

Self-Disclosure Wanita Muslimah Bercadar Di Media Sosial Instagram

Self-Disclosure Of Muslimah Women With The Vidid On Instagram Social Media

Faizatun Nazira¹, Yara Andita Anastasya², Safuwana³

Program Studi Psikologi, Fakultas Kedokteran, Universitas Malikussaleh
Jl. Cot Tengku Nie, Reuleut, Muara Batu, Aceh Utara 24355 – Indonesia

*Correspondence author: yara.andita@unimal.ac.id

Abstract: *This study aims to get a picture of the self-disclosure of veiled Muslim women on Instagram social media. To obtain a picture of self-disclosure, the research method used is a phenomenological qualitative approach with Interpretative Phenomenological Analysis data analysis. Data were obtained through interviews using Devito's theory reference (2011). The subjects in this study were five veiled Muslim women who actively use Instagram social media. The results showed that the subjects in this study had conditions that described self-disclosure. This can be seen from the results of research on Instagram hobbies, self-branding, getting good responses, and feeling comfortable. The factors that appear to the subject in conducting self-disclosure on Instagram social media are internal factors and external factors. Then the new findings that the researchers obtained were that subjects who did self-disclosure on Instagram were driven by sharing, needing entertainment, and attention seeking.*

Keywords: *Instagram, Self-Disclosure, Veiled Muslim Women*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran *self disclosure* wanita muslimah bercadar di media sosial Instagram. Untuk memperoleh gambaran *self disclosure*, metode penelitian yang digunakan ialah pendekatan kualitatif fenomenologis dengan analisis data *Interpretative Phenomenological Analysis*. Data diperoleh melalui wawancara menggunakan acuan teori Devito (2011). Subjek dalam penelitian ini berjumlah lima orang muslimah bercadar yang aktif menggunakan media sosial Instagram. Hasil penelitian menunjukkan bahwa subjek dalam penelitian ini memiliki kondisi yang menggambarkan *self disclosure*. Hal ini dapat dilihat dari hasil penelitian kegemaran bermain Instagram, *self branding*, mendapat respon baik, dan merasa nyaman. Adapun faktor yang muncul pada diri subjek dalam melakukan *self disclosure* di media sosial Instagram yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Kemudian temuan baru yang peneliti peroleh yaitu subjek yang melakukan *self disclosure* di Instagram didorong oleh sharing, butuh hiburan, dan *attention seeking*.

Kata Kunci: Instagram, Self-Disclosure, Wanita Muslimah Bercadar

Pendahuluan

Islam merupakan suatu agama yang sangat memuliakan kaum hawa atau wanita, Rasulullah SAW bersabda bahwa surga ada di telapak kaki seorang ibu yang merupakan seorang wanita (Azzahra, 2016). muslimah sendiri telah diperintahkan oleh Allah SWT agar dapat menjaga kemuliaannya, kemuliaan muslimah dalam hal ini yaitu menjaga aurat agar terhindar dari pandangan orang-orang yang bukan muhrimnya yang dapat menimbulkan fitnah (Shihab, 2004).

Menurut Syamhudi (2008) penggunaan cadar menambahkan penutup wajah sehingga hanya terlihat mata saja, Pemaknaan cadar dari segi agama hukumnya boleh dimaknai sebagai hal yang wajib dan juga sunnah, hal ini bergantung pada keyakinan bagi orang-orang yang memakainya. Pada era yang serba digital saat ini banyak sekali wanita muslimah bercadar yang eksis di media sosial, wanita bercadar identik menutup diri akan tetapi mereka mempunyai media sosial dengan konsepnya yaitu membagikan eksistensi, terbuka dalam global, mempresentasikan kehidupan sehari-hari yang ditampilkannya di media sosial.

Perkembangan Instagram menjadi media unjuk diri dari berbagai kalangan termasuk muslimah bercadar, munculnya fenomena niqabie selfie semakin banyak di media sosial, mereka eksis dengan mengunggah foto mereka sendiri, baik dengan

teman sesama bercadar, maupun dengan keluarga, dan teman dekat (Hayati et al, 2020).

