

Komunikasi Artifaktual Status Instagram “Ning” Pondok Pesantren

Anifatul Jannah¹
aljannahanifa@gmail.com

Abstract: The development of social media apparently also influenced social communication amongst the pesantren community, including the daughter of the kiai, called as "ning". This article discusses artifactual communication on Instagram status which were uploaded by "Ning" of Islamic boarding school (pondok pesantren). Using a text analysis approach, the results of this study concluded that uploaded images on Instagram conducted periodically by "ning" of pondok pesantren was a form of a non-verbal message pattern that could be interpreted as artifactual communication, which reflected the established and high socio-economic class "ning" as the kiai's daughter. In addition, the respect given to the kiai's daughter on social media was similar with what occurred in real life. In this sense, the polite attitude which was found on the cyber community was the reflection that occurred in the offline reality in pesantren.

Abstrak: Perkembangan media sosial ternyata turut memengaruhi komunikasi sosial di komunitas pesantren, di antaranya adalah putri para kiai yang akrab dipanggil “ning”. Artikel ini membahas komunikasi artifaktual status instagram yang diunggah “ning” pondok pesantren. Dengan menggunakan pendekatan analisis teks, hasil studi ini menyimpulkan bahwa unggahan gambar di media sosial instagram yang dilakukan secara berkala oleh "ning" pesantren membentuk sebuah pola pesan non verbal yang bisa dimaknai sebagai komunikasi artifaktual, yang merefleksikan kelas sosial-ekonomi "ning" yang mapan dan tinggi sebagai putri kiai. Selain itu, sikap hormat yang diberikan kepada putri kiai di media sosial tidak berbeda dengan sikap hormat yang terjadi di kehidupan nyata. Maksudnya, sikap sopan santun yang terefleksikan dalam masyarakat siber tidak berbeda dengan realitas offline di pesantren.

Kata Kunci: Instagram, komunikasi artifaktual, pesantren, putri kiai

¹ Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Pendahuluan

Perkembangan kehidupan manusia berjalan seiring dengan perkembangan teknologi. Salah satu perkembangan teknologi yang memengaruhi komunikasi sosial manusia adalah media sosial. Kadangkala manusia sebagai objek, namun kadangkala juga subjek yang mampu mengendalikan teknologi sesuai dengan orientasi yang dia inginkan. Dalam konteks ini, media sosial menjadi ajang unjuk citra diri setiap harinya. Dengan media sosial seseorang bisa mendadak menjadi artis, figur yang di idolakan banyak orang dengan unggahannya di sosial media. Siapa saja dengan mudah membentuk citra diri dan menunjukkan status sosialnya di masyarakat hanya dengan unggahan gambar di instagram. Sosial media dianggap sangat mempermudah seseorang untuk eksis dan unjuk diri akan kemampuan atau apa yang mereka miliki dengan cepat kepada banyak orang tanpa batasan. Cara seperti ini banyak digunakan oleh orang yang terbatas gerakannya di kehidupan nyata, sehingga di dunia maya atau dunia virtual mereka bisa eksis dan unjuk diri.

Salah satu media sosial yang cukup populer saat ini adalah instagram. Jenis satu media sosial ini paling banyak diminati generasi *millennials* sebagai tempat untuk aktualisasi diri daripada media sosial lainnya. Siapa saja bisa mengaktualisasikan diri di akun media sosial masing-masing melalui unggahan pribadi. Dari unggahan di akun instagram berupa gambar dan *caption* (keterangan gambar) menjadi bentuk komunikasi artifaktual di dunia siber. Pengguna instagram dapat memainkan peran dan menampilkan identitasnya dengan bebas tanpa kontrol siapapun. Identitas yang ditampilkannya bisa sama dengan kehidupan nyata atau tidak. Semua diatur oleh pemilik akun tersebut sesuai citra yang ingin dimunculkan.

Aktivitas atau interaksi yang terjadi di *virtual space* atau dunia maya bisa membentuk budaya maya. Konsep kebudayaan ini (sebagai suatu sistem simbol yang mempunyai makna) banyak mempunyai persamaan dengan interaksionisme simbolik, sebuah teori yang berusaha menjelaskan tingkah laku manusia dalam kaitannya dengan makna interaksionisme simbolik berakar dari karya para ahli sosiologi

seperti Cooley, Mead, dan Thomas. Blumer mengidentifikasi tiga premis sebagai landasan teori (1969). (James, 1997, hlm. 6).

Unggahan di media sosial intragram juga memiliki simbol dan mempunyai makna tersendiri bagi mereka yang menggunakannya, yang kemudian dimaknai oleh mereka yang melihat unggahan tersebut. Karena hal itu merupakan komunikasi artifaktual, misalnya pakaian, dipandang memiliki suatu fungsi komunikatif. Busana, pakaian, kostum dan dandanan adalah bentuk komunikasi artifaktual (*artifactual communication*). Dalam buku-buku pengantar komunikasi, komunikasi artifaktual pada umumnya didefinisikan sebagai komunikasi yang berlangsung melalui pakaian dan penataan pelbagai artefak, misalnya, pakaian, dandanan, barang perhiasan, kancing baju, atau furnitur di rumah dan penataannya, ataupun dekorasi ruang. Karena *fashion*, pakaian atau busana menyampaikan pesan-pesan non verbal, yang bisa dikatakan sebagai komunikasi non verbal. Termasuk pada unggahan gambar-gambar di instagram pribadi seseorang dengan menunjukkan pakaian dengan merek tertentu, atau dengan latarbelakang foto yang menunjukkan kelas tertentu dalam lapisan masyarakat.

Dalam hal ini seperti dalam kelompok interaksi putri-putri kiai di dunia maya dengan komunikasi non verbal melalui unggahan gambar menjadi sebuah interaksi yang dapat menunjukkan status sosialnya di kehidupan nyata. Putri-putri kiai ini adalah kiai yang memiliki pesantren, pesantren adalah lembaga penting yang terkait dengan kekhiaian seseorang. Melalui pesantrenlah seorang kiai membangun pola patronase yang menghubungkannya dengan para santrinya dan juga masyarakat yang berada di luar desa atau kotanya sendiri (Endang Turmudi, 2003, hlm. 31). Dalam konteks sebuah pesantren, pola patronase yang terbentuk antara kiai dan santri menjadi simbiosis mutualis. Hubungan sinergis keduanya akan mendorong pola patronase yang baik di pesantren untuk mewujudkan visi misi pesantren bersama dalam bentuk pesantren independen dengan aturan yang dibuat sendiri.

