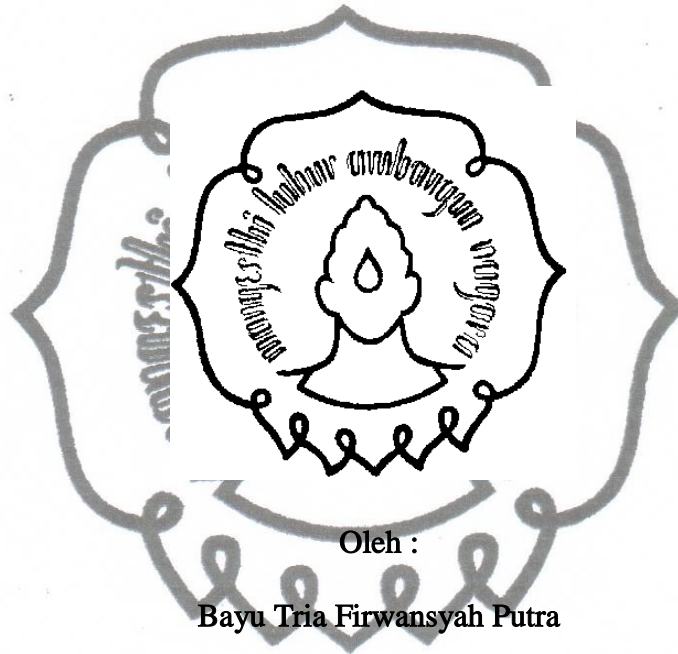


JURNAL

FENOMENA *JILBOOBS* DI MEDIA SOSIAL

(Analisis Semiologi Tentang Makna Visual Pada Fenomena Busana Hijab

“Jilboobs” di Media Sosial Instagram)



Oleh :

Bayu Tria Firwansyah Putra

D1212016

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Universitas Sebelas Maret

Surakarta

2016

FENOMENA *JILBOOBS* DI MEDIA SOSIAL

(Analisis Semiologi Tentang Makna Visual Pada Fenomena Busana Hijab

“Jilboobs” di Media Sosial Instagram)

Bayu Tria Firwansyah Putra

Sri Herwindya

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Universitas Sebelas Maret Surakarta

Abstract

This research seeks to describe, discover and dismantle the veil of meaning construction through denotation, connotation, and the myth that built from a collection of images in social media, especially in Instagram. Descriptions of these meanings regarding the collection of photos stored on instagram accounts that have been uploaded / published to the category "Jilboobs".

Jilboobs set of photos presents some visible signs, such as: Model Hijab, Hijab Style Clothing and Accessories worn. Signs are emerging in this Jilboobs photo collection, is used to capture the meaning contained in the photos.

The methodology used in this study is a qualitative method approach semiotic analysis mythology Roland Barthes to view and analyze the signs that look visually contained in a collection of photos Jilboobs so that the meaning of denotation, connotation and myth in visual works that shaped the image, can be described by author.

From the analysis that has been done, the authors were able to find and unpack the meaning behind the photos in the collection of accounts @share.jilboobs, that the women were able to present fashion through her beauty as an effort to identity-forming social, sexual, and class for their influence in the process of social modernization. There is a shift in the value of the hijab itself. hoods then and now are different meanings. If the first to wear a veil is a symbol of obedience women in their religion, while wearing hijab has now become a way of life of its own.

Keywords: Analysis semiology, Jilboobs, Fashion.

commit to user

Pendahuluan

Tampil cantik dan modis dengan gaya elegan, feminim atau simple kini dapat dinikmati dalam balutan busana muslimah . Anak muda sekarang kian menggemari tren busana muslim, terutama busana muslimah yang mengalami modifikasi sedemikian rupa. Busana muslimah yang biasa dikenal dengan sebutan jilbab, saat ini telah menjadi tren baru dalam berpenampilan. Banyak mahasiswi yang beralih memakai jilbab dan menjadikan jilbab sebagai busana kesehariannya. Religius tetapi tetap tampil modis, menjadi muslimah yang gaul, smart dan ngerti fesyen. Jenis mode jilbab yang semakin beragam dengan corak, model dan asesoris yang mendukungnya menjadi daya tarik tersendiri.

