

**PAKAIAN SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI ARTIFAKTUAL DALAM
PEMBENTUKAN IDENTITAS SOSIAL**

(Study Deskriptif Kualitatif pada Mahasiswi Bercadar UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta)



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi**

Disusun Oleh :

Abdullah Bin Salim

13730093

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2017



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Abdullah Bin Salim
NIM : 13730093
Prodi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Public Relations*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah hasil karya/penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 13 November 2017

Yang menyatakan,

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

METERAI
TEMPEL
TGL 20
4AE58AEP67T619408
6000
ENAM RIBURUPIAH


Abdullah Bin Salim
NIM. 13730093



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

NOTA DINAS PEMBIMBING
FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Abdullah Bin Salim
NIM : 13730093
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul :

PAKAIAN SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI ARTIFAKTUAL DALAM
PEMBENTUKAN IDENTITAS SOSIAL
(Studi Deskriptif Kualitatif pada Mahasiswa Bercadar UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta)

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 13 November 2017

Pembimbing

Dra. Marfuah Sri Sanityastuti, M.Si.
NIP. 19610816 199203 2 003



PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-426/Un.02/DSH/PP.00.9/11/2017

Tugas Akhir dengan judul : PAKAIAN SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI ARTIFAKTUAL DALAM
PEMBENTUKAN IDENTITAS SOSIAL (Study Deskriptif Kualitatif pada Mahasiswi
Bercadar UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ABDULLAH BIN SALIM
Nomor Induk Mahasiswa : 13730093
Telah diujikan pada : Rabu, 22 November 2017
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Dra. Marfuah Sri Sanityastuti, M.Si.
NIP. 19610816 199203 2 003

Penguji I

Penguji II

Dr. Yani Tri Wijayanti, S.Sos, M.Si.
NIP. 19800326 200801 2 010

Mochamad Mahfud, S.Sos. I. M.Si.
NIP. 19770713 200604 1 002

Yogyakarta, 22 November 2017
UIN Sunan Kalijaga
Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
DEKAN



Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.
NIP. 19680416 199503 1 004

MOTTO

“Lakonah, Lakonih. Kennengennah, Kennengih”

-Sebuah peribahasa Madura dalam menggambarkan *istiqamah*, tanggung jawab dan konsistensi dalam melakukan sesuatu-

(Abdullah bin Salim)



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini, peneliti persembahkan untuk :

**ALMAMATER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillahirabbil'alamin, Peneliti panjatkan puji syukur yang tidak terhingga kepada Allah SWT yang senantiasa selalu memberikan nikmat yang tidak terhitung jumlahnya baik nikmat iman, nikmat islam, dan nikmat kesehatan. Sholawat serta salam semoga selalu tercurah limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah menuntun kita semua ke jalan yang benar, dan semoga dengan selalu memanjatkan sholawat kepadanya kita semua mendapat syafaatnya di yaumul qiyamah kelak. Amin Allahuma Amin.

Selama menyelesaikan penyusunan skripsi ini penulis telah banyak bantuan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang turut membantu, khususnya:

1. Bapak Dr. Mochammad Sodik, S.Sos., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Drs. Siantari Rihartono, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga.
3. Ibu Dra. Marfuah Sri Sanityastuti, M.Si., selaku pembimbing skripsi yang selalu berbagi ilmu dan meluangkan waktu untuk memberikan arahan dan masukannya selama penyusunan skripsi ini.

4. Ibu Dr. Yani Tri Wijayanti, S.sos, M.Si., selaku penguji 1 dan Bapak Muhammad Mahfud, S.Sos, M.Si., selaku penguji 2.
5. Ibu Fatma Dian Pratiwi, S.Sos M.Si., selaku pembimbing akademik beserta seluruh dosen dan karyawan di lingkungan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
6. Alm. Abi saya H. Moh. Salim Mukmin dan Umi saya Siti Sofiyah, beliau berdua selalu memberikan kasih sayang, semangat dan doa yang tak henti-henti demi kesuksesan anaknya. Keluarga tercinta; Kak Muhsin, Yu Solihah, dan Lek Badrus terimakasih atas doa dan dukungannya.
7. Teman-teman Ilmu Komunikasi 2013 yang tidak dapat peneliti sebutkan satu-persatu.
8. Sahabat Hanoman 2013 dan PMII Humaniora Park yang telah menjadi keluarga bagi saya di Jogja.
9. Para akhwat Niqabiz UIN Sunan Kalijaga yang telah bersedia menjadi Informan penelitian saya.

Yogyakarta, 22 November 2017
Peneliti



Abdullah Bin Salim
13730093

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR BAGAN	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan dan Manfaat	9
D. Kajian Pustaka	10
E. Landasan Teori	12

F. Kerangka Pemikiran	26
G. Metodologi Penelitian	27
BAB II GAMBARAN UMUM	35
A. Profil UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta	35
B. Visi, Misi, Tujuan, <i>Core Values</i> , dan Logo UIN Sunan Kalijaga	35
C. Diskripsi Fakultas di UIN Sunan Kalijaga	42
D. Cadar di UIN Sunan Kalijaga	48
BAB III PEMBAHASAN	51
A. Dimensi Emosi Pemakai dalam Pembentukan Identitas Sosial.....	58
B. Dimensi Tingkah Laku Pemakai dalam Pembentukan Identitas Sosial	68
C. Dimensi Differensiasi dalam Pembentukan Identitas Sosial	81
BAB IV PENUTUP	97
A. Kesimpulan	97
B. Saran	99
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN	

DAFTAR BAGAN

Bagan 1. Kerangka Pemikiran	26
Bagan 2. Proses Interkasi Simbolik	95



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Kajian Pustaka	11
Tabel 2. Jumlah Mahasiswi Bercadar	49
Tabel 3. Identitas Informan	57



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Logo UIN Sunan Kalijaga	39
Gambar 2. Beragam Warna Cadar	60
Gambar 3. Cadar Warna Gelap	63
Gambar 4. Interaksi Perbedaan	83



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRACT

This research titled, clothes are as media of artifactual communication in forming social identity of veil-worn female students in UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. A problem researched is that veil as media of artifactual communication becomes a forming process of identity of female students. This is for knowing that veil is as social object and media of communication that build social identity of female students.

The research method used is descriptive-communicative method, with interactive data analysis technique of Miles and Huberman, or also called as interactive model. This technique consists of three components; they are data reduction, data presentation, and withdrawal and conclusion testing. The theoretical basis used in studying and analyzing this phenomenon is the theory of artifactual communication with the dimensions of clothing information and the social identity theories of Tajfel and Turner.

This research concludes that veil becomes the media of artifactual communication in forming the social identity of female students, the process of communicative formation, through the process of interpreting the message of meaning of veil in the social environment and establishing perception and positive stereotype to female students. The interpretation is a nonverbal message in dimensions of emotional information, behavior, and differences. Thus, it is formed a symbolic interaction in dimension information about veil with the existence of a particular response and feedback. These interactions result in self-categorization, self-identification, and social comparison in conceptualizing self and social female students. This model is to show that veil is a social object that becomes an attribute of social groups and categorizes veiled students and produce a social identity to veiled students themselves.

Keyword : artifactual communication, social identity, veil

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Setiap hari manusia mengenakan benda berupa kain yang melekat pada tubuh dan berfungsi sebagai pelindung serta penutup tubuh, seperti kaki menggunakan sepatu atau sandal sebagai pelindung dari benda tajam dan kotoran agar tidak terinjak, kepala menggunakan topi untuk melindungi dari sinar matahari yang panas di siang hari, serta baju, celana, dan rok sebagai pelindung tubuh dari panas dan dinginnya cuaca serta sebagai menutup aurat, serta aksesoris seperti gelang dan jam tangan yang ada di pergelangan tangan, dan kalung yang melingkar di leher untuk menghiasi sebagai tubuh. Benda-benda tersebut kita biasa menyebut dengan Istilah Pakaian. Seperti dalam Kamus Baku Bahasa Indonesia (KBBI) pakaian adalah barang yang dipakai seperti baju, celana, rok, sepatu, kerudung, topi, dan sebagainya.

Berbagai macam model pakaian berkembang pesat hingga saat ini, seperti kemeja, kaos, jaket, jas, celana, rok, dan sebagainya, serta berbagai cara juga dalam pemakaiannya. Model-model tersebut berkembang secara pesat dalam mengikuti gaya dan mode kekiniannya. Demikian membuat pakaian adalah sesuatu yang tidak dapat dilepas dari kehidupan sehari-hari manusia, bahkan menjadi kebutuhan yang sangat penting manusia sejak lahir dan sejak dahulu zaman luhur manusia. Sejak dahulu memang pakaian

sudah ada dan mengalami perkembangan, mulai pakaian yang terbuat dari dedaunan dan kulit hewan yang hanya bisa melindungi sebagian tubuh saja. Namun, pada masa sekarang seiring pesatnya teknologi pembuatan pakaian, pakaian telah menjadi sesuatu benda yang bisa melindungi tubuh secara keseluruhan.

