

Representasi Muslimah dalam Konten *Halal Makeup* pada Akun Instagram @dianwidayanti

Singgih Muflihahfah Labibah

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Jln. A. Yani No. 117, Surabaya, Jawa Timur

singgihmuflihahfah05@gmail.com

Abstract

Instagram has become a public space that can shape users' perceptions of religious identity and values, including halal makeup. Indonesia, with the largest Muslim population in the world, has made the halal lifestyle trend not only in food, but also in fashion, lifestyle, and cosmetics. This study uses a descriptive qualitative approach with Barthes' semiotic analysis method, which consists of three stages of meaning: denotation, connotation, and myth. Data was taken from a 1 minute 9 second video on the @dianwidayanti account. The analysis was conducted by observing the visual aspects, narrative, symbols, and text in the video. The purpose of this study was to determine the representation of Muslim women in halal makeup content on social media and to provide an understanding of Muslim women in Instagram's visual culture. The results of the study show that the content represents the ideal Muslim woman who is polite, wears a hijab, is modern, and religious. Denotatively, the video shows women wearing hijabs who convey moral messages about beauty and purity. Connotatively and mythologically, the content constructs the ideology that beauty in accordance with Sharia law is part of the piety and spiritual identity of Muslim women.

Keywords: Representation; Muslim Women; Halal Makeup; Instagram

Abstrak

Instagram menjadi ruang publik yang dapat membentuk persepsi pengguna terhadap identitas dan nilai-nilai keagamaan, termasuk dalam *makeup*. *Halal makeup* masyarakat Indonesia dengan populasi Muslim terbesar di dunia menjadikan tren lifestyle halal tidak hanya pada makanan, tetapi juga mencakup fashion, gaya hidup dan kosmetik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode analisis semiotika Barthes, yang terdiri atas tiga tahapan pemaknaan: denotasi, konotasi, dan mitos. Data diambil dari salah satu konten video berdurasi 1 menit 9 detik pada akun @dianwidayanti. Analisis dilakukan dengan mengamati aspek visual, narasi, simbol, dan teks dalam video. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui representasi Muslimah dalam konten halal *makeup* di media sosial serta memberikan pemahaman mengenai Muslimah dalam budaya visual Instagram. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten tersebut merepresentasikan muslimah ideal yang sopan, berhijab, modern, dan religius. Secara denotatif, video menampilkan perempuan berhijab yang menyampaikan pesan moral tentang kecantikan dan kesucian. Secara konotatif dan mitologis, konten membangun ideologi bahwa kecantikan yang sesuai syariat menjadi bagian dari kesalehan dan identitas spiritual muslimah.

Kata Kunci: Representasi; Muslimah; *Makeup* Halal; Instagram

Pendahuluan

Media sosial sebagai wadah komunikasi bagi masyarakat dan memberikan ruang bebas untuk menyampaikan pendapat, informasi, atau hanya sekedar mengunggah foto aktivitas tanpa maksud tertentu (Aris et al., 2024). Pemilihan media dapat dilakukan dengan pertimbangan berbagai aspek seperti target audiens, budget, dan jangkauan media (Alfattianis, 2025). Media sosial sebagai media banyak fungsi (Fahmi, 2022) yang ditawarkan agar bisa digemari oleh berbagai kalangan dengan kepentingan masing-masing.

Platform media sosial yang sering digunakan sebagai peluang bisnis dengan cara mempromosikan produk tertentu yaitu penggunaan media sosial seperti Instagram, TikTok, Twitter, dan Facebook (Inaya & Sodik, 2023). Instagram menjadi salah satu aplikasi yang mempunyai fitur untuk memudahkan para pengguna untuk berbagi foto. Sistem sosial di Instagram dengan menjadi pengikut akun pengguna lain, atau mempunyai pengikut di Instagram (Azizah, 2025). Berdasarkan sumber dari NapoleonCat.com, terdapat 92.603.500 pengguna Instagram di Indonesia, yang mewakili 32,4% dari total populasi negara Indonesia per Januari 2025. Dari 92.603.500 terdapat 53,5% pengguna Instagram adalah wanita dan 46,5% laki-laki.

Indonesia menjadi negara dengan jumlah populasi muslim terbesar di dunia. Berdasarkan data Sistem Informasi Geografis (GIS) Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Disdukcapil) Kementerian Dalam Negeri dari sisi agama, mayoritas penduduk Indonesia menganut agama Islam dengan jumlah mencapai 249,82 juta jiwa atau setara dengan 87,14%. Dalam hal ini, tentu banyaknya wanita muslimah di Indonesia. Kecantikan adalah salah satu hal terpenting untuk wanita, sangat tidak mungkin bagi seorang wanita jika tidak mengharapkan kecantikan, baik di luar maupun di dalam dirinya (Saputri, 2024). Kecantikan adalah hal yang sangat diutamakan oleh seorang wanita, terlebih dengan kecantikan yang dimiliki akan menjadikan mereka terlihat lebih percaya diri akan penampilan yang ditampilkan (Pitaloka & Pudrianisa, 2023). Penampilan dapat mengubah diri seseorang dalam melakukan hal di kehidupan sehari-hari. Kecantikan wanita dipengaruhi oleh penggunaan kosmetik.

Kosmetik menjadi salah satu hal yang sangat diutamakan wanita, sebagai penunjang dalam penampilan (Inaya & Sodik, 2023) dan dapat memberikan kepercayaan dalam diri seorang wanita, sehingga dengan menggunakan kosmetik wanita akan tampil lebih sempurna dan lebih percaya diri dalam melakukan aktifitas sehari-harinya (Ma'rufah, 2023). Semakin banyaknya kosmetik dengan berbagai macam merek menjadikan wanita di Indonesia semakin cermat dalam memilih produk kosmetik.