Dari penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa wanita muslimah adalah seseorang yang menutup diri sesuai syariat islam. Namun melihat media sosial Instagram yang paling populer pada zaman sekarang, maka dari hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti pada akun media Instagram wanita muslimah bercadar tidak sedikit dari wanita muslimah bercadar yang secara sengaja terbuka dengan mengungkapkan dirinya melalui media sosial Instagram. Terbuka yang dimaksud bukan lah melepas cadar nya, akan tetapi dapat dilihat dari bentuk unggahan foto, gambar, maupun video dalam akun Instagram beberapa wanita muslimah bercadar dengan caption kata-kata.

Hasil observasi pada akun media sosial Instagram, terlihat bahwa wanita muslimah bercadar yang mengupload konten-konten yang tidak layak di tonton, seperti video laki-laki yang bergoyang-goyang dengan menggerakkan badannya, video muslimah bercadar yang sedang berjalan dengan sound suara musik dengan lagu cinta-cintaan. Padahal seharusnya muslimah bercadar harus terhindar dari sifat berlebih-lebihan atau tabarruj yang nantinya dapat mengundang perhatian orang-orang yang bukan muhrimnya (Ratri, 2011). Muslimah bercadar adalah mereka yang menggunakan cadar

dengan tujuan untuk menghindari pandangan orang-orang yang melihat, serta menjaga diri dan perilaku (Hayati et al., 2020).

Devito (2011) menjelaskan bahwa *self disclosure* (pengungkapan diri) adalah jenis komunikasi yang melibatkan informasi yang kita komunikasikan kepada orang lain secara bebas atau informasi yang biasanya kita sembunyikan, bisa menjadi sebuah informasi baru atau menjelaskan perasaan seseorang. Devito (2011) menyebutkan bahwa terdapat lima dimensi di dalam *self disclosure*, yaitu: ukuran *self disclosure*, valensi *self disclosure*, kecermatan dan kejujuran, tujuan dan maksud, keintiman.

Setiadi (2019) mengungkapkan bahwa konteks *self disclosure* yang dilakukan pada media sosial Instagram umumnya terletak pada cara orang berbagi informasi tentang diri dalam bentuk status, foto/video, chatting, komentar, dan lainnya pada individu yang gemar melakukan curahan hati di media sosial. Devito (2011) menyebutkan bahwa terdapat tujuh faktor di dalam self-disclosure, yaitu: Besaran kelompok, perasaan menyukai, efek diadik, kompetensi, kepribadian, topik, dan jenis kelamin.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan menggunakan desain penelitian yang mengacu pada fenomenologi. Desain fenomenologi menggunakan subjek

minimal 3 hingga 10 subjek (Creswell, 2018). Adapun subjek dalam penelitian ini adalah 5 orang wanita muslimah bercadar yang aktif di media sosial Instagram. Teknik pengumpulan data yang digunakan ialah wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Analisis data yang dilakukan dalam penelitian fenomenologi ini menggunakan metode Interpretative Phenomenological Analysis (IPA). Smith et al. (2009) memaparkan tahap-tahap Interpretative Phenomenological Analysis yang dilaksanakan sebagai berikut:

1. *Reading and re-Reading* (membaca dan membaca ulang)

Bentuk kegiatan tahap ini adalah menuliskan transkrip wawancara dari rekaman audio ke dalam transkrip dalam bentuk tulisan.

2. *Initial Noting* (langkah awal)

Tahap ini merupakan tahap menguji konten dari kata, kalimat serta bahasa yang disampaikan subjek pada saat wawancara. Pada tahap ini peneliti dapat mencatat sesuatu yang menarik dari transkrip yang telah dibuat.

3. *Developing Emergent Themes* (mengembangkan tema yang muncul)

Tahap ini merupakan tahap mengembangkan kemunculan tema-tema.