Agama Islam dalam hal pakaian juga memberikan gambaran kepada kita dalam menggunakan pakaian, Islam memberikan panutan tentang fungsi pakaian pada tubuh. Allah dalam Al Qur'an berfirman tentang fungsi pakaian, dalam surah Al-a'raf ayat 26 sebagai berikut :

يَبْنِيْءَ اٰدَمَ قَدْ اَنْزَلْنَا عَلَيْكُمْ لِبَاسًا يُورِيْ سَوْءَ اَتِكُمْ وَرِيْشًا وَّلِبَاسًا
الْتَّقْوٰى ذٰلِكَ خَيْرٌ ذٰلِكَ مِنْ ءَايٰتِ اللّٰهِ لَعَلَّهُمْ يَذَّكَّرُوْنَ ﴿٢٦﴾

Artinya ; *“Hai anak adam sesungguhnya aku telah menurunkan terhadapmu, pakaian untuk menutup auratmu dan pakaian indah untuk perhiasan, pakaian taqwa adalah pakaian yang paling baik, yang demikian itu adalah sebagian dari tanda-tanda kekuasaan Allah, mudah-mudahan mereka selalu ingat”* (Q.S Al-a'raf: 26).

Adanya ayat di atas memberikan penjelasan terhadap kita tentang fungsi-fungsi pakaian, yaitu untuk menutup aurat, serta pakaian sebagai perhiasan untuk memperindah penampilan, seperti keindahan pada baju, kerudung, rok, celana, jam tangan, kalung, dan gelang. Karena dengan

menutup aurat dan menggunakan keindahan dalam penampilan merupakan bentuk keimanan dalam Islam, serta menggambarkan ketaqwaan kepada Allah dalam berpakaian yang melekat pada tubuh. Sehingga pakaian merupakan tanda-tanda dari kekuasaan dan nikmat Allah untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Salah satu bagian dari pakaian adalah cadar, cadar merupakan kain penutup sebagian wajah perempuan Islam kecuali bagian mata, dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) cadar adalah penutup kepala atau muka (bagi perempuan). Cadar di Indonesia bukanlah hal baru, dikarenakan mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam. Sehingga tak jarang dijumpai perempuan Islam memakai cadar dalam kehidupan dan aktifitas sehari-hari. Allah dalam Al Qur'an menjelaskan tentang fungsi jilbab bagi perempuan Islam dalam surah Al Ahzab ayat 59 sebagai berikut :

يٰٓأَيُّهَا النَّبِيُّ قُلْ لِّأَزْوَاجِكَ وَبَنَاتِكَ وَنِسَاءِ الْمُؤْمِنِينَ يُدْنِينَ عَلَيْهِنَّ
مِنْ جَلْبَابِهِنَّ ذٰلِكَ اَدْنٰى اَنْ يُعْرَفْنَ فَلَا يُؤْذِنَنَّكَ اللهُ غَفُوْرًا
رَّحِيْمًا

Artinya ; *“Hai Nabi, katakanlah kepada isteri-isterimu, anak-anak perempuanmu dan isteri-isteri orang mukmin: “Hendaklah mereka mengulurkan jilbaNuraya ke seluruh tubuh mereka”*. Yang demikian itu

supaya mereka lebih mudah untuk dikenal, karena itu mereka tidak di ganggu. Dan Allah adalah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang” (Q.S Al Ahzab: 59).

Ayat di atas terjadi ketika Nabi Muhammad SAW mengawini Zainab binti Jahsy, beliau menurunkan kain penutup pada dirinya dan mencegah orang lain melihatnya (Taymiah dkk, 1994 : 4). Allah dalam ayat tersebut menjelaskan bahwa bagaimana fungsi jilbab termasuk cadar dalam melindungi seluruh tubuh perempuan dari gangguan yang berasal lingkungan sekitar, seperti halnya kriminalitas.

Beberapa penjelasan fungsi di atas menjelaskan bahwa semula fungsi pokok pakaian juga cadar, sebagai penutup dan pelindung tubuh dan penutup aurat bagi kaum wanita dalam Islam. Namun, lambat laun pakaian juga berfungsi sebagai media komunikasi pemakainya, media untuk mengkomunikasikan identitas, jati diri, dan status sosial, kelas, dan gender. Seperti menurut Idy Subandy Ibrahim (2007: 243) bahwa pakaian juga bisa menampilkan berbagai fungsi. Sebagai bentuk komunikasi, pakaian bisa menyampaikan pesan artifaktual yang bersifat non-verbal. Oleh pemaparan tersebut kita bisa paham bahwa pakaian yang dikenakan menyampaikan pesan tersendiri tentang diri pemakainya.

“Bila seseorang ingin tidak dicurigai ketika bertemu, maka ia memanipulasi dirinya dengan memakai pakaian yang rapi, parfum, sepatu, dan rambut tersisir rapi. Bila seorang penggemar ingin dikasihani, maka ia memanipulasi dirinya dengan memakai pakaian

yang compang-camping, bertindak seperti orang sakit agar orang lain dapat menunjukkan rasa iba” (Desideria Dkk, 2011;6.35).

Masa sekarang manusia masuk pada masa dimana sebuah penilaian terhadap seseorang melalui penampilan fisik, hal ini terjadi pada lingkungan kehidupan sosial, bahwa orang yang rapi dan bersih akan dinilai dengan hal yang positif, sedangkan orang yang penampilannya semrawut akan dinilai dengan hal yang negatif. Gambaran tentang diri seseorang (*self image*) memegang peranan penting dalam komunikasi, baik dengan orang lain (interpersonal) maupun dengan diri kita sendiri (intrapersonal). *Self image* ini sedikit banyak dipengaruhi oleh gambaran fisiknya (*self appearance*) (Sihabudin, 2011: 98). Menurut Marcel Danesi hampir sejak awal sejarah, manusia mengenakan pakaian bukan hanya untuk perlindungan, tetapi juga demi identifikasi dan jatidiri (Danesi, 2011: 211).

Beberapa uraian di atas menggambarkan bahwa pakaian sangatlah penting bagi manusia, selain karena fungsi pokok pakaian, juga fungsi sebagai media komunikasi yang menjadi penting dalam dunia sosial yang mencakupi interaksi sosial, tindakan, dan sikap. Cara berpakaian pada zaman sekarang yang memiliki cara yang berbeda-beda akan memberikan gambaran yang berbeda pula terhadap pemakainya, seperti menggambarkan identitas sosial pemakai.

Begitupun dengan cadar sebagai bagian dari pakaian, tentunya memiliki fungsi komunikatif selain fungsi pokok untuk menutup sebagian wajah perempuan muslim. Namun, walaupun demikian. Cadar sering kali memunculkan persepsi dan stigma negatif di kalangan masyarakat, seperti halnya cadar ditandakan terhadap fanatisme keagamaan, serta juga dikaitkan dengan kelompok Islam radikal, tindakan terorisme dan sebagainya.

“Karena sering dicap negatif bahkan stigma sebagai teroris, para perempuan yang mengenakan nikab dan burka (bagian mata ditutup kain kasa) kerap mengalami kejadian tak enak saat berinteraksi dengan lingkungan sosial dan di area publik. Dari kantor pemerintah, kampus, sampai institusi swasta. Kendati ruang-ruang publik ini membatasi, mereka tetap memakai cadar” (<https://tirto.id/cadar-hanya-kain-hitam-yang-tak-ada-hubungan-dengan-bom-chTn>). Diakses pada tanggal 21 September 2017).

Stigma tersebut seringkali digunakan masyarakat dalam berprasangka terhadap perempuan bercadar, baik yang berstatus ibu rumah tangga, guru pengajar, dosen, pegawai negeri sipil, bahkan mahasiswa. Sehingga menimbulkan kesenjangan dalam interaksi sosial antara perempuan bercadar dengan masyarakat lainnya, hal tersebut tentunya menimbulkan ke-tidak harmonisan antar manusia dalam kehidupan sosial, dan persepsi tersebut terus seiring berjalannya waktu dan banyaknya fenomena dan menciptakan ruang gerak sosial yang sempit bagi perempuan bercadar.

Fenomena yang menjangkiti sebagian besar masyarakat, bahkan termasuk umat Islam sendiri adalah memberikan stigma negatif terhadap mereka yang kental berpenampilan *syar'i* (seperti cadar, gamis, atau janggut panjang). Misalnya saja seorang muslimah yang berhijab *syar'i*—apalagi bercadar—sulit untuk diterima bekerja di

dunia perkantoran. Di bank yang berlabel “syariah” pun rasanya tidak pernah kita jumpai teller/karyawan yang berhijab syar’i (<http://www.nu.or.id/post/read/69709/islamophobia-dalam-perspektif-komunikasi>). Diakses pada tanggal 21 September 2017).

