

## PEMAKNAAN KHALAYAK TERHADAP MASKULINITAS MELALUI FASHION HIJAB PADA AKUN INSTAGRAM @strngrrr

Devi Triya Oktaviyani<sup>1</sup>, Sukma Ari Ragil Putri<sup>2</sup>

<sup>1</sup>UIN Sayyid Ali Rahmatullah

<sup>2</sup>UIN Sayyid Ali Rahmatullah

Correspondence Email : [devitrioktaviya98@gmail.com](mailto:devitrioktaviya98@gmail.com)

### ABSTRACT

*Intan Khasanah is one of the hijab fashion influencers who looks masculine. Through her Instagram account @strngrrr, she shares thoughts that not all women who wear hijab must look according to the standards or feminine stereotypes that exist in society in general and not all masculine appearances can only be owned by a man, and by wearing a hijab they can still look cool and fashionable. However, the meaning of the audience is not necessarily in line with or even accept his ideas. Thus, this research is interesting to be investigated further with the aim of describing the meaning of the audience towards masculinity in hijab fashion in the photos uploaded by Intan Khasanah. This study uses descriptive qualitative methods and Stuart Hall reception analysis, and is supported by Butler's theory of gender performativity. The results obtained from the meaning of audiences in this study are varied, but have a tendency to interpret them in a negotiated manner which means they will not immediately receive media messages and interpret them for granted, but are carried out through negotiations according to opinions about the experiences of each audience..*

**Keyword :** *Instagram, Masculinity, Reception Analysis*

### ABSTRAK

Intan Khasanah adalah salah satu fashion influencer hijab yang berpenampilan maskulin. Melalui akun instagramnya @strngrrr, ia membagikan ide pemikirannya bahwa tidak semua wanita berhijab harus berpenampilan dengan standar atau stereotype feminin yang ada di masyarakat pada umumnya serta tidak semua penampilan maskulin hanya bisa dimiliki seorang pria, dan dengan berhijab bisa tetap terlihat keren dan modis. Namun, pemaknaan dari khalayak belum tentu sejalan atau bahkan menerima ide pemikirannya tersebut. Sehingga, penelitian ini menarik untuk diteliti lebih lanjut dengan tujuan untuk mendeskripsikan pemaknaan dari khalayak terhadap maskulinitas pada fashion hijab dalam foto yang diunggah Intan Khasanah. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dan analisis resepsi Stuart Hall, serta didukung dengan teori performativitas gender oleh Butler. Untuk hasil yang didapat dari pemaknaan khalayak dalam penelitian ini beragam, namun memiliki kecenderungan memaknai secara negosiasi yang berarti tidak akan langsung menerima pesan media dan menginterpretasikannya begitu saja, namun dilakukan dengan negosiasi sesuai dengan pendapat tentang pengalaman masing-masing khalayak.

**Kata Kunci :** *Instagram, Maskulinitas, Analisis Resepsi*

## PENDAHULUAN

Pakaian yang selalu dikenakan memang berkaitan dengan diri seseorang, karena cara berpakaian dapat menilai kepribadian orang tersebut. Setiap orang memiliki gaya berpakaian tersendiri yang juga terdapat pesan yang ingin disampaikan. Biasanya gaya berpakaian yang digemari dan kemudian menjadi trend disebut dengan fashion. Barnard Malcom dalam bukunya yang berjudul *Fashion Sebagai Komunikasi* menjelaskan bahwa fashion atau pakaian yang digunakan oleh seseorang dapat memberikan persepsi serta penilaian seseorang dari status sosialnya. (Barnard, 2011: 86).

Perkembangan fashion dari masa ke masa memang semakin berkembang, apalagi saat ini fashion menjadi salah satu kebutuhan dalam gaya hidup seseorang yang digunakan sesuai dengan kesukaan dan kebutuhan lingkungan suatu kelompok atau individu. Fashion yang saat ini membawa pengaruh besar, khususnya wanita muslim yaitu fashion hijab. Bagi seorang wanita muslim yang memasuki usia balig wajib hukumnya untuk menutup seluruh tubuh hingga tidak terlihat lagi lekuk tubuh, karena bagi wanita muslim menggunakan hijab merupakan sebuah hukum dan syariat islam yang berakar dari Al-Qur'an dan Sunnah Nabi saw. Allah SWT berfirman dalam kitab suci Al-Qur'an surah An-Nur ayat 31 yang artinya :

“Dan hendaklah mereka menutup kain kerudung ke dada mereka dan janganlah menampakkan perhiasan mereka, kecuali yang biasa nampak” (Q.S. An-Nuur: 31).

Shahab Husein didalam bukunya menyatakan tentang pengertian hijab sesuai makna harfiah bahwa hijab sebagai pemisah dalam pergaulan antara pria dan wanita (Sahab,1989:19). Maksud dari pemisah disini yaitu agar antara laki-laki dan perempuan yang bukan muhrimnya tidak saling berdekatan sehingga nafsu syahwat dari keduanya dapat

dicegah, dan laki-laki dapat lebih menghormati wanita yang menutup auratnya (berhijab).

Fashion yang saat ini menjadi trend dan digemari dikalangan khalayak atau wanita muslim yaitu fashion hijab masculin. Konsep maskulinitas pada dunia fashion yaitu dimana fashion yang tadinya menjadi atribut dari pria kini digunakan oleh wanita khususnya muslimah. Fashion hijab sekarang ini sudah memiliki makna berbeda khususnya di Indonesia kalau dulu hijab dianggap hanya sebagai kain besar penutup aurat yang menutupi seluruh tubuh hingga tidak terlihat lekuk tubuh, tapi sekarang dianggap tren dengan memilih berkreasi memasang hijab seperti kaos over size lengan pendek, kemeja, baju yang swag atau biasa disebut boyis yang biasanya dipakai oleh laki-laki namun di pakai oleh wanita muslim sehingga makna hijab hilang (Istiani; 2017)/ Sebagaimana didalam hadits Rasulullah SAW:

'Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam melaknat laki-laki yang menyerupai wanita dan para wanita yang menyerupai laki-laki' (HR. Imam Bukhori).

