

GAYA HIDUP *HIJABERS* COMMUNITY KOTA PEKANBARU

Oleh :

Sri Handayani¹

Email : sri.sri31@yahoo.co.id

Pembimbing : T. Romi Marnelly, S.Sos, M.Si

Bibliografi : 24 Buku, 3 Situs Internet

Jurusan Sosiologi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Riau

Kampus bina widya jl. H.R. Soebrantas Km. 12,5 Simp. Baru Pekanbaru 28293-
Telp/Fax. 0761-63277

ABSTRACT

The study is titled “Lifestyle *Hijabers Community* Pekanbaru city” Researchers interested in the theme of this because there are many Muslim women contemporary hijab users who join and form a community. In this community, a lot going on various phenomena which deserves to be investigated One form of such phenomena is a lifestyle that involves a series of patterns of consumption and leisure activity. That certainly raises a positive or negative effect on the appearance as well as they wear the hijab and their leisure time activities that seem high class.

To find out the results of this study the authors use data collection techniques with observation and in-depth interviews with respondents. The sampling method or the respondent done with techniques *snowball sampling* where the determination of the informant is determined on an ongoing basis where the informant subsequently determined from the first informant and so on. Informants are 8 people from *the community Hijabers*, author stops on informants to 8 because the author felt quite obtain the desired data to answer all the research questions. The theory used in this study is a lifestyle, community, social groups, symbolic interactionism, and the history of the hijab. The method used is descriptive qualitative.

The results of this study indicate a change in the use of the hijab that was originally simple use of the hijab and Muslim women as a symbol of devotion to religion has now become a lifestyle and fashion which can be seen from the pattern of consumption, leisure time activities and the factors that affect the lifestyle of the city pekanbaru *Hijabers*.

The results of the study are expected capable of providing an overview to all parties who need information about Lifestyle Community *Hijabers Pekanbaru*

Keywords: Community, *Hijabers*, lifestyle

¹ Mahasiswa Jurusan Sosiologi Angkatan 2010

Pendahuluan

Manusia selalu ingin memiliki rasa untuk terus bersama dengan orang lain. Hal ini dikemukakan oleh filsuf yakni Aristoteles (384-322) yang menyatakan bahwa manusia adalah *zoon politicon*, yang artinya pada dasarnya manusia adalah makhluk yang ingin selalu bergaul dan berkumpul dengan manusia yang kemudian dikenal sebagai makhluk sosial dan manusia mempunyai *Epititus Sosiatus* yang artinya manusia adalah makhluk yang suka berteman. Kebutuhan untuk bermasyarakat atau berkumpul dengan sesama merupakan kebutuhan dasar (naluri) manusia itu sendiri yang dinamakan *Gregariousness*. Maka dengan demikian manusia merupakan makhluk sosial (*homo socius*) yaitu makhluk yang selalu ingin berinteraksi dengan sesama atau bergaul (Wiyarti, 2007:67).

Secara garis besar, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kehidupan sosial manusia yakni warisan biologis, keadaan alam sekitar, warisan sosial, kelompok manusia. Bergabung dengan sebuah kelompok, *genk* ataupun komunitas membuat manusia merasa tidak sendirian lagi. Bahkan dengan bergaul dalam sebuah kelompok atau komunitas mempermudah manusia mengenal jati diri dan memperkuat identitas di tengah masyarakat. Dalam sebuah komunitas, para manusia atau disebut anggota selalu ingin merasa satu dalam upaya pembentukan pribadi secara kolektif. Memilih ikut untuk bersosialisasi dan berasimilasi dalam sebuah kelompok terbatas. Komunitas pun terbentuk dan dikerumuni hanya oleh orang-orang yang merasa senasib, seperasaan dan saling ketergantungan.

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 akan gaya hidup dan *fashionstyle*. Komunitas yang selalu hangat dibicarakan adalah komunitas hijab kontemporer seperti “*hijabers*” yang dengan cepat membuat sebuah *trend* berkerudung terbaru di Indonesia dengan merubah makna *hijab* itu dari makna yang awalnya dipakai dengan syariat atau simbol ketaatan kepada agama tetapi semakin menjadi makna gaya hidup atau *fashion style*.

Perempuan yang memakai *hijab* identik dengan pakaian longgar dan penuh dengan nilai-nilai keagamaan. *Hijab* adalah sebuah simbol keagamaan yang bisa mempengaruhi si pengguna dalam kehidupannya, dan ini bisa membentuk sebuah pemahaman yang terkonstruksi secara alami dikalangan masyarakat bahwa perempuan yang memakai *hijab* adalah perempuan yang baik dan taat kepada agama.

Lahirnya komunitas dengan basis budaya, kesukuan, etnik, hingga komunitas hobi, gaya hidup, serta komunitas *fashion* kini menjadi marak. Salah satunya muncul komunitas *hijabers* yang menunjukkan adanya kecenderungan pada masyarakat modern yang sesuai dengan identitas dan pilihan pribadinya. Komunitas *hijabers* adalah komunitas *hijab* kontemporer yang terdiri atas sekumpulan orang yang ingin terlihat sama dalam bergaya dan berbusana. Komunitas ini menginisiasi dan mengembangkan *trend* baru bagi wanita muslim. Perkembangan komunitas ini begitu cepat dan menjamur di beberapa kota besar di Indonesia termasuk Pekanbaru.

Hijabers Kota Pekanbaru merupakan sebuah komunitas untuk muslimah di Kota Pekanbaru. Munculnya komunitas *hijabers* membuat *trend* berbusana tersendiri yang

menjadi *trend*, gaya berbusana muslimah pun menjadi modis dan bergaya. Adanya komunitas *hijabers* merubah pola pikir para individu tentang gaya berhijab yang modis. *Hijabers* Kota Pekanbaru merupakan sebuah komunitas untuk muslimah di Kota Pekanbaru.

