

BAB II

GAMBARAN UMUM KOMUNITAS HIJAB QUEENS

A. Sejarah Komunitas Hijabers di Indonesia

Hijab *Style* dikenal juga sebagai jilbab *fashion*, di negara Indonesia sendiri mulai merambaknya jilbab *fashion* dan dikenal oleh perempuan muslimah sejak kemunculan komunitas Hijabers Community yang berdiri pada November 2010 di Jakarta. Tidak dipungkiri juga bahwa perkembangan jilbab *fashion* Indonesia ada campur tangan dari masyarakat kelas menengah atas, dimana mereka menggunakan jilbab dengan berbagai macam bentuk seperti halnya jilbab *fashion* tetapi tidak diwadahi oleh sebuah organisasi dan mereka tidak bergabung kepada sebuah komunitas yang memang berada dalam dunia perjilbaban. Sejarah terbentuknya komunitas Hijabers Community ini didirikan oleh 30 orang perempuan muslimah, mereka ini datang dari berbagai macam profesi dan mempunyai latar belakang yang berbeda, mereka membuat visi dan misi dan membentuk sebuah komunitas hijabers yang mengkomodasi kegiatan yang berkaitan tentang jilbab dan komunitas Hijab Community inilah yang menjadi penggerak awal bagi komunitas hijabers lainnya di Indonesia.¹

Tujuan awal dari komunitas hijabers ini supaya perempuan muslimah Indonesia bisa saling kenal dengan muslimah lainnya dan mempunyai teman baru. Dengan adanya agenda komunitas ini bisa memperkuat silaturahmi antara sesama anggota dan bisa belajar agama Islam, belajar tentang jilbab bersama, dan mereka juga membuat inovasi terbaru tentang jilbab *fashion*. Wacana jilbab *fashion* juga

¹ Blog Saya, *Hijabers Community*, di akses 19 Desember 2019.

mulai populer bersamaan dengan muncul majalah dan buku-buku panduan menggunakan jilbab yang mayoritas bertajuk “Jilbab *Fashion* dan Tutorial” ini semua di motorik oleh komunitas hijabers.

Kemunculan buku-buku tentang jilbab *fashion* dan tutorial ini mendapatkan respons yang bagus oleh muslimah Indonesia. Dengan keadaan ini juga terjadinya transisi penggunaan jilbab muslimah Indonesia yang mana mereka mulai mencoba menggunakan jilbab *fashion*. Muslimah yang belum menggunakan jilbab juga ikut andil, dengan adanya sebuah inovasi baru dalam perkembangan jilbab banyak di antara mereka tidak berjilbab yang mencoba menggunakan jilbab *fashion*. Pada bagian ini pula, jilbab *fashion* di Indonesia menjadi sebuah kabar baik untuk setiap muslimah dalam menutupi aurat mereka. Karena jilbab yang dulu masih asing kemudian sekarang ini lebih populer dan penampilan yang lebih *stylist*, dilihat dari perkembangan komunitas Hijabers Indonesia dari tahun 2012 sampai sekarang ini hampir di setiap kota yang ada di Indonesia sudah mempunyai komunitas hijabersnya masing-masing dan komunitas ini memberikan pengalaman baru dalam berjilbab di masyarakat sekitarnya.²

B. Indonesia Menuju Negara Kiblat *Fashion* Muslim Dunia

Dunia *fashion* berubah sangat cepat, tidak terkecuali busana muslim yang sering digunakan perempuan muslimah Indonesia dan sangat jelas di dalamnya ada unsur jilbab *fashion*. Perkembangan dunia *fashion* sekarang ini terjadi peningkatan cukup signifikan dari beberapa tahun terakhir ini. Di negara

² Blog Saya, Hijabers Community, di akses 19 Desember 2019.

Indonesia menggemakan bahwa di tahun 2020 ini akan menjadi negara kiblat *fashion* muslim dunia. Hal ini juga telah peneliti jabarkan di bab sebelumnya, dan juga disampaikan oleh (IIFC) *Indonesia Islamic Fashion Consortium*, bahwa industri *fashion* negara Indonesia mengalami perkembangan sejak tahun 1990 dan akan terus mengalami peningkatan, yang semua ini akan menjadi pendorong bagi negara Indonesia untuk lebih dikenal oleh negara lain dari segi industri *fashion* muslimnya.³

Perkembangan industri *fashion* dalam sebuah negara bisa juga menjadi cerminan perkembangan bagi masyarakatnya, ini juga bisa ditinjau baik dari segi etnik, ruang lingkup budaya dan agama dalam sebuah negara tersebut. Negara Indonesia yang dikenal mayoritas penduduknya beragama Islam, ini membuat perkembangan pada *jilbab fashion* yang di dalamnya tidak bisa terlepas dari keadaan latar belakang masyarakat sebelumnya. *Jilbab fashion* yang dipilih seseorang muslimah bisa menunjukkan bagaimana dia memilih gaya hidupnya. Ini juga membuat seseorang tersebut berpenampilan *fashionable* walaupun dalam keadaan menggunakan *jilbab*, dan mengklaim bahwa dirinya selalu tampil modern dan tidak ingin ketinggalan tren.

Indonesia merupakan negara dengan penduduk muslim terbesar dan (PDB) Produk Domestik Bruto tertinggi di antara negara-negara muslim yang ada di dunia. Walaupun negara Indonesia bukanlah negara asal agama Islam, mayoritas masyarakat Indonesia memeluk agama Islam sangatlah besar yakni mencapai 12,7

³ Warta Ekspor, *Fashion Muslim Indonesia*, Ditjen PEN/WRT/31/IV/2015 Edisi April, 3.

persen dari keseluruhan total muslim dunia.⁴ Ini pula membuat perkembangan *fashion* negara Indonesia menjadi berkembang sangat pesat, keadaan ini juga yang membuat peningkatan di beberapa tahun terakhir. Hal tersebut di dorong dari berbagai sisi, dimana peran desainer internasional maupun lokal dalam mumpuni perkembangan *fashion* dan memberikan dampak perekonomian yang cukup baik, dan juga dari sektor ritel ini semua semakin berkembang pesat. Beragam faktor lain yakni terus naiknya permintaan busana muslim, dimana komunitas-komunitas hijabers yang berperan aktif ditengah masyarakat, dalam menampilkan kegiatan *fashion show* dan *hijab class* di kampus ataupun di tempat umum dan masih banyak kegiatan lainnya yang menjadi faktor pendukung.

Negara Indonesia bisa dikatakan sebagai negara terkemuka dalam perkembangan industri *fashion*, terlebih lagi perkembangan *fashion* muslim sebanding dengan kebutuhan masyarakatnya. Terlebih lagi peran desainer yang bisa membaca peluang dalam menciptakan trobosan *fashion* muslim yang baru. Gebrakan tersebut juga bisa memperlihatkan kepada dunia dan membuat negara-negara muslim di dalamnya berpaling terhadap *fashion* muslim di tanah air. Negara muslim melirik *fashion* muslim Indonesia dikarenakan *fashion* nya mudah diikuti baik dari segi gaya maupun bentuknya, dan untuk desainnya juga lebih fleksibel dan bisa di terima oleh negara-negara muslim lainnya.

Model jilbab yang ada di Indonesia memanglah banyak ini semua bisa dilihat dari berbagai macam jenis jilbab yang beredar di Indonesia seperti dari jilbab syar'i dan jilbab *fashion*, apabila dibandingkan dengan jilbab negara Timur

⁴ , Warta Ekspor, *Fashion Muslim Indonesia*, Ditjen PEN/WRT/31/IV/2015 Edisi April, 4.

Tengah kebanyakan jilbab fokus berwarna hitam dan tidak banyak memiliki variasi jilbab. Selain negara timur tengah di negara asia lainnya seperti negara Malaysia, negara Singapura, dan negara Brunei yang penggunaannya hanya baju kurung dan jilbab kerudung. Sedangkan di negara Indonesia memiliki berbagai macam model jilbab, bahkan tidak sedikit dari masyarakatnya yang menciptakan model terbaru jilbab, yang berperan penting dalam menciptakan model terbaru jilbab.⁵

Gambar 2.1
Demografis Konsumsi Pembelanjaan *Fashion* Indonesia



Sumber: *State Of The Global Islamic Economic 2015-2016/Tadmap.org*

⁵ *Ibid.*, 6.

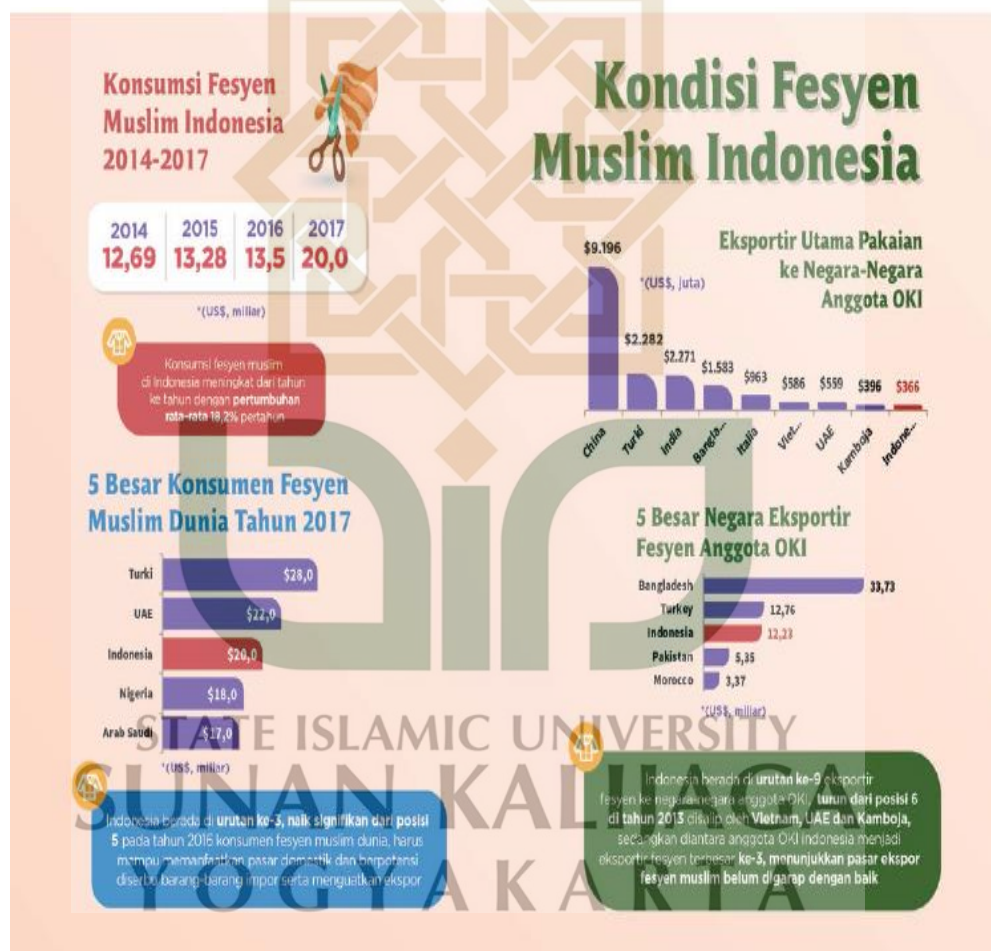
Melihat perkembangan industri *fashion* muslim di Indonesia dan berdasarkan dari demografis masyarakatnya, ini memberikan keuntungan tersendiri dalam mencapai negara Indonesia kiblat *fashion* muslim dunia bahwa ini semua bukanlah sebagai mimpi lagi karena memang negara Indonesia mempunyai progres yang bagus dan kuat dalam bidang industri *fashion* muslim. Pada tahun 2030 negara Indonesia mempunyai gambaran jumlah penduduknya akan bertambah mencapai 238 juta umat muslim apabila ditotalkan dari keseluruhan penduduknya. Dengan posisi tersebut akan mudah bagi masyarakat Indonesia masuk menjadi konsumen dengan pasar terbesar di dunia.

Fakta di tahun 2017 negara Indonesia konsumsi pembelanjaan *fashion* muslimnya mencapai 20 milyar US\$. Tentu saja jika para produsen Indonesia mampu menguasai pasar dalam negeri secara keseluruhan sudah mampu menunjukkan nilai eksistensi produk asli Indonesia di pasar dunia dan berpotensi besar dapat diserbu oleh para konsumen mancanegara hingga semakin menguatnya nilai ekspor dan mampu menunjang kuatnya ekonomi Industri Indonesia. Selain itu Indonesia juga didukung dengan potensi yang tumbuh signifikan setiap tahunnya, Seperti beberapa label dan desainer Indonesia yang sudah diakui dunia hingga demografis Indonesia yang didominasi oleh generasi millenials sebagai konsumen aktif serta teknologi dan implementasi industry 4.0 yang mampu mempermudah produk lokal menjangkau pasar dunia.

Pemerintah saat ini terus melakukan strategi dengan mengembangkan sistem berintegrasi bagi industri *fashion* muslim. Mulai dari sisi *upstreaming* yang fokus pada bahan baku, kegiatan produksi yang mengarah pada standarisasi,

SDM dan pemanfaatan teknologi dan sisi pemasaran dengan peningkatan fasilitas pameran maupun pemberian kemudahan akses pasar. Selanjutnya pemerintah perlu bekerjasama dengan berbagai pihak yang dianggap mampu berperan mewujudkan visi tersebut.⁶

Gambar 2.2
Infografis Industri *Fashion* Muslim Indonesia



Sumber: *State Of The Global Islamic Economic* 2015-2016/Tadmap.org

⁶ Rivan Malik dan Iga Mayang, *Kondisi Strategi Indonesia dan Roadmap Fashion Muslim*, dalam Gema, *Indonesia Siap Jadi Kiblat Fashion Muslim Dunia*, No 65 April-Juni 2019, 6.

Dengan merancang peta jalan ini akan memberikan perencanaan strategis dan bagus bagi pemerintah dalam mewujudkan *fashion* muslim Indonesia untuk menguasai pasar dunia. Kolaborasi ABGC (*Academy, Business, Government dan Community*) ini juga menjadi peran penting untuk mengembangkan industri *fashion* muslim dunia di mana beberapa tahun terakhir yang mengalami perkembangan yang cukup pesat. Agus Gumiwang selaku Menteri Perindustrian menyampaikan hingga saat ini penyempurnaan peta jalan akan terus dimaksimalkan agar bisa mengakomodasikan kebutuhan pelaku industri untuk kemajuan dan kebaikan industri *fashion* muslim dalam negeri. Peta jalan tersebut akan diprioritaskan program-programnya seperti ketersediaan bahan pokok yang selalu dijaga agar tidak kurang dan supaya industri *fashion* muslim ini keberlangsungannya terjaga.

Peran pemerintah dalam memberikan dorongan industri *fashion* muslim di Indonesia terus mengalami peningkatan, terbukti di *market share* sudah sampai di kancah pasar internasional. Dengan keadaan seperti ini agar terus bisa bersaing dengan dunia luar pemerintah juga perlu meningkatkan kompetensi pertumbuhan (SDM) Sumber Daya Manusia di dalamnya. Dengan dapat memahami peta jalan atau *road map* ini juga bertujuan supaya sampai pada posisi target jangka panjang dimana negara Indonesia dapat memasuki tiga besar kategori eksportir *fashion* ke persatuan negara Organisasi Konferensi Islam (OKI), industri *fashion* muslim menjadi contributor dalam mendorong pertumbuhan ekonomi negara.

Melihat ketersinambungan antara komunitas hijabers dan pencapaian negara Indonesia menuju kiblat *fashion* muslim dunia ini saling bersinergi, karena

peran komunitas hijabers yang ada di Indonesia memberikan gagasan ke masyarakat dengan demikian masyarakat yang sudah mengenal tentang jilbab *fashion* akan berlomba-lomba untuk tampil lebih maksimal sehingga konsumsi industri *fashion* muslimah akan semakin meningkat.

C. Gambaran Umum Komunitas Hijab Queens di Yogyakarta

Kecenderungan perempuan tampil gaya dan ekspresif menjadi titik balik perubahan tren dan antusias masyarakat dalam mengenakan jilbab sebagai suatu kewajiban. Dengan ada media sosial yang bisa diakses setiap hari bahkan setiap jam ini memberikan dampak kepada perilaku perempuan yang terus menerus mencari referensi *fashion* dan berupaya diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari, ini juga menjadi peran penting dalam kemajuan *fashion* Indonesia. Terlebih lagi tren *fashion* muslim baru-baru ini menjadi perbincangan hangat bagi kaum perempuan dimana negara Indonesia dinobatkan sebagai salah satu negara kiblat *fashion* muslim dunia. Seiring dengan perkembangan *fashion* muslim yang saat ini kita rasakan, tidak bisa dilupakan bahwa tren *fashion* muslimah saat ini akan terus berkembang pesat.

Ajang Pemilihan Hijab Queens 2016 merupakan sebuah kegiatan atau wadah bagi muslimah di Yogyakarta khususnya dalam bidang *fashion* yang syar'i sekaligus mensyiarkan Syariat Islam di Indonesia yang diselenggarakan oleh Hotel Satya Graha Yogyakarta.⁷ Dalam kegiatan ini juga mengandung unsur tiga S yaitu Smart, Syar'i, dan Stylish yang bertujuan guna untuk membangun generasi muslimah berkeilmuan khusus di bidang keislaman, mencetak generasi

⁷ Sumber Dokumen Komunitas Hijab Queens.

muslimah Indonesia yang Stylish dan juga Syar'i. Diadakannya ajang pemilihan tersebut menjadi sarana terbentuknya komunitas Hijab Queens yang di dalamnya berisi member yang dipimpin oleh CEO komunitas Hijab Queens di Yogyakarta yaitu Siti Hapsari, S.Pd dibimbing oleh founder komunitas Hijab Queens Lia Ayu Saputri, S.Pd dan penyelenggara kegiatan yaitu As'ad Albukhori, S. Sos., MA founder FORSI DMI (Forum Silaturahmi Da'i Muda Indonesia) diwadahi oleh Hotel Satya Graha Yogyakarta.

D. Visi dan Misi Komunitas Hijab Queens

1. Visi

Visi dari Komunitas Hijab Queens ini sendiri yakni, “Mensyiarkan Dakwah Islamiyah dengan Nilai-nilai Syar'i, Smart, Stylish Menuju Peradaban Muslimah”

2. Misi

Misi dari Komunitas Hijab Queens ini sendiri yakni:

- a. Mar'atus Solihah (Wanita Solehah)
- b. Uswatun Hasanah (Teladan yang Baik)
- c. Ummu Salamah (Ibu yang Menyelamatkan)

E. Bidang dan Program Kerja Komunitas Hijab Queens

1. Mencari model muslimah generasi muda Yogyakarta untuk dibina dalam satu komunitas Hijab Queens di bawah manajemen Forum Silaturahmi Da'i Muda Indonesia (FORSI-DMI) dengan mengadakan ajang pemilihan ambassador komunitas Hijab Queens.

2. Menggali bakat generasi muslimah yang Smart, Syar'i dan Stylish dengan diadakan kegiatan seperti kajian keagamaan dan kemuslimahan, mengisi materi keagamaan ke tempat yang membutuhkan, kelas modelling, fotografi, beauty class, dan *fashion show* untuk bagian dari mengenalkan komunitas kepada khalayak umum.
3. Mewadahi muslimah berkegiatan sosial seperti mengunjungi panti asuhan dan memberikan pelatihan dan santunan kepada anak-anak panti, memberikan bantuan kepada masyarakat yang terkena musibah ataupun bagi yang membutuhkan dengan menyalurkan dari donatur.

F. Struktur Organisasi Komunitas Hijab Queens

Gambar 2.3

Struktur Organisasi Komunitas Hijab Queens



Sumber: Dokumentasi Komunitas Hijab Queens

Keterangan Kepengurusan Hijab Queen

1. Pembimbing : As'ad Albukhori, S. Sos., MA
2. Founder : Lia Ayu Saputri, S.Pd
3. CEO : Siti Hapsari, S.Pd
4. Pengurus
 - a. Ketua : Arintiya Nadia
 - b. Wakil : Agnes Fransiska Dewi
 - c. Sekretaris: Novilia Anggraeni
 - d. Bendahara: Desi Rahmawati
 - e. Divisi Syar'i: Imel Putri
 - f. Divisi Smart: Intan Azzahra
 - g. Divisi Stylish: Syerin Nur Fadilah
5. Anggota



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB III

KOMUNIKASI ESTETIKA KOMUNITAS HIJAB QUEENS

A. Pemahaman Jilbab *Fashion* Komunitas Hijab Queens

Keberadaan *fashion*, bergantung pada keberadaan kelas yang berbeda dalam masyarakat serta pada gerakan yang dimungkinkan dan dikehendaki menuju ke atas di antara kelas-kelas yang ada. Mustahil orang menandai dirinya sebagai anggota suatu kelas dengan *fashion* atau mode pakaian jika tidak ada kelas yang berbeda. Jelasnya akan sangat sia-sia menunjukkan hasrat seseorang, untuk dianggap sebagai anggota kelas tertentu dengan *fashion* dan pakaian jika melakukan suatu gerakan tertentu. Hal seperti itu hanya terjadi pada masyarakat sederhana yang tidak memiliki *fashion*.⁸

Bahkan dalam pandangan Marx, mustahil suatu masyarakat tak punya *fashion*. Kata Marx, hal ini disebabkan, “sejarah dari masyarakat yang hingga kini ada adalah sejarah perjuangan kelas”.⁹ Ini adalah kalimat yang sangat kompleks, merujuk pada begitu banyak isu dan perdebatan yang berbeda, namun satu hal dikatakan bahwa semua masyarakat selalu memiliki kelas yang berbeda. Oleh karena itu, semua masyarakat pastilah *fashionable*, yakni masyarakat yang menggunakan perubahan dalam berpakaian guna mengkonstruksi dan mengkomunikasikan identitas kelas.

Fashion dan jilbab adalah cara tepat tempat posisi kelas, termasuk posisi kekuasaan yang timpang seperti halnya eksploitasi satu kelas oleh kelas lain jadi tampak benar dan tepat. Dalam posisi ketimpangan yang dibuat tampak benar dan

⁸ Malcom Barnard, *Fashion Sebagai Komunikasi*, 142.