Dalam pesantren paling tidak ada tiga unsur yang saling terkait: pertama adalah kiai, faktor utama yang olehnya sistem pesantren

dibangun. Ia adalah orang yang memberi landasan sistem. Unsur kedua adalah santri, yakni para murid yang belajar pengetahuan keislaman dari kiai. Unsur ini juga sangat penting karena tanpa santri kiai akan seperti raja tanpa rakyat. Santri adalah sumber daya manusia yang tidak hanya mendukung keberadaan pesantren, tetapi juga menopang pengaruh kiai dalam masyarakat. Sedangkan unsur ketiga adalah pondok, sebuah sistem asrama yang disediakan oleh kiai untuk mengakomodasi para muridnya (Endang Turmudi, 2003, hlm. 35).

Kiai adalah tokoh sentral di pesantren seperti raja. Status sosial kiai dipandang tinggi dimasyarakat karena pengaruh ilmu agamanya juga kekuasaan yang dimilikinya untuk memerintahkan orang-orang yang berada di pesantren dan sekitarnya. Pengaruh seorang kiai cukup besar di dalam masyarakat Jawa. Tidak terkecuali keluarga kiai seperti putra-putrinya juga mendapatkan penghormatan yang sama, sebab dengan menghormati keluarga kiai juga menghormati kiai tersebut.

Tradisi dalam pesantren, juga terbawa di dalam masyarakat luas, dimana keturunan kiai mendapatkan penghormatan oleh masyarakat sekitar dimanapun mereka tinggal. Karena konsep menghormati ilmu, juga dengan menghormati guru beserta keluarga guru. Sebab itulah keberkahan ilmu akan didapatkan agar ilmu dari sang guru bisa bermanfaat. Budaya ini diterapkan juga dalam dunia maya meski tidak bertatap muka atau berinteraksi secara langsung, dimana putri kiai atau keluarga kiai dihormati sebagai salah satu bentuk penghormatan kepada guru (kiai) untuk mendapatkan keberkahan.

Di pesantren penggunaan *gadget* sangat dibatasi. Baik di pesantren salaf² maupun modern mempunyai peraturan ketat untuk penggunaan *smart phone*. Santri hanya fokus belajar. Di pesantren salaf memiliki sistem pendidikan tradisional yang fokus kajian keilmuannya pada kitab-kitab kuning (klasik) karya para ulama. Sistem di pesantren

² Pesantren Salaf atau Pondok Pesantren Salafiyah adalah sebutan bagi pondok pesantren yang mengkaji "kitab-kitab kuning" (kitab kuno). Pesantren salaf identik dengan pesantren tradisional (klasik) yang berbeda dengan pesantren modern dalam hal metode pengajaran dan infrastrukturnya. Di pesantren salaf, hubungan antara Kyai dengan santri cukup dekat secara emosional. Kyai terjun langsung dalam menangani para santrinya.

salaf pada umumnya sangat ketat untuk penggunaan *gadget* di pesantren. Seperti di pesantren Lirboyo yang sangat kental sistem salafnya melarang keras seluruh santri untuk menggunakan *gadget* di pesantren. Hanya pengurus atau pengajar saja yang diperbolehkan menggunakan *gadget*. Santri dilarang untuk membawa dan menggunakan *gadget* selama di pesantren. Karena dalam proses belajar mengajar di pesantren, *gadget* dianggap cukup mengganggu.

Kehidupan seseorang yang ditampilkan di dunia maya tidak selamanya sama seperti apa yang terjadi di dunia nyata. Seseorang di dunia nyata bisa saja memiliki keterbatasan untuk aktualisasi dirinya, di dunia maya menjadi tempat yang paling bebas untuk mengekspresikan dirinya seperti apa yang diinginkan. Tidak terkecuali putri kiai yang hampir semua memiliki media sosial untuk mengaktualisasikan diri lebih bebas. Aktivitas di dunia maya yang begitu bebas ini memang akan sulit dikontrol oleh sistem di pesantren yang tradisional. Sehingga putri kiai yang di dalam dunia nyata terlihat pendiam dan tidak banyak melakukan aktivitas, mereka mengeksplorasinya ke media sosial instagram melalui unggahan pribadinya. Jika di dalam pesantren akses komunikasi kepada putri kiai sangat terbatas karena aturan-aturan yang ada, di media sosial putri kiai bisa membangun komunikasi dengan siapa saja tanpa ada batasan seperti di dalam pesantren, seorang santri memiliki rasa *sungkan* (tidak enak) jika berkomunikasi dengan putri kiai tatap muka secara langsung.

Dalam kehidupan sehari-hari putri-putri Kiai di Jawa Timur banyak ditemui memiliki kehidupan yang terkadang tidak sama seperti apa yang divisualisasikan melalui unggahan gambar dalam akun media sosialnya di instagram. Gaya hidup yang ditampilkan melalui unggahan gambar di instagram juga dapat menunjukkan tinggi dan tidaknya status sosial seorang putri Kiai. Karl Marx mengatakan, menurutnya kita tidak akan mungkin bisa memahami kehidupan beragama dimanapun tanpa mengeksplorasi kaitan erat antara agama dan ekonomi dan kenyataan sosial. Beberapa dekade setelah kematiannya, pengikut-pengikut Mark telah membawa beberapa pengertian baru ke dalam pemahaman kita tentang hubungan dimensi spiritual dan material dalam kehidupan ini. Mereka telah menyiratkan sebuah

titik terang tentang hubungan antara kebutuhan ekonomi, kelas-kelas sosial dan keyakinan agama (Daniel L. Pals, 2012, hlm. 211).

Kiai merupakan tokoh agama yang dipandang mempunyai pengetahuan keagamaan yang luas serta kesalehan yang dimiliki. Termasuk dengan putri kiai yang secara langsung akan mendapatkan status sosial seperti yang dimiliki oleh orang tuanya. Antara agama, ekonomi dan status sosial sangat erat kaitannya di dalam lingkungan pesantren. Agama menunjukkan kelas sosial paling tinggi di dalam lingkungan pesantren.

