

**KONSTRUKSI IDENTITAS NIQABIS  
MELALUI SELFIE INSTAGRAM**

**CONSTRUCTION OF NIQABIS IDENTITY  
THROUGH INSTAGRAM SELFIES**

*<sup>(1)</sup>Diana Safinda Asran*

Kajian Budaya dan Media  
Sekolah Pascasarjana Universitas Gadjah Mada

*<sup>(2)</sup>Wening Udasmoro*

Fakultas Ilmu Budaya Universitas Gadjah Mada  
Email: [udasmoro@ugm.ac.id](mailto:udasmoro@ugm.ac.id)

Submitted: 15-07-2020; Revised: 29-09-2020 ; Accepted: 29-09-2020

**ABSTRACT**

The media has long been used by certain religious communities to introduce their culture in society. Like the veiled Muslim group on Instagram which is called the niqabis. Automatically the existence of the niqabis is getting closer to society and is reaping significant popularity. Now the niqab is not only an attribute of religion, but also as part of an identity to a commodity of political economy. In this research, we will study further how niqabis use posts, especially selfies to construct their identity through Instagram, as done by @diananurliana and @wardahmaulina\_. Diana Nurliana and Wardah Maulina are influencers and have consistently built their identity as niqabis. The analysis carried out on the two accounts shows that identity is formed through selfies with information. Both Diana and Wardah take advantage of eye gaze, frame size to corner to be prepared with the viewer. While the caption is used to provide information on photos and also as a space for expression and opinion. On the other hand, what is uploaded also aims to form subjectivity to create branding.

**Keywords:** *Identity; Instagram; Niqab; Niqabis; Selfie.*

---

\*Corresponding author: [diana.safinda@gmail.com](mailto:diana.safinda@gmail.com).

Copyright© 2020 THE AUTHOR (S). This article is distributed under a Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International license. Jurnal Kawistara is published by the Graduate School of Universitas Gadjah Mada.

## ABSTRAK

Media telah sejak lama dimanfaatkan oleh komunitas agama tertentu untuk memperkenalkan kultur mereka di masyarakat. Hal ini terlihat pada kelompok Muslimah berniqab di Instagram yang disebut dengan istilah *niqabis*. Secara perlahan keberadaan *niqabis* semakin akrab di tengah masyarakat dan menuai popularitas yang cukup signifikan. Kini niqab tidak hanya menjadi atribut agama, namun juga sebagai bagian dari identitas hingga komoditi ekonomi politik. Penelitian ini mengkaji bagaimana *niqabis* menggunakan postingan, terutama foto *selfie* untuk mengkonstruksi identitas mereka melalui Instagram seperti yang dilakukan oleh @diananurliana dan @wardahmaulina. Diana Nurliana dan Wardah Maulina merupakan *influencer* dan secara konsisten membangun identitas sebagai *niqabis*. Analisis yang dilakukan pada dua akun tersebut menunjukkan bahwa identitas dibentuk melalui foto *selfie* yang dilengkapi *caption*. Baik Diana maupun Wardah memanfaatkan tatapan mata, ukuran frame hingga *angle* untuk berinteraksi dengan *viewers*. Sementara *caption* digunakan untuk memberikan keterangan atas foto dan juga sebagai ruang ekspresi dan berpendapat. Di sisi lain *selfie* yang diunggah juga bertujuan untuk membentuk subjektifikasi hingga menciptakan *branding*.

**Kata kunci:** *Identitas; Instagram; Niqab; Niqabis; Selfie.*

## PENGANTAR

Pemanfaatan media sosial oleh berbagai kelompok, termasuk komunitas agama telah dilakukan sejak dulu, baik untuk menyebarkan ajaran, memperkenalkan kultur, fashion, *lifestyle* hingga membangun identitas pribadi dan kelompok. Sebagai contohnya adalah kemunculan *hijabers*. *Hijabers Community (HC)* didirikan oleh Dian Pelangi dan kawan-kawan pada tahun 2011. Seiring perkembangan HC kemudian membuat citra *hijabers* yang identik dengan fashion (Baulch dan Pramiyanti, 2018: 2).

Beberapa tahun belakangan ini, kelompok muslimah lainnya mulai menarik perhatian publik, yaitu komunitas muslimah berniqab. Seperti *hijabers*, kelompok muslimah berniqab ini juga menggunakan media sosial, khususnya

Instagram untuk berbagai kepentingan seperti mengekspresikan diri, mengutarakan pendapat, mengkonstruksi identitas hingga modal ekonomi politik. Mereka mengidentifikasi diri dengan istilah *Niqabis*. *Niqabis* merupakan istilah yang dipakai oleh generasi milenial untuk menyebut perempuan muslim pengguna niqab yang aktif di Instagram. Istilah *niqabis* bukan kata baku, melainkan kata *kekinian* yang digunakan oleh anak-anak muda untuk menyebut muslimah yang menggunakan niqab dan populer di Instagram. Kata *niqabis* tidak memiliki konotasi seperti pada kata “ekstrimis” atau “teroris”. Penggunaan istilah *niqabis* semakin akrab di telinga masyarakat seiring dengan banyaknya perempuan berniqab di Instagram yang membuat unggahan disertai tagar #*niqabis* untuk menegaskan identitas individual atau kelompok. Unggahan dengan tagar #*niqabis* kini sudah mencapai 412,259 di Instagram.

Salah satu jenis unggahan *niqabis* di Instagram adalah foto *selfie*. Penelitian menemukan korelasi antara *selfie* dan narsisme. Disebutkan bahwa mengambil foto *selfie* dan mengunggahnya di media sosial merupakan salah satu faktor yang meningkatkan perilaku narsistik seseorang (Wickel, 2015: 10). Narsisme biasanya diilustrasikan sebagai kecenderungan untuk percaya bahwa diri sendiri lebih unggul daripada yang lain, untuk terus-menerus mengejar kekaguman dari orang lain, dan untuk berpartisipasi dalam pemikiran dan perilaku egois (Panek, Nardis, & Konrath, 2013).