⁹ Marx, K dan Engles, F., *Selected Works In One Volume*, (London: Lawrence dan Wishart, 1968), 3.

tepat ini, terus direproduksi kelas sosial. Produksi prakapitalis, feodalisme lalu kapitalisme. Ini penting dilakukan dengan kupasan luas, bukan hanya membuat proses yang dapat dijabarkan dengan lebih mudah untuk ditelaah, namun juga lantaran ada ketidaksepakatan saat kapitalisme digantikan feodalisme, dan apakah pergantian itu merepresentasikan awal sebuah *fashion*.

Braudel menunjukkan bahwa meski masih mungkin untuk menegaskan bahwa *fashion* dimulai sekitar tahun 1350, saat “pria khususnya para bangsawan dengan para pengawalnya, dan segelintir borjuis serta para budaknya mengenakan jubah yang begitu pendek dan ketat yang mengungkapkan kesederhanaan yang tersembunyi”, meski ini bukanlah *fashion* dalam artian modern. Dalam era modern yang dipandang membuat perubahan cepat pada saat yang tepat dan seirama dengan zaman, orang tidak dapat menyatakan *fashion* menjadi sangat perkasa sebelum tahun 1700”.¹⁰ Periode dua ratus lima puluh tahun atau antara awal kapitalisme dan *fashion* serta ketika keduanya menjadi sangat kukuh menunjukkan adanya persentuhan yang luas.

Di sini Wilson memberi penjelasan yang agak berbeda. Dia menunjukkan bahwa kapitalisme pada keempat belas membantu melahirkan anggapan *fashion* sebagai rangkaian perubahan gaya, meski merupakan juga periode dari permulaan abad keempat belas hingga akhir abad kedelapan belas ditentukan oleh ide tentang *fashion* dan pakaian.¹¹ Melihat dari uraian di atas menegaskan bahwa *fashion* itu sendiri bukanlah suatu hal yang baru, melainkan sudah dikenal dari beberapa abad

¹⁰ Braudel, F., *Civilisation and Capitalism 15th-18th century: Volume One: The Structures of Everyday life: The Limits of the possible*, (London: Collins, 1981), 316.

¹¹ Wilson, E., *Androned in Dreams: Fashion and Modereniity*, (London: Virago, 1985), 22.

yang lalu, namun konteks pemahamannya yang dimaknai masyarakat modern pun sudah mulai meluas. Dalam hal ini, bahwasannya *fashion* yang berupa jilbab juga sama dengan pakaian ataupun busana memiliki kelas seperti yang telah dijelaskan di atas, dan jilbab juga menghasilkan konstruksi dan mengkomunikasikan identitas kelas, terkhususnya kepada muslimah.

Melihat dari perjalanan *fashion* ini sebenarnya tidak lari dari tren masa kini, penggunaan jilbab juga telah mencapai puncak *fashion* karena memang sebelumnya jilbab hanya sebagai pakaian muslimah tidak lebih sebagai penanda bahwa penggunanya, atau dikenal juga sebagai identitas dalam agama.¹² Bagi muslimah awal 1990-an sebelumnya untuk menutup bagian tubuhnya tidak terlalu memperdulikan *fashion*-nya yang terpenting menutupi batasan aurat perempuan. Tetapi seiring perkembangan zaman penggunaan jilbab telah berkembang dan ini pun berkaitan erat dengan unsur *fashion* karena hal ini telah menjadi sebuah gaya hidup yang lebih *stylist*, bagi muslimah sekarang ini juga jilbab *fashion* telah melebur menjadi identitas yang dapat ditunjukkan dalam kehidupan sosial.

Marcel Danesi juga menerangkan bahwa *fashion* adalah semacam kode berpakaian “makro” yang menetapkan standar gaya hidup menurut usia, gender, kelas sosial dan sebagainya.¹³ Penggunaan jilbab *fashion* bagi muslimah pada era modern sekarang ini juga merupakan sesuatu yang luar biasa karena dari susunan sosial atas kenyataan proses interaksi dalam kehidupan sosial di mana melalui komunikasi maka dunia sosial tersebut dapat terbentuk dan terjadi pemahaman yang sama mengenai dunia sosial tersebut.

¹² Malcom Barnard, *Fashion Sebagai Komunikasi*, 144.

¹³ Marcel Danesi, *Pengantar Memahami Semiotika Media*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2010), 267.

Bisa dikatakan sesuatu kejadian yang populer karena jilbab *fashion* dari awal perkembangannya di Indonesia termasuk cepat, sampai sekarang ini banyak juga artis, selebgram, dan youtuber perempuan muslimah yang menggunakannya, sehingga hampir semua muslimah Indonesia bisa dikatakan tau apa itu jilbab *fashion*, memang ada juga sebagian yang hanya tau tentang jilbab *fashion* tapi tidak pernah mencoba dan menggunakannya, namun dilihat sekarang ini lebih banyak yang menggunakan jilbab *fashion* persoalannya sekarang muslimah yang menggunakan jilbab juga ingin berpenampilan lebih menarik walaupun dalam keadaan menggunakan jilbab.¹⁴

Dari teori Lypovetsky yang menjelaskan bahwa *fashion* akan berubah dengan waktu yang cepat, walau begitu *fashion* tetap mempunyai pondasi yang kokoh bagi seseorang untuk melakukan pengekspresian diri supaya tampil lebih modis.¹⁵ Dari data penelitian dan teori, maka analisisnya meliputi bahwa di komunitas Hijab Queens ini memahami jilbab *fashion* itu sendiri sebagai perkembangan yang positif dan penggunaan jilbab yang sebelumnya biasa saja, namun sekarang ini juga telah menjadi sesuatu yang bertarnsformatif menjadi lebih modern. Dari keadaan ini membuat pemahaman di komunitas Hijab Queens bahwa penggunaan jilbab *fashion* menjadi sebuah siklus dimana orang-orang penting yang dapat menimbulkan identitas akan lebih mudah diterima oleh muslimah.

Dari sebuah persoalan data yang disampaikan founder komunitas Hijab Queens akan ada terjadi beberapa dampak, dengan demikian peneliti juga melihat penggunaan jilbab *fashion* ada dampak negatifnya. Di masyarakat jilbab *fashion* sekarang ini ada yang memahaminya tetapi tidak berdasarkan anjuran dalam agama Islam, ada beberapa muslimah yang menggunakan jilbab *fashion* tetapi

¹⁴ Lia Ayu Saputri, Wawancara Founder Komunitas Hijab Queens, 19 Desember 2019.

¹⁵ Lipovetsky, *The Empire of Fashion: Dressing Modern Democracy*, terj. Catherine, 561.

penggunaannya menyerupai *jilboobs* yakni dimana keadaan pakaian dan jilbab pada perempuan ada bagian aurat yang terbuka, terlihat jelas lekukan tubuhnya sehingga pakaian atau jilbabnya tidak sesuai dengan anjuran agama Islam. Jilbab *fashion* yang sudah diterima masyarakat berupa komunikasinya maka penerima yakni muslimah akan memahami dengan pemikiran mereka masing-masing sehingga efek yang diterima bisa ke hal positif ataupun negatif. Persoalan lainnya mengenai jilbab *fashion* yakni memberikan dampak terkait nilai jilbab itu sendiri karena memang dengan menggunakan jilbab *fashion* ini memberikan stigma bahwa memperlihatkan sisi duniawi dan materialistik dalam bergaya hidup muslimah sekarang ini.

Muslimah yang menggunakan jilbab *fashion* tetapi busananya atau pakainya yang tidak menutupi seluruh bagian auratnya dan memperlihatkan lekukan tubuhnya, ini kembali ke persoalan pribadi muslimah tersebut, karena memang di komunitas Hijab Queens ini sendiri sebagai wadah bagi muslimah yang ingin tau lebih jauh dan bersama-sama mempelajari jilbab *fashion*. Di awal kegiatan komunitas Hijab Queens juga ada arahan, dan diskusi terkait menggunakan jilbab *fashion* maupun jilbab syar'i, ini harus diikuti setiap anggota karena ini menjadi bekal awal bagi setiap anggota untuk memahami jilbab *fashion*.¹⁶

Roach dan Eicher yang menjelaskan dengan adanya penggunaan pakaian dan *fashion* bisa terjadinya pengikatan terhadap penyampaian suatu kelompok akan membuat persetujuan sosial, di mana fungsi mempersatukan dari *fashion* berlangsung untuk mengkomunikasikan keanggotaan suatu kelompok kultural baik pada orang-orang yang menjadi anggota kelompok atau bukan.¹⁷ Sehingga analisisnya berupa perkembangan yang dialami muslimah Indonesia sekarang berkaitan dengan jilbab *fashion* dan busana muslimahnya, memang tidak

¹⁶ Lia Ayu Saputri, Wawancara Founder Komunitas Hijab Queens, 19 Desember 2019.

¹⁷ Malcom, *Fashion Sebagai Komunikasi*, 83.

semuanya mudah dalam artian tidak semua bisa masuk ke standar penggunaan jilbab yang baik, beretika dan tidak menuai kritikan, sebab wawasan muslimah yang berhubungan jilbab tidak semuanya bisa memahami dan mengiringi persoalan yang muncul. Peran komunitas Hijab Queens yang di dalamnya berkegiatan tentang jilbab *fashion* dapat mempengaruhi mindset muslimah dalam berjilbab. Terjadinya persoalan salah asumsi di masyarakat terkait pemahaman jilbab *fashion* di komunitas Hijab Queens ini perlu dilakukan peningkatan persetujuan sosial untuk menimbulkan pemahaman yang sama supaya memberikan kesan saling melengkapi.

Di bab sebelumnya peneliti menampilkan data terkait konsumsi *fashion* global di kalangan muslim, dan Indonesia sendiri akan menjadi pusat industri *fashion* muslim dunia pada tahun 2020. Dan tidak dipungkiri juga Indonesia sekarang dianggap sebagai panutan tren *fashion* busana muslim dunia apabila dilihat sesuai dengan data tersebut. Dengan gebrakan besar tersebut pemahaman muslimah Indonesia seharusnya dapat menyeimbangi sehingga tidak ada salah persepsi dalam penggunaan jilbab *fashion* seperti data yang dijelaskan oleh founder komunitas Hijab Queens mengenai penggunaan jilbab harus dipahami oleh masing-masing pribadi sehingga tidak salah kaprah saat menggunakan jilbab *fashion*. Ibrahim juga menyebutkan bahwa *fashion*, pakaian ataupun jilbab merupakan sesuatu yang terpenting mengenai sebuah gaya dan tren dengan menampilkannya dalam kehidupan sehari-hari telah mampu membuat pencitraan terhadap identitas seseorang penggunanya, seperti memilih apa yang akan digunakan adalah bentuk dari gaya hidup orang tersebut. Sehingga dalam

menampilkan identitas diri seseorang, maupun identitas sosial komunitas, ini bisa menciptakan ataupun menitikberatkan pada pilihan busana yang baru.¹⁸

Muslim kontemporer sekarang ini memahami pakaian yang dianjurkan dalam agama Islam tidak lagi sebagai identitas religius seseorang, melainkan ungkapan sebuah sikap kemodernan yang menjadikan seorang muslim tersebut selalu *update* dan mengikuti perkembangan *fashion*. Keadaan sekarang ini memunculkan *fashion* dan menawarkan banyak pilihan mulai dari pakaian, dan citra yang mengutamakan *style*. Dengan demikian *fashion* menjadikan ciri kepentingan modernitas dan bisa dilihat sebuah era yang dimulai dengan berinovasi terus menerus.¹⁹

Mengetahui jilbab *fashion* dan menggunakannya bisa dikatakan sudah termasuk lama, dan lebih mendalamnya lagi dan sama-sama belajar di komunitas Hijab Queens. Jilbab *fashion* ini saya memahaminya lebih ke sebuah perubahan untuk menampilkan sesuatu yang berbeda yaitu model penggunaan jilbab supaya lebih *update* dan bentuknya lebih bervariasi, tetapi tidak meninggalkan ketetapan berjilbab yang sudah ada.²⁰

Persoalan jilbab *fashion* juga tidak luput dari gaya hidup dan status sosial seseorang dan ini memberikan kesan komoditi yang selalu tampil lebih mewah, karena memang dari kegiatan yang sering dilakukan oleh komunitas-komunitas hijabers berkegiatannya banyak di tempat-tempat mewah seperti mall, hotel berbintang dan ada tempat yang *exclusive*. Hal ini sendiri memberikan makna kemodernan dalam beragama sehingga dengan demikian membuat penggunanya lebih berkesan hanya menampilkan citra tertentu.

¹⁸ Ibrahim, Idy Subandi, *Budaya Populer sebagai Komunikasi*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2011), 265.

¹⁹ *Ibid.*, 271.

²⁰ Siti Hapsari Yuwana, Wawancara Ceo Komunitas Hijab Queens, 15 November 2019.

Untuk setiap perkembangan jilbab *fashion* ini menjadi bentuk pemahaman kami, bahwa jilbab yang menjadi kebutuhan sehari-hari bisa ditingkatkan ke fase yang lebih menarik, karena berangkat dari hal yang biasa ini menjadikan prioritas kami untuk berjilbab *fashion*, dengan ini memberikan kepuasan tersendiri sehingga ingin terus melakukan sesuatu hal yang baru. Jilbab *fashion* juga dari tahun ke tahun mengalami perkembangan dengan ini juga membuat ketertarikan untuk terus-menerus menjadi bahan pembelajaran komunitas Hijab Queens. Untuk berpenampilan menggunakan jilbab *fashion* hampir di keseharian saya ada menggunakannya tetapi lebih ke yang minimalis.²¹

Soekanto yang menganggap bahwa *fashion* mempunyai defenisi sebuah keadaan di mana sebuah kejadian yang mengalami proses tidak cukup panjang tetapi akan terus-menerus muncul yang baru, ini juga berkaitan dengan hobi, gaya, dan prilaku. Ceo Hijab Queens yang menganggap bahwa pergejolakan berjilbab *fashion* di komunitas ini memberikan suatu pemaknaan sentralisasi untuk keseluruhan anggotanya. Memang tidak dapat dipungkiri pula dengan melihat penampilan seorang muslimah itu sendiri sebenarnya bisa menimbulkan beberapa peranan yang sangat penting karena ini terkait kepercayaan diri bagi seorang muslimah tersebut. Di Indonesia dan konsumsi jilbab *fashion* ini tidak bisa terlepas dari siapa yang penggerak utama jilbab *fashion* yang sampai sekarang ini serta siapa menjadi targetnya. Jelas bahwa yang menjadi target konsumsi jilbab *fashion* adalah masyarakat kalangan kelas menengah ke bawah. Yang menjadi pokok inti utamanya sekarang ini juga berkaitan siapa saja didalam komunitas hijabers, apakah anggotanya semuanya masyarakat kalangan atas ataupun campuran dari semua kalangan. Persoalan penerimaan anggota Dalam komunitas mengenai jilbab *fashion* di Indonesia memiliki masing-masing standarisasi untuk dijadikan anggotanya termasuk anggota yang ada di komunitas Hijab Queens.

²¹ Lia Ayu Saputri, Wawancara Founder Komunitas Hijab Queens, 19 Desember 2019.

Penerimaan untuk anggota baru komunitas Hijab Queens memang memiliki beberapa persyaratan yang jelasnya persyaratan memang cukup banyak, tujuannya juga untuk melihat keseriusan calon anggota baru, juga bagaimana mereka melengkapi sesuai administrasi yang telah ditentukan karena ini juga menjadi tahapan awal seleksi. Dan dari beberapa persyaratan yang telah ditentukan juga berkaitan batasan usia, statusnya ini bukan menyudutkan orang yang belum cukup usia atau lebih batasannya usia dan statusnya, melainkan untuk ke efektifan anggota kedepannya untuk berkontribusi ke komunitas Hijab Queens.²²

Gambar 3.1

Persyaratan Penerimaan Anggota Komunitas Hijab Queens

Hijab Queens
INFORMATION

HUNT 2019

REQUIREMENTS

1. Muslimah usia 17-25 th
2. Belum menikah
3. Mampu membaca Al-Quran
4. Memiliki Bakat
5. Membuat CV
6. Menulis Essay Program Kerja Menjadi Anggota Hijab Queens
7. Melampirkan Foto Full Body dan Close Up (cetak dan file jpg)

CV dan Essay Kirim ke
Hijabqueensyogyakarta@gmail.com

REGISTRATION

1. Mengisi Formulir Pendaftaran di Laman <http://bit.ly/FormulirHQ2019>
2. Membayar Biaya Pendaftaran ke No.Rek BRI : 6974-01-014258-53-7 Atas Nama LIA AYU SAPUTRI
3. Mengumpulkan Berkas Pendaftaran ke CP
4. Konfirmasi ke Salah Satu Nomor

085 747 402 414 (AYU)
089 872 667 02 (LATIFAH) @hijabqueens.id Hi Queens

Sumber: Dokumentasi Komunitas Hijab Queens

²² Arintiya Nadia, Wawancara Ketua Komunitas Hijab Queens, 16 November 2019.

Ujung tombak perkembangan jilbab *fashion* memang telah sampai di *prestise* yang menakjubkan di masyarakat Indonesia. Komunitas hijabers dan juga kalangan atas yang menjadi laju pengaruh ke muslimah lainnya. Hal ini juga menurut Simmel, yang dengan tepat menyatakan, *fashion* “hanya memengaruhi kelas atas”, dan merupakan sesuatu yang hanya untuk kelas atas. Kelas bawah hanya meniru gaya kelas atas, mengambil gaya dan bentuk sesegera dan sebisa mungkin. Tentu saja, begitu kelas bawah meniru kelas atas, maka kelas atas harus menemukan gaya baru untuk dipakai yakni *fashion* baru. Mereka harus melakukan ini sebagai upaya untuk membentuk kembali tanda-tanda visual perbedaan, lewat apa yang dipakainya, kelas atas harus menemukan tanda visual baru yang mampu menandakan perbedaan sosial mereka. Pendapatnya tentang cara *fashion* berfungsi, menyebar ke seluruh tingkatan atau strata masyarakat, diberi label “teori menetes ke bawah”.²³

Dari teori yang disampaikan Simmel dan kenyataan di masyarakat Yogyakarta memang telah mengalaminya, bagaimana peran masyarakat kalangan atas memengaruhi masyarakat kalangan bawah, di awal perkembangan jilbab di Indonesia ini pun telah terjadi, dan perkembangan jilbab *fashion* juga sama halnya seperti perkembangan jilbab terdahulu, namun untuk penyesuaian teori-teori baru terkait jilbab *fashion* sekarang ini juga tidak dapat dipungkiri yang jelasnya dari teori Simmel ada beberapa poin yang memang sesuai yang ada di masyarakat Yogyakarta. Dengan demikian inovasi jilbab *fashion* yang dibentuk oleh komunitas Hijab Queens maupun masyarakat kalangan atas tidak akan ada

²³ Simel dalam Malcom Barnard, *Fashion Sebagai Komunikasi*, 177.

hentinya sehingga selalu menciptakan tanda visual baru ke masyarakat kedepannya.

Komunitas Hijab Queens perlu memperhatikan dan Menyiapkan bekal wawasan pengetahuan mengenai jilbab *fashion* ke seluruh anggota komunitas Hijab Queens, ini juga menjadi tolak ukur bagaimana pemahaman anggota mereka, dan bisa membangun pengaruh terhadap masyarakat kedepannya sehingga mengurangi ketidak pahaman maupun dampak negatif dari berjilbab *fashion*. Langkah selanjutnya dengan aktif berkegiatan maupun berdiskusi bisa saling menutupi apa yang masih kurang dalam memahami jilbab *fashion* itu sendiri.

Di komunitas Hijab Queens beberapa kegiatan seperti kajian maupun diskusi sesama anggota ini diadakan sesuai dengan kebutuhan yang dibutuhkan anggota, tetapi kegiatannya terkadang memang tidak terjadwal. Yang paling pokok kegiatan komunitas membahas tentang jilbab saat pertemuan di awal ini juga menjadi arahan untuk anggota baru, di kegiatan tersebut juga ada pemberian materi berkaitan jilbab, baik jilbab *fashion* dan jilbab syar'i. Untuk kegiatan lainnya sebenarnya lebih banyak ke mengaplikasikan langsung penggunaan jilbab *fashion*.²⁴

Mendalami jilbab *fashion* memang membutuhkan tarafan pemahaman yang secara eksplisit dan ini memang perlu dimengerti oleh setiap anggota komunitas Hijab Queens. Terlepas mereka bagian dari masyarakat kalangan atas atau bukan tetapi ketika telah bergabung ke sebuah komunitas ini akan menjadi panutan muslimah lainnya dalam menggunakan jilbab *fashion*. Apabila dimaknai berkenaan tentang menjadi panutan muslimah lainnya ini juga menjadi persoalan komunikasi yang telah berhasil dalam memengaruhi komunikannya, ini juga sesuai dengan teori Fiske bahwa hanya dengan memandang dengan melihat

²⁴ Arintiya Nadia, Wawancara Ketua Komunitas Hijab Queens, 16 November 2019.

pakaian secara mendalam adalah medium dalam menyampaikan pesan terhadap orang banyak. Bisa dikatakan juga bahwa dengan menggunakan pakaian seseorang bisa menyampaikan isi pesan lebih banyak ke orang lain.

Kepentingan dari jilbab *fashion* ini sendiri memiliki berbagai macam perwujudan. Perwujudan dalam hal ini jilbab *fashion* bukan hanya sebagai busana, identitas keagamaan, identitas sosial dan lain-lainnya, melainkan sudah menjadi puncak yang klimaks yakni komoditas industri. Strategi *clothing* sendiri merupakan bagian dari komoditas yang jelasnya setiap komunitas hijabers menjadi bagian utama dari siklus ini. Dalam hal ini Ritzer menyayangkan segala objek yang menjadi komoditas industri tanda. Objek konsumsi dalam budaya massa adalah bagian dari sistem tanda yang mengandung makna-makna yang telah ditentukan oleh yang produser guna meraup keuntungan.²⁵ Dalam strategi *clothing* ini juga terjadi siklus strategi komunikasi pemasaran, di mana target utamanya adalah bagaimana membuat orang sadar bahwa dia memerlukan suatu produk dalam hal ini jilbab *fashion* dan apabila perhatian sudah terbangun, maka target terpentingnya adalah agar orang loyal untuk membeli produk tersebut.²⁶

Kegiatan Hijab Queens memang ada yang bekerja sama dengan desainer dan hotel, desainer menyediakan jilbab *fashion* beserta busana muslimah yang kami butuhkan dan hotel menyediakan lokasi untuk komunitas Hijab Queens melakukan kegiatan. Kegiatannya juga bermacam-macam di mulai dari *fashion show* dan penampilan model jilbab *fashion* dari komunitas Hijab Queens sendiri.²⁷

Kerja sama yang dilakukan komunitas Hijab Queens dengan desainer inilah bagian dari komoditas industri karena ini bagian dari pemasaran produk

²⁵ George Ritzer, *Teori Sosial Posmodern*, terj. Muhammad Taufik, (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2003), 137.

