

## HUBUNGAN ANTARA SIKAP MODIS DAN INTENSI BERHIJAB PADA HIJABERS

*Sofwatun Nida  
Jacobus Belida Blikololong  
Universitas Gunadarma*

### ABSTRAK

*Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui hubungan antara sikap modis dan intensi berhijab pada hijabers. Penelitian kuantitatif ini menggunakan penyebaran kuesioner mengenai sikap modis dan intensi berhijab. Sampel penelitian ini adalah mahasiswi Universitas Gunadarma yang menggunakan hijab, berjumlah 50 orang. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan teknik analisis korelasi dari Pearson. Teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan antara sikap modis dan intensi berhijab pada hijabers dengan nilai korelasi  $-0,145$  dan nilai signifikansi  $0,158 (> 0,05)$ .*

**Kata kunci:** *Sikap, Modis, Intensi, Hijab.*

### PENDAHULUAN

Hijab merupakan identitas dalam agama Islam yang berimplikasi pada keyakinan hati, tutur kata dan tingkah laku. Memakai hijab adalah salah satu kewajiban seorang muslimah yang harus menutup aurat. Umat Islam menyambut baik fenomena semakin banyaknya perempuan muslim yang mengenakan jilbab lewat berbagai proses yang berbeda (Rahmaningtyas, 2013).

Hijab berasal dari kata bahasa Arab, *hajaba*, yang berarti menyembunyikan dari pandangan, atau dinding pemisah. Dalam konteks lebih luas hijab berarti menutup aurat dengan kain bagi perempuan muslim, kecuali telapak tangan dan wajah. Ini disebut jilbab atau *khumur* yang berarti penutup (Gultom, 2013).

Tujuan berhijab ditegaskan dalam Syariat Islam sebagai berikut: "*Hai Nabi, katakanlah kepada isteri-isterimu, anak-anak perempuanmu dan isteri-isteri orang muslim: 'Hendaklah mereka mengulurkan jilbabnya 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"* (Q. S. Al-Ahzab: 59).

Tidak semua wanita muslim mau memakai hijab karena, antara lain, tidak tersedianya busana muslim yang sesuai dengan usia dan selera, kekhawatiran akan terhambatnya karir atau berkurangnya dukungan dari orang-orang di sekitar. Apalagi di awal perkembangannya, busana muslim identik dengan pakaian untuk wanita yang sudah tua dan kurang trendi sehingga dianggap tidak cocok untuk wanita muda.

Dewasa ini banyak wanita muslim, mulai dari anak-anak, remaja, hingga orang-orang dewasa, dari pedagang hingga civitas akademi perguruan tinggi, memakai hijab. Di Universitas Gunadarma, misalnya, semakin banyak mahasiswa dan dosen menggunakan hijab, yang bentuk dan modelnya semakin variatif.

Menurut majalah *The Economist* edisi April 2014, keinginan untuk berbusana muslim disebabkan antara lain oleh meningkatnya kesejahteraan negara-negara Islam. Menurut Reina Lewis, seorang ahli mode dari London, kebangkitan Islam pada dekade 1970-an

dan perasaan terpukul setelah serangan 11 September 2001 mendorong banyak perempuan muslim untuk menampilkan wajah Islam dalam cara berpakaian. Bahkan, Aziza Al-Yousef, profesor dari Arab Saudi, menilai busana muslim lebih sesuai dengan kehidupan modern dibanding busana tradisional di banyak negara. "Bukan kecantikan yang membuat kaum wanita muslim menonjol dalam intelektualitas, tetapi hijab" kata Aziza.

Menurut Syariat Islam, hijab harus menutupi dada sehingga hanya terlihat wajah dan pergelangan tangan. Pakaian muslimah tidak boleh ketat dan dibuat dari bahan yang tidak tipis sehingga tidak terlihat lekuk tubuh (Mufid, 2013). Kenyataannya, ada *Jilboobs*, yakni perempuan yang memakai hijab dengan baju dan celana yang sangat ketat dan "Jilbab Gaul", yakni hijab yang dipakai hanya untuk "bergaya", suatu yang agak melenceng dari pakem hijab yang sebenarnya.