Akan tetapi, mengunggah foto *selfie* tidak semata-mata hanya perilaku narsistik, Wickel (2015: 11) juga menyebutkan bahwa media sosial seperti Instagram juga berkaitan dengan status sosial. Bagaimana mereka membentuk profil secara online demi mendapatkan *like* dan *comment* sebagai bagian dari representasi diri terkuantifikasi (*quantified self-representation*). Representasi diri terkuantifikasi adalah upaya membangun konstruksi identitas secara virtual melalui angka atau grafik di media sosial. Bentuk aktivitas yang diulang-ulang dan keyakinan bahwa kualitas diri dapat meningkat dengan *self-tracking* (Rettberg, 2016:

17). Data kuantitatif tersebut memungkinkan pemilik akun untuk mengetahui konten yang lebih disukai oleh *followers* dan berpotensi memengaruhi representasi diri selanjutnya. Semakin banyak *like* dan *comment* yang diperoleh berkaitan dengan keberhasilan representasi diri yang dilakukan di Instagram dan meningkatkan jumlah *followers* (Rettberg, 2016: 18). Jumlah *followers* terkait dengan popularitas. Popularitas akan menempatkan seseorang dalam posisi tertentu di masyarakat, contohnya seperti *selebgram*, *influencer* atau *endorser* dan berpengaruh pada status sosialnya di masyarakat.

Penelitian pada *selfie* yang diunggah di Instagram dapat digunakan untuk mengidentifikasi bagaimana para *niqabis* mengkonstruksi identitas sosial. Contoh praktik membentuk konstruksi identitas melalui *selfie* di Instagram dilakukan oleh akun @diananurliana dan @wardahmaulina\_. Kedua akun tersebut dipilih dalam penelitian ini karena mereka adalah tokoh yang cukup dikenal, populer dan dihormati oleh kalangan *niqabis*. Diana Nurliana adalah seorang desainer pakaian muslimah dengan labelnya Kara Indonesia. Selain itu ia juga merupakan salah satu pendiri Niqab Squad Indonesia. Diana membuat akun Instagramnya pada tahun 2012 dan kini memiliki *followers* mencapai lebih dari 37 ribu dan telah terverifikasi (*verified*). Sementara Wardah Maulina membuat postingan pertamanya pada tahun 2017 dan kini telah memiliki pengikut mencapai 1,6 juta orang. Wardah dikenal sebagai *influencer* dan sering tampil di acara televisi. Selain itu baik Diana maupun Wardah secara konsisten mengkonstruksi identitas mereka sebagai perempuan berniqab (*niqabis*) melalui foto *selfie* di Instagram masing-masing.

Demi mengkaji lebih lanjut terkait *selfie niqabis* di Instagram dibutuhkan panduan berupa teori. Konstruksi identitas melalui media sosial seperti Instagram dapat dikaji lebih lanjut dengan menggunakan konsep *technologies of the self* yang dikemukakan Michel Foucault. Foucault menjelaskan bahwa *technologies of the self* merupakan cara bagi individu untuk mengubah diri mereka sendiri

untuk membentuk kesempurnaan seperti yang diharapkan. *Technologies of the self* adalah sarana untuk pencarian identitas melalui proses kehidupan termasuk di antaranya melalui tulisan dan berbicara. Identitas tidak selalu merupakan pilihan bebas (*free choice*), dorongan dari luar dan stereotip biasanya menjadi faktor yang memengaruhi identitas (Bauman, 2004: 34). *Technologies of the self* Foucault juga menyebutkan tentang proses "subjektivitas" yang membawa individu untuk mengikat dirinya pada identitas dan kesadarannya sendiri serta pada saat yang sama dengan kekuatan eksternal (Foucault, 1986: 95). Individu menggunakan "*self care*" sebagai upaya membentuk diri sebagai subjek. Sementara identitas tidak dapat dipisahkan dari *self care*, representasi, dan performativitas. Kita dapat memahami identitas sebagai sesuatu yang "diciptakan daripada ditemukan" (Bauman, 2004: 15). *Self care* bisa dibilang sebagai upaya bagi individu untuk untuk mengontrol diri (*self*).

Dalam budaya media baru (*new media*), konsep identitas telah berubah menjadi lebih cair (*fluid*) (Bauman, 2004: 51). Individu bisa lebih bebas mengkonstruksi identitas mereka sendiri yang mungkin berbeda dengan identitas mereka di kehidupan nyata. Meski begitu, identitas yang dibentuk di media sosial juga membutuhkan pengakuan dari orang lain. Oleh karena itulah dibutuhkan mekanisme *sharing* dalam hal ini berupa unggahan di akun media sosial. Tindakan ini, pada tingkat tertentu dapat disebut sebagai tindakan performatif. Aspek performatif dari perilaku berbagi di media sosial ini penting untuk membentuk logika dan pengalaman dari tindakan itu sendiri (Zylinska, 2012: 78). Ada struktur refleksif diri untuk berbagi konten di Instagram atau Twitter. Seperti halnya aktor di atas panggung tahu bahwa mereka sedang ditonton oleh penonton dan menyesuaikan perilaku mereka untuk menemukan efek terbaik, penggunaan media sosial secara efektif menyiratkan memilih dan membingkai konten dengan maksud untuk menyenangkan dan/atau mengesankan kerumunan tertentu (Zylinska, 2012: 79).

Penelitian mengenai perempuan muslim dan niqab tak bisa dipisahkan dari pembahasan mengenai tubuh secara sosial. Tubuh sosial adalah banyak hal: simbol utama diri, tetapi juga masyarakat, sebagai sesuatu yang dimiliki individu, namun juga menunjukkan jati diri individu tersebut. Tubuh adalah subjek dan objek sekaligus, bisa bersifat individual dan pribadi, namun juga umum (Synnott dalam Goleman, Boyatzis, Richard dan Mckee, 2019: 12).

Perspektif interaksi simbolik menyebutkan ada beberapa konsep yang dapat digunakan untuk melakukan identifikasi. Di antaranya adalah *the looking-glass body* dan *the dramaturgical body* dan *the socio-semiotic body* (Waskul dan Vanini dalam Goleman, Boyatzis, Richard dan Mckee, 2019: 6).

*The looking-glass body* dipahami sebagai konsep dimana seseorang hanya dapat merefleksikan dan membentuk gambar diri sendiri dari perspektif imajiner orang lain (Charmaz dan Rosenfeld dalam Goleman, Boyatzis, Richard dan Mckee, 2019: 35). Sebagai contohnya adalah bagaimana seseorang menjadi sangat "sadar diri" ketika berada di tengah kota atau kerumunan dan merasa bahwa orang lain melihat dirinya. Ia merasa bahwa orang-orang akan selalu melihat dan menilai cara ia berjalan, cara berpakaian dan semacamnya. Hal itu kemudian membuat ia terus mengevaluasi diri dengan pertanyaan apakah ada yang salah dengan pakaian atau cara berjalannya dan pada akhirnya merasa terganggu atau gelisah karena hal itu. Hal ini juga berlaku bagi orang lain yang melihat kita, bagaimana mereka juga mengevaluasi tubuh mereka sendiri berdasarkan penilaian kita seperti yang mereka imajinasikan. Proses ini menyerupai pantulan kaca.

