

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Secara etimologis, dalam *Oxford English Dictionary* (OED), “*Fashion is good place to start as any*”, dari bahasa latin “*Faction*” yang berarti *make or to do*. Sementara itu *fashion* sebagai sebuah aktifitas diartikan sebagai sesuatu yang seseorang lakukan. Berbeda dengan pengertian orang sekarang di mana *fashion* merupakan sesuatu yang seorang pakai, sedangkan menurut Polhemus dan Procter, *Fashion* dalam masyarakat barat sering disamakan dengan “*adornment*”, “*style*” and “*dress*” (Polhemus & Procter, 1078 : 9 dalam Barnad, 1999).

Model busana muslim dan jilbab yang beraneka ragam, sudah menjadi *Fashion* busana muslim yang sedang *trend* di kalangan perempuan muslimah. Munculnya perancang-perancang busana muslimah, membuat model busana muslim dan jilbab semakin menarik dan digemari masyarakat.

Sekarang ini model busana muslim dan jilbab sudah tidak monoton seperti tahun-tahun sebelumnya, para perempuan muslimah tidak akan bosan dan kehabisan ide untuk berbusana muslimah. Seperti dilansir dalam *fashion blog* yakni *Compagnons* (2012) yang memuat artikel bahwa, komunitas yang selalu hangat dibicarakan adalah komunitas jilbab

kontemporer seperti “Hijabers” yang dengan cepat membuat sebuah *trend fashion* berkerudung terbaru di Indonesia.

Komunitas-komunitas ini adalah sekumpulan orang yang ingin terlihat sama dalam satu pandangan dalam bergaya dan berbusana. Menilik khusus komunitas *fashion style* tadi, khususnya Hijabers ternyata adalah sebuah komunitas jilbab kontemporer yang berisikan wanita-wanita muslimah cantik dengan pakaian atau jilbab yang penuh gaya dan tidak biasa.

Komunitas Hijabers / komunitas muslimah ini hadir dengan misi syiar Islam melalui busana muslim. Komunitas ini tampil berbeda untuk mencitrakan keindahan. Indah dalam berpakaian dengan busana muslim, juga dalam bersyiar kepada sesama perempuan (kompas.com diakses 12 desember 2013).

Komunitas Hijabers selalu berkumpul bersama untuk berbagi visi mereka untuk membentuk sebuah komunitas yang akan mengakomodasi kegiatan yang terkait dengan jilbab dan muslimah. Dari *fashion*, gaya jilbab dan segala sesuatu yang akan membuat kaum muslimah menjadi lebih baik. Dan diharapkan melalui komunitas ini, setiap muslimah bisa bertemu teman baru, saling mengenal satu sama lain dan belajar dari satu sama lain (Dian Pelangi, 2012).

Ada banyak wanita yang tertarik dan ingin bergabung dalam komunitas tersebut. Buktinya, menurut sekretaris komunitas hijabers Pekanbaru data dalam akun *twitter* yakni “Hijabers Pekanbaru”, tercatat

3117 pengguna tertarik mengikuti atau menjadi *followers* (bahasa dalam akun *twitter* yang berarti mengikuti suatu akun untuk terus berhubungan dengan akun tersebut), sedangkan untuk akun facebook “Hijabers Pekanbaru”, mencapai 2113 yang telah bergabung.

Angka ini hanya berlaku di sosial media, namun jumlah anggota yang sebenarnya untuk wilayah Pekanbaru mencapai 150 anggota yang telah tergabung dan memiliki kartu anggota sedangkan anggota-anggota yang baru yang belum memiliki kartu anggota ada lebih kurang 300 orang, dan jumlah ini terus bertambah banyak ketika komunitas hijabers mengadakan event, selalu datang wanita-wanita yang baru yang ingin bergabung dengan komunitas hijabers tersebut.

Selain di kota Pekanbaru beberapa kota lainnya juga tertarik mengikuti dan bergabung dengan komunitas hijabers ini, salah satunya yaitu kota Makassar. Ini terlihat dari hasil skripsi Rima Hardiyanti (2012) dengan judul *Komunitas jilbab kontemporer “hijabers” di kota Makassar* Hijabers Muslim Makassar mencatat bahwa jumlah anggota yang sebenarnya untuk wilayah Makassar mencapai 528 anggota Hijabers Moeslem Makassar (HMM). Sedangkan hasil dari data dalam akun *twitter* (HMM) 2.018 pengguna tertarik mengikuti atau menjadi *followers*, dan data dalam akun *facebook* (HMM) 4.921 yang telah bergabung atau sekedar menyukai komunitas ini.

Meski tidak sebanyak angka di sosial media, angka ratusan ini tentunya cukup representatif menjelaskan bahwa Hijabers banyak dilirik

oleh para muslimah di kota Pekanbaru khususnya. Mereka juga memiliki gaya hidup Islami dan kontribusi bagi masyarakat muslim. Secara garis besar sosialita muslim dapat dicirikan sebagai berikut: menampilkan atribut *fashion* yang *trendy* dan tidak kampungan, dan memiliki komunitas pengajian atau *ta'lim* sehingga mendapatkan muatan positif bagi pencerahan pemikiran yang nantinya akan berimbas pada perubahan dan kemajuan baik secara individu maupun masyarakat (Indri, 2012).

Dari perjalanannya, mereka berhasil mengumpulkan anggota-anggota yang berjiwa muda, dinamis, energik, dan penuh kreativitas berkumpul dan berkegiatan yang sangat asyik dan positif seperti workshop *fashion*, kelas kecantikan tata rias *make up*, program *charity* dan lain – lain. Dari sisi *fashion style*-nya, mereka sangat kreatif dalam menciptakan *style -style* baru yang *out-of-the-box*, lain dari biasanya (kompas.com diakses 12 desember 2013).