²⁶ Bungin, Burhan, *Komunikasi Pariwisata*, (Jakarta: Prenada Group, 2015), 62.

²⁷ Arintiya Nadia, Wawancara Ketua Komunitas Hijab Queens, 16 November 2019.

yang dilakukan produser yakni desainer dan tujuannya jelas untuk meraup keuntungan. Dengan demikian terjadi juga pergeseran bahwa jilbab *fashion* bukan berdasarkan semangat keagamaan tetapi telah terpengaruhi doktrin popularisme di mana jilbab *fashion* dan busana muslimah yang dijadikan konsumsi pasar dan meraup keuntungan yang cukup menjanjikan. Ketika menjalankan tindakan konsumsi, seseorang pada dasarnya sedang berkomunikasi dengan orang lain tentang ke khasan dirinya, di mana posisi dia berada dengan orang lain. Kebutuhan untuk selalu berbeda yang tak pernah berhenti sepanjang hayat inilah yang menjadikan konsumsi harus menjadi suatu proses terus menerus dilakukan tanpa terpuaskan.²⁸

Keutamaan komoditas dengan kebutuhan jilbab *fashion* di komunitas Hijab Queens memberikan isyarat bahwa di antara keduanya sama-sama saling membutuhkan. Sebab keadaan ini juga memberikan pandangan bahwa di setiap kegiatan komunitas Hijab Queens memang ada keterlibatan dengan yang memainkan peran komoditi, sebab dari keterangan ketua komunitas Hijab Queens juga memperlihatkan keterlibatan mereka karena anggota di komunitas Hijab Queen memerlukan produk dari mereka. Tidak ada permasalahan secara khusus dari persoalan ini, namun apabila dilihat dari secara umum bahwa anggota komunitas Hijab Queens cukup royaliti dalam menggunakan produk *fashion* untuk keutamaan berjilbab *fashion* di komunitas Hijab Queens.

²⁸ George Ritzer, *Teori Sosial Posmodern*, 140.

B. Proses Komunikasi Estetika Komunitas Hijab Queens

Komunikasi dipahami sebagai satu kesatuan dari tiga pilihan berupa informasi, ucapan dan pengertian. Demikian konsep komunikasinya tampaknya tidak mencakup komunikasi estetika, yang tidak didefinisikan oleh informasinya dalam arti kata yang biasa.²⁹ Dengan menggunakan definisi diperluas Gregory Bateson yang mendefinisikan informasi sebagai "perbedaan yang membuat perbedaan", ini akan mungkin untuk memasukkan estetika di bawah teori komunikasi umum. Perbedaan itu membuat perbedaan estetika bukan tema empiris, atau aturan praktis komunikasi, bahkan tidak prinsip-prinsip normatif, melainkan cara berkomunikasi. Alih-alih informasi ini mungkin berbicara tentang (dalam) pembentukan komunikasi, yaitu bentuk komunikasi, mengetahui bahwa informasi "yang sama" dapat dibentuk dengan cara yang berbeda.³⁰

Tujuannya tidak hanya fokus pada, tetapi secara aktif menggunakan sarana komunikasi estetika adalah untuk meningkatkan efektivitas komunikasi pragmatis dengan merayu audiensi dan dengan demikian membuatnya lebih bersedia untuk menerima tawaran komunikasi. Bagian komunikasi itu tidak saling berhubungan secara spontan, sebagaimana adanya mustahil untuk mentransfer pikiran langsung dari satu pikiran ke pikiran lain. Urutan dalam konteks ini berarti pola dalam pengalaman, baik dalam kognitif maupun sensual arti kata tersebut. Tidak hanya pola sensasi dan perubahan di dalamnya yang memunculkan pengalaman estetika. Harold Bloom mengklaim hal itu hanya tiga kriteria kualitas estetika, yaitu "kekuatan kognitif, kemegahan sensual dan kebijaksanaan". Dari ketiga kriteria

²⁹ Niklas Luhman, *Social System*, (Stanford: Stanford University Press, 1995), 141.

³⁰ Thyssen, *Aesthetic Communication*, 4.

ini, hanya dua yang pertama yang memiliki relevansi estetika eksklusif karena mereka fokus pada penguatan komunikasi, bukan oleh apa yang dikatakan atau ditulis, tetapi dengan bagaimana pesan disampaikan. Dalam hal ini mendefinisikan estetika sebagai sugestif kekuatan dalam pola sensual dan kognitif. Dan Tujuan sebenarnya dari komunikasi estetika adalah untuk menangkap, memikat dan mengikat perhatian seorang penerima.³¹

Kemajuan komunitas hijabers dalam memberikan konsumsi visual kepada publik terkhususnya ke muslimah memang harus mempunyai strategi yang strategis, ini mungkin komunikasi apa yang digunakan juga dapat mempengaruhi keefektifan dalam berinteraksi di tengah-tengah masyarakat. Komunitas Hijab Queens juga perlu meningkatkan komunikasinya dalam mengenalkan komunitas mereka ke masyarakat dengan menggunakan pendekatan secara mendalam agar keinginan ataupun tujuan utama komunitas ini bisa tercapai.

Upaya-upaya yang dilakukan untuk mengenalkan komunitas Hijab Queens sudah banyak yang kami lakukan, baik itu upaya dari program kerja komunitas, maupun upaya kami pribadi untuk mengkomunikasikan dan mempromosikan Hijab Queens ke publik agar bisa dikenal banyak oleh masyarakat Yogyakarta. Tidak lupa di setiap kegiatan Hijab Queens ada promosi ke peserta umum agar ada yang tertarik untuk ikut bergabung ke komunitas. Yang paling sering kami promosi komunitas melalui media sosial Hijab Queens, karena ini paling mudah baik di Facebook maupun di Instagram, sebab media ini yang sering di akses muslimah sekarang ini. Untuk promosi secara khususnya kami dari komunitas juga mempromosikan menyebarkan pamflet di kampus, tempat umum yang ramai dan juga mengisi *sharing* di radio yang sekaligus mempromosikan dan juga menyebarkan informasi terkait Hijab Queens melalui koran.³²

³¹ *Ibid.*,

³² Arintiya Nadia, Wawancara Ketua Komunitas Hijab Queens, 16 November 2019.

Dari teori Thyssen yang mengungkapkan bahwa ranah komunikasi estetika komunikator perlu mengendalikan, bukan hanya fokus apa yang disampaikan ke penerima, tetapi juga memahami cara pandangnya, suasana hatinya, yang tidak diarahkan sehingga objek konkret sebagai “perasaan untuk” akan ada hubungannya terkait kepekaan umum, yang akan dengan sendirinya komunikasi akan membuka diri ke komunikator. Maka analisisnya juga meliputi pengoptimalan yang dilakukan komunitas untuk mengkomunikasikan komunitas Hijab Queens ke masyarakat sudah berbagai macam cara yang dilakukan, keuntungannya juga sampai sejauh mana komunikasi yang mereka lakukan diterima oleh penerima. Dan melalui komunikasi apa yang mereka gunakan memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing dalam hal ini juga perlu dilihat lebih dekat hubungan antara komunitas dengan komunikasi yang telah mereka terapkan. Karena dalam memaksimalkan komunikasi mereka memang banyak yang perlu di perhatikan selain dari segi penyampaian komunikator ke komunikasi saja, penggunaan cara intuitif juga menjadi pengaruh yang cukup besar.

Berdasarkan apa yang disampaikan Luhmann, disini bisa ditafsirkan komunitas sebagai sistem komunikasi, yang membedakan antara anggota dan bukan anggota dan menggunakan keputusan sebagai sarana melanjutkan komunikasinya.³³ Keputusan digunakan untuk membuka ruang ketidakpastian dan untuk menyerap ketidakpastian itu sehingga suatu komunitas dapat secara bersamaan mengkalibrasi lingkungan sistemnya hubungan. Dasar keputusan

³³ Niklas Luhman, *Social System*, 239.

adalah informasi yang seperti telah kita lihat, termasuk (dalam) bentuk estetika. Suatu komunitas dapat dianggap sebagai sistem *autopoietic*, yang terdiri dari komunikasi dibuat dalam jaringan komunikasi sendiri. Konsekuensi dari teori ini adalah bahwa suatu komunitas tidak memiliki tujuan selain dari kelanjutannya sendiri, yang dijelaskan oleh semua parameter suatu komunitas adalah variabel dan memiliki pandangan instrumental estetika.³⁴

Memikirkan hal yang terburuk untuk yang terjadi kedepannya dengan melihat efek komunikasi estetika yang melekat dalam tindakan komunikatif normal ini juga bisa menjadi solusi kedepannya bagi komunitas tersebut. Bahkan jika tidak ada cara dimana komunitas dapat menghindari komunikasi estetika, mungkin lebih atau kurang penuh perhatian. Suatu komunitas dapat memilih antara memberikan perhatian khusus pada efek komunikasi estetika atau mengabaikannya, sehingga produk sampingan yang tidak diinginkan dianggap sedikit lebih relevansi.³⁵ Jika suatu komunitas adalah sistem sosial yang terdiri dari komunikasi, unsur-unsurnya tidak sama artefak atau manusia. Komunikasi bukanlah pengirim atau penerima yang menerima, tetapi sesuatu "di antara" keduanya. Tetapi di antara mereka hanya sebagai ungkapan, sehingga "komunikasi tidak dapat diamati secara langsung, hanya disimpulkan". Untuk mengkompensasi tembus pandangnya, organisasi menggunakan trik semantik juga signifikan secara estetika.³⁶

Dari beberapa teori tersebut juga memberikan analisa untuk komunitas Hijab Queens agar dapat memahami laju komunikasi yang akan diterapkan supaya

³⁴ Thyssen, *Aesthetic Communication*, 11.

³⁵ *Ibid.*, 12

³⁶ Niklas Luhman, *Social System*, 164.

apa yang disampaikan bisa diterima dengan baik oleh penerima. Persoalan komunikasi estetika yang disampaikan oleh komunitas Hijab Queens untuk ke penerima yakni komunitas Hijab Queens telah melakukan ke beberapa tahapan yang bisa dikatakan cukup baik. Pencapaian bagi sebuah komunitas bisa dilihat juga dari apa yang mereka promosikan untuk memikat penerima dan ikut bergabung dan aktif berkontribusi di komunitas Hijab Queens itu sendiri.

Membantu menyebarkan informasi kegiatan komunitas Hijab Queens ini memang menjadi kewajiban setiap anggota, baik menyebarkan selebaran kegiatan dari kelompok ke kelompok maupun melalui media sosial pribadi seperti WhatsApp, Instagram dan Facebook. Selain itu saya pribadi juga menyampaikan ke teman terdekat secara langsung, teman satu jurusan di kampus, dan tetangga rumah tidak lepas informasi yang saya sampaikan juga tentang komunitas Hijab Queens.³⁷

Immanuel Kant yang berpendapat bahwa estetika muncul dari kemampuan intuitif atau terdidik untuk mengenali pola tersembunyi, estetika juga dapat dilihat sebagai aktivitas formatif di mana pengirim meningkatkan apa yang dikirim melalui nilai penghubung komunikasi.³⁸ Sehingga berbagai macam pendekatan yang dilakukan oleh komunitas Hijab Queens, maupun komunitas hijabers pada umumnya sama-sama memiliki ke khasan yang sama yakni menjual bentuk daya tarik jilbab *fashion* itu sendiri sebagai bahan utamanya. Selain dari bagaimana masing-masing pengurus komunitas hijabers bisa memiliki strategi yang unik untuk mencari perhatian penerima. Dalam mengkomunikasikan komunitas dan kegiatan dengan cara mereka masing-masing, serta berdasarkan teori dari Immanuel Kant memperlihatkan kegunaan komunikasi estetika akan membuat keberhasilan komunikasi dalam melangsungkannya ke muslimah Yogyakarta.

³⁷ Agnes Fransiska Dewi, Wawancara Wakil Ketua Komunitas Hijab Queens, 15 November 2019.

³⁸ Immanuel Kant, *Critique of the Power of Judgment*, 21.

Tujuan komunikasi estetika yang dijelaskan peneliti sebelumnya mengenai, menangkap, memikat, mengikat perhatian penerima ini apabila dipahami dan diterapkan secara maksimal akan membuat daya tarik jilbab *fashion* yang jauh lebih efektif karena dengan menggunakan tujuan ini terjadi sinkronisasi antara jilbab *fashion* dengan komunikasinya. Mengingat setiap anggota harus bisa mempromosikan atau mengkomunikasikan komunitas Hijab Queens dan beserta juga kegiatannya, dengan ini peran dari anggota menjadi sangat penting. Bekal yang mereka pahami tentang jilbab *fashion* juga harus matang, dan mempunyai bekal strategi-strategi pribadi dalam mengkomunikasikan ke penerima lainnya.

Mengenalkan komunitas Hijab Queens dan kegiatannya saya pribadi selaku anggota komunitas lebih sering melakukan pengenalan komunitas ke teman kampus melalui *face to face* karena saya merasa dengan cara ini lebih bagus dan lebih efektif. Saya juga bisa cerita dengan leluasa kegiatan apa saja yang ada di komunitas Hijab Queens, selain membangun tali persaudaraan sesama anggota lainnya. Dengan cara ini juga saya tau apa yang menjadi mereka tertarik dan apa yang membuat mereka tidak tertarik. Sehingga saya ada bahan evaluasi untuk disampaikan ke komunitas.³⁹

Dimensi estetika performantif ini hadir dalam semua komunikasi. Bahkan jika pengirim yakni komunikasikan memfokuskan secara eksklusif pada subjek atau penerima yang peka terhadap pola dan gangguan pola dalam sensasi dan makna untuk sajak dan ritme, metafora dan kiasan dan cara berkomunikasi yang tidak biasa. Dari data penelitian dan teori ini, maka analisisnya juga meliputi pelaksanaan yang dilakukan oleh anggota komunitas Hijab Queens dalam mengkomunikasikan kegiatan komunitas maupun komunitasnya, ke penerima atau

³⁹ Agnes Fransiska Dewi, Wawancara Anggota Komunitas Hijab Queens, 17 Desember 2019.

muslimah akan memberikan pengaruh yang besar untuk mendapatkan respons yang baik. Sentuhan bahasa yang disampaikan dan cara setiap anggota dalam berkomunikasi ke penerima ini sangat berpengaruh. Hal lainnya mengetahui informasi yang dibutuhkan oleh penerima juga salah satu cara membaca peluang yang perlu diketahui anggota komunitas Hijab Queens sehingga ketika memberikan informasi dapat secara optimal.

Mengikuti kegiatan yang dilakukan oleh komunitas lainnya dan juga berpartisipasi untuk menghadiri acara umum dengan menggunakan jilbab *fashion* ini salah satu hal yang saya lakukan untuk mengkomunikasikan komunitas Hijab Queens, tidak lupa juga saya menyampaikan ke sesama undangan lainnya bahwa saya dari komunitas Hijab Queens. Selain promosi lewat menghadiri kegiatan saya juga sering mengkomunikasikan secara langsung dari individu ke individu lainnya dengan memberikan brosur. Di media sosial pribadi terkhususnya Instagram saya juga sering memposting foto dengan menggunakan jilbab *fashion* dan tidak lupa saya tandai ke Instagram komunitas Hijab Queens, jelasnya ini cara saya mengenalkan ke teman-teman Instagram saya.⁴⁰

Sasaran penerima yang menjadi target utama komunitas Hijab Queens dari beberapa data sebelumnya memang lebih banyak mengarah ke muslimah yang lagi menempuh studi di Yogyakarta. Cara ini sebenarnya mengoptimalkan dari beberapa persyaratan yang ada di dalam komunitas Hijab Queens, sehingga kegiatan komunitas langsung ke tujuannya atau sasaran yakni mahasiswi-mahasiswa yang ada di kampus-kampus Yogyakarta. Keadaan ini juga memberikan gambaran bahwa komunitas Hijab Queens memang langsung turun ke lapangan sesuai yang menjadi target mereka.

Sesuai persyaratan penerimaan anggota yang disepakati pengurus, dan memang muslimah yang sesuai syarat tersebut lebih banyak di kampus, jadi dari komunitas memang sering melakukan kegiatan di kampus yang ada di Yogyakarta di kegiatan tersebut jelas ada sesi mengenalkan

⁴⁰ Latifah, Wawancara Anggota Komunitas Hijab Queens, 22 Desember 2019.

komunitas Hijab Queens. Kegiatannya ada yang komunitas sendiri yang membuat, ada kerjasama dengan organisasi yang ada di kampus, dan ada juga hanya mengadiri kegiatan. Yang jelasnya memang banyak dari komunitas Hijab Queens berinteraksi dan berkegiatan di kampus. Anggota komunitas Hijab Queens juga kebanyakan dari mahasiswi yang berbagai macam kampus di Yogyakarta, untuk anggota yang masyarakat umum dan sudah bekerja juga ada tetapi anggota komunitas lebih banyak yang kuliah.⁴¹

Secara spontan komunikasi estetika akan hadir di tengah-tengah kelompok atau komunitas, agar bisa diketahui lebih jelas maka perlu melihat lebih dekat antara hubungan kelompok dengan komunikasi estetikanya. Karena bisa ditafsirkan kelompok sebagai sistem komunikasi, yang membedakan antara anggota dan bukan anggota dan menggunakan keputusan sebagai sarana melanjutkan komunikasinya. Keputusan digunakan untuk membuka ruang ketidakpastian dan untuk menyerap ketidakpastian itu, sehingga suatu kelompok dapat secara bersamaan mengkalibrasi lingkungan sistem hubungannya. Suatu kelompok dapat dianggap sebagai sistem *autopoietic*, yang terdiri dari komunikasi dibuat dalam jaringan komunikasi sendiri.

Analisisnya meliputi tahapan-tahapan yang telah dilakukan oleh komunitas Hijab Queens dalam mengkomunikasikan jilbab *fashion* maupun mempromosikan komunitas Hijab Queens ke masyarakat terkhususnya muslimah. Ini memberikan beberapa tahapan-tahapan lainnya yang perlu juga dioptimalkan sehingga dengan penguatan komunikasi estetika tujuannya lebih mengutamakan segi keindahan, kepraktisan dan berkaitan dengan kegunaan. Dalam pencapaian ini perlu di perhatikan mengenai beberapa domain estetika untuk di dalam organisasi maupun komunitas.

⁴¹ Arintiya Nadia, Wawancara Ketua Komunitas Hijab Queens, 16 November 2019.

Oleh Thyssen ada enam domain estetika adalah, nama, retorika, narasi, periklanan, desain dan arsitektur.⁴² Di sini empat domain estetika yang akan peneliti bahas lebih lanjut yakni; retorika, narasi, periklanan dan desain. Untuk domain ini sendiri memang tidak hanya ada empat sebab beberapa bagian lainnya yang bisa digunakan ini menyesuaikan kondisi dan waktunya, tetapi menurut peneliti dari keempat domain ini apabila bisa dimaksimalkan oleh sebuah komunitas Hijab Queens ini bisa menjadi sebuah pencapaian yang baik karena dengan peran beberapa domain ini menyajikan sebagai pusat yang penting dalam sebuah organisasi maupun komunitas.

1. Retorika

Suatu organisasi maupun komunitas dalam menggunakan efek estetika untuk memajukan autopoiesisnya dengan membujuk penerima untuk menautkan diri dengan komunikasinya. Dari zaman kuno, retorika merupakan tradisi yang mempelajari bagaimana membuat suatu teks lebih persuasif dari pada yang lain. Aristoteles juga mengatakan kita gunakan retorika ketika kita tidak memiliki cara ilmiah untuk membuktikan nilai kebenaran sebuah teks dan karena itu harus menggunakan “sarana persuasi yang tersedia”.⁴³

Untuk cara khusus yang diberikan ke anggota dalam mengenalkan komunitas agar lebih efektif dari cara berbicara memang belum ada, tetapi apa saja materi yang perlu dijelaskan ini ada beberapa materi pokok dari komunitas. Saya sendiri selaku pengurus dengan materi saya pahami, cara yang saya gunakan dalam menyampaikan ke muslimah lainnya dengan mengenalkan lebih jauh tentang komunitas Hijab Queens dan apa saja menjadi keuntungannya apabila bergabung. Misalnya menyampaikan ke muslimah tentang misi komunitas Hijab Queens, cara retorikanya saya

⁴² Thyssen, *Aesthetic Communication*, 12.

⁴³ Marcel Proust, *Remembrance of Things Past*, Vol.1, (Hamondsworth: Penguin, 1989),

menjelaskan dengan mereka dengan bahasan yang lebih mudah dimengerti oleh semua orang.⁴⁴

Ambisi retorika untuk mengubah, mendengarkan di tangan pembicara yang berkompeten dengan menggunakan teknologi bujukannya. Di mulai dengan membuat audiens responsif dan mau belajar, mempunyai visi dengan daya tarik yang melekat, serta versi realitas yang sulit atau bahkan tidak mungkin untuk di tolak. Retorika juga digunakan secara berbeda dalam tiga modalitas temporal masa lalu, sekarang dan masa depan, dimana pertanyaan normal berfokus pada “apa yang terjadi”, “apa yang akan kita bicarakan”, dan “apa yang harus kita lakukan”.⁴⁵

Berlandaskan teori retorika tersebut sebuah komunitas yang menggunakannya dalam mengajak penerima agar sampainya tujuan dari komunitas tersebut memang harus menguasai retorika, baik pengurus, anggota maupun bidang humasnya. Peran retorika ini ketika setiap anggota mengenalkan komunitas ke khalayak umum bisa membuat penerima terkesan dengan apa yang disampaikan oleh komunitas tersebut, sebab keberhasilan komunikasi yang disampaikan komunikator ke komunikan tergantung cara penyampaian pesan yang diberikan.