Kata “halal” identik dengan Islam, sehingga menjadi salah satu pedoman dalam menjalani hidup bagi kaum muslim (Inaya & Sodik, 2023). Istilah *halal lifestyle* telah berkembang pesat dari sekadar sertifikasi produk makanan menjadi sebuah konsep gaya hidup yang mencakup berbagai aspek kehidupan, mulai dari fashion, travel, hingga kosmetik dan skincare (Asdah, 2025). Kosmetik termasuk kebutuhan wanita yang menjadi salah satu aspek penting mempercantik diri. Wanita Muslimah juga menggunakan kosmetik untuk bermakeup. Muslimah ideal menjadi simbol sosial bahwa kecantikan dan ketaatan dapat bersatu dalam bingkai modernitas. Media sosial menjadi ruang baru bagi wanita Muslim untuk menegaskan eksistensi dan spiritualitas melalui estetika halal.

Objek penelitian ini yaitu akun Instagram yang bernama @dianwidayanti dengan jumlah followers 281 ribu dan 863 postingan. Akun @dianwidayanti adalah salah satu figur yang dikenal

sebagai *beauty influencer* muslimah yang konsisten mempromosikan produk halal dan gaya hidup islami. Melalui unggahan yang menampilkan tutorial *makeup*, busana hijab syar'i, serta pesan moral, akun tersebut menghadirkan konstruksi citra wanita muslimah yang tampil anggun, modern, namun tetap sesuai dengan nilai-nilai Islam. Pemilihan konten dalam akun @dianwidayanti yang membahas *makeup halal* ada 2 konten. Konten yang dipilih sebagai objek penelitian membahas secara mendalam tentang *makeup halal* yang berdurasi 1 menit 9 detik.

Fenomena ini menarik untuk diteliti karena memperlihatkan bagaimana simbol-simbol religius dan kecantikan digunakan secara strategis dalam ruang digital. Konten halal *makeup* tidak hanya berfungsi sebagai strategi promosi produk, tetapi juga sebagai medium representasi nilai-nilai Islam yang membentuk standar "muslimah" di masyarakat digital. Urgensi dalam penelitian ini untuk mengetahui bagaimana proses representasi melalui tanda, simbol, dan narasi visual dalam konten @dianwidayanti membentuk pemahaman tentang kecantikan, kesalehan, dan identitas muslimah modern.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis semiotika model Roland Barthes. Analisis semiotika merupakan studi mengenai tanda (Pithaloka & Ali, 2025) dan proses tanda dari sebuah representasi bahasa, peringatan, merek, bahkan emoji. Sistem tanda yang beranjak keluar kaidah tata bahasa mengatur arti teks yang rumit dan tersembunyi. Di sinilah semiotika berusaha menggali hakikat sistem tanda. Menurut Barthes, pembentukan makna mencakup sistem tanda yang mendaur ulang berbagai makna yang tertanam. Adapun menurut Stuart Hall, representasi merupakan proses produksi makna melalui sistem tanda seperti bahasa, gambar, dan simbol yang digunakan untuk menyampaikan ideologi tertentu. Representasi tidak bersifat netral, tetapi membentuk cara pandang masyarakat terhadap realitas (Effendy, 2017).

Dalam konteks ini, representasi wanita muslimah di media sosial adalah konstruksi sosial yang menggambarkan identitas perempuan Islam dalam bingkai estetika dan religiusitas. Penelitian ini meneliti salah satu konten Instagram dari akun yang bernama @dianwidayanti dengan jumlah followers 281 ribu dan 863 postingan. *makeup halal*. Dalam akun @dianwidayanti yang membahas *makeup halal*, terdapat 2 konten. Konten yang dipilih sebagai objek penelitian membahas secara mendalam tentang *makeup halal* yang berdurasi 1 menit 9 detik.

Proses representasi menurut semiotik Barthes berpusat pada denotasi, konotasi, dan mitos. Denotasi adalah hubungan antara ekspresi dan konten di dalam sebuah tanda. Denotasi dapat diartikan sebagai makna yang paling nyata dari tanda dan dari yang digambar oleh tanda dari sebuah objek (Mujahidah et al., 2023). Konotasi adalah menggambarkan adanya interaksi saat tanda bereaksi terhadap emosi, nilai-nilai budaya dan ideologis. Sedangkan mitos merupakan cara kedua tanda digunakan dalam kata-kata yang menunjukkan aktivitas ketidakpercayaan pengguna. Mitos yakni cerita di mana budaya menggambarkan beberapa aspek realitas dan alam (Situmeang, 2015). Metode ini digunakan karena peneliti ingin mengetahui tentang pemaknaan dalam konten secara mendalam. Data yang digunakan dalam penelitian ini juga bukan merupakan data statistik melainkan data yang bersifat deskriptif, dengan kata-kata, bukan angka.

Hasil dan Pembahasan

Media Sosial sebagai Ruang Pembentukan Citra Muslimah

Media sosial telah menjadi arena utama bagi terbentuknya identitas, ekspresi diri, dan konstruksi makna sosial di era digital (Ariestyani & Ramadhanty, 2022). Salah satu fenomena menarik adalah munculnya representasi wanita muslimah modern yang memadukan nilai religius dengan gaya hidup kontemporer. Di tengah maraknya tren *halal lifestyle*, akun-akun influencer seperti @dianwidayanti menghadirkan narasi baru tentang bagaimana wanita muslimah ideal direpresentasikan melalui konten *halal makeup* di platform Instagram. Akun ini tidak hanya menampilkan tutorial kecantikan, tetapi juga menjadi ruang simbolik di mana nilai kesalehan, estetika, dan modernitas dikonstruksi dan disebarluaskan kepada khalayak luas.

Dalam konteks teori representasi Stuart Hall, media tidak sekadar memantulkan realitas, melainkan menciptakan realitas melalui sistem tanda dan makna (Effendy, 2017). Instagram sebagai platform visual memungkinkan seseorang menampilkan citra diri yang diinginkan melalui foto, video, caption, dan interaksi dengan pengikut. Akun @dianwidayanti menggunakan media sosial sebagai ruang representasi untuk memperlihatkan sosok wanita muslimah yang ideal yaitu beriman, berpenampilan sopan, namun tetap elegan dan berkelas.