Perkembangan busana muslim di Indonesia mendapat angin sejak munculnya Dian Wahyu Utami (Dian Pelangi) yang bersama Ria Miranda mendirikan Hijabers Community (komunitas pemakai jilbab) pada Maret 2011 di Bandung (Farizyati, 2011). Kehadiran komunitas ini membuka mata kaum perempuan muslim, bahwa hijab membuat pemakainya tetap modis. Dari tempat lahirnya di Bandung, komunitas ini merambah berbagai kota seperti Jakarta, Yogyakarta, Solo, Semarang, Surabaya, Malang, Makassar, Medan, Padang, Batam, Pekanbaru, Palu, Tasikmalaya, Bengkulu, Bogor, Depok, Bekasi, Subang, dan Mataram.

Munculnya sejumlah *designer* muslimah sesudahnya seperti Fitri Aulia, Jenahara, dan Lulu Elhasbu, serta artis-artis *designer* seperti Zaskia Sungkar, Puput Melati, Nuri Maulida, dan Pipik Dian Irawati membuat pamor hijab melejit. (Nurcahyani, 2013).

Hasil penelitian Andriani & Ni'matuzahroh (2013) di Banjarmasin menunjukkan bahwa di kalangan pemakai

hijab terdapat konformitas tinggi (68%) terhadap perkembangan hijab. Hasil penelitian Novitasari (2014) bahkan mengungkapkan bahwa di kalangan anggota Solo Hijabers Community hijab sudah menjadi bagian gaya hidup, yang selanjutnya mengkonstruksi identitas para anggotanya sebagai hijaber yang *fashionable* dan trendi.

Komunitas-komunitas hijab memperkenalkan dan mengembangkan "hijab modis" bagi perempuan muda. Menurut *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, modis berarti mengikuti mode; yang berpakaian sesuai dengan mode yang paling baru. Mode atau trend adalah penampilan atau bentuk gaya terbaru pada suatu waktu (Gunawan, 2012).

Sesuai karakteristik masa remaja yang sedang mencari identitas, para remaja dan dewasa muda, terutama wanita, identik dengan perkembangan mode. Perubahan sikap perempuan muslim terhadap hijab sebagian besar didorong oleh reaksi positif wanita muda terhadap hijab, yang kemudian mendorong perkembangan bisnis busana muslim yang modis. Penilaian terhadap konsekuensi yang dipersepsikan individu, dan persepsi individu terhadap kemungkinan munculnya konsekuensi tersebut, akan membentuk sikap pada diri individu (Fishbein & Ajzen, 1975). Sikap seperti ini disebut sikap modis.

Segelintir perempuan muslim memakai hijab untuk mengikuti tren busana. Mereka ini memakai hijab pada kegiatan-kegiatan tertentu (misalnya saat ke sekolah atau kampus), suka buka-pakai hijab, atau memakai hijab tetapi mengunggah foto tanpa hijab. Dikhawatirkan bahwa cara berhijab seperti ini merupakan ekspresi dari sikap konsumeristik atau sebatas upaya untuk menarik perhatian pria.

Sikap modis membuat seorang yang sebelumnya tidak berhijab, berniat untuk memakainya. Sikap merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi terbentuknya intensi (Fishbein & Ajzen, 1975). Intensi adalah tujuan yang kuat

disertai tekad untuk menghasilkan suatu yang diinginkan. Seorang yang memiliki intensi, mempunyai kemauan kuat yang tidak dapat dikalahkan oleh suatu yang lain (Dyer, 2010). Menurut Ajzen (dalam Alhaj, Yusof & Edama, 2011), niat merupakan elemen yang mendominasi faktor motivasi dalam mempengaruhi perilaku individu. Niat senantiasa terkait erat dengan perilaku nyata. Berhijab merupakan perilaku nyata seorang muslimah sebagai wujud dari keinginan untuk memenuhi kewajiban agamanya.

Karena hijab diproduksi sesuai perkembangan mode, maka muncul intensi dalam diri para remaja dan perempuan muda muslim untuk memakai hijab. Intensi berhijab tidak akan goyah jika orang memiliki keyakinan yang kuat dan berperilaku sesuai keyakinan tersebut. Intensi pribadi yang kuat, didukung oleh lingkungan sekitar.

## **METODE PENELITIAN**

Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan intensi berhijab sebagai variabel dependen dan sikap modis sebagai variabel independen. Variabel intensi diukur dengan skala menurut Fishbein dan Ajzen (1975), sedangkan sikap modis diukur dengan skala yang dikembangkan Walgito (2011).