Meningkatkan retorika dalam komunitas Hijab Queens seharusnya pengurus mengetahui akan kebutuhan satu hal ini, dengan demikian perlu meningkatkan kualitas retorika pengurus maupun anggota di dalamnya dengan melakukan pelatihan atau diskusi mengenai cara beretorika. Persoalan retorika

⁴⁴ Agnes Fransiska Dewi, Wawancara Wakil Ketua Komunitas Hijab Queens, 17 Desember 2019.

⁴⁵ Thyssen, *Aesthetic Communication*, 15.

di pengurus komunitas Hijab Queens ini belum dimatangkan sebab di dalam komunitas Hijab Queens hanya menggunakan strategi pengenalan dengan cara yang sederhana. Untuk keuntungannya apabila setiap pengurus maupun anggota memahami retorika ini bisa mumpuni ke semua masyarakat dan akan menjadikan komunitas Hijab Queens dikenal lebih jauh di masyarakat, sehingga setiap kegiatan yang dilakukan oleh komunitas masyarakat lebih bersimpati untuk mengikutinya. Berikut ini materi retorika yang disampaikan oleh pengurus komunitas Hijab Queens ke muslimah Yogyakarta:

Saat menyampaikan misi komunitas Hijab Queen ke muslimah tentang Mar'atus soliha (perempuan soleha) keutamaan dari misi pertama ini dijelaskan bahwa memang semua perempuan ingin menjadi orang yang soleha tetapi terbatas dengan kurangnya pengetahuan yang dimiliki, sehingga dari persoalan tersebut kami berinisiatif untuk mengkaji lebih dalam tentang perempuan soleha dengan demikian kami diskusikan bersama-sama apa saja yang menjadi kriteria dari perempuan yang soleha. Uswatun Hasanah (teladan yang baik) keutamaan ini juga dikaji dan memberikan kami wawasan yang mendalam bahwa untuk menjadi teladan yang baik perlunya praktik-praktik kegiatan yang baik, keadaan ini minimal kami lakukan di dalam komunitas Hijab Queens terlebih dahulu. Dan Ummu Salamah (ibu yang menyelamatkan) kami juga memperdalam pengetahuan kami tentang ibu yang menyelamatkan walaupun kebanyakan anggota belum menikah tetapi kami juga mengkajinya supaya menjadi bekal ketika kami telah menjadi seorang ibu, barulah apa yang kami kaji dipraktikkan.⁴⁶

Retorika juga didefinisikan sebagai “*the art constructing arguments and appeechmaking*” (seni membangun argumentasi dan seni berbicara). Jalaludin rahmat menerangkan bahwa retorika merupakan ilmu yang mengatur komposisi kata-kata agar timbul kesan yang dikehendaki pada diri khalayak.

⁴⁶ Agnes Fransiska Dewi, Wawancara Wakil Ketua Komunitas Hijab Queens, 17 Desember 2019.

Perkembangan retorika juga mencakup tentang proses untuk menyesuaikan ide melalui berbagai macam pesan.⁴⁷

Pokok yang menjadi contoh materi retorika yang disampaikan komunitas Hijab Queens ke muslimah Yogyakarta memang materi yang sudah menjadi pembahasan keseharian komunitas. Keadaan ini memang menguntungkan apabila dilihat dari segi materi, seperti halnya yang disampaikan Jalaludin Rahmat bahwa retorika yang mencakup prosesnya dalam penyesuaian ide, dan ini akan membuat komunitas Hijab Queens yang tidak akan kekurangan materi retorika sebab dipenuhi dengan proses kegiatan mereka yang bisa menjadi bahan materi. Namun persoalan lainnya berupa misi yang dijadikan bahan dalam beretorika materi terlihat monoton, sehingga cara penyampaian apakah akan mudah diterima komunikasi atau menjadi kebalikannya komunikasi akan tidak tertarik.

Dari misi komunitas Hijab Queens yang saya sampaikan tentang Mar'atus Soliha, Uswatun Hasanah, dan Ummu Salamah, maka pengemasan bahasanya saya sampaikan dengan lebih sederhana agar dimengerti oleh muslimah yang mendengarkannya. Selain pengemasan bahasa yang lebih sederhana biasanya saya juga menyampaikan tentang permasalahan yang sering dihadapi muslimah karena minimnya pengetahuan dan pengalaman di bidang keagamaan, kemudian saya juga berbicara kegiatan apabila ikut bergabung dengan komunitas Hijab Queens kita bisa sama-sama belajar dan mendatangkan pemateri yang lebih paham di kegiatan khusus member komunitas Hijab Queens, selain kegiatan ini saya juga menjelaskan berbagai macam kegiatan lainnya. Dari beberapa rangkaian tersebut barulah saya menjelaskan keuntungannya apabila bergabung dengan komunitas Hijab Queens seperti mempunyai teman yang sama-sama ingin belajar tentang jilbab.⁴⁸

⁴⁷ Abdullah, *Retorika dan Dakwah Islam*, Vol. 10. No. 1, Juni 2009.

⁴⁸ Agnes Fransiska Dewi, Wawancara Wakil Ketua Komunitas Hijab Queens, 17 Desember 2019.

Tradisi di dalam retorika lebih cenderung memperhatikan proses pembuatan pesan atau simbol yang berprinsip pada bagaimana cara agar dapat menggunakan simbol secara tepat dalam menyampaikan maksud dan tujuan kepada semua khalayak. Kemampuan dalam merancang pesan yang baik dipengaruhi oleh beberapa faktor. Seperti nilai, ideologi, dan budaya. Faktor ini akan menjadi perhatian penting dalam kajian komunikasi yang merupakan faktor penentu dalam proses pembuatan pesan. Tradisi retorika menjelaskan baik dalam konteks komunikasi antar personal maupun komunikasi massa. Sepanjang dalam proses penyampaian dapat merancang isi pesan yang baik maka proses komunikasi dapat berlangsung secara efektif.⁴⁹

Tahapan-tahapan retorika yang dijelaskan oleh pengurus komunitas Hijab Queen dengan apa yang menjadi tradisi retorika ini memperlihatkan proses dan cara dalam meyakinkan komunikan. Namun, keadaan penyampaian yang sederhana beserta cara pengeemasan bahasanya ini terlihat terlalu kompleks sehingga tidak akan memperlihatkan sebuah hasil yang maksimal, tinggal bagaimana komunitas Hijab Queens dalam merancang isi pesan yang akan disampaikan seperti halnya tradisi retorika, dengan demikian akan ada kemungkinan bagi komunitas dalam cara sederhana tersebut menjadi lebih efektif. Untuk penyampaian ajakan yang berdasarkan keuntungan dan kelebihan ini juga perlu diperhatikan dan tingkatkan untuk menjadi bahan racangan isi pesan.

⁴⁹ Isbandi Sutrisno dan Ida Wiendijarti, *Kajian Retorika Untuk Membangun Pengetahuan dan Keterampilan Berpidato*, Vol 12. No,1, Januari April 2014.

2. Narasi

Narasi merupakan karangan yang menyajikan serangkaian peristiwa menurut urutan terjadinya (kronologis), dengan maksud memberi arti kepada sebuah kejadian atau serentetan kejadian.⁵⁰ Hal lain dari narasi juga menceritakan sebuah kisah dan bagaimana cara menggambarannya. Terlepas dari pengertian secara umum narasi tersebut, yang perlu diperhatikan bagaimana dalam sebuah komunitas menggunakan narasi untuk sebuah kepentingan komunitas.

Narasi yang saya sampaikan berupa penjelasan tentang perempuan di Yogyakarta banyak menggunakan jilbab tetapi penggunaan gaya kesehariannya yang gaul tidak saling keterhubungan karena kurangnya pemahaman mengenai kriteria berjilbab yang baik dalam Islam. Komunitas Hijab Queens mewadahi kegiatan-kegiatan muslimah Yogyakarta dan mempelajari setiap perkembangan yang terjadi di Indonesia dan mengikuti perkembangan tersebut dengan mempelajarinya terlebih dahulu, misalnya jilbab *fashion* sebelum menggunakannya kami juga memahaminya di kegiatan Beauty Class Hijab Queens dengan demikian diperhatikan juga apa yang menjadi kekurangan dan kelebihan. Selain mempelajarinya di komunitas Hijab Queens mengekspresikan melalui berbagai kegiatan tentang jilbab sehingga pengalaman tentang jilbab *fashion* yang bertambah dan tidak ketinggalan dengan perkembangan zaman. Penggunaan jilbab syar'i juga dikombinasikan dengan jilbab *fashion* sehingga di komunitas Hijab Queens juga mencari wawasan baru untuk dikenalkan dengan masyarakat, dengan demikian unsur keagamaan beserta unsur *fashion* bisa bersamaan. Menjadikan pengalaman yang didapatkan di komunitas Hijab Queens di kehidupan sehari-hari memberikan suasana baru.⁵¹

Narasi merupakan uraian yang menceritakan sesuatu atau serangkaian kejadian, tindakan, keadaan secara beruntun dari permulaan sampai akhir sehingga terlihat rangkaian hubungan satu sama lain. Bahasanya berupa paparan yang gayanya bersifat naratif. Narasi juga bagian dari bentuk wacana

⁵⁰ Suparno, *Keterampilan Dasar Menulis*, (Jakarta: Universitas Terbuka, 2006), 54.

⁵¹ Agnes Fransiska Dewi, Wawancara Wakil Ketua Komunitas Hijab Queens, 17 Desember 2019.

yang berusaha mengisahkan suatu kejadian yang dinamis. Oleh sebab itu, unsur yang paling penting pada sebuah narasi adalah unsur perbuatan atau tindakan.⁵²

Keutamaan narasi dalam di komunitas Hijab Queens yang dipahami pengurus dan anggota yakni memberikan gambaran pengalaman yang diruntutkan sedemikian rupa yang disampaikan terhadap muslimah Yogyakarta yang menjadi sasarannya. Berangkat dari persoalan yang mereka lihat dan dijadikan bahan pembicaraan ini juga menjadi strategi yang menarik. Terlebih lagi pengurus yang sudah berpengalaman tentang jilbab *fashion* dan menjadikan persoalan yang sering terjadi di masyarakat tersebut dijadikan peumpamaan ke muslimah yang menjadi terget mererka dan ini akan membuat keuntungan untuk mengajak muslimah bergabung dengan komunitas Hijab Queens.

Sebelumnya tidak terlalu memperhatikan *fashion* dalam menggunakan jilbab, penggunaan jilbab di keseharian juga bisa dikatakan biasa saja yang terpenting menutupi aurat. Seringnya menggunakan media sosial Instagram banyak memperlihatkan muslimah dengan anggungnya dalam berjilbab yang sering muncul di pencarian *has tag* ootd jilbab di Instagram di sini banyak muslimah yang menggunakan berbagai macam variasi jilbab. Kemudian menjadi ketertaikan pribadi untuk mengenali lebih jauh berbagai macam variasi jilbab dan mencari informasinya maka komunitas hijabers yang banyak berkegiatan tentang variasi jilbab yakni jilbab *fashion*. Keingin tahuan tentang komunitas hijabers di Yogyakarta saya mencari informasi dan mendapatkan informasi mengenai komunitas Hijab Queens di media sosial Instagram, menghubungi kontak person yang ada di pamflet ini menjadikan awal bagi saya untuk mengenali lebih jauh tentang komunitas Hijab Queens dan sampai sekarang ini masih aktif mengikuti kegiatan yang ada di komunitas karena keinginan untuk mengetahui berbagai macam variasi berjilbab terkni tersalurkan di kegiatan komunitas. Memang sering menjadikan pengalaman pribadi ini

⁵² Keraf, *Argumentasi dan Narasi*, (Jakarta: Gramedia Pustaka, 2001), 137.

bahan obrolan untuk mengenalkan komunitas Hijab Queens ke muslimah Yogyakarta.⁵³

Pendapat Semi mengenai narasi merupakan bentuk percakapan atau tulisan yang bertujuan untuk menyampaikan atau menceritakan rangkaian peristiwa atau pengalaman manusia berdasarkan perkembangan waktu ke waktu.⁵⁴ Dari bahan narasi yang diungkapkan oleh anggota komunitas Hijab Queens dengan apa yang menjadi pendapat Semi ini sudah menjadi rangkaian narasi dari segi pengalaman, apabila melihat kelebihan penyampaian dari sebuah pengalaman akan menjelaskan dengan kepasihan dan kemampuan yang tidak terbatas sehingga akan lebih leluasa ketika menyampaikan hasil dari bahan narasinya. Namun apabila melihat kekurangan yang akan disampaikan ini memperlihatkan kebenaran materi yang disampaikan sebab besar kemungkinan narasi yang akan dijelaskan merupakan materi karangan.

Untuk persiapan yang bagus dalam mengenalkan komunitas Hijab Queens di masyarakat saya selaku pengurus menyadari memang kami belum melakukan dengan terstruktur. Tetapi kalau diperhatikan baik dari saya yang menyampaikan maupun teman-teman komunitas kami telah melakukan yang sebaik mungkin untuk mengenalkan komunitas ke masyarakat dengan memperlihatkan kegiatan-kegiatan yang sering dilakukan.⁵⁵

Kenyataannya bahwa narasi diungkapkan sebagai kesamaan struktural batin antara cerita dan komunitas. Sebab pengalaman sehari-hari di komunitas Hijab Queens bisa memberikan sebuah cerita, sebuah cerita akan meluas dan menjadi makna terpenting dan sebagaimana setiap cerita pada prinsipnya menjadi cerita lainnya juga ini akan berakhir menjadi alat retorik. Sebuah

⁵³ Uswatun Hasanah, Wawancara Anggota Komunitas Hijab Queens, 10 Januari 2020.

⁵⁴ M. Atar Semi, *Menulis Efektif*, (Padang: Angkasa Raya, 2003), 29.

⁵⁵ Agnes Fransiska Dewi, Wawancara Wakil Ketua Komunitas Hijab Queens, 17 Desember 2019.

cerita memiliki daya tarik sendiri, apapun cerita yang disampaikan akan memberikan keuntungan bagi komunitas Hijab Queens. Sebab dalam menceritakan kelebihan dari komunitas akan menjadi komunikasi yang lebih efektif.

Keutamaan dari narasi di dalam komunitas Hijab Queens ini dikarenakan antara retorika dengan narasi saling memiliki keterhubungan, untuk menjalankan retorika yang baik maka harus dipersiapkan narasi yang bagus sebelum turun ke masyarakat. Kegiatan komunitas Hijab Queens ini banyak bentuk kegiatannya maka bisa dijadikan bahan narasi untuk disampaikan ke masyarakat, sehingga tinggal bagaimana pengurus maupun anggota komunitas Hijab Queens dapat memahami dan mendalami serta mencari keutamaan dari kegiatan komunitas. Dengan adanya bekal pengalaman, tahapan selanjutnya yang perlu diperhatikan komunitas tinggal mencari apa yang menjadi kebutuhan masyarakat di Yogyakarta dan mengisi ruang kebutuhan tersebut dengan menyampaikan narasi yang sesuai dengan kebutuhan.

Pelaksanaan pengenalan komunitas yang belum terstruktur di komunitas Hijab Queens ini juga bisa memperlihatkan belum maksimalnya komunitas dalam mengenalkan komunitas ke masyarakat. Yang menjadi titik timbal balik dari keadaan tersebut ada beberapa hal yang tanpa mereka sadari bahwa komunitas Hijab Queens ini sudah melakukan dan mengenalkan komunitas ke masyarakat ada tahapan retorika dan narasi di dalamnya dengan cara yang sederhana. Dengan demikian tinggal bagaimana komunitas Hijab Queens bisa

memaksimalkan dan mempersiapkan narasi yang lebih matang untuk disampaikan ke masyarakat.

3. Desain

Desain dalam hal ini akan lebih dimaksudkan lebih spesifik lagi karena desain yang dimaksudkan bukan hanya sekedar desain yang memperoleh makna universal. Desain yang di maksud ialah sub-bahasa universal,⁵⁶ karena ini tidak menggunakan simbol yang sewenang-wenang, tetapi peralatan yang dapat diuraikan oleh siapa pun yang mampu memahami fungsi objek dan dengan ini dapat mengevaluasinya ke kualitas yang berbeda. Dengan desain, upaya dilakukan untuk mengubah objek sehari-hari menjadi sebuah ikon yang lebih menarik.

Gambar 3.2

Desain Kegiatan Bulan Ramadan Komunitas Hijab Queens



Sumber: Dokumentasi Komunitas Hijab Queens

⁵⁶ Thyssen, *Aesthetic Communication*, 18.

Pada umumnya desain sebuah rancangan, rencana atau sebuah gagasan. Desain juga suatu proses kreatif dalam memecahkan suatu permasalahan dalam hal yang menyangkut perancangan suatu objek yang bersifat fungsional atau keindahan. Yang pada prinsipnya melihat aspek teknis, fungsi, material, tanpa melepaskan unsur garis, tekstur, keseimbangan komposisi, dan bentuk.⁵⁷ Dari dokumentasi komunitas Hijab Queens yang membuat desain kegiatan yang bertajuk *ramadan with Hijab Queens Community* ini memperlihatkan rancangan desainnya yang sangat simpel, memang sudah mengisi beberapa pokok desain dengan penggambaran kegiatannya dilengkapi dengan gambar yang sederhana dan warna yang mengkhususkan untuk perempuan yakni warna merah jambu. Namun dari segi proses kreatif ini masih cukup jauh dan perlu ditambahkan beberapa unsur-unsur keindahan agar terlihat lebih menarik.

Gambar 3.3
Desain Kegiatan Pusaka Nusantara



Sumber: Dokumentasi Komunitas Hijab Queens

⁵⁷ Sachari dan Sunarya, *Wacana Transformasi Budaya*, (Bandung: 2001), 10.

Desain juga merupakan senjata dalam memperjuangkan konsumsi pasar, karena desain meningkatkan makna objek. Hegel dalam hal ini menjelaskan bahwa pelanggan atau penerima tidak mencari utilitas, tetapi sebuah makna. dengan demikian desain menjadi cocok dengan formula komunikasi estetika bahwa cara sensual berarti imajiner, oleh karena itu dunia tak kasat mata yang membangkitkan penerima dengan cara tertentu. Karena dunia imajiner murni sebuah simbolis, hasrat dirangsang oleh berorientasi pada desain dan tidak memiliki batas alami.⁵⁸

Maka dari itu analisisnya meliputi bahwa sebuah desain sebagai pemikat ini memang keharusan bagi komunitas Hijab Queens untuk mempengaruhi secara tidak langsung ke masyarakat, dari desain komunitas Hijab Queens yang bertajuk kegiatan “Pusaka Nusantara Batik Jiwaku, Batik Identitasku, Batik Pakaianku”, ini sudah mencakupi keindahannya pada desainnya dan ini juga akan lebih mudah dikonsumsi oleh khalayak. Karena keadaan fungsi dari desain ini bisa memberikan makna objek maka komunitas Hijab Queens perlu mendalami dan meningkatkan keseluruhan desain yang akan dimunculkan karena masih banyak desain di komunitas Hijab Queens terlihat biasa saja. Terlebih lagi desain secara sub-bahasa universal ini belum sepenuhnya memadai melainkan hanya desain sebagai makna sebuah ikon yang diterapkan oleh komunitas ini.

⁵⁸ *Ibid.*,

4. Iklan

Iklan berfokus pada iklan gaya hidup, sebagai lawan iklan perdagangan, orang dapat mengamati mekanisme estetika yang beroperasi dalam domain yang menunjukkan nuansa menarik. Sebuah iklan biasanya tidak diminta oleh penerima, sehingga komunikator harus memasukan daya tarik yang kuat dalam sebuah iklan agar bisa diterima oleh penerima.⁵⁹

Di komunitas Hijab Queens untuk mengiklankan komunitas atau kegiatan ini memang belum pernah seperti halnya menggunakan jasa periklanan. Untuk proses pengiklanan komunitas Hijab Queens atau kegiatannya yang paling sering kami lakukan mengiklankan menggunakan media sosial komunitas dan media sosial setiap anggota. Terlepas dari media sosial kami juga pernah berkontribusi di radio dan sekaligus mengiklankan secara langsung tentang komunitas Hijab Queens di radio dan pernah juga kegiatan komunitas diberitakan di koran.⁶⁰

Iklan juga sebuah proses promosi untuk membujuk penerima agar mengambil tindakan yang menguntungkan, tujuan iklan juga untuk mempengaruhi perasaan, pengetahuan, makna, kepercayaan, sikap, pendapat pemikiran dan citra penerima. Sehingga komunitas Hijab Queens perlu sedemikian rupa membuat iklan agar dapat menarik minat khalayak, tujuan dari mempromosikan komunitasnya agar bisa dikenal dan lebih dekat dengan masyarakat. Esensi dari iklan ini sendiri memang menciptakan nuansa yang lebih besar dari pada kapasitas yang telah diterapkan oleh komunitas Hijab Queens. Penerapan iklan yang dilakukan komunitas Hijab Queens juga sederhana dengan cara mereka sendiri maka seharusnya perlu ada pergerakan yang lebih besar. Dengan cara mencoba mengiklankan komunitas ataupun

⁵⁹ Thyssen, *Aesthetic Communication*, 18.

⁶⁰ Arintiya Nadia, Wawancara Ketua Komunitas Hijab Queens, 16 November 2019.

kegiatan dengan pihak yang lebih menguasai bidang periklanan, sehingga bisa mencapai mekanisme komunikasi estetika yang lebih efektif dan lebih maksimal.

Gambar 3.4
Kegiatan di Radio Sekaligus Pengenalan Komunitas Hijab Queens



Sumber: Dokumentasi Komunitas Hijab Queens

Pendapat Durianto tentang iklan merupakan suatu proses komunikasi yang bertujuan untuk membujuk atau menggiring orang untuk mengambil tindakan yang menguntungkan bagi pihak pembuat iklan.⁶¹ Keadaan periklanan di dalam komunitas Hijab Queens memang sepenuhnya kembali dengan pengurus dan anggotanya. Dari pendapat Durianto komunitas Hijab Queens mengalami proses komunikasi, juga memposisikan diri sebagai komunikator yang

⁶¹ Durianto, *Inovasi Pasar dengan Iklan yang Efektif*, (Jakarta: Gramedia Pustaka, 2003), 7.

menggunakan media radio untuk mengiklankan komunitas secara langsung. Kekurangannya mengiklankan komunitas secara langsung di radio yakni pesan yang disampaikan ke masyarakat tidak dengan jangka lama dan komunikan yang mendengarkan saat itu juga terbatas. Sehingga persoalan keuntungan bagi pihak iklan ini hanya sesaat, karena iklan yang dapat diterima oleh masyarakat hanya pada saat berlangsungnya siaran di radio.