Fenomena persepsi dan stigma yang terjadi di masyarakat tersebut, menjadikan perempuan bercadar mengalami pendalaman terhadap dirinya, serta membuat konsep sikap seperti Drs. Jalaluddin Rachmat menyebutnya sebagai pengelolaan kesan (*Impression Management*). “Kita sudah mengetahui orang lain menilai kita berdasarkan petunjuk-petunjuk yang kita berikan; dari penilaian itu mereka memperlakukan kita. Bila mereka menilai kita berstatus rendah, kita tidak mendapatkan pelayanan istimewa. Bila kita dianggap bodoh, mereka akan menagtur kita. Untuk itu, kita secara senagaja menampilkan diri kita (*self presentation*) seperti yang kita kehendaki. Peralatan lengkap yang kita gunakan untuk menampilkan diri ini disebut *front*. *Front* terdiri atas panggung (*setting*), penampilan (*apperance*), dan gaya tingkah laku (*manner*)” (Rakhmat, 2011: 95).

Persepsi tersebut menciptakan konsep identitas secara personal dalam diri perempuan bercadar. Seseorang akan mendefinisikan dirinya berdasarkan atribut atau trait yang membedakan dirinya dengan orang lain dan hubungan *interpersonal* yang dimiliki (Sarwono dan Meinaro, 2012: 55-56). Identitas personal yang diciptakan oleh persepsi dan stigma yang sudah dipaparkan di atas, selanjutnya akan timbul sebuah identitas sosial yang menghubungkan

dengan perempuan-perempuan lainnya yang menggunakan atribut (cadar) dilingkungan sosial.

Begitupun yang terjadi pada mahasiswi bercadar di kampus Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, mereka yang termasuk pada kelompok masyarakat minoritas di lingkungan kampus ataupun di luar lingkungan kampus, sering kali mengalami persepsi negative di lingkungan sosial mereka. Salah satunya yang terjadi pada salah satu mahasiswi bercadar mengalami hal demikian (persepsi negatif), “pernah. Berkali-kali, tapi bukan dari temen-temen kampus, kalo temen-temen kampus *fine-fine* aja. Tapi dari temen kost” (wawancara CW, 19 September 2017).

Fenomena-fenomena demikian membuat para mahasiswi yang menggunakan cadar di lingkungan kampus tidak begitu terbuka dalam interaksi sosial, serta kemudian mereka membuat komunitas atau *group* yang berawal dari obrolan di aplikasi *whatsapp*. “dulu nama grupnya Niqobiz UIN Suka, tapi sekarang menjadi Niqobiz Jogja. Karena banyak sekali teman-teman saya di instagram yang ingin ikut gabung di grup WA itu, yang berbeda kampus” (wawancara AL, 19 September 2017). Grup tersebut beranggotakan 72 perempuan bercadar, dan kira-kira 20 di antaranya adalah mahasiswi UIN Sunan Kalijaga.

Adanya persepsi dan terbentuknya kelompok sosial tersebut di kalangan masyarakat dan khususnya mahasiswa, berawal dari konsep dan

identitas diri yang diidentifikasi dari persepsi dan atribut berupa pakaian dan cadar yang mereka gunakan, sehingga individu-individu bercadar yang mengalami kesamaan itu melakukan identifikasi sosial dalam menciptakan identitas sosial, identitas sosial terdapat pada apa pesan dibalik cadar yang mereka gunakan. Maka, peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana mahasiswi di UIN Sunan Kalijaga menjadikan pakaian dan cadar sebagai media komunikasi dalam membentuk identitas sosial mereka.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dibuat agar memberikan batasan bagi sebuah penelitian. Pada penelitian ini rumusan masalah yang akan diteliti yaitu bagaimana pakaian sebagai media komunikasi artifaktual dalam membentuk identitas sosial mahasiswi bercadar UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta?

C. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk perkembangan ilmu pengetahuan secara umum dan di bidang komunikasi artifaktual secara khusus, serta mengetahui bahwa pakaian sebagai media komunikasi dalam membentuk identitas sosial mahasiswi bercadar UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

2. Manfaat

a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk perkembangan keilmuan yang berkaitan dengan komunikasi nonverbal, sebagai bahan acuan dalam penelitian-penelitian selanjutnya tentang pakaian sebagai media komunikasi, serta sebagai referensi terkait teori-teori komunikasi artifaktual.

b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini bermanfaat memberikan pengetahuan kepada masyarakat tentang kehidupan sosial perempuan bercadar, berkaitan dengan persepsi dan stigma di lingkungan sosial yang tertuju pada mereka, serta bagaimana seharusnya masyarakat menanggapi fenomena sosial tentang perempuan bercadar tersebut secara positif, demi kemaslahatan sosial perempuan bercadar di lingkungan sosial.

D. Kajian Pustaka

Telaah pustaka dalam penelitian ini dibutuhkan guna mengidentifikasi penelitian-penelitian serupa yang dilakukan sebelumnya, sehingga peneliti dapat melakukan telaah terhadap perbedaan antara penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian sebelumnya. Adapun telaah pustaka yang peneliti gunakan yakni berkaitan dengan penelitian-penelitian tentang komunikasi artifaktual, identitas, dan *fashion* atau pakaian. Berikut ini beberapa penelitian yang sudah pernah dilakukan sebelumnya dan peneliti gunakan untuk telaah pustaka.

Tabel 1.
Kajian Pustaka

No	Nama dan Judul	Jenis Penelitian dan Tahun	Persamaan	Perbedaan	Hasil
1.	Dina Arviya Andriyani, Proses Pembentukan Identitas Sosial (Studi Tentang Komunitas Ten Ladies Alumni SMA Muhammadiyah I Yogyakarta)	Skripsi, Jurusan Sosiologi Universitas Gadjah Mada, tahun 2014	Memiliki kesamaan dalam penelitian menggunakan metode kualitatif dan teori analisa menggunakan teori identitas sosial	Memiliki perbedaan dalam pendekatan serta teknik analisis data penelitian menggunakan fenomenologi, mengkaji aktifitas komunitas	Identitas Sosial yang diproduksi melalui kebiasaan dan kesepakatan bersama dalam ketertarikan, opini, konsumsi, dan aktifitas bersama, serta oleh atribut-atribut (<i>fashion</i>) yang dipakai sesuai kesepakatan bersama.
2.	Mastura Fakhrunnisa, Gaya Busana Sebagai Media Pembentukan Identitas Musik <i>White Shoes and the Couples Company</i>	e-Journal, Acta Diurna, Volume V, Nomor 1, tahun 2016 (https://ejournal.unsrat.ac.id)	Memiliki kesamaan dalam unit analisis yaitu pakaian dan identitas, serta sama dalam penggunaan metode penelitian kualitatif	Memiliki perbedaan dalam teori yang digunakan yaitu teori interaksionisme simbolik	Identitas dibentuk oleh keberbedaan dan keunikan dari grup band <i>White Shoes and the Couples Company</i> dan semua itu hasil dari pemaknaan dari trend fashion masa lalu melalui interaksi simbolik
3.	Tri Yulia Trisnawati, Fashion Sebagai Bentuk Ekspresi Diri dalam Komunikasi	Jurnal, The Massanger, Volume III, Nomor 1, tahun 2011 (http://journals.usm.ac.id)	Memiliki kesamaan dalam objek penelitian yaitu fungsi <i>fashion</i> atau pakaian sebagai komunikasi, serta metodologi penelitian yaitu penelitian dengan pendekatan deskriptif kualitatif	Memiliki perbedaan dalam data sekunder dalam penelitian ini yaitu menggunakan data sekunder berupa kajian pustaka, baik buku, majalah, dan surat kabar. Serta fashion dalam penelitian ini luas tidak terspesifikasi dalam satu jenis <i>fashion</i> .	<i>Fashion</i> Memiliki makna tanda dengan nilai-nilai sosial, <i>fashion</i> menggambarkan karakter feminisme perempuan, <i>Fashion</i> sebagai media aktualisasi dan eksistensi diri untuk menunjang kepercayaan diri di lingkungan sosial masyarakat.

Sumber : Olahan Peneliti

E. Landasan Teori

1. Komunikasi Nonverbal

Alo Liliweri dalam Desideria dkk (2011: 6.5) mendefinisikan bahwa komunikasi nonverbal adalah komunikasi tanpa kata-kata (karena tidak berkata-kata). Jadi, komunikasi nonverbal adalah pesan-pesan yang berbentuk gerak-gerik (*gestures*), sikap (*postures*), ekspresi muka, pakaian yang bersifat simbolik, suara, dan lambang simbol lainnya yang mengandung arti.