Berdasarkan wawancara dengan IK yang merupakan salah seorang pendiri komunitas *hijabers* Kota Pekanbaru menyatakan:

“Pada awalnya *hijabers* Kota Pekanbaru ini berasal dari Palembang yang bernama “*Hijab Style Community*” atau HSC itu berdiri pada 5 Juni 2011. Namun pada tanggal 2 Februari 2012 mengganti nama menjadi *hijabers* Pekanbaru. pada awalnya komunitas *hijabers* ini terbentuk di Indonesia pada tanggal 27 November 2010 di Jakarta yang dijadikan sebagai wadah silaturahmi para pengguna *hijab* di seluruh Indonesia. Dengan lahirnya komunitas *hijabers* di Jakarta dengan anggotanya yang semakin banyak dan memiliki daya tarik tersendiri bagi pengguna *hijab* sehingga komunitas ini berkembang diberbagai kota di Indonesia termasuk Pekanbaru.”

(Wawancara 8 februari 2014)

Komunitas *Hijabers* Kota Pekanbaru dibentuk dengan tujuan untuk memperluas dan berbagi ilmu tentang agama Islam, terutama pada muslimah agar semakin tertarik untuk menggunakan *hijab* didalam kesehariannya, dengan adanya komunitas *hijabers* ini *hijab* tidak lagi dipandang sebagai penutup kepala yang ketinggalan zaman, tidak mengikuti kemajuan dalam berbusana, menghilangkan pencitraan yang dianggap jelek terhadap perempuan menggunakan *hijab*.

Dalam pemakaian *hijab* didalam komunitas ini semakin menunjukkan kemajuan model dalam berbusana, tidak seperti yang dulu dilihat menggunakan

hijab dengan model yang sederhana (*simple*) dan monoton (*unfashionable*) tetapi didalam komunitas ini banyak cara dalam menggunakan *hijab* agar terlihat lebih menarik dan mengikuti model yang terbaru, semakin cantik, modis dan *trend*. Semakin banyaknya model *hijab* yang semakin menjamur yang menunjukkan bentuk dan motif yang semakin beraneka ragam, maka banyak pula model *hijab* yang bermunculan didalam penggunaan *hijab* tersebut.

Berdasarkan pengamatan, penulis melihat bahwa komunitas *Hijabers* ini mempunyai gaya hidup yang unik, berpakaian yang modis dan *fashionable*, menggunakan bahasa yang gaul, *highclass* dan aktivitas sosial. Semua kegiatan-kegiatan tersebut juga mendapatkan sponsor seperti Dian Pelangi (perancang busana muslim) dan sebagai pendiri pertama terbentuknya “*Hijabers Community*”, Lulu Elhasbu (perancang busana), Ghaida Tsurayya (perancang busana), Muhammad Assad (Entrepreneur dan penulis buku), dan komunitas ini selalu mendapatkan sponsor dari Wardah *cosmetic* (produk kosmetik), dan lain-lain.

Dengan adanya fenomena komunitas *Hijabers* ini, banyak kaum hawa terinspirasi oleh komunitas *Hijabers*. Belakangan muncullah pelabelan, gaya *berhijab* dan berbusana ala *Hijabers*. Toko-toko pakaian dan *hijab* dengan cepat diserbu oleh banyak perempuan-perempuan yang berhasrat membeli banyak *hijab* kemudian mengkreasikannya dan tampil didepan umum dan masuk dalam komunitas *Hijabers*. Sebuah komunitas baru kemudian ingin di pamerkan dari individu-individu dalam komunitas *Hijabers*.

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk meneliti dengan judul “Gaya Hidup *Hijabers Community* Kota Pekanbaru”

Perumusan Masalah

Dalam hal ini diperlukan adanya pembatasan masalah, agar penelitian ini tidak menjadi rancu ataupun meluas kepada hal-hal yang tidak terkait dengan masalah yang diteliti. Dengan adanya pembatasan masalah, maka pembahasan fokus terhadap gaya hidup komunitas *Hijabers*.

Adapun yang menjadi Permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana profil anggota *Hijabers Community* di Kota Pekanbaru?
2. Bagaimana gaya hidup para anggota *Hijabers Community* di Kota Pekanbaru di lihat dari pola konsumsi dan aktivitas waktu luangnya (*Leisure Time*)?
3. Faktor apa saja yang mempengaruhi gaya hidup *Hijabers Community* di Kota Pekanbaru?

Tujuan Penelitian

Merujuk pada rumusan masalah tersebut diatas maka tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui profil *Hijabers Community*.
2. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan gaya hidup para muslimah *Hijabers* yang tergabung dalam komunitas *Hijabers* Pekanbaru.
3. Untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi gaya hidup *Hijabers Community*.

Manfaat Penelitian

1. Dapat memberikan pemahaman yang kompleks dan terperinci tentang penggunaan hijab dikalangan *Hijabers*.
2. Dapat berguna bagi pengembangan ilmu – ilmu sosial dalam

memperkaya pengetahuan dalam bidang sosiologi

3. Dapat memberikan pemahaman terhadap perempuan muslimah tentang komunitas *Hijabers* Kota Pekanbaru.

Dapat memberikan informasi mengenai presentasi diri anggota komunitas *Hijabers* Kota Pekanbaru.

Landasan Teori

Gaya Hidup

Istilah pada gaya hidup (*style of life*) memiliki arti sosiologis yang lebih terbatas dengan merujuk pada gaya hidup yang khas dari berbagai kelompok status tertentu, dalam budaya konsumen kotemporer istilah ini mengkonotasikan ekspresi diri, serta kesadaran diri yang semu. Tubuh, busana, bicara, hiburan saat waktu luang, pilihan makanan dan minuman, rumah kendaraan, dan pilihan hiburan, dan seterusnya dipandang sebagai indikator dari pemilik atau konsumen (Featherstone, 2005 : 197).

Weber mengemukakan bahwa persamaan status dinyatakan melalui persamaan gaya hidup. Di bidang pergaulan gaya hidup ini dapat berwujud pembatasan terhadap pergaulan erat dengan orang yang statusnya lebih rendah. Selain adanya pembatasan dalam pergaulan, menurut Weber kelompok status ditandai pula oleh adanya berbagai hak istimewa dan monopoli atas barang dan kesempatan ideal maupun material. Kelompok status dibeda-bedakan atas dasar gaya hidup yang tercermin dalam gaya konsumsi.

