

HUBUNGAN ANTARA KONFORMITAS DAN HARGA DIRI PADA MAHASISWA YANG MENGGUNAKAN HIJAB

Claudia Kurnia Erawanti

Universitas Gunadarma

Abstrak

Penampilan bagi kaum wanita adalah segalanya, fashion merupakan hal penting untuk mendukung penampilan mereka, salah satunya yg sedang berkembang pesat di Indonesia adalah fashion hijab. Namun, pada saat ini penggunaan hijab bukan lagi semata-mata hanya karena menaati kewajiban agama, melainkan sudah menjadi trend yang dapat merubah penampilan seseorang agar lebih menarik sehingga dapat meningkatkan harga dirinya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan dilakukan untuk melihat hubungan antara konformitas dan harga diri pada mahasiswi yang menggunakan hijab. Untuk mengetahui hubungan di antara kedua variabel tersebut, maka perlu dilakukan uji hubungan. Subjek dalam penelitian ini adalah 100 mahasiswi yang menggunakan hijab. Berdasarkan analisa yang telah dilakukan menggunakan teknik korelasi product moment (2-tailed), diketahui bahwa hipotesis dalam penelitian ini ditolak dengan nilai koefisiensi korelasi sebesar $r = -0,040$, dan nilai signifikansi sebesar $0,696$ ($p > 0,05$). Berdasarkan uji hipotesis tersebut, dapat disimpulkan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara konformitas dengan harga diri. Hal ini dikarenakan dari hasil penelitian terlihat partisipan menjawab dengan alasan kewajiban bukan konformitas seperti yang telah diasumsikan oleh peneliti.

Kata Kunci: Konformitas, Harga Diri, Mahasiswi, Hijab

RELATIONSHIP BETWEEN CONFORMITY AND SELF ESTEEM IN STUDENT WITH HIJAB

Abstract

Appearance is everything for women, fashion is crucial to support their appearance, one that is growing rapidly in Indonesia is fashion hijab. However, at this time the use of hijab is no longer solely in obedience to religious obligations, but has become a trend that can alter a person's appearance to make it more attractive so as to improve self-esteem. This study uses quantitative methods and conducted to look at the relationship between conformity and self-esteem in students who use the hijab. To determine the relationship between these two variables, it is necessary to test the

relationship. Subjects in this study were 100 students who use the hijab. Based on the analysis that has been carried out using product moment correlation technique (two-tailed), it is known that this hypothesis was rejected by the value of the correlation coefficient of $r = -0.040$, and a significance value of 0.696 ($p > 0.05$). Based on the hypothesis test, it can be concluded that there is no significant relationship between conformity and self-esteem. This is because of the research looks participants responded with liability reasons not conformity as had been assumed by the researcher.

Keywords : *conformity, self-esteem, Hijab*

PENDAHULUAN

Hijab atau kerudung adalah salah satu kewajiban bagi wanita muslim yang dimaksudkan agar para wanita muslim menutup aurat mereka dari ujung rambut hingga ujung kaki kecuali muka, telapak tangan, punggung kaki dan telapak kaki. Dibalik diwajibkannya mengenakan hijab, tentu ada alasan tersendiri mengapa Allah SWT memerintahkan bahkan mengharuskan kaum wanita untuk menutup aurat mereka. Diantaranya adalah untuk menutupi kaum wanita dari debu dan kotoran yang beterbangan yang dapat membuat mereka kotor oleh hal tersebut. Selain itu, tentu saja agar tidak menimbulkan ataupun mendatangkan hal yang negatif yang berasal dari lawan jenis mereka yaitu kaum pria. Esensi berhijab atau berkerudung merupakan bentuk salah satu perintah dalam agama Islam bagi kaum hawa. Namun, kenyataannya pada saat ini penggunaan hijab bukan lagi semata-mata hanya karena menaati kewajiban agama namun juga menjadi tren, identitas gaya berpakaian dan berfungsi sebagai penunjang penampilan. Pernyataan ini didukung oleh artikel yang ditulis oleh desainer busana muslim Dian Pelangi dengan judul “alasan wanita Indonesia menggunakan hijab”, dari hasil tanya jawabnya dengan

beberapa wanita berhijab [16]. Terdapat beberapa alasan para wanita menggunakan hijab, yaitu penambahan usia yang membuat sadar akan ajaran agama yang mengharuskan wanita untuk menutup auratnya, sebagai identitas wanita muslim, karena terbawa oleh teman-teman yang kebanyakan menggunakan hijab dan terlihat menarik sehingga memutuskan untuk mencoba menggunakan hijab. Selain itu hijab dapat memperindah gaya busana sehingga terlihat lebih menarik yang sesuai dengan tren saat ini.

