

ABSTRAK

Kemunculan Seleb Instagram Hijabers memberikan kesan tersendiri di industri mode Muslimah. Hal ini disebabkan oleh cara mereka yang mampu membuat penggunaan hijab terlihat lebih modern. Jumlah pengikut di akun pribadi Instagram mereka yang tidak sedikit, membuat para Seleb Instagram Hijabers harus lebih memperhatikan segala bentuk komunikasi yang mereka lakukan di Instagram. Label selebriti yang diberikan oleh masyarakat, membuat Seleb Instagram Hijabers menjadi panutan bagi siapa saja yang mengikuti mereka di Instagram.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui cara Seleb Instagram Hijabers dalam mempresentasikan diri mereka di Instagram dan mengetahui kesehariannya di luar jejaring media sosial Instagram. Dalam merampungkan penelitiannya, penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif dengan pendekatan dramaturgi milik Erving Goffman. Dalam pendekatannya ini Goffman menyebutkan bahwa kehidupan tak berbeda dengan panggung teater yang memiliki panggung depan dan panggung belakang.

Berdasarkan konten dari masing-masing Instagram pribadinya yang dimana adalah panggung depan, para Seleb Instagram Hijabers ingin dilihat sebagai seorang yang aktif dan produktif serta religius. Namun, apa yang sebenarnya terjadi di panggung belakang tidak sesempurna apa yang terjadi di panggung depan. Kebanyakan dari mereka adalah Ibu rumah tangga dan hanya salah satu dari mereka yang kini masih berkuliah. Pada dasarnya, mereka adalah orang-orang yang terbuka kepada siapapun di kehidupan sehari-harinya, artinya mereka tidak telalu fanatik terhadap agama yang mereka percayai. Yang membedakan mereka di Instagram dan kehidupan nyata dikarenakan beban yang diberikan oleh kebanyakan orang berdasarkan hijab yang dikenakan.

Kata Kunci : Dramaturgi, Instagram, Selebriti

ABSTRACT

The appearance of Hijabers Instagram Celebrity gives a signature impression in Muslim fashion industry. It is caused of their way who be able to make a veil usage looks more modern. The amount of the followers on their own Instagram account which is not a little, make the Hijabers Instagram Celebrity should behave on every communication term they do on Instagram. The celebrity label who has been given by the society makes them to be a role-model to those who follow them on Instagram.

This research is aimed to know how Hijabers Instagram Celebrity do the self-presentation on Instagram and also to be able to know their daily activities when they are not on Instagram. In order to get a final result, this research uses qualitative methodology with the dramaturgy theory from Erving Goffman. In his theory, Goffman said that life is not as different as theater stage that consisting of front region and back region.

Based on the content of their Instagram accounts as in the front stage, each of them clearly want to be seen as an active and productive woman and also a religious person based on the veil usage. However, what really happens on the back region seems not as perfect as the front stage. Most of them are the housewives and only one of them is still in college. Basically, they are all really open to anyone in their real lives as in they are not really strict to the religion they believe in. What makes the different on Instagram is because there is a burden that people give to them based on veil usage.

Key Words : Dramaturgy, Instagram, Celebrity