

FENOMENA HIJABERS MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MEMBENTUK IDENTITAS

Rawit Sartika, Fajar Diah Astuti

Fakultas Ilmu Komunikasi dan Bahasa Universitas Bina Sarana Informatika
rawit.rwk@bsi.ac.id, fajar.fja@bsi.ac.id

ABSTRAK

Perubahan baru dalam gaya berbusana hujab di era modern sekarang mengalami pergeseran dari makna hijab sebenarnya. Namun disukai atau tidak, pegeseran tren mode hijab kontemporer ini juga menjari marak dan tren sendiri di kalangan para hijabers. Perubahan ini membuat citra hijabers merupakan wanita pemakai hijab yang modern atau kontemporer. Hal ini juga ditunjukkan oleh para publik figur yang ternayata diikuti oleh banyak hijabers muda untuk menunjukkan identitas dirinya sebagai wanita yang mengikuti tren dan fashion hijab. Hal ini dapat terlihat dengan aktifnya para publik figur tersebut di media sosial instagram dan memperlihatkan cara berpakaian hijabnya. Instagram yang dianggap lebih mudah memberikan visualisasi tampilan dari pada media sosial lainnya ini, juga memudahkan para wanita untuk melihat dan mencontoh gaya tersebut. Dengan menggunakan analisis fenomenologi, dan teori identitas, penulis menyimpulkan bahwa media sosial instagram merupakan salah satu media yang mempengaruhi sekaligus media penyalur para hijabers kontemporer dalam menunjukkan identitas diri mereka sebagai seorang yang mengikuti tren dan fashion.

Kata Kunci: Hijab Kontemporer, Fenomenologi, Identitas Diri

PENDAHULUAN

Menarik memang apabila membahas fenomena-fenomena yang ada disekitar kita. Fenomena-fenomena sosial memang selalu menarik untuk dikaji dari perspektif teori maupun praktis yang terjadi di sekitar kita. Fenomena yang sekarang sedang hangat adalah fenomena kelompok yang menamakan dirinya hijabers. Hijab yang dapat kita ketahui secara umum merupakan suatu identitas diri seorang muslimah (sebutan bagi wanita yang beragama Islam). Namun entah apa yang ada dipikiran kelompok itu hingga menamakan dirinya hijabers. Apakah karena mereka memakai kerudung yang berbeda dengan pemaknaan hijab. Dikatakan demikian karena keduanya mempunyai arti yang berbeda. Karena pada dasarnya komunitas hijabers secara kasat mata menggunakan kerudung untuk alasan fashion.

Menurut pemikiran penulis, hijabers merupakan fenomena gaya berpakaian kontemporer yang sekarang ini sedang naik daun. Dengan demikian fenomena hijabers dapat dikatakan issue kontemporer. Karena sebelumnya tidak ada model jilbab yang seperti itu, tidak ada gaya dan *fashion* dalam berbusana muslimah. Gaya dan busana muslimah awalnya monoton karena hanya punya model yang itu-itu saja. Sedangkan kini dapat dengan mudah kita temui gaya berbusana muslimah yang modis.

Gaya berbusana ala hijabers menuai banyak pro dan kontra. Disatu sisi fenomena hijabers dinilai positif karena mengkampanyekan pakaian tertutup namun masih tetap modis. Dilain sisi banyak pihak yang menilai bahwa fenomena hijabers merupakan upaya meminggirkan aturan baku dalam berhijab itu sendiri. Aturan-aturan tidak boleh ketat, dan bukan digunakan sebagai perhiasan ditepis oleh para hijabers ini lalu diganti dengan aturan yang mereka buat sendiri.

Perempuan cantik, berias, menggunakan kerudung dengan aneka gaya menjadi citra dari hijabers itu sendiri.