Weber mengemukakan bahwa kelompok status merupakan pendukung adat, yang menciptakan dan melestarikan semua adat-istiadat yang berlaku dalam masyarakat (Sunarto, 2000:12). Monopoli suatu kelompok status antara lain terwujud dalam gaya berbusana. Kita melihat setiap kelompok status yang

ada di masyarakat mempunyai gaya hidup yang khas. Masing-masing kelompok mempunyai selera yang khas dalam pakaian, hiburan, bacaan, makanan, minuman, selera seni dan musik.

Gaya hidup menurut Weber, berarti persamaan status kehormatan yang ditandai dengan konsumsi terhadap simbol-simbol gaya hidup yang sama. Estetika realitas melatarbelakangi arti penting gaya yang juga didorong oleh dinamika pasar modern dengan pencarian yang konstan akan adanya model baru, gaya baru, sensasi dan pengalaman baru. Gaya hidup yang ditawarkan berbagai media pada saat sekarang ini adalah ajakan bagi khalayaknya untuk memasuki apa yang disebut budaya konsumen (Sunarto, 2000 : 12).

David Chaneydi dalam *Lifestyle* menjelaskan gaya hidup sebagai gaya, tata cara atau cara menggunakan barang, tempat, waktu khas kelompok masyarakat tertentu, yang sangat bergantung pada bentuk-bentuk kebudayaan, meskipun bukan merupakan totalitas pengalaman sosial. Gaya hidup, dengan demikian dikaitkan dengan penggunaan barang, ruang, waktu tertentu oleh kelompok masyarakat berbeda (Adlin, 2006 : 71).

Gaya hidup merupakan perilaku seseorang yang ditunjukkan dalam aktivitas, minat dan opini khususnya yang berkaitan dengan pencitraan diri yang ingin mereka tampilkan untuk merefleksikan status sosialnya. Gaya hidup merupakan *frame of reference* yang dipakai seseorang untuk membentuk tingkah laku dan konsekuensinya akan membentuk pola perilaku tertentu.

Terutama bagaimana dia ingin dipersepsikan dengan orang lain, sehingga gaya hidup sangat berkaitan dengan status sosial yang disandangnya.

Untuk merefleksikan *image* inilah, dibutuhkan simbol – simbol status tertentu, yang sangat berperan dalam perilaku konsumennya. Fenomena ini juga termasuk didalam stratifikasi sosial, sebuah struktur yang terdiri dari lapisan – lapisan :

1. Dari lapisan teratas sampai kelapisan terbawah
2. Dalam struktur masyarakat modern
3. Status sosial harus diperjuangkan (*achieved*)
4. Dan bukannya diberi atau garis keturunan (*ascribed*)

Gaya hidup mengarah pada pencarian identitas yang sesuai bagi masyarakat modern, ini semua sesuai dengan citra yang ingin mereka tampilkan dan semua itu tidak mengikat mereka. Contohnya ketika seorang individu memilih meniru cara berpakaian seperti artis idolanya sebagai gaya hidup sesuai dengan status dan citra yang ingin mereka tampilkan dan itu sewaktu – waktu bisa berubah sesuai citra baru yang mereka inginkan. Begitu juga dengan ekspresi yang mereka tampilkan ketika sedang berinteraksi dengan individu atau kelompok sosial lain. Seperti seorang perempuan muslim yang meniru gaya pemakaian *hijab* kontemporer yang dia lihat dari orang lain sehingga menirunya dan ikut dalam komunitas *Hijabers*.

Interaksionisme Simbolik

Interaksi simbolik adalah perilaku dan interaksi manusia dapat dibedakan karena ditampilkan lewat simbol dan maknanya. Menurut George Herbert Mead (1969) bahwa manusia mempunyai kemampuan untuk menanggapi dirinya sendiri secara sadar, dan kemampuan tersebut memiliki daya pikir tertentu, khususnya daya pikir refleksi. Namun adakalanya terjadi tindakan manusia dalam interaksi sosial munculnya reaksi secara spontan dan

seolah – olah tidak melalui pemikiran (Soeprpto, 2002 : 68)

Dalam berinteraksi dengan orang lain, seorang individu menafsirkan gerak – gerak orang lain, dan dengan demikian dia dapat melihat dirinya berdasarkan sudut pandang orang lain. Mereka membayangkan bagaimana orang lain menilai mereka. Cooley menamakan proses ini “*looking glass self*” (diri berdasarkan penglihatan orang lain). Dia juga mengakui bahwa “*self*” muncul dari interaksi berdasarkan konteks kelompok. Dialah yang mengembangkan konsep tentang kelompok primer yang cukup menentukan perkembangan kepribadian seseorang, dalam buku (Bernard Raho, 2007:97)

Konsep Operasional

Konsep merupakan unsur pokok dari pada penelitian. Penentuan dan pencirian konsep ini sangat penting agar persoalan – persoalan utamanya tidak menjadi kabur. Konsep yang terpilih perlu ditegaskan, agar tidak terjadi salah pengertian mengenai arti konsep tersebut. Tetapi perlu diperhatikan, karena konsep merupakan hal yang abstrak, maka perlu diterjemahkan dalam kata – kata sedemikian rupa, sehingga dapat diukur secara empiris (Achmaddin, 2002 : 45)

Untuk menyamakan pengertian dalam penelitian ini, peneliti terlebih dahulu member batasan konsep yang akan dioperasionalkan dilapangan sehingga arah pembahasan terlihat lebih jelas, sebagai berikut:

1. Gaya hidup adalah pola – pola tindakan yang membedakan antara satu orang dengan orang lain yang dapat di lihat dari pola konsumsi dan aktivitas waktu luang.
 - a. Pola konsumsi, yaitu bagaimana pilihan- pilihan konsumsi *Hijabers* diPekanbaru dilihat dari

bagaimana *Hijabers* membelanjakan uangnya untuk mengkonsumsi segala hal tentang *hijab* kontemporer, misalnya mode *hijab* yang digunakan, merk *hijab* yang dibeli, Anggaran belanja untuk *hijab* dan peralatan *hijab*, Intensitas membeli *hijab*.