Transkrip dibaca berulang kali, untuk melampirkan keterangan terhadap apa yang menarik mengenai apa yang dikatakan oleh

subjek. Banyak informasi yang telah dikelompokkan dalam tema-tema tersebut memberikan data untuk bahan klarifikasi tentang *self disclosure* wanita muslimah bercadar di media sosial Instagram.

4. *Searching for Connection a Cross Emergent Themes* (mencari koneksi di seluruh tema yang muncul)

Tahap ini adalah tahap mencari hubungan antar tema-tema yang muncul dilakukan setelah peneliti menetapkan seperangkat sub kategori tema pada transkrip dan kemudian telah diurutkan secara kronologis. Hubungan antar tema-tema ini dikembangkan dalam bentuk tabel atau mapping/pemetaan dan memikirkan tema-tema yang bersesuaian satu sama lain.

5. *Moving the Next Cases* (pindah ke kasus berikutnya)

Tahap analisis 1-4 dilakukan pada setiap satu kasus/partisipan. Langkah ini dilakukan pada semua transkrip partisipan, dengan cara mengulang proses yang sama. Langkah di atas, diulangi lagi untuk subjek yang lain.

6. *Looking for Patterns a Cross Cases* (mencari pola lintas kasus)

Tahap akhir dalam analisis ini adalah mencari pola-pola yang muncul antar kasus/partisipan. Dalam penelitian ini peneliti membandingkan data yang ada pada subjek pertama dan kedua, kemudian hal-hal yang sama dikelompokkan dan coba untuk dibanding perbedaannya.

Menurut Sugiyono (2016) keabsahan data dilakukan untuk membuktikan apakah penelitian yang dilakukan benar-benar merupakan penelitian ilmiah sekaligus untuk menguji data yang diperoleh. Teknik pemeriksaan keabsahan data yang digunakan adalah triangulasi.

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber untuk mengkaji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data yang telah di peroleh melalui beberapa sumber.

2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber sama dengan teknik yang berbeda.

3. Triangulasi Waktu

Triangulasi waktu dilakukan dengan cara mengumpulkan data pada waktu yang berbeda.

Peneliti menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik.

Hasil

Penelitian ini berfokus pada permasalahan mengupas gambaran *self disclosure* wanita muslimah bercadar di sosial media Instagram melalui dimensi dan faktor-faktor *self disclosure*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa:

1. Kegemaran bermain Instagram

Kelima orang subjek sangat gemar bermain Instagram ditandai dengan subjek DM yang mengupload 5-6 kali per hari, M login 10-15 kali per hari, HN login 5-7 kali per hari, H posting 4-5 kali per hari, dan AW upload sebanyak 5 kali per hari.

2. *Self branding*

Self branding hanya dilakukan oleh tiga orang subjek yaitu DM, HN, dan H. DM menghindari perkataan kasar di Instagram, HN menampilkan kemampuan sebagai seorang guru pengajian, dan H yang mengunggah konten motivasi.

3. Mendapat respon baik

Mendapat *respon* baik hanya dilakukan oleh DM, dan M. DM mendapat solusi dari teman dan M mendapat dukungan dari temannya di Instagram.

4. Merasa nyaman

Merasa *nyaman* di Instagram dirasakan oleh kelima subjek. DM merasa nyaman ditandai dengan keterbukaan nya di Instagram, M merasa nyaman dengan bebas berekspresi, HN merasa nyaman dengan menghindari kritikan, H mengeskpresikan perasaan di Instagram, dan AW antusias dalam mengupload.

5. Faktor internal (Kepribadian di Instagram)

Kelima *subjek* memiliki kepribadian yang terbuka di Instagram. M terbuka pada yang menyukainya dan AW terbuka dengan batasan tertentu.

Adapun temuan lain dalam penelitian ini:

1. *Sharing*

Sharing di media sosial Instagram hanya dilakukan oleh dua orang subjek yaitu subjek H dan AW. Subjek H yang membagikan ilmu agama di media sosial Instagram, dan subjek AW yang membagikan pengalamannya sebagai guru pengajian untuk memunculkan semangat teman online nya di Instagram.

