

Cadar Antara Ibadah Dan Tren: Tinjauan Fikih Kontemporer Terhadap Motivasi, Representasi Media Sosial, Dan Implikasinya Dalam Hukum Keluarga Islam

Dimas Rizki Aditya¹, Hafidz Mahmudi²

^{1,2}Sekolah Tinggi Dirasat Islamiyyah Imam Syafi' Jember, Indonesia

E-mail: rizkyaditt001@gmail.com¹, hafidzmahmudi6@gmail.com²

Article History:

Received: 01 Juni 2026

Revised: 31 Juli 2026

Accepted: 07 Agustus 2026

Keywords: *cadar; hukum keluarga Islam; identitas sosial; media sosial; fikih kontemporer; hak perempuan*

Abstrak: *Penggunaan cadar di kalangan perempuan Muslim berkembang sebagai praktik keagamaan sekaligus ekspresi identitas sosial yang dipengaruhi oleh dinamika budaya dan media digital. Penelitian ini bertujuan menganalisis penggunaan cadar dalam konteks ibadah, motivasi individual, representasi di media sosial, serta implikasinya terhadap hukum keluarga Islam. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif berbasis studi literatur dengan menelaah sumber fikih, pandangan ulama kontemporer, dan kajian akademik yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan cadar tidak dapat dipahami semata-mata sebagai simbol kesalehan, tetapi juga sebagai praktik identitas yang dibentuk oleh aspirasi spiritual, lingkungan sosial, dan representasi digital. Dalam konteks keluarga, pilihan tersebut dapat memengaruhi relasi gender, negosiasi hak individu, dan pengambilan keputusan domestik. Temuan ini menegaskan perlunya pembacaan fikih keluarga yang lebih kontekstual agar mampu merespons perubahan sosial tanpa mengabaikan prinsip normatif Islam. Penelitian ini juga menekankan pentingnya dialog mengenai otoritas, hak perempuan, dan kebebasan beragama dalam masyarakat Muslim kontemporer.*

PENDAHULUAN

Penggunaan cadar (*niqab* atau *face veil*), yakni penutup wajah yang umumnya menyisakan bagian mata, menempati posisi yang khas dalam lanskap keberagamaan Muslim Indonesia kontemporer. Cadar perlu dibedakan dari hijab atau jilbab yang merujuk pada praktik penutupan tubuh dan rambut tanpa selalu menutup wajah. Dalam konteks Indonesia, praktik bercadar berkembang bersama beragam arus kebangkitan Islam dan kemudian memperoleh makna yang semakin beragam seiring perubahan sosial yang lebih luas (Nisa, 2012, 2023). Pada ranah fikih, status cadar sendiri tidak dibangun di atas satu pandangan hukum yang seragam. Para fuqaha berbeda dalam menentukan kedudukan wajah perempuan sebagai bagian dari aurat serta kondisi yang dapat memengaruhi kewajiban menutupnya (al-Zuhaylī, 1985). Keragaman tersebut menempatkan cadar sebagai persoalan ijtihadi yang penilaiannya berkaitan dengan penafsiran dalil,

konstruksi aurat, dan konteks sosial tempat praktik tersebut dijalankan.

Perdebatan normatif tersebut belum sepenuhnya menjelaskan bagaimana cadar dipraktikkan dan dimaknai oleh perempuan Muslim. Kajian etnografis Nisa (2012) terhadap mahasiswi bercadar di Indonesia menunjukkan bahwa penggunaan cadar berhubungan dengan pembentukan subjek religius, rekonstruksi identitas, dan bentuk agensi yang berangkat dari ketaatan terhadap keyakinan keagamaan. Temuan ini memperlihatkan keterbatasan pendekatan yang membaca cadar semata-mata melalui oposisi antara kebebasan dan keterpaksaan. Pada saat yang sama, perkembangan busana Muslim di Indonesia memperlihatkan bahwa ekspresi kesalehan berlangsung di tengah budaya konsumsi dan industri fashion. Jones (2007, 2010) menunjukkan bahwa kesalehan dan konsumsi merupakan dua ranah yang saling berinteraksi dalam pembentukan identitas perempuan Muslim urban, sedangkan Bucar (2017) memperlihatkan bahwa *pious fashion* memungkinkan norma kesopanan, pilihan estetis, identitas, dan religiositas dinegosiasikan melalui praktik berpakaian. Kajian yang lebih mutakhir juga menunjukkan bahwa perkembangan fashion Muslim Indonesia berkaitan dengan pembentukan standar baru mengenai kesalehan dan kecantikan yang semakin dipengaruhi oleh media sosial (Maulana, 2025). Karena itu, kategori “ibadah” dan “tren” lebih produktif dipahami sebagai medan negosiasi daripada dua orientasi yang selalu saling bertentangan.

Transformasi tersebut semakin kompleks setelah praktik keberagamaan memasuki ruang digital. Perspektif *digital religion* memandang media digital sebagai lingkungan yang ikut membentuk praktik, identitas, komunitas, dan otoritas keagamaan, bukan sekadar saluran untuk memindahkan aktivitas agama dari ruang luring ke ruang daring (Campbell, 2013). Dalam konteks Indonesia, Husein dan Slama (2018) menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi ruang penting bagi ekspresi kesalehan sekaligus menghasilkan perdebatan mengenai autentisitas religius. Kondisi ini memiliki konsekuensi khusus bagi perempuan bercadar karena logika media sosial bertumpu pada visibilitas, representasi diri, dan interaksi publik, sedangkan cadar sering dipahami melalui etika penutupan dan pembatasan pandangan. Studi terbaru Rofhani dan Biyanto (2026), misalnya, menemukan bahwa perempuan Salafi Indonesia dapat membangun kehadiran dan otoritas di ruang digital melalui anonimitas, disiplin tekstual, dan estetika yang membatasi eksposur personal. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa kehadiran perempuan bercadar di media sosial tidak dengan sendirinya menunjukkan pelemahan komitmen terhadap kesopanan; ruang digital justru memungkinkan munculnya bentuk baru agensi dan representasi religius.

Meskipun demikian, sirkulasi simbol keagamaan melalui media sosial juga berlangsung di dalam ekonomi perhatian dan konsumsi. Identitas Muslim dapat direpresentasikan melalui visual, narasi dakwah, produk fashion, branding, dan aktivitas komersial yang membuat batas antara ekspresi religius dan komoditas semakin cair. Syafuddin dan Mahfiroh (2020) menunjukkan bagaimana nilai-nilai Islam dapat dilekatkan pada produk fashion dan digunakan dalam praktik komersialisasi melalui Instagram. Jauh sebelumnya, Jones (2010) telah memperlihatkan bahwa konsumsi Islami mengandung ketegangan tersendiri karena materialitas, estetika, dan kesalehan beroperasi secara bersamaan. Dalam konteks cadar, keadaan ini menimbulkan persoalan analitis yang lebih rumit daripada sekadar menentukan apakah praktik tersebut merupakan ibadah atau tren. Visibilitas digital ataupun keterlibatan dalam aktivitas komersial tidak cukup untuk menyimpulkan perubahan *niyyah* seseorang. Penilaian fikih perlu membedakan motivasi subjektif, bentuk tindakan, konteks sosial, dan konsekuensi yang ditimbulkannya. Perspektif *maqāṣid al-sharī'ah* relevan dalam kerangka ini karena memungkinkan analisis hukum bergerak dari pembacaan formal terhadap suatu praktik menuju pertimbangan atas tujuan, kemaslahatan, hak, keadilan, dan konteks penerapannya (Auda, 2008).