Instagram putri kiai menjadi objek penelitian menarik bagi peneliti karena peneliti melihat kehidupan putri kiai cukup berbeda antara kehidupan nyata dan di dunia maya (aktivitas di media sosial). Sebagian besar putri kiai di Jawa Timur menjalani kehidupan sehari-hari dengan batasan-batasan yang dibangun di dalam tradisi pesantren yang membuat putri kiai memiliki pergaulan atau interaksi yang cukup terbatas dengan beberapa orang disekitarnya. Sehingga media sosial instagram menjadi salah satu ruang interaksi lebih luas sekaligus media untuk menunjukkan eksistensi diri. Dengan komunikasi agama artifaktual melalui gambar-gambar di instagram inilah putri-putri kiai di Jawa Timur menunjukkan pada publik akan eksistensi diri dan status sosialnya sebagai putri kiai. Dalam penelitian ini berusaha membahas tentang; Bagaimana komunikasi agama artifaktual putri kiai di media sosial intragram?

Pakaian sebagai Komunikasi Artifaktual

Interaksi atau komunikasi dengan orang lain tidak hanya dilakukan melalui kata yang diucapkan. Simbol-simbol tanpa abjad pun bisa menjadi alat untuk menyampaikan pesan, termasuk untuk berinteraksi dengan orang lain. Di dunia maya banyak interaksi yang terbangun dari simbol gambar yang tersebar di dunia maya. Penyebaran gambar yang begitu pesat membuat budaya maya menjadi tempat paling banyak dikunjungi untuk melakukan interaksi dengan orang lain tanpa batas.

Perkembangan teknologi internet memberikan perbedaan interaksi di mana individu bisa menyembunyikan informasi identitasnya

dan menampilkan aspek karakteristik nonverbal mana saja yang diinginkan olehnya (Rulli Nasrullah, 2014, hlm. 147). Seseorang bisa menjadi siapa saja di dunia virtual. Bahkan yang didalam dunia nyata pendiam, di dunia maya suka berbicara bahkan sangat aktif memberikan argumen, bahkan mengaktualisasikan diri lebih bebas di dunia maya daripada dunia nyata. Ruang publik virtual memberikan kebebasan tanpa batas pada seseorang untuk mengaktualisasikan diri, menunjukkan siapa dirinya dan membangun komunikasi pada siapa saja dengan sangat cepat dan efisien. Dalam instagram dengan pengikut (*follower*) banyak juga memberikan pengaruh besar pada gambar-gambar yang diunggah.

Ketika gambar dan tulisan sudah di unggah di sosial media, maka bukan lagi menjadi privasi melainkan konsumsi publik. Publik bebas memberikan komentar apa saja terkait pemahanan dari penerimaan pesan yang disampaikan oleh artefak gambar di instagram. Artefak foto atau gambar yang diunggah di media sosial menjadi bahan utama untuk di analisa secara mendalam, bagaimana artefak yang terdapat dalam foto, terutama tampilan pakaian dan *fashion* atau *style* yang ditampilkan mampu memberikan pesan dan memunculkan makna beragam di media sosial instagram. Makna yang dikumpulkan dari aktivitas di instagram dapat menunjukkan status sosial seseorang dalam kelompok tertentu.

Pakaian secara jelas dapat mengkontruksi pikiran orang untuk memberikan penilaian, juga sebagai penanda seseorang berada di kelas tertentu. Banyaknya jenis pakaian menjadikan orang dengan mudah untuk membuat perbedaan dan membuat kelas-kelas sosial berdasarkan jenis atau merek pakaian yang dikenakan. Kesepakatan budaya akan nilai ini menjadi hal yang utama dalam pelabelan di masyarakat. Pakaian pun dapat digunakan untuk mengkontruksi dan menandai perbedaan di dalam kelas (Malcom Barnard, 1996, hlm. 153).

Dalam komunikasi bisa berupa verbal dan non verbal. Foto dalam akun instagram menjadi komunikasi artifaktual untuk berkomunikasi. Tujuan komunikasi menurut Effendy (1993, hlm. 55) dalam bukunya Ilmu Komunikasi dan Teknik Komunikasi bahwa terdapat tujuan komunikasi yang meliputi:

1. **Mengubah sikap (*to change the attitude*)**
Mengubah sikap disini adalah bagian dari komunikasi, untuk mengubah sikap komunikasi melalui pesan yang disampaikan oleh komunikator, sehingga komunikasi dapat mengubah sikapnya sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator.
2. **Mengubah opini/ pendapat/ pandangan (*to change the opinion*)**
Mengubah opini, dimaksudkan pada diri komunikasi terjadi adanya perubahan opini/ pandangan/mengenai sesuatu hal, yang sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator.
3. **Mengubah perilaku (*to change the behavior*)**
Dengan adanya komunikasi tersebut, diharapkan dapat merubah perilaku, tentunya perilaku komunikasi agar sesuai dengan apa yang diharapkan komunikator.
4. **Mengubah masyarakat (*to change the society*)**
Mengubah masyarakat yaitu dimana cakupannya lebih luas, diharapkan dengan komunikasi tersebut dapat merubah pola hidup masyarakat sesuai dengan keinginan komunikator.

Menurut Roach dan Eicher (1979, hlm. 13) “Menghias seseorang bisa merefleksikan hubungan dengan sistem produksi yang merupakan karakteristik ekonomi tertentu yang di dalamnya orang itu tinggal”. *Fashion* dan pakaian merefleksikan bentuk organisasi ekonomi tempat seseorang hidup disamping merefleksikan statusnya di dalam ekonomi itu (Malcom Barnard, 1996, hlm. 90). Dalam hal ini diperlihatkan pada *fashion* atau pakaian yang dikenakan putri Kiai saat mengambil gambar dan memilahnya sebelum di unggah di instagram pribadi.

Wood dan Smith (2004, hlm. 63-67) menyodorkan tiga tipe identitas dalam berinteraksi di internet, yakni *real-life identity*, *pseudonymity*, dan *anonymity*. Identitas pertama menunjukkan siapa sebenarnya individu itu. Pada *pseudonymity*, identitas asli mulai kabur dan bahkan menjadi palsu, meski ada beberapa hal representasi yang bisa menunjukkan identitas asli seseorang. Terakhir, *anonymity* atau

anonim yang merupakan bentuk baru identitas yang benar-benar terpisah dan tidak bisa dirujuk kepada siapa identitas itu dimiliki (Rulli Nasrullah, 2014, hlm. 145). Dalam fase ini ketika seseorang memainkan akun sosial media masing-masing dan membangun komunikasi di dunia virtual internet, mereka bebas menunjukkan identitasnya yang asli atau tidak.