Sedangkan menurut John Fiske komunikasi nonverbal dilangsungkan melalui kode-kode presentasional seperti gestur, gerak mata, atau sifat suara. Kode-kode tersebut dapat menyampaikan pesan kini dan saat ini. Nada suara saya dapat menunjukkan sikap yang saya tunjukkan terhadap subjek dan pendengar: komunikasi nonverbal tak bisa mengirimkan pesan tentang perasaan minggu lalu. Jadi, kode-kode presentasional terbatas pada komunikasi tatap muka atau komunikasi dan komunikatornya ada pada saat itu (Fiske, 2007: 94).

a. Jenis-jenis komunikasi nonverbal

Desideria dkk (2011: 6.20) membuat garis besar dari banyak pendapat dari berbagai para ahli yang menjadi 6 bagian jenis komunikasi nonverbal, yaitu;

- 1) Komunikasi Gerak Tubuh

Gerakan tubuh atau disebut dengan kinesik, beberapa gerakan tubuh yang termasuk dalam hal ini. *Gesture* yang mencakupi a. Emblem (acungan jempol yang berarti “bagus”), b. Ilustrasi, c. Penampilan afeksi (gerakan wajah dalam mengekspresikan emosi, sedih, senang, dan sebagainya), d. Regulator (mata mengamati dan menatap ketika orang berbicara), e. Adaptor (menggaruk kepala untuk menunjukkan keNuragungan, membelai kepala anak kecil dalam isyarat kasih sayang, atau memukul tembok untuk melapiaskan amarah).

Ekpresi wajah seperti halnya mengekspresikan perasaan sedih, bahagia, terkejut, marah, jijik, dan perasaan lainnya. Kontak mata seperti halnya melakukan timbal balik kepada komunikator dalam memperhatikan ketika berkomunikasi secara tatap muka.

2) Diam/Hening

Diam juga merupakan sebuah komunikasi nonverbal, semisal diam karena marah, diam karena sudah bosan dalam berbicara, diam ketika menolak pernyataan lawan komunikasi, dan diam sebagainya.

3) Paralingustik

Jenis ini berupa suara atau vocal tapi tidak berupa kata kata, semisal tertawa, pekikan, rintihan, semburan, suara-suara (*uhh, eh,*

shh), kecepatan suara, nada dan volume suara. Semua itu menimbulkan makna tersendiri dalam mendukung kalimat verbal.

4) Komunikasi Temporal (waktu)

Komunikasi ini hasil dari tindakan waktu bagi seseorang, seperti halnya seorang yang disiplin (datang tepat waktu), sehingga jenis ini bergantung pada individu dalam menggunakannya untuk menginformasikan tentang jati dirinya.

5) Komunikasi Ruang

Komunikasi jenis ini aspek jarak yang menentukan bagaimana orang menafsirkan apa yang dilakukan orang dari jarak dekat maupun jauh. Misalnya, anda melihat orang berbicara dengan jarak yang jauh atau dekat dan sambil berpegangan tangan. Maka, akan muncul persepsi dari jarak jauh maupun dekat tersebut.

6) Artifak

Artifak adalah komunikasi nonverbal berupa penampilan dari seseorang, penampilan yang dimanipulasi dengan menggunakan beberapa alat kosmetika atau aksesoris (perhiasan), misalnya pakaian, parfum, lipstick, bulu mata palsu, payudara palsu, rambut palsu, sepatu tinggi, jam tangan, dan lain sebagainya. Hal tersebut digunakan orang untuk menyampaikan pesan, baik untuk maksud yang positif ataupun yang negatif. Contoh, untuk mengemis

sesorang harus mengenakan baju kumuh, kusut, atau compang-camping.

b. Fungsi Komunikasi Nonverbal

Beberapa ahli seperti Hall (1976 dan 1983), Altman dan Guavain (1981), Natsumoto (1989 dan 1992), Natsumoto dan Nudoh (1993) mengidentifikasi fungsi-fungsi komunikasi nonverbal berdasarkan penelitian yang mereka lakukan (Desideria dkk, 2011: 6.37). yaitu untuk:

1) Refleksi dan Mengelola Identitas

Pesan nonverbal dapat menandai identitas seseorang misal, cara berpakaian, logat bicara, gerak-gerik, dan pesan nonverbal lainnya untuk menunjukkan bahwa ingin diapresiasi atau dididentifikasi. Semisal ciri-ciri dandanan (*Adornment*) Seperti pakaian, perhiasan, kosmetika, dan aksesoris yang digunakan lainnnya di berbagai budaya yang berbeda, merupakan suatu realita identitas yang tidak mudah dipahami.

Seragam yang digunakan (seperti dokter, perawat, polisi, dan sebagainya), merupakan simbol-simbol pembedaan dan pengelompokan identitas formal. Dengan demikian isyarat-isyarat nonverbal berperan sebagai tanda-tanda identitas seseorang dan juga merupakan tanda untuk mengkategorikan orang lain.

2) Ekspresi Emosi dan Pendirian/Sikap

Umumnya seorang dapat menduga atau menyimpulkan perasaan dan pendirian orang asing yang berinteraksi dengannya, melalui pesan-pesan nonverbal yang ditampilkan melalui sistem-sistem nonverbal yang disebut *vocalic* dan *kinesics*.

3) Mengelola Percakapan/Interaksi

Manusia pada umumnya menggunakan gerak isyarat tangan dan sikap gaya tubuh serta tatapan/perhatian dari mata dan wajah, dalam mengelola percakapan/interaksi dengan manusia lainnya. Pada saat seseorang mengelola kesan yang ingin ditampilkan secara nonverbal, agar terjadi ketertarikan dan setidaknya dianggap bahwa kita dipercaya/diandalkan. Terkesan pada penampilan fisik dan kepribadian seseorang, merupakan dua hal yang hampir sama.

2. Komunikasi Artifaktual Pakaian

Pakaian dipandang memiliki suatu fungsi komunikatif. Busana, pakaian, kostum, dan dandanan adalah bentuk komunikasi artifaktual (*artifactual communication*). Dalam buku-buku pengantar ilmu komunikasi, komunikasi artifaktual biasanya didefinisikan sebagai komunikasi yang berlangsung melalui pakaian dan penataan berbagai artefak, misalnya, pakaian, dandanan, barang perhiasan, kancing baju, atau furniture di rumah anda dan penataannya, ataupun dekorasi ruang anda. Karena *fashion*, pakaian atau

busana menyampaikan pesan-pesan non-verbal, ia termasuk komunikasi non-verbal (Ibrahim, 2007: 242).

Seperti Objek atau artefak lainnya, kita menafsirkan pakaian sebagai tanda yang mewakili hal-hal seperti kepribadian, status sosial, dan karakter keseluruhan si pemakai. Pada efeknya, nukilan di atas dirancang untuk menegaskan pada anda bahwa pakaian membentuk diri seseorang. Pakaian lebih dari sekedar penutup badan demi perlindungan. Pakaian merupakan system tanda yang saling terkait dengan system-sistem lainnya dalam masyarakat, dan melaluinya kita dapat mengirimkan pesan–tentang sikap kita, status sosial kita, kepercayaan politik kita, dan seterusnya (Danesi, 2011: 206).

Petunjuk artifaktual meliputi segala macam penampilan (*appearance*) sejak potongan rambut, kosmetik yang dipakai, baju, tas, pangkat, badge, dan atribut-atribut lainnya. Anda mungkin pernah berjumpa dengan seseorang, lalu anda pikir orang itu cerdas, periang, atau seksi. Atau tiba-tiba anda merasa beci pada orang itu, tanpa menyadari sebab-sebaNuraya. Ini kemungkinan besar terjadi karena reaksi anda terhadap penampilannya, walaupun terjadi lewat bawah alam sadar anda. Umumnya, kita mempunyai stereotip -gambaran kaku, yang tidak berubah ubah, serta tidak benar- tentang penampilan tertentu. Apalagi kalau stereotip ini diperkokoh dengan pengalaman-pengalaman masa lalu (Rakhmat, 2011: 86-87).

Kefgen dan Specht (dalam Sihabuddin, 2011: 108-109) menyebut ada tiga dimensi informasi tentang pakaian individu yang disebabkan oleh pakaian yaitu :

a) Emosi

Pakaian melambangkan dan mengkomunikasikan informasi tentang emosi komunikator. Hal ini dapat dilihat dengan adanya istilah-istilah *Glad Rags* (pakaian ceria), *Widow's Weed* (pakaian berkabung), dan *Sunday Clothes* (Pakaian hari minggu/baju santai). Bila dilihat lebih luas, pakaian juga dipergunakan untuk membangkitkan emosi massa dalam patriotisme dan nasionalisme, seperti baju coklat NAZI, baju hijau PPP, semangat metal (mereah total) PDI-P, dan baju kuning Golkar.

Emosi memiliki makna; emosi menandakan sesuatu. Dan dengan itu kita tidak hanya ingin mengatakan bahwa emosi menampilkan dirinya sebagai sebuah sifat (*quality*) murni; di dalamnya telah terbentuk suatu hubungan pasti dari keadaan psikis kita dengan dunia, dan hubungan ini, atau lebih tepatnya kesadaran kita terhadapnya, bukan merupakan hubungan kacau balau antara ego dan semesta. Emosi adalah struktur yang bisa dijelaskan dan terorganisir (Sartre, 2002: 5).