Gambar 3.5
Berita Kegiatan Komunitas Hijab Queens



Sumber: Dokumentasi Tribun Jogja

Iklan adalah bagian dari bauran promosi (*promotion mix*) dan bauran promosi adalah bagian dari bauran pemasaran (*marketing mix*). Secara sederhana iklan dipahami sebagai pesan yang menawarkan suatu produk yang ditujukan kepada khalayak lewat suatu media.⁶² Pada umumnya melakukan iklan menggunakan media akan mengalami kontrak dan diposisikan ke tempat yang khusus untuk ruang iklan, medianya berupa televisi, radio, koran dan masih banyak platform khusus untuk jasa periklanan.

Kenyatannya komunitas Hijab Queens memang belum pernah menggunakan jasa iklan. Dari data dokumentasi Tribun Jogja ini memperlihatkan kegiatan komunitas Hijab Queens menjadi salah satu daya tarik untuk dijadikan bahan pemberitaan media mereka. Dari pemberitaan ini juga membuat komunitas Hijab Queens mendapatkan pengiklanan secara tidak langsung dari berita mereka, kekurangannya juga hampir sama seperti mengiklankan komunitas melalui radio secara langsung, sebab waktu yang terbit di medianya hanya kurun beberapa waktu saja. Sehingga memang perlu dari komunitas Hijab Queens melakukan iklan dengan menggunakan jasa periklanan dengan tujuan mendapatkan respon yang banyak dari masyarakat dan komunitas Hijab Queens perlu mengetahui waktu yang tepat untuk melakukan iklan yakni saat penerimaan anggota baru di Komunitas Hijab Queens.

⁶² Kotler dan Armstrong, *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1, Terj. Alexander Sindoro dan Benyamin Molan, (Jakarta: Prenhalindo, 2002), 153.

C. Pemahaman Jilbab Syar'i Komunitas Hijab Queens

1. Praktik Jilbab *Fashion* Tetapi Syar'i

Jilbab syar'i bisa dikatakan sebuah peristiwa berkaitan dengan pakaian muslimah yang seharusnya digunakan dengan ketentuan yang telah ada dalam anjuran agama Islam. Berdasarkan ketentuan tersebut sangat jelas ketika seorang muslimah menggunakan jilbab syar'i, bisa membuat seorang muslimah terjaga kesuciannya dan terjaga pula dari pandangan lelaki yang bukan muhrimnya. Dalam menutup aurat di dalam Al-Qur'an dan hadist telah diterangkan baik berupa perintah maupun berupa ketentuannya.

Salah satu perintah Allah SWT dalam menggunakan jilbab terdapat pada surat (QS. Al-A'raf, 26)⁶³ sebagai berikut:

يٰٓاَيُّهَا النَّبِيُّ قُلْ لِّاَزْوَاجِكَ وَبَنَاتِكَ وَنِسَاءِ الْمُؤْمِنِيْنَ يُدْنِيْنَ عَلَيْهِنَّ مِنْ جَلْبَابِهِنَّ ذٰلِكَ اَدْنٰى اَنْ يُعْرَفْنَ فَلَا يُؤْذَيْنَّ وَكَانَ اللّٰهُ غَفُوْرًا رَّحِيْمًا ﴿٦٣﴾

Artinya: Hai anak Adam, sesungguhnya Kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutup auratmu dan pakaian indah untuk perhiasan. Dan pakaian takwa itulah yang paling baik. Yang demikian itu adalah sebahagian dari tanda-tanda kekuasaan Allah, mudah-mudahan mereka selalu ingat.

Selain itu perintah tentang menggunakan jilbab juga terdapat dalam surat (QS. Al-Ahzab, 59)⁶⁴ sebagai berikut:

يٰٓبَنِيْٓ اٰدَمَ قَدْ اَنْزَلْنَا عَلٰيْكُمْ لِبَاسًا يُّوْرِيْ سَوْءَتِكُمْ وَرِيْشًا وَّلِبَاسًا التَّقْوٰى ذٰلِكَ خَيْرٌ ذٰلِكَ مِنْ ءَايٰتِ اللّٰهِ لَعَلَّهُمْ يَذَّكَّرُوْنَ ﴿٥٩﴾

⁶³ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, cet. Ke-23 (Jakarta: Darus Sunnah, 2018), 154.

⁶⁴ *Ibid.*, 427.

Artinya: Hai Nabi, katakanlah kepada isteri-isterimu, anak-anak perempuanmu dan isteri-isteri orang mukmin: "Hendaklah mereka mengulurkan jilbabnya 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.

Dari kedua ayat Al-Qur'an tersebut telah menjelaskan perintah dalam menggunakan jilbab dan keutamaannya serta manfaat bagi yang menggunakannya. Selain dari kedua ayat Al-Qur'an ini disampaikan juga melalui hadist terkait ketentuan batas aurat yakni muka dan telapak tangan di dalam hadist (HR. Abu Dawud), menggunakan jilbab tidak longgar dan tidak transparan (HR. Malik dan Muslim) dan pakaian yang menutup sampai ke mata kaki ini dijelaskan dalam hadist (HR. Imam Tarmizi dan Nasa'i dari Ummu salamah). Dengan perintah Allah beserta ketentuan dan batasannya dalam menggunakan jilbab serta diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, maka seorang muslimah ini telah memenuhi dari kriteria berjilbab syar'i.

Jilbab juga dari masa ke masa telah melewati banyak perkembangan, sampainya perkembangan jilbab sekarang ini telah mengalami banyak variasi dan model yakni berupa jilbab *fashion*. Tetapi yang perlu diperhatikan juga sampai sekarang ini apakah jilbab yang telah mengalami perkembangan masih memegang nilai Islam dalam penggunaan jilbabnya. Karena dengan adanya perkembangan model dan gaya berjilbab ini memberikan sebuah kekurangan untuk memahami nilai keagamaannya, sehingga banyak muslimah yang menggunakan jilbab tapi masih bertolak belakang dengan ketentuan berjilbab syar'i.

Ketika komunitas hijab Queens berkegiatan ataupun berdiskusi seputar jilbab syar'i sebenarnya telah memahami apa saja yang menjadi penyebab beberapa muslimah yang menggunakan jilbab yang tidak sesuai anjuran yang ada dalam agama Islam. Hal ini pun tidak terlepas dari anggota komunitas Hijab Queens itu sendiri yang menggunakan jilbab tetapi masih ada yang jauh dari ketentuan agama. Dengan demikian persoalan identitas yang mereka buat dan diterima masyarakat, ini akan mengalami berbagai persoalan kedepannya.

Jilbab syar'i di komunitas Hijab Queens memang belum dikaji secara mendalam di komunitas, namun dari kegiatan-kegiatan yang sering kami lakukan, saya bisa mengatakannya tidak menyalahi dari cara berjilbab yang baik dan benar. Saya menyampaikan begitu karena memang dari kegiatan menggunakan jilbab kami menampilkan hal yang mengesankan tetapi tidak mengurangi nilai jilbabnya.⁶⁵

Jilbab syar'i merupakan terusan jilbab yang panjang tidak menonjolkan bagian tubuh wanita, sangat sederhana dan mudah dipakai. Jilbab syar'i juga puncak dari segala simbol jilbab karena memiliki peranan paling lengkap, yang mempertemukan antara religi dan inovasi. Dari data penelitian dan pendapat mengenai jilbab syar'i maka analisisnya bahwa di dalam komunitas Hijab Queens ada anggota yang belum terlalu memahami materi, namun komunitas ini juga menekankan dimana kegiatan yang sering mereka lakukan sudah sampai pada tahapan mencoba merealisasikan jilbab syar'i. Keutamaan mengenai jilbab syar'i memang mengharuskan antara dapat memahami secara khusus yakni materinya dan

⁶⁵ Agnes Fransiska Dewi, Wawancara Wakil Ketua Komunitas Hijab Queens, 15 November 2019.

juga mempraktikkan agar terjadi *balance* diantara keduanya. Kejadian ini perlu dilibatkan peran anggota komunitas Hijab Queens untuk terus memahami materi jilbab syar'i dan juga menerapkannya.

Gambar 3.6
Kegiatan Jilbab Tutorial Komunitas Hijab Queens



Sumber: Dokumentasi Komunitas Hijab Queens

Dari kegiatan jilbab tutorial di komunitas Hijab Queens ini memang pengurus sudah memberikan apa yang menjadi kebutuhan anggotanya dengan membuat kegiatan yang mempraktikkan langsung penggunaan jilbab, sesuai dengan pengertian jilbab syar'i yakni jilbab yang panjang dan tidak menonjolkan bagian tubuh. Terlepas dari kegiatan tutorial berjilbab ini seharusnya pengurus memahami keperluan lain anggota,

karena mengingat materi jilbab syar'i masih ada runtutan yang perlu diketahui dan dikuasai materinya oleh setiap anggota.

Bagi saya makna jilbab syar'i itu luas, saya juga memahami jilbab syar'i itu bukan bercadar dan berjilbab besar yang jelasnya tidak seberat itu tetapi saya tidak menyalahkan hal tersebut. Jilbab syar'i itu juga lebih sederhana dan mengikuti apa yang diajarkan dalam agama Islam. Tetapi jika seseorang menggunakan cadar dan jilbab besar ini memberikan nilai tambah bagi perempuan tersebut, karena tidak semua orang sanggup melakukan hal tersebut. Saya sendiri masih sedikit demi sedikit memperbaiki diri dengan mengoptimalkan cara berjilbab dan berpakaian dengan menggunakan yang longgar dan tidak menggunakan yang hanya pas di badan supaya tidak menimbulkan fitnah.⁶⁶

Jilbab syar'i juga dipahami dimana keadaan seorang perempuan menggunakan pakaian terlihat cukup lapang yang menutupi bagian tubuh yang tidak boleh diperlihatkan, namun bisa memperlihatkan wajah dan kedua telapak tangan saja yang boleh ditampakan.⁶⁷ Sehingga perlu dimakanai bahwa jilbab syar'i itu lebih luas dibandingkan pemahaman orang banyak yang menggunakan jilbab dalam kesehariannya. Kesederhanaan dalam berjilbab juga merupakan bagian dari jilbab syar'i, sebab tidak ada berlebihannya dalam menggunakan jilbab dan juga tidak ada kekurangannya dalam berjilbab sebab dari semua itu kesederhanaanlah yang perlu ditingkatkan agar tidak menjadi persoalan di tengah-tengah masyarakat.

⁶⁶ Uswatun Hasanah, Wawancara Anggota Komunitas Hijab Queens, 10 januari 2020.

⁶⁷ Mulhandy Ibn Haj, dkk., *Enam Puluh Satu Tanya Jawab Tentang Jilbab*, (Bandung: Espe Press, 1986), 5.

Gambar 3.7
Kegiatan *Beuty Class* Komunitas Hijab Queens



Sumber: Dokumentasi Komunitas Hijab Queens

Dari pendapat yang sebelumnya peneliti paparkan mengenai jilbab syar'i puncak dari segala simbol jilbab karena memiliki peranan paling lengkap, yang mempertemukan antara religi dan inovasi. Maka komunitas Hijab Queens juga sudah menjalankan terkait pendapat tersebut, berkenaan data tentang kegiatan *beuty class* di komunitas Hijab Queens mereka melakukan kegiatan praktik berjilbab dan mempertemukan inovasi dalam menggunakan jilbab. Sehingga dalam menampilkan penggunaan jilbab mereka juga mempercantik kesan dari berjilbab itu sendiri.

Untuk menilik persoalan jilbab *fashion* tetapi syar'i di komunitas Hijab Queens lebih mendalam di sini peneliti mencoba menguraikan dan melihat

proses dari persoalan ini lebih jauh. Keutamaan dari jilbab *fashion* tetapi syar'i apakah jilbabnya lebih domain ke jilbab *fashion* atau lebih ke jilbab syar'i, keadaan ini juga bukan bermaksud untuk membandingkan namun dengan oposisi dari kedua hal ini bisa memperlihatkan apa yang menjadi tolak ukur komunitas menyampaikan statement jilbab *fashion* tetapi syar'i. Mengingat dimana keadaan dua kondisi jilbab tersebut sama-sama menjadi konsumsi masyarakat sekarang ini.

2. Ekspresi Jilbab *Fashion* Tapi Syar'i di Komunitas Hijab Queens

Relasi antara jilbab *fashion* dengan jilbab syar'i dengan ide tentang ekspresi komunitas jauh lebih rumit dibandingkan dengan kesan-kesan pertamanya. Antara jilbab *fashion* tetapi syar'i dengan komunikasi melihatkan keyakinan tentang hubungan antara warna, motif, dan suasana hati yang menggunakannya. Tak bisa disangkal juga bahwa jilbab *fashion* dan jilbab syar'i bisa digunakan untuk mengkombinasikan, merefleksikan, meneguhkan, dan menyembunyikan atau dapat membangun suasana hati. Warna cerah atau kontras dapat saja merefleksikan hati yang gembira, motif yang bersentuhan dapat digunakan untuk merefleksikan dinamisme internal.

Kegiatan komunitas kami sering menampilkan penggunaan jilbab *fashion* yang tidak bertentangan dengan apa yang sudah ada di dalam agama Islam, Penggunaan jilbab *fashion*-nya juga bervariasi mulai dari yang warnanya polos serta juga ada yang mempunyai motif batik dan motif lainnya, jadi untuk jilbab *fashion* tetapi syar'i yang sering di ungkapkan oleh komunitas kami karena memang tidak bertentangan dengan agama namun lebih *stylis* penampilannya.⁶⁸

⁶⁸ Agnes Fransiska Dewi, Wawancara Wakil Ketua Komunitas Hijab Queens, 15 November 2019.

Gambar 3.8
Motif Batik Jilbab *Fashion* Tetapi Syar'i Komunitas Hijab Queens



Sumber: Dokumentasi Komunitas Hijab Queens

Jilbab *fashion* tetapi syar'i dipersepsi sebagai motif atau warna berupa kesenangan dan kegembiraan mungkin digunakan dalam upaya untuk mengubah suasana hati seseorang, dari bersedih menjadi gembira. Membeli dan memakai jilbab baru makin banyak yang didokumentasikan dengan baik, hal itu kelihatannya membuat lebih banyak orang yang menjadi kecanduan yakni perasaan yang diperolehnya saat mengenakan sesuatu yang baru tersebut. Perasaan-perasaan itu bisa saja ditingkatkan atau diperkuat oleh keunikan atau kesenangan dalam menunjukkan penampilan yang berbeda pada dunia, dan tidaklah sukar untuk memahami daya tarik perasaan seperti itu pada orang-orang tertentu.

Sehingga analisisnya mengenai jilbab *fashion* tetapi syar'i memang memiliki makna yang sangat luas, sebab dengan adanya persoalan ini di komunitas menimbulkan hal baru dan bisa menghasilkan konsumsi yang baru pula di masyarakat Yogyakarta. Menampilkan jilbab *fashion* dengan nilai keindahan di setiap penggunaan jilbab dan pakaiannya ini juga yang membuat komunitas ini menjadi lirikan muslimah Yogyakarta untuk menjadi panutan. Dengan keadaan ini juga membangun kepercayaan diri setiap anggota komunitas Hijab Queens dan akan terus membuat varian jilbab *fashion* tetapi syar'i.

Gambar 3.9

Warna Hitam Polos Jilbab *Fashion* Tetapi Syar'i Komunitas Hijab Queens



Sumber: Dokumentasi Komunitas Hijab Queens

Fenomena jilbab *fashion* tetapi syar'i di komunitas Hijab Queens ini memang memiliki interaksi secara tidak langsung baik dari yang menggunakan ataupun yang melihat, sebab upaya untuk mengubah suasana hati seseorang ini bisa sampai dengan baik, dengan melihat apa yang digunakan komunitas yang melihat akan timbul keinginan untuk mencoba menggunakan dari apa yang mereka lihat. Sebab hubungan dari ekspresi jilbab *fashion* tetapi syar'i komunitas Hijab Queens dengan masyarakat Yogyakarta akan terus berlangsung ketika kegiatan komunitas menimbulkan hal-hal baru.

Gambar 3.10

Kegiatan Foto Shoot Anggota Komunitas Hijab Queens



Sumber: Instagram Komunitas Hijab Queens/hijabqueens.id

Mencakupi persoalan jilbab *fashion* tetapi syar'i di komunitas Hijab Queens, yang sebelumnya telah ditampilkan data kegiatan ataupun foto dari komunitas Hijab Queens yang menggunakan jilbab *fashion* dan gamis dengan varian tetapi tidak mellihatkan lekukan tubuh dan menutupi bagian tubuh sampai kemata kaki. Disni juga ada data kegiatan foto shoot yang dilakukan anggota komunitas Hijab Queens yang mempunyai kesan kebalikannya berupa penggunaan jilbab *fashion* yang disambangi dengan penggunaan baju dengan celana, memang tidak sepenuhnya memperlihatkan lekukan tubuh dan masih menutupi bagian aurat. Keadaan ini juga sedikit memberikan pertentangan antara peristiwa keharusan menjaga penampilan yang dianjurkan dalam agama Islam, sebab dari penampilan salah satu anggota di kegiatan foto shoot tersebut memberikan kesan kurang syar'i.

3. Jilbab Syar'i Relegiusitas Sebagai Gaya Hidup

Pencarian manusia akan pengenalan terhadap diri sendiri menghasilkan tingkah laku yang dapat mengekspresikan dirinya kepada orang lain. Banyak orang peduli terhadap *image* yang mereka tampilkan kepada orang lain dan cara yang dapat mereka lakukan adalah dengan menonjolkan apa yang mereka miliki dalam dirinya. Mereka membentuk apa yang kita pikirkan mengenai diri kita terhadap orang lain agar orang lain menilai kita seperti apa yang kita pikirkan.⁶⁹ Apa yang disampaikan oleh Mike tersebut memberikan gambaran bahwa muslimah yang menggunakan jilbab *fashion*

⁶⁹ Mike Featherstone, *Posmodernisme dan Budaya Konsumen*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), 55.

maupun jilbab syar'i mampu menampilkan sebuah pertunjukan busana supaya mengekspresikan dirinya kepada muslimah lainnya, dengan demikian telah mengkomunikasikan aspek gaya hidup dalam berjilbab di masyarakat.

Gaya hidup diyakini mampu memberikan suatu identitas diri tertentu, diri sebagai salah satu bentuk keberadaan manusia yang memerlukan berbagai atribut yang akan membuat diri menjadi dikenali oleh orang lain. Upaya ini terutama dilakukan melalui gaya hidup yang mampu memberikan suatu identitas bagi diri. Maka, pilihan seseorang terhadap produk budaya akan termanifestasi dalam gaya hidup. Konsep diri memiliki tiga komponen utama, yaitu komponen perseptual, komponen konseptual, dan komponen sikap.⁷⁰

David Chaney menjelaskan gaya hidup, adalah ciri-ciri sebuah dunia modern, atau modernitas, yang artinya siapa pun yang hidup dalam masyarakat modern, tak terkecuali akan menggunakan gagasan tentang gaya hidup untuk menggambarkan tindakan sendiri maupun orang lain. Di mana gaya hidup masyarakat modern semakin memperkelas adanya makna simbolik yang terkandung dalam berbagai gaya yang ada. Dunia benda mengusung simbol-simbol untuk mengkomunikasikan gaya hidup tertentu.⁷¹ Simbol-simbol inilah yang saat ini terlihat dari seorang diri perempuan yang memakai jilbab *fashion* ataupun jilbab syar'i, dalam

⁷⁰ Sutisna, *Perilaku konsumen dan komunikasi pemasaran*, (Bandung: remaja rosdakarya, 2002), 145.

⁷¹ David Chaney, *Life style sebuah pengantar komprehensif* (Yogyakarta : Jalasutra, 1996),40.

dunia muslim berkenaan busana yang dikenakan mampu menafsirkan banyak makna seperti identitas, selera, pendapatan, dan religiusitas pemakainya. Hal tersebut dikarenakan ada pergeseran selera gaya busana yang mencerminkan pribadi seseorang.⁷²

Jilbab *fashion* ataupun jilbab syar'i sekarang ini menjadi bagian dari gaya hidup yang bisa menandakan modernitas. Tampaknya masyarakat telah diubah menjadi masyarakat yang konsumer, di mana gaya hidup modern adalah segala-galanya. Tidak peduli apakah itu bagian dari keutamaan untuk mentaati aturan agama atau hanya menjadi kamufase ketaatan semata. Gaya hidup telah menyembunyikan apa yang sesungguhnya menjadi akumulasi modal. Gaya hidup ini menjelma tidak hanya menjadi sebuah kebutuhan (*needs*) tetapi keinginan atau hasrat (*desire*). Dan inilah yang kemudian menandakan keberhasilan kapitalisme mempengaruhi konsumen untuk menggunakan produk-produk massal demi keuntungan produsen semata.⁷³

Dari penjelasan tentang jilbab sebagai religiusitas dan gaya hidup tersebut memberikan gambaran penting bahwa sekarang ini terjadi juga sebuah fase di mana sebuah ketentuan agama dapat disandingkan dengan perkembangan gaya hidup manusia. Karena itu untuk pembahasan selanjutnya peneliti akan menjelaskan lebih lanjut mengenai jilbab syar'i dengan beberapa anjuran berjilbab dalam agama Islam sebab dengan keadaan ini apakah penggunaan jilbab syar'i juga sudah termasuk ranah

⁷² *Ibid.*, 92

⁷³ Alfathri Adlin, *Resistensi Gaya Hidup, Teori dan Realitas*, (Yogyakarta, Jalasutra, 1996),105.

ruang lingkup gaya hidup yang berlebihan atau masih dalam keadaan pemahaman yang masih murni tanpa terkontaminasi oleh keinginan atau hasrat dalam menggunakan jilbab syar'i tersebut. Dalam konteks lain peneliti melihat bagaimana jilbab syar'i yang digunakan oleh anggota komunitas Hijab Queens sebenarnya tidak bisa lepas dari pakaian ataupun busananya, sehingga keterhubungan antara jilbab dan pakaian ini sangat terhubung dalam mewujudkan jilbab syar'i.