Dalam pandangan masyarakat terhadap pengguna hijab, baik secara langsung maupun tidak langsung sudah dikonotasikan harus memiliki perilaku layaknya seorang muslimah sejati, yakni berperilaku yang baik dalam tutur kata dan tingkah laku. Perintah dari Allah SWT bagi kaum perempuan muslim untuk menutup semua anggota tubuhnya kecuali muka dan telapak serta punggung tangan, wajib dilaksanakan ketika anak perempuan sudah masuk usia balig. Pada usia tersebut, secara fisik seorang perempuan sudah mulai terlihat bentuk tubuhnya.

Sebuah *survey* yang dilakukan oleh Tim Jajak Pendapat melalui aplikasi *mobile* menunjukkan mengenai banyak-

nya wanita di Indonesia yang telah menggunakan hijab tahun 2015, Dari 626 orang pengguna aplikasi *mobile* jajak pendapat (JAKPAT) yang beragama Islam sebagai responden *survey* ini hasilnya 398 responden atau 63,58% menyatakan mereka telah menggunakan hijab(www.Tasmode.com, 2015). Indonesiasebagai negara dengan pemeluk agama Islam terbesar di dunia, tidak heran jika banyak wanita yang memilih untuk berhijab, ditambah dengan banyaknya beragam pilihan kain dan motif menarik yang semakin memperindah penampilan.Penggunaan hijab saat ini bukan lagi identik dengan kaum ibu-ibu pengajian tetapi telah digunakan dan diminati oleh anak-anak, mahasiswi, dan wanita yang bekerja dalam berbagai macam profesi yang menandakan bahwa hijab telah digunakan oleh segala elemen masyarakat seperti yang ditulis dalam harian media *online* Spektanews [8].

Pernyataan Nafiisah dengan artikel yang berjudul “Kapitalisasi Hi-jab” yaitu berhijab seharusnya dilakukan karena kesadaran bahwa itu perintah Allah [12]. Tetapi, tidak jarang juga yang hanya sekedar ikut-ikutan. Mereka menganggap memakai busana muslim dapat terlihat semakin cantik dan anggun. Kalau hanya sekedar ikut-ikutan dan tidak segera meluruskan niat dan mengkaji lebih dalam mengenai hijab, bisa jadi memakai hijab hanya sementara atau bahkan tidak lagi memakainya.Melihat fenomena tersebut, perubahan pemakaian hijab ini bisa menjadi kabar baik sekaligus kabar buruk. Kabar baik-nya yaitu hijab sudah dapat dikenal dan digandrungi berbagai kalangan, serta tidak lagi dipandang ekstrim. Namun, kabar buruknya adalah bisa muncul ke-khawatiran adanya pergeseran makna hijab itu sendiri.

Apakah memakai hijab karena ingin menjalan cvkan perintah Allah atau hanya mengikuti tren saja [19].

Meskipun telah menjadi sebuah tren ada beberapa masalah yang terjadi karena tren hijab ini. Saat ini banyak tren hijab di mata masyarakat yang mulai menyalahi aturan syariat islam, salah satu contohnya adalah fenomena *jilboobs*. *Jilboobs* merupakan sindiran bagi para muslimah yang mengenakan hijab tetapi menunjukkan seluruh lekuk tubuhnya dengan jelas. Bahkan saat ini terdapat grup *jilboobs* yang telah disukai oleh lebih dari empat ribu orang. Pada dasarnya fenomena *jilboobs* ini merupakan hal yang bisa merendahkan harga diri kaum muslimah yang mengenakan hijab. Hal ini terbukti bahwa muslimah yang mengenakan *jilboobs* lebih rentan digoda oleh para lelaki [11].