Tak bisa disangkal bahwa *fashion* dan pakaian mungkin digunakan untuk “merefleksikan ... meneguhkan, menyembunyikan atau membangun suasana hati (Roach dan Eicher dalam Barnard, 2011: 84). Warna cerah atau kontras bisa saja merefleksikan hati yang gembira setidaknya bagian-bagian tertentu dari barat (Barnard, 2011: 84).

b) Tingkah Laku

Pakaian juga berpengaruh pada tingkah laku pemakainya sebagaimana tingkah laku orang yang menanggapinya. Model pakaian Ogut dan Jojon bisa ditafsirkan bahwa orangn yang memakainya adalah orang pintar dan bodoh. Di tempat bilyard dan took penjual minuman beralkohol tertulis “anak sekolah berseragam tidak diperbolehkan” karena seragam sekolah berkaitan dengan perilaku seorang murid yang baik. Bagaimana dengan anak-anak lainnya yang tidak berseragam?.

Polisi di jalan yang tidak berseragam kehilangan identifikasi sosial, dan tentunya kehilangan kekuasaan untuk membentak supir angkutan kota (kecuali bila ditangganya tergeggam sepucuk pistol). Jadi, dengan menggunakan seragam tertentu pada dasarnya orang telah menyerahkan haknya sebagai individu untuk bertindak bebas, dan selanjutnya ia harus menyesuaikan dan tunduk kepada kelompoknya.

Pakaian dan *fashion* pun digunakan untuk menunjukkan atau mendefinisikan peran sosial yang dimiliki seseorang. Pakaian dan *fashion* itu diambil sebagai tanda bagi orang tertentu yang menjalankan peran tertentu sehingga diharapkan berperilaku dalam cara tertentu. Sudah dikemukakan bahwa pakaian yang berbeda memungkinkan adanya interaksi sosial yang berlangsung mulus dari pada sebaliknya (Barnard, 2011: 89).

c) Differensiasi

Pakaian membedakan seseorang dengan orang lain atau kelompok satu dengan kelompok lain. Berasal dari pakaian kita dapat membedakan apakah seorang anggota kelompok music rock, dangdut atau keroncong. Kita juga dapat segera membedakan apakah seorang murid SD, SMP, atau SMU dari pakaian seragam yang dikenakannya.

Roach dan Eicher (dalam Barnard, 2011: 83) menunjukkan, misalnya bahwa *fashion* dan pakaian secara simbolis mengikat satu komunitas. Hal ini menunjukkan bahwa kesepakatan sosial atas apa yang akan dikenakan merupakan ikatan sosial itu sendiri yang pada gilirannya akan memperkuat ikatan sosial lainnya. Fungsi mempersatukan dari *fashion* dan pakaian berlangsung untuk mengkomunikasikan keanggotaan satu kelompok kultural baik pada orang-orang yang menjadi anggota kelompok tersebut maupun bukan

(Barnard, 2011: 83). *Fashion* dan pakaian adalah cara yang digunakan individu untuk membedakan dirinya sebagai individu dan menyatakan beberapa bentuk keunikannya (Barnard, 2011: 84).

3. Identitas Sosial

Teori identitas sosial ini dipelopori oleh Henry Tajfel (1957, 1959) dalam upaya untuk menjelaskan prasangka, diskriminasi, konflik antar kelompok, dan perubahan sosial (Sarwono, 1999: 90). Menurutnya identitas sosial sebagai bagian dari pengetahuan individu tentang keanggotaannya dalam kelompok atau kelompok sosial yang disertai pentingnya nilai dan emosi sebagai anggota kelompok. Unsur kelompok dalam definisi tersebut memiliki pengaruh yang signifikan dalam menjelaskan konsep identitas sosial, dimana kelompok menjadi tempat untuk mengkonstruksi kognitif, perasaan dan perilaku anggotanya. Selain itu kelompok dianggap sebagai kumpulan dari distribusi orang yang sama identitas sosialnya, dan melakukan persaingan dengan orang lain dalam mencapai keunikan positif (Hogg dalam Huda, 2012: 8).

Turner dan Tajfel menyatakan banyak perilaku sosial kita yang bisa dijelaskan dari kecenderungan kita untuk mengidentifikasi diri sebagai bagian dari sebuah kelompok dan menilai orang lain sebagai bagian dari kelompok itu atau bukan (Jarvis, 2015: 184). Lazim pula dinyatakan bahwa identitas yang melekat dalam diri seseorang anggota kelompok (*single individual*)

bersifat fleksibel, maksudnya dipengaruhi oleh kemauan yang bersangkutan menjadi bagian dari kelompok mana yang dirasakan paling nyaman dan aman berafiliasi (Usman, 2012: 106). Identitas sosial terbentuk dari keterlibatan, rasa peduli, dan rasa bangga individu sebagai bagian dari kelompok sosial yang dinaunginya (Hogg dan Abram dalam Afif, 2012: 18).

Kajian identitas sosial yang menyentuh bermacam-macam topik. Salah satu di antara topik yang menarik dikaji adalah di seputar masalah hubungan antara identitas sosial dan relasi antar kelompok. Pembahasan ini berangkat dari preposisi bahwa dalam kurun waktu yang sama individual aktor berafiliasi atau menjadi bagian dari beberapa kelompok (sekaligus). Karena setiap kelompok memiliki fokus kegiatan tersendiri (unik), maka implikasinya kemudian adalah dalam diri seseorang diri setiap aktor terdapat bermacam-macam identitas (Usman, 2012: 107).

a. Aspek Pembentukan Identitas Sosial

Menurut Hogg (dalam Huda, 2012: 13) pembentukan identitas sosial melibatkan dua elemen penting yaitu, adanya kategorisasi diri dan perbandingan sosial.

1. Kategorisasi Sosial

Teori kategorisasi diri menurut Farr (dalam Huda, 2012: 14), kategorisasi diri merupakan komponen kognitif dari perluasan perspektif identitas sosial untuk mengetahui bagaimana kategorisasi

diri terjadi dan orang lain membentuk identifikasi sosial dengan menghubungkan ciri-ciri kelompok dan fenomena kelompok. Kategorisasi adalah proses kognitif yang berpengaruh terhadap pembentukan persepsi, konsep diri dan identitas sosial melalui pengelompokan individu dalam satu unit yang mengakibatkan individu merasa memiliki kesamaan dan dengan anggota kelompok di dalam serta cenderung melihat berbeda terhadap anggota kelompok di luar (Huda, 2012: 17).

Pengelompokan sosial, kita mengidentifikasi diri kita dan orang lain sebagai anggota kelompok sosial. Kita semua cenderung membuat pengelompokan sosial seperti jender, ras dan kelas. Beberapa kelompok sosial lebih relevan bagi sebagian orang daripada yang lain, misalnya penggemar sepakbola dan pecinta kucing (Jarvis, 2015: 185).

Secara lebih khusus teori ini ingin mengetahui proses kognitif dari kategorisasi itu dapat melahirkan perilaku-perilaku tertentu dalam sebuah kelompok. Teori ini berasumsi bahwa setiap individu yang menjadi bagian dari sebuah kelompok cenderung akan menonjolkan keunggulan –keunggulan kelompoknya sendiri ketika berhadapan dengan kelompok lain (Oakes dalam Afif, 2012: 25).

2. Perbandingan sosial

Teori perbandingan sosial dikemukakan oleh Festinger (Huda, 2012: 17) yang dikembangkan atas munculnya pengaruh komunikasi sosial terhadap perubahan opini dalam kelompok sosial; dan kemudian diperluas untuk menilai kemampuan maupun mengevaluasi opini. Ia berasumsi bahwa dorongan untuk melakukan evaluasi terhadap opini dan kemampuan. Hal ini didasari bahwa setiap orang membutuhkan penjelasan terhadap kebenaran opini tentang dirinya dan mendapat penilaian atas kemampuannya sebagai pertimbangan untuk menentukan perilaku.

Kita dapat melakukan perbandingan dengan orang lain yang lebih baik (*upward social comparison*) maupun yang lebih tidak baik (*downward social comparison*). Namun, motif dasar melakukan perbandingan dengan orang lain adalah karena kita ingin memperoleh gambaran positif tentang diri kita, bukan karena kita ingin memperoleh gambaran yang akurat tentang diri kita (Baumesiter dalam Sarwono dan Meinarno, 2012: 60).

