

HIJAB SEBAGAI GAYA HIDUP
(Studi Fenomenologi Tentang Motif Perempuan Memakai Hijab dan Aktivitas dalam Media Sosial Instagram)

Nur Ratih Devi Affandi

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui untuk mengetahui hijab sebagai gaya hidup bagi Bandung Hijabers Community yang dilihat dari tiga hal yaitu alasan perempuan bergabung dengan Bandung Hijabers Community, pemaknaan hijab bagi anggota Bandung Hijabers Community dan aktivitas dalam Media Sosial Instagram.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Strategi penelitian dengan menggunakan pendekatan fenomenologis. Sumber data diperoleh dari studi pustaka, peristiwa atau aktivitas, tempat atau lokasi, informan yaitu Bandung Hijabers Community yang terdiri dari komite dan anggota. Validitas data diperoleh melalui triangulasi sumber dan triangulasi metode. Teknik analisis data yang digunakan adalah model analisis interaktif.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa, (1) Alasan mereka untuk bergabung dengan komunitas ini karena mereka haus akan ilmu agama, komunitas muslimah dengan anggota mayoritas kaum muda dan kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh Bandung Hijabers Community (religi, charity dan fashion). (2) Pemaknaan hijab oleh anggota Bandung Hijabers Community, Hijab sendiri berarti pembatas, penutup aurat yang dapat menjadi pelindung dan suatu kewajiban atau perintah agama guna menjaga kehormatan wanita muslimah. Banyak hal yang melatarbelakangi para anggota Bandung Hijabers Community untuk mulai memakai hijab. Ada yang dilatarbelakangi karena kesadaran sendiri, keinginan dan lingkungan keluarga yang islami. (3) Aktivitas Bandung Hijabers Community antara lain mengupload kegiatan-kegiatan positif yang mereka lakukan, antara lain, pengajian komunitas, charity komunitas dan kegiatan pemetretan yang seringkali mereka lakukan. Aktivitas Hijabers Community ini pada akhirnya merupakan budaya baru yang lahir melalui social media instagram, di mana hal ini merupakan gaya hidup yang membawa simbol-simbol keagamaan mereka yaitu hijab sebagai sebuah gaya hidup kaum hijabers kini. Hijab gaul, modis dan stylis ala hijabers telah membawa seperangkat nilai dan trend yang dilekatkan oleh member Bandung Hijabers Community sebagai bagian dari gaya hidup mereka. Pada akhirnya dari gaya hidup yang komunitas tersebut lakukan akan mengkonstruksi sebuah identitas bagi anggotanya sebagai seorang hijabers yang identik dengan seorang yang fashionabel

Kata kunci : Bandung Hijabers Community, hijab, aktivitas, gaya hidup

PENDAHULUAN

Hijab merupakan salah satu simbol ketaatan bagi seorang muslimah terhadap syari'at agama islam. Hijab dalam Islam dimaknai sebagai pakaian yang menutup seluruh tubuh dari ujung kepala sampai ke ujung kaki. Sedangkan legitimasi terhadap kewajiban muslimah memakai hijab diperlihatkan dalam Al Qur'an yang berbunyi:

Hai Nabi katakanlah kepada isteri-isterimu, anak-anak perempuanmu, dan isteri-isteri orang-orang beriman, hendaklah mereka mengulurkan hijabnya ke seluruh tubuh mereka. Yang demikian itu supaya mereka lebih mudah untuk dikenal, karena itu mereka tidak diganggu. Dan Allah adalah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang. (Surat al-Ahzab: 59)

Hal ini diperjelas lagi dalam Surat An-Nur : 31 yaitu ... dan hendaklah mereka menutupkan kain kerudung ke dadanya ... (Surat An-Nur:31)

Dari keterangan di atas dapat kita tarik kesimpulan bahwa hijab bukanlah kerudung yang digantungkan di leher, bukan pula kerudung tipis yang kelihatan rambutnya atau kerudung yang hanya menutup sebagian rambut belakangnya, bukan pula kerudung sebangsa kopyah yang kelihatan lehernya atau kerudung

yang hanya menutup ujung kepala bagian atas seperti ibu suster dan wanita Nashrani atau kerudung yang kelihatan dadanya, dan bukan pula selendang kecil yang dikalungkan di pundak kanannya.

Dalam penggunaannya pun telah diatur sedemikian rupa dalam kitab suci Al Quran, yang mana dalam mengenakan hijab tidak boleh transparan, tidak memperlihatkan lekuk tubuh, sederhana dan tidak mencolok. Namun, seiring dengan perkembangan zaman, pengaruh modernisasi pun tidak dapat ditolak dan mampu mempengaruhi penggunaan hijab bagi perempuan muslimah, khususnya mempengaruhi cara berpakaian dan penggunaan hijab bagi wanita muslimah. Jika dulu hijab hanyalah sebuah kain polos, berwarna gelap dan dinilai tidak dapat mengikuti perkembangan zaman, namun tampil cantik dan modis dengan gaya elegan dan feminim sekarang dapat dinikmati dengan balutan busana muslimah. Anak muda sekarang banyak menggemari tren busana muslimah. Para mahasiswi banyak yang mengenakan hijab saat dikampus, dan mereka tidak ragu lagi untuk mengenakan hijab sebagai busana keseharian mereka. Para siswa sekolah, sekarang ini juga banyak yang mengenakan hijab sebagai seragam