- b. Aktivitas waktu luang, yaitu bagaimana *Hijabers* di Kota Pekanbaru menghabiskan waktu luang mereka. Dalam hal ini tempat berkumpul bersama *Hijabers Community* yaitu Cafe, Mall, mengadakan *event Fashion*, mencari Informasi berbelanja, kunjungan sosial yang berupa santunan anak yatim dan kunjungan ke panti jompo.
2. Komunitas adalah individu yang terdiri dari beberapa orang yang merasa senasib, sepekerjaan, memiliki tujuan yang sama, dan saling ketergantungan dalam komunitas *Hijabers Community*.

Hijabers adalah sebuah komunitas atau kelompok yang didalamnya beranggotakan muslimah yang menggunakan hijab kontemporer dan memiliki gaya tersendiri dalam menggunakan hijabnya.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian.

Jenis penelitian yang penulis gunakan adalah deskriptif kualitatif. Dimana jenis penelitian kualitatif ini berusaha memahami situasi, menafsirkan serta menggambarkan situasi peristiwa atau fenomena keadaan objek yang terjadi dimasyarakat dalam hal ini komunitas *Hijabers* di Kota Pekanbaru.

Waktu dan Lokasi penelitian.

Penelitian ini penulis lakukan sejak Desember hingga April lokasi yang diambil adalah Kota Pekanbaru. Lokasi penelitian yang penulis fokuskan tidak

terfokuskan pada satu tempat saja. Hal ini dikarenakan informan yang menjadi target penulis berada pada lingkungan yang berbeda serta tempat perkumpulan komunitas ini tidak berpusat pada satu titik saja.

Dasar Tipe Penelitian.

- a. Dalam penelitian ini digunakan metode penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian akan mendapatkan data deskriptif yaitu sebuah penelitian yang berusaha memberikan gambaran mengenai objek yang diamati atau diteliti, atau suatu tipe penelitian yang bertujuan membuat deskriptif atau gambaran secara sistematis dan aktual mengenai fakta – fakta yang ada dilapangan.
- b. Dasar penelitian yang digunakan adalah studi kasus yaitu tipe pendekatan penelitian yang penelaahannya terhadap suatu kasus yang dilakukan dengan mengumpulkan berbagai data untuk mendapatkan gambaran secara mendalam atau mendetail.

Teknik Pemilihan Informan.

- a. Informan adalah 8 orang dari anggota komunitas *Hijabers* kotaPekanbaru. Penulis berhenti pada informan ke delapan, karena penulis merasa telah cukup mendapatkan data yang diinginkan untuk menjawab semua pertanyaan penelitian.
- b. Penentuan informan ditentukan secara berkelanjutan dimana para informan selanjutnya ditentukan dari informan pertama dan seterusnya (*snowball sampling*) berdasarkan kriteria yang dimaksudkan yakni perempuan berhijab yang bergabung dalam komunitas *hijabers* Pekanbaru.

Teknik pengumpulan data

Teknik yang digunakan pada penelitian ini maka peneliti akan menggunakan beberapa cara untuk mendapatkan data-data yang akan diteliti yaitu sebagai berikut :

1. Observasi, merupakan pengumpulan data yang akan dilakukan PENULIS MELALUI PENGAMATAN DARI DEKAT TERHADAP GEJALA YANG TERJADI DI LOKASI PENELITIAN. OBSERVASI YANG DIMAKSUDKAN UNTUK MENGALOKASIKAN SEKALIGUS MENGAMATI SECARA LANGSUNG TERHADAP GEJALA-GEJALA YANG ADA DIANTARANYA :
 - a. CARA BERPAKAIAN
 - b. HIJAB YANG DIPAKAI
 - c. POLA KONSUMSI DAN AKTIVITAS WAKTU LUANG
2. *INTERVIEW* (WAWANCARA) YAITU SUATU TEKNIK PENGUMPULAN DATA DENGAN JALAN WAWANCARAI LANGSUNG KEPADA RESPONDEN DAN PIHAK YANG TERKAIT, DENGAN MENGGUNAKAN DAFTAR PERTANYAAN YANG MELIPUTI YAITU :
 - a. NAMA
 - b. UMUR
 - c. SEJAK KAPAN MENGGUNAKAN HIJAB DAN ALASAN MENGGUNAKAN HIJAB
 - d. ETNIS
 - e. PEKERJAAN dan pendapatan.

Jenis dan Sumber Data

1. Data primer.
Sebagai data primer dalam penelitian ini adalah hasil wawancara penulis dengan komunitas hijabers Pekanbaru.
2. Data sekunder.
Merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung dari hasil penelitian, melainkan diperoleh dari data – data berupa laporan yang berhubungan dengan penelitian

Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini yang digunakan adalah menggunakan metode analisis deskriptif dengan penyajian analisis kualitatif, yaitu menganalisa data dengan mengklasifikasikan data – data berdasarkan persamaan jenis dari data tersebut, kemudian diuraikan antara satu data dengan data yang lainnya sedemikian rupa sehingga diperoleh gambaran umum yang utuh tentang masalah yang diteliti.

Gambaran Umum Tentang Komunitas Hijabers

Perkembangan Hijabers Community Di Indonesia

Hijab merupakan mahkota bagi wanita muslim, di Indonesia *hijab* menjadi trend penampilan wanita masa kini. *Fashion style hijab* mulai digemari pada tahun 2011- 2012, tidak sedikit wanita muslim yang ikut berpartisipasi untuk memperkenalkan *fashion style hijab*, yang salah satunya di pelopori *Hijabers Community* Indonesia. *Hijabers Community* Indonesia merupakan komunitas perkumpulan wanita muslim yang dimana mereka benar-benar sangat menggemari *fashion style hijab*. *Hijabers Community* Indonesia di dirikan pada tanggal 27 November 2010 di Jakarta.

Perkembangan Hijabers Community di Pekanbaru

Pada awalnya *hijabers Kota Pekanbaru* ini berasal dari Palembang yang bernama “*Hijab Style Community*” atau HSC itu berdiri pada 5 juni 2011. Namun pada tanggal 2 februari 2012 mengganti nama menjadi *hijabers kota Pekanbaru*. Pada awalnya komunitas *hijabers* ini terbentuk di indonesia pada tanggal 27 november 2010 di Jakarta yang di jadikan sebagai wadah silaturahmi para pengguna *hijab* di

seluruh Indonesia. Dengan lahirnya komunitas *hijabers* di Jakarta dengan anggotanya yang semakin banyak dan memiliki daya tarik tersendiri bagi pengguna *hijab* sehingga komunitas ini berkembang di berbagai kota di Indonesia termasuk Kota Pekanbaru.