Melihat dari permasalahan diatas, apabila dilihat dari manfaat menggunakan hijab, selain untuk melaksanakan kewajiban ternyata dapat juga merubah gambaran diri seseorang yang mempunyai *image* negatif terhadap penampilannya, karena dengan menggunakan hijab dapat merubah penampilan seseorang menjadi terlihat lebih menarik yang dapat meningkatkan harga diri mereka. Pernyataan ini didukung oleh penelitian dari Swami [9], seorang psikolog dan peneliti utama pada Universitas Westminster London bahwa dengan menggunakan hijab wanita dapat memberikan kesan anggun dan meningkatkan harga dirinya. Harga diri dibentuk melalui perlakuan yang diterima individu dari lingkungannya. Harga diri adalah bagian evaluasi dari konsep diri, penilaian yang dibuat individu mengenai keberhargaan mereka [15].

Bradshaw (dalam Ghufron & Risnawita, 2010), menyatakan pada saat

melakukan evaluasi diri, individu akan melihat dan menyadari konsep-konsep dasar dirinya yang menyangkut pikiran-pikiran, pendapat, kesadaran mengenai siapa dan bagaimana dirinya, serta kemampuan membandingkan keadaan diri saat itu dengan bayangan diri ideal yang berkembang dalam pikirannya. Jika banyak reaksi positif yang diterima dan sesuai dengan apa yang diinginkan, maka wanita yang menggunakan hijab akan merasa berharga di mata orang lain yang akan mempengaruhi tingkat harga dirinya.

Menurut Deaux, Dane dan Wrightsman tingkah laku sosial seseorang dipengaruhi oleh pengetahuan tentang siapa dirinya [18]. Namun, tingkah laku sosial seseorang juga dipengaruhi oleh penilaian atau evaluasi terhadap dirinya, baik secara positif atau negatif. Jika seseorang menilai secara positif terhadap dirinya, maka seseorang tersebut menjadi percaya diri dalam mengerjakan hal-hal yang dikerjakan dan memperoleh hasil yang positif pula. Sebaliknya, seseorang yang menilai secara negatif terhadap dirinya, menjadi tidak percaya diri ketika mengerjakan sesuatu dan hasil yang didapatkan pun tidak menggembirakan. Penilaian atau evaluasi secara positif atau negatif terhadap diri ini disebut harga diri. Dalam psikologi humanistik, Abraham Maslow mengatakan bahwa manusia memiliki lima tingkat kebutuhan dasar yang akan selalu berusaha untuk dipenuhi sepanjang masa hidupnya [7]. Lima tingkat kebutuhan dasar tersebut disebut dengan teori hierarki kebutuhan. Teori hierarki kebutuhan Maslow, yaitu : (1) kebutuhan-kebutuhan fisiologis, (2) kebutuhan-kebutuhan rasa aman, (3) kebutuhan rasa cinta dan memiliki, (4) kebutuhan akan penghargaan, (5) kebu-

tuhan akan aktualisasi diri. Salah satu kebutuhan dasar yang dibahas dalam penelitian ini adalah kebutuhan akan penghargaan. Maslow mengidentifikasi dua tingkatan kebutuhan akan penghargaan yaitu reputasi dan harga diri [7]. Reputasi adalah persepsi akan gengsi, pengakuan atau ketenaran yang dimiliki seseorang dilihat dari sudut pandang orang lain. Sementara harga diri adalah perasaan pribadi seseorang bahwa dirinya bernilai atau bermanfaat dan percaya diri. Harga diri didasari oleh lebih dari sekedar reputasi maupun gengsi, tetapi harga diri didasari oleh kemampuan nyata dan bukan hanya didasari oleh opini dari orang lain.