sekolah maupun pakaian keseharian mereka baik dirumah maupun saat hang out (nongkrong) bersama teman-temannya. Para ibu-ibu kantoran atau para wanita karir juga makin menggemari hijab sebagai busana kerja mereka. Bahkan ibu-ibu rumah tangga tidak mau ketinggalan untuk mengikuti tren berhijab seperti para wanita lainnya. Sekarang para perempuan ini tidak merasa terkungkung dengan hijab yang mereka kenakan, karena mereka dapat berkreasi sesuka hati untuk dapat mengkreasi hijab yang mereka kenakan supaya terlihat cantik dan fashionable saat menghadiri acara-acara tertentu.

Mereka menyakini bahwa walaupun memakai hijab, tetapi masih dapat modis dan mengikuti fashion yang berkembang sekarang ini. Jenis mode hijab yang semakin beragam dengan corak, model dan aksesoris yang mendukungnya menjadi daya tarik tersendiri. Hijab saat ini tidak hanya dipandang sebagai pakaian serba tertutup yang menggambarkan kesan tradisional, monoton dan konvensional. Keberadaan hijab telah diterima secara luas di berbagai lingkungan dan status sosial. Dahulu lingkungan kerja melarang seorang perempuan memakai hijab. Alasannya hijab dianggap kuno, tertutup, dan

menghambat aktivitas, terutama bagi perempuan karir. Hijab dipandang tidak mencerminkan sifat energik, aktif, modern, mobile, dan fashionable. Tapi kini tidak sulit lagi menemukan perempuan muslim memakai hijab dalam lingkungan kerja, di kampus-kampus atau sekolah, di mall-mall, bahkan untuk kegiatan olah raga pun tidak menghalangi perempuan memakai hijab. Kini, Hijab modern dinilai lebih fleksibel dan dapat dikombinasikan dengan berbagai busana lain. Mereka makin dinilai fashionable jika dapat menggabung-gabungkan antara mode pakaian satu dengan yang lainnya. Dengan menggabung-gabungkan mode pakaian satu dengan lainnya dan berani menabrakkan warna dan corak pakaian, maka gaya memakai hijab saat ini dinilai menjadi lebih kreatif dan variatif. Maraknya model hijab yang sesuai dengan kondisi lingkungan dan psikologis anak muda saat ini semakin mendorong perempuan memilih hijab dalam berbusana kesehariannya.

Apalagi ukuran cantik kini tidak hanya ketika menggunakan pakaian serba mini dan terbuka tetapi dengan hijab pun bisa tampil cantik dan anggun. Kini, dengan memakai hijab, wanita tidak bisa lagi hanya dinilai bahwa hal tersebut merupakan ungkapan taqwa seseorang

tetapi juga hal tersebut sudah termasuk perubahan selera mode berpakaian seseorang. 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*). Oleh karena itu pula, banyak kaum hawa terinspirasi oleh komunitas Hijabers. Belakangan muncullah pelabelan, gaya berhijab dan berbusana ala Hijabers. Toko-toko pakaian dan kerudung dengan cepat diserbu oleh banyak perempuan yang berhasrat membeli banyak kerudung kemudian mengkreasiannya dan tampil di depan umum seperti perempuan-perempuan dalam komunitas Hijabers. Pada konteks kekinian, melirik wilayah teritorial Indonesia misalnya, banyak komunitas-komunitas yang hadir sebagai perwujudan cerminan diri. Dari komunitas untuk budaya, suku, hingga komunitas akan gaya hidup dan fashion style. Yang marak saat ini adalah komunitas untuk gaya

hidup dan fashion style. Seperti dilansir dalam fashion blog yakni *Compagnons* (2012), yang memuat artikel bahwa “komunitas K-Pop yang digandrungi banyak remaja saat ini. Selain dari itu, komunitas yang selalu hangat dibicarakan adalah komunitas hijab kontemporer seperti “Hijabers” yang dengan cepat membuat sebuah tren berkerudung terbaru di Indonesia”.

Komunitas-komunitas ini adalah sekumpulan orang yang ingin terlihat sama dalam satu pandangan dalam bergaya dan berbusana. Dengan begitu akan membantu manusia atau anggota mendapatkan identitas diri secara bersama meskipun budaya yang dianut didalamnya bukan lagi budaya murni pribadi melainkan telah terasimilasi oleh budaya yang dianut oleh komunitas tersebut. Meski demikian, selalu ada perasaan penasaran dan gairah untuk bergabung dalam setiap komunitas-komunitas yang ada.

Komunitas Hijabers adalah sekumpulan wanita yang berdandan sangat modis dan Islami, mereka terdiri dari para remaja dan ibu-ibu. Penampilan berbusana mereka sangat berbeda dengan kebanyakan wanita yang mengenakan busana muslim, karena model pakaian yang mereka pakai sangat stylish dan

modis, dari mulai kerudung, baju sampai sepatu, tas, yang enak dipandang mata.

