

Representasi dan Citra Visual Artis Hijrah di Media *Online*

Hesti Rahayu, Ashr Lian Alviani

Program Studi Desain Komunikasi Visual
Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta
Email: nadacintaku@gmail.com

ABSTRAK

Penggunaan hijab di Indonesia saat ini sudah sangat meluas. Maraknya perubahan penampilan wanita Indonesia berhijab di ruang publik, juga diwarnai oleh hijab artis yang biasa menghiasi layar kaca dan media sosial, berubah dari penampilan sebelumnya yang cenderung seksi dan terbuka. Istilah artis migrasi juga mengemuka. Penelitian yang membahas tentang citra visual dan representasi wanita berhijab memang sudah banyak dilakukan, namun khusus tentang artis hijrah yang bercadar yang muncul di media online belum banyak. Untuk itu, penelitian ini mencoba mendeskripsikan bagaimana representasi dan citra visual migran dalam media online di Indonesia.

Kajian ini bertumpu pada teori representasi Stuart Hall, teori citra visual, dan analisis framing. Sampel yang diambil secara purposive sampling memutuskan untuk mengamati Instagram milik migran: Mulan Jameela, Laudya Cyntha Bella, Cut Meyriska, dan Rachel Vennya. Setiap sample dibahas dari segi gaya hidup, endorse, gosip tentang pribadi artis, serta media online yang sering menayangkan berita tentang dirinya.

Dalam konteks artis migrasi, mengubah penampilan menjadi sasaran empuk bagi penonton. Para artis berhijrah sebagai selebritis di media online, tentunya tidak lepas dari bagaimana citra visual media sosial mereka masing-masing berhadapan dengan framing portal media online. Sekeras apapun artis tersebut berusaha menampilkan citra diri yang baik, akan selalu ada netizen yang berkomentar dengan nada pedas, diimbangi dengan komentar positif dari para pendukungnya. Representasi dan citra visual seorang seniman migran harus dilihat secara positif, meski tidak bisa diartikan sebagai kebangkitan religiusitas yang spektakuler, namun tetap sebatas keuntungan finansial.

Kata-kata kunci: Artis Hijrah, citra visual, media *online*, representasi

ABSTRACT

The use of hijab in Indonesia is now very widespread. The rise of changes in the appearance of women in Indonesia for the hijab in public spaces, also colored by the hijab of artists who used to decorate the screen and social media, changed from previous appearances that tend to be sexy and open. The term migratory artist also surfaced. Research that discusses the visual image and representation of hijab women has indeed been done a lot, but specifically about hijrah artists who are veiled that appear in online media, is not much. For this reason, this study tries to describe how the representation and visual image of migrants in online media in Indonesia.

This study rests on Stuart Hall's representation theory, visual image theory, and framing analysis. Samples taken by purposive sampling decided to observe Instagram belonging to migrants: Mulan Jameela, Laudya Cyntha Bella, Cut Meyriska, and Rachel Vennya. Each sample is discussed in terms of lifestyle, endorse, gossip about the artist's personal, as well as online media that often broadcast news about him.

In the context of migratory artists, changing their appearance becomes an easy target for the audience. The artists emigrated as celebrities in online media, of course they could not be separated from how the visual image of their

social media each dealing with online media portal framing. No matter how hard the artist tries to display a good self-image, there will always be netizens who comment in a scathing tone, balanced with positive comments from supporters. The representation and visual image of a migratory artist must be viewed positively, although it cannot be interpreted as a spectacular awakening of religiosity, but it is still limited to financial gain.

Keywords: *Hijrah artist, online media, representation, visual image*

Pendahuluan

Maraknya perubahan penampilan wanita di Indonesia untuk berhijab di ruang publik turut diwarnai dengan berhijabnya para artis yang biasa menghiasi layar kaca dan media sosial, berubah dari penampilan sebelumnya yang cenderung seksi dan terbuka. Istilah artis hijrah pun mengemuka. Sebutan artis hijrah disematkan bagi para artis (selebritis) dari kalangan penyanyi, aktris, foto model, dan semacamnya di Indonesia yang akhir-akhir ini nampak mengalami perubahan penampilan dan pencitraan menjadi lebih islami dan tampil menutup aurat dengan hijab.