Persoalan tersebut memperoleh dimensi lebih lanjut ketika pilihan menggunakan cadar beririsan dengan kehidupan keluarga. Cadar pada dirinya bukan objek utama pengaturan hukum keluarga Islam sebagaimana perkawinan, perceraian, nafkah, perwalian, atau kewarisan. Relevansinya muncul ketika pilihan berpakaian berkaitan dengan relasi suami–istri, pengambilan keputusan dalam rumah tangga, konstruksi ketaatan, otonomi personal, privasi, mobilitas sosial, serta partisipasi perempuan di ruang publik. Kajian mengenai hak perempuan dalam hukum keluarga Islam Indonesia menunjukkan bahwa perubahan sosial menuntut pembacaan terus-menerus terhadap hubungan antara doktrin fikih, hak dan kewajiban pasangan, serta posisi perempuan dalam perkawinan (Nasution, 2006). Oleh karena itu, implikasi hukum keluarga dari penggunaan cadar sebaiknya tidak dirumuskan melalui asumsi bahwa cadar dengan sendirinya menimbulkan konflik domestik. Persoalan yang lebih relevan ialah bagaimana pilihan keagamaan tersebut dinegosiasikan dalam relasi perkawinan dan bagaimana fikih kontemporer menilai batas antara keyakinan personal, hak pasangan, kemaslahatan keluarga, dan penghormatan terhadap agensi perempuan.

Literatur yang ada dengan demikian dapat dipetakan ke dalam beberapa kecenderungan. Kajian pertama membahas cadar melalui pembentukan identitas, ketaatan, dan agensi perempuan (Nisa, 2012, 2023). Kajian kedua menelaah hubungan antara pakaian Muslim, kesalehan, fashion, konsumsi, dan komodifikasi (Bucar, 2017; Jones, 2007, 2010; Maulana, 2025; Syafuddin & Mahfiroh, 2020). Kajian berikutnya menempatkan ekspresi keislaman dalam transformasi media digital dan pembentukan kesalehan daring (Campbell, 2013; Husein & Slama, 2018; Rofhani & Biyanto, 2026). Masing-masing tradisi tersebut memberikan penjelasan penting, tetapi hubungan antara motivasi penggunaan cadar, representasi diri di media sosial, dan evaluasi normatifnya dalam fikih kontemporer—terutama ketika bersinggungan dengan relasi keluarga—masih belum memperoleh perhatian yang memadai dalam satu kerangka analisis.

Berangkat dari kesenjangan tersebut, penelitian ini menganalisis bagaimana perempuan Muslim memaknai dan memotivasi penggunaan cadar, bagaimana cadar direpresentasikan serta dinegosiasikan dalam ruang media sosial, dan bagaimana perkembangan tersebut dapat dibaca melalui fikih kontemporer serta hukum keluarga Islam. Analisis diarahkan pada hubungan antara *niyyah*, agensi religius, representasi digital, kemaslahatan, hak personal, dan relasi suami–istri. Dengan kerangka tersebut, penelitian ini tidak menempatkan cadar secara apriori sebagai simbol kesalehan ataupun sebagai produk tren religius digital. Kontribusi penelitian terletak pada upaya mempertemukan kajian mengenai *lived piety*, budaya digital, dan penalaran hukum Islam untuk menjelaskan bagaimana sebuah praktik keagamaan memperoleh makna yang berubah ketika bergerak antara ruang personal, keluarga, pasar, dan media sosial. Kerangka ini diharapkan dapat menghasilkan pembacaan yang lebih kontekstual terhadap cadar sekaligus memperluas diskusi mengenai kemampuan fikih kontemporer dan hukum keluarga Islam dalam merespons transformasi keberagamaan Muslim di era digital.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain netnografi untuk menganalisis praktik, representasi, dan diskursus mengenai penggunaan cadar dalam ruang media sosial. Netnografi merupakan adaptasi etnografi untuk penelitian terhadap budaya, praktik sosial, interaksi, dan produksi makna yang berlangsung melalui media digital (Kozinets, 2002, 2019). Pendekatan ini dipilih karena Instagram dan TikTok bukan sekadar saluran penyebaran informasi, tetapi merupakan ruang sosial tempat identitas religius ditampilkan, dinegosiasikan, ditanggapi,

dan memperoleh makna melalui relasi antara pengguna, konten, audiens, serta karakteristik platform. Sejalan dengan Hine (2015), ruang daring dalam penelitian ini dipahami sebagai bagian yang tertanam (*embedded*) dalam praktik kehidupan sehari-hari sehingga aktivitas digital dianalisis dalam hubungannya dengan konteks sosial dan keagamaan yang lebih luas.

Fokus netnografi diarahkan pada tiga dimensi yang berasal dari persoalan penelitian. Pertama, penelitian mengidentifikasi motivasi dan pemaknaan penggunaan cadar sebagaimana diartikulasikan oleh pengguna melalui narasi, caption, video, ataupun interaksi digital. Kedua, penelitian menganalisis bagaimana kesalehan, agensi perempuan, identitas religius, fashion, visibilitas digital, dan aktivitas komersial direpresentasikan melalui konten bercadar. Ketiga, penelitian menelaah diskursus yang menghubungkan cadar dengan relasi keluarga, terutama mengenai pilihan personal, hubungan suami-istri, ketaatan, hak perempuan, dan partisipasi perempuan dalam kehidupan sosial. Temuan empiris dari ketiga dimensi tersebut selanjutnya dibaca melalui kerangka fikih kontemporer dan hukum keluarga Islam.

Konstruksi Korpus dan Strategi Sampling

Korpus penelitian dibangun secara purposif dengan pendekatan *criterion-based sampling*. Pemilihan data berdasarkan relevansi informasi terhadap tujuan penelitian lebih sesuai untuk penelitian kualitatif dibandingkan dengan upaya memperoleh representasi statistik dari seluruh populasi pengguna media sosial (Palinkas et al., 2015). Penelusuran awal dilakukan pada Instagram dan TikTok dengan menggunakan kata kunci dan tagar yang secara langsung berkaitan dengan cadar atau niqab, seperti “cadar”, “niqab”, “Muslimah bercadar”, serta variasi istilah lain yang ditemukan selama proses penelusuran.

Konten dimasukkan ke dalam korpus apabila memenuhi beberapa kriteria substantif: berasal dari akun atau unggahan yang dapat diakses secara publik; menempatkan cadar sebagai unsur utama dalam narasi atau representasi visual; memiliki keterkaitan dengan konteks Muslim Indonesia; serta memuat informasi yang relevan dengan motivasi penggunaan cadar, identitas religius, kesalehan, praktik dakwah, fashion atau aktivitas komersial, maupun relasi keluarga. Konten yang hanya menampilkan cadar secara insidental, tidak memiliki konteks yang dapat ditelusuri, merupakan duplikasi unggahan yang sama, atau berasal dari ruang digital privat tidak dimasukkan ke dalam korpus.

Unit analisis tidak dibatasi pada unggahan secara terpisah, tetapi diperlakukan sebagai satu kesatuan konteks digital yang dapat mencakup video atau foto, caption, teks pada layar, tagar, serta rangkaian komentar yang relevan. Pendekatan ini memungkinkan makna sebuah unggahan dibaca bersama respons audiens dan konteks komunikasinya. Penetapan jumlah data tidak diarahkan pada generalisasi statistik, tetapi pada kecukupan korpus untuk mengidentifikasi variasi dan pola makna yang relevan dengan tujuan penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi digital nonpartisipatif dan dokumentasi sistematis terhadap konten yang tersedia secara publik pada Instagram dan TikTok. Posisi nonpartisipatif dipilih karena penelitian berfokus pada representasi dan interaksi yang telah berlangsung secara alamiah tanpa intervensi peneliti. Selama observasi, peneliti mendokumentasikan materi visual dan tekstual, termasuk video, foto, caption, tagar, pernyataan mengenai alasan menggunakan cadar, narasi keagamaan, bentuk presentasi diri, aktivitas komersial, serta komentar yang secara substantif berkaitan dengan fokus penelitian.