Dalam kontennya tampak narasi visual yang memiliki gaya berhijab rapi, warna busana lembut, serta penggunaan produk *halal makeup* yang menjadi simbol komitmen terhadap nilai keislaman. Melalui pengemasan estetika visual yang menenangkan dan profesional, @dianwidayanti menampilkan muslimah sebagai figur yang berdaya, modern, namun tetap berpegang pada prinsip syariat.

Konteks muslimah yang dibangun dalam konten @dianwidayanti menunjukkan perpaduan harmonis antara religiusitas dan modernitas. Dalam kontennya, influencer tersebut menampilkan tutorial *makeup halal* dengan narasi keislaman yang mengingatkan pentingnya memilih produk halal atau menyeimbangkan kecantikan luar dan dalam. Representasi ini menegaskan bahwa kesalehan tidak meniadakan keinginan untuk tampil cantik, melainkan mengarahkan kecantikan agar tetap berada dalam koridor nilai Islam.

Proses Representasi: Bahasa, Simbol, dan Makna.

Akun @dianwidayanti jumlah memiliki followers 281 ribu dan 863 postingan. Representasi wanita muslimah dalam konten *makeup halal* ini diteliti dengan pemaknaan konten secara mendalam. Dengan melihat visual, penggunaan kata, dan simbol penelitian ini dilakukan serta menggunakan teori semiotika Roland Barthes. Konten yang dipilih sebagai objek penelitian adalah dari konten Instagram @dianwidayanti yang berdurasi 1 menit 9 detik ini tentang *makeup*. Berikut analisis semiotika dari potongan video dari konten *makeup halal*:



Gambar 1 potongan video dari konten Instagram @dianwidayanti

Denotasi dalam Gambar 1 dari potongan video ialah seorang perempuan yang menggunakan jilbab dengan menutup aurat sesuai dengan syariat Islam sebagai perempuan dan suara yang jelas serta lantang untuk didengar. Seorang perempuan yang duduk di kursi dalam ruangan yang tampak bersih dan elegan. Terdapat tulisan kata “Kamu muslimah?”. Kata inilah yang memperjelas apa yang ingin disampaikan. Seorang perempuan yang menggunakan jilbab untuk menutup aurat sesuai dengan syariat Islam, serta berpendirian yang jelas dan lantang untuk didengar. Seorang perempuan yang duduk di kursi dalam ruangan yang tampak bersih dan elegan. Terdapat tulisan kata “kamu muslimah?”. Kata inilah yang memperjelas apa yang ingin disampaikan.

Konotasi dalam Gambar 1 dari potongan video yaitu Peran perempuan dalam potongan video ini mempertanyakan kesholehan wanita. Penggunaan hijab melambangkan identitas, kesholehan dan komitmen religius sebagai muslimah. Kata tanya “kamu muslimah?” menjadi penegas bahwa pertanyaan ini adalah upaya mengajak audiens, terutama wanita, untuk merefleksikan identitas keislamannya. Ekspresi dan gestur lembut memperkuat pesan tentang kesantunan dan kedekatan emosional antara pembicara dan audiensnya.

Konotasi dalam Gambar 1 dari potongan video yaitu Gaya visual yang bersih dan fashionable menunjukkan bahwa religiusitas dan modernitas dapat berjalan beriringan. Mitos yang dibangun adalah “muslimah ideal”. Pesan “Kamu Muslimah?” memperkuat mitos sosial bahwa identitas muslimah sejati harus tampak secara visual melalui busana dan sikap yang lembut.

Makna dari Gambar 1 secara denotatif representasi literal seorang perempuan berhijab yang berbicara dalam sebuah video bertema keislaman. Makna secara konotatif Gambar, Gambar 1 tidak sekadar memperlihatkan seorang perempuan berhijab, tetapi juga menyampaikan pesan moral dan identitas keagamaan yang dikemas secara estetis dan komunikatif. Ia menggambarkan bagaimana menjadi Muslimah tidak hanya soal keyakinan, tetapi juga tentang penampilan dan perilaku yang lembut dan beradab. Makna mitologis Gambar 1 mereproduksi mitos tentang Muslimah sebagai sosok yang bukan hanya beriman, tetapi juga harus tampil sesuai standar kecantikan dan kesantunan Islam kontemporer. Mitos ini sekaligus

memperlihatkan bagaimana agama, estetika, dan budaya populer berinteraksi dalam media digital.



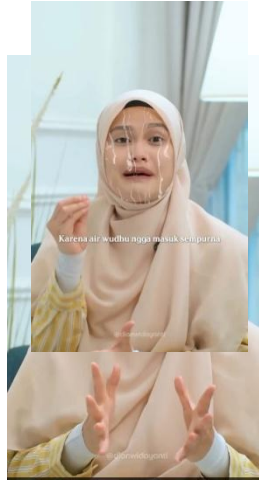
Gambar 2 potongan video dari konten Instagram @dianwidayanti

Denotasi dalam Gambar 2 dari potongan video ialah seorang wanita muslimah yang menyampaikan pesan ajakan “Yuk normalisasi hapus *makeup* sebelum wudu” dan symbol bedak (ikon *makeup*) mempertegas topik yang dibahas yaitu tentang kecantikan dan wudu.

Konotasi dalam Gambar 2 dari potongan video, yaitu ajakan “Yuk normalisasi hapus *makeup* sebelum wudu”, menandakan adanya gerakan sosial religius yang mencoba menyesuaikan praktik kecantikan modern dengan ajaran Islam tentang kebersihan dan kesucian. Simbol bedak *makeup* mengonotasikan dunia kecantikan, gaya hidup, dan perawatan diri yang kini menjadi bagian dari keseharian perempuan modern. Warna lembut (pastel) memberi kesan feminin, tenang, dan bersahabat, memperkuat pesan moral tanpa kesan menggurui.