Ikon tak semata-mata mencakup citra-citra “realitas” seperti pada lukisan atau foto saja, melainkan juga ekspresi-ekspresi semacam grafik-grafik, skema-skema, peta figur sederhana yang sering kita jumpai (Kris Budiman, 2011, hlm. 78). Ekspresi seseorang dalam foto juga dapat memberikan gambaran cukup jelas dan membantu untuk memahami foto atau gambar yang ada. Kemudian simbol yang ada di dalam gambar dapat merepresentasikan objek yang ada di dalam foto. Unggahan gambar di instagram seringkali diiringi dengan *caption*, keterangan dalam bentuk huruf yang dapat memperjelas, atau mempertegas gambar yang ada.

Metodologi

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah jenis penelitian kualitatif, kemudian pendekatan yang akan dipakai dalam peneliti adalah pendekatan analisis teks media. Metode semiotika pada dasarnya bersifat kualitatif-interpretatif (interpretation), yaitu metode yang memfokuskan dirinya pada tanda dan teks sebagai objek kajiannya, serta bagaimana peneliti menafsirkan dan memahami kode (decoding) dibalik tanda dan teks tersebut (Daniel L. Pals, 2012, hlm. 211).

Sedangkan Teknik analisisnya menggunakan analisis semiotik. model Ferdinand de Saussure. Pemikiran Saussure dalam Sobur (2009, hlm. 125) adalah konteks analisis ini yang paling penting adalah pandangan mengenai tanda. Saussure meletakkan tanda dalam konteks komunikasi

manusia dengan melakukan pemilahan antara apa yang disebut *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda).

Semiotika visual (*visual semiotics*) pada dasarnya merupakan salah sebuah bidang studi semiotika yang secara khusus menaruh minat pada penyelidikan terhadap segala jenis makna yang disampaikan melalui sarana indra lihatan (*visual sense*) (Kris Budiman, 2011, hlm. 9). Dalam penelitian ini kemudian menjadikan foto-foto di dalam instagram sebagai data visual untuk membangun sebuah komunikasi kepada masyarakat luas melalui sosial media instagram. Foto menjadi komunikasi non verbal dan memberikan tanda-tanda yang menimbulkan beragam penafsirannya.

Metode tersebut akan dipakai untuk penafsiran data dari beberapa akun instagram “Ning”³ yang berada di Jawa Timur selama awal tahun 2018 bulan Januari-April, tentang unggahan gambar di media social instragram. Dalam penelitian ini diambil beberapa sampel instagram putri kiai dengan pengikut akun lebih dari sepuluh ribu. Banyaknya pengikut akun instagram putri Kiai salah satunya adalah karena status sosialnya sebagai putri Kiai. Dimana Kiai dianggap sosok paling *central* di pesantren, bahkan di dalam lingkungan masyarakat.

Objek yang diteliti dari penelitian ini adalah unggahan foto di instagram putri-putri Kiai yang ada di Jawa Timur. Peneliti mengambil sampel empat akun instagram putri kiai dari beberapa pesantren besar di Jawa Timur. Pengamatan dilakukan untuk melihat dan membaca pesan-pesan nonverbal melalui instagram pribadi salah satu putri Kiai di pesantren Darul Ulum Jombang, Lirboyo Kediri, Sunan Drajat Lamongan dan Ploso Kediri. Peneliti mengamati unggahan gambar dari keempat instagarm dengan nama akun @biyatiahwarumi, @naila_mafazah, @royyakafal1 dan @d.fatimatussalwa. Keempat akun instgram putri Kiai dari empat pesantren besar di Jawa Timur ini diambil sesuai kriteria untuk melihat bagaimana komunikasi artifaktual gambar yang menunjukkan kelas sosial mereka di media sosial yang ditampilkan dari pola unggahan gambar.

³ “Ning” adalah kata yang biasa disematkan untuk memanggil putri Kiai di Jawa Timur. Kata “Ning” juga menjadi penanda seperti “kakak perempuan” di beberapa daerah di Jawa Timur seperti di daerah Sidoarjo dan Surabaya.

Hasil dan Pembahasan

Dari penelitian selama empat bulan di tahun 2018, akun @biyatiahwarumi, @naila_mafazah, @royyakafa11 dan @d.fatimatussalwa keempatnya menunjukkan beberapa visual gambar diri yang anggun, *background* foto yang indah, terkadang juga ditempat-tempat mewah dengan baju gamis yang modis. Selain itu menunjukkan juga beberapa aktivitasnya dalam acara keagamaan, juga pendidikan formal bagi putri Kiai yang juga menempuh pendidikan formal perkuliahan seperti yang ditunjukkan oleh akun @biyatiahwarumi dan @naila_mafazah. Artefak dalam foto-foto yang mereka unggah sudah memberikan tanda bahwa mereka memiliki status sosial yang tinggi sebagai putri kiai di dalam lingkungan sosialnya, berkecukupan dalam kehidupan bahkan untuk menempuh pendidikan formal yang lebih tinggi. Menunjukkan juga bahwa pesantren mendukung pendidikan formal.

Foto-foto yang di unggah oleh keempat putri kiai di Jawa Timur sangat beragam dengan selera *fashion* yang berbeda tetapi tetap masih dalam nuansa *fashion* yang Islami dan modis. *Fashion* yang ditampilkan di instagram dapat menunjukkan seberapa berkecukupannya hidup putri kiai yang hampir terpenuhi segala kebutuhannya. Semakin besar pesantren yang dimiliki dengan jumlah santri semakin banyak pula, maka semakin tinggi pula status sosialnya. Secara otomatis gaya hidup yang berkecukupan itu muncul juga di dalam unggahan foto di akun instagram masing-masing. Karena status sosial sebagai putri kiai menjadi daya tarik tersendiri untuk pengikut (*follower*) untuk mengikuti aktivitas putri kiai di dunia maya tersebut.