Setiap unit data dicatat dalam lembar dokumentasi yang sekurang-kurangnya memuat

platform, tanggal unggahan atau tanggal observasi, jenis konten, deskripsi konteks, narasi utama, bentuk representasi visual, tema awal, dan karakter interaksi yang muncul pada kolom komentar. Catatan lapangan digital (*digital fieldnotes*) juga dibuat selama proses observasi untuk merekam konteks, pola yang berulang, kontradiksi, serta refleksi analitis peneliti. Dokumentasi tersebut digunakan untuk mempertahankan hubungan antara data, konteks produksi konten, dan interpretasi yang dikembangkan selama analisis sebagaimana dianjurkan dalam penelitian netnografi (Kozinets, 2019).

Penelitian ini tidak memperlakukan jumlah *likes*, *views*, atau pengikut sebagai indikator langsung kebenaran atau tingkat religiositas pengguna. Metadata tersebut digunakan secara terbatas untuk memahami konteks sirkulasi dan visibilitas sebuah konten. Dengan demikian, perhatian analitis diarahkan pada produksi dan negosiasi makna, bukan pada pengukuran popularitas konten.

Sumber Data dan Korpus Normatif

Data empiris utama penelitian berasal dari konten dan interaksi digital yang tersedia secara publik di Instagram dan TikTok. Data tersebut mencakup materi visual, caption, video, tagar, komentar, serta narasi yang mengartikulasikan pengalaman, pandangan, atau penilaian mengenai penggunaan cadar. Karena desain penelitian tidak menggunakan wawancara sebagai sumber utama, istilah “motivasi” dalam penelitian ini merujuk secara khusus pada motivasi yang dinyatakan atau direpresentasikan dalam ruang digital, bukan pada keadaan psikologis internal pengguna yang tidak dapat diverifikasi melalui observasi media sosial.

Di samping korpus empiris, penelitian menggunakan korpus normatif dan literatur akademik untuk tahap interpretasi hukum. Korpus tersebut meliputi Al-Qur'an dan hadis yang relevan, karya *fiqh* dan *uṣūl al-fiqh*, pandangan ulama mengenai aurat dan cadar, literatur *maqāṣid al-sharī'ah*, serta kajian hukum keluarga Islam yang berhubungan dengan hak dan kewajiban suami-istri, agensi perempuan, dan kemaslahatan keluarga. Literatur ilmiah mengenai netnografi, agama digital, kesalehan, fashion Muslim, komodifikasi agama, dan representasi perempuan Muslim digunakan untuk membangun konteks akademik serta membantu interpretasi temuan. Pemisahan antara korpus empiris dan korpus normatif dilakukan agar deskripsi mengenai praktik digital tidak secara langsung disamakan dengan penilaian hukum Islam.

Analisis Data

Analisis dilakukan melalui dua tahap yang saling berkaitan, yaitu analisis netnografis-tematik dan interpretasi hukum Islam. Pada tahap pertama, data digital dianalisis menggunakan analisis tematik reflektif (*reflexive thematic analysis*) untuk mengidentifikasi pola makna yang terdapat dalam korpus. Analisis tematik dipilih karena memungkinkan peneliti mengembangkan pola interpretatif dari kumpulan data kualitatif secara sistematis dan tetap mempertahankan sensitivitas terhadap konteks sosial tempat data diproduksi (Braun & Clarke, 2006, 2021).

Proses analisis dimulai dengan pembacaan dan pengamatan berulang terhadap seluruh korpus untuk memperoleh familiaritas dengan data. Selanjutnya, segmen visual maupun tekstual yang relevan diberi kode awal. Pengodean dilakukan melalui kombinasi pendekatan induktif dan deduktif. Secara deduktif, analisis menggunakan beberapa konsep sensitizing yang diturunkan dari tujuan penelitian, yaitu motivasi atau *niyyah* yang diartikulasikan pengguna, kesalehan dan agensi religius, representasi identitas bercadar, visibilitas digital, fashion dan komersialisasi, serta relasi keluarga. Pada saat yang sama, kode dan tema baru yang tidak tercakup dalam kategori awal tetap dikembangkan secara induktif apabila muncul secara konsisten dan memiliki relevansi analitis.

Kode-kode tersebut kemudian dibandingkan dan dikelompokkan menjadi tema yang menjelaskan pola hubungan antardata. Tema ditinjau kembali dengan membandingkannya terhadap korpus asli, kasus yang berbeda atau berlawanan, serta karakteristik masing-masing platform. Perbandingan antara Instagram dan TikTok juga dilakukan untuk mengidentifikasi bagaimana karakter presentasi visual, bentuk narasi, dan pola interaksi pada masing-masing platform berkontribusi terhadap representasi cadar. Tahap akhir menghasilkan definisi dan hubungan antartema yang kemudian digunakan untuk membangun interpretasi mengenai posisi cadar di antara kesalehan, identitas, budaya digital, dan praktik sosial kontemporer.

Tahap kedua merupakan analisis normatif terhadap tema-tema yang memiliki konsekuensi fikih dan hukum keluarga Islam. Analisis ini tidak digunakan untuk menentukan tingkat kesalehan individu berdasarkan penampilan digitalnya, tetapi untuk menilai persoalan hukum yang muncul dari praktik dan diskursus yang ditemukan. Prinsip *uṣūl al-fiqh* dan *maqāṣid al-sharī'ah* digunakan untuk membedakan antara norma, konteks penerapan norma, tujuan hukum, serta konsekuensi sosial suatu praktik (Kamali, 2003; Auda, 2008). Dalam kerangka ini, *tahqīq al-manāṭ* digunakan sebagai prinsip analitis untuk memastikan bahwa karakter suatu realitas dipahami terlebih dahulu sebelum kategori atau penilaian hukum diterapkan kepadanya.

Analisis normatif memperhatikan keragaman pendapat fikih mengenai wajah perempuan dan cadar, kedudukan *niyyah*, kemaslahatan, hak personal, serta konsekuensi yang berkaitan dengan relasi suami-istri. Karena itu, keberadaan unsur fashion, personal branding, atau aktivitas ekonomi dalam suatu konten tidak secara otomatis ditafsirkan sebagai hilangnya dimensi ibadah. Sebaliknya, temuan empiris digunakan untuk memperlihatkan bagaimana berbagai orientasi keagamaan dan sosial dapat berinteraksi dalam satu praktik, sementara evaluasi hukumnya dilakukan berdasarkan struktur argumentasi fikih dan konteks masing-masing fenomena.

Keabsahan dan Transparansi Analisis

Keandalan interpretasi dijaga melalui dokumentasi proses penelitian secara sistematis. Peneliti mempertahankan *audit trail* yang mencatat proses pencarian data, kriteria seleksi, perkembangan kode, perubahan tema, catatan reflektif, serta alasan memasukkan atau mengeluarkan unit data tertentu. Strategi ini membantu memastikan agar hubungan antara korpus, proses analisis, dan kesimpulan dapat ditelusuri (Nowell et al., 2017).

Kredibilitas interpretasi juga diperkuat melalui triangulasi sumber dan bentuk data dengan membandingkan materi dari Instagram dan TikTok, konten visual dan tekstual, narasi pembuat konten dan tanggapan audiens, serta konten yang mendukung maupun berlawanan dengan pola dominan. Kasus yang tidak sesuai dengan interpretasi awal (*negative or deviant cases*) dipertahankan sebagai bagian dari analisis agar penelitian tidak hanya memilih data yang mengonfirmasi asumsi peneliti. Selain itu, memo reflektif digunakan untuk membedakan antara deskripsi yang berasal dari data, interpretasi peneliti, dan evaluasi normatif berdasarkan hukum Islam.