Penelitian yang membahas mengenai citra visual dan representasi perempuan berhijab memang sudah banyak dilakukan, tetapi yang khusus membahas tentang artis hijrah yang berhijab yang nampak di media *online* belum pernah ada yang melakukan. Selain itu, topik ini menjadi menarik untuk diteliti bukan saja karena fenomena artis hijrah yang nampak di media *online* saat ini tengah marak, tetapi juga karena dengan adanya media sosial sang artis dengan sendirinya memiliki otoritas hak jawab atau pernyataan resmi yang dapat dikutip di laman pribadinya.

Tinjauan Pustaka

Mu'amalah (2018) dalam tesisnya yang berjudul: *Dakwahtainment: Representasi Islam di Televisi Indonesia: Studi Kasus Program "Dua Hijab" dan "Jazirah Islam" Trans 7*, Program Magister Interdisciplinary Islamic Studies, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, mengkaji keberadaan Islam di televisi era milenium dengan objek penelitian berupa acara "Dua Hijab" dan "Jazirah Islam" yang tayang di Trans 7. Penelitian ini berkontribusi dalam kajian terkait representasi Islam di ruang publik, terutama yang hadir di televisi Indonesia. Penelitian ini merupakan studi kualitatif yang dibantu dengan pengamatan audio-visual berupa video dari Youtube, serta akun media sosial dari dua acara tersebut dan ditunjang dengan literatur-literatur terkait kajian Islam di ruang publik.

Acara atau program keislaman yang hadir di televisi, mulai dari masa Orde Baru hingga kontemporer telah mengalami pola perkembangan yang sangat dinamis. Mulai dari bentuk dan konten acaranya, pengisi acara atau figur yang dihadirkan, hingga kemasan acaranya.

Fenomena yang demikian itulah yang menjadi ketertarikan untuk melihat lebih jauh terkait program keislaman yang hadir di televisi Indonesia. Tesis tersebut mengkaji bagaimana perkembangan representasi Islam di televisi yang terwakili pada program-program keislaman, bagaimana varian atau bentuk acaranya, siapa saja tokoh atau figur yang hadir serta bagaimana Islam dinarasikan dalam acara “Dua Hijab” dan “Jazirah Islam” yang merupakan perwakilan dari acara-acara yang hadir di televisi di masa kini.

Dari hasil penelitian ditemukan bahwa representasi Islam di televisi masa kini tidak hanya terbatas pada acara-acara tele-dakwah seperti yang ada di masa Orde Baru serta sinetron dan juga film yang hadir pasca Orde Baru hingga saat ini, namun lebih jauh telah mengalami perkembangan yang signifikan, ditandai dengan hadirnya program dakwahtainment. Program dakwahtainment yang hadir di televisi saat ini mampu mengkolaborasikan tuntunan (dakwah) dengan sebuah tontonan, baik itu berupa hiburan maupun informasi. Seiring dengan perkembangan program keislaman yang dihadirkan, televisi juga mampu melahirkan satu otoritas baru yang memiliki kewenangan untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan melalui figur-figur yang dihadirkan. Perbedaan latar belakang figur-figur yang hadir dalam acara-acara tersebut, mempengaruhi pula metode dalam penyampaian pesan-pesan dalam acara televisi tersebut. Jika pada acara televisi sebelumnya menggunakan metode ceramah, maka pada acara “Dua Hijab” dan “Jazirah Islam” memiliki perbedaan dalam penyampaian pesannya, yaitu pada “Dua Hijab” melalui model serta gaya berbusana dan melalui potret kehidupan Muslim global pada acara “Jazirah Islam”. Dengan istilah lain, acara “Dua Hijab” merupakan program dakwahtainment bernuansa informatif sedangkan acara “Jazirah Islam” merupakan dakwahtainment dengan varian religious-traveltainment. (<http://digilib.uin-suka.ac.id>)