Dengan demikian ada beberapa poin anjuran dalam agama Islam dalam berjilbab syar'i yang perlu diperhatikan oleh muslimah terkhususnya komunitas Hijab Queens:

a. Menutup Seluruh Tubuh Selain Anggota Tubuh Yang Dikecualikan

Sangat jelas bahwa seorang perempuan perlu menjaga auratnya terlebih lagi ketika seorang perempuan tersebut keluar rumah, maka wajiblah bagi dirinya untuk menutup seluruh anggota tubuhnya terkecuali wajah dan kedua telapak tanganya.⁷⁴ Bagian ini sangat menjelaskan bahwa jilbab dan pakaian yang syar'i yang digunakan seorang perempuan sangat perlu diperhatikan terlebih lagi persoalan aurat. Apabila perempuan tidak berjilbab atau memperlihatkan aurat yang dikecualikan akan terjadi interaksi tidak langsung, terkhususnya yang melihat yakni seorang lelaki bukan muhrim akan terjadi reaksi pemikiran yang negatif.

⁷⁴ Muhammad Nasiruddin, *Jilbab Wanita Muslimah Tuntunan Berpakaian yang Syar'i Bagi Muslimah*, (Pekalongan: Pustakah Sumayyah, 2009), 39.

Untuk anjuran pertama ini juga ada firman Allah SWT dalam surat (QS. An-Nur, 31)⁷⁵ sebagai berikut:

وَقُلْ لِلْمُؤْمِنَاتِ يَعْضُضْنَ مِنْ أَبْصُرِهِنَّ وَيَحْفَظْنَ فُرُوجَهُنَّ وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا مَا ظَهَرَ مِنْهَا
وَلْيَضْرِبْنَ بِخُمُرِهِنَّ عَلَىٰ جُيُوبِهِنَّ وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا لِبُعُولَتِهِنَّ أَوْ آبَائِهِنَّ أَوْ آبَاءِ بُعُولَتِهِنَّ أَوْ
أَبْنَائِهِنَّ أَوْ أَبْنَاءِ بُعُولَتِهِنَّ أَوْ إِخْوَانِهِنَّ أَوْ بَنَاتِ إِخْوَانِهِنَّ أَوْ مَا مَلَكَتْ
أَيْمَانُهُنَّ أَوِ التَّابِعِينَ غَيْرِ أُولِي الْإِرْتِبَاءِ مِنَ الرِّجَالِ أَوْ الْطِفْلِ الَّذِينَ لَمْ يَظْهَرُوا عَلَىٰ عَوْرَاتِ النِّسَاءِ
وَلَا يَضْرِبْنَ بِأَرْجُلِهِنَّ لِيُعْلَمَ مَا يُخْفِينَ وَتَوْبُوا إِلَى اللَّهِ جَمِيعًا إِنَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ

Artinya: "Katakanlah kepada wanita yang beriman, hendaklah mereka menahan pandangannya dan kemaluannya, dan janganlah mereka menampakkan perhiasannya kecuali yang (biasa) nampak darinya. Dan hendaklah mereka menutupkan kain kerudung ke dadanya. Dan janganlah menampakkan perhiasannya kecuali kepada suami mereka, atau ayah mereka, atau ayah suami mereka, atau putra-putra mereka, atau putra-putra suami mereka, atau saudara-saudara laki-laki mereka, atau putra saudara laki-laki mereka, atau putra-putra saudara perempuan mereka, atau wanita-wanita Islam, atau budak-budak yang mereka miliki, atau pelayan laki-laki yang tidak punya keinginan (terhadap wanita) atau anak-anak yang belum mengerti tentang aurat wanita. Dan janganlah mereka memukulkan kakinya agar diketahui perhiasan yang mereka sembunyikan. Dan bertaubatlah kamu sekalian kepada Allah, hai orang-orang beriman supaya kamu beruntung".

Dari ayat tersebut jelas bahwa seorang perempuan diwajibkan menutupi seluruh perhiasan, dengan tidak menampakkan sesuatu dihadapan pria asing atau bukan mahramnya. Dan juga menutupi kain kerudung ke dadanya. Dengan keadaan tersebut memberikan kebaikan untuk diri mereka sendiri. Apabila dipahami lebih lanjut dari ayat ini sebenarnya ini lebih kuat dilihat dari segi kehati-hatian dan untuk menjaga diri seorang perempuan dari kejahatan.

⁷⁵ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, cet. Ke-23 (Jakarta: Darus Sunnah, 2018), 353.

Keharusan bagi anggota komunitas Hijab Queens dalam menjaga dan menutup seluruh tubuh, hal ini juga dianjurkan bagi semua anggota baik dalam berkegiatan komunitas maupun di luar komunitas. Untuk pemahaman anggota kapan saja tidak boleh menggunakan jilbab ini juga sesekali kami bahas didiskusikan komunitas, penekanan ini tujuan sebenarnya tidak lain untuk kebaikan pribadi setiap anggota masing-masing, dan juga kebaikan nama dari komunitas Hijab Queens. Sebab sangat tidak etis apabila salah satu anggota komunitas Hijab Queens berkegiatan di luar rumah tetapi ada salah satu bagian anggota tubuh yang dikecualikan tetapi terlihat apalagi di tempat umum, sedangkan dalam agama dianjurkan untuk menjaga dan menutup anggota yang dikecualikan tersebut.⁷⁶

Setiap anggota komunitas Hijab Queens seharusnya dapat menutupi dan menjaga aurat mereka baik dalam berkegiatan komunitas maupun berkegiatan di luar. Dengan demikian salah satu anjuran jilbab yakni menutup seluruh aurat selain yang dikecualikan, sebenarnya dalam komunitas Hijab Queens ini sendiri telah menganjurkan dan ditekankan bagi setiap anggotanya. Dari anjuran serta penekanan ini memiliki bagian atau sisi lain dari anggotanya, apakah anggota komunitas menerapkan atau hanya mendengar kebijakan tanpa merealisasikannya, sehingga bisa terjadi adanya ketimpangan di komunitas Hijab Queens dalam memahami jilbab syar'i apabila anggotanya tidak menerapkan dalam kesehariannya.

Saya dalam memaknai jilbab syar'i belum begitu paham, memang untuk penggunaan jilbab syar'i ada didiskusikan di komunitas dan ada juga beberapa tulisan tentang jilbab syar'i yang bisa dijadikan pedoman. Sebenarnya tidak paham saya di sini karena saya masih jarang menerapkannya dalam keseharian saya, saya juga tidak bisa mengatakan bahwa saya menggunakan jilbab syar'i sebagaimana dalam agama Islam. Karena terkadang saya pergi menggunakan jilbab ke tempat umum dengan berpakaian baju kaos tangan panjang dan menggunakan celana *jeans*, walaupun seperti ini yang jelasnya saya

⁷⁶ Imel Putri, Wawancara Divisi Syar'i Komunitas Hijab Queens, 09 Januari 2020.

tidak berpakaian yang memperlihatkan bagian tubuh yang dikecualikan dan menggunakan pakaian yang masih longgar.⁷⁷

Sehingga keadaan seperti ini membuat pemahaman jilbab syar'i di anggota komunitas Hijab Queens masih belum sepenuhnya dikatakan diterima dan direalisasikan oleh anggotanya. Sebab dari materi yang disampaikan, seharusnya dari sekian banyak anggota komunitas Hijab Queens akan mencoba menerapkan dalam keseharian mereka bahkan akan mencontohkan jilbab syar'i itu sendiri terhadap orang di sekitarnya. Namun, ada juga beberapa anggota komunitas Hijab Queens bahwa mereka mendapatkan materi mengenai keutamaan jilbab dan tidak lupa materi jilbab *fashion* dan jilbab syar'i. Tetapi dalam keseharian mereka penggunaan jilbab tidak terlalu direalisasikan termasuk penggunaan jilbab syar'i yakni berupa jilbab yang sesuai anjuran dalam agama Islam. Di sini ada juga anggota komunitas Hijab Queens yang menerapkan dan memiliki pandangan lain dalam merealisasikan jilbab syar'i.

Bagi saya pribadi dalam menjaga aurat merupakan sebuah keutamaan yang harus dilakukan oleh seorang perempuan. Memang dari komunitas Hijab Queens ada kajian mengenai jilbab dan ini menurut saya hanya mengkaji secara umum, namun untuk memahami secara khusus ini kembali ke pribadi masing-masing untuk dapat belajar dan mencari ilmu sebanyak mungkin mengenai keutamaan berjilbab dan menjaga aurat. Biasanya saya juga membagikan beberapa tulisan tentang jilbab yang bagus ke group WhatsApp komunitas agar dibaca oleh teman-teman, yang jelasnya supaya kami dapat memahaminya agar menambahkan wawasan lebih terkait jilbab, apalagi komunitas kami sebuah komunitas Hijabers maka perlu lebih tau dari pada orang awam. Untuk di keseharian saya dalam menggunakan jilbab apalagi di tempat umum saya mencoba menjaga penampilan dengan

⁷⁷ Amalia, Wawancara Anggota Komunitas Hijab Queens, 22 Desember 2019.

menggunakan jilbab yang menutupi dada dan menggunakan gamis yang panjangnya sampai kebawah dan di dalamnya saya juga masih menggunakan celana lejing dan keadaan berpakaian seperti ini saya usahakan setiap keluar rumah terkhususnya di tempat umum. Barulah untuk di dalam rumah baru saya menggunakan jilbab dan berpakaian yang lebih sederhana.⁷⁸

Kebijakan di komunitas Hijab Queens sebenarnya telah menjadi interpretasi yang berbeda oleh anggotanya. Keadaan inilah yang memberikan ketimpangan dalam menerapkan apa yang menjadi sebuah visi-misi komunitas oleh anggotanya. Terlebih lagi pemahaman materi bagi anggotanya mengenai jilbab syar'i ini masih kurang. Sebab dari data yang dielaskan oleh beberapa anggota mereka menggunakan jilbab syar'i hanya digunakan dalam konteks kegiatan resmi di komunitas Hijab Queens.

b. Tidak Berfungsi Sebagai Perhiasan

Untuk yang kedua ini dikenal juga dengan istilah “*At-Tabarruj*” yakni perempuan yang memamerkan perhiasan dan kemolekan tubuhnya, serta segala sesuatu yang wajib untuk ditutup dari apa yang bisa mendorong syahwat seorang pria.⁷⁹ Tujuan lain dari perintah menggunakan jilbab adalah untuk menutupi perhiasan yang dikenakan seorang perempuan. Karena ini juga mencakupi pula baju zhahir (luar), yang apabila terhias dengan sesuatu, bisa menyebabkan kaum lelaki melirikkan pandangan matanya. Sehingga sangat perlu bagi seorang perempuan menjaga penampilan mulai dari jilbab dan pakaian yang digunakan sampai dengan

⁷⁸ Latifah, Wawancara Anggota Komunitas Hijab Queens, 22 Desember 2019.

⁷⁹ Muhammad Nasiruddin, *Jilbab Wanita Muslimah Tuntunan Berpakaian yang Syar'i Bagi Muslimah*, 131.

perhiasannya. Keadaan seperti ini juga memberikan gambaran bahwa perhiasan yang digunakan berupa aksesoris jilbab yang bisa terlihat sangat mencolok.

Keterangan diatas juga di kuatkan oleh firman Allah SWT dalam surat (QS. Al-Ahzab: 33)⁸⁰ sebagai berikut:

وَقَرْنَ فِي بُيُوتِكُنَّ وَلَا تَبَرَّجْنَ تَبَرُّجَ الْجَاهِلِيَّةِ الْأُولَىٰ وَأَقِمْنَ الصَّلَاةَ وَآتِينَ الزَّكَاةَ وَأَطِعْنَ اللَّهَ
وَرَسُولَهُ إِنَّمَا يُرِيدُ اللَّهُ لِيُذْهِبَ عَنْكُمُ الرِّجْسَ أَهْلَ الْبَيْتِ وَيُطَهِّرَكُمْ تَطْهِيرًا

Artinya: “Dan hendaklah kamu tetap dirumahmu dan janganlah kamu berhias dan bertingkah laku seperti orang-orang jahiliyah yang dahulu.”

Persoalan tidak berfungsi sebagai perhiasan apabila dari data yang peneliti dapat beserta dengan kondisi yang ada pada komunitas Hijab Queens ini ada yang sesuai dan ada juga beberapa kondisi yang sedikit bertentangan. Kondisi yang bertentangan ini merupakan bagian dari anjuran yang pertama sebelumnya, sebab masih ada anggota yang menggunakan pakaian yang tanpa disadari saat menggunakan baju kaos tangan panjang dengan celana jeans merupakan keadaan “*At-Tabarruj*” di mana perempuan yang memamerkan perhiasan dan kemolekan tubuhnya karena ini memiliki keterhubungan satu sama lain.

Untuk anjuran tidak berfungsi sebagai perhiasan sebenarnya banyak sekali pendapat mengenai ini, salah satunya di dalam kitab Al-Kaba'ir dimana Al-Imam Adz-Dzahabi menyatakan, “Dan di antara perbuatan-perbuatan yang seorang wanita dilaknat atasnya adalah, menampakkan perhiasan emas dan mutiara yang menempel di bawah jilbab, memakai

⁸⁰ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, cet. Ke-23 (Jakarta: Darus Sunnah, 2018), 422.

parfum, dan segala yang berbau harum jika keluar rumah, mengenakan berbagai kain celup (berwarna), kain sutera, atau memakai pakaian ketat namun panjang bajunya dengan lengan yang lebar lagi memanjang”.⁸¹ Dari pendapat ini juga banyak hal yang bertentangan oleh perempuan muslim saat ini, sebab diantara perbuatan-perbuatan di atas terlepas mereka sadar atau tidak mereka sadari banyak muslimah yang telah menggunakannya.

Apabila melihat apa yang terjadi di komunitas Hijab Queens ketika mereka menjadi bagian anggota komunitas, dari persoalan di atas apakah mereka dapat memahami dan materi tersebut dari kegiatan diskusi, atau dari komunitas yang masih kurang dalam memberikan kebutuhan bagi anggota dalam memahami jilbab syar’i. Hal terpenting yang perlu diperhatikan anggota ataupun pengurus komunitas Hijab Queens ketika kebutuhan materi tentang jilbab syar’i telah terpenuhi, keharusan dalam mempraktekkan dalam kehidupan sehari-hari seharusnya juga bisa terpenuhi. Tetapi, apabila masih belum bisa mempraktekkan seharusnya mencoba agar tidak melakukan seperti perbuatan-perbuatan yang tidak baik baginya seperti menampakkan emas dan mutiara yang menempel di bawah jilbab atau memakai pakaian ketat, walaupun hasilnya belum maksimal.

Mengenai kegiatan komunitas mulai dari diskusi atau kajian keperempuanan untuk tidak menggunakan perhiasan memang belum ada dibahas secara mendalam, tapi saya pribadi jarang sekali menggunakan perhiasan ketika memakai jilbab. Untuk keadaan seperti ini juga di komunitas Hijab Queens setiap anggota jarang sekali saya

⁸¹ Muhammad Nasiruddin, *Jilbab Wanita Muslimah Tuntunan Berpakaian yang Syar’i Bagi Muslimah*, 131.

melihat yang menggunakan perhiasan walaupun dalam berkegiatan komunitas ataupun saat bertemu sehari-hari.⁸²

Perhiasan untuk jilbab bukanlah salah satu keutamaan bagi komunitas Hijab Queens untuk menggunakannya. Keadaan seperti ini juga terlihat kesadaran masing-masing pribadi anggota masih cukup tinggi untuk tidak berlebihan dalam menggunakan perhiasan. Menggunakan perhiasan atau memperlihatkan perhiasannya ke umum atau bukan muhrimnya memang tidak sepatutnya hal ini terjadi karena juga bagian dari “*At-Tabarruj*” yang mana sebaiknya setiap anggota komunitas ataupun muslimah pada umumnya menghindari sifat ini. Dalam anjuran ini apabila dilihat dari sisi gaya hidup memang sebuah perhiasan mengusung simbol-simbol untuk mengkomunikasikan gaya hidup yang lebih mewah. Sehingga keadaan ini juga komunitas Hijab Queens dalam memahami jilbab syar’i semakin memperkelas apa yang terkandung dari sebuah perhiasan.

Persoalan perhiasaan yang digunakan hal terpenting juga adalah jilbab itu sendiri bisa menjadi sebagai perhiasan atau sebagai keutamaan dalam menutup aurat. Karena pembahasan utama bagian dari jilbab sesuai anjuran dalam agama Islam bahwa jilbab sebenarnya bukan untuk sebagai perhiasan. Sehingga keadaan seperti inilah ada sebagian ulama yang menyampaikan bahwa komunitas hijabers terkenal dengan jilbab *fashion* yang mereka sering gunakan bertentangan dengan salah satu bagian jilbab yang sesuai anjuran yakni bukan sebagai perhiasan.

⁸² Imel Putri, Wawancara Divisi Syar’i Komunitas Hijab Queens, 09 Januari 2020.

Saya menggunakan perhiasan seperti anting, kalung, dan cincin, untuk mempercantik penggunaan jilbab saya juga terkadang menggunakan bros jilbab. Untuk perhiasan yang saya gunakan ini saya usahakan penggunaan perhiasan yang seminimal mungkin agar tidak terlalu berlebih-lebihan. Seperti perhiasan anting yang dikeluarkan dari dalam jilbab tren seperti lagi banyak dan kalung, ini semua tidak pernah saya keluarkan dari dalam jilbab karena memang perhiasan saya yang gunakan ini tidak berukuran besar. Aksesoris jilbab banyak bentuk dan gayanya kalau saya pribadi tidak pernah menggunakan seperti headband, aldo atau berbagai macam jenis aksesoris jilbab lainnya yang sering digunakan muslimah ketika berjilbab untuk kelihatan lebih menarik.⁸³

Hadirnya inovasi-inovasi dalam mempercantik jilbab dengan menambahkan aksesoris di jilbab ini sebenarnya juga bagian dari *fashion*, tetapi yang menjadi persoalannya dengan variasi aksesoris ini juga akan menjadikan sebuah permasalahan baru. Karena dilihat dari variasi aksesoris jilbab memang ada yang berbentuk kecil yang standar dan ada juga berbentuk besar, ketika jilbab disandingkan dengan aksesoris tetapi aksesoris berbentuk besar dan berlebihan akan membuat hilangnya citra jilbab syar'i. Dari ketentuan jilbab yang tidak sebagai perhiasan maka aksesoris memang bagian dari perhiasan, namun yang menjadi pandangan bagi peneliti ketika aksesoris yang digunakan hanya minimalis berukuran kecil yang standar masih bisa dimaklumi dan juga perlu digaris bawahi dengan tujuan tidak untuk riya ataupun bisa mengundang kejahatan.

Berbagai macam jenis aksesoris untuk mempercantik jilbab ini banyak digunakan oleh anggota komunitas hijabers, bagi anggota komunitas hijabers berbagai macam aksesoris ini bisa dikatakan sudah tidak asing lagi. Seperti bros, *head i ece*, aldo, baret prancis, topi fedora, pompom, anting

⁸³ Imel Putri, Wawancara Divisi Syar'i Komunitas Hijab Queens, 09 Januari 2020.

panjang, bando, peniti bermanik-manik, *headband*, dan kalung panjang.⁸⁴ Dari berbagai macam aksesoris tersebut memberikan kesan dalam penggunaan jilbab tidak hanya dengan bentukan dari jilbab itu sendiri karena memang sudah unsur makna yang terkandung, melainkan dengan adanya aksesoris ini membuat jilbab bisa dimaksimalkan sedemikian rupa dengan berbagai macam alat pendukung.

Aksesoris jilbab biasanya kalau digunakan ketika kegiatan *fashion show* dan *beuty class*, penggunaan aksesoris hanya yang berbentuk biasa tujuannya juga agar melengkapi pada bagian jilbab. Seperti peniti yang ada modelnya ini melengkapi bentuk jilbab yang sedikit rumit sehingga berguna memperlihatkan kerapian pada jilbab tetapi tetap ada nilainya keindahannya. Kalau di dalam komunitas aksesoris bukan hal wajib bagi anggota untuk digunakan, tetapi kalau ada anggota yang memang mau menggunakan tidak jadi masalah. Kalau saya pribadi jarang sekali menggunakan aksesoris, untuk hal yang kecil seperti peniti dan jarum pentul ini pun saya gunakan ukuran kecil supaya menahan jilbab agar tidak terbuka, namun peniti dan jarum pentul sebenarnya tidak terlihat sebagai aksesoris.⁸⁵

Penggunaan aksesoris pada jilbab dapat memberikan nilai *fashion* tetapi dapat mengurangi nilai syar'i pada jilbab itu sendiri. Dari data yang dijelaskan oleh pengurus memang ada penggunaan aksesoris pada jilbab namun ini hanya sebatas kebutuhan karena aksesoris yang digunakan juga supaya pelengkap jilbab agar tidak berantakan supaya terlihat lebih rapi bukan untuk perhiasan. Keadaan ini juga memberikan gambaran di komunitas Hijab Queens mengenai tidak berfungsi sebagai perhiasan sudah menjadi pemahaman bagi anggotanya dan telah merealisasikannya dari ketentuan yang kedua ini.

⁸⁴ Blog Saya, *Hijabers Community*, di akses 19 Desember 2019.

⁸⁵ Imel Putri, Wawancara Divisi Syar'i Komunitas Hijab Queens, 09 Januari 2020.

c. Harus Tebal Dan Longgar Supaya Tidak Menggambarkan Bentuk Tubuh

Menutup bagian tubuh tidak akan terealisasi, maka jilbab dan pakaian yang dipakai haruslah tebal. Sementara kalau jilbab dan pakaian yang dipakai itu tipis maka hal itu akan menambah fitnah, dan sudah barang tertentu akan tampaklah perhiasannya. Dalam menjaga penampilan memang banyak beberapa persoalan yang perlu diperhatikan tidak lepas bagian dari bahan kain jilbab dan pakaian.