Namun, gaya fashion saat ini sebagai tolak ukur dan pandangan bahwa berpakaian sebagai penentu kelas sosial serta identitas gender. Identitas gender sendiri adalah pandangan yang melekat di masyarakat sejak dahulu yang berkaitan dengan laki-laki dan perempuan. Namun, hal ini berbeda dengan jenis kelamin yang merupakan kondisi biologis dari lahir (Fakih, 2008: 8).

Didalam identitas gender terbagi menjadi dua jenis yaitu maskulinitas dan feminitas yang dimana selalu dikaitkan dengan laki-laki dan perempuan. Identitas gender dipengaruhi dari karakter masing-masing orang mulai dari perilakunya, hingga penampilannya. Salah satu faktor penentu bahwa seseorang itu memiliki sisi maskulin atau

feminine yang dapat dilihat secara langsung yakni penampilan gaya berpakaianya. Namun, penilaian tersebut tetap harus bergantung pada kebudayaan yang telah menimpa suatu masyarakat. (Wahyuningtyas, 2020:33-34).

Fenomena wanita muslim yang mengkreasikan hijabnya atau yang biasa disebut dengan hijabers ini merupakan sebuah isu kontemporer karena pada dasarnya dalam berpakaian wanita muslim tidak ada fashion model hijab masculine, namun wanita muslim saat ini beranggapan dengan memakai model hijab saat ini tidak terlihat kuno dan ketinggalan zaman. Perkembangan suatu zaman dalam bidang teknologi khususnya internet mulai masuk sekitar tahun 1990-an awal dan membawa masyarakat Indonesia lebih mudah menerima perubahan yang besar salah satunya perkembangan fashion hijab di Indonesia. Ditambah lagi dengan hadirnya media baru (new media) yang merupakan salah satu media komunikasi yang memudahkan masyarakat berbagi serta mendapatkan segala informasi. Salah satu new media yang banyak orang menggunakannya yaitu sosial media, sosial media adalah salah satu bentuk perkembangan teknologi media baru (new media) yang memudahkan seseorang untuk berinteraksi dan berbagi informasi (Dini, 2018: 3).

Produk media sosial saat ini yang cukup populer dan banyak digemari yaitu Instagram, mulai dari individu, lembaga hingga bisnis, karena sifatnya yang dua arah sehingga dengan mudah dan cepat dalam memberikan serta mendapatkan informasi bagi penggunanya. Media sosial Instagram berbasis photo-sharing yang artinya seseorang dapat mengunggah foto yang menarik, dengan beberapa fitur seperti dapat menyukai (like) foto yang diunggah, berkomentar, serta memiliki jumlah pengikut (followers). Seseorang yang memiliki jumlah pengikut (followers) dan suka (like) yang banyak

di Instagramnya dapat dikatakan seseorang itu populer. Cara mendapatkan kepopuleran di media sosial Instagram, salah satunya yaitu dengan mengunggah foto yang menarik perhatian, seperti bagi para pecinta fashion dengan mengunggah gaya OOTD (Outfit Of The Day) atau mengambil foto secara full body dari kepala sampai kaki dengan pakaian yang keren, modis dan modern untuk menarik banyak orang agar menyukainya. Seorang figur di media sosial yang mempunyai jumlah pengikut atau followers yang signifikan, serta hal yang mereka sampaikan dapat mempengaruhi pengikutnya biasa disebut dengan Celebrity Instagram (selebgram) atau juga bisa disebut dengan seorang Influencer (Dini ; 2018: 4).

Salah satu fashion influencer hijab yang saat ini menjadi kiblat fashion serta menjadi inspirasi bagi anak muda yaitu pemilik akun instagram @strngrrr. Akun instagram @strngrrr merupakan akun Instagram yang di miliki oleh salah satu fashion influencer dari Indonesia yang memiliki banyak pengikut (followers) kurang lebih 500 ribu. Pemilik akun bernama lengkap Intan Khasanah ini kerap mempertunjukkan kesan clasic, chic, dan energik. Jika kebanyakan wanita muslim memadukan busana yang feminine serta ukuran yang serba pas badan, hal itu berbeda dengan foto-foto yang dibagikan di akun instagram pribadinya tersebut yaitu model paduan hijab berbalut kesan tomboy atau maskulin. Pada setiap foto yang diunggahnya selalu memiliki style yang berbeda dan selalu menarik perhatian orang. Ketika gaya berpakaianya ini menjadi trend fashion yang di sukai banyak orang tentu menjadi fenomena yang menarik untuk di kaji lebih lanjut, karena fashion yang menjadikan perhatian di Indonesia serta berkaitan dengan nilai agama yaitu hijab. Hijab sudah menjadi fashion sehari-hari bagi seorang muslimah dan bukan suatu hal yang tabu, serta penghalang untuk

melakukan aktifitas dan kegiatan yang dituntut berpenampilan modis.

Beberapa penelitian terdahulu yang menjadi landasan dalam penelitian ini yaitu diantaranya; penelitian terdahulu oleh Vina Nahdiyah Wahyuningtyas dan dan Navi Dwi Agustiana (2020) melihat bagaimana pemaknaan dari mahasiswa terhadap maskulinitas melalui fashion idol Kpop, dengan hasil penelitian bahwa fashion idol kpop yaitu BTS dalam music video mereka memiliki karakter maskulin yang berbeda, serta maskulinitas itu tidak dilihat dari fisiknya melainkan ada dalam diri masing-masing individu, seperti perilaku dan sikap setiap individu. Selanjutnya didukung oleh penelitian dari Ayu Nadila tahun 2019 yang berjudul “Analisis Resepsi Tren fashion hijab pada akun Instagram @dwiandaanda” dengan hasil penelitian tersebut yakni audiens menerima bahwa tren fashion hijab dari @dwiandaanda memang menjadi trend dalam gaya hidup untuk menunjang penampilan. Terlebih untuk para wanita muslim yang baru menggunakan hijab, dapat sebagai inspirasi fashion.