Evania Putri R, dalam *Jurnal Pemikiran Sosiologi* Vol. 3 No. 1, Januari 2016, membahas topik “Foto Diri, Representasi Identitas dan Masyarakat Tontonan di Media Sosial Instagram”. Menjelaskan pesatnya perkembangan media komunikasi modern, kemajuan media baru layaknya media sosial, memberikan ruang yang seluas-luasnya bagi setiap individu untuk berkreasi dalam menampilkan identitas masing-masing. Membuat identitas virtual merupakan sebuah proses yang terus menerus selayaknya proses yang terjadi di dunia nyata. Kecenderungan fenomena seringkali dimunculkan dengan menampakkan “diri” kita di setiap foto yang dipaparkan di media sosial. Momen itu yang menunjukkan adanya kecenderungan bahwa diantara masyarakat maya di media sosial, terdapat ‘hubungan sosial’ yang dimediasi oleh gambar. Melalui studi etnografi visual, artikel ini menjelaskan bagaimana foto diri merupakan realitas sosial, namun disatu sisi ia memiliki simbol-simbol berwujud visual yang mampu membentuk representasi seperti apa yang ingin kita sampaikan. Dalam hal ini menjadi suatu ‘representasi identitas’ yang direproduksi melalui Instagram yang memediasi ruang bagi ‘the spectacle society’ masyarakat tontonan. (<https://jurnal.ugm.ac.id>)

Landasan Teori

Sebagai pijakan teori dalam penelitian ini menggunakan Teori Representasi Stuart Hall yang pada intinya mengemukakan bahwa representasi adalah penggunaan bahasa (*language*) untuk menyampaikan sesuatu yang berarti (*meaningful*) kepada orang lain. Representasi adalah bagian terpenting dari proses dimana arti (*meaning*) diproduksi dan dipertukarkan antara anggota kelompok dalam sebuah kebudayaan (*culture*). Representasi adalah mengartikan konsep (*concept*) yang ada dalam pikiran kita dengan menggunakan bahasa. Stuart Hall secara tegas mengartikan representasi sebagai proses produksi arti dengan menggunakan bahasa (Hall, 1997: 15).

Teori Citra Visual yang dikemukakan Thomas W. J. Mitchel, dikaitkan dengan elemen-elemen visual (*visual elements*) yang membentuk sebuah objek. Citra yang tercipta dalam hubungannya dengan elemen-elemen visual sebagai objek, biasanya disebut citra visual (*visual image*), yang memiliki perbedaan tertentu dengan citra mental atau verbal. (Piliang, 2004: 84).

Citra di dalam abad informasi dan abad citra (*the age of image*) dewasa ini seakan-akan telah menyatu dengan teknologi pembentuk citra itu sendiri. Di dalam era citra dewasa ini berkembang sebuah ilmu baru yang disebut imagologi (*imagology*).

Analisis Framing sebagai analisis yang dipakai untuk melihat bagaimana peristiwa dipahami dan dibingkai oleh media, bagaimana pesan/ peristiwa dikonstruksi oleh media untuk disajikan ke khalayak pembaca (Eriyanto, 2002). Selain itu dalam bukunya Rulli Nasrullah (2014) menyebutkan bahwa budaya siber adalah budaya yang beranjak dari fenomena yang muncul di ruang siber serta media siber. Budaya siber tidak lepas dari terjadinya representasi identitas di media siber yang melibatkan komunitas virtual.

Metode Penelitian

Tipe dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif dengan memfokuskan pada studi mengenai representasi dan citra visual artis hijrah di media *online*. Penelitian kualitatif biasanya digunakan untuk menjawab persoalan-persoalan tentang ciri-ciri fenomena dengan tujuan mendeskripsikan dan memahami fenomena dari sudut pandang partisipan (Sumartono, 2017).