Populasi penelitian adalah perempuan berhijab, berusia 18-25 tahun, dengan sampel 50 pemakai hijab di Universitas Gunadarma Depok, dengan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner yang mengacu pada skala intensi berhijab dan sikap modis. Analisis data menggunakan hubungan (korelasi) Product Moment Pearson dengan program SPSS versi 22.0 for Windows.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Subjek penelitian adalah 50 mahasiswi berhijab, berusia 18-24 tahun. Perinciannya: 11 orang berusia 18 tahun (22%), 10 berusia 20 tahun (20%), 10 berusia 19 tahun (20%), 9 berusia 22

tahun (18%), 5 berusia 21 tahun (10%), 3 berusia 24 tahun (6%), dan 2 orang berusia 23 tahun (4%). Mereka terdiri dari 20 orang dari jurusan psikologi (40%), 8 dari jurusan manajemen (16%), 7 dari jurusan teknik industri (14%), 6 dari jurusan akuntansi (12%), 4 dari jurusan sastra Inggris (8%), 2 dari jurusan komunikasi (4%), 1 dari jurusan teknik elektro (2%), 1 dari jurusan sistem informasi (2%), dan 1 orang dari jurusan sistem komputer (2%).

Lamanya subjek berhijab bervariasi mulai dari kurang dari satu tahun sampai 15 tahun seperti disajikan pada tabel 1.

## **Uji Validitas**

Pada kuesioner sikap modis yang disusun menurut Skala Likert, 22 dari 30 item yang digunakan adalah valid, sedangkan 8 item tidak valid. Pada kuesioner intensi berhijab yang disusun menurut Skala Likert, 16 dari 25 item yang digunakan adalah valid sedangkan 9 item lain tidak valid. Distribusi item valid kedua skala disajikan pada tabel 2 dan 3.

## **Uji Reliabilitas**

Hasil uji reliabilitas pada skala sikap modis dan skala intensi berhijab disajikan pada tabel 4.

## **Uji Normalitas**

Berdasarkan hasil uji normalitas pada sikap modis diperoleh nilai p (signifikansi) sebesar 0,051, sedangkan pada intensi berhijab diperoleh nilai p (signifikansi) sebesar 0,200. Hal ini berarti kedua data variabel berdistribusi normal. Hasil uji normalitas disajikan pada tabel 5.

## **Uji Linearitas**

Hasil uji linearitas menunjukkan nilai signifikansi 0,395 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel yang diuji tidak linear. Hasil uji linearitas disajikan pada tabel 6.

**Tabel 1**  
**Distribusi Subjek Berdasarkan Lama Memakai Hijab**

Lama	Jumlah	Presentase
< 1 tahun	6	12 %
1 tahun	7	14 %
2 tahun	6	12 %
3 tahun	7	14 %
4 tahun	5	10 %
5 tahun	2	4 %
6 tahun	1	2 %
7 tahun	5	10 %
8 tahun	1	2 %
9 tahun	2	4 %
10 tahun	4	8 %
11 tahun	1	2 %
15 tahun	3	6 %
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100 %</b>

**Tabel 2**  
**Distribusi Item Valid Pada Kuesioner Sikap Modis**

No.	Karakteristik	Nomor Item		Total
		Favorable	Unfavorable	
1.	Komponen Kognitif	3*, 15, 22*, 12*, 23*, 16	18, 11, 8, 2	6
2.	Komponen Afektif	9, 26, 4, 24*	21, 14, 19, 7, 17, 27*	8
3.	Komponen Konatif	10, 25, 29	1, 5, 6, 13*, 20*, 28, 30	8
	<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>14</b>	<b>22</b>

\*item yang tidak valid

**Tabel 3**  
**Distribusi Item Valid Pada Kuesioner Intensi Berhijab**

No.	Karakteristik	Nomor Item		Total
		Favorable	Unfavorable	
1.	Perilaku	2*, 4*, 15, 17*	6, 9*, 13, 21	4
2.	Sasaran	11, 19*, 24	1*, 7, 16, 22	5
3.	Situasi	25	8, 12, 14, 23	5
4.	Waktu	5*, 18*	10*, 3, 20	2
	<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>12</b>	<b>16</b>

\*item yang tidak valid

**Tabel 4**  
**Reliabilitas Alpha Cronbach**

	Cronbach's Alpha	N of Items
Sikap	0,894	22
Intensi	0,890	16

**Tabel 5**  
**Hasil Uji Normalitas**

	Kolmogorov-Smirnov		
	Statistic	Df	Sig.
Sikap Modis	0,125	50	0,051
Intensi Berhijab	0,100	50	0,200