Tidak dipungkiri, *Fashion* atau penampilan bagi seorang perempuan memang memegang peranan penting. Karena ini menyangkut kepuasan dan kepercayaan diri di depan khalayak umum serta cermin kepribadian bagi seseorang. Semua orang juga mempunyai keinginan dalam dirinya untuk bukan hanya tampil, tetapi juga untuk diperhatikan.

Ada satu kepuasan psikologis tertentu jika menjadi pusat perhatian. Mencari perhatian dapat berujung pada mencari sensasi (*sensation seeking*). Fertobhades (Bing Tedjo, 2007) menjelaskan, mencari sensasi adalah sesuatu perbuatan yang diniatkan untuk menampilkan suatu

perilaku atau kegiatan yang berbeda dengan yang lain. Berbeda berarti tidak sama, dan ketidaksamaan itu diartikan karena adanya sesuatu yang “luar biasa” pada tingkah laku atau kegiatan si pembuat sensasi. Oleh karena itu pula, banyak kaum hawa terinspirasi oleh komunitas Hijabers,

Sebagaimana dari hasil wawancara dengan ND anggota komunitas hijabers ia mengatakan bahwa :

“Banyak kaum hawa terinspirasi oleh komunitas Hijabers karena komunitas hijabers mengadakan kegiatan-kegiatan yang membuat orang tertarik dengan diadakannya di hotel dan tempat-tempat yang terkenal lainnya”

Melalui fenomena ini, muncullah pelabelan, gaya berjilbab dan berbusana ala Hijabers, realitas kebendaan menjadi tidak bisa dielakkan. Walaupun mengakumulasi kekayaan dan pengaruh sosial juga tidak diharamkan dalam Islam. Namun sosialita (apalagi ditambah kata “muslimah”) di Indonesia secara sosiologis memang hal baru.

Sosialita muslimah, dalam soal gaya dan kode gaul lainnya juga tak jauh berbeda dengan sosialita pada umumnya. Mereka menyukai *fashion*, barang-barang *branded*, hanya saja jenis barangnya seputar busana muslim, jilbab dan aksesoris pendukungnya yang menjadi acuan *trend* muslimah secara umum.

Banyak perempuan-perempuan yang berhasrat membeli pakaian dan kerudung kemudian mengkreasikannya dan tampil di depan umum seperti perempuan-perempuan dalam komunitas Hijabers. Seperti hasil dari survey dan wawancara saya dengan beberapa pemilik toko pakaian

wanita bahwa sebelum bulan Ramadhan dan setelah Hari Raya Idul Fitri banyak sekali remaja perempuan hingga wanita dewasa membeli pakaian khas hijabers dan jilbab yang modern yang menjadi ikon hijabers. Banyak orang ingin meniru gaya dari komunitas hijabers tersebut

Melihat hal ini, penulis kemudian mencoba melakukan penelitian lebih jauh tentang gaya hidup hijabers ditinjau dari sisi psikologi dengan judul Gaya Hidup Hijabers.

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan pada pemaparan latar belakang di atas maka penulis mengidentifikasi masalah yang dijadikan fokus penelitian, yaitu :

1. Bagaimana dinamika gaya hidup Hijabers?
2. Apa perubahan yang signifikan yang mereka rasakan sebelum dan setelah bergabung di komunitas Hijabers?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka Tujuan Penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui dinamika gaya hidup Hijabers
2. Untuk mengetahui apa perubahan yang signifikan yang mereka rasakan sebelum dan setelah bergabung di komunitas Hijabers

D. Keaslian Penelitian

Penelitian ini berbeda dari penelitian sebelumnya yaitu dengan penelitian yang dilakukan oleh Rima Hardiyanti (2012) dengan judul Komunitas Jilbab Kontemporer “ *hijabers*” Di Kota Makassar, penelitian

yang dilakukan oleh Fitriana Sakti (2013) judul Makna Budaya Berjilbab di Kalangan Siswi (Fenomenologi Jilbab di SMA Negeri 1 Baureno Kec. Baureno Kab. Bojonegoro), penelitian yang dilakukan oleh Suciati, S.Pd., M.Ds judul Gaya Busana *Unisex*, penelitian yang dilakukan oleh Qoidud Duwal judul Konsep Jilbab dalam Islam.

Penelitian yang dilakukan oleh Mutia Andriani dan Ni'matuzahroh (2013) dengan judul konsep diri dan konfromitas pada komunitas hijabers, penelitian yang dilakukan oleh Angga Wahyu Pratomo dengan judul Gaya Hidup Komunitas Pencinta Budaya Jepang Di Kalangan Mahasiswa Unnes (Studi Kasus Pada Komunitas Jaico).

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu sama-sama meneliti tentang gaya hidup, sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada metode penelitian dan subyeknya, dan penelitian ini tidak hanya meneliti remaja yang tergabung dalam komunitas *hijabers* tetapi juga meneliti dewasa yang tergabung dalam komunitas *hijabers*. Penelitian ini juga tidak meneliti tentang konsep diri atau konfromitas, tetapi meneliti tentang gaya hidup anggota komunitas ditinjau dari pandangan psikologis.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penulisan ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan untuk ilmu psikologi islam, psikologi sosial, psikologi lintas budaya. Juga bermanfaat bagi penulis, mahasiswa, maupun masyarakat umum mengenai komunitas jilbab di Pekanbaru.

Memberikan gambaran hidup mereka serta bagaimana gaya hidup mereka ditinjau dari pandangan psikologi.

2. Manfaat Praktis

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai aktivitas yang dilakukan para *hijabers*, dan untuk lebih memahami dinamika psikologis tentang fenomena hijabers.