Harga diri mempunyai tiga aspek menurut Minchinton, yaitu (1) perasaan mengenai diri sendiri, seseorang yg memiliki harga diri yang tinggi akan merasa nyaman dengan dirinya sendiri dan dapat memaafkan diri sendiri atas segala kekurangan atau ketidaksempurnaan yang dimilikinya [14], (2) perasaan terhadap hidup, seseorang yg memiliki harga diri yang tinggi akan menerima dengan lapang dada dan tidak menyalahkan keadaan atas segala masalah yang sedang dihadapinya. Seseorang itu juga akan menganggap sebuah masalah merupakan rintangan yang hebat atau kesempatan yang bagus untuk mengembangkan diri. (3) hubungan dengan orang lain, seseorang yang merasa nyaman dengan dirinya sendiri akan menghormati orang lain sebagaimana adanya mereka dan tidak akan memaksakan kehendak kepada orang lain.

Harga diri dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, dan salah satunya adalah lingkungan sosial yang merupakan proses dari penerimaan dan perlakuan orang lain terhadap individu. Oleh karena itu terkadang individu

mengikuti norma yang ada agar dapat diterima oleh lingkungannya. Dalam psikologi, istilah yang sering digunakan untuk menjelaskan mengenai mengikuti norma yang berlaku dalam kelompok atau di lingkungan disebut konformitas. Konformitas adalah kecenderungan seseorang untuk melakukan perubahan tingkah laku agar sesuai dengan pendapat yang sudah berlaku [4]. Dalam artikel yang ditulis oleh [19], Robert Baron salah satu penulis buku *Social Psychology*, menjelaskan konformitas sebagai salah satu jenis *social influence*, dimana individu mengubah sikap dan tingkah lakunya agar sesuai dengan aturan atau pendapat yang berlaku dalam suatu lingkungan [3].

Sedangkan Evert menjelaskan mengenai konsep konformitas bahwa besarnya pengaruh lingkungan atau kelompok tersebut sampai pada pemberian norma tingkah laku oleh kelompok [2]. Bagi remaja yang memiliki kecenderungan kuat untuk masuk kelompok, maka pengaruh pemberian norma oleh kelompok tersebut akan berdampak pada timbulnya konformitas yang kuat.

Deutsch dan Gerrad mengatakan bahwa terdapat dua penyebab dari konformitas yaitu pengaruh sosial yang bersifat normatif dan yang bersifat informatif [17]. Pengaruh sosial normatif (keinginan agar disukai), yaitu agar diterima dan menghindari penolakan serta keinginan kita untuk dapat disukai orang lain atau kelompok. Sedangkan pengaruh informasional (keinginan untuk bertindak benar), yaitu untuk mendapatkan informasi penting yang diperlukan, keinginan diri kita sendiri untuk menjadi benar. Pengaruh Informasional mendorong seseorang secara diam-diam untuk menerima pengaruh orang lain, karena hal tersebut didasar-

kan pada kecenderungan kita untuk bergantung pada orang lain sebagai sumber informasi tentang berbagai aspek dunia sosial.

Seperti yang telah di jelaskan di atas bahwa terdapat dua aspek yaitu pengaruh sosial normatif dan pengaruh sosial informatif. Jika dilihat berdasarkan definisi normatif merupakan keinginan agar disukai oleh orang lain dan menghindari penolakan dari lingkungan yang akan menjadikan alasan bagi individu untuk mengikuti pendapat orang lain atau ikut-ikutan. Sedangkan informatif menurut definisi adalah menerima secara diam-diam pengaruh dari orang lain, dengan perasaan menerima dari individu itu sendiri membuat ketergantungan pada orang lain sebagai sumber informasi tentang aspek dunia luar sebagai cara pengambilan keputusan tentang apa yang individu pilih. Penelitian yang dilakukan oleh Hollander dan Julian menunjukkan bahwa ada kecenderungan yang lebih besar bagi perempuan untuk melakukan konformitas dibanding dengan laki-laki [10]. Senada dengan pendapat tersebut, penelitian yang dilakukan Cruthchfield menemukan bahwa perempuan lebih cenderung melakukan konformitas di dalam kelompok dibanding laki-laki [10].

Kemungkinan di negara berkembang seperti Indonesia kecenderungan ini lebih nyata. Ada dua kemungkinan penyebabnya, yaitu (1) kepribadian wanita lebih *flexible* (lentur, luwes) dan (2) status wanita lebih terbatas sehingga mereka tidak mempunyai banyak pilihan, kecuali menyesuaikan diri pada situasi [17].