Teknik Pengumpulan Data

Untuk dapat mendeskripsikan mengenai fokus studi tersebut di atas, maka dilakukan penelitian dengan metode sebagai berikut:

Metode Observasi atau Pengamatan. Observasi yang dilakukan meliputi observasi terhadap objek, yaitu berbagai *image/* citra visual pemberitaan di media *online*, akun media sosial fans club sang artis, dan akun resmi artis hijrah yang menjadi sampel. Media *online* yang diamati antara lain Kapanlagi.com, Detikhot.com, Tribun News.com, dan yang sejenisnya. Media pemberitaan *online* memiliki platform *website* maupun Instagram. Keduanya dimanfaatkan untuk diamati. Adapun akun resmi milik pribadi artis yang diamati adalah Instagram. Platform lain seperti Twitter, Facebook, Youtube tidak diamati secara khusus karena artis yang menjadi sampel tidak banyak meng-*update* tentang dirinya di platform tersebut, dan paling sering *update* di Instagram.

Metode Literatur. Sumber data tertulis atau literatur, diambil dari buku, *website* resmi, serta dokumentasi yang relevan dengan topik penelitian ini.

Teknik Pemilihan Sampel

Penelitian mengambil sampel beberapa *image/* citra visual pemberitaan di media *online* tentang artis hijrah dan juga dari akun media sosial artis yang menjadi sampel dengan syarat-syarat tertentu. Syarat-syarat pemilihan sampel mengikuti kegunaannya dalam analisis data nantinya, yaitu :

1. Artis yang dipilih, merupakan artis yang masih eksis di tengah masyarakat.
2. Artis yang bersangkutan memiliki media sosial dengan pengikut lebih dari 1 juta *follower*.
3. Artis tersebut aktif di dunia entertainment atau juga dikenal sebagai selebgram.
4. Artis yang dipilih adalah artis yang belum lama mengubah penampilan dan citra gaya hidupnya menjadi Islami (kurang dari 4 tahun terakhir).

Dari syarat-syarat tersebut, maka dipilahlah empat artis sebagai berikut:

1. Mulan Jameela
2. Laudya Cynthia Bella
3. Cut Meiriska
4. Rachel Venny

Dari empat sampel tersebut dipilih *image-image*, foto, postingan, dan berita *online* yang dianggap representatif dan relevan dengan topik penelitian.

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, data yang diperoleh akan dianalisis dengan pendekatan riset media siber dan juga teori framing menggunakan model yang diperkenalkan oleh Pan dan Gerald M. Kosicki (Eriyanto, 2002).

Dalam pendekatan ini, perangkat framing dapat dibagi ke dalam empat struktur besar :

1. Struktur sintaksis. Sintaksis berhubungan dengan bagaimana pewarta menyusun peristiwa – pernyataan, opini, kutipan, pengamatan atas peristiwa.
2. Struktur skrip. Skrip berhubungan dengan bagaimana pewarta mengisahkan atau menceritakan peristiwa ke dalam bentuk berita.
3. Struktur tematik. Tematik berhubungan dengan bagaimana pewarta mengungkapkan pandangannya atas peristiwa ke dalam proposisi, kalimat, atau hubungan antar kalimat yang membentuk teks secara keseluruhan.
4. Struktur retorik. Retorik berhubungan dengan bagaimana pewarta menekankan arti tertentu ke dalam berita. Struktur ini akan melihat bagaimana pewarta memakai pilihan kata, idiom, grafik, dan gambar yang dipakai bukan hanya mendukung tulisan, melainkan juga menekankan arti tertentu kepada pembaca.

Keempat struktur tersebut merupakan suatu rangkaian yang dapat menunjukkan framing dari suatu media. Kecenderungan atau kecondongan pewarta dalam memahami suatu peristiwa dapat diamati dari keempat struktur tersebut.

Adapun dari sisi analisis media virtualnya dalam penelitian ini menggunakan *metode analisis baru media siber* yang digagas Rulli Nasrullah dalam buku *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)* (Nasrullah, 2014: 203 - 208).