Memiliki banyak pengikut (*follower*) di akun instagram dapat memberikan peluang adanya *endorsement* atau *paid promote*. Seperti yang dilakukan akun @royyakafa11, menjadi putri kiai yang berkecukupan secara ekonomi tak menutup dia untuk membuka peluang bisnis jasa *endorse-*

ment atau *paid promote* karena memiliki banyak pengikut di akun instagram pribadinya. Tak menutup kemungkinan bagi putri kiai dengan status sosial yang tinggi di masyarakat memanfaatkan kesempatan eksistensi diri dengan membuka *endorsement* dan *paid promote*.

Dunia maya tidak membatasi gerak seseorang dalam melakukan sesuatu. Kebebasan di dunia maya ini juga menjadi alasan beberapa orang yang terbatas ruang geraknya di kehidupan nyata untuk menunjukkan diri. Selain sebagai tempat untuk menunjukkan jati diri sekaligus eksistensi. Media sosial juga bisa menjadi ladang untuk mendapatkan pundi-pundi rupiah, seperti menerima *paid promote* dengan berbayar. Seperti pada akun instagram @royyakafa11, yang menerima *paid promote* untuk bisnis yang ingin dipromosikan di akun instagramnya dengan pengikut yang sudah mencapai 89 ribu lebih. Dari banyaknya pengikut di instagram juga bisa menjadi peluang untuk seseorang membuka jasa *paid promote* (promosi berbayar).

Meski dalam unggahan foto atau gambar tidak bertujuan untuk menunjukkan status sosialnya. Tetapi pesan yang tersirat melalui makna yang ada di dalam foto telah menjelaskan banyak hal. Seperti pakaian yang dikenalan, dan bersama siapa berfoto seperti dengan pemuka agama atau kiai, juga aktivitas bersama keluarga kiai yang ditampilkan di instagram melalui foto dapat memberikan kesan dan pesan kepada warga net untuk melihat status sosialnya sebagai putri kiai. Karena foto yang diunggah secara berkala dapat memberikan banyak makna.

Dalam aktivitas yang dilakukan putri kiai yang menjadi objek penelitian ini dapat dilihat pola unggahan foto yang beragam. Keragaman unggahan foto di instagram dapat memunculkan makna dan mampu menceritakan bagaimana kehidupan para “Ning” tersebut. Kehidupan sosial putri kiai yang tertutup di dunia nyata dapat di ikuti atau dilihat di media sosial instagram, yang dengan sengaja ditunjukkan kepada publik tanpa batasan atau aturan pesantren yang mengikatnya sebagai putri atau keluarga kiai.

Unggahan gambar yang berkala akan membentuk pola komunikasi, pesan yang ingin disampaikan kepada khalayak masa di dunia maya. Seperti menampilkan gambar aktivitas sehari-hari atau momen

khusus bersama pemuka agama atau petinggi-petinggi negeri mengenakan pakaian-pakaian mahal bermerk, akan memberikan kesan bahwa yang memiliki akun tersebut seseorang dari keluarga berada, juga dalam status sosial yang tinggi di mata masyarakat.

Hiasan yang melekat pada diri seseorang berupa pakaian atau barang-barang yang dikenakan memunculkan makna yang bisa menunjukkan kehidupan sosialnya. Setiap orang yang mengenakan pakaian bermerek dan mahal, pasti diberi label orang menengah atas. Sebaliknya jika orang yang berdandan biasa saja, pakaian tidak bermerek otomatis orang akan menganggap biasa saja. Sehingga tanda-tanda ini yang secara otomatis dilihat dan menunjukkan status sosial seseorang dan bagaimana kemapapan ekonominya. Gambar-gambar yang muncul dalam unggahan sosial media instagram dapat memunculkan sebuah makna yang memiliki arti tertentu dengan tujuan tertentu pula.

Fenomena eksis dengan menunjukkan merek barang yang dikenakan mulai menjamur di instagram. Sebagian besar pengguna instagram berlomba-lomba mengunggah gambar yang terlihat mewah agar tampil seperti di kelas atas. Status sosial yang tinggi bisa ditunjukkan dari seberapa *branded* baran-barang yang dikenakan dan dimiliki, juga latar belakang tempat pengambilan gambar menjadi faktor yang bisa menunjukkan pesan non verbal bahwa orang tersebut dalam lingkaran keluarga terpandang atau status sosialnya tinggi di masyarakat. Status sosial seringkali diukur dengan seberapa banyak orang tersebut memiliki harta atau jabatan di masyarakat. Maka seringkali harta dan jabatan menjadi rebutan untuk menunjukkan seberapa tinggi status sosial seseorang.

Dalam kehidupan sehari-hari di dunia nyata, putri kiai memiliki tradisi untuk menjaga nama baik keluarga dan pesantren yang dipimpin oleh orang tuanya. Sehingga setiap putri kiai dituntut untuk berkomunikasi agama dengan baik. Misalnya bersikap dan perilaku baik, berpakaian yang baik, memiliki akhlak yang baik dan sholihah, hal ini bisa langsung dikontrol oleh kiai dengan mudah karena kelihatan dan tampak dalam dunia nyata.

Sedang dalam beraktivitas di dunia maya, komunikasi agama akan terlihat di berbagai gambar yang diunggah putri kiai, hal ini menjadi alat komunikasi non verbal yang dapat memberikan penerimaan pesan beragam karena tafsir atas simbol artifaktual bisa beragam. Publik virtual hanya bisa menilai dari unggahan gambar pemilik akun karena tak bersentuhan secara langsung. Dari pesan non verbal ini orang bisa eksis dan menunjukkan status sosialnya kepada khalayak.

Pakaian Sebagai Komunikasi Artifaktual Putri Kiai

Eksistensi yang dibangun di era digital menjadi sangat penting untuk menampilkan citra sekaligus menunjukkan jati dirinya. Dunia maya tidak membatasi akses untuk mendapatkan informasi atau menyebarkan informasi. Seperti yang dilakukan oleh putri-putri kiai dalam unggahannya menunjukkan status sosialnya sebagai putri kiai yang serba cukup dalam kehidupan dan akses apapun. Penghormatan yang didapatkan di dunia nyata juga otomatis akan didapatkan di dunia maya ketika khalayak mengetahui siapa sosok pemilik akun tersebut dengan unggahan gambar yang menunjukkan status sosialnya sebagai keluarga atau putri Kiai.