Penelitian yang mengenai hubungan antara harga diri dengan konformitas pada aktivis dakwah kampus di

Universitas Negeri Malang, menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara harga diri dan konformitas pada aktivis dakwah kampus di Universitas Negeri Malang [13]. Dakwah kampus yang merupakan salah satu aktivitas sosial yang menuntut adanya konformitas oleh aktivis terhadap norma-norma lembaga dakwah kampus yang bertujuan agar agenda dakwah berjalan dengan baik. Dengan hal ini dapat dikatakan bahwa aktivis biasanya mengikuti aturan yang berlaku dalam interaksi-interaksi sosial agar aktivitas sosial berjalan dengan harmonis.

Hasil yang diperoleh dari suatu penelitian bahwa terdapat hubungan negatif yang sangat signifikan antara konsep diri dengan konformitas pada komunitas Hijabers Banjarmasin [1]. Hal ini menunjukkan bahwa komunitas Hijabers yang menjadi subjek dalam penelitian ini memiliki konsep diri positif dan konformitas yang negatif, begitu juga sebaliknya. Penelitian lainnya menunjukkan ada hubungan yang positif antara harga diri dengan konformitas pada siswa kelas XI di SMKN 2 Malang [6]. Hal ini menunjukkan bahwa pada subjek yang memiliki harga diri tinggi, maka konformitas pada siswa kelas XI tinggi. Sebaliknya, pada subjek yang memiliki harga diri rendah, maka konformitas pada siswa kelas XI rendah. Berdasarkan uraian di atas peneliti tertarik untuk melaksanakan penelitian yang bersifat kuantitatif untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara konformitas dengan harga diri pada mahasiswi yang menggunakan hijab.

Alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala harga diri

yang disusun berdasarkan aspek-aspek menurut Minchinton yaitu perasaan mengenai diri sendiri, perasaan terhadap hidup dan hubungan dengan orang lain dan skala konformitas yang disusun berdasarkan penyebab konformitas yang dikemukakan oleh Deutsch dan Gerrard yaitu pengaruh sosial normatif dan pengaruh sosial informatif [14].

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan kuesioner yang terdiri dari dua alat ukur, yaitu skala konformitas dan skala harga diri. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswi universitas negeri dan swasta yang menggunakan hijab sebanyak 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis korelasi *product moment* dari Pearson, yaitu dengan menganalisis hubungan antara konformitas dan harga diri. Analisis data dilakukan dengan menggunakan program *SPSS for Windows*

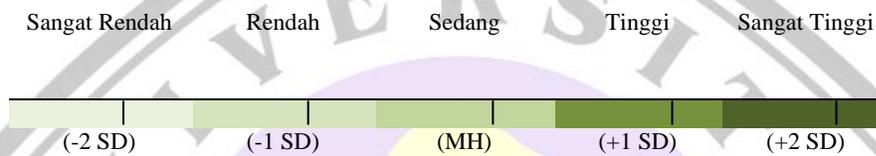
HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis korelasi Product Moment Pearson dan hasil data didapatkan nilai koefisien korelasi sebesar $r = -0,040$ dengan nilai signifikansi $0,696$ ($p > 0,05$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara konformitas dengan harga diri. Hipotesis yang berbunyi ada hubungan antara konformitas dengan harga diri pada mahasiswi yang menggunakan hijab ditolak. Hasil uji korelasi dapat dilihat pada tabel 1

Tabel 1
Hasil Uji Korelasi

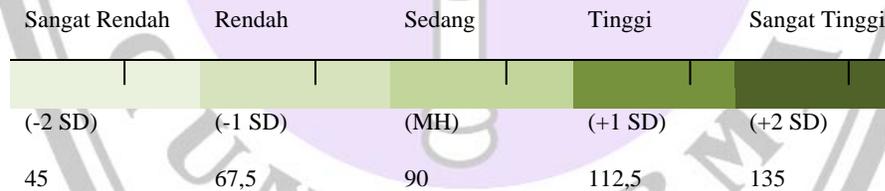
Variabel	Pearson	Nilai P Hitung	P	Keterangan
Konformitas dengan harga diri	-0,040	0,696	0,05	Tidak ada hubungan antara konformitas dengan harga diri

