

Fenomena Hijab Syar'i sebagai Citra Diri Anggota *Hijabers Community Bandung*

Phenomenon Hijab Syar'i as Self Image Members Hijabers Community Bandung

¹Tsania Shofia Afifah, ²Wulan Trigartanti

^{1,2}*Bidang Kajian Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung*

Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116

email: ¹tsaniashofia@gmail.com, ²wulantrigartanti@yahoo.com

Abstract. The emergence of fashion trends, especially the hijab syar'i worn by Muslim community is currently a trend reference hijab syar'i like Hijabers Community Bandung supports image formation, it is very interesting to study. This study entitled "Hijab Syar'i phenomenon as the self-image member Hijabers Community Bandung. Using a qualitative method with phenomenological approach. Informants in this study amounted to 7 people were actively involved in the management of Hijabers Community Bandung. The purpose of this study wanted to know the motive, decision making, and self-identity as a member Hijabers Community Bandung self-image formation dressed in hijab syar'i. The theory used in this research is the symbolic interaction theory and the theory of the image. Data collection techniques used were observation, interview, literature study, and internet searching. Test the validity of the data used triangulation techniques and timing. The results of this study consisted of three stages because the motive, that motive, and the motive member Hijabers Community Bandung to interpret hijab syar'i as self-image. Then, the decision making is divided three to externalization, objectivation, and internalization interpret hijab syar'i as the self-image member Hijabers Community Bandung, and social identitas divided into two categories: Self stages Anchament (self-improvement) and stage Uncertainty Reduction (adjustment) member Hijabers Community Bandung.

Keywords: Phenomenology, Hijab Syar'i, Hijabers Community Bandung, Self Image

Abstrak. Adanya tren fashion khususnya hijab syar'i yang dipakai oleh komunitas muslimah saat ini menjadi acuan tren hijab syar'i seperti Hijabers Community Bandung mendukung pembentukan citra, hal ini yang sangat menarik untuk diteliti. Penelitian ini berjudul "Fenomena Hijab Syar'i sebagai citra diri anggota *Hijabers Community Bandung*. Menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Informan dalam penelitian ini berjumlah 7 orang yang aktif terlibat langsung dalam kepengurusan *Hijabers Community Bandung*. Tujuan penelitian ini ingin mengetahui motif, pengambilan keputusan, dan identitas diri anggota *Hijabers Community Bandung* sebagai pembentukan citra diri dengan berbusana hijab syar'i. Teori yang dipakai dalam penelitian ini adalah teori interaksi simbolik dan teori citra. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara mendalam, studi kepustakaan, dan internet searching. Uji keabsahan data yang digunakan adalah triangulasi teknik dan waktu. Hasil dari penelitian ini terdiri dari tiga tahap motif sebab, motif agar, dan motif anggota Hijabers Community Bandung untuk memaknai hijab syar'i sebagai citra diri. Kemudian, pengambilan keputusan terbagi tiga menjadi eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi memaknai hijab syar'i sebagai citra diri anggota Hijabers Community Bandung, dan identitas sosial terbagi dua kategori yaitu tahap Self Anchament (peningkatan diri) dan tahap Uncertainty Reduction (penyesuaian diri) anggota Hijabers Community Bandung.

Kata kunci: Studi Fenomenologi, Hijab Syar'i, Hijabers Community Bandung, Citra Diri

A. Pendahuluan

Islam pada dasarnya memiliki prinsip berbusana yang sangat detail pada wanita muslimah, diwajibkan untuk menggunakan hijab dengan aturan yang mengarah pada kesopanan, kerapian, kehormatan dan ketaatan pada Allah SWT. Jilbab, kerudung atau yang sekarang sering disebut hijab khususnya di Indonesia sebagai penutup kepala merupakan salah satu bagian terpenting dalam berbusana dengan mengacu pada ketentuan Islam yang diperintahkan dalam Al-Qur'an Surat An-Nur ayat 31 dan Surat Al Ahzab ayat 59.