*The dramaturgical body* merupakan konsep yang menyatakan bahwa tubuh manusia harus secara konstan dan sistematis diproduksi, dipertahankan, dan disajikan dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, tubuh dianggap sebagai potensi yang disadari dan diaktualisasikan melalui berbagai kegiatan atau praktik yang diatur secara sosial (Turner dalam Goleman, Boyatzis, Richard

dan Mckee, 2019: 6). Tubuh dibuat, dibuat, dinegosiasikan, dimanipulasi dalam konvensi sosial dan budaya yang diritualkan. Aplikasi *dramaturgical body* terlihat pada bagaimana individu membentuk, membangun tubuhnya untuk menciptakan suatu citra atau identitas tertentu. Sebagai contoh seorang perempuan berhijab, maka ia secara konstan dan terus menerus harus menggunakan hijab dalam kehidupan sehari-hari untuk menguatkan atau mengukuhkan identitasnya sebagai perempuan berhijab. Identitas tersebut kemudian ditambah dengan berbagai ekspektasi masyarakat bahwa perempuan berhijab harus taat beragama, selalu berpenampilan syar'i dan lain sebagainya. Hal tersebut kemudian ia wujudkan melalui berbagai kegiatan seperti mengikuti kajian, ceramah dan lain sebagainya, serta didukung dengan perilakunya di hadapan orang lain.

*The socio-semiotic body* memahami tubuh sebagai Jejak Budaya. Terlepas dari sifat biologisnya yang esensial, segera setelah tubuh menjadi objek wacana diinvestasikan dengan makna simbolik dan nilai simbolik-nilai pakai, nilai tanda, nilai tukar melalui fungsi diskursif. Dalam interaksionisme sosio-semiotik tidak ada tubuh tanpa diri yang refleksif dan agensi. Oleh karena itu, interaksi yang diwujudkan adalah proses aktif pembuatan makna praktis (semiosis) yang terjadi dalam bidang semiotik yang tidak terelakkan diinformasikan oleh hubungan kekuasaan (Waskul dan Vannini, 2006: 10). Melalui tubuh ia melakukan, mengekspresikan, dan menghadirkan subjektivitas kepada orang lain. Akan tetapi, melalui kegiatan yang sama, orang lain juga menilai tubuh sebagai objek melalui penampilan. Oleh karena itu, dari perspektif semiotik interaksionis makna tubuh dibentuk dalam kaitannya dengan posisi tubuh dalam suatu sistem penandaan, tetapi konstitusi makna seperti itu sepenuhnya tetap merupakan produk dari interaksi manusia, bukan sekadar hasil dari hubungan struktural.

Charles Horton Cooley (dalam Goleman, Boyatzis, Richard, dan Mckee, 2019: 6) mengemukakan apa yang disebut "aku," "milikku," atau "diriku", bukanlah sesuatu yang terpisah dari kehidupan umum. "Aku" bersifat umum

dan individu. Adanya kesadaran bahwa “aku” sebagai bagian dari masyarakat. Tidak ada arti “aku” tanpa memiliki korelasi dengan “anda”, “dia” atau “mereka”. Oleh karena itu, konsep mengenai tubuh dan “diri” merupakan bagian yang penting dalam subjektivitas seseorang terutama di tengah masyarakat.

Kajian visual memandang gambar memiliki makna yang melebihi ribuan kata. Salah satu teknik yang sering digunakan untuk menganalisis makna gambar adalah konsep *reading images-grammar of visual design* yang dikemukakan Gunther Kress dan Theo Van Leeuwen. Pada dimensi *narrative representation* terdapat dua hal yang harus dicermati dalam sebuah gambar meliputi: (1) *represented participants* dan (2) *interactive participant*. *Represented Participant* dipahami sebagai objek yang terdapat dalam gambar, baik benda hidup maupun tidak hidup. *Represented participant* bisa digunakan untuk melihat hubungan atau “interaksi” antarobjek dengan menganalisis vektor. *Participant* atau objek dalam gambar dapat diposisikan sebagai aktor, reaktor, objek/goal, atau fenomena (Kress dan Van Leeuwen, 2006: 50). Pada dimensi ini, *screenshot selfie* akun @diananurliana dan @wardahmaulina\_ yang digunakan sebagai objek penelitian akan dianalisis untuk mengidentifikasi apa atau siapa yang menjadi *represented participant* dan seperti apa vektornya.

Sementara itu, *interactive participant* melihat hubungan atau interaksi yang tercipta antara objek dengan penonton (*viewers*). Interaksi tersebut dapat dilihat melalui *gaze* (tatapan mata), ukuran *frame* dan *shot* dan *angle*. *Gaze* berhubungan *demand* (tuntutan), sedangkan ukuran *frame* dan *shot* ada kaitannya dengan *social distance*. *Angle* memperlihatkan bagaimana posisi *viewers* dengan *represented participant* (Kress dan Van Leeuwen, 2006: 50). Dengan melihat menganalisis dimensi *interactive* dapat diketahui lebih lanjut bagaimana hubungan atau relasi yang dibentuk oleh *represented participant* dalam *selfie* pada akun @diananurliana dan @wardahmaulina\_ dengan *followers*.

Selain gambar, analisis pada unggahan di Instagram juga harus menyertakan

*caption*. *Caption* dikategorikan sebagai bentuk representasi tulisan. Penjelasan dalam *caption* merupakan cara bagi seseorang untuk mengekspresikan dirinya dan mengkonstruksi identitas. Pemilihan kata, struktur bahasa hingga *emoticon* dipilih secara seksama untuk membentuk identitas online dan membuat pesan yang lebih personal atau intim. Langkah ini memungkinkan terbentuknya komunikasi yang empatik dengan *followers* mereka (Rettberg, 2016: 11)

### Subjektivitas Niqabis melalui Selfie Instagram

Dalam praktik representasi di media sosial, seseorang tidak menampilkan realitas diri, melainkan mengunggah *post* yang mengonstruksi identitas “diri” yang sesuai dengan yang diimajinasikan (Rettberg, 2016: 17). Hal tersebut sesuai dengan apa yang disebut oleh Foucault dalam penjelasannya mengenai *technologies of the self*, yaitu cara bagi individu untuk mengubah diri mereka sendiri untuk membentuk kesempurnaan seperti yang diharapkan (Foucault, 1986). Kesempurnaan dalam hal ini adalah branding atau citra yang terbentuk melalui konstruksi identitas di media sosial Instagram.