Komunitas ini pertama kali terbentuk pada tanggal 27 November 2010. Komunitas ini dibentuk dengan tujuan untuk memotivasi para perempuan yang masih ragu menggunakan hijab. Namun merebaknya penggunaan hijab sebagai fashion di kalangan anak muda nampaknya lebih dipengaruhi oleh kemunculan sosok Dian Pelangi dan Hijabers Community. Dian Pelangi adalah desainer muda Indonesia, yang debutnya di dunia mode telah dimulai sejak umurnya 19 tahun pada gelaran Jakarta Fashion Week 2009. Pada ajang tahunan tersebut Dian Pelangi mampu mencuri perhatian dengan rancangan busana muslim modern yang ditampilkannya. Selain itu ia adalah pendiri Hijabers Community yaitu komunitas yang berisi anak-anak muda berhijab yang tampil modis dan gaya yang diresmikan pada tanggal 27 November 2010 di Jakarta. (<http://www.tabloidbintang.com/hobi/564-93-hijabers-community-bermula-dari-acara-buka-puasa-di-mal.html>).

Hijabers Community sendiri mempunyai misi untuk memperkenalkan hijab/kerudung yang modis kepada anak-anak muda, dan ingin mengikis anggapan bahwa para pemakai hijab adalah orang

yang kuno. Meningkatnya jumlah wanita muslimah yang memakai hijab ini juga tidak lepas dari banyaknya event yang dilaksanakan oleh hijabers community untuk mengenalkan hijab trendy kepada masyarakat. Salah satu event yang sering digelar oleh mereka adalah Hijab Class. Dalam acara Hijab Class ini para peserta diajarkan tentang bagaimana memakai hijab yang modis dan trendi. Selain itu Hijabers Community juga memanfaatkan media jejaring sosial dalam setiap acara yang mereka buat, tercatat ada tiga media sosial yang digunakan Hijabers Community yaitu WebBlog, Facebook dan Twitter. Selain dari event-event yang dilakukan, media sosial juga mampu mengkonstruksikan sebuah budaya yang dikenal dengan budaya populer. Kemunculan Dian Pelangi dkk, seperti Irna Dewi, Jenahara, Siti Juwariyah dan April Jasmine juga mampu membuat para perempuan dan remaja-remaja di Kota Bandung terkena demam Hijabers. Para Idola ini melakukan sebuah Tutorial cara berhijab yang fashionable di Media Massa, seperti Youtube untuk memperagakan bagaimana berhijab trendi dan modis ala mereka, dan dari tutorial yang mereka upload di akun youtube bahkan telah banyak ditonton dan bahkan didownload oleh banyak orang, terutama

para perempuan. Bahkan sampai saat ini viewernya sudah mampu menembus angka 3648 pengunjung)

(<http://www.youtube.com/watch?v=cSDaE2TkukA>).

Manusia berinteraksi dengan manusia lain telah menjadi bagian inti dari kehidupan. Interaksi antar manusia merupakan rutinitas alamiah dalam fenomena hidup. Proses interaksi turut melibatkan proses komunikasi. Semenjak zaman manusia pertama diperkirakan ada hingga masa kini, proses interaksi maupun komunikasi senantiasa menunjukkan eksistensinya.

Terdapat dua tahapan proses komunikasi, yakni proses komunikasi primer dan sekunder. Proses komunikasi primer ialah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (symbol) sebagai media. Proses komunikasi sekunder yaitu proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama.

Maksud dari media kedua dalam proses komunikasi secara sekunder antara lain, surat, telepon, teks, surat kabar, radio, televisi dan internet. Media tersebut dimanfaatkan sebab letak komunikator

dan komunikan berada di tempat yang relative jauh, sehingga penggunaan media ini dapat menunjang efektivitas komunikasi. Perkembangan manusia dalam melaksanakan komunikasi dari segi kualitas maupun kuantitas mengalami peningkatan pesat dari waktu ke waktu. Komunikasi merupakan transmisi dari satu orang ke orang lain dengan pengirim ataupun penerimanya yang spesifik. Awalnya, system komunikasi masih tradisional dengan mengandalkan burung merpati, asap api ataupun menggunakan jasa pos. Ketika dunia telah mengenal mesin cetak, radio telegraf, maka model komunikasi telah berubah semakin cepat. Terlebih lagi setelah ada telepon, radio, televisi, fax hingga internet, masyarakat dunia dapat saling mengakses satu sama lain lebih cepat lagi.

Alternative komunikasi masyarakat modern saat ini menyebabkan tuntutan manusia terhadap kebutuhan informasi semakin tinggi. Hal ini turut melahirkan kemajuan yang cukup signifikan dalam bidang teknologi. Peningkatan di bidang teknologi, informasi, serta komunikasi mengakibatkan dunia tidal lagi mengenal batas, jarak, ruang, dan waktu. Seseorang dapat dengan mudak mengakses informasi penting tentang fenomena kejadian di

belahan dunia, tanpa harus berada di tempat tersebut. Padahal untuk mencapai tempat itu memakan waktu berjam-jam, namun hanya dengan seperangkat komputer yang memiliki konektivitas internet, informasi dapat diperoleh dalam hitungan detik.