Perkembangan hijab di Indonesia saat ini semakin meningkat pesat dan diakui oleh negara-negara lain. Tidak hanya sekedar menutup aurat, hijab juga menjadi penyempurna kecantikan muslimah yang mengenakannya. Hijab tidak hanya busana muslimah tapi menjadi kebutuhan untuk tampil dihadapan publik. Mulai menampilkan gaya hijab secara trendi dan syar'i. Begitu pula dengan perkembangan hijab di kota Bandung menjadi salah satu barometer perkembangan hijab di Indonesia. Peranan publik figur juga terlihat dalam meramaikan tren-tren hijab, seperti maraknya tren hijab syar'i. Beberapa publik figur Muslimah seperti Oki Setiana Dewi yang tampil menggunakan hijab syar'i membentuk pandangan baru di kalangan masyarakat bahwa seorang Muslimah tetap dapat berprestasi, memiliki banyak aktivitas dan tetap terlihat fashionable meski memilih untuk mengenakan hijab syar'i di kesehariannya. Menurut definisi komunikasi Theodore M. Newcomb, setiap tindakan komunikasi dipandang sebagai sebuah transmisi informasi, terdiri dari rangsangan yang diskriminatif dari sumber kepada penerima. (Mulyana, 2011: 68)

Bukan hanya publik figur, komunitas muslimah pun menjadi acuan tren hijab seperti *Hijabers Community* Bandung merupakan sebuah komunitas yang beranggotakan wanita-wanita muslimah. Kegiatan yang dilaksanakan oleh Hijabers Community Bandung seperti pengajian, hijab class, talkshow, bakti sosial. Dalam setiap kegiatan acara, setiap anggota *Hijabers Community* Bandung jika menghadiri acara atau kegiatan dihibandu untuk memakai hijab syar'i. Setiap wanita muslimah pasti berbeda dalam memilih busana atau hijab yang akan dikenakan sesuai dengan kepribadian masing-masing, menyesuaikan dengan lingkungannya. Dalam perspektif public relations adanya tren fashion khususnya hijab saat ini, mendukung pembentukan citra, menjadi hal yang sangat penting secara sadar atau tidak disadari. Citra adalah kesan, perasaan, gambaran diri publik yang sengaja diciptakan dari suatu objek, orang atau organisasi. (Canton, dalam Ardianto, 2010: 99).

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka pertanyaan penelitian dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana motif anggota Hijabers Community Bandung dalam memaknai hijab syar'i sebagai citra diri?
2. Bagaimana pengambilan keputusan anggota Hijabers Community Bandung dalam memaknai hijab syar'i sebagai citra diri?
3. Bagaimana identitas sosial anggota Hijabers Community Bandung dalam berbusana hijab syar'i sebagai citra diri?

Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

4. Untuk mengetahui motif anggota Hijabers Community Bandung dalam memaknai hijab syar'i sebagai citra diri
5. Untuk mengetahui pengambilan keputusan anggota Hijabers Community Bandung dalam berbusana hijab syar'i sebagai citra diri
6. Untuk mengetahui identitas sosial anggota Hijabers Community Bandung dalam berbusana hijab syar'i sebagai citra diri.

B. Landasan Teori

Peneliti menggunakan teori fenomenologi, teori interaksi simbolik dan teori citra. Dua fase yang diusulkan dalam teori fenomenologi Alfred Schutz, motif adalah dorongan yang menggerakkan seseorang bertingkah laku dikarenakan adanya kebutuhan-kebutuhan yang ingin dipenuhi oleh manusia. Motif juga dapat dikatakan sebagai daya penggerak dari dalam dan di dalam subjek untuk melakukan aktivitas-aktivitas tertentu demi mencapai suatu tujuan (Sardiman, 2007:73). Suatu keadaan yang kompleks dalam diri anggota Hijabers Community Bandung untuk bergerak (to move, motion, motive) ke arah tujuan tertentu, baik disadari maupun tidak disadari untuk menemukan motif tersebut, seperti yang dikatakan oleh Schutz bahwa untuk mengidentifikasi motif tersebut perlu dibuat suatu fase historis, yaitu masa kini, masa lalu, dan untuk menunjukkan fase motif pada masa yang akan datang. (Kuswarno, 2009: 194)