Seseorang pertama kali dilihat dari penampilan yang melekat dalam dirinya. Yang paling terlihat jelas adalah cara pakaian atau apa saja barang yang melekat pada tubuhnya. Pakaian dapat menunjukkan identitas seseorang. Pakaian juga bisa menunjukkan seseorang berasal dari daerah atau budaya mana dia tinggal. Tidak hanya sebagai benda mati yang hanya digunakan sebagai hiasan, pakaian dapat memberikan pesan kepada seseorang atau untuk membangun sebuah komunikasi.

Pakaian bukan hanya soal kesenangan tetapi juga memiliki fungsi sosial dan kultural. Juga ditunjukkan bahwa fungsi sosial dan kultural tersebut bukan sekadar embel-embel untuk soal utama kehidupan manusia, namun esensial dalam beberapa hal yang berkenaan dengan kehidupan (Malcom Barnard, 1996, hlm. 98). Seperti pakaian yang ditampilkan dalam foto seseorang di akun media sosialnya dapat mencerminkan jati dirinya. Juga bisa sebagai bentuk kultural yang ada di dalamnya. Pakaian putri kiai yang sudah diatur sesuai kultur yang ada di dalam rumahnya, yakni menjaga tata aturan berbusana sesuai

aturan dengan ajaran agama Islam. Dan hal ini tentu berbeda dengan kultur pakaian dari seseorang yang bukan putri kiai.

Selain bentuk pakaian, juga terdapat merek tertentu dalam pakaian juga bahan yang digunakan untuk membuat sebuah pakaian dengan nilai berbeda dari pakaian yang lain. Merek-merek terkenal dan mahal menjadikan seseorang memiliki rasa percaya diri untuk menunjukkannya kepada banyak orang. Penampilan yang ditunjukkan melalui dunia nyata atau dalam foto yang sudah diunggah dan tersebar melalui media sosial instagram. Publik akan memberi penilaian tersendiri meski tidak ada yang meminta untuk menilainya. Karena citra diri dapat dengan mudah dilihat dari tampilannya. Seperti merek pakaian mahal akan menunjukkan kelas sosialnya yang lebih tinggi.

Pakaian merupakan simbol non verbal yang dapat digunakan oleh seseorang dalam menyampaikan pesan secara tersirat. Seperti yang terjadi dalam sosial masyarakat, pakaian yang mewah identik dengan orang kaya atau hanya bangsawan yang bisa membeli dan memakai pakaian tertentu. Simbol non verbal menyampaikan pesan kepada masyarakat kelas sosial yang dimilikinya. Selain itu mahalnya harga dengan merek-merek pakaian tertentu dapat memberikan kebanggaan dan kesan kelas ekonomi yang lebih tinggi daripada lainnya. Pakaian dapat memberikan pesan yang sangat kuat secara langsung tanpa menggunakan banyak kata untuk menjelaskan. Hal inilah yang ditunjukkan putri-putri kiai di Jawa Timur, bahwa eksistensi mereka sebagai putri kiai juga menunjukkan bahwa mereka termasuk putri yang bisa membeli pakaian bermerek dan tentunya tetap menjaga dan memperhatikan aturan agama yang melekat pada diri mereka. Disinilah komunikasi yang ditunjukkan dalam status sosial “Ning” di instagram sebagai komunikasi agama artifaktual, yang menunjukkan kelas sosial yang tinggi, tentu berbeda dengan kalangan perempuan-perempuan yang bukan putri kiai.

Menurut beberapa pandangan Marxis, bisa diklaim bahwa *fashion* dan pakaian hanyalah cara tempat mengekspresikan dan merefleksikan identitas kelas, bahwa seorang manusia adalah pertama-tama merupakan anggota suatu kelas sosial dan kemudian mengkomunikasikan keanggotaanya lewat *fashion* dan pakaian (Malcom Barnard,

1996, hlm. 145-146). Pakaian menjadi simbol yang paling mudah dikenakan untuk menunjukkan kepada orang banyak akan identitas kelas yang ada. Seperti contoh pakaian sarung dan kopyah, identik dengan kelas *santri* yang memang dalam kesehariannya di pesantren menggunakan sarung dan *kopyah*.

Pakaian yang dikenakan seseorang menjadi salah satu bentuk untuk mengekspresikan pikirannya juga keadaan dirinya. Di dalam kehidupan nyata maupun di dunia maya, status sosial seseorang dapat ditampilkan melalui pakaiannya. Pakaian juga bisa menjadi bentuk penindasan seseorang dengan konteks tertentu. Seperti pakaian tahanan yang menunjukkan bahwa status orang tersebut adalah tahanan yang harus diamankan didalam penjara.

Pesan yang disampaikan melalui pakaian sangat kuat dan tidak bisa membohongi keadaan. Semakin merek pakaian yang dikenakan mahal harganya, semakin tinggi pula status sosial seseorang di dalamnya. Karena semua orang paham bahwa yang mampu membeli pakaian-pakaian bermerek dan mahal hanyalah orang dari kalangan atas dengan ekonomi yang mapan.

Putri kiai termasuk dalam kelas sosial tinggi di masyarakat. Ekonomi mapan yang seringkali ditampilkan dari gaya hidup yang serba cukup untuk membeli sesuatu atau pergi ke suatu tempat. Meski kehidupan di dunia nyata tampak sederhana, di dunia maya bisa menampilkan kemewahan hidup yang dimilikinya, serta menunjukkan status sosial dari kalangan kelas atas. Pola gambar yang diunggah secara terus menerus akan memberikan pesan tertentu yang dapat disimpulkan melalui atribut yang dikenakan atau properti apa saja yang ada di dalam gambar tersebut.

Budaya itu merupakan cara hidup dari bangsa atau zaman yang berbeda. Atau, bisa juga cara hidup dari kelompok-kelompok berbeda yang ada di dalam satu bangsa atau satu zaman (Malcom Barnard, 1996, hlm. 51). Budaya dalam suatu kelompok ini yang akan memunculkan sebuah konsep baru dalam berpakaian. Misalnya putri kiai harus memakai pakaian yang sopan dan menutup aurat. Pakaian yang dikenakan juga terbatas, tak boleh menggunakan celana, harus menggunakan rok atau gamis. Kemudian inilah yang menjadi cara hidup

kelompok tersebut untuk menjalankan kehidupannya sebagai kelompok keluarga pesantren yang harus disesuaikan dengan aturan agama.