Metode tersebut terdiri dari empat level, yakni ruang media (*media space*), dokumen media (*media archive*), objek media (*media object*), dan pengalaman (*experiential stories*) (Nasrullah, 2014: 204).

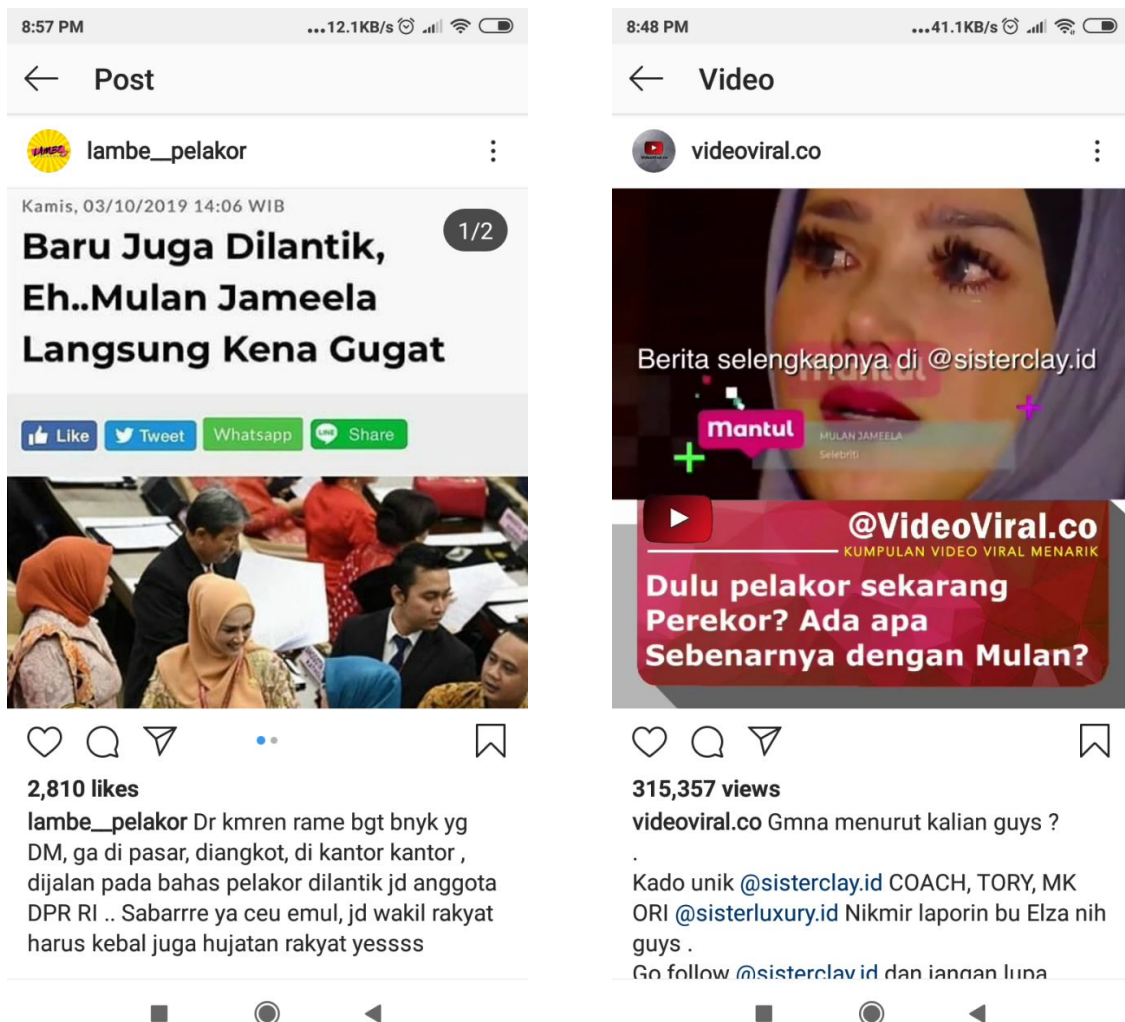
Hasil Penelitian dan Pembahasan

Suatu representasi melibatkan konsep mental dan bahasa. Dalam hal ini ketika mengamati penampilan para artis hijrah sebagai selebriti di media *online*, maka bagaimana konsep mental citra visual media sosial milik mereka masing-masing berhadapan dengan *framing* portal media *online*. Postingan di media sosial resmi milik pribadi mereka, menjadi sasaran empuk *framing* media pemberitaan *online*.