Mitos dalam Gambar 2 dari potongan video yaitu perempuan yang salehah tidak hanya ditandai oleh penampilan berhijab, tetapi juga dengan perilaku religius yang benar secara syariat, seperti menjaga wudu dengan menghapus *makeup*. Dakwah kini tidak lagi disampaikan dengan cara konvensional, tetapi dengan visual menarik dan gaya kekinian agar diterima oleh generasi muda Muslimah. Pesan keagamaan seperti ini sering hadir dalam konteks media sosial dan branding personal, di mana nilai-nilai religius juga menjadi bagian dari citra sosial dan pasar kecantikan halal.

Makna dari Gambar 2 secara denotatif, gambar ini menunjukkan sosok perempuan berhijab yang sedang mengajak audiens untuk menghapus *makeup* sebelum berwudu. Secara konotatif, gambar ini tidak hanya mengajak untuk menghapus *makeup*, tetapi juga membangun kesadaran religius dalam bingkai gaya hidup modern. Dakwah tidak disampaikan dengan retorika keras, melainkan melalui estetika dan simbol kecantikan yang relatable bagi perempuan muslim masa kini. Secara mitologis, membentuk ideologi bahwa menjadi Muslimah sejati berarti memadukan kesalehan dengan kesadaran estetik bahwa kecantikan tidak boleh melanggar aturan agama, tetapi justru memperkuat identitas keislaman yang ideal, bersih, dan modern.



Gambar 3 potongan video dari konten Instagram @dianwidayanti

Denotasi dalam Gambar 3 dari potongan video ialah terdapat kata “SAH” yang besar dan berwarna merah. Latar belakang tampak modern, bersih dan nyaman. Seorang perempuan ini menjelaskan sesuatu dengan kedua tangan terbuka.

Konotasi dalam Gambar 3 dari potongan video yaitu penegasan terhadap kebenaran besar terkait ibadah, wudu, atau praktik religius. Warna merah pada kata “SAH” memberikan konotasi tegas dan kuat, memperkuat pesan.

Mitos dalam Gambar 3 dari potongan video yaitu sosok perempuan berhijab di sini digambarkan sebagai figur otoritatif yang berhak menegaskan mana yang benar (sah) dalam praktik beragama, sehingga mengonstruksi citra Muslimah sebagai pendidik moral masyarakat. Penegasan agama tidak disampaikan dengan nada keras, tetapi melalui visual cantik, warna lembut, dan komunikasi empatik. menggambarkan pergeseran bentuk dakwah ke arah yang lebih persuasif dan visual.

Makna dari Gambar 3 secara denotatif, memperlihatkan sosok perempuan berhijab yang menyampaikan pernyataan atau penegasan terkait sesuatu yang dianggap sah (benar, valid, atau diterima secara hukum agama). Secara konotatif, menyampaikan pesan penegasan religius bahwa tindakan berwudu setelah menghapus makeup yang sesuai dan dianggap sah menurut ajaran Islam. Secara mitologis, gambar ini mempresentasikan ideologi keagamaan di mana ketaatan dalam berwudu harus menghapus *makeup* agar meresap di kulit dan menjadikan sah. Hal ini sebagai simbol kemurnian, kebenaran, dan keindahan perempuan muslimah.

Gambar 4 potongan video dari konten Instagram @dianwidayanti

Denotasi dalam Gambar 4 dari potongan video ialah menampilkan perempuan berhijab berbicara di depan kamera dan di wajah terdapat tetesan air yang mengalir dari dahi ke pipi. Terdapat kata “Karena air wudu ngga masuk sempurna”.

Konotasi dalam Gambar 4 dari potongan video gambar, yaitu air yang mengalir di wajah, menggambarkan bahwa *makeup* tidak boleh menghalangi air wudu dengan kulit.

Mitos dalam Gambar 4 dari potongan video yaitu perempuan berhijab dengan wajah bersih dan lembut menciptakan mitos bahwa kecantikan yang ideal bagi muslimah adalah yang sejalan dengan nilai keislaman: natural, bersih, tidak berlebihan, dan halal.

Makna dari Gambar 4 secara denotatif menjelaskan tentang penggunaan produk skincare atau kosmetik yang berhubungan dengan ibadah wudu. Secara konotatif, hijab, ekspresi lembut, dan pembahasan tentang wudu menandakan sosok wanita muslimah dan menjaga kesucian ibadahnya. Secara mitos, merepresentasikan gagasan bahwa menjadi muslimah yang saleh tidak hanya diukur dari ibadah dan pakaian, tetapi juga dari pilihan konsumsi, termasuk *makeup*, termasuk *makeup* halal.



Gambar 5 potongan video dari konten Instagram @dianwidayanti

Denotasi dalam Gambar 5 dari potongan video memperlihatkan seorang wanita berhijab yang sedang membersihkan area mata menggunakan kapas putih. Terdapat teks yang tertera yaitu ““Karena walaupun udah pake makeup remover sekalipun” dan “BERSIHIN MASKARA”. Konotasi dalam Gambar 4 dari potongan video yaitu air yang mengalir di wajah menggambarkan bahwa *makeup* tidak boleh menghalangi air wudu dengan kulit.

Mitos dalam Gambar 5 dari potongan video yaitu memperkuat gagasan bahwa wanita muslimah yang baik tidak hanya taat beribadah, tetapi juga memastikan kebersihan, dan kesucian tubuh secara menyeluruh

Makna dari Gambar 5 secara denotatif menampilkan aktivitas membersihkan riasan mata, terutama maskara, dengan ekspresi serius dan fokus. Secara konotatif, menandakan kesalehan dan kehati-hatian dalam beribadah. Secara mitos, membentuk ide bahwa kesholihan, kebersihan, dan kecantikan halal adalah identitas ideal muslimah masa kini.