Tidak dapat dipungkiri bahwa animo manusia terhadap internet sebagai media komunikasi dan informasi terus meningkat. Kehadiran internet telah membawa revolusi serta inovasi pada cara manusia berkomunikasi dan memperoleh informasi. Internet berhasil mengatasi masalah klasik manusia, karena keterbatasan jarak, ruang, dan waktu tidak lagi menjadi kendala berarti.

Internet turut mengubah bentuk masyarakat dunia, dari masyarakat dunia lokal menjadi masyarakat dunia global. Sebuah dunia yang sangat transparan terhadap perkembangan teknologi dan informasi yang begitu cepat dan besar dalam mempengaruhi peradaban umat manusia. Terdapat desa yang besar dengan masyarakatnya saling mengenal serta menyapa satu dengan lainnya, sehingga dunia tersebut sebagai *the big village*.

Media sebagai perluasan manusia dan media yang berbeda-beda mewakili pesan yang berbeda-beda pula. Media juga mempengaruhi cakupan serta bentuk dari

hubungan-hubungan dan kegiatan-kegiatan manusia. Pengaruh media telah berkembang dari individu ke masyarakat. Dengan media, setiap bagian dunia dapat dihubungkan menjadi “*global village*” atau desa global.

Sementara media sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat web page pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan member kontribusi dan feedback secara terbuka, member komentar, serta membagi informasi dalam yang cepat dan tidak terbatas. Kini untuk mengakses media sosial itu sendiri bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja hanya dengan menggunakan sebuah *mobile phone*. Demikian cepatnya orang bisa mengakses media sosial mengakibatkan terjadinya fenomena besar terhadap arus informasi, karena kecepatannya media sosial juga mulai tampak menggantikan peranan media massa dalam menyebarkan berita.

Perkembangan teknologi informasi tidak hanya mampu menciptakan masyarakat dunia global, namun secara materi dapat mengembangkan ruang gerak kehidupan baru bagi masyarakat. Tanpa disadari, komunitas manusia telah hidup

dalam dua dunia kehidupan, yakni kehidupan masyarakat nyata dan masyarakat maya (cybercommunity).

Masyarakat nyata ialah sebuah kehidupan masyarakat yang secara indrawi dapat dirasakan sebagai sebuah kehidupan nyata, hubungan-hubungan sosial sesama anggota masyarakat dibangun melalui pengindraan. Dalam masyarakat nyata, kehidupan manusia dapat disaksikan sebagaimana apa adanya. Kehidupan masyarakat maya merupakan suatu kehidupan masyarakat manusia yang tidak dapat secara langsung diindera melalui penginderaan manusia, namun mampu dirasakan serta disaksikan sebagai sebuah realitas.

Media sosial yang sedang booming di kalangan remaja masa kini yaitu media sosial Instagram. Instagram sama seperti media sosial lainnya, namun lebih fokus kepada foto atau pengeditan foto. Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Satu fitur yang unik di Instagram adalah memotong foto menjadi bentuk persegi, sehingga terlihat seperti hasil kamera Kodak Instamatic dan polaroid. Hal ini berbeda dengan rasio aspek 4:3

yang umum digunakan oleh kamera pada peranti bergerak. Instagram dapat digunakan di gadget atau smartphone yang mana sedang digandrungi oleh para penggunanya belakangan ini seperti iPhone, iPad atau iPod Touch versi apapun dengan sistem operasi iOS 3.1.2 atau yang terbaru, dan telepon genggam Android apapun dengan sistem operasi versi 2.2 (Froyo) ke atas. Aplikasi ini dapat diunggah melalui Apple App Store dan Google Play.

Kata Instagram sendiri berasal dari kata Insta, yang berarti instan, dan Gram yang diambil dari kata telegram. Dulunya Instagram adalah aplikasi gratis dari iTunes yang didirikan oleh Perusahaan Burbn, Inc. Yang berdiri pada tahun 2010, Perusahaan teknologi startup yang hanya berfokus kepada pengembangan aplikasi untuk telepon genggam. Pada awalnya Burbn, Inc. sendiri memiliki fokus yang terlalu banyak di dalam HTML5 peranti bergerak, namun kedua CEO, Kevin Systrom dan Mike Krieger memutuskan untuk lebih fokus pada satu hal saja. Setelah satu minggu mereka mencoba untuk membuat sebuah ide yang bagus, pada akhirnya mereka membuat sebuah versi pertama dari Burbn, namun di dalamnya masih ada beberapa hal yang belum sempurna. Versi Burbn yang sudah

final, aplikasi yang sudah dapat digunakan iPhone yang isinya terlalu banyak dengan fitur-fitur. Sulit bagi Kevin Systrom dan Mike Krieger untuk mengurangi fitur-fitur yang ada, dan memulai lagi dari awal, namun akhirnya mereka hanya memfokuskan pada bagian foto, komentar, dan juga kemampuan untuk menyukai sebuah foto. Itulah yang akhirnya menjadi Instagram. Namun karena Instagram semakin booming Facebook rela mengeluarkan uangnya sebesar 1 Milliar Dollar untuk membeli aplikasi ini.