Setelah temuan observasi terdahulu diatas serta adanya tren maskulinitas dalam fashion hijab menarik untuk diteliti lebih lanjut mengenai pemaknaan khalayak terhadap fashion hijab itu sendiri. Sehingga penulis melakukan penelitian dengan judul “Pemaknaan Khalayak Terhadap Maskulinitas Melalui Fashion Hijab Pada Akun Instagram @strngrrr”, dimana tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana khalayak memaknai dan bersikap terhadap maskulinitas pada fashion hijab yang ditampilkan dalam foto yang dibagikan oleh akun Instagram @strngrrr. Penelitian juga bertujuan untuk memberikan pemahaman dan pemaknaan dari maraknya penggunaan hijab yang semakin beragam serta masuk kedalam ranah fashion yang menjadi salah satu perkembangan budaya Islam di Indonesia yang telah dipengaruhi oleh budaya populer masa kini yang di

bagikan oleh seorang influencer di akun Instragramnya, yang ditinjau dari perspektif analisis resepsi Stuart Hall.

Analisis resepsi digunakan untuk melihat bagaimana penerimaan teks berita oleh khalayak. Penelitian tentang resepsi khalayak didominasi oleh pandangan Stuart Hall. Konsep encoding/decoding Stuart Hall ini mendorong terjadinya interpretasi yang beragam dari teks-teks media selama proses produksi dan penerimaan (resepsi). Encoding adalah proses menerjemahkan yang dilakukan oleh produsen terhadap suatu hal, sementara decoding adalah proses menerjemahkan yang dilakukan khalayak terhadap pesan yang diperoleh dari produsen (Nisa; 2017).

#### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini memakai pendekatan deskriptif kualitatif yang artinya penjelasan hasil penelitian yang didapat dalam bentuk deskripsi bukan angka, sehingga memudahkan pembaca untuk memahami serta penyajian informasi yang lebih detail (Rosmini, 2017:95), selain itu penelitian ini menggunakan metode analisis resepsi (*reception analysis*) Stuart Hall yaitu sebuah pendekatan baru dalam sebuah penelitian mengenai khalayak media yang mengkaji bagaimana pertemuan antara media dan khalayak (Nisa; 2017). Fokus pada penelitian ini adalah bagaimana khalayak melihat, menerima dan memahami teks media yang disampaikan oleh *fashion influencer* dalam foto yang dibagikan oleh akun Instagram @strngrrr.

Seorang audiens atau khalayak merupakan seseorang yang berupaya mencari makna pesan pada teks media tersebut. Metode ini digunakan supaya dapat memahami bagaimana respon, penerimaan, sikap, serta makna yang dibentuk oleh penonton atau pembaca (Ida, 2014: 161). Karena analisis resepsi memandang khalayak sebagai seseorang yang aktif menciptakan makna (*producer*

*of meaning*), tidak hanya sebagai konsumen dari isi media saja.

Penelitian ini didukung juga oleh *Theory Judith Butler's Notion of Gender Performativity* yang berkaitan dengan identitas *gender*. Identitas *gender* merupakan efek yang dihasilkan oleh individu yang dibentuk secara *performatif* melalui *diskursus*. Butler dalam jurnal Setyorini menyebutnya sebagai *gender act*, yang secara sosial sebagai penanda identitas perempuan atau laki-laki. (Setyorini, 2011: 122)

Tahapan-tahapan dalam penelitian ini yaitu; observasi, wawancara, klasifikasi dan analisis data. Teknik pengumpulan data berupa observasi pada gaya berpakaian, foto atau gambar serta aktivitas yang dilakukan pada akun Instagram @strngrrr, serta melakukan teknik pengumpulan data dengan wawancara mendalam (*indepth interview*) dengan mengklasifikasikan subjek penelitian yaitu khalayak aktif berjenis kelamin laki-laki dan perempuan yang aktif menggunakan sosial media Instagram dengan usia 22-30 tahun.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pandangan di masyarakat tentang *maskulinitas* biasanya dilihat dari penampilan fisik serta karakteristik dari individu. Penampilan fisik ini dapat ditunjukkan dengan *fashion* salah satunya, serta atribut atau aksesoris yang menempel pada seseorang tersebut. Setiap kebudayaan memiliki pandangan tentang *fashion* berbeda yang menunjukkan sisi *masculin* dari seseorang. Masyarakat Indonesia tentunya memiliki pandangan berbeda dalam memberikan label *masculin* pada seseorang, dibandingkan dengan negara lain yang tentunya memiliki budaya yang berbeda dari Indonesia (Vina dan Navi, 2020:38)

Dalam penelitian ini, penulis memilih tujuh khalayak aktif yang menggunakan sosial media Instagram dari jenis kelamin yang berbeda dan usia sekitar 22-30

tahun untuk mengetahui bagaimana pemaknaan khalayak serta resepsi mereka terhadap maskulinitas pada *fashion* hijab yang ditampilkan oleh seorang *fashion influencer* dalam akun Instagram @strngrrr. Kemudian peneliti mengajukan pertanyaan seputar *fashion hijab* dulu dan sekarang, serta *maskulinitas* pada *fashion hijab* yang ditampilkan pada akun Instagram @strngrrr tersebut. Hasil dari *interview* yang telah penulis lakukan yaitu berikut :

### Konsep Maskulinitas Pada Fashion Hijab

Berdasarkan wawancara dengan tujuh informan tentang maskulinitas pada *fashion* hijab, mereka memiliki pandangan pendapat sendiri dari masing-masing informan. Dari tujuh informan itu, ada lima orang informan yaitu Salma, Dewi, Aswar, Faizal dan Roup yang beranggapan tentang maskulinitas itu tidak hanya tampak secara penampilan fisik, namun ada juga dalam diri seseorang, seperti perilaku dan karakteristik mereka. Definisi maskulinitas pada *fashion* hijab menurut Salma Zuhaira sebagai salah satu informan yang suka sekali dengan *fashion* yaitu *fashion* hijab dulu dan sekarang berbeda. Penjelasan lebih jelasnya akan dijelaskan oleh Salma sebagai berikut.