**Tabel 6**  
**Hasil Uji Linearitas**

	F	Sig.
Sikap Modis Intensi Berhijab	0,750	0,395

**Tabel 7**  
**Uji Hipotesis**

		Sikap modis	Intensi berhijab
Sikap modis	Pearson Correlation	1	-,145
	Sig. (1-tailed)		,158
	N	50	50
Intensi berhijab	Pearson Correlation	-,145	1
	Sig. (1-tailed)	,158	
	N	50	50

**Tabel 8**  
**Mean Empirik dan Mean Hipotetik**

Skala	Mean Empirik	Mean Hipotetik	Standar Deviasi
Sikap Modis	94,06	48	10,6
Intensi Berhijab	66,54	66	14,6

### Uji Hipotesis

Hasil analisis data menunjukkan nilai korelasi sebesar  $r = -0,145$  dengan nilai signifikansi 0,158. Dengan demikian hipotesis ditolak, berarti tidak terdapat hubungan antara sikap modis dan intensi berhijab seperti disajikan pada tabel 7.

### Mean Empirik dan Mean Hipotetik

Tabel 8 memperlihatkan hasil perhitungan *mean* empirik dan *mean* hipotetik kuesioner sikap modis dan intensi berhijab.

### Sikap Modis

Hipotesis dalam penelitian ini berbunyi: ada hubungan positif antara sikap modis dan intensi berhijab. Analisis menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara sikap modis dan intensi berhijab pada hijabers dengan korelasi sebesar  $-0,145$  dan taraf signifikansi 0,158 ( $p > 0,05$ ). Dengan demikian hipotesis ditolak. Ini berarti intensi berhijab tidak

dipengaruhi oleh sikap modis melainkan faktor-faktor lain, seperti norma subyektif dan *perceived behavior control* (PBC) (Fishbein & Ajzen 1975).

Hal ini diperkuat oleh hasil serangkaian penelitian sebelumnya. Studi Fausiah, Muis, & Wahyu (2013) menunjukkan bahwa variabel norma subyektif memiliki pengaruh signifikan terhadap intensi karyawan unit PLTD PT. PLN (Persero) Sektor Tello pada tingkat kepercayaan 95%. Hal ini membuktikan bahwa norma subyektif berpengaruh nyata terhadap intensi karyawan karena jika semua rujukan sosial di lingkungan kerjanya menuntut untuk berperilaku K3 maka mereka cenderung mengikutinya.

Hasil penelitian Arimoerti, Utami & Winarno (2000) mengungkapkan bahwa terdapat hubungan antara norma subyektif tentang pelayanan jasa psikolog dan intensi menggunakan jasa psikolog masyarakat kota, yang ditunjukkan dengan nilai  $r_{xy} = 0,4550$  dan  $p < 0,01$ .

Itu artinya terdapat hubungan positif yang sangat signifikan antara norma subjektif tentang pelayanan jasa psikolog dan intensi jasa psikolog pada masyarakat kota.

Studi lain terhadap 135 remaja dan dewasa muda tentang penggunaan helm sepeda motor memperlihatkan adanya pengaruh signifikan dari variabel *Perceived Behavior Control* (PBC) terhadap intensi. Pengendara dihadapkan pada keadaan harus memilih untuk menggunakan atau tidak menggunakan helm. Kalau memilih untuk menggunakan helm dia harus menerima risiko ketidaknyamanan karena misalnya bau tidak enak, panas, atau beban di kepala (Yogatama, 2013).

Norma subjektif memiliki hubungan yang sangat signifikan dengan intensi dibanding sikap, karena sikap mengandung penilaian (menerima atau menolak) terhadap objek tujuan (Hall & Lindzey, 1993). Tidak semua orang dapat menerima suatu stimulus untuk mengubah sikapnya, karena sindrom (kumpulan gejala) dalam merespon stimulus, apalagi subjek harus melibatkan juga pikiran, perasaan dan perhatian (Campbell dalam Feriyani & Fitri, 2011). Norma subjektif dipengaruhi oleh persepsi subjektif tentang sejauh mana orang-orang atau pihak yang dianggap penting, seperti orangtua dan saudara kandung, mendukung atau melarang perilaku tertentu (Fishbein & Ajzen, 1975).

Dalam penelitian ini, para hijabers memakai hijab karena dukungan orangtua, saudara kandung, maupun teman. Orangtua dan saudara menjelaskan tentang kewajiban berjilbab dalam agama Islam berdasarkan ayat suci Al-Quran, yang bila dilanggar berarti berbuat dosa.