Diana membentuk subjektivitas melalui tulisan pada unggahannya di Instagram. Diana tidak ragu menyuarakan pendapatnya dan mengkritisi berbagai isu sosial dalam *caption* yang ia cantumkan di setiap unggahan foto.



Gambar 1.

Selfie Dian Nurliana

Sumber: Instagram @diananurliana, 2016

Gambar 1 memperlihatkan foto *selfie* yang diunggah oleh akun @diananurliana. Diana bertindak sebagai *represented participant* dalam foto tersebut. Diana merepresentasikan dirinya secara keseluruhan sebagai seorang *niqabis*. Sementara atribut yang ditampilkan adalah hijab hitam, niqab berwarna biru tua dan juga lensa kontak. Diana mengambil foto *selfie* dengan latar belakang sebuah kamar. Ia terlihat sedang duduk di sebuah tempat tidur. Jika dilihat secara keseluruhan, latar belakang pada gambar 1 lebih besar dibandingkan objek foto yaitu Diana sendiri. Kamar tidur seringkali diasosiasikan sebagai ruang yang privat. Seseorang hanya akan mengundang teman atau orang lain ke dalam kamar jika ia sudah memiliki hubungan yang sangat dekat dan memiliki kepercayaan yang dalam. Mengunggah foto yang diambil di dalam kamar dapat diasumsikan merupakan upaya Diana untuk membuat *followers* merasa memiliki kedekatan atau relasi yang intim dengannya.

Diana juga membangun relasi melalui tatapan mata (*gaze*). Seperti yang dapat dilihat pada gambar, Diana tampak menatap langsung ke arah kamera. Kontak mata (*gaze*) langsung dipandang sebagai bentuk visual dari upaya untuk berbicara langsung dan mengakui keberadaan *viewers*, seolah menuntut (*demand*) *viewers* memasuki hubungan imajiner dengan *represented participant* (Kress dan Van Leeuwen, 2006: 117). Teknik pengambilan gambar pada foto tersebut menggunakan *close up*. Teknik pengambilan gambar menentukan jarak sosial (*social distance*). Pada umumnya, tipe foto *close up* menciptakan relasi intim (*intimacy*) imajiner antara *viewers* dengan *represented participant* (Kress dan Van Leeuwen, 2006: 117). Selanjutnya, Diana juga menempatkan *viewers* setara atau sejajar dengan memilih sudut pandangan normal (*normal angle/eye level*). Ia memilih sudut kamera depan (*frontal*) sebagai bentuk "undangan" agar *followers* terlibat langsung. Diana juga menggunakan sudut *horizontal* untuk menegaskan relasi kuasa yang setara antara dirinya dan *followers* (Kress dan Van Leeuwen, 2006: 129).

Diana juga melengkapi foto *selfie*-nya dengan caption dakwah. Akan tetapi, berbeda

dengan sebelumnya bahwa Diana kali ini menuliskan caption dalam bahasa Inggris untuk mengemukakan pendapatnya tentang hari besar agama Kristen-Katolik yaitu Natal. Keputusannya menggunakan bahasa Inggris juga dapat dikaitkan dengan Diana yang ingin menunjukkan kemampuannya dalam berbahasa asing. Mereka yang menguasai bahasa lain seperti Inggris bisaanya belajar secara khusus sehingga diasosiasikan dengan kalangan terpelajar.

Di sisi lain, Diana tampaknya ingin menyebarkan dakwah tidak hanya pada orang Indonesia saja. Caption yang dituliskan dalam bahasa Inggris akan memberi kemudahan orang-orang dari negara lain, utamanya mereka yang memahami dan menggunakan bahasa Inggris untuk memahami unggahannya. Diana membuka dakwahnya dengan membentuk citra bahwa orang Islam juga mengenal dan mencintai Jesus namun dalam nama lain yaitu Isa.

*"No muslim is a muslim if he does not believe in Jesus (Isa). We muslim love him and dear him. (Tidak ada muslim yang menjadi muslim jika dia tidak percaya pada Jesus (Isa). Kami orang muslim mencintainya dan menyayangnya)",* tulis Diana.

Bagian yang lain yang menarik adalah penggunaan kata "he". Kata "he" merupakan kata ganti subjek laki-laki dalam bahasa Inggris. Pada kalimat yang dituliskannya, Diana hanya menggunakan kata "he" dan tidak mencantumkan "she" (kata ganti subjek perempuan), dengan kata lain Diana menghilangkan subjek perempuan "she" dan menggunakan "he" untuk mewakili umat Islam. Jika dilihat dari sudut pandang lain, hal yang dilakukan Diana menunjukkan bahwa ia secara sadar atau tidak mengesampingkan keberadaan perempuan. Menghilangkan perempuan dalam penggunaan bahasa merupakan bentuk dari subordinasi perempuan. Adanya ketimpangan antara perempuan dan laki-laki dalam bahasa. Perempuan dianggap tidak memiliki signifikansi yang sama dengan laki-laki (White, 2003).

Melalui tulisannya Diana menunjukkan subjektivitasnya sebagai seorang perempuan

Muslimah dengan secara berani mengomentari natal dan dengan tegas menolak perayaan natal. Subjektivitas dibentuk dari pemilihan kata yang digunakan dalam *caption* tersebut. Diana menggunakan kata “we” yang dalam Bahasa Indonesia berarti “kami” pada tulisannya. Ia menjadikan dirinya subjek yang tergabung dalam “kami” sebagai bagian dari orang Islam yang dalam hal ini menolak turut serta merayakan natal. Pernyataan tersebut kemudian ditegaskan melalui kalimat, “*But sorry we muslim can not celebrate christmas with our christian brother*”. Diana menggunakan kata “we” dan “our” secara berulang.

Akan tetapi, pada bagian penutup, Diana kemudian menegaskan dirinya sebagai subjek “I” yang berarti saya. Hal tersebut dapat dilihat melalui kalimat. “*I Hope our christian brother could understand our believe and our standpoint*”. Diana memperlihatkan subjektivitasnya melalui tulisan tersebut dengan menekankan bahwa tulisan itu ia buat untuk menyuarakan opininya secara pribadi.