Tujuan seorang muslimah menggunakan pakaian dan jilbab untuk menghilangkan fitnah, maka maksud tersebut tidak akan tercapai melainkan dengan memakai pakaian dan jilbab yang longgar lagi luas. Adapun jika pakaian dan jilbab tersebut sempit (ketat), maka sekalipun bisa menutupi warna kulit, namun masih dapat menggambarkan bentuk tubuhnya atau sebagian dari tubuhnya, hingga terbayangkan pada pandangan mata kaum lelaki, sehingga dalam kondisi demikian, timbullah berbagai kerusakan dan sesuatu yang tidak diinginkan. Maka oleh karena itu, seharusnya pakaian dan jilbab yang dikenakan oleh seorang perempuan adalah yang longgar.

Mencakupi setiap kegiatan komunitas Hijab Queens keadaan seperti inilah yang harus direalisasikan bagi setiap anggotanya, dapat memahami setiap unsur dalam berpakaian termasuk memahami kebaikan unsur kehidupan. Terlebih lagi di zaman sekarang ini untuk menerapkan dalam kehidupan sehari-hari untuk berpakaian dan berjilbab yang tebal dan

longgar supaya tidak menggambarkan bentuk tubuh, ini juga di mulai dari bahan pakaian atau jilbab itu sendiri. Bahan yang dimaksudkan di sini adalah bahan kainnya karena kalau bahan kainnya tipis akan menghilangkan unsur dari tebal dan longgar sehingga otomatis akan terlihatnya bentuk tubuh.

Di komunitas Hijab Queens berdasarkan pengalaman dari sebelum-sebelumnya dalam berkegiatan dibagi menjadi dua; kegiatan resmi dan kegiatan tidak resmi. Untuk kegiatan resmi ini kami dari komunitas Hijab Queens membuat kegiatan yang mengajak orang luar atau komunitas lain untuk hadir atau mengikuti kegiatan kami, dalam kegiatan resmi ini kami dari komunitas Hijab Queens memang sangat memperhatikan apa yang kami gunakan baik pakaian dan jilbab ini dari model yang terbaru dan tidak lupa juga dalam menjaga penampilan sebaik mungkin, terlihat enak dipandang, dan masih sesuai anjuran dalam agama Islam. Untuk kegiatan tidak resmi ini memang kegiatan yang hanya bagi kami anggota komunitas tanpa ada dihadiri orang luar atau komunitas lain, biasanya memang kegiatan untuk diskusi sesama anggota ataupun untuk menyusun agenda untuk kegiatan resmi, penggunaan pakaian yang digunakan memang tidak terlalu memperhatikan seperti kegiatan resmi, dimana pakaian dan berjilbab yang seadanya dan masih sesuai dengan anjuran dari agama Islam.⁸⁶

Komunitas Hijab Queens yang melaksanakan kegiatan mereka dengan menggunakan berbagai macam bentuk jilbab *fashion* sebenarnya sudah menjalani persoalan ini. Namun kesadaran yang sesuai dengan anjuran dalam agama Islam agar selalu menjaga aurat dengan berpakaian dan berjilbab yang menutupi tubuh dan tidak terlihatnya lekukan pada tubuh sudah mereka maksimalkan atau masih tanpa mereka sadari masih menggunakan yang bertentangan dari anjuran agama Islam. Dari keadaan

⁸⁶ Arintiya Nadia, Wawancara Ketua Komunitas Hijab Queens, 16 November 2019.

ini semua bisa memperlihatkan bagaimana pemahaman dari anggota komunitas Hijab Queens dalam memaknai jilbab syar'i.

Di komunitas Hijab Queens memiliki cara pembagian tersendiri bagi anggota dalam menggunakan pakaian dan jilbab, karena memang dilihat dari aktivitas mereka ketika menggunakan jilbab *fashion* atau jilbab syar'i ini memiliki kerumitan dalam berkegiatan. Sehingga sangat jelas ketika perempuan menggunakan pakaian dan jilbab yang lebih sederhana akan merasa lebih leluasa dalam berkegiatan. Perbandingan sederhana yang dengan mudah dapat terlihat antara jilbab *fashion*, jilbab syar'i dengan jilbab yang lebih minimalis yakni dari bentuk atau *style*-nya.

Dalam memilih bahan untuk pakaian dan jilbab saya sangat memperhatikan di mulai dari segi kenyamanan untuk dipakai, memang tidak mencari yang pas-pasan untuk ukuran tubuh saya, dan juga tidak terlalu kebesaran. Selanjutnya bahan yang lembut dan membuat yang menggunakannya terasa adem karena memang saat menggunakan pakaian dan jilbab yang menutupi aurat akan cepat terasa panas. Yang terakhir saya mencari bahan yang sedang-sedang tidak tipis dan tidak terlalu tebal terpenting tidak terlihat tembus pandang.⁸⁷

Jilbab *fashion* bahannya sama seperti jilbab pada umumnya namun memiliki perbedaan dari bentuk jilbab yang diupdate dengan berbagai macam inovasi yang diciptakan oleh komunitas hijabers, atau jilbab yang memang sudah di desain oleh desainer sehingga sudah dipasarkan dalam bentuk jilbab *fashion* yang sudah jadi dan pakaian yang digunakan juga inovasikan sedemikian rupa juga seperti jilbab *fashion*. Sedangkan jilbab syar'i ini kebanyakan memang sudah dipasarkan dalam bentuk sudah jadi dan diselaraskan dengan pakaian gamis. Perbedaan ini memang yang

⁸⁷ Amalia, Wawancara Anggota Komunitas Hijab Queens, 22 Desember 2019.

sering terjadi di tengah-tengah masyarakat sehingga bisa terlihat dengan mudah di permukaan antara jilbab *fashion* dengan jilbab syar'i.

Memilih bahan jilbab setiap perempuan mempunyai ciri-ciri atau standar masing-masing termasuk di komunitas Hijab Queens, dalam menentukan ini semua memang diperlukan berlandaskan anjuran berjilbab atau berpakaian dalam agama Islam. Apabila membeli tidak melihat dari faktor ke syar'iannya akan menimbulkan keburukan bagi penggunanya, karena memang seorang perempuan wajib untuk menutupi tubuhnya dengan jilbab atau pakaian yang tidak terlihat bentuk tubuhnya. Keadaan seperti ini berlaku juga untuk jilbab *fashion* walaupun mempunyai inovasi agar menciptakan jilbab model baru tetapi juga memperhatikan faktor syar'iannya.

Ketika jilbab *fashion* ataupun jilbab syar'i tidak menggambarkan bentuk tubuh dari perempuan tersebut, maka ini akan menjadi kebaikan dan menjauhkan mereka dari fitnah. Sejauh ini juga di komunitas Hijab Queens masih condong dengan keharusan berjilbab sesuai dengan anjuran agama Islam, namun ada anggota yang masih menganggap dirinya awam dan akan lebih memperbaiki diri dalam berpakaian dan berjilbab syar'i. Kebutuhan bagi setiap anggota komunitas Hijab Queen dalam memahami pakaian dan jilbab sesuai dengan anjuran agama Islam ini perlu mengetahui tujuan dan manfaat bagi mereka sendiri, sehingga akan timbul rasa untuk bisa merealisasikannya di kehidupan sehari-hari dan menjadi

contoh bagi perempuan lainnya ini merupakan puncak dari hakikat berjilbab syar'i.

Untuk mengatasi penggunaan pakaian dan jilbab syar'i agar tidak memperlihatkan lekukan tubuh ini memang kami usahakan sebaik mungkin, cara pertama dengan menggunakan bahan pakaian atau jilbab yang tidak berbahan mengaret karena bahan yang seperti ini akan mengikuti sesuai bentuk tubuh sehingga dapat dengan mudah memperlihatkan lekukan tubuh. Yang kedua setiap penggunaan pakaian dan jilbab syar'i di dalamnya kami menggunakan lagi pakaian agar tidak langsung memperlihatkan bagian tubuh karena pakaiannya sudah dua lapis, ini juga berlaku dengan penggunaan jilbab *fashion* pakaian dalamnya ini menyesuaikan dengan pakaian luar begitu juga dengan dalaman untuk jilbab.⁸⁸

Mencoba mencari solusi agar terlihat lebih baik dalam berpakaian dan berjilbab ini juga sudah dicoba oleh anggota komunitas Hijab Queens, memperlihatkan bagaimana mereka memilih cara berpenampilan tanpa memperlihatkan aurat tubuh, keadaan seperti ini juga seharusnya bisa dimaksimalkan untuk kebaikan setiap anggota komunitas. Dengan menambahkan wawasan bagi setiap anggota komunitas sehingga mereka bisa memecahkan persoalan mereka sendiri dengan mencari solusi untuk masalah tersebut.

Menjaga diri dalam berpenampilan ini agar tidak memperlihatkan aurat di dalam komunitas Hijab Queens memang disinggung dalam diskusi tinggal bagaimana anggota yang menjalankan atau tanpa mengaplikasikannya. Walaupun dalam diskusi tidak dibahas secara mendalam, anggota komunitas Hijab Queens untungnya tidak menampilkan berpakaian atau jilbab yang secara berlebihan karena banyak dari mereka lebih memilih berpenampilan yang lebih sederhana di luar kegiatan resmi.⁸⁹

⁸⁸ Imel Putri, Wawancara Divisi Syar'i Komunitas Hijab Queens, 09 Januari 2020.

⁸⁹ Imel Putri, Wawancara Divisi Syar'i Komunitas Hijab Queens, 09 Januari 2020.

Keinginan untuk berpenampilan yang sederhana ini juga bahasan yang memberikan bias makna, bahwa di dalam komunitas Hijab Queens yang pokok utama dalam kegiatannya mengenai jilbab *fashion* ini ada beberapa anggota tidak terlalu menampilkan keinginan untuk berjilbab yang secara berlebihan dalam keseharian mereka. Puncak dari jilbab *fashion* yang mereka realisasikan adalah ketika berkegiatan resmi bagian inilah yang menjadi konsumsi masyarakat banyak, terlebih lagi dari hasil dokumentasi yang ditampilkan di dalam media sosial komunitas atau media sosial pribadi mereka.

d. Tidak *Tasyabuh* dengan Pakaian Lelaki

Tujuan berpakaian diibaratkan sama seperti tujuan bertempat tinggal. Dalam persoalan ini perempuan diperintahkan supaya mengenakan sesuatu yang bisa menutupi diri mereka dan menggunakan jilbab. Sehingga, apabila terjadi perbedaan (untuk menentukan) jenis pakaian lelaki dan pakaian wanita, maka yang lebih dekat kepada tujuan menutupi diri dan berjilbab adalah untuk perempuan, sedangkan kebalikannya adalah untuk kaum lelaki. Sesungguhnya dasar tujuan persoalan ini adalah; *pertama*, membedakan antara kaum lelaki dengan perempuan, *kedua*, terhijabnya bagi perempuan.

Demikian pula tidak semata-mata bertujuan untuk menutupi anggota tubuh perempuan, tanpa memperhatikan perbedaan dengan kaum lelaki. Bahkan yang menjadi perbedaan antara lelaki dengan perempuan ini semua atas kehendak Allah, sehingga apabila kedua jenis manusia ini

sama-sama memiliki kesamaan dalam hal pakaian yang bisa menutupi diri mereka, tentulah adanya perbedaan yang cukup mendasar. Begitulah juga permasalahan yang terkait dengan pakaian kaum lelaki dan perempuan, tidaklah yang dimaksud dengan hal itu adalah semata-mata untuk membedakan, bahkan yang harus dipertimbangkan adalah dari segi jilbab yang menutupi anggota tubuh perempuan dan pakaian yang menutupi anggota tubuh lelaki.

Berkaitan juga dengan ayat Al-Qur'an yang peneliti terangkan dipembahasan sebelumnya di surat Al-Ahzab ayat 59, Allah telah menerangkan bahwa keberadaan bagi perempuan dan lelaki bisa dikenali dengan pakaian tersendiri merupakan suatu perkara yang dimaukan. Oleh karena itu, larangan yang disebutkan berupa *tasyabuh* (menyerupakan diri), Allah tidak menyukai perempuan yang menyerupai kaum lelaki dan kaum lelaki yang menyerupai kaum perempuan. Hal ini bukannya tidak berdasar apabila diperhatikan maka seorang perempuan menyerupakan dirinya seperti lelaki, akan berdampak kepada tabiat yang ada pada dirinya, sehingga terbentuklah pada dirinya sifat gagah dan jantan yang menyerupai kaum lelaki. Bahkan sampai-sampai sebagiannya mereka dengan berani menampakkan bagian tubuhnya layaknya kaum lelaki. Mereka pun menuntut kedudukan yang lebih tinggi di atas kaum lelaki. Mereka juga melakukan berbagai tindakan yang menyebabkan hilangnya rasa malu pada dirinya. Padahal malu merupakan satu sifat yang sesuai

tabiat bagi perempuan. Fenomena ini juga terkadang terjadi semata-mata karena perbuatan *tasyabuh* (menyerupakan diri).

Sangat jelas bahwasannya antara pakaian kaum lelaki dan perempuan harus berbeda, yang mencirikan antara keduanya, dan hendaknya pakaian wanita bisa menutupi dan menggunakan jilbab bagi dirinya. Sehingga pakaian yang bisa dipakai oleh kaum lelaki, maka dilarang dipakai oleh seorang wanita, meskipun dapat menutup auratnya. Memang dalam menutup aurat maka tentunya perempuan lebih ditekankan untuk memakai pakaian yang lebih menutupi auratnya. Sehingga apabila terhimpun pada sebuah pakaian sesuatu yang kurang menutupi dan terdapat unsur *tasyabuh* maka harus bisa diperbaiki sebaik mungkin.

Melihat dari faktor ini di dalam komunitas Hijab Queens cukup unggul untuk tidak menyerupai pakaian lelaki, karena memang dalam komunitas ini jelas pembahasannya mengenai keperempuanan dan kemuslimahan. Sehingga dari pokok utamanya sudah menjauhi dari persoalan ini, tinggal peran komunitas untuk mendalami di setiap permasalahan *tasyabuh* dengan pakaian lelaki agar apa yang menjadi peran komunitas bisa mencari solusi untuk mengatasinya, sebab ada sedikit saja yang masih menyerupai merupakan langkah untuk mendekati perbuatan tersebut. Namun, persoalan yang sedikit ini apabila tidak dicari penghalangnya atau solusi akan menimbulkan berbagai macam permasalahan baru.

Persoalan menyerupai lelaki apabila diamati secara mendalam, maka banyak hal bagaimana perempuan yang bisa menyerupai lelaki tetapi

peneliti akan membahas mengenai pakaiannya saja. Dengan keadaan ini juga akan memahami dan melihat secara mendalam apa saja yang melatarbelakangi persoalan ini bagi komunitas Hijab Queens. Perlu dilihat bagaimana pakaian yang menyerupai pakaian lelaki dengan memahami ini juga bagi anggota komunitas dapat memahami dan tidak terperangkap dengan kesamaan pakaian lelaki.

Melihat pakaian dan jilbab yang menjadi titik fokusnya dalam menyerupai pakaian lelaki adalah pakaian karena sangat jelas jilbab dengan berbagai macam model atau inovasi tidak akan sama dengan apa yang digunakan oleh lelaki. Namun, pakaian yang digunakan oleh perempuan akan besar kemungkinan bisa menyerupai apa yang digunakan oleh lelaki. Pakaian ini bisa sama dari baju ataupun celana yang digunakan. Keadaan seperti ini di dalam komunitas Hijab Queens apakah sudah menjadi persoalan lumrah atau hanya sebagian dari anggota dalam memahami persoalan *tasyabuh* dengan pakaian lelaki tersebut.

Untuk sampai sekarang ini memang belum ada dalam komunitas melakukan diskusi tentang materi pakaian yang menyerupai lelaki tetapi bisa jadi kedepannya permasalahan ini akan menjadi bahan diskusi komunitas untuk kami dapat mempelajarinya. Kalau di kegiatan komunitas saya sendiri tidak merasa pernah menggunakan pakaian yang menyerupai dengan pakaian lelaki, sebenarnya saya juga belum mengetahui bagaimana kriteria pakaian yang menyerupai pakaian lelaki secara kusus, kalau secara umum bisa sedikit saya pahami.⁹⁰

Menjadikan sebuah pemahaman yang mendasar mengenai tidak menyerupai dengan pakaian lelaki ini merupakan pekerjaan rumah bagi

⁹⁰ Imel Putri, Wawancara Divisi Syar'i Komunitas Hijab Queens, 09 Januari 2020.

komunitas Hijab Queens, dengan kurangnya pemahaman di komunitas menyebabkan ketimpangan informasi bagi anggotanya. Mencari sedemikian rupa permasalahan tentang pakaian dan jilbab kemudian mengkajinya secara mendalam ini akan memberikan keuntungan tersendiri bagi anggota karena bisa menjadikan mereka sebagai contoh di masyarakat, apabila ada muncul sebuah pertanyaan tentang ini mereka bisa mencoba menyelesaikannya dengan pemahaman yang mereka dapat dari komunitas. Sebab dengan adanya anggota yang hadir di tengah-tengah masyarakat dan paham tentang anjuran berpakaian yang tidak *tasyabuh* dengan pakaian lelaki memberikan nama baik bagi komunitas Hijab Queens.

Saya hanya memahami untuk tidak sama dengan pakaian lelaki di mulai dari keadaan pakaian itu sendiri, kalau pakaian lelaki lebih cenderung simple, perbedaan dengan pakaian perempuan juga yang lelaki tidak seluruh menutupi auratnya. Kalau hanya untuk dilihat dari keadaan ini tidak menyerupai pakaian lelaki, saya tidak pernah menggunakan pakaian seperti itu baik di kegiatan komunitas Hijab Queens ataupun berpakaian di keseharian saya.⁹¹

Berdasarkan penguraian tentang pakaian atau jilbab agar tidak *tasyabuh* dengan pakaian lelaki sebelumnya, di dalam komunitas Hijab Queens dapat dilihat dari keterangan pengurus memang belum ada pembahasan secara mendalam mengenai ini baik dalam diskusi ataupun kajian. Persoalan ini sebenarnya harus menjadi konsumsi pokok bagi komunitas, dalam memahami jilbab *fashion* maka berbagai macam tentang jilbab syar'i ini harus dipahami sebab ini semua menjadi pondasi bagi

⁹¹ Latifah, Wawancara Anggota Komunitas Hijab Queens, 22 Desember 2019.

anggota komunitas agar tidak jauh dari anjuran berpakaian dan berjilbab dalam agama Islam. Apabila dilihat dari aspek positifnya memang anggota komunitas kurang memahami tetapi mereka dapat tampil tanpa menyerupai pakaian lelaki dengan pemahaman yang seadanya.

e. Tidak *Tasyabuh* dengan Pakaian Perempuan Kafir

Persoalan ketentuan berupa tidak menyerupai pakaian perempuan kafir di komunitas Hijab Queens dalam memahami dan memaknai permasalahan ini seharusnya dapat memberikan gambaran yang bagus untuk menanggulangi dan mencari solusi tentang pakaian yang tidak *tasyabuh* dengan pakaian perempuan kafir. Melihat latar belakang kegiatan komunitas Hijabers di Indonesia ada yang memberikan asumsi bahwa ini semua sudah mendekati cara berpakaian perempuan kafir, sebab selalu mengikuti perkembangan zaman tanpa mengimbangi anjuran cara berpakaian dalam agama Islam. Asumsi-asumsi seperti ini memang akan terus muncul tinggal bagaimana komunitas hijabers Indonesia menanggapi, khususnya bagi komunitas Hijab Queens dalam menghadapi persoalan ini bagaimana mereka meyakinkan ke masyarakat apa yang menjadi kegiatan komunitas dalam jilbab *fashion* bahwa ini semua jauh dari menyerupai pakaian perempuan kafir tersebut.

Untuk kajian khusus atau diskusi tentang pakaian yang menyerupai pakaian perempuan kafir di dalam komunitas memang belum ada, untuk permasalahan ini tinggal bagaimana setiap anggota memahami dan menanggapi agar tidak sama kejadian seperti ini. Kalau saya melihat perbedaan antara pakaian perempuan muslimah dengan pakaian perempuan kafir memang terlihat sangat jelas perbedaannya. Bagaimana kami menggunakan pakaian dan jilbab yang cenderung tertutup dan masih enak dilihat memang masih jauh dari kata

sempurna, dibandingkan bagaimana dengan pakaian perempuan kafir yang lebih terbuka, tetapi saya yakin apa yang menjadi kegiatan kami ini semua masih jauh untuk mendekati pakaian perempuan kafir.⁹²

Masih kurangnya materi di komunitas Hijab Queens mengenai pakaian yang menyerupai pakaian perempuan kafir, ini juga melatar belakangi bahwa pakaian perempuan kafir juga mengiringi perkembangan *fashion* muslim di Indonesia. Mendalami persoalan ini sama seperti pembahasan-pembahasan sebelumnya akan menjadikan komunitas Hijab Queens kuat dalam menghadapinya, karena bermodalkan pemahaman pribadi tanpa mengkaji lebih lanjut akan menjadikan hambar dalam berilmu pengetahuan. Bagian-bagian pokok untuk berjilbab syar'i ini memang seharusnya menjadi makanan sehari-hari komunitas Hijab Queens sebab dengan bermodalkan pengetahuan ini ketika membuat inovasi baru dalam berjilbab yakni jilbab *fashion* tidak akan *tasyabuh* dengan hal-hal yang di larang dalam agama Islam.

Agar jauh dari menyerupai pakaian perempuan kafir sebenarnya saya sendiri tidak melakukan banyak hal, lebih jelasnya saya berpakaian dan berjilbab tanpa memperlihatkan aurat. Saya juga tidak menggunakan pakaian dan jilbab yang ketat, saya juga sering menggunakan kombinasi antara jilbab, baju, dan celana yang semuanya ini lebih longgar. Cara berpakaian juga yang menjadi referensi saya lebih banyak melihat ke orang timur.⁹³

Mengatasi permasalahan agar tidak menyerupai pakaian perempuan kafir ini memang perlu banyak-banyak mencari referensi tentang pakaian, dengan melihat bentuk-bentuk pakaian yang sering digunakan orang kafir juga salah satu cara agar dapat menjauhi permasalahan *tasyabuh* ini.

⁹² Imel Putri, Wawancara Divisi Syar'i Komunitas Hijab Queens, 09 Januari 2020.