Semua postingan pemberitaan media *online* dan foto status maupun *Instastory* pribadi artis hijrah yang nantinya diambil sebagai sampel, merupakan populasi penelitian ini.

Sampel yang diambil secara *purposive* memilih postingan yang paling populer dan dibahas dimulai dari deskripsi profil singkat, kemudian pengategorisasian berdasar pengamatan terhadap akun media sosial pribadi artis yaitu mengenai *lifestyle*, produk yang diendors, gosip pribadi yang beredar, serta media *online* yang paling sering muncul memberitakan.

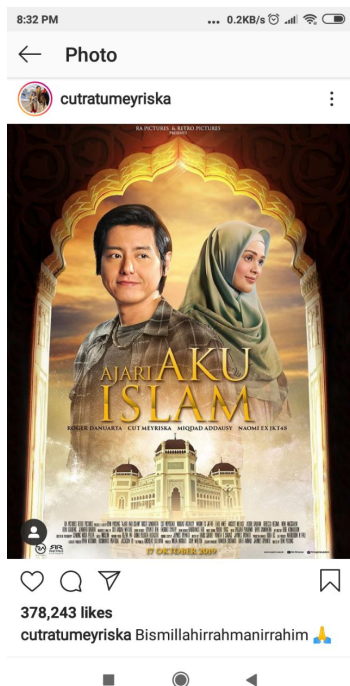
Pengambilan data untuk sampel seperti telah disebutkan di atas, dibatasi antara bulan Agustus hingga Oktober 2019, sebagai pembatasan waktu agar *issue* yang dapat dianalisis dari para artis hijrah ini tidak melebar dan meluas.



Gambar 1. Visual pemberitaan Mulan Jameela
Sumber: Screenshot Instagram (2019)



Gambar 2. Visual pemberitaan Laudya Cynthia Bella
Sumber: Screenshot Instagram (2019)



Gambar 3. Visual pemberitaan Cut Meyriska
Sumber: Screenshot Instagram (2019)



Gambar 4. Visual pemberitaan Rachel Vennya
Sumber: Screenshot Instagram (2019)

Dari sampel-sampel di atas diperoleh pembahasan mengenai representasi dan citra visual masing-masing sampel sebagai berikut :

- Mulan Jameela

Dalam tiap penampilannya kini yang berhijab, Mulan Jameela selalu nampak glamor, *fashionable*, pakaian gemerlap, dan menenteng tas-tas *branded*. Menjadi politikus Senayan menambah ragam postingan Instagramnya dengan menampilkan kegiatannya sebagai anggota DPR RI periode 2019-2014.

Menjadi sosialita kelas atas, Mulan Jameela sebagaimana selebriti Instagram (selebgram) lainnya, memanfaatkan keaktifan di media sosial untuk *endorse* produk, serta mengunggah kegiatan mulai dari belanja hingga aktivitas pengajian/ pelantikan dirinya (yang sekaligus digunakan sebagai ajang kampanye sebelum Pemilu), aktif mengunggah issue sosial (tentang orang sakit, berita/ peristiwa yang sedang ramai diberitakan), kadang merepost *story* IG orang yang men-tag dirinya.

Kehidupan yang mengandung banyak drama (suami masuk penjara, eksistensi sebagai penyanyi yang harus terus dipertahankan, serta gugatan pasca Pemilu yang mempersoalkan lolosnya Mulan sebagai anggota parlemen), mengundang banyak pemberitaan negatif. Mulan sendiri aktif merespon follower/ fans di Instastory-nya, yang dalam hal ini memang bernilai menaikkan engagement (keterhubungan) antara sang artis dengan para netizennya.