Gambar 6 potongan video dari konten Instagram @dianwidayanti

Denotasi dalam Gambar 6 dari potongan video ialah di bagian bawah kiri terdapat logo “HALAL INDONESIA” berwarna ungu dengan tulisan yang jelas. Latar belakang berwarna putih bersih, dihiasi tanaman hijau di pojok kiri atas, memberikan kesan minimalis dan alami.

Konotasi dalam Gambar 6 dari potongan video yaitu kehadiran logo Halal Indonesia bukan sekadar tanda kehalalan bahan, tetapi simbol bahwa kecantikan yang ditawarkan adalah bentuk kepatuhan terhadap nilai religius. Konotasinya adalah bahwa seorang muslimah dapat tetap tampil cantik tanpa mengorbankan prinsip keagamaannya.

Mitos dalam Gambar 6 dari potongan video yaitu produk kosmetik halal tidak lagi hanya soal bahan-bahan yang aman, tetapi menjadi simbol status dan identitas muslimah yang ideal. Dalam mitos ini, perempuan yang menggunakan produk halal dianggap sebagai sosok yang salehah, modern, dan berkarakter kuat dalam menjaga prinsip agama.

Makna dari Gambar 6 Secara denotatif, Gambar tersebut menampilkan beberapa produk kosmetik merek Wardah, khususnya produk maskara dan pembersih maskara. Semua produk dikemas dengan desain elegan bernuansa putih, krem, dan abu-abu, menampilkan Gambar mata perempuan dengan bulu mata lentik dan bersih. Secara konotatif, Desain kemasan yang modern, bersih, dan tidak berlebihan menandakan bahwa produk ini menyasar perempuan urban, berpendidikan, dan religius yang hidup di era modern. Ini adalah bentuk representasi *modern muslimah identity* cantik, cerdas, dan taat. Secara mitos,



Gambar 7 potongan video dari konten Instagram @dianwidayanti

Denotasi dalam Gambar 7 dari potongan video ialah menampilkan seorang wanita berhijab berwarna krem muda yang sedang duduk di ruangan dengan pencahayaan lembut. Wanita ini tampak sedang berbicara dengan ekspresi serius namun lembut. Di tangannya terdapat sebuah benda berbentuk tabung alat kosmetik yaitu maskara. Terdapat teks yang tertera, yaitu “Yang paling malas menghapus *makeup* sebelum wudu.”

Konotasi dalam Gambar 7 dari potongan video yaitu perempuan berhijab dengan ekspresi meyakinkan melambangkan sosok muslimah modern yang tidak hanya memperhatikan penampilan, tetapi juga memiliki pengetahuan dan kesadaran religius tinggi.

Mitos dalam Gambar 7 dari potongan video yaitu memperkuat konstruksi budaya bahwa muslimah yang baik tidak hanya taat beribadah, tetapi juga teliti terhadap hal-hal kecil seperti membersihkan *makeup* sebelum wudu.

Makna dari Gambar 7 secara denotatif ajakan untuk membersihkan makeup sebelum wudu. Secara konotatif, menandakan kesalehan dan kehati-hatian dalam beribadah. Secara konotatif, ajakan menjaga kesucian ibadah melalui kebersihan. Secara mitos, pembentukan citra muslimah ideal yang cantik, suci, dan modern.

Konsep Muslimah Ideal

Konsep muslimah ideal secara teologis berakar pada ajaran Al-Qur'an dan Sunnah. Muslimah ideal dipahami sebagai perempuan yang memiliki akidah yang kuat, menjalankan ibadah dengan disiplin, serta menampilkan akhlak mulia dalam kehidupan pribadi maupun sosial (Vina Laela Ramadani et al., 2024). Identitas ini bukan sekadar atribut visual, melainkan integrasi antara iman, amal, dan moralitas. Dalam konteks normatif Islam, muslimah ideal mencerminkan keteguhan iman (tauhid), ketaatan terhadap syariat, serta komitmen menjaga kehormatan diri (*iffah*).

1. Akidah dan Ketaatan

Akidah merupakan fondasi utama dalam membentuk identitas muslimah ideal. Keimanan yang kuat kepada Allah meliputi keyakinan terhadap rukun iman, penerimaan terhadap qadha dan qadar, serta komitmen menjalankan seluruh perintah dan menjauhi larangan-Nya (Hasanah, 2022). Dalam Islam, kualitas seorang perempuan tidak hanya diukur dari penampilannya, tetapi dari keteguhan tauhid dan konsistensi dalam ibadah.

Ketaatan ini mencakup pelaksanaan ibadah mahdhah seperti shalat, puasa, dan menjaga kesucian wudu. Kesadaran terhadap detail ibadah menunjukkan kedisiplinan spiritual dan tanggung jawab personal kepada Allah.

Hasil analisis konten halal *makeup* @dianwidayanti dikaitkan dengan konsep di atas, yaitu ajakan untuk menghapus *makeup* sebelum wudu, menunjukkan bahwa prioritas utama tetap pada kesempurnaan ibadah. Pesan ini menegaskan bahwa kecantikan tidak boleh menghalangi ketaatan. Dengan demikian, representasi muslimah ideal dalam konten tersebut menampilkan perempuan yang memposisikan syariat sebagai landasan utama dalam setiap aspek kehidupannya, termasuk dalam praktik berhias.

Hal ini menunjukkan bahwa religiusitas bukan hanya simbol, tetapi praktik nyata yang diterjemahkan dalam tindakan sehari-hari. Konten tersebut mengonstruksi citra muslimah yang tidak kompromi terhadap prinsip ibadah meskipun berada dalam industri kecantikan. Praktik tersebut menegaskan bahwa kesadaran ibadah menjadi prioritas utama. Representasi ini menunjukkan bahwa kecantikan tidak boleh menghalangi kesempurnaan ibadah. Dengan demikian, muslimah ideal dalam konten tersebut tetap menempatkan syariat sebagai landasan utama sebelum aspek estetika.