Sedangkan Afif (2012: 29) menyebutkan bahwa individu cenderung akan memiliki penilaian positif terhadap kelompok yang memiliki atribut-atribut unggul, dan sebaliknya, individu akan memberikan penilaian negatif ketika secara objektif kelompok tersebut tidak memiliki atribut-atribut unggul yang di maksud. Teori

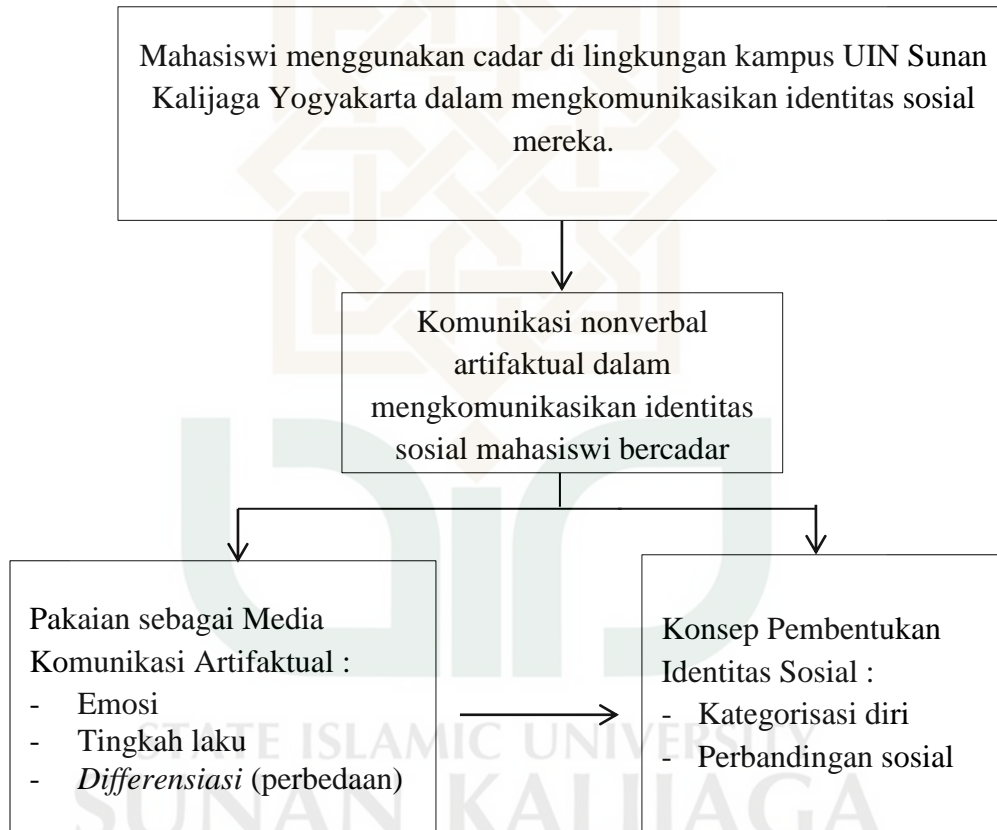
perbandingan sosial memiliki asumsi utama bahwa setiap individu cenderung akan membanding-bandingkan dirinya dengan individu lain yang memiliki sifat-sifat dan atribut-atribut yang mirip dengannya guna mendapat evaluasi positif terhadap konsep dirinya (Afif, 2012: 30).



F. Kerangka pemikiran

Peneliti menggunakan kerangka pemikiran sebagai dasar bagi peneliti dalam melakukan penelitian ini sebagaimana digambarkan berikut :

Bagan 1.
Kerangka Pemikiran



Sumber; Olahan Peneliti

G. Metodologi Penelitian

1. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya (Kriyantono, 2006: 56). Bodgan dan Taylor mendefinisikan metodologi penelitian sebagai prosedur penelitian menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Menurut mereka, pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara holistik (utuh) (Moleong, 2010: 4).

Menurut Elvinaro Ardianto, analisis datanya tidak menggunakan bantuan ilmu statistika, tetapi menggunakan rumus 5W+1H (*Who, What, When, Where, Why, dan How*). *What* menekankan pada data dan fakta yang dihasilkan dari penelitian, *who* berarti siapa saja yang bisa menjadi informan kunci dalam penelitian, *how* berkaitan dengan bagaimana proses data itu berlangsung, *where* terkait di mana sumber informasi penelitian itu bisa digali dan ditemukan, *when* berarti kapan sumber informasi itu bisa ditemukan, dan *why* berarti analisis lebih dalam atau penafsiran/interpretasi lebih mendalam terakit ada apa dibalik fakta dan hasil penelitian tersbut (Ardianto. 2010: 59).

Sementara penelitian ini menggunakan metode deskriptif untuk mendapatkan hasil yang objektif dan representatif. Metode penelitian deskriptif bertujuan untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu (Kriyantono, 2006: 67). Hal ini agar menggambarkan secara detail dalam mengkaji variabel terkait pakaian sebagai komunikasi artifaktual dalam mengkomunikasikan identitas sosial mahasiswi bercadar.

2. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah mahasiswi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Penentuan Informan dalam penelitian ini menggunakan Sampling Purposif (*Purposive Sampling*). Teknik ini mencakup orang – orang diseleksi atas dasar kriteria-kriteria tertentu dari periset berdasarkan tujuan riset (Kriyantono, 2006: 156). Kriteria dalam penelitian ini adalah informan merupakan mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, informan memakai cadar dalam kehidupan sehari-hari di luar maupun di dalam lingkungan kampus, dan menjadi bagian dari “Niqabiz UIN Jogja”.

Terdapat 5 (lima) informan dalam penelitian ini dari 8 (delapan) fakultas di UIN Sunan Kalijaga, mereka adalah;

1. Sri Herlina Emilia Jayanti

Informan merupakan mahasiswi jurusan Bimbingan Konseling Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, semester V (lima) Informan berasal dari Riau. EMIL bercadar sejak awal 2017 dan memantapkan diri sejak bulan April 2017.

2. Baiq Nuraliza

Informan merupakan mahasiswi UIN Sunan Kalijaga yang berasal Lombok Tengah, Nusa Tenggara Barat. Lahir di Ketangga 1 Juni 1998, Jurusan Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, semester III (tiga).

3. Humaira A. Potabuga

Informan adalah mahasiswi berasal Pagimana Sulawesi Barat, lahir pada 5 Februari 1997, semester VII (tujuh) jurusan Perbandingan Madzhab Fakultas Syariah dan Hukum. Memakai cadar sejak akhir semester II (dua).

4. Wakhida Nur Istianah

Informan merupakan mahasiswi asal Magelang Jawa Tengah, lahir pada 11 Mei 1998. Semester III (tiga) Jurusan Ilmu

komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, informan memakai cadar sejak 13 februari 2017.

5. Khairatul Ainnaya

Informan adalah mahasiswi jurusan Perbankan Syariah, lahir pada 26 Agustus 1998. Sedang menempuh kuliah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga, semester III (tiga), informan berasal dari Batubara Sumatera Utara. Informan memakai cadar sejak sekolah di tingkat SMA.

b. Objek Penelitian

Objek Penelitian ini yang menjadi pokok penelitian adalah komunikasi artifaktual dalam membentuk identitas sosial mahasiswi bercadar Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

6. Tempat Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di lingkungan kampus Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

7. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan periset untuk mengulikan data (Kriyantono 2006: 93). Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah :

a) Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu (Moleong, 2010: 186). Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam (*In-Depth Interview*) suatu teknik (metode penelitian) dalam penelitian kualitatif, di mana seorang responden atau kelompok responden mengkomunikasikan bahan-bahan dan mendorong untuk didiskusikan secara bebas. Wawancara mendalam dapat dilakukan melalui telepon (Ardianto, 2010: 61).

Proses wawancara yang dilakukan oleh peneliti di kampus UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, memakan waktu kurang lebih 20 hari yang dimulai pada tanggal 10 Oktober 2017 hingga 30 oktober 2017.

Wawancara dengan intensitas 1 (satu)kali wawancara secara tatap muka, menggunakan daftar pertanyaan yang sudah disusun sebelumnya dan menggunakan perekaman menggunakan *handphone*, serta wawancara melalui aplikasi *whatsapp*.

b) Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan penginderaan

(Bungin, 2008: 115). Teknik observasi adalah metode pertama yang digunakan dalam penelitian ini. Adapun observasi yang dilakukan peneliti adalah sebagai pengamat pada lingkungan kampus yang terjadi pada subjek penelitian atau disebut observasi non-partisipan terhadap komunikasi dan tindakan subjek.

c) Dokumentasi

Metode dokumentasi bertujuan untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data (Kriyantono, 2006: 118). Dokumentasi ini sangat penting untuk memperkuat informasi yang didukung oleh arsip atau dokumen publik atau dokumen privasi subjek.

8. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti adalah teknik analisis interaktif miles dan huberman, teknik ini menawarkan suatu teknik yang disebut *interaktive model*. Teknik analisis ini pada dasarnya terdiri dari tiga komponen, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan serta pengujian kesimpulan (Pawito, 2007: 104). Teknik yang ditawarkan Pawito terdapat tiga komponen teknik analisis data, sebagai berikut;

a) Reduksi data (*data reduction*) terdiri dari tiga tahap yaitu :

1. *Editing*, yaitu pengelompokan atau peringkasan data.