Etika Penelitian Digital

Penelitian mengikuti prinsip etika penelitian internet yang menekankan bahwa ketersediaan data secara publik tidak dengan sendirinya menghilangkan tanggung jawab peneliti terhadap privasi, konteks, kerentanan pengguna, dan potensi bahaya akibat publikasi ulang data digital (Franzke et al., 2020). Oleh karena itu, penelitian hanya menggunakan konten yang tersedia secara publik dan tidak mengakses akun privat, kelompok tertutup, atau materi yang mensyaratkan penyamaran identitas peneliti untuk memperoleh akses.

Identitas pengguna nonpublik dianonimkan dalam pelaporan hasil penelitian. Nama akun, foto profil, informasi kontak, serta karakteristik lain yang tidak diperlukan untuk argumentasi akademik tidak ditampilkan. Kutipan komentar diperlakukan secara hati-hati untuk mengurangi kemungkinan penelusuran kembali terhadap pengguna melalui mesin pencari. Tangkapan layar yang memperlihatkan wajah atau identitas personal tidak dipublikasikan tanpa pertimbangan etis tambahan. Konten yang memuat informasi sensitif mengenai konflik keluarga, pengalaman personal, atau kehidupan privat diperlakukan dengan tingkat perlindungan yang lebih tinggi meskipun materi tersebut pada saat observasi dapat diakses secara publik. Pendekatan tersebut memungkinkan penelitian mempertahankan nilai ilmiah data digital tanpa mengabaikan hak dan kerentanan individu yang menjadi bagian dari lingkungan daring yang diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Rekonfigurasi Makna Cadar dalam Ruang Digital

Analisis netnografis terhadap konten Instagram dan TikTok menunjukkan bahwa cadar direpresentasikan melalui beberapa lapisan makna yang saling beririsan. Dalam korpus yang diamati, cadar muncul dalam narasi mengenai ketaatan dan kesalehan, presentasi identitas diri, estetika berpakaian, dakwah digital, serta aktivitas komersial yang berkaitan dengan produk Muslim. Pola tersebut menunjukkan bahwa kehadiran cadar di media sosial tidak dapat dijelaskan melalui satu kategori tunggal. Cadar tetap memperoleh legitimasi dari bahasa dan simbol keagamaan, tetapi pada saat yang sama masuk ke dalam praktik representasi diri dan ekonomi perhatian yang menjadi karakter media sosial.

Temuan ini lebih tepat dipahami sebagai perluasan makna daripada pergeseran linear dari ibadah menuju tren. Konten yang menggunakan estetika visual, mengikuti gaya tertentu, atau mempromosikan produk tidak dengan sendirinya kehilangan dimensi religiusnya. Sebaliknya, elemen-elemen tersebut dapat hadir secara bersamaan dalam satu representasi digital. Seorang pengguna dapat membicarakan cadar sebagai bagian dari komitmen keagamaan sambil membangun gaya visual tertentu, berinteraksi dengan pengikut, atau menjalankan aktivitas ekonomi. Karena itu, kategori religius, sosial, estetis, dan komersial dalam temuan penelitian ini tidak selalu membentuk batas yang tegas.

Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Nisa (2012), yang menunjukkan bahwa praktik bercadar di Indonesia berkaitan dengan proses pembentukan identitas religius dan agensi yang dijalankan melalui disiplin serta ketaatan. Kajian etnografis Nisa (2023) kemudian memperlihatkan bahwa perempuan bercadar merupakan aktor aktif dalam transformasi Islam Indonesia dan bahwa media menjadi salah satu arena penting tempat identitas *cadari* diproduksi dan dinegosiasikan. Dengan demikian, memaknai cadar semata-mata sebagai indikator keterpaksaan ataupun kepasifan perempuan kurang memadai untuk menjelaskan kompleksitas praktik tersebut.

Konteks digital memperluas proses negosiasi itu. Media sosial menyediakan ruang tempat ekspresi kesalehan dapat diproduksi, dilihat, dikomentari, disebarkan, dan direplikasi dalam skala yang lebih luas. Campbell (2013) menyebut perkembangan ini sebagai bagian dari *digital religion*, yakni kondisi ketika praktik daring dan luring semakin terhubung sehingga teknologi digital ikut membentuk cara agama dipraktikkan, direpresentasikan, dan dinegosiasikan. Dalam konteks Muslim Indonesia, Husein dan Slama (2018) juga memperlihatkan bahwa media sosial telah menjadi bagian dari praktik kesalehan, sekaligus menghasilkan ketegangan baru mengenai autentisitas religius dan visibilitas amal.

Data penelitian ini memperluas pembacaan tersebut ke dalam konteks cadar. Instagram dan TikTok memungkinkan cadar bergerak dari simbol yang melekat pada praktik berpakaian

individual menjadi objek komunikasi publik. Foto, video, caption, tagar, narasi dakwah, dan komentar membuat makna cadar terus diproduksi melalui interaksi antara pembuat konten dan audiens. Oleh karena itu, makna digital cadar bukan sepenuhnya ditentukan oleh orang yang mengenakannya. Makna tersebut berkembang melalui relasi antara representasi diri, karakter platform, respons audiens, wacana keagamaan, dan budaya visual yang lebih luas.

Kesalehan, Estetika, dan Ekonomi Digital

Pola kedua yang menonjol dalam korpus adalah pertemuan antara simbol kesalehan dengan presentasi estetis dan aktivitas ekonomi. Konten bercadar ditemukan dalam bentuk edukasi keagamaan dan dakwah, tetapi juga berdampingan dengan presentasi busana, rekomendasi produk, promosi pakaian Muslim, serta praktik *personal branding*. Kondisi ini memperlihatkan bahwa ekonomi digital telah menyediakan ruang baru bagi perempuan bercadar untuk membangun visibilitas tanpa harus meninggalkan simbol identitas religius yang mereka gunakan.

Hubungan antara kesalehan dan konsumsi semacam ini mempunyai akar yang lebih panjang dalam perkembangan budaya Muslim urban Indonesia. Jones (2007) menunjukkan bahwa pertumbuhan fashion Muslim Indonesia tidak memadai apabila dibaca melalui oposisi sederhana antara meningkatnya religiositas dan meningkatnya konsumerisme. Fashion Muslim justru menjadi arena tempat perempuan Muslim memikirkan hubungan antara iman, modernitas, gender, dan materialitas. Dalam kajian berikutnya, Jones (2010) menunjukkan bahwa konsumsi dan kesalehan mempunyai hubungan yang kompleks: perempuan Muslim dapat menggunakan barang dan fashion untuk mengekspresikan kesopanan dan kesalehan, meskipun pada saat yang sama harus menghadapi kecurigaan bahwa konsumsi merupakan tanda kedangkalan religius.

Temuan penelitian ini menunjukkan persoalan yang serupa dalam lingkungan media sosial. Penggunaan estetika, fashion, atau aktivitas komersial tidak cukup untuk menjadi bukti bahwa cadar telah kehilangan makna religius. Bucar (2017) melalui konsep *pious fashion* menunjukkan bahwa pakaian religius merupakan praktik yang mempertemukan norma moral, estetika, materialitas, identitas, dan pilihan individu. Dalam konteks Indonesia yang lebih mutakhir, Maulana (2025) menemukan bahwa media sosial berperan penting dalam pembentukan standar baru mengenai kesalehan dan kecantikan perempuan Muslim, sementara tren fashion Muslim berkembang dalam hubungan yang semakin dekat dengan budaya konsumen.

Namun, hubungan tersebut membuka kemungkinan komodifikasi ketika nilai atau simbol Islam secara sengaja ditempatkan sebagai sumber nilai ekonomi. Syafuddin dan Mahfiroh (2020), misalnya, menemukan penggunaan nilai-nilai Islam sebagai instrumen branding dalam pemasaran fashion Muslim melalui Instagram. Temuan penelitian ini menunjukkan dinamika yang berdekatan ketika cadar, narasi religius, estetika Muslimah, dan pemasaran produk muncul dalam ruang representasi digital yang sama.