Jilbab merupakan salah satu gaya berbusana wanita muslimah. Pemakaian jilbab akan menutupi semua aurat wanita, sehingga pakaian ini berbentuk sangat panjang dan menutupi semua bagian tubuh wanita. Seiring dengan berkembangnya gaya berbusana, pemakaian jilbab semakin kehilangan peminatnya. Memudarnya jilbab dikalangan umat muslim wanita adalah dikarenakan pakaian itu dianggap sudah tida lagi sesuai dengan perkembangan jaman dan juga membatasi kegiatan wanita.¹ Pada prinsipnya laki-laki dan perempuan mempunyai beban dan tanggung jawab yang sama dalam kehidupan sosial dan politik dalam rangka menciptakan dunia dan masyarakat yang ideal menurut Islam.²

Tidak adalagi perbedaan status dan perlakuan antara yang berjilbab dan yang tidak. Jilbab modern dinilai lebih fleksibel dan dapat dikombinasikan dengan berbagai busana lain. Maraknya model jilbab yang sesuai dengan kondisi lingkungan dan psikologis anak muda saat ini semakin mendorong perempuan memilih jilbab dalam berbusana kesehariannya. Apalagi ukuran cantik kini tidak hanya ketika menggunakan pakaian serba mini dan terbuka tetapi dengan jilbab pun bisa tampil cantik dan anggun. Banyaknya wanita muslimah yang memakai jilbab

¹Murtadho Muthahari, *Hijab Gaya Hidup Wanita Islam* (Bandung : Mizan, 1997),hal. 31

²Zaenul Mahmudi, *Sosiologi Fikih Perempuan* (Malang : UINMalang Press, 2009),hal. 78

tidak lantas membuat mereka terbebas dari cibiran dan pandangan negatif dari masyarakat. Para wanita muslimah yang memakai jilbab trendi dan modis ala hijabers kadangkala dianggap hanya mengikuti tren semata, ada juga yang beranggapan bahwa jilbab yang mereka pakai tidak sesuai syariah islam karena jilbab yang mereka pakai tidak memenuhi kaidah berjilbab yang benar.

Dalam kehidupan sehari-hari kata *fashion* lebih sering diartikan sebagai dandanan atau gaya dan busana, ada juga orang yang mengartikan *fashion* sebagai pakaian atau memakai pakaian.³ *Fashion* juga menjadi simbol kelas dan status sosial pemakainya, ia juga menjadi representasi sosial budaya yang dekat dengan kehidupan kita sehari-hari. Dalam hal representasi sosial budaya, *fashion* kadang juga dikaitkan dengan simbol-simbol agama tertentu. Misalnya pemakaian kerudung/jilbab yang diidentikan dengan Islam, aksesoris- aksesoris berupa kalung berbentuk salib yang diidentikan dengan agama Kristen, dan masih banyak lagi. Malcolm Barnard dalam bukunya *Fashion as Communication* mengidentifikasi busana baku dengan *antifashion*, sedangkan busana modis dengan *fashion*.⁴ Apabila *fashion* dan *antifashion* dikaitkan dengan jilbab, maka jilbab sebagai busana sekarang ini bisa dikategorikan sebagai busana *fashion*.

Pada dasarnya Hijab (Jilbab) merupakan cara berpakaian untuk menutupi aurat, dimana aurat itu bukan hanya sekedar rambut atau kepala saja, tetapi juga segala bentuk tubuh yang bisa menghadirkan godaan kepada kaum lawan jenis. Penekanan fungsi jilbab adalah. Pertama, untuk menutup aurat bagi perempuan untuk melindungi diri dari fitnah, baik ketika sedang bergaul dengan laki-laki yang secara hukum bukan termasuk mahramnya. Kedua, untuk menjaga dan melindungi kesucian, kehormatan, dan kemuliaannya sebagai seorang perempuan. Ketiga, menjaga identitas sebagai perempuan muslimah yang membedakan dengan perempuan lain.⁵ Defenisi diatas sangat berbeda dengan kenyataan yang ada pada saat ini. Banyak sekali remaja

³Barnard Malcom, *Fashion Sebagai Komunikasi*. 2011, Hal. 13.

⁴Barnard, *Ibid*. Hal 20.

⁵Abu Syuqqah, *Busana dan Perhiasan Wanita Menurut al-Qur'an dan Hadis*, cet. Ke-1. Bandung : Mizan, 1998. hal. 20

perempuan yang melupakan arti sebenarnya dari Jilbab itu sendiri. Mereka malah lebih menonjolkan lekukan atau bagian tubuh mereka sehingga terkesan seksi dan lebih seksi daripada wanita yang tidak berjilbab.