2. Penyusunan catatan-catatan tentang berbagai hal, termasuk yang berkaitan dengan aktifitas dan proses-proses sehingga peneliti dapat menemukan tema-tema dan pola-pola data.
3. Penyusunan rancangan konsep, serta penjelasan-penjelasan terkait tema-tema dan pola-pola, dan pengelompokan data yang bersangkutan.
4. Penyajian data (*data display*) yaitu pengorganisasian data dengan menyalin atau mengaitkan kelompok data satu dengan kelompok data yang lain, sehingga seluruh data dapat dianalisis benar-benar dilibatkan dalam sebuah kesatuan.
5. Pemeriksaan atau pengujian kesimpulan (*drawing and verifying*), yaitu mengimplementasikan prinsip induktif dengan mempertimbangkan pola-pola data yang ada atau kecenderungan dari data display yang telah disusun (Pawito, 2007: 104-106).

9. Keabsahan Data

Keabsahan data adalah hal penting untuk diperhatikan dalam penelitian. Apakah data tersebut termasuk data yang dapat dipercaya dan dapat dipertanggungjawabkan. Teknik keabsahan data merupakan upaya untuk menunjukkan validitas dan reliabilitas data penelitian. Validitas adalah sejauh mana data yang telah diperoleh telah secara akurat mewakili

realitas yang diteliti. Sedangkan reliabilitas adalah tingkat konsistensi hasil dari penggunaan cara pengumpulan data (Pawito, 2007: 97).

Metode Keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan triangulasi teori guna mengecek data yang ada dari sebuah fenomena dengan menggunakan persepektif lain. Triangulasi teori yaitu memanfaatkan dua atau lebih teori untuk diadu atau dipadu. Untuk itu diperlakukan rancangan riset, pengumpulan data, dan analisis data yang lengkap supaya hasilnya komperhensif (Kriyantono, 2006: 71).

Peneliti menggunakan ini disebabkan bahwa cadar tidak hanya bisa dianalisa menggunakan teori komunikasi artifaktual dan identitas sosial. Namun, dapat dianalisa menggunakan perpaduan dengan teori yang berkaitan. Perspektif teori lain yang digunakan dalam penelitian ini di sesuai dengan fakta yang peneliti temukan di lapangan. Teori yang digunakan adalah teori interaksionisme simbolik dan berbagai teori psikologi sosial seperti teori persepsi, stereotip, dan teori identitas.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pakaian menjadi media komunikasi artifaktual pemakainya, berfungsi sebagai memberitahu orang lain tentang siapa diri kita dan bagaimana kita ingin dipersepsikan. Pakaian sebagai simbol dan objek sosial memberikan interpretasi makna dalam pesan nonverbal artifaktual. Informasi yang dikomunikasikan oleh pakaian meliputi emosi, karakter, sikap, sifat, gaya hidup, kelas sosial, gender, jati diri, kebiasaan sehari-hari, dan identitas. Fungsi komunikatif pakaian berperan dan berpengaruh pada kehidupan sosial manusia, mulai dari realitas, peran, relasi, tindakan, dan interaksi sosialnya. Begitupun dengan cadar yang mengkomunikasikan identitas diri maupun identitas sosial mahasiswi UIN Sunan Kalijaga, berbagai persepsi dan stigma di lingkungan sosial tertuju pada cadar, itu merupakan bukti bahwa cadar sebagai simbol artifaktual dan objek sosial yang memiliki interpretasi makna, dan kemudian terjadi respon atau *feedback* positif maupun negatif terhadap cadar.

Cadar merefleksikan dan interpretasikan emosional mahsiswi di kehidupan sosial, refleksi itu melalui pemilihan warna cadar yang akan dipakai, seperti warna cerah yang menginterpretasikan ceria, bahagia, dan keterbukaan dalam interaksi sosial, serta warna gelap dalam menginterpretasikan ketertutupan dalam interaksi sosial. Hal itu merupakan evaluasi dan analisis

mahasiswi bercadar pada persepsi, stigma dan penilaian terhadap mereka melalui simbol cadar yang mereka pakai, kemudian membentuk konsep diri secara kolektif pada kelompok sosial (identitas sosial) mereka.

Cadar berpengaruh, mengontrol, dan menginterpretasikan tingkah laku mahasiswi, mereka memanfaatkan cadar sebagai pembentuk jati diri dan identitas yang mereka inginkan, pengaruh tersebut tidak hanya dirasakan oleh mereka yang memakainya. Namun, juga terhadap mahasiswa lainnya dalam melakukan interaksi dengan mahasiswi bercadar. Interpretasi dan gambaran tingkah laku terjadi ketika ada respon dan penilaian tingkah laku tertentu melalui interpretasi makna cadar. Cadar membangun perbedaan di antara mahasiswa, baik secara tanpak sebagai simbol dan perbedaan dalam ketertarikan (*interest*), opini, dan kebiasaan. Perbedaan yang dibangun oleh cadar merupakan proses kategorisasi, identifikasi, serta perbandingan sosial pada mahasiswi, bertujuan untuk mendapat gambaran dan citra positif terhadap kelompok sosialnya.

Maka, proses dimensi cadar sebagai media komunikasi artifaktual, seperti emosi, tingkah laku, dan perbedaan (*differentiasi*) merupakan proses konsep kategorisasi diri dan sosial, identifikasi diri dan sosial, serta perbandingan sosial mahasiswi dengan model interaksi simbolik, kemudian proses dimensi dan konsep tersebut adalah proses pembentukan identitas sosial mereka di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, baik sebagai individu maupun sebagai anggota kelompok sosial mereka.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dipaparkan oleh peneliti, peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penggunaan metode dalam penelitian yang objeknya adalah perempuan bercadar, peneliti selanjutnya bisa menggunakan metode penelitian partisapatoris seperti halnya metode etnografi, namun hal tersebut hanya bisa dilakukan oleh peneliti perempuan. Agar mendapat informasi lebih mendalam dalam mengkaji kehidupan sosial perempuan bercadar.

2. Bagi Mahasiswi Bercadar

Proses pembentukan identitas sosial merupakan proses kemaslahatan bersama yang baik, antara mahasiswi yang memakai cadar dengan mahasiswa lainnya, sehingga semakin terbuka informasi positif yang ingin diketahui tentang mahasiswi bercadar, maka semakin meminimalisir juga persepsi dan stigma negatif terhadapnya. Sebab cadar menjadi simbol yang penting dalam kehidupan sosial, yang memunculkan berbagai kontroversial.

3. Bagi Pembaca

Penelitian tentang cadar sebagai media komunikasi artifaktual dalam pembentukan identitas sosial mahasiswi ini, dapat menjadi acuan atau refferensi dalam memahami kehidupan sosial perempuan bercadar di

Indonesia, sebab tanpa melakukan riset atau penelitian untuk memahami secara mendalam, akan memelihara banyaknya persepsi dan stigma negative tentang perempuan bercadar.



DAFTAR PUSTAKA

Al Qur'an :

Al Qur'an dan Terjemahannya. 2002. Diterjemahkan oleh Al Fatih Pustaka. Jakarta Timur : Al Fatih Pustaka

Buku :

Ardianto, Elvinaro. 2010. *Metode Penelitian Untuk Public Relations: Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Afif, Afthonul. 2012. *Identitas Tionghoa Muslim Indonesia: Pergulatan mencari Jati Diri*. Depok: Kepik.

Afif, Afthonul. 2015. *Teori Identitas Sosial*. Yogyakarta : UII Press.

Barnard, Malcolm. 2011. *Fashion Sebagai Komunikasi*. Yogyakarta: Jalasutra.

Bungin, Burhan. 2008. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta : Kencana.

Danesi, Marcel. 2011. *Pesan, Tanda dan makna: Buku Teks Dasar Mengenai Semiotika dan Teori Komunikasi*. Yogyakarta : Jalasutra.

Desideria, dkk. 2011. *Komunikasi Antarbudaya*. Jakarta : Universitas Terbuka

Fiske, John. 2007. *Cultural and Communication Studies: Sebuah Pengantar paling Komperhensif*. Yogyakarta : Jalasutra.

Huda, M. J. Nasrul. 2012. *Teori Psikologi Sosial Makro*. Yogyakarta : Ash-Shaff.

Ibrahim, Idi Subandy. 2007. *Budaya Populer Sebagai Komunikasi*, yogyakarta : Jalasutra.