2. Butuh hiburan

Butuh hiburan di Instagram dilakukan oleh tiga orang subjek, yaitu subjek M yang merasakan bosan, HN untuk menghilangkan stres, dan subjek AW yang mengikuti trend di Instagram.

3. *Attention seeking*

Attention seeking dilakukan oleh tiga orang subjek, yaitu DM, M dan HN. DM melebih-lebihkan cerita, M mengeluhkan kesedihan, dan HN melakukan *attention seeking* dengan melebih-lebihkan konten.

Diskusi

Pembahasan dari hasil penelitian ini berdasarkan pada tujuan penelitian yaitu melihat gambaran *self disclosure* pada wanita muslimah bercadar di media sosial Instagram berdasarkan dimensi dan faktor yang mempengaruhi *self disclosure*.

Hasil penelitian diperoleh gambaran bahwasanya terdapat beberapa hal *self disclosure* muslimah bercadar di media sosial Instagram yaitu kegemaran dalam bermain Instagram. Hal ini ditunjukkan dari aktivitas kelima subjek membuka Instagram sebanyak 7-10 kali sehari dan posting Instagram 4-6 kali dalam sehari. Intensitas dalam bermain media sosial Instagram ini memiliki sumbangsih yang signifikan dalam pengungkapan diri muslimah bercadar yang lebih cenderung mengungkapkan dirinya di media sosial (Pebriyana, 2021).

Menurut pendapat Young & Abreu (2017) mengatakan bahwa pengguna internet online yang mengalami ketergantungan umumnya menghabiskan waktu antara 40-80 jam per satu minggu, jadi dapat dilihat bahwa dalam waktu penggunaan internet per satu hari yang dianggap berlebihan adalah minimal 5 jam.

Kemudian, berdasarkan hasil penelitian subjek DM menunjukkan perilaku saat bermain Instagram cenderung menghindari perkataan kasar, HN menunjukkan kemampuan diri dan H mengunggah hal positif. Hal yang dilakukan oleh ketiga subjek tersebut dikatakan dengan *self branding* yaitu membangun citra diri di hadapan publik sesuai dengan apa yang ingin dia tampilkan (Ayu, 2021).

Hasil yang diperoleh berikutnya menunjukkan bahwa subjek mengatakan mendapatkan respon baik dalam bermain Instagram yaitu seperti teman DM yang bertanya ketika sedih dan memberikan semangat serta subjek teman subjek M yang memberikan solusi. Hal ini menunjukkan bahwa dua dari lima subjek yang mendapat respon baik di Instagram. Mendapat respon baik seperti mendapat dukungan dimana menurut Devito (2011) pengungkapan diri haruslah didorong oleh rasa berkepentingan terhadap keterlibatan orang lain dan diri sendiri. Penelitian yang dilakukan oleh Asri dan Afdal (2020) mengatakan bahwa seseorang yang melakukan *self disclosure* tidak selalu akan mendapat respon positif, sehingga dalam hal ini respon positif

menjadi sangat berharga untuk menstimulasi secara berulang keterbukaan (*self disclosure*) di Instagram.

Hasil yang diperoleh dari subjek DM mengaku lebih terbuka di Instagram, M bebas berkespresi, HN tidak merasakan dikritik langsung secara berhadapan, H mengekspresikan perasaan serta AW sangat antusias dalam mengunggah sebuah konten terkait apa yang ingin ia tunjukkan. Hal ini menunjukkan bahwa lima subjek merasa nyaman dengan Instagram. Adapun rasa nyaman subjek berasal dari respon positif yang diperoleh dari Instagram sehingga terdapat perasaan menyukai fitur Instagram. Menurut Derlega (dalam Devito, 2011) individu akan membuka diri kepada hal-hal yang disukai atau cintai dan tidak akan membuka diri kepada hal-hal yang tidak disukai.