Kegunaan Instagram tidak hanya untuk berbagi foto saja, melainkan juga untuk menyunting foto-foto yang memiliki 16 efek yang dapat digunakan untuk menyunting foto. Dengan aplikasi Instagram, foto-foto dapat diunggah melalui jejaring sosial seperti facebook, twitter, foursquare, flickr, dan juga posterous. Sistem sosial di dalam Instagram adalah dengan menjadi mengikuti akun pengguna lainnya. Demikian hal ini secara tidak langsung akan menimbulkan sebuah interaksi. Pengikut menjadi salah satu unsur yang penting, dapat terjalin dengan memberikan tanda suka dan juga mengomentari foto-foto yang telah diunggah oleh pengguna lainnya. Jumlah tanda suka dari para pengikut sangat

mempengaruhi apakah foto tersebut dapat menjadi sebuah foto yang populer atau tidak. Untuk menemukan teman-teman yang ada di dalam Instagram. Juga dapat menggunakan teman-teman mereka yang juga menggunakan Instagram melalui jejaring sosial seperti Twitter dan juga Facebook.

Nilai positif dari media sosial Instagram ialah dapat membantu mengabadikan moment atau peristiwa di sekitar melalui foto, juga dapat menuangkan ide kreatif dengan menggunakan hashtag yang memudahkan pengguna Instagram untuk mengelompokkan foto dalam suatu label. Hashtag tersebut dibuat sesuai dengan keinginan pengguna Instagram.

Sebuah hashtag adalah kata atau frase tanpa spasi yang diawali dengan simbol hash ("#"). Ini adalah bentuk tag metadata. Kata-kata dalam pesan pada microblogging dan media sosial seperti Twitter, Facebook, Google+ maupun Instagram dapat ditandai dengan menempatkan "#" di depan mereka.

Hashtag dapat berupa kalimat atau kata tanpa spasi, untuk mengkategorikan sebuah status atau pembicaraan, sehingga memudahkan kita mengelompokkan dan mencari pembicaraan yang memiliki topik yang sama. Dengan menggunakan hashtag

informasi yang ditambahkan akan otomatis tergabung menjadi sebuah kelompok artikel dengan hashtag yang sama didalam satu halaman. Hashtag difungsikan untuk menggolongkan tema atau topik yang lebih spesifik dalam media sosial terutama Instagram, dan di sisi lain hashtag juga mempermudah orang lain untuk mencari topik yang saling berhubungan .

Di Bandung juga terdapat komunitas hijabers, mereka menamai dirinya sebagai Bandung Hijabers. Semakin banyak wanita muslimah yang berhijab. Tak hanya orangtua, namun kini remaja bahkan anak-anak pun mulai banyak yang menggunakan hijab. Dengan perkembangan zaman pulalah, wanita berhijab fashionable dan stylish pun mulai bermunculan, tentunya ini tak terlepas dari pengaruh desainer-desainer muda yang kemudian mendirikan hijabers community di Jakarta. Momentum ini dilirik oleh hampir semua kalangan berhijab, pasalnya sejak dahulu hingga kini komunitas hijab dengan peserta anak muda sangat sulit ditemukan. Jakarta sebagai Ibu Kota, juga sebagai pusat perputaran fashion moderen di Indonesia menjadi strategi untuk merangkul kalangan hijaber di seluruh Indonesia, dalam hal ini Kota Bandung sebagai pusat fashion Jawa Barat.

Para komite Bandung Hijabers yang ditemui MR Komot, Jumat (10/14) di Basecamp mereka (MR Komot, Jl. Citarum No 31 Lojiwetan, Bandung, menjelaskan jika komunitas tersebut terbentuk tanggal 9 September 2011. Hingga kini sudah memiliki 30 komite dan lebih dari 150 anggota yang bergabung di Bandung Hijabers.

Di Bandung, komunitas ini ini mempunyai tempat di hati masyarakat sendiri, karena selain kegiatan amal yang mereka lakukan, tren busana yang mereka gunakan juga akan menjadi tren dan diikuti dikalangan anggota komunitas dan perempuan-perempuan berhijab lainnya di Kota Bandung. Para anggota dari Komunitas ini juga memiliki pemaknaan tersendiri terhadap fashion berhijab mereka. Mereka mempunyai anggapan bahwa mereka bisa tampil modis dan fesyen tetapi tidak meninggalkan kesyar'ian mereka dalam berhijab, seperti yang diungkapkan oleh : Komite dan anggota Bandung Hijabers, walau mereka berhijab, tapi masih berhijab secara Syar'i. "Walau kita berhijab, tapi trend tetap Syar'i," ungkap para komite Bandung Hijabers. Dengan fashion dan hijab yang mereka kenakan juga mampu mengkomunikasikan identitas diri mereka kepada oranglain.