Tren dan mode ini menjadi semakin populer karena komunitas ini telah merembah dan marak di media sosial. Dimana kelompok yang menganggap dirinya sebagai pemakai hijab kontemporer mulai memperlihatkan gaya hidup hijabers di media sosial yang dapat diakses siapa saja tanpa batasan ruang. gaya hidup yang dapat dikatakan modern dengan gaya berpakaian trendi ini mengundang netizen lainnya untuk mengikuti. Maka mulailah bermunculan berbagai tutorial gaya hijab terbaru yang dibuat baik dalam bentuk gambar ataupun audio visual.

Tidak hanya itu, ada upaya peng-globalan hijab yang coba dibangun oleh komunitas hijabers. Selain itu dalam media sosial hijabers community seakan coba membangun identitas mereka melalui simbol-simbol dan kebudayaan yang mereka pakai. Hijabers Community bisa dikaji dengan budaya konsumerisme, karena didalam hijabers itu sendiri sebenarnya lebih banyak fashion-nya daripada acara mengaji. Sehingga dalam tampilan di media sosial, Hijabers menciptakan identitas mereka sendiri, yaitu identitas wanita muslimah yang taat namun modis dan *stylish*.

Lalu apakah ada pergeseran-pergeseran nilai dari berhijab itu sendiri? Terutama pengaruh yang diberikan melalui media sosial dalam menciptakan identitas diri. Adakah tindakan hijabers di media sosial merupakan upaya pengangkatan status sosial, karena selama ini citra hijabers adalah cantik, *stylish* dan berkelas?

Dari pemaparan sebelumnya, didapatkan bahwa ada suatu fenomena sosial yang terjadi di kalangan publik terutama wanita pemakai hijab. Sebuah pertanyaan besar muncul mengenai bagaimana terjadinya perubahan makna tentang hijab? Apakah dengan fenomena hijab kontemporer ini memotivasi pemakainya untuk selalu tampil dengan mengikuti tren dan mode? Tulisan ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi para wanita muslim dalam menyikapi tren yang terjadi dan tersebar di media demi berlangsungnya kehidupan bersosial yang sehat di Indonesia.

KAJIAN LITERATUR

A. Kajian Teoritik Fenomenologi

1. Fenomenologi

Fenomenologi merupakan salah satu metode penelitian yang sangat dipengaruhi oleh paradigma atau cara pandang individu terhadap suatu fenomena. Paradigma yang digunakan akan menentukan pendekatan dan menjadi dasar dalam menyusun metode penelitian. Posisi paradigma memiliki konsekuensi penting dalam melaksanakan penelitian, interpretasi temuan dan pemilihan kebijakan.

Fenomena sendiri dapat dipandang dari dua sudut. Yaitu selalu “menunjuk ke luar” (berhubungan dengan realitas di luar pikiran), dan yang ke dua “selalu berada dalam kesadaran kita”. Oleh karena itu, menurut Moeryadi (2009)

mengungkapkan bahwa dalam memandang fenomena harus terlebih dahulu melihat “penyaringan” (*ratio*), sehingga mendapatkan kesadaran yang murni.

Istilah fenomenologi pertama kali digunakan oleh J. H. Lambert (1728 - 1777). Kemudian istilah itu juga digunakan oleh Immanuel Kant, Hegel serta sejumlah filosof lain. Namun semuanya mengartikan istilah fenomenologi secara berbeda. Kemudian Edmund Husserl yang memakai istilah fenomenologi secara khusus dengan menunjukkan metode berpikir secara tepat, dengan teorinya. Contoh misalnya, dalam karya Hegel yang berjudul “Phenomenology of Spirit”. Pemaknaan Hegel terhadap teori “fenomena” dalam buku ini berbeda dengan “fenomena” menurut Husserl.

Dengan pemaparan diatas, maka penelitian ini menggunakan analisis fenomenologi dari Von Eckartsberg (dalam Moustakas, 1994: 15-16). Sedangkan langkah-langkah dalam penelitian fenomenologi ini adalah sebagai berikut:

Permasalahan dan perumusan pertanyaan penelitian. Peneliti berusaha untuk menggambarkan fokus penelitian dengan merumuskan pertanyaan dengan cara tertentu.