Jejaring sosial memperkuat gagasan bahwa “menulis membantu pemeriksaan diri dan refleksi atas tindakan seseorang, apakah menulis untuk diri sendiri atau orang lain” (McLaren, 2002: 150). Melalui tulisannya tersebut Diana merefleksikan pemikiran sebagian umat muslim terkait kontroversi perayaan natal. Polemik mengenai natal sendiri telah menjadi perdebatan di kalangan muslim sejak lama. Sebagai seorang muslimah yang taat ia merasa harus mengemukakan pendapatnya dan menggunakan platform media sosial untuk menyampaikan pengetahuannya. Maka tulisan tersebut dibuat untuk disampaikan pada orang lain.

Unggahan foto dan juga *caption* seperti yang dituliskan oleh Diana memenuhi target berbagi (*sharing*). Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, perspektif Foucauldian di media sosial menargetkan mekanisme berbagi (*sharing*). Selain mengunggah di Instagram, Diana juga menggunakan metode lain agar tulisannya bisa dibaca atau dibagikan pada banyak orang. Yaitu dengan menggunakan *hashtag* atau tagar. Tagar dalam postingan Diana tersebut adalah #diananurliana, #niqab,

#black, #muslim, #christmas, #islam, dan #dakwah. Berbagi adalah dasar media sosial. Namun, berbagi konten bukan hanya pertukaran informasi yang netral. Berbagi adalah tindakan performatif. Ada struktur reflektif diri untuk berbagi konten di Instagram. Sebagaimana aktor di atas panggung tahu bahwa mereka sedang ditonton oleh penonton dan menyesuaikan perilaku mereka untuk menemukan efek terbaik, penggunaan media sosial yang efektif menyiratkan pemilihan dan pembingkai konten dengan tujuan untuk menyenangkan dan/atau mengesankan penonton tertentu (Foucault dalam Manokha, 2018: 227). Sementara itu, penggunaan *hashtag* berfungsi untuk memudahkan pengguna “mengindeks kata kunci atau topik” dan “untuk dengan mudah mengikuti topik yang mereka minati” (Rauschnabel et al., 2019). Tagar juga berguna dalam hubungan masyarakat atau kampanye dan dengan demikian memungkinkan pengguna untuk mendukung kampanye melalui konten yang dibuat pengguna dan efek viral (Jackson dan Foucault Welles, 2015). Dengan menyematkan tagar, Diana bisa memasukkan unggahannya pada topik tertentu dan membuat tulisannya berpotensi dibaca oleh lebih banyak orang.

Selain Diana Nurliana, niqabis lainnya juga menggunakan Instagramnya sebagai media untuk mengekspresikan dirinya sekaligus berdakwah. Salah satunya adalah Wardah Maulina. Seperti yang dapat dilihat pada gambar 2 berikut ini. Gambar 2 adalah unggahan selfie akun @wardahmaulina\_. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya Wardah Maulina adalah seorang niqabis dan juga influencer yang cukup terkenal di Instagram. Pada gambar 2 represented participant yang ditampilkan adalah Wardah Maulina sebagai seorang perempuan berniqab. Atribut yang kemudian membentuk *carrier*. sebagai perempuan berniqab adalah hijab hitam, niqab hitam dan juga topi abu-abu.

Pada dimensi *interactive* relasi intim dibangun tatapan mata (*gaze*). Begitu juga dengan teknik pengambilan gambar *close up* seperti yang dilakukan oleh Wardah. Wardah juga memosisikan *viewers* setara



Gambar 2  
Selfie Wardah Maulina

Sumber: Instagram @wardahmaulina\_, 2019

dengan *represented participant* melalui sudut pandang kamera normal (*normal angle/eye level*) dan juga sudut horizontal. Wardah juga menggunakan sudut kamera depan (*frontal*) untuk “mengundang” *followers* untuk terlibat langsung

Relasi imajiner juga didukung melalui keterangan (*caption*) yang dituliskan oleh Wardah sebagai bentuk dari representasi tulisan. Wardah memosisikan *followers* sebagai teman atau sahabat di mana ia merasa bisa berbagi cerita. *Caption* yang dituliskan oleh Wardah berkaitan dengan kehidupannya sebagai seorang pengusaha perempuan. Wardah menceritakan bagaimana orang memandang rendah pekerjaannya sebagai pengusaha. Pada *caption* yang tercantum, Wardah secara konsisten membangun subjektivitasnya dengan berbicara sebagai subjek tunggal dengan menggunakan kata “aku”. Contohnya seperti pada kalimat, “Mungkin orang melihat hidup ku enak”, “aku masih sibuk hitung stok barang”, dan “Saat orang terbangun aku juga bangun dan mengerjakan kerjaan ku lagi.”

Meski dibuka dengan cerita mengenai pengalamannya, Wardah menggunakan postingan tersebut sebagai media dakwah seperti yang terlihat di bagian akhir. Dakwah pada umumnya dituliskan untuk ditunjukkan pada orang lain. Begitu juga dengan tulisan Wardah. Ia membuat tulisannya tersebut secara persuasif dengan tujuan dapat dipahami dan

menginspirasi orang lain untuk berbuat yang sama.

“Memang manusia tidak pernah bisa bersyukur atas nikmat yang Allah beri kepada dirinya, selalu melihat orang lain lebih beruntung. tanpa di sadari banyak orang diluar sana menginginkan hidup nya seperti kehidupan kita saat ini, yang kita sendiri sering mengeluh atas itu,” tulis Wardah.

Wardah juga menggunakan kata ganti seperti “manusia” untuk menunjuk dirinya dan juga orang lain. Selain itu ia juga memakai kata “kita” untuk membangun persepsi bahwa ia termasuk dalam kelompok yang turut melakukan apa yang ia sarankan dalam dakwahnya.

### Tubuh dan Konsep “Diri” *Niqabis* pada *Selfie*

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, dalam perspektif interaksionisme tubuh dipandang tidak hanya sebagai objek namun juga merupakan subjek (Waskul dan Vanini dalam Goleman, Boyatzis, Richard & Mckee, 2019: 4). Meski secara konseptual, mungkin berguna untuk mengenali perbedaan antara berbagai tradisi teoritis interaksionisme simbolik, dalam praktiknya jarang mematuhi perbedaan yang kaku. Artinya tubuh tidak selalu dapat dikategorikan dalam satu istilah atau satu konsep saja.