Demam tren fashion hijab ala hijabers yang mewabah dimana-mana, khususnya di Kota Bandung yang telah banyak diikuti oleh para perempuan berhijab di Kota lainnya. Hal tersebut membuat sebuah euphoria tersendiri di kalangan para perempuan berhijab ini, karena para perempuan berhijab ini mampu mengenakan hijab yang modis dan mengikuti tren fashion kekinian dan secara langsung menghapus stigma yang ada di masyarakat tentang hijab yang kaku dan tidak fashionable. Ada banyak wanita yang tertarik dan ingin bergabung dalam komunitas tersebut. Buktinya, dalam akun facebook "Bandung Hijabers Community" mencapai hingga 4.921 yang telah bergabung. Angka ini hanya berlaku di sosial media, namun jumlah anggota yang sebenarnya untuk wilayah Bandung mencapai 150 an anggota. Meski tidak sebanyak angka di sosial media, angka ratusan ini tentunya cukup representatif menjelaskan bahwa Hijabers banyak dilirik oleh para muslimah di Kota Bandung khususnya.

Sebuah identitas baru kemudian ingin dipamerkan dari individu-individu dalam komunitas Hijabers melalui gaya hidup yang mereka lakukan. Melihat hal ini, penulis kemudian mencoba melakukan penelitian lebih jauh yang

selanjutnya menamakan skripsi ini dengan judul Hijab Sebagai Gaya Hidup (Studi Fenomenologi Tentang Alasan Perempuan Memakai Hijab dan Aktivitas Bandung Hijabers Community

METODE

Penelitian ini menggunakan bentuk penelitian deskriptif kualitatif di mana peneliti berusaha menggali informasi sebanyak mungkin tentang persoalan yang menjadi topik penelitian dengan mengutamakan data-data verbal. Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologis. Penelitian dengan pendekatan fenomenologi berusaha untuk memahami makna dari berbagai peristiwa dan interaksi manusia didalam situasinya yang khusus. Bogdan & Biklen, 1982 (Sutopo,2002:27) menjelaskan bahwa pendekatan fenomenologis menekankan pada berbagai aspek subjektif dari perilaku manusia supaya dapat memahami tentang bagaimana dan apa makna yang mereka bentuk dari berbagai peristiwa dalam kehidupan mereka sehari-hari. Dalam penelitian ini, peneliti memilih sampel beberapa komite atau pengurus Bandung Hijabers Community dan para member Bandung Hijabers Community. Data penelitian dikumpulkan dengan

menggunakan metode wawancara, dokumentasi dan observasi.

HASIL PENELITIAN

Hasil penelitian tentang hijab sebagai gaya hidup bagi Bandung Hijabers Community menunjukkan bahwa: (1) Alasan mereka untuk bergabung dengan komunitas ini karena mereka haus akan ilmu agama, komunitas muslimah dengan anggota mayoritas kaum muda dan kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh Bandung

Hijabers Community (religi, charity dan fashion). (2) Pemaknaan hijab oleh anggota Bandung Hijabers Community, Hijab sendiri berarti pembatas, penutup aurat yang dapat menjadi pelindung dan suatu kewajiban atau perintah agama guna menjaga kehormatan wanita muslimah. Banyak hal yang melatarbelakangi para anggota Bandung Hijabers Community untuk mulai memakai hijab. Ada yang dilatarbelangi karena kesadaran sendiri, keinginan dan lingkungan keluarga yang islami. (3) Aktivitas Bandung Hijabers Community antara lain kegiatan religi, charity (amal) dan fashion. Apa yang dilakukan oleh perempuan berhijab yang tergabung dalam Bandung Hijabers Community tersebut merupakan sebuah

gaya hidup, yang membawa simbol-simbol keagamaan mereka yaitu hijab sebagai sebuah gaya hidup yang mereka lakukan. Hijab gaul, modis dan stylis ala hijabers telah membawa seperangkat nilai dan trend yang dilekatkan oleh member Bandung Hijabers Community sebagai bagian dari gaya hidup mereka. Hal-hal tersebut ertuang dalam social media Instagram, yang secara gradual diupload baik secara individu maupun oleh sponsor. Pada akhirnya dari gaya hidup yang komunitas tersebut lakukan akan mengkonstruksi sebuah identitas bagi anggotanya sebagai seorang hijabers yang identik dengan seorang yang fashionabel.

PEMBAHASAN

Dari hasil penelitian diatas, dapat dianalisis dengan menggunakan teori milik David Caney tentang Gaya Hidup yaitu :

Gaya hidup menurut David Chaney (2006: 40) yaitu memahami apa yang orang lakukan, mengapa mereka melakukannya, dan apakah makna tindakannya bagi dirinya sendiri dan orang lain.

Gaya hidup masyarakat modern semakin memperjelas adanya makna simbolik yang terkandung dalam berbagai gaya yang ada. Dunia benda mengusung

simbol-simbol untuk mengkomunikasikan gaya hidup tertentu. David Chaney (2006: 92)

Kaitannya dengan pendapat Chaney di atas dapat dijelaskan bahwa : Dalam kasus Bandung Hijabers Community, apa yang dilakukan adalah para perempuan berhijab bergabung dengan komunitas muslimah berhijab yaitu Bandung Hijabers Community.