Seseorang di dalam kehidupan nyata bisa saja terbatas gerak dan aktivitasnya untuk menunjukkan eksistensi diri atau jati dirinya kepada orang banyak. Melalui media sosial, seseorang bisa leluasa untuk melakukan apa saja sesuai keinginannya termasuk dalam hal eksistensi diri sebagai orang yang terpandang di dalam masyarakat. Seringkali kita melihat media sosial menjadi pertarungan eksistensi antara satu dengan yang lain. Pertarungan citra untuk menunjukkan siapa jati diri yang sebenarnya.

Dalam hal berpakaian pun seseorang dapat dilihat bagaimana tingkat ekonominya, juga status sosialnya. Orang yang berada di kedudukan tinggi atau orang terpandang dalam masyarakat pasti memiliki ekonomi yang cukup. Merek-merek pakaian yang dikenakan menjadi sarana komunikasi untuk menampilkan seberapa berkelasnya orang tersebut. Semakin merek pakaian yang dikenakan tinggi nilainya, maka semakin tinggi pula derajat atau status sosialnya di depan lingkungan ia berada. Merek-merek pakaian tertentu bisa menjadi tanda bahwa orang tersebut dari kalangan atas atau bangsawan.

Foto-foto yang di unggah keempat sampel akun instagram putri kiai di Jawa Timur menjadi data gambar yang dapat diinterpretasikan, dan dilihat pesan apa yang ingin disampaikan dibalik unggahan gambar di akun instagramnya. Interpretasi setiap orang mungkin tidak akan sama dalam melihat visual gambar. Tetapi keakuratan analisa bisa dilihat dari kode-kode yang sering dimunculkan. atau ikon-ikon apa yang sering dimunculkan oleh putri-putri kiai tersebut di akun instagram pribadinya hingga memunculkan ikonitas dari gambar yang telah diunggah.

Status sosial seseorang dengan mudah ditampilkan di media sosial. Kontruksi yang dibangun dalam bingkai media melalui gambar menjadi cara mudah untuk seseorang eksis dan menunjukkan identitasnya secara jelas tanpa batas. Pesan didalam gambar sangat cepat dan kuat mempengaruhi persepsi seseorang. Pemaknaan tanda dalam gambar juga tidak terbatas karena dalam visual gambar di instagram

banyak makna yang bisa didapatkan selain citra diri, tetapi juga status dan identitas diri dalam sebuah kelompok tertentu.

Kode-kode dalam unggahan gambar seseorang di instagram bisa menjadi tanda untuk memahami karakter seseorang, juga bagaimana kehidupan seseorang tersebut berjalan. Walaupun tidak sepenuhnya benar yang terjadi antara apa yang ditampilkan di instagram dan dunia nyata, tetapi ada kebenaran yang memang terjadi dan sama seperti apa yang diilustrasikan melalui unggahan gambar di media sosial pribadinya. Tanda-tanda ini yang kemudian akan membentuk sebuah pesan yang menarik orang di dunia maya juga untuk merespon.

Komunikasi agama artifaktual terlihat jelas dalam gambar-gambar yang di unggah di instagram yang dapat diakses oleh publik dapat memunculkan ruang publik atau lingkungan virtual untuk menjalin komunikasi. Komunikasi yang dibangun berupa teks dan gambar yang dapat memunculkan makna yang beragam. Putri Kiai akan dituntut untuk menunjukkan citra baik di dunia nyata ataupun maya. Yang melatarbelakangi tuntutan ini karena status sosial sebagai keluarga priyayi yang memiliki pengetahuan agama yang bagus, *nashab* (keturunan) yang bagus tentu secara otomatis harus menjaga nama baik keluarga serta memberi contoh kepada banyak orang akan perilaku yang baik sesuai ajaran agama Islam.

Sebagai putri kiai tentu ada banyak hal yang harus digaris bawahi dalam bersosialisasi dan berinteraksi kepada masyarakat, secara nyata ataupun di dunia maya. Di dunia nyata kontrol keluarga sangat terlihat. Lain halnya dengan dunia maya, kontrol dari keluarga sudah mulai berkurang karena tidak semua keluarga priyai menggunakan media sosial untuk memantau aktivitas keluarga yang lain. Kemudian dengan kelonggaran aturan di media sosial ini menjadi ruang untuk putri kiai mengekspresikan dirinya seperti apa yang diinginkan.

Interpretasi setiap orang mungkin akan berbeda sesuai dengan pengalaman yang dimiliki. Setiap penafsiran gambar dan teks akan dilihat dari konteks yang ada. Di dalam instagram putri kiai hampir banyak pujian yang diberikan jika di lihat di kolom komentar akun instagram pribadinya. Putri kiai seperti primadona yang banyak

diidamkan oleh pria, terlebih dari kalangan santri.⁴ Sebagai putri Kiai, tokoh sentral di pesantren sekaligus tokoh agama yang dihormati oleh masyarakat otomatis akan memberikan dampak pada keluarga. Sehingga penghormatan itu pula yang didapatkan oleh putri Kiai karena status sosial yang dimiliki orang tua atau keluarga besar.

Tanda-tanda *nonverbal* seperti butir-butir *fashion* dan pakaian, seperti halnya tanda-tanda linguistik. Mengambil maknanya dari proses sintagma, sehingga makna muncul dan selanjutnya mengganti makna dari keseluruhan butir dalam sintagma, dengan cara yang sama seperti kata bagi suatu kalimat, misalnya mengubah makna kalimat tersebut (Malcom Barnard, 1996, hlm. 243). Pakaian bagus yang dikenakan putri kiai dengan merek mahal menunjukkan kelas sosial yang tinggi dengan ekonomi yang cukup mapan. Gaya hidup putri kiai memang serba kecukupan, gambar-gambar yang diunggah di akun instagram pribadi menunjukkan keceriaan, kebahagiaan dan kesyukuran dalam hidup, juga menjadi tempat untuk eksis dan menunjukkan status sosialnya yang tinggi di dalam lingkungan masyarakat.

Media sosial instagram menjadi tempat yang leluasa bagi putri kiai untuk menyampaikan pesan melalui unggahan gambar yang lebih banyak berkata atau bercerita daripada sebuah kata-kata. Gambar dapat merefleksikan kehidupan di dunia nyata seperti apa. Dan akan terlihat jelas bagaimana identitas seseorang dari unggahan gambar yang sering ditampilkan karena gambar lebih banyak memberikan informasi yang beragam dari sudut pandang yang berbeda.