*"...Fashion hijab dulu masih terbatas dan fashion hijab sekarang itu kita bisa mix and match sesuka kita. Jadi menurut saya sih fashion itu gimana caranya kita mengekspresikan diri dengan cara berpakaian kita dan look kita, sisi maskulin tergantung dari karakter seseorang sih, fashion menurutku cuman sebagai gaya berpakaian aja..."*

Pendapat yang sama tentang maskulinitas pada *fashion* hijab juga sudah dikatakan oleh Faizal sebagai informan laki-laki yang suka juga dengan *fashion*, berdasarkan pendapatnya yaitu sebagai berikut.

“...Menurutku keren sih, bagus aku suka malahan sama fashion maskulin gitu buat cewek apalagi buat yang berhijab. Jadi hijab gak monoton gitu-gitu aja dan terlihat lebih kece, fresh dan tentunya casual simple gitu...”

Jika konsep maskulinitas pada *fashion* hijab dikaitkan dengan nilai agama, dimana yang dijelaskan dalam Al-Qur'an surah An-Nur ayat 31 tentang mewajibkan wanita muslim berhijab dan menurut hadist Rasulullah SAW tentang larangan perempuan yang menyerupai laki-laki dan begipun sebaliknya. Menurut pendapat dari lima informan tentang hal ini yaitu sama semua. Penjelasan lebih lanjut akan dijelaskan oleh Dewi sebagai berikut.

“...Tentunya seluruh *fashion* hijab itu cocok digunakan oleh seluruh muslimah asalkan masih menutupi aurat dan tidak menyerawang serta tidak terlihat dadanya. Pokoknya harus ditutupi lah dadanya, supaya hijab dan *fashion* masih ada sangkutannya dengan nilai agama islam...”

Sedangkan untuk dua informan yang lain, yaitu Della Fazza dan Yuna Tamami beranggapan maskulinitas pada *fashion* hijab sebagai sesuatu berpakaian yang aneh bagi wanita serta menyalahi kodrat sebagai wanita muslim. Seperti penjelasan yang dikatakan oleh Della Fazza sebagai berikut.

“...Kodratnya wanita berpakaian dan berperilaku layaknya wanita muslim. Walaupun sebenarnya seseorang tidak dilihat dari penampilannya melainkan hati dan perilakunya tapi kan Allah lebih menyukai hambanya yang taat atas perintahnya, tidak banyak sifat dan perilaku kita tapi cara berpakaian kita juga, gitu sih mbak menurut yang aku tahu...”

Hal tersebut sesuai yang dijelaskan oleh Muhadjir Darwin dalam jurnal penelitiannya tentang maskulinitas

bahwa maskulinitas merupakan suatu *stereotype* tentang laki-laki dan sebaliknya feminitas dianggap sebagai *stereotype* tentang perempuan. *Stereotype* tentang *maskulinitas* dan *femininitas* meliputi beberapa jenis karakteristik setiap orang, seperti karakter atau kepribadian, perilaku, penampilan fisik, serta orientasi seksual. (Muhadjir Darwin, 2010: 3).

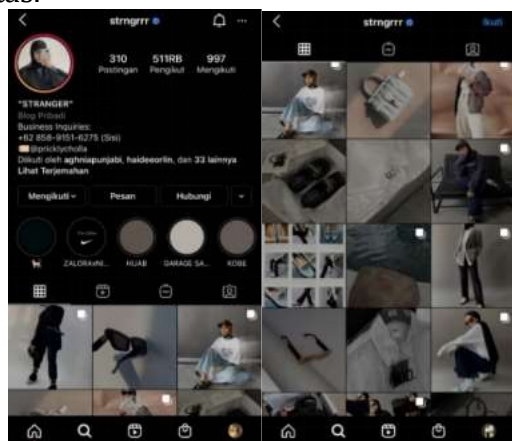
### **Sisi Maskulinitas Terhadap Fashion Hijab dalam Foto Oleh Akun Instagram @Strngrrr**

Salah satu profesi yang berpengaruh bagi khalayak di media sosial Instagram adalah seorang *influencer*. Menurut [harpersbazaar.co.id](http://harpersbazaar.co.id) *Influencer* adalah seorang yang memiliki banyak pengikut (*followers*) di media sosial dan seberapa penting *followers* mereka, karena jika *insight* Instagram tinggi dan pengikut mereka setia mengikuti akun *influencer* tersebut maka dengan mudah *influencer* tersebut menghasilkan uang. Biasanya seorang *influencer* tidak memiliki *platform* di luar media sosial, selain itu biasanya juga mereka dibayar untuk menghadiri acara peragaan busana, pesta makan malam desainer dan *after-party*.

Seorang *fashion Influencer* akan di bayar oleh sebuah *brand* untuk mengiklankan busana mereka dengan cara mengunggahnya di sosial media. Biasanya mereka (*brand*) berani membayar mahal untuk bisa mengiklankan produk mereka ke *influencer* tersebut. Di Indonesia sendiri *influencer* memiliki harga postingan di Instagram yang dihitung berdasarkan tiga jenis postingan, yakni foto, video, dan stories.