Para hijabers memiliki *Perceived behavior control* (PBC) karena mereka mempunyai gambaran masa lalu tentang perilaku (masa lalu) berjilbab dan sekaligus mengantisipasi masa depan (dalam Fishbein dan Ajzen, 1975), misalnya untuk menghindari orang yang ingin melakukan perbuatan tak

menyenangkan, termasuk pelecehan seksual. Orang lain tidak akan melakukan pelecehan seksual atau perbuatan menyimpang lain terhadap wanita yang berhijab.

Hasil deskripsi kedua variabel menunjukkan *mean* empirik sikap modis sebesar 94,06 yang berarti lebih besar dari *mean* hipotetik sebesar 66 dengan standar deviasi sebesar 14,6. Hal ini menunjukkan bahwa sikap modis berada pada kategori tinggi sedangkan *mean* empirik pada intensi berhijab 66,54. Berarti lebih tinggi dari *mean* hipotetik 48 dengan standar deviasi sebesar 10,6. Hal ini menunjukkan bahwa intensi berhijab pada hijabers masuk kategori tinggi.

Tingginya sikap modis mungkin disebabkan oleh munculnya banyak komunitas hijabers serta keterlibatan para *designer* muslimah seperti Fitri Aulia, Jenahara, Lulu Elhasbu, dan Ria Miranda atau artis seperti Zaskia Sungkar, Puput Melati, Nuri Maulida, dan Pipik Dian Irawati. Gaya hijab yang dipakai para perancang busana muslim dan artis itu menjadi inspirasi bagi para muslimah (Nurchayani, 2013). Dengan kata lain individu bersikap konformis terhadap pemakaian hijab. Ini sesuai pandangan Azwar (2007) bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi sikap adalah pengaruh orang lain yang dianggap penting. Individu cenderung untuk memiliki sikap yang konformis atau searah dengan sikap orang yang dianggapnya penting.

Kategori tinggi pada intensi berhijab mungkin disebabkan oleh perbedaan kenyamanan dalam berbusana muslim. Itulah sebabnya ada segelintir orang yang tidak terlalu mengikuti tren dalam berhijab. Hal ini sesuai dengan

pendapat Yeye (2011) bahwa kenyamanan merupakan salah satu faktor yang harus dipertimbangkan dalam berbusana.

Dari deskripsi subjek berdasarkan usia yang terbagi dalam empat kelompok yaitu usia 18 tahun (11 orang) dengan *mean* 96,54, usia 19 tahun (10 orang)

dengan *mean* 94,50, usia 20 tahun (10 orang) dengan *mean* 90,40, usia 21 tahun (5 orang) dengan *mean* 98,60, usia 22 tahun (9 orang) dengan *mean* 93,11, usia 23 tahun (2 orang) dengan *mean* 83,00, usia 24 tahun (3 orang) dengan *mean* 74,33 diketahui bahwa hasil tertinggi terdapat pada kelompok usia 21 tahun.

Deskripsi subjek berdasarkan usia menunjukkan bahwa ketika usia meningkat keinginan untuk mengikuti tren berbusana juga makin kuat. Hal ini didukung teori Bakewell (dalam Prezz, Visser, & Zietsman, 2009) bahwa gaya kaum wanita dewasa ini sangat dipengaruhi oleh perkembangan zaman, termasuk dalam hal mode. Mereka juga sadar bahwa dukungan sosial/ penilaian teman-teman sangat dipengaruhi oleh penampilan dan benda-benda yang dimiliki. Maka kaum remaja pun menyesuaikan penampilan agar dapat diterima.

#### **SIMPULAN DAN SARAN**

Dapat disimpulkan bahwa hipotesis “terdapat hubungan antara sikap modis dan intensi berhijab pada hijabers” ditolak. Analisis menunjukkan bahwa sikap modis tidak terkait dengan intensi berhijab. Hal ini berarti intensi berhijab tidak dipengaruhi oleh sikap modis, tetapi faktor-faktor lain, yaitu norma subjektif dan *perceived behavior control* (PBC).

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Dyer, W.W. (2010). *The Power of Intention*. New Delhi: Hay House Publishers
- Fishbein, M. & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory Research*. California: Addison-Wesley Publishing.
- Gerungan, W.A. (2000). *Psikologi Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama.

McTaggart, L., (2007). *The Intention Experiment: Using Your Thoughts to Change Your Life and The World*. New York.

Sarwono.(2000). *Psikologi sosial*. Jakarta: Balai Pustaka.