Data yang menghasilkan situasi, yaitu teks pengalaman kehidupan. Peneliti membuat narasi yang bersifat deskriptif yaitu menjabarkan hasil wawancara yang telah dilakukan.

Analisis data, berupa eksplikasi dan interpretasi. Setelah semua data terkumpul berdasarkan hasil wawancara, maka langkah terakhir yang harus dilakukan oleh peneliti adalah membaca dan meneliti dengan cermat data hasil wawancara untuk mengungkapkan konfigurasi makna, baik struktur maupun bagaimana makna tersebut diciptakan.

Subjek dalam penelitian ini adalah komunitas Hijabers Jakarta yang aktif menggunakan media sosial instagram. Yang peneliti lakukan pengamatannya secara digital melalui media sosial tersebut.

B. Hijab

Menurut KBBI hijab berarti “Dinding yg membatasi sesuatu dng yg lain: 2 Isl dinding yg membatasi hati manusia dan Allah; 3 dinding yg menghalangi seseorang dr mendapat harta waris: anak laki-laki adalah — dr saudara seapak. Sedangkan jilbab berarti “kerudung lebar yg dipakai wanita muslim untuk menutupi kepala dan leher sampai dada”.

C. Kontemporer

Definisi kontemporer menurut KBBI kata *kon-tem-po-rer* berarti pada waktu yang sama ; semasa ; sewaktu; pada masa kini ; dewasa ini. Dari uraian tersebut maka dapat penulis simpulkan bahwa kontemporer adalah sesuatu yang terbaru.

D. Identitas

Identitas meliputi segala hal pada seseorang yang dapat menyatakan secara sah dan dapat dipercaya tentang dirinya sendiri – statusnya, nama, kepribadian, dan

masa lalunya. (Klap dalam Berger, 2010:125). Dengan demikian identitas dinilai penting karena menjadi suatu gambaran yang dapat dilihat secara nyata atau fisik dari segi ciri khas tampilan yang disajikan.

Sedangkan menurut Gudykunst (2002:225), Identitas adalah hal yang penting dalam sebuah komunikasi budaya. Tingtoo-mey (Gudykunst, 2002: 214) konsep identitas dapat dilihat dari aspek budaya yang didefinisikan sebagai emotional signifikan, yang membuat seseorang dilekatkan pada suatu hal, yang membedakan dengan orang lain sehingga lebih mudah untuk dikenal.

Sedangkan merujuk pada *Social Identity Theory (SIT)* menurut Taifel & Turner (Gudykunst, 2002: 225) bertujuan bahwa individu memiliki sebuah konsep pada dirinya sendiri dalam bersosialisasi dan mengidentifikasi dirinya sendiri. Identitas persona; melihat bahwa individu adalah sebuah makhluk yang unik, memiliki budaya, hidup di dalam sebuah group, dan identitas sosial mengacu pada pengetahuan dalam anggota kelompok budaya dan berkomunikasi dengan budaya yang lain. Karakteristik individu yang dipengaruhi oleh kolektivistik dalam komunikasi individu:

Personality Orientations (orientasi personal), menggambarkan bagaimana orientasi personal dalam berhubungan atau berkomunikasi dengan orang lain.

Individual Values (nilai-nilai individu), merupakan nilai-nilai personality yang dimiliki oleh Individu dalam mempertahankan dan menjaga kepercayaan diri seseorang ketika melakukan komunikasi.

Self Constructuals (penyingkapan diri/ ekspresi diri), menggambarkan bagaimana individu mengekspresikan dirinya ketika berkomunikasi dengan individu yang lain.

Dengan demikian teori ini berfokus pada melihat bagaimana identitas merupakan suatu hal yang diproduksi dalam kategori sosial.