- Laudya Cynthia Bella

Sebagai aktris yang sudah terkenal sejak lama, Laudya tercitrakan sebagai *independent woman*, mandiri, menjalankan bisnis kue Bandung Makuta dan usaha hijab. Penampilan di Instagramnya glamor, gaya hidup mewah, berkegiatan di luar negeri. Sejak berhijab terlihat lebih kalem dan islami tetapi aspek mewah dan elegan masih kental mewarnai.

Dicitrakan sebagai artis yang sering putus cinta dan berganti-ganti pacar di masa lalu terutama sebelum menikah dengan Engku Emran, membawa *framing* kegagalan pernikahan ketika pernikahannya baru menginjak satu tahun.

Issue perceraian ini dikelola dengan baik oleh si artis sehingga tidak berlanjut makin jauh dan sama sekali tidak mempengaruhi aktivitasnya sebagai bintang iklan dan *endorse* produk di Instagramnya.

- Cut Meyriska

Sebagai aktris berdarah Aceh, keberadaan Cut Meyriska (Chika) yang mengubah penampilannya menjadi berhijab mengundang reaksi positif dari netizen. Ini karena dalam

aneka postingannya, Cut Meyriska tidak terlalu “drama queen” dengan aksi mengundang popularitas, baik yang mungkin settingan maupun secara natural.

Penampilan Chika di Instagramnya lebih sering tampil dalam busana simpel dan kasual. Di luar itu biasanya adalah penampilan dengan foto-foto indah yang hampir selalu mengandung muatan iklan (*endorse* produk). Tidak terlalu mengumbar gaya hidup glamor, lebih banyak fokus pada postingan yang bernuansa keluarga dan pekerjaannya sebagai aktris (promosi film *Ajari Aku Islam*).

Sejak tampil Islami dan sering posting aktif ikut pengajian, citranya makin positif dengan aneka motivasi untuk tidak melanggar agama. Drama mulai muncul ketika Cut Meyriska berhijab sebelum menikah, sementara dia memiliki hubungan dekat dengan Roger Danuarta yang berbeda agama. Akhirnya Cut Meyriska mengajak Roger Danuarta menjadi muallaf, menikah, dan pencitraannya masih stabil sebagai pasangan berbahagia dan isteri yang *sholihah*.

- Rachel Vennya

Berbeda dengan tiga sampel lainnya yang terkenal sebagai artis di media mainstream (televisi, radio, media cetak, dan bioskop), keberadaan Rachel Vennya merupakan gambaran popularitas di era digital dan internet. Foto-foto indah dan menarik menghiasi Instagramnya, dengan penampilan hijab yang kadang belum sepenuhnya rapat menutup rambutnya. Akan tetapi penampilan ini memang sengaja diperlihatkan sebagai “tanda” bahwa Rachel menempatkan diri sebagai orang yang masih belajar agama.

Citra sebagai *bussiness woman*, sukses karena bisnis (obat pelangsing Slim Fast, restoran Rumah Sedep, kids fashion Mahika, *clothing line* Raven is Odd, *make up artist*, Rachel menerima *endorse* jujur dan asli, dengan mematok harga 5 juta hingga 10 juta rupiah. Menampilkan diri sebagai ibu muda yang cinta keluarga, kerap membagi tips dan trik mendidik anak, serta tutorial masak dan hasil masakannya.

Selain sebagai ibu muda dengan dua anak, Rachel mencitrakan diri sebagai selebgram berprestasi, mendapat beasiswa kuliah S1, menjadi ikon produk Cotton Ink, menjadi pembicara seminar.

Bergaya hidup mewah, foto-foto jalan-jalan keluar negeri bersama keluarganya sering dipamerkan dalam feed Instagramnya yang kadang menimbulkan komentar negatif dari netizen seperti misalnya liburannya ke New Zealand yang dikomentari tak pantas, dan ini ditanggapi secara temperamental oleh Rachel. Perang komentar antara netizen dengan Rachel ini viral dan di sisi lain menambah popularitasnya sebagai selebgram. Semenjak berhijrah dengan penampilan baru yang tengah belajar berhijab, postingan dan *captionnya* bernada motivasi dan Islami.