Menurut data dari [paper.id](http://paper.id) untuk postingan foto saja dihargai sekitar 1 juta rupiah hingga 20 juta rupiah per postingan, sedangkan harga untuk satu postingan video berkisar 2 juta rupiah hingga 27 juta rupiah, serta untuk harga postingan di stories berkisar 1 juta rupiah hingga 8 juta rupiah, kenapa harga

postingan untuk Instagram *stories* lebih murah dibandingkan dengan dua jenis postingan lainnya, karena hanya bisa bertahan 24 jam saja. Namun untuk *influencer* yang memiliki lebih banyak *followers* atau sekelas *celebrity* bisa mematok harga lebih dari perkiraan data diatas.



Gambar 01.

Akun Instagram @Strngrrr  
Sumber: Instagram @Strngrrr

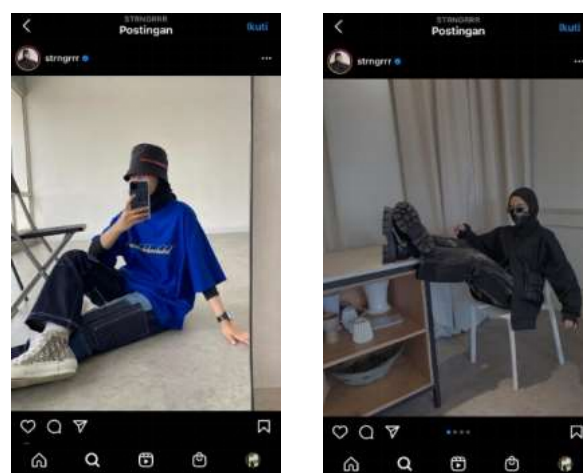
Mengenai maskulinitas jika dilihat dari segi fashion yang ada dalam foto yang diunggah akun Instagram @strngrrr, semua informan beranggapan bahwa memang @strngrrr menunjukkan sisi maskulinitasnya, tetapi dengan pemikiran yang berbeda-beda dalam memaknai serta memahami foto tersebut. Menurut pendapat Aswar melihat foto yang menampilkan *fashion* hijab maskulin dalam akun Instagram @strngrrr yaitu lebih ke *fashion* yang dipakai nyaman dan tidak mengganggu aktivitas.

“...*Fashion maskulin fine-fine aja bagus dan gaya aku banget. Fashionnya @strngrrr keren aku suka. Berpakaian apa yang kita gunakan nyaman dan gak mengganggu aktivitas, kan gak semua orang suka dengan fashion feminin gitu...*”

Pendapat yang sama juga diungkapkan oleh Rouf seorang informan laki-laki yang merupakan pengikut aktif sejak 2020. Pendapatnya dijelaskan sebagai berikut.

“...*Saya termasuk pengikut aktif Instagram @strngrrr dari 2020 karena tertarik dengan feed Instagramnya karena selera fashionnya yang cukup unik. Selama follow Instagramnya gak ada yang menyimpang dari ajaran agama islam sih, karena pakaian yang digunakan juga longgar atau over size, tidak ketat. aku suka malahan sama fashion-fashionnya...*”

*Maskulinitas* tidak hanya dilihat dari *fashionnya* namun juga gaya foto yang ditampilkan. Untuk melihat bagaimana pemahaman dan pemaknaan khalayak, peneliti menunjukkan gaya foto dari @strngrrr yang menunjukkan sisi maskulinnya. Menurut informan juga memiliki pandangan pendapat tersendiri dari masing-masing individu.



Gambar 02.

Gaya Foto dari @Strngrrr  
Sumber: Instagram @Strngrrr

Meskipun gaya foto yang ditampilkan oleh akun Instagram @Strngrrr didominasi dengan gaya yang *casual sawgy* atau *tomboy*, namun semua informan masih menganggap bahwa masih ada sisi *feminine* yang berpakaian sesuai dengan syariat islam dalam foto tersebut. Seperti dalam setiap foto yang di unggahnya memakai riasan wajah walupun tidak terlalu tebal yang menunjukkan sisi *feminin*, serta menggunakan hijab yang rapi, tidak terlihat aurat dan lekuk tubuhnya sesuai



dengan yang di jelaskan dalam Al Qur'an surah An-Nur ayat 31. Seperti pendapat dari salah satu informan yaitu Salma. Salma memberikan pendapatnya sebagai berikut.

"...Maskulinitas dalam foto oleh @Strngrrr itu lebih kearah casual boyyis sih menurut ku, jadi selama yang digunakan nyaman dan tidak bertentangan oleh agama seperti memperlihatkan lekuk tubuh dan aurat wanita sah-sah saja digunakan, selama dapat menyesuaikan dan pengecualian ketika menggunakan fashion hijab maskulin. Sedangkan kalau menurut aku yaa, untuk gaya foto yang ditampilkan oleh @strngrrr yang kakinya naik meja itu memang gak etis bagi wanita, tapi dilihat lagi bagaimana kita pinter-pinter menanggapiya gitu, jangan ditiru juga gaya foto seperti itu..."

Pendapat yang sama juga disampaikan oleh Dewi tentang fashion hijab dan gaya foto dalam akun Instagram @strngrrr yaitu fashion influencer yang fashionable dan mau berhijab. Mengenai penjelasan Dewi dijelaskan sebagai berikut.

"...Menurut saya @strngrrr itu fashion influencer yang fashionable, walaupun dia berhijab gak ada yang menutup dada tapi pakaian yang digunakan itu bukan pakaian ketat, jadi masih bisalah dikatakan layak untuk menjadi seorang trend hijab saat ini. Namun, harus dikecualikan kalau ada gaya foto atau fashion yang tidak sesuai, kita harus benar-benar bisa membedakan mana yang bisa kita tiru gaya fotonya dan mana yang tidak baik untuk ditiru..."