Berdasarkan hasil penelitian telah diketahui bahwa mean empirik dari skala konformitas sebesar 40,78. Hal ini dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1.
Pengkategorian Subjek Konformitas

Berdasarkan hasil penelitian telah diketahui bahwa mean empirik dari skala harga diri sebesar 132,79. Hal ini dapat dilihat pada gambar 2



Gambar 2.
Pengkategorian Subjek Harga Diri

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara konformitas dan harga diri pada mahasiswi yang menggunakan hijab. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa hipotesis ini ditolak, artinya tidak ada hubungan yang signifikan antara konformitas dan harga diri pada mahasiswi yang menggunakan hijab dengan diperolehnya korelasi sebesar -0,040 dan sig-

nifikansi sebesar 0,696. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Fauziah [6], pada siswa kelas XI di SMKN 2 Malang yang menunjukkan bahwa ada hubungan antara harga diri dengan konformitas pada siswa kelas XI SMKN 2 Malang. Hal ini dikarenakan dari hasil penelitian yang dilakukan terdapat 72 partisipan yang menjawab dengan alasan

eksternal karena di dalam eksternal terdapat pilihan kewajiban dan bukan konformitas seperti yang telah diasumsikan oleh peneliti sehingga mempengaruhi hasil penelitian menjadi tidak adanya hubungan yang signifikan antara konformitas dan harga diri pada mahasiswi yang menggunakan hijab. Selain itu hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya juga dikarenakan peneliti mengambil logika yang berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya dimana penelitian sebelumnya beranggapan bahwa semakin tinggi harga diri maka semakin tinggi konformitas dan sebaliknya, sedangkan pada penelitian ini peneliti berasumsi bahwa semakin tinggi konformitas maka semakin rendah harga diri begitu juga sebaliknya.

Untuk alasan menggunakan hijab, diperoleh mean empirik pada konformitas sebesar 41,21 pada alasan internal yaitu niat dan keinginan sendiri, perintah Allah dan agar mendekatkan diri pada Allah dan 40,61 pada alasan eksternal yaitu disuruh orang tua, kewajiban dan menutup aurat yang masuk kedalam kategori sedang. Pada dasarnya menggunakan hijab merupakan suatu kewajiban bagi wanita muslimah. Namun, pada saat ini berhijab bukan lagi semata-mata hanya untuk menjalankan kewajiban tetapi memiliki dampak positif lainnya sebagai penunjang penampilan. Terdapat suatu penelitian yang mengemukakan lima motivasi yang mendasari individu menggunakan hijab yaitu kesadaran untuk menjalankan ajaran agama dan memperoleh ridha Allah, demi keamanan dan menjaga diri, mematuhi peraturan yang berlaku, alasan etika dan estetika dan untuk mengontrol tingkah laku [5].

Sedangkan pada skala harga diri, analisa deskriptif berdasarkan alasan

menggunakan hijab seluruh kelompok partisipan berdasarkan alasan menggunakan hijab juga berada dalam kategori tinggi dengan mean pada kelompok internal sebesar 134,64 dan kelompok eksternal sebesar 132,07. Penggunaan hijab merupakan suatu kewajiban yang dapat dijadikan simbol perubahan diri menjadi pribadi yang lebih baik dan merubah gambaran diri seseorang yang mempunyai image negatif terhadap penampilannya, karena dengan menggunakan hijab dapat menubah penampilan seseorang menjadi terlihat lebih menarik yang dapat meningkatkan harga diri mereka. Hal ini sesuai dengan pernyataan penelitian dari Swami [9], seorang Psikolog dan peneliti utama pada Universitas Westminster London bahwa dengan menggunakan hijab wanita dapat memberikan kesan anggun dan meningkatkan harga diri kaum wanita.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah diuraikan, maka kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah tidak ada hubungan antara konformitas dan harga diri pada mahasiswi yang menggunakan hijab. Hal ini dikarenakan hasil yang didapatkan oleh peneliti menunjukkan sebagian besar partisipan menjawab bahwa alasan mereka memakai hijab adalah kewajiban dan bukan konformitas seperti yang diasumsikan oleh peneliti.