Meskipun demikian, istilah komodifikasi perlu digunakan secara selektif. Keberadaan produk atau aktivitas ekonomi dalam akun perempuan bercadar tidak otomatis berarti agama telah dikomodifikasi. Komodifikasi lebih tepat digunakan ketika simbol, bahasa, atau otoritas religius secara sistematis ditransformasikan menjadi nilai tukar atau sumber keuntungan ekonomi. Pembedaan ini penting agar analisis tidak menyamakan seluruh aktivitas ekonomi perempuan bercadar dengan eksploitasi agama. Temuan penelitian justru menunjukkan adanya spektrum hubungan antara kesalehan dan ekonomi: mulai dari ekspresi religius tanpa tujuan komersial, aktivitas ekonomi yang berdampingan dengan identitas keagamaan, hingga penggunaan simbol keagamaan sebagai bagian dari strategi pemasaran.

Temuan tersebut memperlihatkan bahwa pertanyaan pentingnya bukan apakah cadar

merupakan “ibadah atau tren”, tetapi bagaimana nilai ibadah, estetika, identitas, dan ekonomi disusun serta dinegosiasikan oleh pengguna dalam ruang digital. Posisi ini menghindari asumsi bahwa hadirnya salah satu dimensi harus menghapus dimensi yang lain.

Motivasi yang Diartikulasikan dan Problem Niyyah dalam Ruang Digital

Analisis terhadap narasi pengguna memperlihatkan keragaman alasan yang dikaitkan dengan penggunaan cadar. Cadar dapat diartikulasikan sebagai bentuk ketaatan, upaya menjaga diri, proses perubahan religius, penanda identitas, bagian dari afiliasi komunitas, ataupun praktik berpakaian yang dinilai sesuai dengan preferensi estetis pengguna. Pada beberapa konten, unsur-unsur tersebut muncul secara bersamaan sehingga sulit dipisahkan ke dalam motivasi religius dan sosial yang sepenuhnya berbeda.

Temuan ini konsisten dengan studi Nisa (2012, 2023), yang menunjukkan bahwa pilihan mengenakan cadar tidak dapat dilepaskan dari proses pembentukan subjek religius, komunitas, disiplin diri, dan agensi perempuan. Dengan kata lain, ketaatan tidak selalu berlawanan dengan agensi. Keputusan mengikuti suatu norma keagamaan dapat menjadi bagian dari cara perempuan membentuk dirinya sebagai subjek religius.

Akan tetapi, terdapat batas metodologis yang penting. Karena penelitian ini menggunakan observasi netnografis dan tidak menggunakan wawancara mendalam untuk mengakses pengalaman batin pengguna, istilah “motivasi” dalam penelitian ini merujuk pada motivasi yang diartikulasikan secara digital. Caption, video, atau komentar dapat memperlihatkan bagaimana pengguna menjelaskan tindakannya, tetapi tidak memungkinkan peneliti memastikan kondisi psikologis atau *niyyah* internal seseorang. Karena itu, penelitian ini tidak menyimpulkan bahwa pengguna tertentu benar-benar ikhlas, mengikuti tren semata, melakukan *riyā’*, atau mempunyai tujuan batin tertentu berdasarkan tampilan media sosial.

Pembedaan tersebut penting pula dari perspektif fikih. Hadis *innamā al-a‘mālu bi al-niyyāt* menempatkan niat sebagai unsur penting dalam penilaian amal (al-Bukhārī, 2002). Namun, signifikansi niat dalam penilaian moral tidak berarti peneliti maupun pengamat luar dapat memastikan niat seseorang berdasarkan representasi visual. Husein dan Slama (2018) menunjukkan problem yang sama dalam praktik *online piety* di Indonesia: media sosial meningkatkan kekhawatiran terhadap *riyā’*, tetapi pengguna Muslim mengembangkan cara yang beragam dalam menegosiasikan ketegangan antara kebutuhan membuat aktivitas keagamaan terlihat dan kewajiban menjaga ketulusan.

Implikasinya, visibilitas tidak identik dengan *riyā’*. Dakwah, edukasi, aktivitas komunitas, dan bahkan promosi kegiatan sosial membutuhkan tingkat visibilitas tertentu agar dapat beredar di media digital. Penilaian mengenai *riyā’* berhubungan dengan orientasi batin yang tidak dapat ditetapkan hanya melalui banyaknya pengikut, kualitas visual, frekuensi unggahan, atau popularitas suatu akun. Hal yang dapat dianalisis secara empiris adalah bentuk representasinya, bahasa yang digunakan, pola interaksinya, dan konsekuensi sosialnya.

Pluralitas Fikih dan Status Normatif Penggunaan Cadar

Hasil netnografi memperlihatkan bahwa pluralitas motivasi dan representasi digital cadar berhadapan dengan pluralitas pandangan fikih mengenai penutupan wajah. Literatur fikih tidak menunjukkan satu posisi tunggal mengenai status wajah perempuan dan kewajiban menutupnya di hadapan laki-laki nonmahram. Perbedaan muncul dalam pembahasan mengenai batas aurat, kemungkinan *fitnah*, situasi sosial, serta interpretasi terhadap QS al-Nūr [24]:31 dan QS al-Aḥzāb [33]:59 (al-Zuhaylī, 1985; Purkon, 2023).

Karena itu, pernyataan bahwa seluruh mazhab tertentu secara mutlak mewajibkan atau tidak mewajibkan cadar perlu dihindari. Bahkan di dalam tradisi mazhab yang sama terdapat perincian mengenai wajah sebagai aurat, kewajiban penutupan di hadapan nonmahram, dan kondisi *fitnah*. Studi kontemporer juga mencatat keberlanjutan perbedaan tersebut dalam pembahasan hukum cadar (Purkon, 2023; Tulhidayah et al., 2024). Ikhtilaf ini penting bagi penelitian karena menunjukkan bahwa cadar mempunyai ruang normatif yang lebih kompleks daripada kategori wajib versus tidak wajib.

Keragaman motivasi yang ditemukan dalam media sosial juga tidak secara langsung mengubah status dasar sebuah praktik. Seseorang yang tertarik mengenakan cadar setelah melihat konten fashion, misalnya, tidak dapat dinilai semata-mata berdasarkan sumber ketertarikan awalnya. Demikian pula, preferensi estetis tidak otomatis membatalkan kemungkinan orientasi religius. Dalam *uṣūl al-fiqh*, penilaian terhadap suatu tindakan memerlukan pembedaan antara objek perbuatan, tujuan pelaku, konteks, sarana, dan konsekuensinya.

Kerangka *maqāṣid al-sharī'ah* membantu menghindari reduksi tersebut. Auda (2008) mengembangkan pendekatan *maqāṣid* yang menekankan keterbukaan, multidimensionalitas, dan orientasi pada tujuan. Dalam konteks penelitian ini, pendekatan tersebut berarti bahwa fenomena cadar digital tidak dinilai hanya berdasarkan bentuk luar pakaian ataupun popularitasnya. Analisis perlu mempertimbangkan perlindungan martabat, kebebasan menjalankan keyakinan, kemaslahatan, kemungkinan mudarat, relasi sosial, dan konsekuensi praktik digital.

Prinsip *lā ḍarar wa lā ḍirār* juga memberikan dasar untuk menilai konsekuensi suatu tindakan, yaitu bahwa tindakan tidak seharusnya menghasilkan bahaya terhadap diri sendiri ataupun orang lain (Ibn Mājah, 2009; Ibn Rajab al-Ḥanbalī, 2001). Akan tetapi, prinsip tersebut tidak dapat digunakan untuk memberi label negatif pada suatu unggahan hanya karena dianggap terlalu estetis atau populer. Identifikasi *mafsadah* memerlukan akibat yang dapat dijelaskan secara nyata, bukan asumsi mengenai niat atau kesalehan pelaku.