Latar Belakang Terbentuknya Komunitas.

Awalnya penyebaran *hijab* kontemporer di Indonesia berasal dari ibukota Jakarta. Sang prakarsa adalah seorang model muslimah, Dian Pelangi. Dian pelangi dan teman-temannya pun bersepakat membentuk komunitas yang bernama *Hijabers*. *Hijabers* berasal dari kata *Hijab* dan *ers*. *Hijab* berasal dari bahasa arab yang artinya penutup, penghalang yang biasa juga dimaknakan kerudung atau penutup kepala. Sedangkan *ers* adalah kata yang merujuk pada perkumpulan, atau pengikut suatu kelompok atau komunitas tertentu.

Profil Komunitas Hijabers Community kota Pekanbaru Karakteristik Informan Penelitian

Penelitaian ini penulis laksanakan sejak bulan Desember 2013 hingga April 2014 di Kota Pekanbaru. Penelitian ini bersifat deskriptif dimana bertujuan untuk memberikan gambaran berbagai informasi dan data seputar *Hijabers Community* di Pekanbaru. Adapun proses penulisan menempuh penelitian ini yang bermula dari sebuah acara perkawinan yang merupakan salah satu anggota *Hijabers Community* di Pekanbaru. Dari situlah peneliti melihat sebuah komunitas wanita muslim yang berpenampilan *Fashion style* masa kini yang mereka menyebutnya dengan *Hijabers Community* Pekanbaru. Dari situ penulis terus mencari informasi tentang *Hijabers Community* melalui DA yang merupakan salah satu anggota *Hijabers Community* di Pekanbaru.

Melalui DA menemukan jalan bagaimana membangun hubungan dengan para anggota *Hijabers Community* Pekanbaru dan selanjutnya bertemu dengan para informan yang menjadi sasaran penulis.

Hijabers Community di Kota Pekanbaru belum memiliki sekretariat yang pasti untuk komunitas mereka. Namun untuk sementara waktu, *Hijabers* berkumpul disalah satu tempat makan atau cafe di sekitaran Kota Pekanbaru. Mereka saling kontak via telephone atau media sosial apabila akan berkumpul untuk membahas tentang kegiatan-kegiatan yang akan diselenggarakan atau sekedar berkumpul saja. Mereka biasanya juga berkumpul disalah satu butik di Jalan Sudirman yaitu butik Dian Pelangi. Diluar kebiasaan sehari-hari para anggota dan pengurus *Hijabers Community* Kota Pekanbaru juga bertemu dalam setiap kegiatan atau *event* yang diadakan oleh *Hijabers Community* Kota Pekanbaru di Hotel Grand Zuri Pekanbaru.

Dalam bab ini penulis akan membahas hasil penelitian tentang karakteristik dari 8 (Delapan) informan dari *Hijabers Community* Pekanbaru yang terdiri dari anggota dan *Committee* (pengurus). Bab ini juga menyajikan data-data penelitian dalam bentuk deskriptif mengenai *Hijabers Community* dan diharapkan dapat memberikan pemahaman secara lebih mendalam mengenai profil *Hijabers Community* Pekanbaru, gaya hidup *Hijabers Community* Pekanbaru, dan Faktor yang mempengaruhi *Hijabers Community* Pekanbaru.

Gaya Hidup *Hijabers*

Pola Konsumsi

Fashion merupakan istilah yang saat ini sedemikian fenomenal dalam kehidupan sehari-hari. *Fashion* adalah segala sesuatu yang sedang *trend* atau

booming dalam masyarakat seperti halnya *fashion* muslim saat ini yang sedang *trend* masyarakat. Dengan banyaknya model busana muslim dan *hijab* yang beraneka ragam dan menjadi *ternd* dikalangan perempuan muslim. Hadir nya perancang-perancang busana muslimah membuat model busana muslimah dan *hijab* semakin menarik dan di gemari masyarakat.

Sebagai *fashion*, *hijab* berkembang mengikuti model dan gaya terkini berbagai model variasi gaya feminim, elegan, santai, *simple* atau *trendy* dapat di pilih sesuai konteks dan kesukaan *Hijabers*. Kreatifitas *Hijabers* dalam memadukan model dan gaya *hijab* aksesoris seperti payet, bandana, iner, kalung dan bros, maka *hijabers* bisa terlihat lebih berwarna. Kepintaran menggunakan bandana serta bisa mengkombinasikan *hijab* dengan jenis pakaian lain, seperti corak yang berwarna agar *hijabers* tetap tampil cantik dan modis, seperti yang di utarakan oleh IK (21 Tahun)

“Pakai *hijab* itu di model-model kan saja, di kombinasikan pakai bandana, bros, iner dan bisa di gabung juga sama *pasmina* yang lain. Tergantung mau di buat apa.”

(Wawancara 8 Februari 2014)

Merk *Hijab* Yang di Beli

Sebuah *trend hijab* terbaru hadir sebagai perwujudan pergeseran paradigma masyarakatakan makna *berhijab*. Bahwa *berhijab*, saat ini tidaklah dianggap kuno dan ketinggalan zaman, justru akan menjadikan perempuan muslimah terlihat indah, anggun, dan cantik. Sebagian besar anggota *Hijabers* pilih jenis *hijab* yang sangat modern dan *up to date* dalam *desain* unik mereka sendiri. Ada nya merk *hijab* tertentu yang memiliki ciri dan kesan tersendiri membuat para *Hijabers* merasa sangat didukung dengan selalu berpenampilan menarik

dalam menggunakan *hijab*. Banyaknya gaya *hijab* sangat beragam dan *hijab* sekarang sangat banyak dalam *trend* pasar, begitu banyak merk-merk terkenal yang ada seperti DP, RiaMiranda, Kamila, BreakOut, Elhasbu. Dengan kualitas, model yang unik, warna yang sangat *trendy* serta merk yang sudah terkenal dan berkelas.