Kesimpulan

Di era virtual ini, kehadiran internet di bidang jurnalisme memberi pengaruh terjadinya pergeseran khalayak pemirsa/ pembaca/ penonton (*audience*) dari yang sekedar menerima informasi menjadi khalayak yang juga bisa turut memproduksi informasi itu sendiri. Demikian pula halnya bagi tiap individu tak terkecuali para artis, merekalah yang justru menjadi sumber berita. Istilah jurnalisme warga (*citizen journalism*) mendapatkan posisinya di era saat ini.

Dalam konteks artis hijrah, perubahan penampilan mereka menjadi salah satu sasaran empuk khalayak. Para artis hijrah sebagai selebriti di media *online*, tentu tidak lepas dari bagaimana citra visual media sosial milik mereka masing-masing berhadapan dengan *framing* portal media *online*.

1. Seberapapun kerasnya sang artis berusaha menampilkan citra diri yang baik, selalu akan ada netizen yang berkomentar dengan nada pedas, seimbang dengan komentar positif para pendukungnya. Inilah era dimana suatu berita memungkinkan untuk berinteraksi langsung dengan pembacanya, dan selama representasi artis hijrah ini sebatas citra foto atau postingan di media sosialnya, maka realitas yang sesungguhnya tidak akan pernah dapat ditelusuri dengan nyata.
2. Representasi dan citra visual artis hijrah muaranya adalah *endorse* dan jualan produk.
3. Bagaimana para komentar negatif atau netizen yang *nyinyir* ini dapat dimanfaatkan oleh si artis untuk menambah popularitasnya, menambah laris dagangannya, termasuk bagaimana komentar spam (numpang iklan) yang sepertinya dibiarkan oleh si artis. Numpang jualan ini bisa dibaca sebagai pemberian kesempatan dari si artis untuk memberi “lapak jualan” bagi orang lain.

Kehadiran para artis yang hijrah, menjadi menutup aurat dan nampak makin relijius, harus dilihat secara positif, meskipun tidak dapat dimaknai sebagai kebangkitan relijiusitas yang spektakuler, namun masih terbatas untuk meraih keuntungan secara finansial.

Daftar Pustaka

- | | |
|--|---|
| Danandjaja, James dalam Nordholt, Henk Schulte (ed.). 2005. <i>Outward Apperance. Trend, Identitas, Kepentingan (terj.)</i> . Yogyakarta : LKiS. | Hall, Stuart (ed.). 1997. <i>Representation: Cultural Representation and Signifying Practices</i> . London: Sage Publication. |
| Eriyanto. 2002. <i>Analisis Framing</i> , Yogyakarta: LKiS | Koentjaraningrat. 1997. <i>Metode-metode Penelitian Masyarakat</i> , Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. |

Moleong, L. 2014. Metodologi penelitian Kualitatif. Bandung: PT.Rosda Karya.

Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial, Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Nasrullah, Rulli. 2014. Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia). Jakarta : Prenadamedia Grup.

Piliang, Yasraf Amir. 2004. Posrealitas : Realitas Kebudayaan dalam Era Posmetafisika. Yogyakarta : Jalasutra.

Putri R, Evania. 2016. Jurnal Pemikiran Sosiologi Vol. 3 No. 1, Januari 2016, “Foto Diri, Representasi Identitas dan Masyarakat Tontonan di Media Sosial Instagram”.

Sumartono. 2017. Metodologi Penelitian Kualitatif, Seni Rupa dan Desain. Jakarta : Pusat Studi Reka Rancang Visual dan Lingkungan.

Hasil Penelitian Non Terbitan:

Mu’amalah

2018 Dakwahtainment: Representasi Islam di Televisi Indonesia: Studi Kasus Program “Dua Hijab” dan “Jazirah Islam” Trans 7, Program Magister Interdisciplinary Islamic Studies, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Tesis.