Seiring dengan berkembangnya *fashion* hijab, sekarang ini, kita sering mendengarkan kata *Jilboobs* di berbagai media terutama internet. Istilah ini merupakan sebuah istilah yang baru dalam dunia pergaulan kita sehari-hari. Menurut beberapa sumber, kata *Jilboobs* merupakan panggilan untuk perempuan muslimah yang mengenakan jilbab tetapi juga mengenakan pakaian ketat, sehingga berkesan menonjolkan anggota tubuh yang lain (dada, lekuk tubuh, paha, betis, dan lain-lain). Di sisi lain perkembangan teknologi yang tumbuh dengan cepat dan inovatif, belakangan ini muncul beberapa media sosial yang baru yang lebih spesifik penggunaannya, seperti contohnya adalah instagram. Karena munculnya instagram maka berimbas pada makin banyaknya penghobi foto yang mendadak meledak. Semakin banyaknya penikmat dan mengkilat foto maka digunakan oleh beberapa pihak untuk membuat akun tentang profil seseorang, komunitas, gaya hidup, dan masih banyak lagi. termasuk salah satunya adalah gaya hidup berbusana *Jilboobs*, dengan kita mengetik kata *jilboobs* pada kolom pencarian maka kita akan melihat beberapa akun yang mana didalamnya terdapat posting-posting foto wanita berbusana *jilboobs*.

Dari fenomena tersebut membuat peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana “*makna simbol visual pada fenomena Jilboobs di media sosial instagram melalui pendekatan analisis semiologi*”. Terdapat banyak akun instagram yang mengadopsi foto-foto hijab model jilboobs. Diantaranya yang memiliki banyak jumlah follower adalah akun @share.jilboob, @Jilboobs_style, @jilboobs_bungas, @jilboobs.style, Namun peneliti memilih akun @share.jilboobs sebagai obyek penelitian karena memiliki jumlah follower yang cukup banyak, serta jumlah postingan yang relatif banyak dan bervariasi dibanding akun yang lain.

Aspek komunikasi yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah pesan (*message*). Dalam melakukan penelitian pesan, terdapat beberapa metode yang dapat digunakan. Salah satunya adalah melalui analisis semiotika. Peneliti merasa bahwa metode kualitatif dengan pendekatan semiotika Roland Barthes, sesuai dengan penelitian ini, yaitu model sistematis dalam menganalisis makna dengan tanda-tanda. Focus perhatiannya tertuju pada signifikasi dua tahap (*two order of signification*).

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka dapat dirumuskan permasalahannya sebagai berikut : “Bagaimana makna simbol visual yang terdapat pada berbusana hijab model *Jilboobs* di media sosial Instagram”

Tujuan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui makna simbol visual yang terdapat pada busana hijab model *Jilboobs* di media sosial Instagram

Tinjauan Pustaka

a. Komunikasi

Menurut Deddy Mulyana, Proses komunikasi dapat diklasifikasikan menjadi 2 (dua) bagian yaitu, Komunikasi verbal dan Komunikasi non-verbal. Komunikasi non-verbal adalah bentuk komunikasi yang tidak menggunakan kata-kata, baik lisan maupun tulisan. Pada awalnya pengetahuan tentang komunikasi non-verbal lebih banyak mengarah pada pesan-pesan non-verbal yang dikomunikasikan oleh gerakan tubuh, gerakan mata, ekspresi wajah, sosok tubuh, penggunaan jarak (ruang), kecepatan dan volume bicara.⁶

⁶<http://www.nherent.brawijaya.ac.id/vlm/file.php/21/data/materi12>, *Komunikasi Nonverbal* diakses 26 Juni 2008

b. Semiologi

Untuk membahas semiotika gambar, pendekatan struktural Roland Barthes, pakar semiotika asal Prancis, tentang gambar memadai untuk melihat fenomena gambar dalam teknologi komunikasi baru zaman sekarang. Barthes menggunakan istilah *orders of signification*. First order of signification adalah denotasi, sedangkan konotasi adalah second order of signification. Tatahan yang pertama mencakup penanda dan petanda yang berbentuk tanda. Tanda inilah yang disebut makna denotasi. Kemudian dari tanda tersebut muncul pemaknaan lain, sebuah konsep mental lain yang melekat pada tanda (penanda). Pemaknaan baru inilah yang kemudian menjadi konotasi. Pada signifikasi tahap kedua yang berhubungan dengan isi tanda bekerja melalui mitos (myth). Mitos menurut Barthes adalah suatu sistem komunikasi yang dengan demikian dia adalah sebuah pesan. Mitos kemudian tak mungkin dapat menjadi sebuah obyek, sebuah konsep, atau sebuah ide. Karena mitos adalah sebuah mode penandaan yakni sebuah bentuk.⁷