Namun, ada dua informan yang menolak atau tidak menyukai *fashion masculin* yang ditampilkan melalui foto dalam akun Instagram @strngrrr tersebut, mereka beranggapan bahwa fashion hijab tersebut tidak pantas digunakan oleh seorang muslimah

khususnya karna tidak mencerminkan seorang muslimah. Seperti yang dijelaskan oleh Della Fazza dan Yuna Tamami yaitu sebagai berikut.

"...Gak boleh, gayanya terlalu tomboy yang tidak terlihat anggun yang mencerminkan layaknya seorang wanita muslim. Menurutku juga @strngrrr ini berpakaiana seperti itu cuman untuk terlihat keren..." (Della Faza)

"...Gak suka aku kaya anak punk, menurutku yaa cewek itu berpakaian anggun, apalagi berhijab kan harus menutupi aurat dengan bener. Gaya fotonya juga seharusnya gak seperti itu, kesannya laki-laki gitu..." (Yuna Tamami)

Selain pakaian, maskulinitas dari @strngrrr dapat dilihat dari aksesoris yang mendukung penampilan fotonya serta aktifitas yang ditampilakn melalui stories yang dibagikan. Menurut kebanyakan dari informan beranggapan bahwa aksesoris dan aktifitas yang dilakukan oleh @strngrrr masih ada sisi *feminine* seperti tas yang digunakan, kacamata, cincin dan aksesoris lainnya yang menunjukkan sisi *feminine* pada penampilan @strngrrr. Jika dilihat dari foto yang ditampilkan oleh @strngrrr yang telah dijelaskan, mereka memiliki perbedaan pemakaan terhadap *maskulinitas* dari *fashion hijab* yang digunakan. Seperti konsep *fashion* yang mengarah ke *casual swagy*, yang dianggap sebagai wanita yang keren, *chic* dan *energetic* serta ada juga yang menganggap kurang etis atau tidak cocok untuk wanita muslim.

### **Pemaknaan Khalayak Berdasarkan Analisis Resepsi Stuart Hall.**

Analisis resepsi Stuart Hall menggunakan konsep dari khalayak aktif. Khalayak aktif yang dimaksudkan disini ialah khalayak yang tidak hanya diam saja saat menerima berbagai terpaan media yang disampaikan (West & Turner, 2008:



73). Didalam analisis resepsi Stuart Hall terdapat proses *encoding-decoding*, *Encoding* yaitu pada dasarnya mengacu pada proses menata tanda-tanda menjadi kode, sedangkan *decoding* lebih kepada proses penerjemah atau menginterpretasikan pesan yang memiliki arti bagi penerima pesan serta mempunyai hak untuk menerima dan membandingkan teks media (*preffered reading*) yang menghasilkan sesuai benak mereka.

Stuart Hall telah mengenalkan proses *decoding audiens* terhadap pesan yang disampaikan melalui media dengan tiga posisi sudut pandang: *dominant-hegemonic, negotiated dan oppositional*.

1. *Dominant-hegemonic*, bagaimana khalayak menerima begitu saja pesan yang diproduksi dan ditampilkan oleh media.
2. *Negotiated*, dalam posisi ini bagaimana khalayak menerima dan mengakui pengaruh dari makna informasi yang mereka terima. Namun, pada posisi ini juga, khalayak memiliki cara berfikir mereka sendiri, dengan mencampurkan hasil interpretasi dengan pengalaman social yang pernah mereka alami.
3. *Oppositional*, dalam posisi ini khalayak justru melawan dan menolak makna (*preffered reading*) yang ditawarkan media dan menggantinya dengan pemikiran mereka sendiri.

Setelah melakukan wawancara dengan informan sesuai temuan data yang telah dijelaskan diatas menunjukkan terdapat berbagai macam pemaknaan yang berbeda-beda dari masing-masing narasumber. Kebanyakan pendapat dari informan yang memahami tentang maskulinitas dalam foto OOTD yang ditampilkan Intan Khasanah tersebut, sebagai seseorang yang memberikan inspirasi fashion hijab yang nyaman digunakan bagi wanita yang tidak suka *fashion feminine* dimana harus memakai

rok, seperti halnya fashion korea yang *feminin* dan *girly*. Ada juga pendapat informan yang lainnya menganggap foto yang ditampilkan oleh Intan Khasanah sebagai cara berpakaian yang tidak etis atau pantas, serta sepatutnya gaya fashion tersebut tidak untuk ditiru karna tidak sesuai Al Quran dan Hadist Rasulullah SAW, seperti menggunakan hijab tidak sampai menutup dada, serta gaya foto dan pakaian seperti laki-laki yang tidak mencerminkan sebagai seorang muslimah. Hasil wawancara dengan Informan, peneliti telah membuat ringkasan dalam bentuk tabel dengan hasil menunjukkan data sebagai berikut :

**Tabel 01.**  
**Pemaknaan dan pemahaman informan berdasarkan penggolongan sudut pandang Stuart Hall**

Nama (Usia/Jenis Kelamin)	Dominant	Negotiated	Oppositional
Rouf (23/L)	X		
Faizal (24/L)		X	
Yuna (30/L)			X
Della (29/P)			X
Aswar (22/P)	X		
Dewi (23/P)		X	
Salma (22/P)		X	

Sumber : data wawancara peneliti

Proses *encoding-decoding* oleh Stuart Hall, mengungkapkan bahwa khalayak atau informan tidak selalu mengkonsumsi makna yang telah diproduksi oleh produsennya (*encoding*), karena pesan-pesan tersebut disusun untuk dapat dimaknai dan diinterpretasikan secara berbeda. Berdasarkan pengelompokan hasil wawancara sesuai tabel diatas yaitu

sebagai berikut jika di jelaskan lebih lanjut:

### 1. Dominant-hegemoni

Pada posisi pertama ini, sesuai data tabel diatas ada dua orang informan laki-laki dan perempuan yakni Rouf dan Aswar yang cenderung *dominant-hegemoni* yaitu dimana informan menerima, mengakui serta setuju saja dengan makna yang disampaikan oleh *fashion influencer* tersebut, tanpa ada penolakan serta menghasilkan pesan yang sama. Karena mereka beranggapan bahwa apa yang ditampilkan oleh akun instagram @strngrrr sebagai inspirasi *fashion hijab* yang berbeda, dan menunjukkan bahwa menggunakan *fashion hijab* juga bisa keren dan *modis*.