Penelitian yang dilakukan oleh Ulumuddin dan Indrawati (2017) mengungkapkan bahwa rasa nyaman merupakan faktor pendukung dari terdorongnya seseorang untuk melakukan *self disclosure*. Ketertarikan berkomunikasi membuat muslimah bercadar mampu membuka percakapan awal dan mengungkapkan diri (Wahyuningsih, 2018).

Pada penelitian ini juga ditemukan faktor internal dan faktor eksternal sebagai pendorong subjek dalam memunculkan *self disclosure* di Instagram. Adapun faktor

internal yang diperoleh yaitu kepribadian sedangkan faktor eksternal yang diperoleh yaitu mengikuti unggahan teman. Keseluruhan subjek yaitu DM, M, HN, H, dan AW memiliki kepribadian yang terbuka, sehingga mudah untuk terbuka di Instagram, meskipun tidak semua subjek terbuka seutuhnya karena hanya beberapa subjek terbuka dengan orang tertentu. Hal ini sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Devito (2011) yang mengatakan bahwa kepribadian sebagai salah satu faktor *self disclosure*. Menurut Devito (2011) orang-orang yang pandai bergaul dan *extrovert* melakukan pengungkapan diri lebih banyak daripada mereka yang kurang pandai bergaul dan lebih *introvert*. Hasil penelitian yang diperoleh terdapat beberapa subjek yang bisa terbuka hanya dengan orang tertentu selaras dengan ungkapan Devito (2011) bahwasanya pengungkapan diri memberitahu orang terdekat kita sebagai orang pilihan atau terpercaya sehingga kita menghargai mereka sebagai bentuk seseorang terpilih dalam menampung keterbukaan.

Selanjutnya adalah faktor eksternal yaitu mengikuti unggahan teman. Keseluruhan subjek mengaku mengikuti unggahan teman sebagai bentuk mengikuti *trend* ataupun dikarenakan mereka berada pada satu lingkaran pertemanan yang saling memposting unggahan di Instagram. Pada

penelitian yang dilakukan oleh Mawarni dan Prihandoyo (2023) mengungkapkan bahwa instagram merupakan sebuah jalur komunikasi wanita bercadar dalam merepresentasikan keagamaannya dimana tidak ada yang berbeda dalam pengguna media sosial instagram pada umumnya baik itu mengungkapkan identitas dirinya ataupun tentang tata pola berteman dalam membagikan momen bersama. Selain itu fenomena mengikuti unggahan teman tersebut sama halnya dengan ungkapan Devito (2011) terkait efek diadik yaitu seseorang lebih mudah terbuka melakukan pengungkapan diri apabila orang lain yang bersamanya juga melakukan pengungkapan diri.

Adapun dalam penelitian ini, peneliti menemukan adanya temuan baru *self disclosure* pada muslimah bercadar yaitu *sharing*, butuh hiburan, dan *attention seeking*.

Temuan pertama diperoleh hasil bahwasanya subjek H dan AW mengatakan bahwa keaktifannya di Instagram adalah untuk *sharing* berupa konten islami dan motivasi islami, mereka sangat berantusias untuk mengunggah konten tentang hal tersebut. Hal ini sesuai dengan penelitian Wiyono dan Muhid (2020) yaitu mengimplementasikan dakwah haruslah sejalan dan sesuai dengan sumber yang digunakan dalam Islam yaitu Al-Qur'an dan

Hadits. Dakwah dapat dilakukan secara tatap muka langsung dengan objek dakwah ataupun melalui perantara media sehingga tanpa melihat secara tatap muka langsung dengan objek dakwah (Avifah, 2017). Hal inilah yang sering diposting oleh subjek H dan AW, mereka menjadikan media sosial Instagram ini sebagai media untuk *sharing* tentang keagamaan yang sudah mereka pelajari dan ketahui. Adapun pengungkapan diri dapat bernilai dakwah jika mengandung unsur kesadaran diri (*self awareness*) dan dapat mengekang hawa nafsu dalam pengungkapan diri (Nikmah, 2020).