Dari perspektif tersebut, kontribusi fikih kontemporer terhadap fenomena cadar digital terletak pada kemampuannya membedakan antara status pakaian, niat moral, praktik representasi, dan konsekuensi sosialnya. Keempat unsur tersebut berkaitan, tetapi tidak identik. Pemisahan analitis ini memungkinkan hukum Islam merespons perubahan media tanpa mereduksi simbol keagamaan menjadi sekadar ekspresi formal ataupun menganggap seluruh inovasi digital sebagai penyimpangan dari nilai religius.

Representasi Cadar, Visibilitas, dan Otoritas Keagamaan Digital

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa media sosial membuat perempuan bercadar semakin terlihat sebagai produsen wacana. Dalam konten edukatif dan dakwah, pengguna tidak hanya menampilkan pakaian, tetapi menyampaikan pandangan mengenai kesalehan, etika berpakaian, perubahan diri, kehidupan Muslimah, serta praktik keseharian. Kondisi tersebut menjadikan perempuan bercadar sebagai aktor dalam produksi pengetahuan keagamaan sehari-hari, meskipun tingkat dan bentuk otoritasnya berbeda-beda.

Transformasi ini merupakan bagian dari perubahan otoritas agama dalam lingkungan digital. Media sosial menurunkan hambatan teknis untuk memproduksi serta menyebarkan pesan keagamaan, sehingga individu di luar struktur otoritas tradisional dapat memperoleh audiens melalui konsistensi konten, kedekatan komunikatif, atau visibilitas algoritmik. Husein dan Slama (2018) menunjukkan bahwa praktik kesalehan di media sosial Indonesia telah menghasilkan konfigurasi baru antara religiositas, publik, dan media. Dalam konteks yang lebih luas, digitalisasi ruang publik Islam di Indonesia juga telah meningkatkan peran aktor media dalam membentuk

wacana dan otoritas keagamaan.

Dalam penelitian ini, kondisi tersebut tampak pada penggunaan narasi visual dan personal sebagai sarana menjelaskan kehidupan bercadar. Representasi ini dapat mengurangi stereotip mengenai perempuan bercadar sebagai kelompok yang sepenuhnya tertutup dari ruang publik karena mereka justru aktif berkomunikasi, membangun jaringan, berdakwah, dan menjalankan aktivitas ekonomi melalui media digital. Hal ini memperkuat argumentasi Nisa (2023) bahwa perempuan bercadar perlu dipahami sebagai aktor yang memiliki bentuk agensi tertentu dalam transformasi Islam Indonesia.

Namun, visibilitas digital juga membawa ambivalensi. Semakin tinggi keterlihatan sebuah praktik kesalehan, semakin kuat pula kemungkinan praktik tersebut dinilai, dikomentari, dipolitisasi, dan dikomodifikasi. Husein dan Slama (2018) menunjukkan bahwa kecemasan mengenai *riyā'* memperoleh relevansi baru dalam kondisi tersebut. Temuan penelitian ini menambahkan bahwa perempuan bercadar menghadapi tegangan serupa antara etika kesopanan dan tuntutan media sosial terhadap keterlihatan. Dengan demikian, ruang digital menghasilkan paradoks: media sosial menyediakan peluang bagi perempuan bercadar untuk memperluas agensi dan suara publiknya, tetapi pada saat yang sama menempatkan mereka dalam sistem yang bergantung pada visualitas, perhatian, dan performativitas.

Di sinilah representasi digital perlu dibaca secara proporsional. Penampilan estetis tidak dapat otomatis disebut *tabarruj* tanpa analisis terhadap konsep dan konteks hukumnya; visibilitas tidak otomatis menjadi *riyā'*; aktivitas ekonomi tidak selalu berarti komodifikasi agama; dan anonimitas tidak dengan sendirinya menunjukkan kesalehan yang lebih tinggi. Penilaian fikih membutuhkan identifikasi fakta yang lebih spesifik sebelum kategori normatif diterapkan.

Implikasi bagi Hukum Keluarga Islam: Pilihan Religius, Agensi, dan Negosiasi Perkawinan

Implikasi temuan terhadap hukum keluarga Islam terletak pada posisi cadar sebagai pilihan religius yang dapat bersinggungan dengan relasi perkawinan, otoritas domestik, dan agensi perempuan. Hal ini perlu dirumuskan secara hati-hati karena data netnografis penelitian tidak memberikan dasar untuk menyimpulkan bahwa penggunaan cadar secara umum menyebabkan konflik rumah tangga. Penelitian ini juga tidak mengukur prevalensi perselisihan suami-istri akibat cadar. Karena itu, hubungan antara cadar dan hukum keluarga dalam penelitian ini merupakan implikasi normatif dari temuan mengenai agensi dan identitas religius, bukan klaim kausal mengenai konflik keluarga.

Perbedaan status fikih cadar berimplikasi penting pada hubungan suami-istri. Ketika suatu praktik berada dalam wilayah *ikhtilāf*, preferensi salah satu anggota keluarga tidak secara otomatis dapat diperlakukan sebagai satu-satunya pendapat agama yang sah. Penggunaan maupun pelepasan cadar dapat melibatkan keyakinan individual, pemahaman fikih, ekspektasi pasangan, lingkungan komunitas, dan konsekuensi sosial. Karena itu, persoalan tersebut lebih tepat ditempatkan dalam kerangka negosiasi hak dan kewajiban pasangan daripada semata-mata hubungan perintah dan kepatuhan.

Kajian hukum keluarga Islam Indonesia telah lama memperlihatkan bahwa posisi perempuan dalam perkawinan terus mengalami proses reinterpretasi. Nasution (2006) menunjukkan bahwa perkembangan hukum perkawinan memberikan perlindungan terhadap hak perempuan yang dalam beberapa aspek lebih luas daripada formulasi konvensional dalam sebagian kitab fikih. Penelitian Abubakar, Nurlaelawati, dan Wahib (2022) pada komunitas Salafi di Yogyakarta bahkan memperlihatkan bahwa perempuan Salafi dapat menggunakan pengetahuan agama dan negosiasi dengan otoritas komunitas untuk memperkuat posisi mereka dalam

pengelolaan perkawinan. Temuan tersebut penting karena menunjukkan bahwa komitmen terhadap norma religius tidak selalu identik dengan hilangnya agensi perempuan.

Dalam konteks penelitian ini, agensi perempuan bercadar di ruang digital menunjukkan pola yang sejalan. Mereka dapat menjadi produsen pesan, pelaku ekonomi, anggota komunitas, dan subjek yang mengartikulasikan pilihan religiusnya. Dengan demikian, ketika cadar memasuki relasi keluarga, analisis hukum perlu mempertimbangkan perempuan sebagai subjek hukum dan moral yang mempunyai kapasitas untuk menjelaskan serta menegosiasikan keyakinannya.

Kerangka *maqāṣid al-sharī'ah* dapat digunakan untuk menilai relasi tersebut dengan memperhatikan keadilan, kemaslahatan, perlindungan martabat, dan pencegahan kemudaratannya. Studi mengenai penerapan *maqāṣid* dalam hukum keluarga Indonesia menunjukkan bahwa pertimbangan kemaslahatan dapat berfungsi untuk menjembatani norma tekstual dengan kepentingan nyata individu dalam keluarga, termasuk perlindungan hak perempuan dan anak (Mera et al., 2024). Dengan demikian, keharmonisan keluarga tidak seharusnya dimaknai sebagai membenaran terhadap pemaksaan pilihan berpakaian, sebagaimana otonomi personal juga tidak berarti bahwa konsekuensi relasional dalam perkawinan sama sekali tidak perlu dipertimbangkan.