METODE PENELITIAN

Penulis dalam menyusun penelitian ini menggunakan Analisis Fenomenologi dari Von Eckartsberg (Moustakas, 1994: 15-16). Dengan demikian langkah-langkah yang digunakan dalam penelitian fenomenologi ini adalah sebagai berikut:

Permasalahan dan perumusan pernyataan penelitian. Peneliti berusaha menggambarkan fokus penelitian dengan merumuskan pernyataan dengan cara tertentu.

Data yang menghasilkan situasi, yaitu teks pengalaman kehidupan. Peneliti membuat narasi yang bersifat deskriptif yaitu menjabarkan hasil wawancara yang telah dilakukan.

Analisis data, berupa eksplikasi dan interpretasi. Setelah semua data terkumpul berdasarkan hasil wawancara, maka langkah terakhir yang harus dilakukan oleh peneliti adalah membaca dan meneliti dengan cermat data hasil wawancara untuk mengungkapkan konfigurasi makna, baik struktur maupun bagaimana makna tersebut diciptakan.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka disini penulis menentukan subjek penelitian ini adalah wanita muda yang berhijab dan menggunakan media sosial instagram.

PEMBAHASAN

Pendekatan Fenomenologi merupakan sebuah pandangan yang fokus terhadap pengalaman-pengalaman subjektif manusia (Moleong, 2007:13-14). Maka dengan demikian hasil dan pembahasan dari pengamatan para Hijabers dalam menggunakan media sosial dalam secara tidak langsung membentuk identitas diri mereka melalui tiga gambaran. Yaitu orientasi personal, nilai-nilai individu, dan ekspresi diri.

Gudykunst (2002:225) menjelaskan bahwa Orientasi personal menggambarkan bagaimana dari individu dalam berhubungan dan berkomunikasi dengan orang lain. Melalui media sosial instagram, para informan mengakui memanfaatkan media social instagram karena untuk keperluan hobi tertentu yang akhirnya sebagai media untuk up to date info hal menyenangkan di Instagram. Berikut beberapa kutipan dan alasan mengapa informan memutuskan untuk menggunakan media sosial instagram :

“Awalnya sih biar punya aja, tapi dengan seiring berjalannya waktu ternyata bisa jadi peluang buat berbisnis online dan bisa mengeksplere diri.” (Informan I)

“Awalnya buat swap postcard. Lama-lama buat seru-seruan aja.” (Informan II)

“Pertamanya sih ikutan yang lain aja karna teman yang lain menggunakan Instagram tapi lama kelamaan jadi bisa banyak tau hal-hal baru dari instagram.” (Informan III)

“Buat gaya-gayaan biar punya medsos-medsos kekinian. Tapi finally berguna buat aku yang suka narsis dan punya bisnis jualan yang suka foto2” (Informan IV)

Dari hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa para informan secara tidak langsung memutuskan untuk memiliki media sosial instagram dikarenakan awalnya mereka tertarik secara personal sebab sudah mulai marak dipakai. Namun berlanjut untuk komunikasi dengan teman-teman dan pengalaman baru di instagram yang tidak didapatkan sebelumnya. Panji (2014), menyatakan terdapat tiga motivasi bagi anak dan remaja untuk mengakses internet yaitu untuk mencari informasi, terhubung dengan teman (lama dan baru) dan untuk hiburan. Selain dalam bentuk komunikasi, dalam bentuk hiburan para informan mengakui meski pada saat ini lebih kepada untuk mngetahui info terbaru.