### 2. Negotiated

Posisi kedua yaitu *negotiated*, sesuai data tabel diatas serta pernyataan dari beberapa narasumber informan kebanyakan khalayak berada pada posisi *negotiated* ini, sekitar tiga orang informan yaitu Faizal, Dewi, dan Salma. Mereka memaknai dan memahami gaya berpakaian maskulinitas yang ditampilkan dalam akun Instagram @strngrrr, namun dengan cara mereka memiliki cara berfikir sendiri yang didasarkan pada pengetahuan, nilai budaya dan agama. Informan juga beranggapan bahwa sah-sah saja menggunakan *fashion hijab masculin* seperti yang ditampilkan oleh akun instagram @strngrrr, namun harus diperhatikan penggunaannya, seperti tidak berpakaian dengan gaya *masculin* pada acara-acara khusus yang bersifat formal karena dianggap tidak sopan, tidak menggunakan pakaian yang terlihat lekuk tubuh yang sesuai dengan syariat Islam, serta harus bisa menyesuaikan dan pengecualian ketika meniru gaya foto atau menggunakan *fashion hijab* maskulin tersebut.

### 3. Oppositional

Pada sudut pandang ketiga ini ada dua informan yaitu Della dan Yuna yang memiliki sudut pandang *Oppositional* yaitu dimana mereka tidak setuju dengan gaya *fashion hijab masculin* yang ditampilkan oleh *fashion influencer* tersebut, karena dianggapnya tidak sesuai dengan syariat islam sebagaimana yang telah dijelaskan didalam Al Qur'an seperti hijab yang tidak menutup dada dan Hadist Rasulullah SAW seperti wanita yang menyerupai laki-laki.

Berdasarkan penjelasan diatas, melalui proses *encoding-decoding* bahwa kecenderungan informan pada posisi negosiasi, karena terjadi pengkodean atau *encoding* yaitu kemampuan informan untuk dapat menerima pesan media serta membandingkannya dengan makna yang ada didalam diri mereka masing-masing karena khalayak memiliki wewenang dan kekuasaan sendiri dalam memaknai pesan media (West dan Turner, 2008 :73).

### **Berdasarkan Theory Judith Butler's Notion of Gender Performativity**

Menurut Butler tentang performativitas gender yaitu menjelaskan tentang bagaimana identitas *gender* terbentuk melalui serangkaian tindakan. Tindakan *gender* secara berulang disebut dengan identitas *gender*. Oleh karena itu *gender* bukanlah identitas yang stabil. (Hazrani dan Wiwid, 2019: 6-7) Berdasarkan penelitian menggunakan teori ini yaitu pemaknaan dari informan (khalayak) menunjukkan bahwa informan bisa menegosiasikan maskulinitas yang ditampilkan dalam *fashion hijab* oleh Intan Khasanah sebagai performativitas *gender masculin* walaupun berbeda atau bertentangan dengan *stereotype* identitas *gender* di masyarakat, dimana harus bertindak sebagaimana mestinya yaitu pria secara maskulin sedangkan wanita secara feminin. Hal ini dikarenakan khalayak atau informan terbiasa untuk melihat *performance* maskulinitas pada *fashion hijab* dari Intan Khasanah dalam foto yang dibagikan di

media sosial instagram pribadinya tersebut. Karena terbiasa menyaksikan dan menyukai foto dari *fashion influencer* tersebut secara terus menerus dan sadar sehingga mereka lebih mudah dalam menegosiasikan maskulinitas yang ditampilkan melalui fashion hijab dalam akun instagram @strngrrr. Namun khalayak tidak melihat maskulinitas sebagai suatu performativitas *gender masculin* sepenuhnya yang ada pada *influencer* tersebut tetapi sisi *femininnya* juga ada, seperti aksesoris penunjang penampilannya serta aktifitas sehari-hari yang di unggahnya di Instagram *stories*.

Temuan wawancara dengan informan juga menunjukkan bahwa informan masih melihat penampilan maskulinitas cenderung kepada gaya fotonya yang identik peniruan pada pria pada *gender feminin*, sehingga dilihat tidak wajar jika dilakukan oleh seorang wanita muslim. Meskipun penampilan maskulinitas pada *fashion hijabnya* diterima karena menarik dan lebih kepada fashion yang *swaggy* dan *casual* bukan kepada *masculin* serta dari latar belakang profesi Intan Khasanah sebagai *fashion influencer hijab* dipandang tidak sepenuhnya menentang konstruksi *gender*, karena begitulah pekerjaan sebagai seorang *fashion influencer* dituntut untuk berpenampilan yang menarik banyak orang, namun ini berada diluar konsep normal yang berlaku dimasyarakat yang memiliki *stereotype gender* berdasarkan jenis kelamin.