- a. Alasan mereka untuk bergabung dengan komunitas ini karena mereka haus akan ilmu agama, dan juga sedikit sekali ada komunitas muslimah yang mengadakan pengajian dengan anggota mayoritas kaum muda. Selain itu, kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh Bandung Hijabers Community baik itu yang berbau religi, charity maupun tentang fashion yang telah banyak menarik minat para wanita muslimah untuk bergabung dengan komunitas ini.
- b. Perempuan berhijab yang menjadi member dari Bandung Hijabers Community memiliki alasan tersendiri mengapa mereka memutuskan untuk berhijab antara lain karena mereka sudah memiliki kesadaran hati, lingkungan keluarga yang islami dan berhijab adalah suatu perintah agama, selain itu mereka juga memiliki alasan

kenapa para perempuan berhijab ini ikut bergabung dengan Bandung Hijabers Community.

- c. Bandung Hijabers Community ini dapat dikonstruksikan sebagai komunitas yang bergaya, dalam artian komunitas muslimah yang berhijab namun fashionabel dengan mengkreasi hijab mereka dengan tetap sesuai dengan ajaran agama. Hijab sendiri berarti penutup aurat, pembatas, pelindung diri dan sebuah kewajiban terhadap Allah SWT. Hijab dinilai adalah suatu kebutuhan bagi anggota Bandung Hijabers Community.

Hijab disini menjadi salah satu simbol dari komunitas muslimah ini. Menjadi simbol atau perlengkapan hidup karena hijab yang digunakan lain dari hijab yang biasa dipakai atau konvensional sehingga menimbulkan kekhasan tersendiri. Apa yang dilakukan oleh perempuan berhijab yang tergabung dalam Bandung Hijabers Community tersebut merupakan sebuah gaya hidup, yang membawa simbol-simbol keagamaan mereka yaitu hijab sebagai sebuah gaya hidup yang mereka lakukan. . Sebuah identitas dan gaya hidup yang coba mereka tampilkan dengan hijab yang menjadi simbol islam yang mereka kenakan dengan sangat fashionabel

sebagai identitas diri yaitu sebagai seorang hijabers. Berdasarkan pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa hijab gaul, modis dan stylis ala hijabers telah membawa seperangkat nilai dan trend yang dilekatkan oleh member Bandung Hijabers Community sebagai bagian dari gaya hidup mereka.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data dan pembahasan tentang Hijab sebagai gaya hidup bagi Bandung Hijabers Community peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa Bandung Hijabers Community adalah suatu perkumpulan wanita-wanita muslimah yang berada di Kota Bandung. Bandung Hijabers Community ini dapat dikonstruksikan sebagai komunitas yang bergaya, dalam artian komunitas muslimah yang berhijab namun fashionabel dengan mengkreasi hijab mereka dengan tetap sesuai dengan syar'i. Para member senantiasa mengupload aktivitas-aktivitas mereka, mulai dari aktivitas individu maun aktivitas komunitas ke dalam media social Intagram Hal tersebut memang telah menjadikan hijab sebagai gaya hidup bagi mereka, karena mereka memiliki argument kenapa mereka melakukannya seperti itu.

Alasan mereka untuk bergabung dengan komunitas ini karena mereka haus akan ilmu agama, dan juga sedikit sekali ada komunitas muslimah yang mengadakan pengajian dengan anggota mayoritas kaum muda. Selain itu, kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh Bandung Hijabers Community baik itu yang berbau religi, charity maupun tentang fashion telah banyak menarik minat para wanita muslimah untuk bergabung dengan komunitas ini.

Hijab disini menjadi salah satu simbol dari komunitas muslimah ini. Menjadi simbol karena hijab yang digunakan lain dari hijab yang biasa dipakai atau konvensional sehingga menimbulkan kekhasan tersendiri. Karena kekhasan tersebut maka banyak orang yang mengatakan itu adalah hijab ala hijabers. Sebagai anggota dari Bandung Hijabers Community tentunya mempunyai asumsi mengenai hijab itu sendiri. Hijab sendiri berarti pembatas, penutup aurat yang dapat menjadi pelindung, hijab juga diartikan sebagai suatu kewajiban atau perintah agama guna menjaga kehormatan wanita muslimah dan hijab dapat membentengi diri dari perbuatan yang negatif. Banyak hal yang melatarbelakangi para anggota Bandung Hijabers Community untuk mulai

memakai hijab. Ada yang dilatarbelangi karena kesadaran sendiri, keinginan dan bahkan lingkungan keluarga juga berpengaruh dalam keputusan untuk berhijab.