c. Fashion

Menurut Jean Baudrillard *fashion* adalah dalam satu pengertian, tahapan akhir bentuk komoditas “Dengan percepatan dan perkembangan pesan, informasi, tanda dan model, maka *fashion* sebagai lingkaran total dan dunia komoditas linier akan selesai”.⁸ Ada tiga kategori pengertian pakaian sebagai media komunikasi yang ditimbulkan. Pertama, derajat penerimaan orang lain terhadap pakaian seseorang sebagai masa kini cerah, dan cantik. Kedua, derajat dimana pakaian dapat menjelaskan peran sosial pemakai dan pembuatnya tampak feminim atau maskulin. Ketiga, derajat yang menentukan apakah pakaian seseorang kan membuatnya tampak resmi atau santai.⁹ Disinilah *fashion* mulai menjadi modus

⁷Kurniawan, *Semiologi Roland Barthes*, Indonesia Terra, Magelang, 2001. Hal 84.

⁸ Baudrillard dalam Ritzer, *Teori sosial Postmodern*. Yogyakarta: PT. Kreasi Wacana. 2006 Hal: 160

⁹ Ahmad, Sihabuddin. *Komunikasi Antar Budaya (Satu Perspektif Multidimensi)*. 2011. Jakarta: PT. Bumi Aksara. Hal. 110

keberadaan manusia modern: kamu bergaya maka kamu ada. Kalau kamu tidak bergaya, siap-siaplah untuk dianggap tidak ada diremehkan, diabaikan, atau mungkin dilecehkan. Itulah sebab mungkin orang sekarang perlu memperhatikan yang namanya *fashion*.

d. *Fashion* Sebagai Komunikasi

”Busana, pakaian, kostum, dan dandanan adalah bentuk komunikasi artifaktual¹⁰ (artifactual communication).¹⁰ Komunikasi artifaktual didefinisikan sebagai komunikasi yang berlangsung melalui pakaian dan penataan berbagai artefak, misal: pakaian, dandanan, perhiasan, kancing baju, dan lain-lain.” *Fashion* bergerak dari fungsinya sebagai alat untuk melindungi badan dari cuaca, dan juga sebagai alasan kesopanan, menjadi sebuah alat komunikasi yang bisa sangat efektif untuk menyampaikan pesan yang ingin ditransfer oleh komunikator kepada komunikan. Kaitannya dengan komunikasi, Malcolm Barnard menyebutkan ada banyak sekali pesan non-verbal yang dapat dikomunikasikan lewat *fashion* berupa pakaian, semisal identitas sosial, seksual, kelas, afiliasi politik, budaya, gender, kepribadian, dan sebagainya. Roland Barthes ikut menambahkan bahwa secara psikoanalisis orang memilih pakaian adalah lebih untuk mengekspresikan diri dan kepribadiannya, dan pilihan ini jika ditinjau dari sisi psikologi dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti iklan, merek, tips-tips *fashion*, efek windows shopping, dan lain-lain yang dapat dikategorikan sebagai pengaruh dari lingkungan.

e. *Fashion* Sebagai Citra

Pakaian sering dianggap sebagai sebuah topeng untuk memanipulasi tubuh, sebagai cara untuk membangun dan menciptakan citra diri. Secara semiologis tanda denotatif dianggap sebuah penanda dan tanda konotatif

¹⁰Barnard, Malcolm. *Fashion Sebagai Komunikasi*. Jalasutra, Yogyakarta & Bandung, 2007. Hal VII

dianggap sebagai sebuah petanda. Pada tataran makna denotasi atau makna secara harfiah, *fashion* dipahami melalui apa yang ditampilkan oleh citra yang secara faktual tampak, bahan apa yang digunakan, waktu dan tempat pembuatannya, pemakaiannya, dan sebagainya. Menurut Desmond Morris, dalam *Manwatching: A Field Guide to Human Behavior* (1977), pakaian juga menampilkan peran sebagai pajangan budaya (cultural display) karena ia mengkomunikasikan afiliasi budaya. Mengenali asal-usul seseorang berasal dari pakaian yang mereka kenakan. Selain ada nilai-nilai yang ingin dipromosikan atau dikomunikasikan melalui apa yang ditampilkan, *Fashion* merupakan sebuah bentuk dari ekspresi individualistik.¹¹