2. Menjaga Kehormatan (*Iffah*)

Iffah berarti menjaga kehormatan diri, baik secara fisik maupun moral. Dalam Al-Qur'an, perempuan beriman diperintahkan untuk menjaga pandangan, memelihara kemaluan, serta tidak menampakkan perhiasan kecuali yang biasa tampak. Konsep ini menekankan pengendalian diri dan kesadaran akan batasan-batasan syariat. Sesuai dengan ajaran Islam, menjaga kehormatan berarti menjaga pandangan, perilaku, serta tidak menampilkan diri secara berlebihan.

Konsep *iffah* menekankan kesucian moral dan pengendalian diri dari hal-hal yang dilarang. Muslimah ideal bukan hanya menjaga fisik, tetapi juga etika dan batasan interaksi sosial. Menjaga kehormatan tidak hanya berkaitan dengan pakaian, tetapi juga sikap dan interaksi sosial. Muslimah ideal mampu menjaga martabatnya dalam ruang publik tanpa kehilangan identitas keislamannya (Hasanah, 2022).

Hasil analisis konten @dianwidayanti representasi terlihat melalui penggunaan hijab yang menutup aurat secara rapi dan tidak berlebihan. Tidak ada unsur eksploitasi tubuh atau sensualitas yang bertentangan dengan prinsip *iffah*. Selain itu, cara berbicara yang lembut, tidak provokatif, dan tidak menarik perhatian secara berlebihan menunjukkan kontrol diri dan kesantunan. Gaya komunikasi yang lembut dan sopan memperlihatkan pengendalian diri serta kesantunan. Dengan demikian, konten tersebut berupaya menghadirkan muslimah yang tetap tampil menarik tanpa melampaui batas-batas syariat.

3. Adab dan Akhlak

Muslimah ideal memiliki sifat malu (*haya'*), jujur, sabar, tabah, dan tidak tabarruj (menampakkan perhiasan secara berlebihan). Akhlak menjadi indikator utama kemuliaan perempuan dalam Islam. Nilai kesantunan dan kelembutan bukan sekadar stereotip, tetapi cerminan etika Islam yang mengedepankan adab dalam berbicara dan

berperilaku. Akhlak merupakan inti dari kemuliaan seorang muslimah. Rasulullah menegaskan bahwa sebaik-baik manusia adalah yang paling baik akhlaknya. Muslimah ideal memiliki sifat malu (*haya*), jujur, sabar, rendah hati, dan tidak *tabarruj* (berhias secara berlebihan untuk menarik perhatian) (Hasanah, 2022). Sifat malu dalam Islam bukan berarti pasif, tetapi menunjukkan kesadaran moral dan batasan etika. Kesabaran dan kelembutan juga menjadi ciri utama dalam komunikasi.

Dalam hasil analisis konten halal *makeup* @dianwidayanti, pesan disampaikan dengan pendekatan persuasif, bukan menghakimi. Kalimat seperti “Yuk normalisasi hapus *makeup* sebelum wudu” menunjukkan metode dakwah yang santun dan empatik. Gaya komunikasi ini mencerminkan akhlak yang baik, di mana nasihat diberikan dengan hikmah. Representasi muslimah ideal di sini bukan sosok yang keras atau otoriter, tetapi lembut dan komunikatif. Hal ini relevan dengan prinsip *dakwah bil hikmah* (dengan kebijaksanaan). Dengan demikian, nilai akhlak tidak hanya disampaikan secara verbal, tetapi tercermin dalam gaya komunikasi visual dan verbal di media sosial.

4. Penampilan dan Hijab

Penampilan dalam Islam memiliki aturan yang jelas terkait aurat dan etika berpakaian. Muslimah ideal mengenakan pakaian yang longgar, tidak transparan, dan tidak menyerupai pakaian yang bertujuan menarik perhatian secara berlebihan. Hijab menjadi simbol identitas sekaligus bentuk ketaatan kepada Allah. Islam mewajibkan perempuan menutup aurat secara sempurna sesuai syariat. Hijab bukan sekadar simbol budaya, tetapi bentuk ketaatan dan identitas keimanan (Muamalat, 2024). Muslimah ideal mengenakan pakaian yang longgar, tidak transparan, dan tidak menarik perhatian secara berlebihan. Namun Islam juga tidak melarang berhias selama dalam batas yang wajar dan tidak bertentangan dengan syariat (Hasanah, 2022). Dalam konteks halal *makeup*, berhias menjadi sah dan bernilai positif ketika tidak menghalangi ibadah serta tidak melampaui batas *tabarruj*.

Dalam hasil analisis konten @dianwidayanti, hijab menjadi simbol utama identitas muslimah, penampilan bersih, rapi, dan elegan menunjukkan keseimbangan antara estetika dan syariat. Warna busana yang lembut serta *makeup* yang natural menciptakan citra muslimah yang modern namun tetap sederhana. Representasi ini memperlihatkan bahwa hijab bukan penghalang kreativitas, melainkan bagian dari identitas religius yang dapat dipadukan dengan estetika kontemporer.

5. Teladan Tokoh Muslimah Ideal

Dalam sejarah Islam, terdapat figur-figur perempuan yang menjadi teladan muslimah ideal: Khadijah binti Khuwailid dikenal sebagai perempuan beriman, pengusaha sukses, dan pendukung dakwah Nabi Muhammad, Maryam menjadi simbol kesucian, keteguhan iman, dan penjagaan kehormatan, dan Aisyah binti Abu Bakar dikenal sebagai perempuan cerdas, berilmu, dan aktif dalam menyampaikan hadis (Hasanah, 2022).