Gambar 3  
Selfie Wardah Maulina

Sumber: Instagram @wardahmaulina\_, 2018

Hubungan dengan kajian terkait *selfie* pada akun Instagram *niqabis*, konsep *looking-glass self/body* terimplementasi pada postingan Wardah Maulina yang telah dibahas di bab



sebelumnya pada gambar 3. Pada unggahan tersebut, Wardah membangun representasi dirinya sebagai seorang *niqabis* dengan atribut berupa hijab dan niqab berwarna biru. Ia juga memadukan gayanya dengan kacamata gaya berwarna kecoklatan. Pemaknaan terhadap tubuh tidak ditampilkan pada foto yang memperlihatkan wajah hingga bagian bahu Wardah, melainkan melalui caption atau keterangan yang dituliskan pada unggahan tersebut. Pada kalimat "*Berhijab itu sudah menjadi kewajiban bagi muslimah*", Wardah menunjukkan bahwa identitasnya sebagai seorang muslimah terkait secara sosial dengan muslimah lainnya. Ia harus mengikuti ketentuan agama yang telah dilakukan oleh muslimah lainnya juga yaitu berhijab. Konsep diri yang terpantul juga tampak pada kalimat, "*kalau seandainya wanita sudah berhijab sering membuat kesalahan jangan salahkan hijabnya*". Melalui kalimat tersebut Wardah seolah menunjukkan bahwa perilakunya dan wanita berhijab lainnya adalah serupa, yaitu mereka dapat saja melakukan kesalahan dan itu bukan karena hijab yang mereka pakai. Wardah menegaskan bahwa hijab yang ia pakai adalah atribut keagamaan-kewajiban sebagai perempuan muslim- namun tidak ada hubungannya dengan bagaimana ia berperilaku sehari-hari. Hal itu juga berlaku pada wanita berhijab lainnya, oleh karenanya ia meminta agar dirinya atau wanita berhijab lainnya tidak dihakimi hanya karena hijabnya.

Lebih lanjut, Wardah juga memberikan keterangan terkait identitasnya yang lain sebagai *niqabis* atau perempuan muslim yang mengenakan niqab/cadar. Ia menuliskan kalimat,

*"Walau sudah bercadar bukan berarti aku lebih baik dari kalian. jadi, kalau pun aku berbuat salah jangan sampai menyalahkan apa yang aku pakai karna hijab dan akhlak itu dua hal yang berbeda"*.

Melalui tulisan tersebut Wardah secara implisit menunjukkan bahwa kesadaran akan dirinya sebagai seorang *niqabis* membutuhkan hubungan dengan orang lain. Dengan kata lain proyek apapun yang ia lakukan pada tubuh harus dinegosiasikan dan diterima secara sosial.

Kesadaran diri dasar dan kesadaran tubuh berasal dari hubungan kita dengan orang lain.

Tulisan tersebut juga menunjukkan bahwa Wardah mencoba untuk memahami pandangan secara eksternal. Ia menyadari bahwa tubuhnya akan dihakimi dari perilaku atau pandangan orang terhadap dirinya. Hal tersebut sesuai dengan yang dikemukakan Crossley (dalam (Goleman, Boyatzis, Richard, dan Mckee, 2019) bahwa banyak dari apa yang diketahui atau dipikirkan tentang tubuh dan diri dalam proyek refleksi mengandaikan bahwa mengambil sudut pandang "eksternal" terhadap diri sendiri bahwa cara memandang diri ini sebagai orang lain. Kesadaran akan tubuh seseorang sebagai objek estetika, medis, atau jenis objek lainnya memerlukan tujuan sendiri yang, pada gilirannya, mengharuskan agen tersebut belajar untuk menggunakan sudut pandang luar imajiner yang digunakan untuk melakukan sesuatu.

Pernyataan Wardah tersebut mengisyaratkan bahwa ia mengalami pertentangan terkait identitasnya sebagai *niqabis*. Ia mengidentifikasi dirinya sebagai seorang muslimah berniqab atau *niqabis*, tetapi Wardah tidak ingin dihakimi atas perilakunya berdasarkan hijab atau niqab yang dipakainya. Oleh karena itu, ia menegaskan bahwa hijab atau niqab yang dipakainya hanyalah kewajiban sebagai seorang muslimah, tetapi tidak akan menjadi penentu pada bagaimana ia berperilaku. Tubuh Wardah dikendalikan oleh wacana agama yang mengharuskannya menggunakan hijab dan niqab. Akan tetapi, di sisi lain ia merasa harus membela dirinya dari pandangan masyarakat yang secara sosial menilai dari hijab atau niqabnya.

Konsep diri dan tubuh Wardah sebagai *niqabis* juga dapat dipandang secara *dramaturgical*. Konsep *dramaturgical body* menyebutkan bahwa tubuh manusia secara konstan dan sistematis diproduksi, dipertahankan, dan disajikan dalam kehidupan sehari-hari dan oleh karena itu tubuh dianggap sebagai potensi yang disadari dan diaktualisasikan melalui berbagai kegiatan atau praktik yang diatur secara sosial (Turner dalam Goleman, Boyatzis, Richard dan Mckee,

2019: 24). Hal ini bersinggungan dengan tradisi pragmatis interaksi simbolik: orang tidak hanya “memiliki” tubuh - orang secara aktif melakukan tubuh. Tubuh dibuat, dibuat, dinegosiasikan, dimanipulasi dan sebagian besar dalam konvensi sosial dan budaya ritual.

Spencer E. Cahill (dalam Goleman, Boyatzis, Richard dan Mckee, 2019: 79) berpendapat bahwa tidak memiliki satu tubuh, melainkan memiliki satu tubuh yang (setidaknya) dibagi menjadi dua: tubuh publik untuk dilihat semua orang dan sebuah tubuh pribadi yang disembunyikan dari pandangan sipil dan hanya dibagikan dengan orang terdekat seperti keluarga atau teman dekat. Tubuh publik diumumkan dan tubuh privat dirahasiakan, dan kedua proses tersebut dicapai melalui konvensi sosial ritual yang sangat terkait dengan tatanan sosial, emosional, dan moral. Pendapat tersebut juga terimplementasi pada perilaku Wardah. Ia memperlihatkan tubuh publik sebagai seorang muslimah yang taat dengan memakai atribut seperti hijab dan niqab serta mengidentifikasi dirinya sebagai *niqabis*. Meski begitu, ia memiliki tubuh privat yang ditunjukkan hanya kepada orang terdekatnya. Tubuh privat ini dapat jadi sangat berbeda dengan tubuh publik yang ia citrakan melalui media sosial seperti pada akun Instagramnya.