f. Konsep Hijab

Pemaknaan kata hijab dalam Al-Qur'an lebih umum diartikan bukan khusus sebagai konteks busana, akan tetapi bisa masuk dalam berbagai konteks termasuk dalam konteks menjaga diri untuk memperkuat keimanan dimana itu bukan hanya dengan pakaian/hijab. Dapat dikatakan jilbab merupakan busana untuk muslimah yang tidak ketat atau longgar dengan ukuran besar yang menutup seluruh tubuh perempuan kecuali muka dan telapak tangan. Pengertian ini sedikit berbeda dengan arti jilbab yang selama ini dipahami di Indonesia yang identik dengan penutup kepala atau kerudung saja. Jilbab sebagai busana muslimah berfungsi sebagai penutup aurat, sebagai perhiasan dan untuk memenuhi syarat kesehatan, kenyamanan dan menyelamatkan diri dari ancaman. Jilbab memiliki makna secara material sebagai cara untuk menutupi tubuh untuk menjaga kesopanan dan perlindungan diri, serta sebagai perhiasan untuk tujuan estetika.¹²

¹¹ https://www.academia.edu/6416449/Fashion_Sebagai_Alut_Bahasa (Di akses 1 Agustus 2016)

¹² Suciati. *Gaya Busana Unisex*. 2005 Hal 6-7.

g. Hijab Dalam Teori Desain Busana

Merujuk kepada teori *Fashion System* dari Roland Barthes (1990), *fashion* adalah sebuah sistem tanda (signs). Cara kita berpakaian merupakan sebuah tanda untuk menunjukkan siapa diri kita dan nilai budaya apa yang kita anut. Pemakaian hijab saat ini bukan merupakan hal yang tidak diperhatikan lagi oleh dunia mode di dunia khususnya di Negara-negara muslim termasuk Indonesia. Dalam persoalan busana/pakaian dalam hal ini hijab, style (gaya) dan mode sangat erat hubungannya dengan penampilan atau sikap seseorang, yang tentunya permasalahan ini harus melibatkan pula factor-faktor pemakaian (*consumption*), penerimaan (*reception*) dan selera (*taste*).¹³ dan busana hijab disini merupakan petanda yang memberikan identitas seseorang.

Metodologi

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis semiologi. Analisis semiologi digunakan untuk mendukung penelitian ini dalam mengkaji makna pesan berupa tanda-tanda yang terdapat pada gaya busana hijab model jilboobs.

Obyek penelitian yang digunakan adalah di dalam *social media* yaitu Instagram. dengan fokus penelitian terhadap 4 korpus yang sudah terpilih. di dalam akun instagram '@share.jilboobs', dimana 4 korpus tersebut dinilai mewakili tentang simbol-simbol visual yang ada di dalamnya. Peneliti mengambil foto dengan berbagai titik gaya busana tersebut tampak melalui anggota badan yang disorot, model busana, perhiasan yang dikenakan, gesture yang dibentuk, angle foto yang diambil serta semua ornamen pendukung didalam foto tersebut.

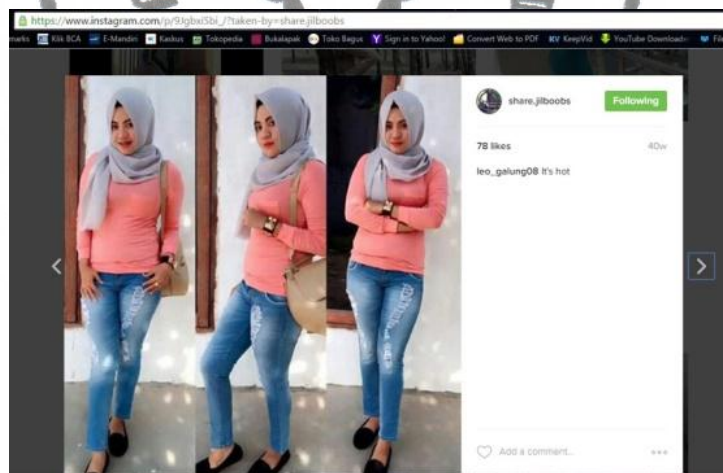
Sajian dan Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis yang ditawarkan Roland Barthes. Langkah-langkah analisa data dalam penelitian ini