Foto yang diunggah di media sosial selalu memiliki pesan yang ingin disampaikan pada banyak orang. Foto dan teks (*caption*) menjadi satu kesatuan yang ada di dalam instagram untuk menyampaikan sebuah komunikasi. Teks hanya membantu untuk menjelaskan gambar yang ada, terkadang juga tidak menjelaskan apapun sesuai dengan gambar yang telah diunggah. Sehingga adanya teks pun tidak mutlak

⁴ Santri secara umum adalah sebutan bagi seseorang yang mengikuti pendidikan agama Islam di pesantren, biasanya menetap di tempat tersebut hingga pendidikannya selesai.

dapat memberikan makna secara jelas akan maksud dari foto yang diunggah di instagram seseorang.

Visual yang terdapat dalam foto merupakan simbol non verbal yang menjadi artefak untuk membangun sebuah komunikasi. Dalam aktivitas media sosial, unggahan gambar dan teks menjadi alat komunikasi untuk menyampaikan pesan, eksistensi diri dan lainnya. Media bisa menjadi alat untuk mengkonstruksi seseorang dengan cepat dan mudah. Instagram menjadi tempat paling digemari oleh banyak orang untuk menunjukkan eksistensi dirinya melalui unggahan gambar dan teksnya. Dari unggahan gambar seseorang bisa menunjukkan kelas sosial dan kemampuan ekonominya.

Instagram merupakan sosial media yang menjadi tempat berkumpulnya banyak orang untuk membahas suatu hal. Unggahan gambar putri kiai di instagram yang bisa diakses banyak orang menjadi komunikasi artifaktual yang bisa dimaknai dan diterima pesannya melalui pembacaan kode-kode atau simbol yang dimunculkan melalui gambar dan teks yang diunggah. Status sosial putri kiai dan eksistensinya dapat dilihat melalui pemilihan gambar yang di unggah di akun sosial mediana. Pemaknaan tanda bisa dilihat dari pakaian yang dikenakan, bersama siapa mereka berfoto dan dimana mereka memilih tempat untuk mengambil gambar yang bisa menunjukkan status sosialnya sebagai putri kiai yang serba cukup.

Dalam sebuah budaya, terdapat banyak kelompok-kelompok yang menunjukkan eksistensi dirinya melalui dunia maya. Media yang sering digunakan adalah media sosial karena penggunaannya yang cukup mudah. Untuk menunjukkan status sosial seseorang atau status kelompok tertentu dapat menggunakan media sosial sebagai cara paling cepat dan mudah ditengah era modernisme ini. Penampilan foto yang diatur dengan tipologi tertentu akan membangun sebuah citra, sekaligus dapat mengkonstruksi pemikiran seseorang untuk memberikan makna dan mengambil sebuah nilai dari pesan yang disampaikan orang tersebut melalui artefak foto.

Media sosial, terutama instagram adalah ruang publik atau lingkungan yang dibangun dalam dunia virtual melalui akun-akun personal sebagai alat untuk membagikan sebuah pesan. Pesan yang disam-

paikan seringkali berupa teks dan gambar, inilah kemudian yang memunculkan banyak tanda-tanda untuk dimaknai dan dipahami pesan apa yang ingin disampaikan. Media sosial merupakan tempat paling mudah untuk membangun jejaring sosial lebih luas tanpa batas. Itulah kemudian banyak digunakan oleh seseorang untuk eksis dan mendapatkan banyak pergaulan, membuka pertemanan dengan siapa tidak ada batasan seperti yang terjadi di dunia nyata.

Simpulan

Status sosial *Ning*, putri kiai, di media sosial instagram terlihat jelas dari foto-foto yang diunggah dan interaksi yang terbangun antara pemiliki akun dan pengguna instagram lainnya. Sikap hormat netizen yang diberikan kepada putri kiai di media sosial sama dengan rasa hormat yang ada di kehidupan nyata. Tidak ada perbedaan yang signifikan dari *unggah ungguh* (sopan santun) yang diberikan masyarakat kepada putri kiai karena sopan santun dalam dunia pesantren menjadi hal utama yang dikenal sebagai “adab”.

Eksistensi yang dibangun melalui media sosial “Ning” di instagram dapat dijadikan sebagai komunikasi agama artifaktual, sehingga bisa mempengaruhi persepsi seseorang dalam melihat dan memaknai sesuatu. Seseorang pengguna instagram menjadikan instagram tidak hanya sebatas untuk bertukar informasi atau berinteraksi sesama pengguna instagram lainnya, melainkan juga menunjukkan status sosialnya di masyarakat melalui pesan yang disampaikan pada gambar atau foto yang diunggah secara berkala.

Media banyak dimanfaatkan sebagian orang untuk menyalurkan bakat, berinteraksi dengan banyak orang, pertarungan citra, juga penampakan identitas kelompok atau individu. Seseorang tak akan mudah dikenal jika tak mengenalkan diri atau melalui karyanya. Dengan menggunakan instagram, seseorang tak perlu susah payah menyewa media broadcasting seperti televisi atau radio untuk menyebarkan informasi pribadi atau informasi terkait kehidupan sosialnya. Di era digital ini dengan mudah seseorang dapat menunjukkan status sosialnya di dunia maya. Dan status sosial seseorang secara jelas dan dapat dengan mudah diketahui di media sosial melalui akun pribadinya.

Referensi

- Barnard, M. (1996). *Fashion as Communication*, terjm. *Fashion sebagai Komunikasi: Cara Mengkomunikasikan Identitas Sosial, Seksual, Kelas dan Gender*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Budiman, K. (2011). *Semiotika Visual: Konsep, Isu dan Problematika Ikonitas*, Yogyakarta: Jalasutra.
- Nasrullah, R. (2014). *Teori Dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Prenamedia Group.
- Pals, D.L (2012). *Seven Theories of Religion*, terjm. *Tujuh Teori Agama Paling Komprehensif*. Jogjakarta: IRCiSoD.
- Piliang, Y.A. (2012). *Semiotika dan Hipersemiotika*. Edisi keempat, cet. 1 Bandung: Matahari.
- Sobur, A. (2009). *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Semiotik dan Analisis Framing*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Spadley, J.P. (1997). *Metode Etnografi*. Yogyakarta: PT. Tiara Wacana.
- Turmudi, E. (2003). *Perselingkuhan Kiai dan Kekuasaan*. Yogyakarta: LKiS.