Kegiatan wajib yang dilaksanakan oleh Bandung Hijabers Community setiap akhir bulan yaitu pengajian rutin dan tadarus Al Quran. Kegiatan amal atau charity yaitu donor darah, garage sale dan bazaar. Selain itu masih banyak kegiatan lain yang dilakukan oleh Bandung Hijabers Community, antara lain : All Day Long With Bandung Hijabers Community, hijab and beauty class, milad, gathering dan fashion show. Dalam hal ini Bandung Hijabers Community cenderung merasa nyaman memilih gaya hidup dengan menggelar aktivitas-aktivitas komunitasnya di tempat-tempat yang memiliki status prestisiuos di mata masyarakat seperti di butik, restoran, mall dll dan menggelar event bergengsi seperti fashion show, beauty and hijab class di mata perempuan muda di Kota Bandung.

Bandung Hijabers Community tidak hanya menempatkan hijab sebagai sebuah wujud tingginya tingkat keimanan atau ketaatan seseorang, lebih dari itu ia juga menempatkan hijab atau hijab sebagai suatu fashion. Apa yang dilakukan oleh perempuan berhijab yang tergabung

dalam Bandung Hijabers Community tersebut merupakan sebuah gaya hidup, yang membawa simbol-simbol keagamaan mereka yaitu hijab sebagai sebuah gaya hidup yang mereka lakukan. Hijab gaul, modis dan stylis ala hijabers telah membawa seperangkat nilai dan trend yang dilekatkan oleh member Bandung Hijabers Community sebagai bagian dari gaya hidup mereka. Pada akhirnya dari gaya hidup yang komunitas tersebut lakukan akan mengkontruksi sebuah identitas bagi anggotanya sebagai seorang hijabers yang identik dengan seorang yang fashionabel.

Referensi

- Alfathri, Adlin. 2007. Resistensi Gaya Hidup: Teori dan Realitas. Yogyakarta: Jalasutra
- Barnard, Malcolm. 2007. Fashion Sebagai Komunikasi. Yogyakarta : Jalasutra.
- Baudrillard, J.P. 2004. Masyarakat Konsumsi. Yogyakarta : Kreasi Wacana
- Budiati, A.C. 2011. Hijab: Gaya Hidup Baru Kaum Hawa. Jurnal Sosiologi Islam, Vol 1(1), 59-69
- Burhan, Burhin. 2003. Metodologi Penelitian Kualitatif. Jakarta : PT Grafindo Persada

- Caney, David. 2011. *Lifestyle Sebuah Pengantar Komprehensif*. Yogyakarta : Jalasutra
- Danesi, Marcel. 2012. *Pesan Tanda Makna*. Yogyakarta : Jalasutra
- Budiati, A.C. 2011. *Hijab: Gaya Hidup Baru Kaum Hawa*. *Jurnal Sosiologi Islam*, Vol 1(1), 59-69
- Goodman, D.J & Ritzer, George. 2008. *Teori Sosiologi*. Jakarta: Kreasi Wacana Guindi, Fedwa El. 2006. *Hijab*. Diperoleh dari <http://books.google.co.id/books>
- Ibrahim, I.S. (Ed). 2005. *Lifestyle Ecstasy (Kebudayaan Pop Dalam Masyarakat Komoditas Indonesia)*. Yogyakarta : Jalasutra
- _____. (Pengantar). (2007a). *Fashion Sebagai Komunikasi*. Yogyakarta : Jalasutra.
- _____. (2007b). *Budaya Populer Sebagai Komunikasi (Dinamika Popscape dan Mediascape di Indonesia Kontemporer)*. Yogyakarta : Jalasutra
- Ife, Jim. & Tosoriero, F. 2008. *Community Development*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Ishomuddin. 2002. *Pengantar Sosiologi Agama*. Jakarta : Ghalia Indonesia
- Moleong, L.J. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Rogers, M.F. 2009. *Barbie Culture : Ikon Budaya Konsumerisme*. Yogyakarta : Relief
- Siwi, Mahmudi. 2011. *Konsep Komunitas dan Masyarakat dalam Perspektif Sosiologi*. Diperoleh dari <http://mahmudisiwi.staff.ipb.ac.id>
- Sugiyono. 2011. *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Sutopo, HB. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : UNS Press
- Syam, Nur. 2005. *Bukan Dunia Berbeda : Sosiologi Komunikasi Islam*. Surabaya : Pustaka Eureka
- <https://www.facebook.com/bandung.hijabers/photos>
- <http://www.timlo.net/baca/16271/bandung-hijabers-tak-hanya-untuk-wanita-berhijab/>
- <http://edisicetak.joglosemar.co/berita/bandung-hijabers-cantik-hati-sekaligus-cantik-fisik-61230.html>
- <http://dispendukcapil.bandung.go.id/index.php/profilpenduduk/tahun-2012/90-kuantitaspending/96-jumlahdanpersebaranpenduduk>
- <http://dispendukcapil.bandung.go.id/index.php/profilpenduduk/tahun-2012/90-kuantitaspending/97-pendudukmenurutkarakteristikdemografi>
- <http://dispendukcapil.bandung.go.id/index.php/profilpenduduk/tahun-2012/90-kuantitaspending/98-komposisipendudukmenurutkarakteristiksosial>
- <http://bandunghijabers.wordpress.com/kegiatan-bandung-hijabers/>