“Biar up date kalau lagi jalan atau makan. Terus bisa kepoin artis-artis dan temen-temen juga hehehhe”. (Informan I)

“Sukanya soalnya dulu belum banyak yang punya instagram. Terus instagram lebih informatif aja sih dan nggak bertele-tele. Lebih ringkas dan lebih Kreatif. Nggak banyak komen-komen yang tumpang tindih kaya facebook.” (Informan II)

“Soalnya kalau di Instagram lebih simpel dan banyak juga artis2 yg pake Instagram khususnya artis2 yg menggunakan hijab jadi bisa lihat gaya fashion mereka juga banyak olshop yang sekarang pake Instagram jadi bisa lihat produk2 mereka.” (Informan III)

“Menurut aku instagram itu lebih simpel gak banyak orang bikin status keluh kesah idupnya. Yang dilihat pertama adalah gambarnya medianya jadi lebih menarik ketimbang liat status atau captionnya.” (Informan IV)

Nilai individu (Gudykunst, 2002: 225), merupakan nilai-nilai personaliti yang dimiliki oleh individu dalam mempertahankan dan menjaga kepercayaan diri seseorang ketika melakukan komunikasi. Dalam menggunakan media sosial instagram, para informan menampilkan nilai-nilai personal yang mereka miliki secara berbeda-beda. Mereka mengakui pada awal penggunaan mereka masih mengupdate secara silang. Artinya terkoneksi dengan media sosial yang lebih booming di waktu lalu. Tapi pada saat ini mereka lebih kepada update mengenai hobby dan fashion untuk menunjang eksistensi pribadi.

“Kalau update di instagram biasanya terus dikonekin ke facebook, sama kalau update ke path di konekin ke facebook. Sama kalau update video lebih suka di instagram.” (Informan I)

“Awal bikin instagram isinya poscard semua. Kalau yang general sih kebanyakan momen. Terus tempat yang pernah dikunjungi, fashion, tempat makan sama barang-barang.” (Informan II)

“Sering updatenya sih kayak kegiatan sehari-hari aja. Tapi sih sekarang karena instagram tebanu banget update fashion yang bisa dilihat langsung. Misalnya dari fashion baju, kerudung, pokoknya yang biasa digunakan sehari-hari, sama tempat makan atau makanan gitu juga suka sih.” (Informan III)

“Fashion life style aku, kegiatan aku yang kadang menurut orang gak penting. Tapi buat aku spektak untuk di masukin ke instagram buat kenangan.” (informan IV)

Dari kutipan wawancara tersebut, bisa dilihat bahwa nilai individu yang ditampilkan setiap informan berbeda-beda. Informan I, lebih sering menyajikan dirinya sebagai sosok yang gemar dengan update di berbagai platform media sosial. Informan kedua, menyatakan saat ini lebih kepada update hal terbaru. Sedangkan informan ketiga, mengaku dulu sering menampilkan sosok dirinya sehari-hari. Namun saat ini lebih kepada update fashion terbaru karena keunggulan dari media sosial instagram yang lebih memanjakan mata karena disuguhkan dengan tampilan gambar.

Nilai individu yang ditunjukkan para informan secara tidak langsung sudah melukiskan konsep diri. Dalam interaksi simbolik, individu berinteraksi dengan individu lainnya sehingga menghasilkan suatu ide tertentu mengenai diri. Konsep diri adalah keseluruhan persepsi kita mengenai cara orang lain melihat kita. Dimana seorang individu telah belajar untuk mengenal gambaran diri mereka melalui interaksi simbolik selama bertahun-tahun dengan individu yang berada di sekelilingnya.

Self Constructuals (penyingkapan diri/ ekspresi diri), dalam mengekspresikan diri terhadap hal yang disenangi di media sosial instagram, informan memiliki cara ekspresi diri yang berbeda-beda.