Adapun temuan berikutnya dari penelitian ini yaitu butuh hiburan, dibuktikan dengan kegemaran subjek M bermain Instagram dan intens mengupload di Instagram karena bosan, subjek HN yang mengaku membutuhkan Instagram sebagai penghilang stres serta AW yang melakukan *self disclosure* cenderung karena mengikuti trend di Instagram. Perilaku ini disebut juga dengan kebutuhan hiburan yang dimiliki oleh tiga dari lima subjek yaitu M, HN, dan AW. Penelitian yang dilakukan Gamayanti, Mahardianisa, dan Syafei (2018) mengatakan bahwa ketika stres individu cenderung terbuka dikarenakan dorongan kebutuhan individu untuk berbagi cerita terkait permasalahan yang sedang dialami dan membutuhkan banyak teman untuk bercerita ketika mengalami situasi stres

tanpa mempertimbangkan kedalaman, tujuan dan maksud maupun nilai dari *self disclosure*. Remaja dan dewasa menggunakan media Instagram sebagai ajang eksistensi diri yang marak digunakan sebagai gaya hidup trendy (Mahendra, 2017). Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Arnus (2016) juga mengungkapkan bahwa media sosial merupakan ajang untuk menunjukkan eksistensi diri individu kepada teman-temannya dan khalayak luas dengan memposting aktivitas, dan kelebihan-kelebihan yang dimiliki tanpa merasa malu. Dari beberapa penelitian di atas sejalan dengan keadaan dari subjek M, HN dan AW yang menggunakan Instagram untuk menghibur diri ketika bosan di saat tidak ada kegiatan sehingga mereka membuka Instagram untuk beristirahat dengan memposting unggahan *story* yang dapat menghilangkan stres dari berbagai aktivitas yang sudah mereka lalui. Adapun dengan membuka Instagram mereka dapat mengetahui informasi yang sedang viral dan dapat memposting hal-hal yang sedang menjadi trend di kalangan para pengguna sosial media Instagram. Meskipun pada dasarnya makna cadar adalah untuk menjaga diri dari hal-hal yang berlebihan seperti membuka aurat, berkata yang tidak perlu, dan lainnya (Rahman dan Syafiq, 2017). Berdasarkan hal ini dapat disimpulkan bahwa bermedia sosial yang

berlebihan pada muslimah bercadar yang menggantungkan hiburannya di media sosial instagram termasuk hal yang melewati rambu batasan dalam makna cadar itu sendiri.

Temuan terakhir yaitu diperoleh hasil bahwasanya subjek DM menunjukkan perilaku yang ditonjolkan seperti melebih-lebihkan cerita dari keadaan sebenarnya dan berkeluh kesah di Instagram, subjek M sering mengeluhkan kesedihan di Instagram dan subjek HN yang melebih-lebihkan konten. Perilaku ini disebut dengan *attention seeking* atau mencari perhatian. Menurut Hasanah dan Hidayati (2021) *attention seeking* merupakan sifat narsistik yang diakibatkan oleh minimnya perasaan harga diri dalam diri seseorang. *Attention seeking* sering muncul pada diri individu yang kecanduan media sosial sebagai alat untuk berinteraksi dan mendapatkan umpan balik dari orang sebagai alat untuk *melakukan attention seeking* (Hasanah dan Hidayati, 2021). Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ramadhani dan Krisnani (2019) mengatakan bahwa seseorang yang kekurangan kebutuhan akan perhatian adalah individu yang kurang merasakan cinta, kebersamaan, dan juga komunikasi di dalam lingkungan. Hal ini sesuai dengan keadaan subjek DM, M, dan HN yang sering menceritakan keluhan yang sedang dialami

di sosial media Instagram karena membutuhkan cinta dan komunikasi dengan orang-orang di sekitarnya.