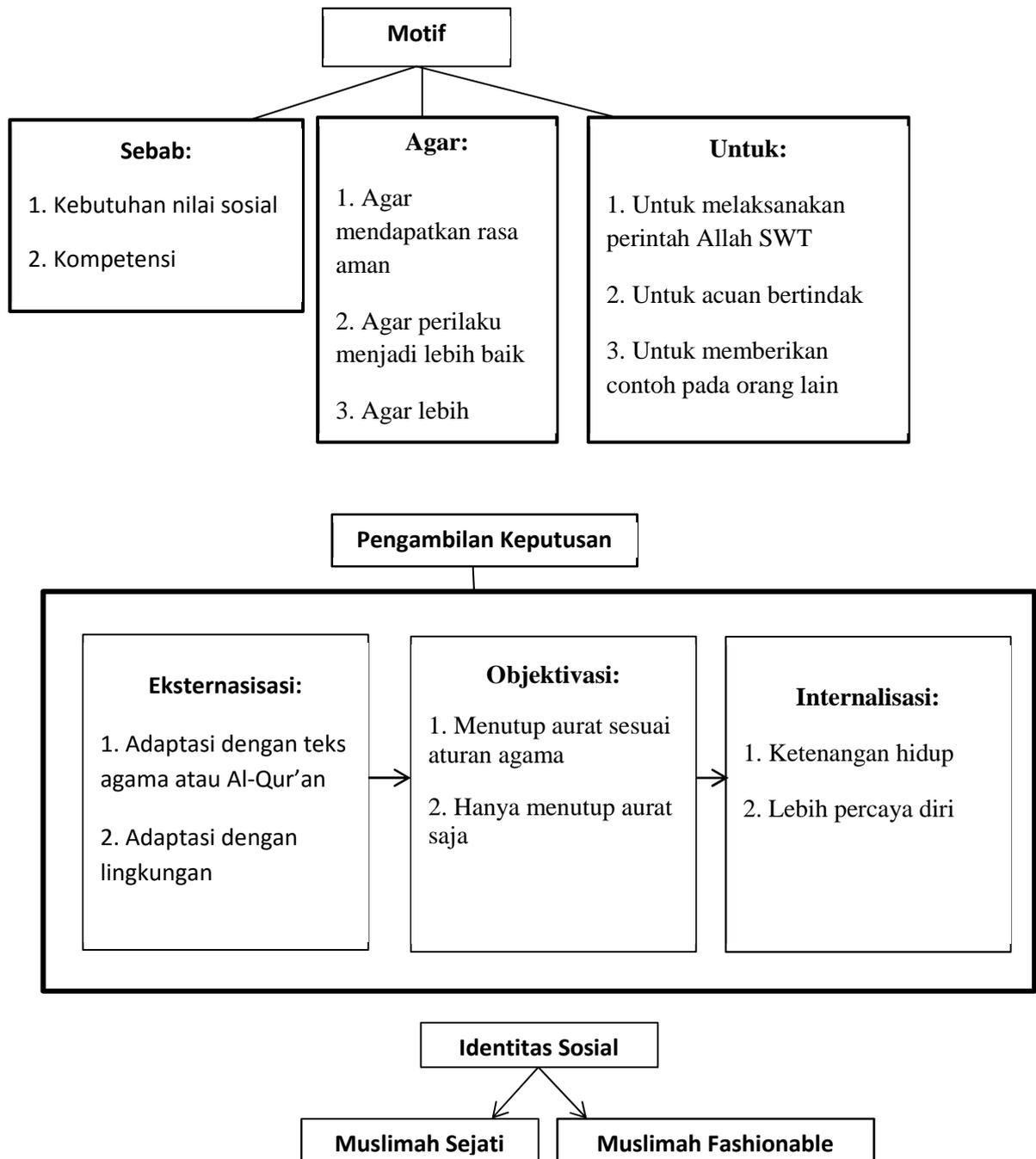
Begitu pula anggota Hijabers Community Bandung yang mempunyai pengalaman preferensi, pendidikan tertentu, dan lingkungan pergaulan atau sosial tertentu akan menafsirkan realitas sosial itu dengan kontruksinya masing-masing. Seperti yang dikemukakan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann menjelaskan realitas sosial dengan memisahkan pemahaman kenyataan dan pengetahuan. Realitas diartikan sebagai kualitas yang terdapat di dalam realitas-realitas yang diakui sebagai memiliki keberadaan yang tidak tergantung kepada kehendak kita sendiri. Pengetahuan didefinisikan sebagai kepastian bahwa realitas-realitas itu nyata dan memiliki karakteristik yang spesifik. Terjadi dialektika antara individu-individu menciptakan masyarakat dan masyarakat menciptakan individu. (Bungin, 2008: 14)