Merk-merk tertentu yang dibeli *Hijabers* juga mempengaruhi mereka dalam berpenampilan. Dian Pelangi (DP), RiaMiranda, Elhasbu, dan Siti Hajar, yang memiliki ciri khas dalam karya-karyanya mampu menarik banyak minat konsumen nya dikalangan *Hijabers* seperti yang di ungkapkan oleh AY (23 Tahun)

“Merk hijab itu punya kepuasan tersendiri buat saya dan yang lain nya, kalau punya koleksi dan pakai merk hijab tertentu sudah menjadi kebanggaan tersendiri. Seperti punya DP itu kan harga nya lumayan, kualitas dan model nya juga gak ketinggalan.”

(Wawancara 10 Maret 2014)

Aktivitas Waktu Luang Tempat Berkumpul Bersama Hijabers Community

Hijabers community Kota Pekanbaru dalam kehidupan sehari-hari cukup representative menggambarkan perilaku kolektif akan gaya hidup mereka. Gaya hidup ini lahir dari pola tindakan individu-individu di dalamnya. Dari hasil spengamatan yang penulis lakukan dalam penelitian ini dapat di lihat bahwa *Hijabers Community* Kota Pekanbaru terfokus pada gaya hidup pribadi pendiri-pendirinya atau panitia. Seperti misalnya gaya hidup dalam menghabiskan waktu luang di tempat gaul dan berprestise tinggi. Semua anggota dan panitia merupakan perempuan yang terbiasa hidup dalam keseharian yang serba berkecukupan oleh karena sebab itu, pemilihan tempat berkumpul pun harus memiliki tingkat

prestise yang baik seperti Cafe dan Mall di kawasan Kota Pekanbaru.

1. Cafe (Tempat Makan)

Cafe merupakan sebuah restoran atau tempat bersantai dengan menikmati kopi serta makanan, cafe menunjukkan pencitraan sebuah tempat santai yang berprestise tinggi dan menunjukkan sebuah gaya hidup masyarakat modern.

Seperti penuturan RN (21 Tahun) yang menceritakan bahwa ada kebiasaan berkumpul di tempat-tempat makan yang berkelas yang di lakukan oleh *Hijabers*, meskipun pertemuan mereka untuk menghabiskan waktu luang bersama tersebut hanya di hadiri oleh beberapa anggota atau *Committee* (pengurus) saja. Ungkapan RN (21 tahun)

“Untuk ngumpul bareng biasanya di Lick and latte café resto, L’Chesse Factory, PH(PizzaHut). Enak sih karena yang suka ngumpul yang hobi nya juga makan jadi yang ngumpul juga gak semua hanya beberapa saja.”

(Wawancara 25 April 2014)

2. Mall

Mall merupakan jenis dari pusat perbelanjaan yang secara arsitektur berupa bangunan tertutup dengan suhu yang di atur dan memiliki jalur untuk berjalan yang teratur sehingga berada di antara toko-toko kecil yang saling berhadapan. Mall juga merupakan pusat perbelanjaan dan tempat-tempat hiburan serta restoran yang ada di dalam nya. Mall menunjukkan suatu bentuk tempat perbelanjaan yang bernilai modern dan menjadikan pilihan berbelanja masyarakat modern dengan kemajuan teknologi serta perkembangan zaman.

Dalam penelitian ini, cara beberapa anggota *Hijabers* untuk

menghabiskan waktu luang mereka memilih Mall sebagai pilihan untuk menghabiskan waktu luang mereka. Seperti yang diungkapkan oleh DA (23 tahun)

“Saya biasa nya menghabiskan waktu luang bersama teman-teman Hijabers biasanya pergi ke Mall, seru-seruan sama teman. Di situ kami juga saling tukar info seputar hijab.”

(Wawancara 27 Desember 2013)

Mengadakan Event Fashion

Muncul nya komunitas *Hijabers Community* Kota Pekanbaru yang menjadi objek penelitian ini di lihat membawa *style* tersendiri dalam menggunakan *hijab*, yang kemudian menjadi *trend*. Gaya *berhijab* bertumpuk, berpilin, membentuk bunga dan berbagai gaya pasmina dengan alasan muslimah tetap dapat tampil cantik sekali pun menutup aurat, mereka mencoba untuk membuat *hijab* menjadi bagian dari *fashion*.

Fashion muslimah berkembang dengan pesat dan muncul nya model-model yang bagus, *stylish*, dan modis. Agar tetap konsisten dengan tampilan *fashion hijab* serta menjadikan masukan dalam berbusana ala *Hijabers* maka *Hijabers Community* Kota Pekanbaru selalu melakukan beberapa *event fashion* dalam setiap kegiatan-kegiatan nya. Berikut penturan RN (21 tahun)

“Event fashion itu acara yang paling senang buat di lihat, karena jadi masukan buat tampil berbusana dengan hijab.”

(Wawancara 25 April 2014)

Faktor Yang Mempengaruhi Hijabers Faktor Eksternal (faktor dari luar)

Faktor eksternal adalah faktor yang berasal dari luar individu terutama dari lingkungan yang didalamnya terdiri dari keluarga, teman bermain, media massa dan termasuk media sosial yang

semakin berkembang dewasa ini. Disini penulis akan membahas faktor eksternal yang mempengaruhi gaya hidup komunitas Hijabers.

a. Keluarga

Keluarga adalah lingkungan primer pada setiap individu. Sebelum individu mengenal lingkungan luas, individu terlebih dahulu mengenal lingkungan keluarga yang di dalamnya meliputi, ayah, ibu, abang, kakak, adik dan anggota keluarga lainnya. Keran itu sebelum individu mengenal norma-norma dan nilai-nilai masyarakat, pertama kali individu akan menyerap norma-norma dan nilai-nilai yang ada didalam keluarganya untuk dijadikan bagian dari kepribadiannya Sarwono (1998:138)

Orang tua berperan penting dalam kehidupan seorang individu, baik yang memberikan efek positif maupun efek negatif. Hal ini menunjukkan bahwa keluarga merupakan lingkungan yang sangat penting bagi setiap individu. Keluarga juga menjadi faktor seseorang dalam memilih gaya hidup yang akan mereka tampilkan dalam kehidupannya. Dorongan atau motivasi yang ditunjukkan akan suatu hal yang keluarga tunjukkan kepada seorang individu akan menjadikan itu sebagai pilihan yang akan dipilih orang tersebut. Seperti seorang anak yang selalu di motivasi dalam menggunakan *hijab* dan selalu melihat suatu tradisi didalam keluarganya untuk selalu menggunakan *hijab* maka seorang anak juga akan melakukan hal yang sama dengan keluarganya.

