolahraga), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungan mereka (ingat), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri, dan dunia di sekitar mereka. . mereka (pendapat)”. Cara hidupnya bisa menjadi cerminan dari setiap orang yang memakainya dan menggambarkan seberapa besar harga diri yang dimiliki individu tersebut dalam masyarakat disekitarnya.

Wanita Aceh dalam penelitian ini adalah wanita yang lahir dan besar di daerah Aceh. Para wanita kini mengikuti tren terkini dengan nutrisi, kesenangan dan desain yang kekinian namun tetap dalam syariah yang lekat di Aceh. Wanita-wanita Aceh dalam artikel ini terlalu leluasa membagikan gaya hidupnya di Instagram namun tetap mengikuti syariat yang diterapkan di Aceh.

Fenomenologi dalam penyelidikan ini berkonsentrasi pada perjumpaan individu-individu yang umumnya berkontribusi terhadap perjumpaan satu sama lain. Komunikasi dipandang sebagai persiapan pertemuan berbagi. Pada dasarnya, fenomenologi adalah tradisi penelitian yang digunakan untuk menyelidiki keterlibatan manusia. Asumsi fenomenologi yang paling umum adalah bahwa orang secara efektif menerjemahkan pengalaman mereka dengan memberi makna pada hal-hal yang mereka temui. dan fenomenologi juga merupakan asumsi umum dan menyinggung perjumpaan subjektivitas sebagai jenis subjek yang berpengalaman.

Selebgram dalam pencarian ini adalah sebutan untuk seseorang yang mempunyai ribuan, ratusan bahkan jutaan pengikut pada akun seseorang di media

sosial Instagram. Foto dan video yang diunggahnya sangat menarik dan disukai banyak orang, hingga tak jarang menjadi viral dan menjadi perbincangan warganet.