Posisi yang lebih proporsional adalah menempatkan persoalan cadar dalam proses *mu'āsharah bi al-ma'rūf*, komunikasi, dan musyawarah antarpasangan. Jika penggunaan cadar merupakan keyakinan religius yang sungguh-sungguh dipegang perempuan, keyakinan tersebut merupakan fakta penting yang harus dipertimbangkan dalam hubungan perkawinan. Jika terdapat perbedaan pemahaman, penyelesaiannya memerlukan dialog berdasarkan pengetahuan mengenai pluralitas fikih dan konsekuensi nyata bagi kehidupan keluarga. Pendekatan semacam ini lebih sejalan dengan tujuan hukum keluarga daripada memaksakan satu penilaian terhadap praktik yang secara historis memang diperselisihkan dalam fikih.

Cadar antara Ibadah dan Tren: Melampaui Dikotomi

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa dikotomi “ibadah” dan “tren” kurang memadai untuk menjelaskan penggunaan cadar dalam media sosial kontemporer. Data memperlihatkan bahwa simbol religius dapat beroperasi sekaligus sebagai praktik kesalehan, identitas diri, bentuk presentasi estetik, sarana komunikasi, dan sumber nilai ekonomi. Hubungan di antara dimensi tersebut tidak selalu berupa proses penggantian satu makna oleh makna lainnya.

Temuan ini memperluas penelitian terdahulu dalam tiga arah. Pertama, penelitian ini mendukung temuan Nisa (2012, 2023) mengenai agensi dan pembentukan identitas perempuan bercadar, tetapi menunjukkan bahwa proses tersebut kini berlangsung dalam lingkungan platform yang memberikan peranan besar kepada visualitas dan interaksi publik. Kedua, penelitian ini mengembangkan kajian Jones (2007, 2010), Bucar (2017), serta Maulana (2025) mengenai hubungan kesalehan, fashion, dan konsumsi dengan memperlihatkan bagaimana cadar masuk ke dalam ekonomi perhatian media sosial. Ketiga, penelitian ini membawa persoalan representasi digital tersebut ke dalam diskusi fikih dan hukum keluarga melalui pembedaan antara status normatif pakaian, *niyyah*, konsekuensi sosial, dan agensi perempuan.

Kontribusi utama penelitian ini dengan demikian terletak pada penolakan terhadap dua bentuk reduksionisme. Reduksionisme pertama menganggap seluruh praktik bercadar sebagai manifestasi langsung kesalehan yang maknanya tetap. Reduksionisme kedua menilai keterlibatan cadar dengan fashion, media sosial, dan ekonomi sebagai bukti hilangnya nilai religius. Temuan penelitian menunjukkan bahwa praktik yang berlangsung di antara kedua posisi tersebut jauh lebih kompleks.

Fikih kontemporer memiliki relevansi ketika kompleksitas empiris ini digunakan sebagai

bagian dari proses memahami objek hukum sebelum penilaian diberikan. Pendekatan *maqāṣid* memberikan ruang untuk mempertimbangkan pluralitas pandangan, maksud tindakan, agensi, kemaslahatan, dan konsekuensi sosial tanpa menghilangkan fondasi normatif syariat. Dalam kerangka tersebut, perkembangan *cadar* dalam budaya digital tidak menunjukkan hilangnya makna ibadah ataupun kemenangan tren atas agama. Ia menunjukkan proses bagaimana kesalehan Muslim dinegosiasikan di dalam lingkungan sosial baru yang dibentuk oleh media, pasar, relasi keluarga, dan perubahan cara individu menampilkan dirinya di ruang publik.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan *cadar* dalam ruang digital merupakan praktik keagamaan yang memperoleh makna melalui pertemuan antara kesalehan, identitas, estetika, budaya populer, dan ekonomi digital. Analisis netnografis terhadap representasi *cadar* di media sosial memperlihatkan bahwa *cadar* tidak hadir sebagai simbol dengan makna yang tunggal. Pengguna merepresentasikannya melalui narasi ketaatan, penjagaan diri, identitas religius, preferensi estetis, dakwah, *personal branding*, hingga aktivitas komersial. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kategori “ibadah” dan “tren” tidak sepenuhnya memadai untuk menjelaskan praktik bercadar dalam masyarakat Muslim kontemporer karena berbagai orientasi tersebut dapat hadir dan dinegosiasikan secara bersamaan dalam satu praktik digital.

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran penting dalam memperluas ruang representasi perempuan bercadar. Instagram dan TikTok memungkinkan pengguna membangun narasi tentang kehidupan religius, menampilkan identitas diri, berinteraksi dengan audiens, serta terlibat dalam aktivitas ekonomi. Dalam konteks ini, kehadiran unsur estetika, fashion, atau kegiatan komersial tidak dapat secara langsung dipahami sebagai hilangnya orientasi religius. Sebaliknya, hubungan antara kesalehan dan budaya digital bersifat kompleks dan kontekstual. Karena penelitian ini berbasis observasi netnografis, motivasi yang dapat diidentifikasi terbatas pada motivasi yang dinyatakan atau direpresentasikan melalui konten digital. Penelitian ini tidak dapat memastikan *niyyah* internal pengguna, sehingga kategori seperti keikhlasan, *riyā'*, atau orientasi spiritual seseorang tidak dapat ditentukan hanya berdasarkan penampilan dan aktivitasnya di media sosial.

Dari perspektif fikih kontemporer, pluralitas representasi tersebut memperlihatkan pentingnya membedakan antara status normatif *cadar*, motivasi pengguna, bentuk representasi digital, dan konsekuensi sosial dari praktik tersebut. Perbedaan pandangan fikih mengenai penutupan wajah menunjukkan bahwa hukum *cadar* tidak dapat direduksi menjadi satu posisi normatif yang berlaku secara seragam dalam seluruh konteks. Pendekatan *maqāṣid al-sharī'ah* memberikan kerangka yang relevan untuk membaca fenomena ini dengan mempertimbangkan kemaslahatan, keadilan, martabat manusia, agensi perempuan, serta kemungkinan manfaat dan mudarat yang muncul dari suatu praktik. Dengan demikian, keberadaan unsur fashion, visibilitas digital, atau aktivitas ekonomi tidak dengan sendirinya mengubah status hukum *cadar* tanpa mempertimbangkan konteks, tujuan, dan konsekuensi konkret yang menyertainya.

Implikasi penelitian terhadap hukum keluarga Islam terutama berkaitan dengan posisi *cadar* sebagai pilihan religius yang dapat bersinggungan dengan agensi perempuan, relasi suami-istri, dan proses pengambilan keputusan dalam keluarga. Temuan penelitian tidak memberikan dasar untuk menyimpulkan bahwa *cadar* secara langsung menyebabkan konflik domestik. Persoalan yang lebih relevan terletak pada bagaimana perbedaan pemahaman mengenai *cadar* dinegosiasikan dalam hubungan perkawinan. Dalam konteks tersebut, pluralitas pandangan fikih, penghormatan terhadap keyakinan individu, musyawarah, dan prinsip *mu'āsharah bi al-ma'rūf* menjadi penting

dalam menjaga keseimbangan antara hak personal dan kemaslahatan keluarga. Perspektif ini juga menempatkan perempuan bercadar sebagai subjek yang memiliki kapasitas untuk membentuk, menjelaskan, dan menegosiasikan pilihan religiusnya.

Kontribusi utama penelitian ini terletak pada integrasi antara kajian mengenai kesalehan yang dijalani (*lived piety*), representasi digital, agensi perempuan, dan penalaran hukum Islam. Penelitian ini menunjukkan bahwa transformasi representasi cadar di media sosial tidak seharusnya dibaca sebagai perpindahan linear dari kesalehan menuju komodifikasi. Yang berlangsung adalah proses negosiasi makna ketika simbol religius memasuki lingkungan digital yang dibentuk oleh visualitas, interaksi, budaya konsumsi, dan ekonomi perhatian. Kerangka tersebut memberikan pembacaan yang lebih proporsional terhadap hubungan antara praktik keagamaan dan perubahan sosial dalam masyarakat Muslim kontemporer.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, data berasal dari platform media sosial tertentu sehingga temuan tidak dimaksudkan untuk mewakili seluruh perempuan bercadar maupun seluruh komunitas Muslim. Kedua, karakter interpretatif netnografi membatasi penelitian pada representasi yang tersedia secara digital dan tidak memungkinkan akses langsung terhadap pengalaman batin, motivasi psikologis, atau proses pengambilan keputusan pengguna. Ketiga, keterkaitan dengan hukum keluarga dalam penelitian ini bersifat interpretatif-normatif karena korpus digital belum secara khusus dirancang untuk mengukur pengalaman konflik, negosiasi, atau pengambilan keputusan dalam rumah tangga.