Seperti yang diutarakan oleh AN (25 Tahun), salah satu responden penelitian.

“memakai hijab itu karena ibu yang selalu memotivasi dan

mendukung. Ditambah keluarga saya hamper semua perempuannya juga menggunakan hijab.”

(Wawancara 21 April 2014)

b. Media Massa

Di era globalisasi informasi, berbagai kajian telah membuktikan bahwa yang berperan besar membentuk gaya hidup, budaya citra (*image culture*), budaya rasa (*taste culture*) adalah gempuran iklan yang menawarkan gaya hidup visual yang mempesona. Iklan termasuk kategori media massa, iklan mempresentasikan gaya hidup secara halus arti penting citra diri untuk tampil dimuka publik. Iklan juga mempengaruhi pilihan citra rasa yang kita buat, terutama ketika kita terlibat dalam pergaulan dan relasi sosial dengan orang atau kelompok lain. (Ibrahim, dalam Chaney, 2004:19).

Gaya hidup yang dilihat dari media massa dapat berupa berbelanja, tempat makan, tempat wisata dan sebagainya. Namun yang dominan responden disini yaitu berupa informasi berbelanja perlengkapan *hijab*. Seperti yang diutarakan oleh AY (23 Tahun) kepada penulis.

“ Banyak iklan yang nawarin informasi tentang belanja buat perlengkapan hijab itu sangat membantu buat mempermudah beli perlengkapan hijab, jadi gak susah buat cari. Apalagi sekarang sudah banyak majalah buat berbelanja seperti zoya, shophie dan yang lain. Perempuan pasti pengen cantik dan pasti tertarik kalau liat-liat catalog baju dan hijab.”

(Wawancara 10 Maret 2014)

Faktor Internal (faktor dari dalam)

Faktor internal adalah faktor yang berasal dari individu itu sendiri seperti

kesenangan pribadi, hidayah dan sebagainya.

a. Kesenangan pribadi

Semua orang tentu memiliki keinginan terhadap sesuatu hal. Itulah sebabnya kemudian disebut kesenangan pribadi. Dalam kehidupan kita dapat begitu banyak orang yang menuruti keinginan sendiri. Begitu pula dengan seseorang memilih menggunakan *hijab* sebagai pilihan dalam gaya hidupnya dikarenakan oleh kesenangan pribadi akan *hijab* tersebut atau tidak. Penulis menanyakan kepada UT(23 Tahun):

“ mula nya pakai hijab karena senang aja, kalau pakai baju keliatan rapi, rambut jadi gak kesana kesini. terus selain jilbab emang sebagai anjuran dan keharusan setiap perempuan muslim jilbab itu juga melindungi dari hal buruk.”

(Wawancara 12 Maret 2014)

b. Hidayah

Kata hidayah adalah dari bahasa Arab atau bahasa Al-Quran yang telah menjadi bahasa Indonesia. Akar katanya ialah hidayatan yang dibaca : hidayah, seperti ucapan bahasa Indonesia. Hidayah sebagai bahasa adalah petunjuk. Hidayah ialah penjelasan dan petunjuk jalan yang akan menyampaikan kepada tujuan sehingga meraih kemenangan di sisi Allah.

Seseorang bisa melalukan sesuatu karena mendapatkan hidayah dari Allah yang menjadikan seseorang itu secara langsung berubah dari dalam dirinya untuk melakukan suatu perbuatan yang nilainya baik. Seperti seseorang menggunakan *hijab* atas dasar kesadaran yang ia dapatkan atau petunjuk yang ia dapatkan. Seperti

hal yang diutaran oleh SH (24 Tahun)

“Awal pakai hijab itu karena menyadari bahwa keharusan perintah Allah yang wajib buat dijalankan bagi setiap perempuan muslim. Membaca sebuah ayat yang terdapat didalam Al-quran yang mengharuskan perempuan menggunakan hijab itu menjadi salah satu faktor juga buat saya pakai hijab. Kalau masuk di sebuah komunitas Hijabers itu agar gak kelihatan jadul atau kolot walau menggunakan hijab.”

(Wawancara 25 Maret 2014)

Penutup

Bab ini akan dilaporkan tentang hasil penelitian secara sistematis dan ringkas berdasarkan proses penelitian yang telah dilakukan mengenai Gaya Hidup *Hijabers Community* Kota Pekanbaru, maka pada bab ini dapatlah penulis mengambil kesimpulan dan sebagai pelengkap, akan penulis kemukakan saran untuk bahan masukan bagi pihak yang membutuhkan dan berkepentingan.

8.1 Kesimpulan.

1. Menurut penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa *Hijabers Community* Kota Pekanbaru diisi oleh perempuan muslimah yang berhijab, mereka memilih untuk bergabung dan membentuk komunitas karena kesamaan selera dalam berpenampilan *fashionable* dan menggunakan *hijab* kontemporer yang akan merubah kesan kolot. Komunitas *Hijabers Community* Kota Pekanbaru adalah sebuah komunitas atau kelompok yang didalamnya beranggotakan muslimah yang menggunakan *hijab* kontemporer dan memiliki gaya tersendiri dalam

menggunakan *hijab*nya. Tercermin individu yang bergaya modis dengan menggunakan *hijab* serta memiliki identitas baru yang mereka tampilkan serta terdapat berbagai kegiatan di dalamnya. Anggota dan Committee *Hijabers Community* Kota Pekanbaru selalu menampilkan gaya berhijab kontemporer yang jauh dari kesan kolot dan ketinggalan zaman tetapi mereka menampilkan tampilan *Stylish* dan *fashionable* meski berhijab. Penampilan yang ditampilkan para *Hijabers Community* Kota Pekanbaru selalu lebih berwarna agar tercipta suatu simbol yang lebih menarik dari komunitas ini.