Proses dialektika ini terjadi melalui eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Proses dialektis tersebut mempunyai tiga tahapan tersebut. Terdapat tiga konsep dalam teori Interaksi simbolik yang dikemukakan Mead yaitu masyarakat, diri dan pikiran. Ketiga konsep tersebut memiliki aspek-aspek yang berbeda namun berasal dari proses umum yang sama yang disebut tindakan sosial, yaitu suatu tindakan dapat berupa perbuatan singkat dan sederhana atau bisa juga panjang dan rumit seperti pemenuhan tujuan hidup. Sejumlah tindakan berhubungan dengan satu sama lainnya yang dibangun sepanjang hidup manusia. Tindakan dimulai dengan dorongan hati yang melibatkan persepsi dan pemberian makna, latihan mental, pertimbangan alternatif, hingga penyelesaian. (Morrisan, 2013:225)

Dalam Elvinaro (2008: 132) Citra adalah tujuan utama dan sekaligus merupakan hasil yang hendak dicapai bagi dunia Public Relations. Pengertian citra itu sendiri abstrak dan tidak dapat diukur secara sistematis, tetapi wujudnya bisa dirasakan dari hasil penilaian baik atau buruk, seperti penerimaan dan tanggapan baik positif maupun negatif yang khususnya datang dari publik (khalayak sasaran) dan masyarakat luas pada umumnya. Penilaian atau tanggapan masyarakat dapat berkaitan dengan timbulnya rasa hormat, kesan yang baik dan menguntungkan terhadap suatu citra lembaga, organisasi atau produk barang dan jasa pelayanannya yang diwakili oleh Public Relations. Menurut David A. Arker John G mayer, dikutip oleh Firsan Nova (2011: 289) menjelaskan bahwa citra adalah seperangkat anggapan, impresi atau gambaran seseorang atau sekelompok orang mengenai suatu objek yang bersangkutan.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dari hasil penelitian ketiga pertanyaan penelitian tersebut akan dibahas secara rinci sebagai berikut:



Gambar 1.1
Sumber: Hasil Penelitian, 2016

Hasil dan pembahasan penelitian ini sebagai berikut: Pertama, Motif anggota *Hijabers Community* Bandung memaknai hijab syar'i sebagai citra diri. Terdiri dari tiga tahap motif, yaitu Pertama, motif sebab yang berorientasi masa lalu adanya kebutuhan

pemenuhan nilai, dan bertambahnya kompetensi karena setiap orang ingin membuktikan kompetensi yang terdapat dalam dirinya. Sikap tersebut tergantung pada tingkat kecerdasan intelektual untuk berpikir, sosial dan emosional. Kedua, Motif agar yang berorientasi masa kini yaitu agar mendapatkan rasa aman dan agar perilaku menjadi lebih baik. Ketiga, Motif untuk yang berorientasi masa yang akan datang yaitu untuk melaksanakan perintah Allah SWT, untuk acuan bertindak dan untuk memberikan contoh pada orang lain.