Mafazi dan Nuqul (2017) berpendapat bahwa hal tersebut disebabkan oleh harga diri yang rendah sehingga individu cenderung sering mengupdate status negatif seperti melebih-lebihkan dan memanipulasi cerita. Hal ini sejalan dengan penelitian Varnali & Toker (2015) yang menemukan bahwa orang-orang dengan harga diri tinggi akan cenderung sedikit terbuka untuk bercerita akan tetapi lebih jujur dalam mengungkapkan mengenai apa yang sedang dialami.

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan tentang *self disclosure* pada muslimah bercadar di media sosial Instagram. Adapun faktor yang muncul pada diri subjek dalam melakukan *self disclosure* di media sosial Instagram yaitu faktor internal dan faktor eksternal.

Kemudian temuan baru yang peneliti peroleh yaitu subjek yang melakukan *self disclosure* di Instagram didorong oleh *sharing*, butuh hiburan, dan *attention seeking*.

Saran

Berdasarkan hasil dalam penelitian ini, peneliti menemukan beberapa saran yang

dapat dijadikan rekomendasi kepada beberapa pihak yaitu:

a. Bagi subjek penelitian

- Agar dapat lebih memahami konteks sosial dalam menggunakan instagram sebagai muslimah bercadar dengan membatasi maksimal waktu membuka Instagram, seperti: menyampaikan informasi apa adanya serta lebih bijak dalam menggunakan media sosial.
- Diharapkan agar subjek meminimalisir manipulasi konten dengan cara mengikuti kegiatan yang lebih bermanfaat serta melakukan *sharing* dengan orang terdekat secara langsung untuk mengurangi intensitas bermain Instagram.

b. Bagi peneliti selanjutnya

- Diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat lebih menggali informasi terhadap subjek guna memperoleh data yang lebih kaya melalui *deep interview* dengan melakukan *probing* secara mendalam, menggunakan teknik analisis data yang lain, memperbanyak jumlah dan pertemuan wawancara dengan subjek, serta menambah durasi atau frekuensi dalam wawancara.
- Diharapkan untuk mencari korelasi antar *self disclosure* dengan variabel-variabel lainnya seperti narsistik, *personal branding*, atau *self awareness*.

Referensi

- Arnus, S. H. (2016). Self Disclosure Di Media Sosial Pada Mahasiswa Iain Kendari. *Fakultas Ushuluddin, Adab, Dan Dakwah IAIN Kendari*, 1–18. <https://ejournal.iainkendari.ac.id/al-izzah/article/view/459>
- Asri, R., & Afdal, A. (2020). The Importance Of Having Self Disclosure In Lesbians. *Jurnal Neo Konseling*, 2(2).1-7.
- Avifah, N. (2017). Efektivitas Dakwah Islam Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Mahasiswa Raushan Fikr*. 6(2). 223-237.
- Ayu, D. R. (2021). Self Disclosure Melalui Fitur Instagram Stories. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Azzahra, F. (2016, Mei 5). Islam memuliakan perempuan. *From Voa Islam*. <http://www.voa-islam.com/read/smart-teen/2016/05/05/43865/islam-memuliakan-perempuan/>.
- Creswell, J. W. (2018). *Research design pendekatan metode kualitatif, kuantitatif, dan campuran*. Pustaka Pelajar.
- Devito, J. A. (2011). *Komunikasi antar manusia*. Edisi Kelima. Karisma Publishing Group.
- Gamayanti, W., Mahardianisa., Syafei, I. (2018). Self Disclosure dan Tingkat Stres pada Mahasiswa yang sedang Mengerjakan Skripsi. *Psymphatic : Jurnal Ilmiah Psikologi*. 5(1). 115-130. DOI: 10.15575/psy.v5i1.2282.
- Hasanah, U., & Hidayati, B. (2021). Harga Diri Dengan Intensitas Selfie Pada Ibu Rumah Tangga. *Jurnal Psikologi*, 5(1), 25-39. <https://doi.org/10.32492/idea.v5i1.5103>.
- Hayati, A. R., Yasir, Y., & Salam, N. E. (2020). Fenomena Komunikasi Muslimat Bercadar Melalui Media Sosial Di Pekanbaru. *Jurnal Dakwah Risalah*, 31(1), 85. <https://doi.org/10.24014/jdr.v31i1.9949>.
- Mafazi, N & Nuqul, L, F. (2017). Perilaku Virtual Remaja: Strategi Coping, Harga Diri, Dan Pengungkapan Diri Dalam Jejaring Sosial Online. *Jurnal Psikologi*. 16(2). 128-137.
- Mahendra. (2017). Eksistensi Sosial Remaja Dalam Instagram (Sebuah Perspektif Komunikasi). *Jurnal Visi Komunikasi*. 16(1). 151-160.
- Mawarni, D & Prihandoyo, W, B. (2023). Representasi Perempuan Bercadar di Media Sosial Instagram (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce Perempuan Bercadar Dalam Akun Media Sosial Instagram unialfi. *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*. 6(2). 63-70.
- Nikmah, F. (2020). Digitalisasi dan Tantangan Dakwah di Era Milenial. *Muasarah: Jurnal Kajian Islam Kontemporer*. 2(1).45-52.
- Pebriyana, I. (2021). Hubungan Antara Pengungkapan Diri Dengan Intensitas Penggunaan