Berdasarkan hasil penelitian, maka saran yang dapat diberikan adalah untuk mahasiswi maupun wanita yang menggunakan hijab disarankan agar tetap mengedepankan syariat Islam dalam mengikuti tren hijab yang sedang berkembang pada saat ini dan istiqomah di dalam menggunakan hijab jangan sam-

pai menggunakan hijab (pakaian) pada saat tertentu saja atau agar dapat di terima di dalam kelompok ataupun lingkungannya saja.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Andriani, M., & Ni'matuzahroh. (2013). Konsep diri dengan konformitas pada komunitas hijabers. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*. Vol. 01, No. 01.
- [2] Astarari, A. R., & Sahrah, A. (2009). Hubungan antara konformitas dengan perilaku membeli impulsif pada remaja putri. *Jurnal Universitas Wangsa Manggala*. Yogyakarta: Universitas Wangsa Manggala.
- [3] Baron, R. A., Byrne, D. (2005). *Psikologi sosial edisi kesepuluh*. jilid 2. Jakarta : Erlangga.
- [4] Chaplin, J. P. (2005). *Kamus lengkap psikologi*. Jakarta : PT. Raja Grafindo.
- [5] Erawati, D. (2005). Fenomena berjilbab di kalangan mahasiswi (studi tentang pemahaman, motivasi dan pola interaksi sosial mahasiswi berjilbab di Universitas Muhammadiyah Malang. *Jurnal Studi Agama dan Masyarakat*. Volume 2 nomor 2.
- [6] Fauziah, D.D. I. (2009). Hubungan antara harga diri dengan konformitas pada siswa kelas XI di SMKN 2 Malang. Skripsi. Malang: Universitas Negeri Islam.
- [7] Feist, J., & Feist, G. J. (2010). *Teori kepribadian*. edisi 7 buku 1. Diterjemahkan oleh : Handriatno. Jakarta : Salemba Humanika.
- [8] Gorda, M. (2013). Jumlah hijabers terus merangkak pesat. <http://www.spektanews.com>. Di akses tanggal 03 Maret 2015.
- [9] Jamilah, S. (2014). Muslimah berhijab berikan dampak positif. <http://mirajnews.com>. Di akses tanggal 19 Agustus 2015.
- [10] Kristina, M., Elvinawaty, R., & Mailani, L. (2013). Perbedaan gender dalam kecenderungan untuk berkonformitas pada siswa SMA Raksana Medan. *Psikologia*. Vol. 08, No. 01, hal. 12-18.
- [11] Kurniawan, H. (2014). Tren hijab 2014 di mata masyarakat. <http://righthonlavalamps.com>. Di akses tanggal 19 Agustus 2015.
- [12] Nafiisah, F.B. (2010). Kapitalisasi jilbab. <http://mediaislamnet.com>. Di akses tanggal 03 Maret 2015.
- [13] Nashihin, S. A. (2012). Hubungan antara harga diri dengan konformitas pada aktivis dakwah kampus di Universitas Negeri Malang. Skripsi. Jurusan Psikologi, Fakultas Pendidikan Psikologi, Universitas Negeri Malang.
- [14] Okthavia, S. W. (2014). Hubungan antara dukungan sosial keluarga terhadap tingkat self esteem pada penderita pasca stroke. *Jurnal Psikologi Pendidikan dan Perkembangan* Vol. 3, No. 2.
- [15] Papalia, D. E., Olds, S. W., & Feldman, R. D. (2008). *Human development (psikologi perkembangan edisi kesembilan)*. Jakarta: Kencana.
- [16] Pelangi, D. (2013). Alasan wanita Indonesia menggunakan hijab. <http://dianpelangi.net>. Di akses tanggal 07 Juli 2015.
- [17] Sarwono, S.W. (1999). *Psikologi sosial, psikologi kelompok*

- & psikologi terapan. Jakarta : Balai Pustaka.
- [18] Sarwono, S. W., & Meinarno, E. A. (2014). Psikologi sosial. Jakarta : Salemba Humanika.
- [19] Wahidah, F. (2012). Mengapa berkerudung? <http://republika.co.id>. Di akses tanggal 07 Juli 2015