¹³John A. Walker, *Design History and the History of Design*. 1989. Hal. 171
commit to user

adalah Peneliti melakukan pengamatan mendalam dan mengenali lebih jauh tanda-tanda komunikasi yang terdapat dalam sampel foto yang terdapat di akun *@share.jilboobs*. Dari data yang telah didapat, untuk selanjutnya dijelaskan makna denotasinya. Kemudian berdasarkan makna denotasi yang telah didapatkan maka akan didapat makna-makna konotasi dari lambang-lambang komunikasi yang ada. Karena pada dasarnya penanda konotasi dibangun dari tanda-tanda dari sistem denotasi. Didalam proses ini terjadi interaksi antara teks dengan kultur dan frame of referens peneliti, maka pada akhirnya berdasarkan makna-makna yang berlaku di dalam masyarakat kita mendapatkan makna konotasi dari sampel foto pada akun *@share.jilboobs*.

♦ Korpus 1



Gambar 1.1 Korpus 1

Pilihan hijab bergaya casual juga sangat fleksibel saat dipadukan dengan berbagai macam aksesoris tambahan. Banyak hal yang dilakukan oleh kaum perempuan untuk menunjukkan eksistensinya dengan media pakaian. Busana casual atau santai adalah busana yang dipakai pada waktu santai atau rekreasi. Pemitosan penggunaan busana kaos casual yang ketat terkesan sebagai pakaian kaula muda, santai, percaya diri menjadi terkesan gaul dan trendy dan

commit to user

lebih mengikuti perkembangan mode, serta ditambah lagi oleh perpaduan pemakaian jilbab yang memang sedang tren menjadi lebih mempertegas kesan-kesan tersebut.¹⁴

◆ Korpus 2



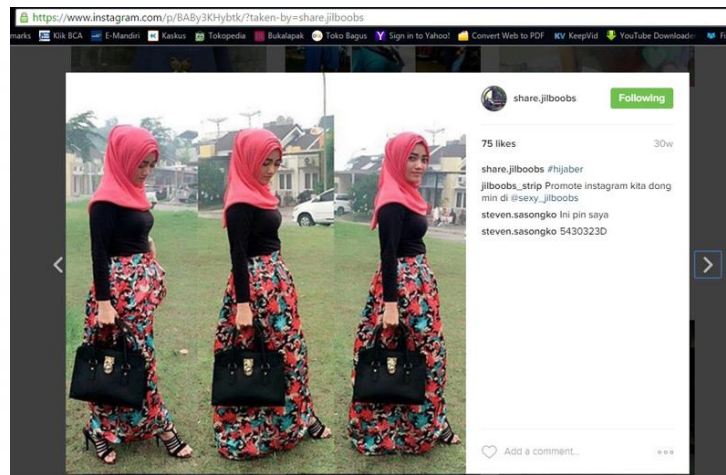
Gambar 1.2 Korpus 2

wanita yang berpenampilan cantik dengan gaya glamour dan mewah akan dipandang memiliki kedudukan lebih tinggi. Kecantikan dalam tataran ini diberengi dengan penggunaan barang-barang dan simbol-simbol kemewahan. Kontras dengan wacana ke-Islaman yang menganjurkan kesederhanaan. Kemewahan dan kemodernan tidak hanya ditunjukkan dari penggunaan hijab dan outfit yang mahal namun juga tempat atau setting pengambilan gambar yang cenderung berdesign mewah dan modern. Dalam konteks ini berhijab ternyata juga tetap dibarengi dengan dandanan dan perawatan tubuh, ditemukan riasan yang terkadang masih menggunakan riasan tebal dan menor

¹⁴ <https://biebahuachim.wordpress.com/2012/11/11/busana-casual/> (diakses 27 Agustus 2016)
commit to user

padahal jika dalam ajaran Islam, pemakai hijab tidak diperbolehkan berdandan yang berlebihan.¹⁵

♣ Korpus 3



Gambar 1.3 Korpus 3

Perempuan feminim cantik yang ‘bebas’ dan cantik terhormat. Banyak perempuan merasa terhormat dan dihormati jika ia bersikap dan berperilaku yang mencerminkan feminitas. Feminitas dimanifestasikan dari penggunaan hijab dan serangkaian outfit yang mencerminkan perempuan seperti warna pink, motif bunga-bunga, gerakan tubuh yang gemulai, desain baju yang berlayer, menjuntai dan jatuh. Penggunaan benda-benda berkarakter feminim mendorong perempuan muslim menjadi meniru kecantikan boneka barbie yang diakui sebagai ikon kecantikan. Kecantikan dari penggunaan hijab yang menduplikasi kecantikan boneka menjadi bukti bahwa penggunaan hijab menunjukkan simbol patriarkhi. Mitos kecantikan diciptakan oleh kekuasaan patriarkhi untuk meneguhkan dominasinya terhadap perempuan. Definisi kecantikan bersifat politis karena hakikatnya merupakan representasi relasi-