Hasil analisis konten @dianwidayanti dikaitkan dengan teladan tokoh Muslima ideal yakni memperlihatkan integrasi nilai-nilai tersebut dalam konteks kontemporer. Ia menampilkan ketaatan syariat (seperti Maryam), produktivitas dan peran publik (seperti

Khadijah), serta fungsi edukatif dalam menyampaikan pengetahuan agama (seperti Aisyah). Meskipun berada dalam ruang digital dan industri kecantikan, nilai-nilai tersebut tetap menjadi fondasi dalam membangun citra muslimah ideal.

Berdasarkan konsep muslimah ideal dalam perspektif Al-Qur'an dan Sunnah yakni perempuan yang beriman kokoh, taat menjalankan syariat, menjaga kehormatan diri, berakhlak mulia, serta menutup aurat secara sempurna. Nilai-nilai tersebut bukan sekadar atribut lahiriah, melainkan integrasi antara dimensi spiritual (iman dan ibadah), moral (akhlak dan *iffah*), dan sosial (keteladanan dan kontribusi publik). Dalam konteks konten halal *makeup* @dianwidayanti, nilai normatif tersebut direpresentasikan ulang melalui simbol visual (hijab, estetika lembut), narasi edukatif (pentingnya menghapus *makeup* sebelum wudu), serta praktik konsumsi halal. Dengan demikian, muslimah ideal di ruang digital tampil sebagai figur yang mampu menyeimbangkan kesalehan personal dengan partisipasi aktif di media sosial tanpa mengorbankan prinsip syariat.

Sesuai dengan konsep muslimah ideal dan hasil analisis konten halal *makeup* @dianwidayanti dalam penelitian ini terdapat distingsi yang terletak pada integrasi analisis normatif-teologis (Al-Qur'an dan Sunnah sebagai fondasi konsep muslimah ideal) dengan analisis semiotika atas representasi visual di media sosial. Penelitian ini menempatkan konsep muslimah ideal sebagai kerangka teoretis utama untuk membaca tanda, simbol, dan mitos dalam konten halal *makeup*. Dengan mengaitkan nilai akidah, ketaatan, *iffah*, akhlak, dan keteladanan dengan praktik dakwah visual di Instagram, penelitian ini menunjukkan bagaimana ajaran klasik Islam diadaptasi dan dinarasikan ulang dalam media digital.

Religiusitas dan Modernitas Wanita Muslimah

Fenomena berkembangnya tren halal *makeup* di media sosial tidak dapat dilepaskan dari dinamika antara nilai religiusitas dan modernitas dalam kehidupan wanita muslimah. Melalui konten halal *makeup* akun @dianwidayanti yang penuh nilai estetika, akun ini menampilkan sosok muslimah ideal perempuan yang salehah, cerdas, berdaya, dan mampu menyeimbangkan spiritualitas dengan tuntutan modernitas. Dalam akun @dianwidayanti nilai religiusitas dan modernitas tidak dihadirkan sebagai dua hal yang bertentangan, tetapi justru saling melengkapi dan membentuk citra baru tentang wanita muslimah ideal.

Religiusitas menjadi fondasi utama dalam konten yang ditampilkan oleh akun @dianwidayanti. Dalam hampir setiap unggahan, aspek kesalehan dan nilai keislaman selalu menjadi pesan inti, baik secara eksplisit melalui *caption* maupun secara simbolik melalui penampilan visual. Penggunaan hijab syar'i, pemilihan produk kecantikan berlabel halal, serta gaya komunikasi yang lembut dan sopan merupakan bentuk konkret dari ekspresi religiusitas tersebut.

Tanda-tanda religiusitas yang digunakan @dianwidayanti seperti hijab, warna pastel yang lembut, atau narasi spiritual dalam keterangan foto berfungsi untuk membangun makna konotatif tentang kesalehan dan ketaatan seorang muslimah. Influencer tidak hanya menjual produk kecantikan, tetapi juga menampilkan ideologi moral bahwa kecantikan sejati adalah yang berpadu dengan nilai iman. Unggahan seperti tutorial *makeup* halal disertai pesan "normalisasi

makeup sebelum wudu” menunjukkan bahwa religiusitas tidak hanya menjadi atribut luar, melainkan bagian dari kesadaran batin yang membentuk identitas perempuan muslimah. Citra religius ini kemudian menjadi pedoman bagi pengikutnya untuk memahami bahwa berhias tidak bertentangan dengan syariat, selama dilakukan dengan niat menjaga kebersihan dan menghargai diri sesuai ajaran Islam.

Konten halal *makeup* di akun @dianwidayanti juga memancarkan nilai-nilai modernitas yang kuat. Penggunaan teknologi digital, estetika fotografi, dan kolaborasi dengan berbagai merek halal menunjukkan keterlibatan aktifnya dalam industri ekonomi kreatif. Dalam hal ini, modernitas tidak dimaknai sebagai westernisasi atau sekularisasi, tetapi sebagai kemampuan muslimah untuk beradaptasi dengan perkembangan zaman tanpa kehilangan jati diri. Citra modern yang dibangun dalam konten akun tersebut memperlihatkan wanita muslimah sebagai figur yang produktif, inovatif, dan berdaya secara ekonomi. Tokoh dalam media sosial menampilkan sosok perempuan yang tidak hanya berperan di ranah domestik, tetapi juga mampu bersaing di ruang publik digital. Representasi ini menggambarkan muslimah modern versi baru, bukan perempuan yang meniru gaya hidup Barat, melainkan perempuan yang mengintegrasikan nilai Islam dengan keahlian profesional dan estetika kontemporer. Ia menjadi simbol bahwa kemajuan teknologi dan kreativitas dapat digunakan sebagai sarana dakwah dan pemberdayaan diri.

Terdapat nilai-nilai yang nampak dari representasi muslimah ideal, yaitu kecantikan spiritual, etika konsumsi halal, kemandirian profesional, dan kepedulian sosial. Dalam nilai ini dapat dijelaskan bahwa representasi wanita muslimah ideal menekankan pentingnya niat ibadah dalam berhias dan tetap dalam syariat agama Islam, memilih produk yang sesuai dengan prinsip keislaman, membangun karir melalui media digital, serta berbagi motivasi dan inspirasi bagi sesama muslimah dan wanita lainnya.