- Media Sosial Pada Muslimah Bercadar. *Skripsi. Lampung. Universitas Islam Negeri Raden Intan*. <http://repository.radenintan.ac.id/id/eprint/14334>.
- Rahman, F, A & Syafiq. (2017). Motivasi Stigma dan Coping Stigma pada Perempuan Bercadar. *Jurnal Psikologi Teori dan Terapan*. 7(2). 103-115.
- Ramadhani, E, P & Krisnani, H. (2019). Analisis Dampak Perceraian Orang Tua Terhadap Anak Remaja. *Pekerjaan Sosial*. 2(1).109-119.
- Ratri, L. (2011). Cadar, Media dan Identitas Perempuan Muslim. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 39(2), 29-37. <http://ejournal.undip.ac.id/index.php/forum/article/view/3155>.
- Setiadi, G. J. (2019). Self-disclosure individu androgini melalui Instagram sebagai media eksistensi diri. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 3(2), 272. <https://doi.org/10.25139/jsk.v3i2.1497>.
- Shihab, M. Q. (2004). *Jilbab: pakaian wanita muslimah (pandangan ulama masa lalu dan cendekiawan kontemporer)*. Lentera Hati.
- Smith, J. A., Flowers, P., & Larkin, M. (2009). *Interpretative phenomenological analysis*. Sage Publications.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Syamhudi, U. K. (2008). *Hukum cadar antara yang mewajibkan dan yang Tidak*. Terjemahan. Martabah Abu Salma Al-Atsari.
- Ulumuddin, F & Indrawati, S, E. (2017). Hubungan Antara Dukungan Sosial Orang Tua Dan Pengungkapan Diri Dengan Orang Tua Pada Santri Putri Kelas X Madrasah Aliyah Di Pondok Pesantren Husnul Khotimah Kabupaten Kuningan. *Jurnal Empati*. 6(4). 417-423.
- Varnali, K & Toker, A. (2015). Self Disclosure on Social Networking Sites. *Social Behavior and Personality*. 4(1). 1-14.
- Wahyuningsih, S. (2018). Penerapan Komunikasi Pengungkapan Diri Muslimah Bercadar di Fakultas Dakwah dan Komunikasi. *Skripsi*. Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Wiyono, T & Muhid, A. (2020). Self-disclosure melalui media Instagram : Dakwah bi al-nafsi melalui keterbukaan diri remaja. *Jurnal Ilmu Dakwah*. 40(2).
- Young, K.S. & Abreu, C.N. (2017). *Kecanduan internet panduan konseling dan petunjuk untuk evaluasi dan penanganan*. Pustaka Pelajar.