¹⁵ Orrinda Ike Fardiana, Dalam jurnal *Mitos Kecantikan Perempuan Muslim*. 2010
commit to user

relasi kekuasaan. Ada faktor dominasi dan kontrol di dalamnya oleh sistem patriarkhi.¹⁶

♣ Korpus 4



Gambar 1.4 Korpus 4

Sensualitas perempuan selalu ditampilkan dengan perawakan cantik, muda, tubuh langsing yang dibalut dengan pakaian super ketat dan rok yang terkesan seksi, lekukan tubuh, dan tulang selangka yang terlihat. Perempuan dinyatakan sensual ketika memperlihatkan citra sensual tersebut pada kesan pertamanya dimana perempuan tersebut dapat memposisikan dan menampilkan dirinya hingga dapat dikagumi oleh laki-laki maupun perempuan. Perempuan yang sensual cenderung memiliki kuasa dibandingkan dengan perempuan-perempuan lain. Hal tersebut dikarenakan dia dapat mempengaruhi reaksi orang-orang disekitarnya.¹⁷

Mitos yang dibangun dalam korpus akun @share.jilboobs berkaitan dengan kecantikan, terutama pada kecantikan lahiriah. Hal inilah yang membuat perempuan menjadi terobsesi dengan kecantikan dan melakukan segala cara untuk mendapatkan

¹⁶ Orrinda Ike Fardiana, *Op Cit*

¹⁷ Rina Maria, dalam Jurnal *Representasi Sensualitas Perempuan Dalam Video Game*. 2013
commit to user

kecantikan agar terlihat menarik salah satunya melalui fashion. Para perempuan mengguna pakaian yang pas dengan bentuk tubuhnya agar merasa cantik, menarik, percaya diri. Hal tersebut menunculkan anggapan bahwa perempuan yang menggunakan jilbab juga bisa tampil cantik sesuai dengan mitos yang ada di masyarakat bahwa perempuan harus cantik, terutama yang berkaitan dengan kecantikan fisik. perempuan muslim di Indonesia sudah menjadikan jilbab sebagai gaya hidup. Mereka juga berfikir bahwa jilbab dapat membuat mereka semakin cantik yang merujuk pada mitos tentang kecantikan.

Dalam perkembangannya, model berjilbab wanita muslim Indonesia mengalami perubahan beriringan dengan munculnya komunitas jilbab yang membawa identitas Islam. Jilbab menjadi pakaian yang dapat disesuaikan dengan perkembangan fashion yang terkadang dalam penciptaannya luput dari aspek Syari'at. Barnard menyatakan bahwa fashion merupakan fenomena kultural yang digunakan kelompok untuk mengkonstruksi dan mengkomunikasikan identitasnya. Jilbab dapat digunakan menjadi simbol untuk merepresentasikan gaya hidup kelompok sosial melalui fashion.¹⁸ Jilbab tidak dominan lagi digunakan untuk nilai-nilai keagamaan tetapi digunakan untuk bergaya atau hanya sekedar aksesoris yang dipadukan dengan busana yang ketat dan tidak sesuai dengan ajaran Islam, kelompok masyarakat tersebut di sebut sebagai kaum *Jilboobs*, mereka menggunakan jilbab tetapi memperlihatkan aurat atau bagian-bagian tubuh yang seharusnya tidak terekspos dengan sangat jelas, tetapi itu direspon oleh masyarakat sebagai hal yang negatif karena merusak nilai-nilai keagamaan tentang jilbab itu sendiri.