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa konten halal *makeup* pada akun Instagram @dianwidayanti bukan sekadar promosi produk kosmetik, tetapi juga menjadi media representasi dan dakwah visual yang membangun konstruksi muslimah ideal di ruang digital. Melalui analisis semiotika Roland Barthes (denotasi, konotasi, dan mitos), ditemukan bahwa secara denotatif konten menampilkan perempuan berhijab yang mengajak menghapus *makeup* sebelum wudu sebagai bentuk ketaatan syariat. Secara konotatif, pesan religius dikemas secara estetis, lembut, dan modern sehingga relevan bagi generasi muda. Secara mitologis, konten tersebut membentuk ideologi bahwa kecantikan halal merupakan bagian dari identitas spiritual muslimah.

Konsep muslimah ideal yang tergambar dalam penelitian ini mencakup perempuan yang memiliki akidah kuat, taat beribadah, menjaga kehormatan (*iffah*), berakhlak santun, serta menutup aurat sesuai syariat. Muslimah ideal tidak hanya dinilai dari penampilan, tetapi dari integrasi iman, moralitas, dan praktik ibadah dalam kehidupan sehari-hari. Dalam konteks media sosial, identitas tersebut dipadukan dengan modernitas dan ditampilkan sebagai sosok yang cerdas, produktif, mandiri, dan tetap modis tanpa melanggar nilai Islam. Dengan demikian, religiusitas dan estetika digital bersinergi membentuk citra muslimah modern yang salehah,

bersih, elegan, dan berdaya di ruang publik. Berdasarkan kesimpulan ini, penelitian selanjutnya dapat memperluas perspektif gender dan feminisme Islam dalam konten *makeup* halal.

Referensi

- Alfattianis, N. R. (2025). Analisis Semiotika Fashion Hijab Modern Di Media Sosial Instagram (Kajian Pada Influencer Hijab Fira Assegaf @Sashfir). *The Commecium: Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol.9(3).
- Ariestyani, K., & Ramadhanty, A. (2022). Khalayak Media Sosial: Analisis Resepsi Stuart Hall Pada Kesehatan Seksual Orang Muda. *Konvergensi: jurnal ilmiah ilmu komunikasi*, 3(2). <https://doi.org/10.51353/kvg.v3i2.704>
- Aris, F. A., Hadawiah, & Idris, M. (2024). Representasi Komunikasi Akun Instagram FashionHijab Dalam Menjaga Nilai Budaya Islam. *RESPON: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi*, Vol.5(1).
- Asdah, A. N. (2025). Paradoks Representasi Gender Dalam Iklan Skincare Halal: Analisis Wacana Kritis Akun @Wardahbeauty Di Instagram. *AUFKLARUNG: Jurnal Kajian Bahasa, Sastra Indonesia, dan Pembelajaran*, Vol.4(3).
- Azizah, I. (2025). Strategi Dakwah Digital melalui Instagram. *J-KI: Jurnal Komunikasi Islam*.
- Effendy, O. U. (2017). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Remaja Rosdakarya.
- Fahmi, M. (2022). Digitalisasi Dakwah Perempuan di Era Media Sosial. *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 6(2).
- Hasanah, S. I. (2022). *Tipologi Wanita Ideal Dalam Al-Qur'an (Analisis Atas Kitab Tafsir Al-Munir Karya Wabbah Al-Zuhaili)*. IAIN Kediri.
- Inaya, N. S. R., & Sodik, S. (2023). Representasi Konsep Halal Pada Iklan Kosmetik Wardah. *BAPALA*, Vol.10(3).
- Ma'rufah, H. (2023). Representasi Komodifikasi Agama Pada Iklan Webseries Miracle Of Hijrah Oleh Primaland. *Journal of Islamic Studies and Humanities*, 8(2). <https://journal.walisongo.ac.id/index.php/JISH/article/view/18081>
- Muamalat, B. (2024). *5 Karakteristik Wanita Baik: Kunci Menuju Kesempurnaan Menurut Al-Qur'an* [Baitul Muamalat].
- Mujahidah, F. K., Abdullah, A., & Mahameruaji, J. N. (2023). Representasi Umat Islam Dalam Miniseri Ms. Marvel. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Sosial dan Informasi*, Vol.8(4).
- Pitaloka, D. A., & Pudrianisa, S. L. G. (2023). Representasi Kepercayaan Diri Wanita Muslimah pada Iklan Sampo Wardah "The Real Hijab Expert." *Jurnal Mahasiswa Komunikasi Cantrik*, 3(2). <https://doi.org/10.20885/cantrik.vol3.iss2.art4>
- Pithaloka, H., & Ali, N. F. (2025). *Representasi Nilai Fashion Modest dalam Konten Instagram @dwibandaanda (Studi Analisis Semiotika Ferdinand de Saussure)*. 7(2).
- Saputri, Y. D. (2024). Representasi Perlawanan Stereotipe Wanita dalam Akun Instagram @Wmnlyfe. *Jurnal Audiens*, 5(3), 499–512. <https://doi.org/10.18196/jas.v5i3.483>
- Situmeang, I. O. (2015). Representasi Wanita Pada Iklan Televisi Wardah Cosmetic (Analisis Semiotik Roland Barthes Wardah Inspiring Beauty Versi True. *SEMIOTIKA: Jurnal Komunikasi*, 9(1).

Vina Laela Ramadani, Repa Hudan Lisalam, & Siti Kholisoh. (2024). Karakteristik Muslim Ideal Dalam Perspektif Hadis Dengan Metode Tematik. *Al-Tarbiyah : Jurnal Ilmu Pendidikan Islam*, 2(4), 212–229. <https://doi.org/10.59059/al-tarbiyah.v2i4.1443>