2. Gaya hidup *Hijabers* dari Pola konsumsi dilihat dari cara berpakaian menggunakan mode *hijab*, merk *hijab* yang di beli, intensitas membeli *hijab*, dan konsumsi tutorial *hijab* memperlihatkan bahwasanya mereka memperlihatkan mereka mengikuti *trend* dalam berbusana yang lebih *fashionable* dan modern.
3. *Hijabers Community* Kota Pekanbaru menghabiskan waktu luang dengan mengikuti kegiatan atau *event* yang komunitas ini selenggarakan, berkumpul bersama anggota dengan membahas tentang *hijab* dan saling berbagi informasi seputar *hijab* dan penampilan. Komunitas *Hijabers Community* Kota Pekanbaru membuat kegiatan atau *event* seperti *talkshow*, *Hijab Class*, *Make up Class*, *Fashion show*, *Bazaar*, kunjungan ke panti jompo, santunan anak yatim dan sebagainya. Kegiatan itu agar menambah kreatifitas para anggota dalam menggunakan *hijab* dan berpenampilan *fashionable* dalam berpakaian serta menjalin silaturahmi serta berbagi ke sesama.
4. Dari faktor yang mempengaruhi gaya hidup, faktor eksternal lebih dominan

mempengaruhi gaya hidup *Hijabers*, karena faktor eksternal merupakan faktor dari luar yaitu dari lingkungan dan teman sepermainannya, namun hal tersebut juga di dukung oleh faktor internal dari responden yakni kesenangan pribadi dan hidayah.

8.2 Saran

Sebagai tindak lanjut dari hasil penelitian ini, maka penulis kemudian memberikan saran kepada perempuan muslimah yang bergabung dalam *Hijabers Community* Kota Pekanbaru serta perempuan muslimah yang berada diluar komunitas dalam menyikapi dan menilai komunitas *Hijabers Community* Kota Pekanbaru, sebagai berikut:

1. Diharapkan kepada para perempuan muslimah yang bergabung dalam *Hijabers Community* Kota Pekanbaru agar lebih cermat dalam memilih gaya hidup yang tidak lagi mengindahkan sisi religiitas sebuah *hijab* hanya karena *fashion* semata. Sebab penilaian masyarakat bisa saja berbeda dengan sudut pandang pribadi yang sebenarnya tidak bermaksud negatif.
2. Diharapkan kepada masyarakat untuk tidak menilai suatu komunitas secara negatif dari tampilan luarnya saja, sebelum masuk atau mencoba berinteraksi dengan individu-individu dalam komunitas tersebut terlebih dahulu.
3. Diharapkan kepada para muslimah khususnya di Kota Pekanbaru untuk jangan lagi memandang sebelah mata akan penggunaan *hijab* meski pakaiannya sederhana. Dan jangan takut lagi memilih *berhijab* yang akan dipandang kolot. Sebab konteks kekinian Indonesia telah banyak menyajikan beragam cara tampil cantik meski *berhijab* dan juga telah ada komunitas *hijab* kontemporer

yang siap memberi pemahaman *hijab* modern namun tetap pada syariat Islam.

Daftar Pustaka

- Al-Quran
- Basrowi. 2005. *Pengantar Sosiologi*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Chaney, David. 1996. *Lifestyles: Sebuah Pengantar Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra
- Damsar, 2002. *Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Damsar, 1997. *Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: Raja Grafindo persada
- Featherstone, Mike. 2005. *Consumer Culture and Postmoderism*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset
- Henslin, James M. 2007. *Sosiologi dengan Pendekatan Membumi*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip, 1995. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Intermedia
- Raf, Nuvida. 2005. *My veil A spiritual journey*. Australia Selatan : Flinders University. tesis
- Ritzer, George. 2004. *Teori Sosiologi (Cetakan Kelima)*. Bantul: Kreasi Wahana Offset.
- Raho, Bernard. 2007. *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta: Prestasi Pustaka.
- Rogers, Mary F. 2009. *Barbie Culture : Ikon Budaya Konsumerisme*. Jogyakarta: Relief
- Santoso, Slamet. 1992. *Dinamika kelompok*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Sarwono, W Sarlito. 2009. *Psikologi Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika
- Siau, Felix Y. 2014. *Yuk Berhijab!*. Bandung: Mizania
- Soekanto, Soerjono. 2006. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: rajawali Pres.

- Soeprapto, Riyandi. 2002. *Interaksionisme Simbolik*. Malang: Averroes Press.
- Sugiartat, Rahma. 2010. *Membaca, Gaya Hidup dan Kapitalisme(Kajian Tentang Reading For Pleasure dari Perspektif Cultural Studies)*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Sunarto, Kamanto. 2000. *Pengantar Sosiologi Edisi Revisi*. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Susanto, A.B, 2001. *Potret-Potret Gaya Hidup dan Citra metropolis*. Jakarta: Buku Kompas
- Suyanto, Bagong.2005. *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Kencana Prenada media Group.
- Svalastoga, Kaare, 1989. *Diferensiasi sosial*. Jakarta: PT. Bina Aksara
- Syam, Nur. 2005. *Bukan Dunia Berbeda Sosiologi Komunitas Islam*. Surabaya: Pustaka Eureka.
- Wirawan. 2007. *Budaya dan Iklim Organisasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Wiyarti, Mg Sri. 2008. *Sosiologi*. Solo: Lpp Uns dan Perss.
- Sumber lain:**
- Daryati. “Hijab, Etika Pergaulan Islam dan Kebebasan.” (Diakses Tanggal 28 mei 2014) <http://www.islamfeminist.wordpress.com>
- Fedwa, Guidi, “Jilbab” (Diakses tanggal 28 Mei 2014) <http://book.google.co.id/books>.
- Rachel,Woodlock, (2000). Muslim Feminists and the veil : to veil or not to veil – is that the question? Diakses pada tanggal 20 februari 2014. http://www.islamfortoday.com/feminists_veil.htm