Kedua, Pengambilan Keputusan Anggota *Hijabers Community* Bandung memaknai Hijab Syar'i sebagai citra diri. Tahapan tersebut terbagi menjadi tiga yaitu eksternalisasi, objektivasi dan internalisasi. Tahap Eksternalisasi adalah usaha pencurahan atau ekspresi diri *Hijabers Community* ke dalam dunia terdapat dua hal yaitu adaptasi dengan teks agama atau Al-Qur'an, dan adaptasi dengan lingkungan. Tahap obektivasi yaitu hasil yang telah dicapai baik mental maupun fisik dari kegiatan eksternalisasi anggota *Hijabers Community* yaitu menutup aurat sesuai aturan agama. Selanjutnya, Tahap Internalisasi merupakan penyerapan kembali dunia objektif ke dalam kesadaran sedemikian rupa sehingga subjektif individu anggota *Hijabers Community* dipengaruhi oleh struktur dunia sosial yaitu ketenangan hidup dan lebih percaya diri.

Ketiga, Identitas Sosial anggota *Hijabers Community* Bandung dalam berbusana hijab syar'i sebagai citra diri. Dalam pembentukan identitas sosial, terbagi kepada dua kategori yaitu Pertama, *Self Anchacement* (peningkatan diri) ini yang terjadi pada anggota *Hijabers Community* Bandung sebagai Muslimah Sejati dan Muslimah Fashionable. Muslimah sejati adalah muslimah yang konsisten dengan apa yang dikenakan tujuannya hanya karena Allah SWT, melaksanakan aturan dan menyempurnakan kewajiban, dan dimanapun berada tetap konsisten dengan hijab syar'i yang dikenakan diluar ataupun didalam acara *Hijabers Community*.

Sedangkan, tahap *Uncertainty Reduction* (reduksi yang tidak menentu) dilakukan untuk mengetahui posisi kondisi sosial dimana ia berada tanpa motivasi ini individu tidak akan tahu dirinya sendiri, apa yang harus dilakukan, dan bagaimana mereka harus berperilaku. Kategori kedua yaitu Muslimah *Fashionable* yang masih berpatokan mengenakan hijab syar'i karena tuntutan tema acara, tuntutan dress code dengan pertimbangan seperti trendy, stylish, modis, dan sebagainya.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Motif Anggota *Hijabers Community* Bandung memaknai Hijab Syar'i sebagai Citra Diri. Terdiri dari tiga tahap motif, yaitu
 - Motif sebab yang berorientasi masa lalu adanya kebutuhan pemenuhan nilai, dan bertambahnya kompetensi karena setiap orang ingin membuktikan kompetensi yang terdapat dalam dirinya. Sikap tersebut tergantung pada tingkat kecerdasan intelektual (untuk berpikir), sosial dan emosional.
 - Motif agar yang berorientasi masa kini yaitu agar mendapatkan rasa aman dan agar perilaku menjadi lebih baik.
 - Motif untuk yang berorientasi masa yang akan datang yaitu untuk melaksanakan perintah Allah SWT, untuk acuan bertindak dan untuk memberikan contoh pada orang lain.

2. Pengambilan Keputusan Anggota Hijabers Community Bandung memaknai Hijab Syar'i sebagai citra diri. Tahapan tersebut terbagi menjadi tiga yaitu eksternalisasi, objektivasi dan internalisasi.
 - Eksternalisasi adalah usaha pencurahan atau ekspresi diri Hijabers Community ke dalam dunia terdapat dua hal yaitu adaptasi dengan teks agama atau Al-Qur'an, dan adaptasi dengan lingkungan.
 - Obektivasi yaitu hasil yang telah dicapai baik mental maupun fisik dari kegiatan eksternalisasi anggota Hijabers Community yaitu menutup aurat sesuai aturan agama.
 - Internalisasi merupakan penyerapan kembali dunia objektif ke dalam kesadaran sedemikian rupa sehingga subjektif individu anggota Hijabers Community dipengaruhi oleh struktur dunia sosial yaitu ketenangan hidup dan lebih percaya diri.
3. Identitas Sosial anggota Hijabers Community Bandung dalam berbusana hijab syar'i sebagai citra diri