Jarvis, Matt. 2009. *Teori-Teori Psikologi : Pendekatan Modern untuk Memahami Perilaku, Perasaan, & Pikiran Manusia*. Bandung: Nusamedia

Rakhmat, Jalaluddin, M. 2011. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- Kriyantono, R. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertasi Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Liliweri, Alo. 2009. *Makna Budaya dalam Komunikasi Antar Budaya*. Yogyakarta : LKiS.
- Maulana, Herdiyan. Gumelar, Gungum. 2013. *Psikologi Komunikasi dan Persuasi*. Jakarta Barat : Akademia Pertama.
- Mufid, Muhammad. 2009. *Etika dan Filsafat Komunikasi*. Jakarta: Kencana Perdana Media Group.
- Moleong, Lexy. J. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Pawito. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LKiS.
- Priandono. Tito Edy. 2016. *Komunikasi Keberagaman*. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Sarwono, Sarlito W. Meinaro, Eko A. 2012. *Psikologi Sosial*. Jakarta : Salemba Humanika
- Sartre, Jean Paul. 2002. *Pengantar Teori Emosi*. Yogyakarta: Jendela
- Sihabudin, A. 2011. *Komunikasi Antarbudaya, Suatu Peerspektif Multi Dimensi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Taimiyah, INurau, dkk. 1994. *Jilbab dan Cadar dalam Al Quran dan As Sunnah*. Jakarta : Pedoman Ilmu Jaya
- Umiarso, dan Elbadiansyah. 2014. *Interaksionisme Simbolik dari Era Klasik Hingga Modern*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Usman, Sunyoto. 2012. *Sosiologi : Sejarah, Teori dan Metodologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- W. Syam, Nina. 2009. *Sosiologi Komunikasi*. Bandung : Humaniora.

Buku Panduan :

Profil UIN Sunan Kalijaga Tahun 2012. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga.

Pengenalan Budaya Akademik dan Kemahasiswaan. Yogyakarta: Bagian Kemahasiswaan dan Alumni UIN Sunan Kalijaga.

Skripsi :

Adriyani, Dina Avriya. 2014. *Proses Pembentukan Identitas Sosial (Studi Tentang Komunitas Ten Ladies Alumni SMA Muhammadiyah I.* Yogyakarta : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Gadjah Mada.

Jurnal :

Fakhrunnisa, Mastura. *Gaya Busana Sebagai Media Pembentukan Identitas Musik White Shoes and the Couples Company.* 2016. e-Journal Acta Diurna, Volume V, Nomor 1.

Trisnawati, Tri Yulia. *Fashion Sebagai Bentuk Ekspresi Diri dalam Komunikasi.* 2011. Jurnal The Massanger, Volume III, Nomor 1.

Internet :

Tirto.id(<https://tirto.id/cadar-hanya-kain-hitam-yang-tak-ada-hubungan-dengan-bom-chTn>.) Diakses pada tanggal 21 September 2017.

nu.or.id(<http://www.nu.or.id/post/read/69709/islamophobia-dalam-perspektif-komunikasi>.) Diakses pada tanggal 21 September 2017.

uin-suka.ac.id <http://uin-suka.ac.id/id/web/page/universitas/1-sejarah>

uin-suka.ac.id http://uin-suka.ac.id/files/content_images/arti.jpg

LAMPIRAN 1

INTERVIEW GUIDE

PAKAIAN SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI ARTIFAKTUAL DALAM

PEMBENTUKAN IDENTITAS SOSIAL

(Study Deskriptif Kualitatif pada Mahasiswi Bercadar UIN Sunan Kalijaga

Yogyakarta)

a. Informasi Emosi dalam Kategorisasi dan Perbandingan Sosial

1. Menurut anda, apakah pakaian (cadar) mengkomunikasikan dan merefleksikan emosi, keadaan, dan suasana hati anda?
2. Bentuk emosi seperti apa yang dikomunikasikan melalui pakaian (cadar) yang anda pakai?
3. Apakah refleksi emosi dan keadaan tersebut sebagai bentuk kategorisasi dan identifikasi sosial anda bahwa anda bagian dari kelompok sosial (bercadar)? bagaimana hal itu terjadi? dan dimana?
4. Apakah pakaian (cadar) yang merefleksikan emosi tersebut membentuk persepsi dan konsep diri anda?, mengapa hal tersebut terjadi?
5. Apakah emosi yang anda refleksikan melalui pakaian (cadar) cenderung positif jika berkomunikasi dengan sesama mahasiswi bercadar?

6. Apakah orang lain menangkap informasi emosi yang anda komunikasikan melalui pakaian (cadar) anda?

b. Informasi Tingkah Laku dalam Kategorisasi dan Perbandingan Sosial

1. Menurut anda, apakah pakaian (cadar) mempengaruhi tingkah laku anda?, bisa dijelaskan, apa dan bagaimana pengaruh tersebut?
2. Apakah dengan pengaruh pakaian pada tingkah laku tersebut anda melakukan identifikasi dan kategorisasi bahwa anda bagian dari kelompok sosial (mahasiswi bercadar)?, bagaimana hal tersebut terjadi?, dan kenapa anda melakukan hal tersebut?
3. Apakah pakaian (cadar) mengontrol tingkah laku anda?
4. Bagaimana orang lain memandang dan menilai tingkah laku anda dengan pakaian (cadar) yang anda pakai?
5. Dengan pengaruh pakaian tersebut, apakah anda menginginkan gambaran positif tentang anda dan kelompok sosial anda (mahasiswi bercadar)?, mengapa demikian?
6. Apakah orang lain menilai tingkah laku anda melalui pakaian (cadar) yang anda pakai?
7. Apakah anda mendapat tingkah laku tertentu, baik positif maupun negatif dari sekitar anda di lingkungan kampus UIN Sunan Kalijaga?

c. Informasi Diferensiasi dalam Kategorisasi dan Perbandingan Sosial

1. Menurut anda, apakah pakaian (cadar) anda mengkomunikasikan perbedaan antara anda dengan orang-orang di sekitar anda?
2. Perbedaan seperti apa yang dikomunikasikan oleh pakaian (cadar) yang anda pakai?
3. Apakah perbedaan tersebut sebagai bentuk kategorisasi dan identifikasi sosial bahwa anda bagian dari kelompok sosial (mahasiswi bercadar) di UIN?, bagaimana hal tersebut terjadi?
4. Apakah dalam perbedaan tersebut anda melakukan perbandingan sosial? Dimana hal tersebut terjadi? dan bagaimana?
5. Bagaimana penilaian dan pendapat anda terhadap orang lain yang tidak memakai cadar?
6. Apakah orang lain menangkap dan merespon informasi perbedaan yang dikomunikasikan melalui pakaian (cadar) yang anda pakai?

LAMPIRAN 2

DOKUMENTASI



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA





STATE
SUNAN
YOGYAKARTA



BIODATA

Pamekasan, 07 April 1993
BB : 63 - TB : 169
Laki-laki
Islam
Belum Menikah
Anak ke-3 dari 4 bersaudara

KONTAK

- 0877-8237-5882
- Rojing Laok, Blaban Batu Marmar, Pamekasan
- aabsalim93@gmail.com
- aabsalim.wordpress.com
- abdullah bin salim
- @aabsalim

KEAHLIAN

- Desain Grafis
- Public Relation
- Media Operation
- Microsoft Office
- Kepenulisan
- Public Speaker

ABDULLAH BIN SALIM

PENDIDIKAN

- 2009-2012 ● **SMA TAHFID DARUL ULUM**
Sekolah Menengah Atas Tahfid Darul Ulum
Kabupaten Pamekasan Jawa Timur
Jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial
- 2013-2017 ● **UIN SUNAN KALIJAGA**
Jurusan Ilmu Komunikasi (Public Relation)
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
Yogyakarta

PENGALAMAN

- 2013-2017 ● **KEORGANISASIAN**
 - Ketua Lembaga Mahasiswa Anti Narkotika UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (2017)
 - Pengurus Dewan Eksekutif Mahasiswa FISHUM UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (2015-2017)
 - Biro Media, Komunikasi, dan Informasi Komisariat PMII Pondok Sahabat UIN SUKA (2016-2017)
 - Biro Media, Komunikasi, dan Informasi Rayon PMII Humaniora Park (2015-2016)

KULIAH KERJA KOMUNIKASI

- Magang di Humas dan Protokol Pemerintah Kabupaten Pamekasan (Sep-Des 2016)

KERELAWANANAN

- Relawan Jogja Independent JOINT (2016)
- Gerakan Pemuda Melawan Korupsi (2013-2015)
- Relawan Festival Anti Korupsi di UGM (2014)

KEPANITIAAN

- Badan Eksekutif Nasional (2014)
- Komisi Pemilihan Mahasiswa FISHUM (2015)
- Panitia OPAK FISHUM (2014 dan 2015)

- 2012-2013 ● **TENAGA PENGAJAR (PENGABDIAN)**

Pernah Menjadi Tenaga Pengajar di Yayasan Darul Ulum Pangkalan Bun Kalimantan Tengah

HOBİ & KETERTARIKAN

Saya suka kegiatan olahraga, khususnya sepak bola. Serta mengelola media sosial dan desain grafis konten. dan Tertarik pada kajian media, budaya dan sosial.