¹⁸ Barnard, *op.cit*, Hal 83

Kesimpulan

Melalui fashion wanita mampu mempresentasikan kecantikannya sebagai upaya pembentuk identitas sosial, seksual, dan kelas karena adanya pengaruh modernisasi dalam proses sosial. Fashion memfasilitasi keinginan wanita untuk terlihat dan menjadi cantik, gaya dan menarik, dan cakupan fashion sangat luas tidak sekedar lingkup berbusana tapi juga meliputi keseluruhan dari hal-hal yang berhubungan dengan penampilan yaitu tata rambut, tata rias wajah, sepatu, tas, topi, sarung tangan, perhiasan bahkan juga jam tangan, kaca mata dan minyak wangi sampai menyangkut penampilan tubuh dan kulit. Ada pergeseran nilai dari hijab itu sendiri. kerudung dulu dan sekarang sudah berbeda makna. Kalau dulu memakai kerudung merupakan simbol ketaatan wanita pada ajaran agama mereka, sedangkan memakai hijab sekarang sudah menjadi suatu gaya hidup tersendiri. Karena fashion muslimah berkembang dengan pesat dan bermunculan model-model yang bagus, stylish, dan modis.

Bagi seorang muslim, berbusana fungsinya sebagai alat untuk menutup aurat sesuai dengan perintah agama tetapi pada perkembangannya bergulir menjadi sebuah pencitraan diri bahkan “penanda” status sosial. Dari sinilah kemudian lahir pembaharuan fashion yang terus menerus. Oleh karena itu, banyak muslimah meyakini bahwa dengan mengikuti tren hijab tersebut, mereka akan terlihat lebih cantik dan menarik. Sebaliknya kalau tidak mengikuti tren, mereka akan terlihat tidak modis atau culun. Memang, menurut Fiske, fashion dianggap sebagai bentuk komunikasi nonverbal yang digunakan oleh seseorang untuk mengungkapkan tentang dirinya kepada orang lain. Pakaian, asesoris, dan symbol keagamaan tidak lagi bermakna sebagaimana selama ini dipahami. Jilbab, pakaian muslim, dan asesoris keagamaan tidak lagi mengusung makna religi, ada banyak makna yang diusungnya.

Saran

1. Ditunjukkan kepada para pengguna media sosial Instagram: Kita dapat mengenal kebudayaan asing untuk memperkaya pengetahuan namun bukan berarti

commit to user

melupakan kebudayaan asal, kebudayaan kita sendiri, dan tidak melupakan adat istiadat Negara kita sendiri, dengan begitu tidaklah mudah bangsa kita terkena pengaruh budaya.

2. Penelitian ini mengajak masyarakat untuk menyadari bahwa sesungguhnya dalam berpakaian, seharusnya seorang perempuan tidak hanya memperhatikan kecantikan akan dirinya saja, tetapi juga perintah agama yang sudah memiliki ketentuan tentang berpakaian. Agama tentu tidak melarang seorang perempuan untuk menjadi cantik, selama seorang perempuan tetap memperhatikan dan tidak melupakan kaidah-kaidah agama yang berlaku. baik bagi kaula muda yang sedang belajar memperdalam agama maupun pada orang-orang (wanita muslimah) yang sudah faham agama serta tidak merusak citra wanita pemakai busana jilbab itu sendiri di mata masyarakat.

Daftar Pustaka

- Ahmad, Sihabuddin. 2011. *Komunikasi Antar Budaya (Satu Perspektif Multidimensi)*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Barnard, Malcolm. 2007. *Fashion Sebagai Komunikasi*. Yogyakarta & Bandung: Jalasutra.
- Barnard, Malcolm. 2011. *Fashion Sebagai Komunikasi: Cara mengkomunikasikan identitas sosial, seksual, kelas, dan gender*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Baudrillard dalam Ritzer. 2006. *Teori sosial Postmodern*. Yogyakarta: PT. Kreasi Wacana
- John A. Walker, 1989, *Design History and the History of Design*. London: Pluto Press
- Kurniawan. 2001. *Semiologi Roland Barthes*. Magelang: Indonesia Terra.
- Murtadho, Muthahari. 1997. *Hijab Gaya Hidup Wanita Islam*. Bandung : Mizan
- Zaenul, Mahmudi. 2009. *Sosiologi Fikih Perempuan*. Malang : UIN Malang Press
- [https://www.academia.edu/6416449/Fashion Sebagai Alatt Bahasa](https://www.academia.edu/6416449/Fashion_Sebagai_Alatt_Bahasa) (Di akses 1 Agustus 2016)
- <https://biebahuachim.wordpress.com/2012/11/11/busana-casual/> (diakses 27 Agustus 2016)
- Orrinda Ike Fardiana, 2010. Dalam jurnal *Mitos Kecantikan Perempuan Muslim*.
- Rina Maria, dalam Jurnal *Representasi Sensualitas Perempuan Dalam Video Game*. 2013
- Suciati. 2005. Dalam Jurnal *Gaya Busana Unisex*.