Jadi jika disimpulkan pemahaman tentang hijab apabila diteliti dari segi *histories* yaitu *fashion hijab* yang dulu dianggap kuno dan kurang menarik, namun seiring perkembangan zaman saat ini pemakaian hijab menjadi gaya hidup seseorang, kita dapat *mix and matc* sesuka kita dan menjadi memiliki keterkaitan erat dengan *fashion*. Para informan juga mampu memaknai beragam seperti menerima dan tidak menerima *fashion hijab maskulin* yang ditampilkan oleh akun instagram

@strngrrr milik Intan Khasanah sesuai pemikiran dan pandangan dari masing-masing informan khalayak.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa para informan yang merupakan khalayak mampu memaknai maskulinitas pada *fashion hijab* yang dibagikan akun instagram @strngrrr dengan pemaknaan yang beragam. Berdasarkan hasil data analisis resepsi Stuart Hall, peneliti memilih beberapa gaya foto dari @strngrrr untuk diinterpretasi oleh tujuh informan, berdasarkan hasil yang telah ditentukan oleh peneliti dengan beberapa kriteria seperti *fashion* dan aksesoris yang digunakan, gaya fotonya, serta aktifitas yang dilakukan oleh *fashion influencer* tersebut. Hasil dari penelitian ini menunjukkan dua orang informan menerima (*dominant-hegemonic*) begitu saja apa yang disampaikan melalui *fashion hijab maskulin* oleh @strngrrr, tiga orang informan memberikan pendapatnya yaitu bernegosiasi (*Negotiated-code*) dimana mereka menerima *fashion hijab maskulin* oleh @strngrrr namun memiliki pengecualian sesuai dengan pengalaman dan pemikiran masing-masing informan, serta dua orang informan wawancara yang memberikan pendapatnya berlawanan (*Oppositional-code*) dengan apa yang disampaikan dalam akun instagram @strngrrr karena dinilai tidak etis digunakan bagi wanita muslim. Kecenderungan dari informan yaitu pada posisi negosiasi, dimana pemaknaan khalayak terhadap penelitian ini cenderung menunjukkan adanya penyesuaian dan pengecualian terkait maskulinitas pada *fashion hijab* di akun instagram @strngrrr berdasarkan dengan nilai budaya, seperti sosial dan agama khususnya islam. Ini berarti khalayak aktif pengguna Instagram tidak akan langsung menerima dan menginterpretasikan pesan media begitu

saja, namun dinegosiasikan sesuai dengan latar belakang dan kondisi masing-masing khalayak.

#### DAFTAR KEPUSTAKAAN

Al Qur'an Surah An-Nur Ayat 31

Barnard, Malcolm. (2011). *Fashion Sebagai Komunikasi*. Yogyakarta: Jalasutra.

Darwin, Muhadjir (2010). *Maskulinitas: posisi laki-laki dalam masyarakat patriarkis*.

<http://lakilakibaru.or.id/2015/02/maskulinitas-posisi-lakilaki-dalam-masyarakat-patriarkis/>

Dini, Mutiara Amalia. (2018). *Pemaknaan Fashion Hijab di Sosial Media Instagram (Studi Resepsi Selebgram Hijabers pada Anggota Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Putra Putri Kampus Universitas Muhammadiyah Malang)*. Skripsi Jurusan Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang.

Fakih, Mansour. (2008). *Analisis Gender & Transformasi Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Belajar

Harpersbazaar. (2021). *Pengertian Influencer*.

<https://harpersbazaar.co.id/articles/read/6/2017/4101/Apa-Perbedaan-Antara-Fashion-Blogger-dan-Influencer>

<http://eprints.umm.ac.id/43077/>

<http://jurnal.untad.ac.id/jurnal/index.php/Bahasantodea/article/download/13285/10165>

<https://jurnal.ubharajaya.ac.id/index.php/komaskam/article/view/616>

Ida, Rachmah. (2014). *Metode Penelitian: Studi Media dan Kajian Budaya*. Jakarta: Kencana.

Istiani, A. N. (2015). *Konstruksi makna hijab fashion bagi moslem fashion blogger*. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 3(1), 48-55.

Merdeka. (2021). *Hadist Rasulullah SAW*. <https://www.merdeka.com/peristiwa/mui-soal-crosshijaber-allah-melaknat-laki-laki-menyerupai-wanita-sebaliknya.html>

Nadila, A. (2020). *Analisis Resepsi Tren Fashion Hijab Pada Akun Instagram@ Dwihandaanda* (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Jakarta).

Nisa, U. (2017). *Studi resepsi khalayak terhadap pemberitaan Syariat Islam pada Kompas. Com*. *Jurnal Komunikasi Global*, 6(1), 74-89.

Paper id. (2021). *Harga rata-rata Endorse Influencer*.

<https://www.paper.id/blog/headline/ini-dia-harga-rata-rata-endorse-influencer-di-instagram/> (diakses tanggal 05 Juni 2021)

Rosmini, sugit Z. (2017). *Diksi dan Gaya Bahasa Syair Lagu Karya Didi Kempot*. *Bahasantodea*, 5(2), 92-101.

Saadah Sihombing dan Wiwid Noor Rakhmad M.I.Kom. (2019). *Pemaknaan Khalayak Terhadap Androgini Pada Akun Instagram Andreas Lukita*. 7(4). 6-7. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/24955>

Setyorini, Ari. (2011). *Performativitas Gender Dan Seksualitas Dalam Weblog Lesbian Di Indonesia*. *Kawistara*. 1(2), 122. <https://doi.org/10.22146/kawistara.3913>

- Shahab, Husein. (1989). *Jilbab Menurut Al-Qur'an dan As-Sunnah*. Bandung: Mizan.
- Wahyuningtyas, Vina N & Agustiana, Navi D. (2020). Resepsi Mahasiswa Terhadap Maskulinitas Melalui Fashion Idol Kpop (Studi Deskriptif Kualitatif Maskulinitas pada Fashion yang Ditampilkan dalam Music Video BTS "No More Dream" dan "Boy With Luv"). 2 (1), 33-38.
- West, Richard & Lynn H. Turner. (2008). *Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.