Konsep *dramaturgical body* selanjutnya dapat dilihat pada Diana Nurliana. Berbeda dengan Wardah, Diana menunjukkan tubuhnya dalam interaksi simbolik melalui *mirror selfie* seperti pada gambar 4 berikut ini.



Gambar 4  
*Selfie* Diana Nurliana

Sumber: Instagram @diananurliana 2018

Gambar 4 menunjukkan Diana yang memperlihatkan busana yang ia kenakan dalam sebuah acara. Dalam foto tersebut Diana mengenakan hijab dan niqab yang dipadukan dengan busana yang memiliki ciri khas seperti busana India. Diana menggunakan unggahan *mirror selfie* tersebut sebagai upaya untuk memberikan edukasi mengenai hijab dan niqab pada *followers*. Ia memberikan inspirasi gaya berpakaian untuk muslimah yang tidak menonjolkan lekuk tubuh seperti yang diperintahkan agama. Di sisi lain, ia juga memenuhi tuntutan bahwa perempuan harus tampil cantik dan menarik. Apalagi konteksnya adalah mendatangi sebuah acara pernikahan (kondangan).

Konsep *dramaturgical body* mengemukakan dua penekanan analitis utama. *Pertama*, *dramaturgical body* muncul dari suatu proses di mana orang-orang harus mengekspresikan diri mereka sendiri, tetapi di sisi lain juga harus mengesankan diri mereka terhadap orang lain (Brissett dan Edgley dalam Goleman, Boyatzis, Richard dan Mckee, 2019, p. 3). Pendekatan tersebut sesuai dengan pemahaman bahwa diri dan tubuh dibentuk dalam proses berkelanjutan dari asosiasi dengan orang lain. Konsep tersebut juga terimplementasi pada perilaku Diana seperti yang dapat dilihat pada *caption* ditulis olehnya sebagai keterangan.

*“Ke kondangan pakai baju model2 india gini tuh favorit bgt buat aq karena menurut aq kita masih bisa gaya dg tidak memperlihatkan lekuk tubuh dg outfit begini,” tulis Diana.*

Berdasarkan kalimat tersebut Diana menjelaskan bahwa ia mengenakan busana tersebut dengan tujuan agar terlihat bergaya, tetapi masih sesuai dengan syariah. Penjelasan itu dapat dipahami jika Diana memiliki harapan dapat membuat kesan yang bagus pada orang yang melihat atau ia temui di acara tersebut.

*Kedua*, *dramaturgical body* merinci satu kerangka kerja untuk memahami bagaimana tatanan sosial dan emosional dipertahankan dalam ritual tubuh yang dramatis yang diikat oleh dan konstituen tatanan moral. Dalam penekanan terakhir inilah dramaturgi

menegaskan bahwa tubuh dan pengalaman dihasilkan dalam perilaku manusia bersifat pribadi dan komunal (Brissett dan Edgley dalam Goleman, Boyatzis, Richard dan Mckee, 2019, p. 3). Pengalaman pribadi yang ditunjukkan oleh Diana dalam unggahannya tersebut, ketika ia memperlihatkan selernya dalam pemilihan busana. Seperti yang dapat dilihat, Diana menuliskan bahwa ia senang memakai busana tersebut tersebut dan merupakan salah satu gaya favoritnya. Di sisi lain, ia juga mewakili *niqabis* secara komunal yang tidak dapat secara bebas memperlihatkan lekuk tubuh. Pada kalimat tersebut ia menggunakan kata "kita" sebagai kata ganti dirinya dan juga kelompok *niqabis* lainnya. Ia berbicara sebagai bagian dari komunal *niqabis* bahwa pakaian seperti yang ia pakai dalam foto tersebut dapat menjadi inspirasi gaya muslimah yang tidak menonjolkan lekuk tubuh. Tujuan dari ia mengenakan pakaian tersebut juga tidak lepas dari pandangan masyarakat sosial. Masyarakat sosial pada umumnya masih menganggap penting bagi perempuan untuk tampil cantik, anggun, dan menarik. Identitas Diana sebagai seorang *niqabis* tidak serta merta membuat ia dapat tampil sederhana seperti yang dianjurkan oleh agama.

Lebih lanjut, Diana dan Wardah juga memperlihatkan konsep *socio-semiotic body* melalui *selfie* dan keterangannya. Diana dan Wardah secara konsisten menggunakan niqab untuk menegaskan identitasnya sebagai *niqabis*. Hijab dan niqab yang digunakan Diana menjadi atribut yang menandai budaya perempuan muslim. Dengan hijab dan niqab yang dikenakannya, baik Diana dan Wardah akan langsung diidentifikasi sebagai perempuan muslim tanpa harus memberikan penjelasan lebih lanjut mengenai identitasnya. Tidak hanya itu, mereka juga memperlihatkan budaya Islam secara lebih mendalam melalui *caption* dakwah yang dituliskan. Mereka memperlihatkan bagaimana perempuan seharusnya berpakaian dalam Islam hingga ketentuan-ketentuan lainnya, termasuk perempuan muslim yang dianjurkan tidak keluar rumah tanpa muhrimnya.

Berdasarkan uraian tentang tubuh dalam interaksi simbolik Wardah Maulina dan Diana Nurliana dapat diketahui bahwa tubuh bertindak sebagai subjek dan juga objek. Wardah dan Diana sebagai subjek yang otonom memiliki hal untuk mengatur tubuhnya di ruang publik maupun privat. Mereka memiliki kewenangan untuk memilih apa yang ditampilkan sebagai tubuh publik dan apa yang ditampilkan sebagai tubuh privat. Akan tetapi, di sisi lain, tubuh merupakan objek sosial di mana ada nilai-nilai yang direfleksi. Sebagai tubuh sosial, Wardah dan Diana mengadopsi nilai dan norma yang ada di sekitarnya seperti norma agama, hingga justifikasi dari masyarakat. Mereka berusaha menyesuaikan penampilan untuk memenuhi ekspektasi dari pihak eksternal.

## SIMPULAN

Keberadaan komunitas *niqabis* di Indonesia dipandang sebagai sebuah fenomena yang menarik. Meskipun sama-sama menggunakan cadar atau niqab, perempuan muslimah yang mengidentifikasi diri mereka sebagai *niqabis* atau tergabung dalam komunitas *niqabis* memiliki gaya hidup dan kultur yang berbeda dengan muslimah bercadar lainnya. Perbedaan yang mencolok terlihat pada perilaku mereka di media sosial Instagram. Pada umumnya kalangan perempuan bercadar menggunakan media sosial seperti Instagram sebagai media dakwah agama. Akan tetapi, perilaku yang berbeda justru ditunjukkan oleh kelompok *niqabis*. Mereka mengunggah foto pribadi atau bahkan *selfie* di akun Instagramnya.