Dalam pembentukan identitas sosial, terbagi kepada dua kategori yaitu

 - Self Anchacement (peningkatan diri) ini yang terjadi pada anggota *Hijabers Community* Bandung sebagai Muslimah Sejati dan Muslimah Fashionable. Muslimah sejati adalah muslimah yang konsisten dengan apa yang dikenakan tujuannya hanya karena Allah SWT, melaksanakan aturan dan menyempurnakan kewajiban, dan dimanapun berada tetap konsisten dengan hijab syar'i yang dikenakan diluar ataupun didalam acara Hijabers Community.
 - Uncertainty Reduction (reduksi yang tidak menentu) dilakukan untuk mengetahui posisi kondisi sosial dimana ia berada tanpa motivasi ini individu tidak akan tahu dirinya sendiri, apa yang harus dilakukan, dan bagaimana mereka harus berperilaku. Kategori kedua yaitu Muslimah Fashionable yang masih berpatokan mengenakan hijab syar'i karena tuntutan tema acara, tuntutan dress code dengan pertimbangan seperti trendy, stylish, modis, dan sebagainya.

E. Saran

Merujuk pada pembahasan di atas, maka penulis menyampaikan sejumlah saran **Saran Teoritis**

1. Motif berhijab sangat beragam tetapi yang paling dominan adalah motif akan nilai-nilai keislaman. Maka disarankan untuk lebih meningkatkan lagi pembinaan dan kajian keagamaan supaya motif untuk berhijab semakin meningkat terutama di kampus yang berlabelkan Islam seperti UNISBA.
2. Penelitian masalah hijab syar'i dengan pendekatan fenomenologi masih sedikit padahal materi yang diteliti sangatlah menarik dan beragam. Maka disarankan untuk melakukan penelitian lebih jauh demi pengembangan ilmu komunikasi dan pengayaan teori-teori komunikasi khususnya pendekatan kualitatif.

Saran Praktis

1. Perlu dibentuk komunitas-komunitas Hijabers yang lebih segmented karena hasil penelitian menunjukkan bahwa lingkungan atau komunitas banyak memberikan kontribusi akan kesadaran untuk berhijab. Dengan lebih banyak dan ragamnya komunitas Hijabers diharapkan semakin banyak wanita muslimah yang percaya diri dan yakin untuk berhijab syar'i.

2. Saatnya bagi muslimah untuk memperbaiki segala niat untuk berhijab syar'i dan selalu ingin memperbaiki diri serta selalu berusaha menuju kesempurnaan perilaku melalui penampilan berhijab syar'i.

Daftar Pustaka

- Ardianto, Elvinaro. 2010. Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchjana.. 2003. Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- _____. 2006. Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Kuswarno, Engkus. 2009. Metodologi Penelitian Komunikasi Fenomenologi Konsepsi, Pedoman, dan Contoh Penelitiannya. Bandung: Widya Padjadjaran.
- Moleong, Lexy J. 2005. Metode Penelitian Kualitatif. Edisi Revisi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2011. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Cetakan ke-15 Bandung: PT. Remaja Rosdakarya,
- Mulya, Sulaiman & Assad Ali Mohammad. 2015. Berhijab Seutuhnya : tanya jawab soal hijab, dari fiqh jilbab hingga akhlak Muslimah, Jakarta. Firdauss Pressindo.
- Thawilah, Syaikh Abdul Wahab Abdus Salam. 2007. Panduan Berbusana Islami Berpenampilan sesuai Tuntunan Al-Qur'an dan As-Sunnah. Edisi Indonesia. Cetakan ke-1. Jakarta: PT Niaga Swadaya.
- Siauw, Y. Felix. 2015. Yuk Berhijab. Cetakan ke 3. Jakarta Barat: Alfatih Press.