Penelitian selanjutnya dapat memperluas korpus ke berbagai platform dan komunitas digital serta mengombinasikan netnografi dengan wawancara mendalam untuk membandingkan representasi publik dengan pengalaman personal perempuan bercadar. Studi mendatang juga perlu mengkaji secara lebih spesifik proses negosiasi penggunaan cadar dalam perkawinan, termasuk hubungan antara keyakinan individual, pemahaman pasangan, otoritas keagamaan, dan pengambilan keputusan keluarga. Perbandingan lintas wilayah maupun lintas komunitas Muslim juga penting untuk mengetahui bagaimana perbedaan konteks sosial, budaya, ekonomi, dan regulasi menghasilkan variasi makna serta praktik bercadar. Dengan arah tersebut, studi mengenai cadar dapat berkembang dari perdebatan normatif mengenai kewajiban berpakaian menuju pemahaman yang lebih luas mengenai bagaimana kesalehan, agensi perempuan, media digital, dan hukum Islam saling berinteraksi dalam kehidupan Muslim kontemporer.

DAFTAR REFERENSI

- Abubakar, F., Nurlaelawati, E., & Wahib, A. B. (2022). Interpreting 'bulugh': Enhancement of women's right through management of marriage within Salafi community in Wirokerten, Yogyakarta. *Indonesian Journal of Islam and Muslim Societies*, 12(1), 139–163. <https://doi.org/10.18326/ijims.v12i1.139-163>
- Al-Bukhārī, M. ibn I. (2002). *Ṣaḥīḥ al-Bukhārī*. Dār Ibn Kathīr.
- Auda, J. (2008). *Maqasid al-Shariah as philosophy of Islamic law: A systems approach*. International Institute of Islamic Thought. <https://doi.org/10.2307/j.ctvkc67tg>
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Braun, V., & Clarke, V. (2021). *Thematic analysis: A practical guide*. SAGE Publications.
- Bucar, E. (2017). *Pious fashion: How Muslim women dress*. Harvard University Press. <https://doi.org/10.4159/9780674982376>
- Campbell, H. A. (Ed.). (2013). *Digital religion: Understanding religious practice in new media worlds*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203084861>

- Franzke, A. S., Bechmann, A., Zimmer, M., Ess, C. M., & Association of Internet Researchers. (2020). *Internet research: Ethical guidelines 3.0*. Association of Internet Researchers.
- Hine, C. (2015). *Ethnography for the internet: Embedded, embodied and everyday*. Bloomsbury Academic.
- Husein, F., & Slama, M. (2018). Online piety and its discontent: Revisiting Islamic anxieties on Indonesian social media. *Indonesia and the Malay World*, 46(134), 80–93. <https://doi.org/10.1080/13639811.2018.1415056>
- Ibn Mājah, M. ibn Y. (2009). *Sunan Ibn Mājah*. Dār al-Risālah al-‘Ālamiyyah.
- Ibn Rajab al-Ḥanbalī, ‘A. al-R. ibn A. (2001). *Jāmi‘ al-‘ulūm wa al-ḥikam fī sharḥ khamsīna ḥadīthan min jawāmi‘ al-kalim*. Mu’assasat al-Risālah.
- Jones, C. (2007). Fashion and faith in urban Indonesia. *Fashion Theory*, 11(2–3), 211–231. <https://doi.org/10.2752/136270407X202763>
- Jones, C. (2010). Materializing piety: Gendered anxieties about faithful consumption in contemporary urban Indonesia. *American Ethnologist*, 37(4), 617–637. <https://doi.org/10.1111/j.1548-1425.2010.01275.x>
- Kamali, M. H. (2003). *Principles of Islamic jurisprudence* (3rd rev. & enl. ed.). Islamic Texts Society.
- Kozinets, R. V. (2002). The field behind the screen: Using netnography for marketing research in online communities. *Journal of Marketing Research*, 39(1), 61–72. <https://doi.org/10.1509/jmkr.39.1.61.18935>
- Kozinets, R. V. (2019). *Netnography: The essential guide to qualitative social media research* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Maulana, M. F. (2025). Beauty and the politics of piety: The phenomenon of Muslim women’s fashion trends in Indonesia. *Fashion Theory*, 29(6), 841–860. <https://doi.org/10.1080/1362704X.2025.2534240>
- Mera, N., Marzuki, M., Taufan B., M., Sapruddin, S., & Cahyani, A. I. (2024). Child custody rights for mothers of different religions: Maqāṣid al-Sharī‘ah perspective on Islamic family law in Indonesia. *Samarah: Jurnal Hukum Keluarga dan Hukum Islam*, 8(3), 1645–1668. <https://doi.org/10.22373/sjkh.v8i3.23809>
- Nasution, K. (2006). Women’s rights in the Islamic family law of Indonesia. *Jurnal Hukum IUS QUIA IUSTUM*, 12(28), 147–159. <https://doi.org/10.20885/iustum.vol12.iss28.art10>
- Nisa, E. F. (2012). Embodied faith: Agency and obedience among face-veiled university students in Indonesia. *The Asia Pacific Journal of Anthropology*, 13(4), 366–381. <https://doi.org/10.1080/14442213.2012.697187>
- Nisa, E. F. (2023). *Face-veiled women in contemporary Indonesia*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003246442>
- Nowell, L. S., Norris, J. M., White, D. E., & Moules, N. J. (2017). Thematic analysis: Striving to meet the trustworthiness criteria. *International Journal of Qualitative Methods*, 16, 1–13. <https://doi.org/10.1177/1609406917733847>
- Palinkas, L. A., Horwitz, S. M., Green, C. A., Wisdom, J. P., Duan, N., & Hoagwood, K. (2015). Purposeful sampling for qualitative data collection and analysis in mixed method implementation research. *Administration and Policy in Mental Health and Mental Health Services Research*, 42(5), 533–544. <https://doi.org/10.1007/s10488-013-0528-y>
- Purkon, A. (2023). Batasan aurat perempuan dalam fikih klasik dan kontemporer. *Risalah: Jurnal Pendidikan dan Studi Islam*, 9(3), 1046–1061. https://doi.org/10.31943/jurnal_risalah.v9i3.542

- Rofhani, R., & Biyanto, B. (2026). Silent agency and symbolic authority: Negotiating piety and representation among urban Salafi women in Indonesia's digital sphere. *Indonesian Journal of Islam and Muslim Societies*, 16(1), 25–53. <https://doi.org/10.18326/ijims.v16i1.25-53>
- Syafuddin, K., & Mahfiroh, N. (2020). Komodifikasi nilai Islam dalam fashion Muslim di Instagram. *Profetika: Jurnal Studi Islam*, 21(1), 8–16. <https://doi.org/10.23917/profetika.v21i1.11644>
- Tulhidayah, R., Hasan, H., & Shuhufi, M. (2024). Cadar di era kontemporer: Kajian hukum Islam. *Al-Qiblah: Jurnal Studi Islam dan Bahasa Arab*, 3(4), 481–493. <https://doi.org/10.36701/qiblah.v3i4.1578>
- Al-Zuhayli, W. (1985). *Al-fiqh al-Islami wa adillatuhu*. Dār al-Fikr.