“Suka banget liatin gaya busana hijab di instagram.. Biasanya liat fasionnya artis-artis sama ol shop. Apalagi sama gaya artis berhijab kaya Zaskia Sungkar sama Laudya Chintya Bella. Suka dijadiin bahan buat kostum sehari-hari. Tapi yang santai aja.. kalau mereka lagi yang ribet, gak aku ikutin.” (Informan I)

“Kalau sehari-hari suka aja terinspirasi dari gaya pakaian di instagram. Tapi kebanyakan bukan artis sih. Soalnya kalau artis bajunya agak ribet. Paling aku lebih ke Dini Djoe, Angela Fransiska, sama Dinda Firdausa. Soalnya simple terus aktual.” (Informan II)

“Kalau buka instagram sih suka banget liat postingan dari Dian Pelangi, Zaskia Sungkar, sama Zaskia Adya Meca. Soalnya banyak fashion hijab dari Dian Pelangi yang khusus buat yang berwajah bulat. Kalau Zaskia Sungkar sama Zaskia Adya Meca itu fashion

hijabnya keren kekinian bisa dipakai untuk hangout cocok banget gayanya.” (Informan III)

“Sukaaak bgt.. kadang malah jadi baper kepengenan karena liatnya bagus.. Cocok atau malah jadi ngena ke hati” (Informan IV)

Dari hasil wawancara tersebut, dapat dilihat bahwa setiap informan memiliki cara penyingkapan diri yang berbeda-beda. Informan pertama dan ketiga, cenderung lebih suka mereview fashion hijab dari artis yang juga merupakan contoh pemakai hijab kontemporer. Karena dianggap artis merupakan kiblat fashion untuk publik. Dan dengan mengikuti gaya fashion artis juga dianggap up to date dengan mode terbaru. Sedangkan untuk informan kedua lebih cenderung memilih selebgram yang juga merupakan seorang hijabers kontemporer dalam kiblat fashionnya. Informan kedua lebih sedikit memiliki ideologi dalam tampilan berbusana yang dipilih.

PENUTUP

Berdasarkan hasil pengamatan mengenai fenomena hijabers kontemporer menggunakan media sosial instagram dalam membentuk identitas diri mereka, menunjukkan bahwa:

Hijabers kontemporer menunjukkan identitas diri yang nyaris berbeda dalam mengekspresikan kebiasaannya dalam menggunakan media sosial instagram.

Dalam personaliti aslinya, para hijabers kontemporer menggunakan akun media sosial instagramnya karena ingin menjalin komunikasi dan mengetahui info terbaru atau up to date yang ada di media sosial instagram. sosial instagramnya karena ingin menjalin komunikasi dan mengetahui info terbaru atau up to date yang ada di media sosial instagram.

Individu dari para informan yang merupakan hijabers kontemporer menampilkan nilai “modern” dalam pencitraan dalam akun media sosial instagram milik mereka yang bercermin dari tokoh hijabers kontemporer pilihan masing-masing.

Para informan dalam hal ini adalah hijabers kontemporer memiliki sifat terbuka dalam menunjukkan identitas mereka. Terlihat dari hal yang menggambarkan keterbukaan diri informan melalui keinginan ingin selalu dianggap mengikuti tren terbaru yang tersirat pada postingan di media sosial instagram.

DAFTAR PUSTAKA

- Berger, Arthur Asa, "Pengantar Semiotika Tanda-Tanda Dalam Kebudayaan Kontemporer", Tiara Wacana 2010.
- Clark E. Moustakas, Clark E, "*Phenomenological Research Methods*" sage Publications Inc, 1994
- Denny Moeryadi. 2009. Pemikiran Fenomenologi menurut Edmund Husserl. Dipublikasi oleh jurnalstudi.blogspot.
- Gudykunst, William B & Bella Mody, "Handbook of International and Intercultural Communication". [SAGE Publications Inc](#), 2002.
- Moleong, J.Lexy. "Metode Penelitian Kualitatif", PT. Remaja Rosdakarya, 2007.
- Panji, Aditya. 2014. Hasil Survei Pemakaian Internet Remaja Indonesia <http://tekno.kompas.com/read/2014/02/19/1623250/Hasil>. Survei. Pemakaian. Internet. Remaja. Indonesia