*Niqabis* dengan popularitas tinggi di antaranya adalah Diana Nurliana (@diananurliana) dan Wardah Maulina (@wardahmaulina\_). Diana dan Wardah menggunakan akun Instagramnya dan juga foto *selfie* untuk berbagai kepentingan salah satunya adalah mengekspresikan diri. Identitas sebagai seorang *niqabis* tidak membatasi Diana dan Wardah mengunggah foto *selfie*. Mereka mengunggah foto dalam berbagai gaya. Sebagai *represented participant*, Diana dan Wardah menggunakan atribut seperti gamis, hijab dan niqab untuk menegaskan identitas

mereka sebagai *niqabis*. Di sisi lain, sebagai *interactive participant* mereka juga membangun interaksi dengan *followers* melalui *gaze* (tatapan, dan arah tatapan), ukuran frame dan *shot*, dan perspektif/*angle*. Pada umumnya, keduanya membangun interaksi yang intim dengan mengambil foto secara *close up*. Pada umumnya foto *selfie* diambil menggunakan kamera depan, sehingga orang cenderung melihat langsung ke arah kamera. Hal serupa juga dilakukan oleh Diana dan Wardah, hal ini merupakan “tuntutan” (*demand*) agar *viewers* terlibat langsung dengan *participant*. *Viewers* atau *followers* juga berada pada posisi sejajar atau setara dengan menggunakan *normal angle / eye level*.

Diana dan Wardah melengkapi unggahan *selfie*-nya dengan caption untuk memberikan keterangan atau penjelasan tentang foto itu sendiri. Meski begitu tidak jarang caption yang ditulis sama sekali tidak berkaitan dengan foto yang diunggah. Diana dan Wardah bebas menuliskan pemikiran, ide, mengkritisi sebuah isu sosial, menceritakan pengalaman pribadi, hingga mengeluh melalui *caption*. Kalimat dan kata dipilih dan diolah sedemikian rupa untuk membentuk subjektivitas Diana dan Wardah. Apakah caption tersebut ditulis untuk dirinya sendiri atau orang lain.

Identitas dan subjektivitas juga tidak terlepas dari bagaimana Diana dan Wardah memaknai tubuh dalam interaksi simbolik. Tubuh dimaknai sebagai subjek dan juga objek. Individu memiliki hak dan kapasitas untuk mengelola tubuhnya sedemikian rupa sesuai dengan apa yang diinginkan. Di sisi lain, tubuh juga merupakan objek sosial di mana terdapat kontetasi wacana yang bermain. Diana dan Wardah memiliki kuasa dan juga hak untuk mengelola tubuh, mengenakan pakaian atau berdandan seperti apapun yang mereka inginkan. Meskipun begitu tubuh Diana dan juga Wardah juga dinilai secara sosial. Sebagai seorang *niqabis*, Diana dan Wardah harus mengenakan atribut sesuai dengan perintah agama berupa gamis, hijab dan *niqab*. Ada juga ketentuan seperti tidak boleh memperlihatkan lekuk tubuh dan lain sebagainya. Akan tetapi, wacana yang menguasai tubuh Diana dan

Wardah tidak hanya agama saja. Ada standar kecantikan yang harus dipenuhi. Begitu juga penilaian masyarakat yang memandang bahwa perempuan harus tampil menarik di setiap kesempatan. Identitas mereka sebagai *niqabis* tidak dapat menjadi alasan bagi Diana dan Wardah untuk tampil sederhana. Mereka juga tetap berusaha mengesankan publik melalui riasan ataupun pakaian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bauman, Z. (2004). *Identity* (2 ed.). Cambridge: Polity Press.
- Baulch, E., & Pramiyanti, A. (2018). Hijabers on Instagram: Using Visual Social Media to Construct the Ideal Muslim Woman. *Social Media and Society*, 4(4). <https://doi.org/10.1177/2056305118800308>
- Foucault, M. (1986). *The Care of the Self: Volume 3 of the History of Sexuality*. New York: Pantheon Books.
- Goleman, Boyatzis, Richard. (2019). Body/ Embodiment Symbolic Interaction. *In Journal of Chemical Information and Modeling*, 53 (9). <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.00>.
- Kress, G., & Van Leeuwen, T. (2006). *Reading images: The grammar of visual design*. New York: Routledge.
- Manokha, I. (2018). Surveillance, Panopticism, and Self-Discipline in the Digital Age. *Surveillance & Society*, 16(2), 219-237 <https://doi.org/10.24908/ss.v16i2.8346>
- McLaren, M. A. (2002). *Feminism, Foucault, and embodied subjectivity*. Albany, NY: State University of New York Press.
- Sarah J. Jackson, Brooke Foucault Welles, Hijacking #MYNYPD: Social Media Dissent and Networked Counterpublics, *Journal of Communication*, Volume 65, Issue 6, December 2015, Pages 932-952, <https://doi.org/10.1111/jcom.12185>

- Rauschnabel, P. A., Sheldon, P., & Herzfeldt, E. (2019). What motivates users to hashtag on social media? *Psychology and Marketing*, 36(5), 473-488. <https://doi.org/10.1002/mar.21191>
- Rettberg, J. W. (2016). *Seeing Ourselves Through Technology: How We Use Selfies, Blogs and Wearable Devices to See and Shape Ourselves*. London: Palgrave Macmillan.
- Panek, E. T., Nardis, Y., & Konrath, S. (2013). Mirror Or Megaphone?: How Relationships Between Narcissism And Social Networking Site Use Differ On Facebook And Twitter. *Computers in Human Behavior*, 29(5), 2004-2012. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.04.012>.
- Waskul, D., & Vannini, P. (2006). *Body/ Embodiment : Symbolic Interaction And The Sociology Of The Body*. Hampshire: Ashgate Publishing Limited.
- White, A. (2003). *Womens ' Usage of Specific Linguistic Functions in the Context of Casual Conversation : Analysis and Discussion*. Birmingham: University of Birmingham.
- Wickel, T. M. (2015). Narcissism and Social Networking Sites : The Act of Taking Selfies. *Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*, 6(1). Retrieved from <http://www.inquiriesjournal.com/a?id=1138>
- Zylinska, J. (2012). *Between page and screen : remaking literature through cinema and cyberspace*. New York: Fordham University Press.