⁹³ Uswatun Hasanah, Wawancara Anggota Komunitas Hijab Queens, 10 Januari 2020.

Awamnya pengetahuan tentang ini tidak menutup kemungkinan ada perempuan muslimah yang berpakaian dan berjilbab tetapi sama seperti pakaian perempuan kafir. Keadaan seperti ini memang perlu adanya yang bisa memberikan arahan atau contoh terhadap perempuan muslimah lainnya, dengan demikian komunitas hijabers terkhususnya komunitas Hijab Queens memang perlu menjadi garda terdepan untuk menyediakan kegiatan untuk masyarakat umum dan juga menjadi contoh nyata bagi mereka.

Kalau di komunitas belum ada teman-teman atau pengurus membuat kajian tentang pakaian yang menyerupai pakaian perempuan kafir, saya sendiri juga belum membaca atau mencari bacaan tentang ini. Saya juga berharap kalau pengurus membuat kajian tentang ini agar saya bisa mendalami supaya secara isi materi saya paham yang membedakan antara pakaian muslimah dengan pakaian perempuan kafir.⁹⁴

Apabila dari komunitas telah menyediakan lebih banyak materi tentang jilbab syar'i melalui kajian atau diskusi, ini juga menjadi langkah awal bagi setiap anggota agar dapat memahami semua persoalan yang sering terjadi di tengah-tengah masyarakat. Keadaan yang mengharuskan komunitas Hijab Queens dan anggotanya dapat banyak memahami materi tentang jilbab, karena masyarakat hanya mengetahui ketika anggota sebuah komunitas hijabers pasti di dalamnya banyak orang yang lebih paham mengenai jilbab. Sedangkan dari keterangan anggota komunitas Hijab Queens banyak juga anggota yang masih awam dan ingin belajar lebih banyak tentang jilbab.

⁹⁴ Amalia, Wawancara Anggota Komunitas Hijab Queens, 22 Desember 2019.

D. Komunikasi Dakwah Komunitas Hijab Queens

Istilah Komunikasi atau dalam bahasa Inggris *Communication* berasal dari bahasa Latin *Communicatio*, bersumber dari *communis* yang berarti sama. Sama di sini adalah dalam pengertian “sama makna”. komunikasi minimal harus mengandung “kesamaan makna” antara kedua belah pihak yang terlibat. Dikatakan minimal karena kegiatan komunikasi itu tidak bersifat informatif saja namun juga bersifat persuasif, yaitu agar orang bersedia menerima suatu paham atau keyakinan, melakukan suatu kegiatan dan lain-lain. Komunikasi juga secara sederhana, dapat didefinisikan sebagai proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan akibat tertentu.⁹⁵

Komunikasi juga merupakan sesuatu yang urgen dalam kehidupan umat manusia. Oleh karenanya, kedudukan komunikasi dalam Islam mendapat tekanan yang cukup kuat bagi manusia sebagai anggota masyarakat dan sebagai makhluk tuhan. Terekam dengan jelas bahwa tindakan komunikasi tidak hanya dilakukan terhadap sesama manusia dan lingkungan hidupnya saja melainkan juga dengan tuhan. Selain melihat istilah Komunikasi perlu juga mengetahui bagian dakwah secara terminologi, untuk dakwah Islam sebenarnya telah banyak didefinisikan oleh para ahli. Penjelasan dari Sayyid Qutb memberi batasan dengan mengajak atau menyeru kepada orang lain masuk ke dalam *sabil* Allah Swt. Sementara itu Abu Zahroh menyatakan bahwa dakwah itu dapat dibagi dua hal, pelaksana dakwah, perseorangan dan kelompok. Sedangkan Ismail al-Faruqi,

⁹⁵ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), 4.

mengungkapkan bahwa hakikat dakwah adalah kebebasan, universal, dan rasional. Dan kebebasan inilah menunjukkan bahwa dakwah itu bersifat universal yakni berlaku untuk semua umat dan sepanjang masa.⁹⁶

Ahmad Mubarak mengungkapkan bahwa kegiatan dakwah adalah kegiatan komunikasi, di mana dai mengkomunikasikan pesan dakwah ke mad'u, baik secara perseorangan maupun kelompok. Secara teknis, dakwah adalah komunikasi dai (komunikator) dan mad'u (komunikan).⁹⁷ Semua hukum yang berlaku dalam komunikasi juga berlaku di dalam komunikasi dakwah, hambatan komunikasi adalah hambatan dakwah. Pada hakikatnya, perbedaan-perbedaan antara kegiatan-kegiatan lahiriah, antara komunikasi dan dakwah nyaris tidak kelihatan, karena memang tidak begitu tajam. Bahkan lebih terasa persamaanya dengan beberapa bentuk aktivitas komunikasi yang dikenal selama ini.

Sebelum suatu pesan dakwah dapat dikonstruksikan untuk disampaikan kepada komunikan dengan tujuan mempengaruhi dan mengajak seharusnya terdapat materi atau pesan dakwah yang dirumuskan sesuai dengan ajaran Islam. Perlu diingat juga bahwa pengertian komunikasi dakwah tidak ditekankan pada aspek tujuannya saja, tetapi juga menekankan efek yang muncul kepada komunikan sebagai akibat suatu pesan. Selain itu, komunikasi dalam proses dakwah tidak hanya ditujukan untuk memberikan pengertian, mempengaruhi sikap, membina hubungan sosial yang baik tetapi tujuan yang terpenting dalam komunikasi dakwah adalah mendorong mad'u untuk bertindak melaksanakan

⁹⁶ *Ibid.*, 14.

⁹⁷ *Ibid.*, 24.

ajaran-ajaran agama terlebih dahulu memberikan pengertian, mempengaruhi sikap, dan membina hubungan baik.⁹⁸

Ranah dakwah dalam sebuah komunitas Hijab Queens, maka komunikasi dakwah komunitas Hijab Queens ini lebih mengarah dengan teori sebelumnya yang bisa dikategorikan dakwah kelompok ataupun organisasi, namun ada juga keterangan dari beberapa anggota yang melakukan syiar dakwah perorangan. Komunitas Hijab Queens memang tidak bisa dikatakan sepenuhnya berdakwah dari mimbar ke mimbar namun secara eksplisit komunitas ini aktif memberikan pemahaman-pemahaman ke masyarakat ataupun sesama muslimah lainnya dengan cara komunikasi langsung maupun komunikasi non verbal yang menggunakan jilbab *fashion* dan berkegiatan sosial di masyarakat, tarafan dakwahnya juga berkenaan dengan dakwah *bil hal* persoalannya lebih mendorong mad'u agar mengikuti kegiatan atau tindakan yang sering komunitas ini lakukan. Sehingga pelaksanaan dakwah yang komunitas ini lakukan memberikan pengaruh secara langsung ke mad'u, berdakwah dengan cara ini akan mendapatkan hasil yang baik dan akan terjalinnya secara emosional antara dai dengan mad'unya.

Komunitas Hijab Queens ini memang sebuah komunitas hijabers tetapi kami tidak melupakan bahwa komunitas kami awalnya terbentuknya dari Forum Silaturahmi Da'i Muda Indonesia (FORSMI DMI) yang berlokasi di Yogyakarta, dengan ini kami sering melakukan kegiatan berkaitan syiar dakwah bersama dengan FORSMI DMI Yogyakarta, untuk di komunitas Hijab Queens sendiri menjadi sebuah visi dan misi bahwa bagi setiap anggota seharusnya bisa "Mensyiarkan Dakwah Islamiyah".⁹⁹

⁹⁸ Kustadi Shandang, *Strategi Dakwah Penerapan Strategi Komunikasi dalam Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014), 6.

⁹⁹ Lia Ayu Saputri, Wawancara Founder Komunitas Hijab Queens, 19 Desember 2019.

Gambar 3.11

Kegiatan Bersama Kajian Rutin oleh FORSMI DMI dan Hijab Queens

**Kajian Rutin
Jumat Pagi**

**GRATIS
untuk Umum
Putra & Putri**

Tazkiyatun Nafs

**JUM'AT
29 Des 2017
08.30 - 10.30 WIB
FREE SNACK**

Ust. Tajul Muluk, M.Ag
Dosen STAI Pandanaran & Pembina Majelis Al Infitah

Mushola HOTEL SATYA GRAHA
Jl. Veteran No.147, Pandean, Umbulharjo, Yogyakarta

Info Lebih Lanjut
0857 6536 0575 (As'ad)

Sumber: Dokumentasi Komunitas Hijab Queens

Komunitas Hijab Queens ini apabila dilihat dengan secara seksama juga mengalami suatu proses komunikasinya sendiri. Prosesnya bisa dilihat sebagai berikut: Komunitas Hijab Queens (Sebagai Komunikator), memberikan pemahaman mengenai jilbab *fashion* agar dikenakan oleh semua kalangan muslimah (sebagai isi pesannya), menggunakan media sosial Instagram dan media radio, media online, dan media koran. Untuk mengenalkan komunitas Hijab Queens dan juga tentang kegiatan jilbab *fashion* (media komunikasinya), para muslimah yang belum menggunakan jilbab dan muslimah yang ingin lebih mengetahui jilbab *fashion* (komunikasikan atau sasaran dakwahnya), dan tercapainya muslimah lebih banyak tahu tentang jilbab *fashion* serta saling silaturahmi berbagi

pengetahuan tentang jilbab *fashion* yang syar'i dengan sesama muslimah lainnya melalui komunitas Hijab Queens (ini sebagai tujuannya) dan yang terakhir mengenai akibat komunikasi yang terjadi yakni masih banyak masyarakat yang memahami jilbab *fashion* secara gamblang, mereka terkonstruksi dan menggunakan jilbab *fashion* namun cara penggunaannya masih jauh dari realitas jilbab yang dianjurkan dalam agama Islam.

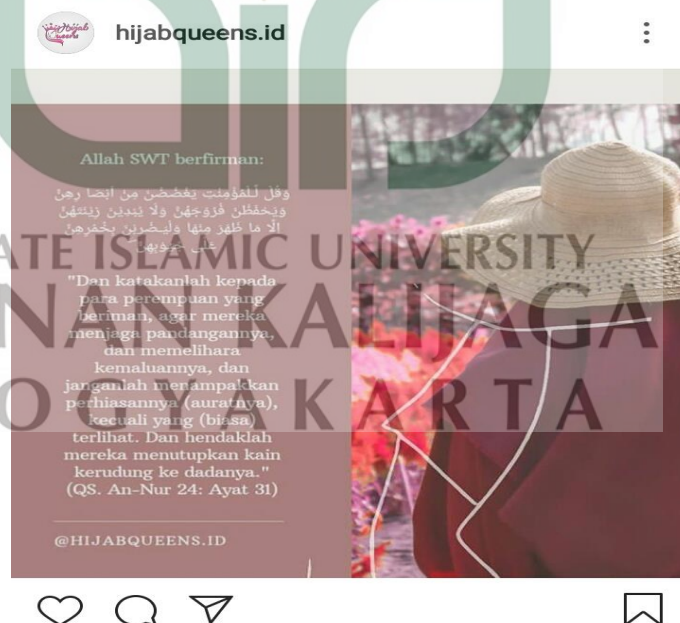
Di beberapa komunitas hijabers memang ada di antaranya tanpa disadari oleh mereka telah menjalankan syiar dakwah ke *mad'u* sehingga terjadilah komunikasi dakwah di antara mereka. Melakukan kegiatan yang sifatnya anjuran dalam agama ini menjadi pokok utama dakwah dari sebuah komunitas hijabers. Melihat syiar dakwah dari komunitas Hijab Queens selain penekanan dari visi mereka memang dari kegiatannya juga ada beberapa kegiatan dakwah yang menjadi sebuah rutinitas di komunitas ini salah satunya dalam memperingati hari besar Islam dan melakukan kegiatan sosial di tengah-tengah masyarakat. Dari proses komunikasi yang terjadi berkaitan dengan komunitas Hijab Queens tersebut peneliti juga ingin membahas beberapa komponen komunikasi dakwah yang lebih mendetail lagi. Bagaimana komponen-komponen ini bisa berlangsung dan berinteraksi sesuai dengan fungsinya dalam membentuk komunikasi dakwah yang secara efektif sesuai dengan tujuan dari komunikasi dakwah dari komunitas Hijab Queens.

1. Komunitas Hijab Queens dalam Mengkomunikasikan Dakwah

Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Termasuk dalam komunikasi dakwah, sumber adalah pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Sumber ini bisa disebut komunikator, pengirim atau dalam bahasa lain *source*, *sender*, dan *encoder*.¹⁰⁰ Sementara itu dalam komunikasi dakwah, sumber tersebut bisa disebut dengan dai. Dalam bentuk komunikasi antar manusia, komunikator bisa terdiri dari satu orang, bisa juga dalam bentuk kelompok, sehingga dalam ranah komunitas Hijab Queens ini dalam bentuk kelompok.

Gambar 3.12

Quote dengan Ayat Al-Qur'an di Media Sosial Komunitas Hijab Queens



Sumber: Instagram Komunitas Hijab Queens/hijabqueens.id

¹⁰⁰ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), 77.

Komunikasi dakwah pada dasarnya mengembangkan ajaran Islam, selain itu komunikasi dakwah melakukan komunikasi dengan membawa nilai-nilai Islam dan ada unsur persuasif, yaitu mengajak mad'u dalam kebaikan.¹⁰¹ Berdasarkan pendapat tentang komunikasi dakwah di komunitas Hijab Queens juga sudah menjalankan tahapan-tahapan untuk mengajak mad'u dalam kebaikan. Dari salah satu foto postingan di media sosial Instagram Komunitas Hijab Queens yang fotonya ada ayat Al-Qur'an An-Nur 24 ayat 38. Dengan *caption* "Sampaikanlah walau hanya satu ayat, nasehat sederhana namun sangat sarat makna, kita tidak tau berapa banyak orang yang akan menerima manfaat dalam setiap apapun yang kita sampaikan, maka selagi masih diberi kesempatan untuk mengingatkan, lakukanlah insyaAllah akan membawa kebaikan".¹⁰² Peranan komunitas Hijab Queens dalam melakukan komunikasi dakwah melalui media sosial Instagram seharusnya bisa memperbanyak postingan seperti ini, sebab masih sedikit sekali postingan tentang ajakan dalam melakukan komunikasi dengan membawa-bawa nilai Islam.

Pada dasarnya, semua pribadi muslim berperan secara otomatis sebagai juru dakwah, artinya orang yang menyampaikan atau dikenal sebagai komunikator dakwah. Siapa saja yang dapat dikenal sebagai dai atau komunikator dakwah bisa dikelompokkan; *Pertama*, secara umum berupa muslim atau muslimah yang mukallaf (dewasa). Kedua, Secara khusus adalah mereka yang mengambil keahlian khusus yakni mutakhsis

¹⁰¹ Faizah dan Lalu Muchsin Effendi, *Psikologi Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2012), 37.

¹⁰² Instagram, Komunitas Hijab Queens di akses 26 Agustus 2020.

(ulama).¹⁰³ Dari dua macam kelompok dai di atas komunitas Hijab Queens dapat dikategorikan yang pertama namun apabila dilihat lebih jauh ketika anggota komunitas Hijab Queens mengkaji tentang jilbab ini bagian dari secara keahlian khusus tetapi masih jauh dari kata mutakhsis. Keefektifan komunikasi dakwah tidak saja ditentukan oleh kemampuan komunikasi, tetapi juga oleh diri komunikator. Fungsi komunikator dalam pengutaraan pikiran dan perasaannya dalam bentuk pesan untuk membuat komunikan menjadi tahu dan berubah sikap, pendapat, dan prilakunya.

Gambar 3.13

Postingan Video Klip Lagu oleh Anggota Komunitas Hijab Queens



Sumber: Instagram Komunitas Hijab Queens/hijabqueens.id

¹⁰³ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, 78.

Untuk mendapatkan sasaran dalam komunikasi dakwah, dapat memilih salah satu atau gabungan dari beberapa media, bergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan dakwah yang akan disampaikan serta teknik dakwah yang akan digunakan. Mana yang terbaik dari sekian media komunikasi dakwah itu tidak dapat ditegaskan dengan pasti sebab masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangan.¹⁰⁴ Komunitas Hijab Queens memilih media sosial Instagram, Facebook, dan Youtube untuk melakukan komunikasi dakwah.

Dari salah satu postingan di Instagram komunitas Hijab Queens tentang video klip dari sebuah lagu yang diciptakan oleh anggota tersebut memperlihatkan kegiatan dari anggota yang masih berinisiatif melakukan hal-hal positif walaupun di Indonesia sekarang ini dalam keadaan pandemi. Kelebihan dari komunikasi dakwah melalui media sosial yakni lebih mudah diakses oleh masyarakat sehingga mudah tersampaikan. Apa lagi sebuah lagu yang isinya menginspirasi dan memberikan semangat kepada masyarakat untuk saling membantu terlebih lagi keadaan seperti sekarang ini pandemi belum berlalu dan kebutuhan hidup umat serba kekurangan. Sehingga peran komunitas dalam membawa nilai-nilai Islam sudah diterapkan ke masyarakat.

¹⁰⁴ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, 104.

2. Etos Komunikasi Dakwah dalam Komunitas Hijab Queens

Keefektifan komunikasi dakwah sangat ditentukan oleh etos komunikator dalam hal ini yang dimaksud bagian yang perlu ada dalam komunitas Hijab Queens. Etos sendiri adalah nilai diri seseorang yang merupakan paduan dari “kognisi”, “afeksi”, dan “konasi”. Kognisi adalah proses memahami yang bersangkutan dengan pemikiran. Afeksi adalah perasaan yang ditimbulkan oleh perangsang dari luar. Sedangkan konasi adalah aspek psikologi yang berkaitan dengan upaya dan perjuangan.¹⁰⁵

Dengan demikian, suatu informasi dalam dakwah yakni pesan tentang jilbab yang disampaikan komunitas Hijab Queens ke muslimah Yogyakarta akan lebih komunikatif apabila terjadi proses psikologi yakni afeksi antara dai dengan mad'u atau komunitas Hijab Queens dengan Muslimah yang terlibat dalam proses tersebut. Dalam bahasa komunikasi dapat dikatakan informasi yang disampaikan komunikator kepada komunikan itu setelah (*in tune*). Dan situasi komunikatif tersebut akan terjadi jika terdapat etos pada diri komunikator.

Untuk melihat keefektifan perlu dilihat dan direalisasikan beberapa faktor. Adapun faktor-faktor pendukung “etos” yang perlu mendapat perhatian komunitas Hijab Queens dalam mengkomunikasikan dakwah mereka ada beberapa poin demi efektifnya komunikasi yang dilancarkan meliputi:

¹⁰⁵ *Ibid.*,

a. Kesiapan.

Banyak hal yang perlu diperhatikan komunikator yakni komunitas Hijab Queens dalam mengkomunikasikan dakwah karena ini bersangkutan dengan khalayak, sebab untuk mengkomunikasikan dakwah dengan komunikan ataupun mad'u haruslah dengan persiapan yang matang. Kesiapan tersebut akan tampak pada gaya komunikasi yang meyakinkan. Karena hal tersebut juga tampak oleh komunikan atau mad'u dalam penguasaan materi yang akan disampaikan oleh komunitas Hijab Queens.

Untuk menyiapkan sebuah kegiatan berkaitan tentang keagamaan biasanya kami harus mengatur pertemuan antara pengurus dengan anggota terlebih dahulu. Kami selaku pengurus juga sudah mempersiapkan apa saja perencanaannya mulai dari rancangan kegiatan yang sesuai dengan hari besar Islam ataupun dengan tema yang lainnya, ini biasanya kami obrolkan terlebih dahulu di group WhastApp pengurus dan akan dilanjutkan di pertemuan dengan semua anggota. Sehingga ketika di pertemuan tinggal mendiskusikan apa saja yang diperlukan dan pembagian tugas untuk mempersiapkan kegiatan tersebut. Kami juga tidak banyak membuat kegiatan tentang dakwah baik itu ceramah dan kegiatan lainnya karena untuk kegiatan seperti ini kami sering nimbrung dengan FORSI-DMI, sebab dari anggota kami juga banyak yang baru belajar tentang keagamaan.¹⁰⁶

Kesiapan memang bagian terpenting dari sebuah perencanaan untuk sebuah kegiatan, baik itu kegiatan pribadi maupun kegiatan kelompok. Persiapan yang matang dari komunikatornya, ini terlihat berdasarkan dari gaya komunikasinya yang meyakinkan.

¹⁰⁶ Agnes Fransiska Dewi, Wawancara Wakil Ketua Komunitas Hijab Queens, 15 November 2019.

Untuk sampai ke bagian ini komunitas Hijab Queens belum sepenuhnya saat menerapkan dari point kesiapan ini.

Dalam menyampaikan kegiatan keagamaan bisa dikatakan tidak semuanya anggota kami bisa dan yang bisa pun hanya beberapa orang, karena memang tujuan setiap anggota yang bergabung ke komunitas Hijab Queens selain mengetahui dan menerapkan jilbab *fashion* kami juga sama-sama belajar tentang keagamaan terkhususnya apa yang menjadi keutamaan perempuan dalam agama Islam seperti Mar'atus Solihah, Uswatun Hasanah, dan Ummu Salamah. Di bidang syar'i inilah yang juga memberikan peran penting ke semua anggota Hijab Queens sebab selain dari pengurus dalam menyampaikan tentang keagamaan ke anggota, bidang syar'i ini juga yang sering mengisi diskusi ataupun kajian keislaman ke sesama anggota. Untuk mengisi kajian keislaman atau menyampaikan tentang keutamaan perempuan dalam Islam ke masyarakat dari bidang syar'i hanya memenuhi apabila ada panggilan untuk mengisi materi dalam sebuah kajian atau kegiatan.¹⁰⁷

Pendapat mengenai perumusan sebuah materi dakwah maupun pesan dakwah yang berdasarkan dengan pokok utama agama Islam, yang akan disampaikan kepada mad'u supaya dapat memengaruhi dan dapat terjadinya perubahan terhadap seorang mad'u tersebut,

ini akan memperlihatkan keberhasilan da'i dalam menyampaikan pesan dakwah ke mad'u. Maka dari data penelitian dan teori ini bisa dianalisa bahwa kesiapan yang perlu dilakukan komunitas Hijab Queen akan bisa membuahkan hasil dengan melakukan pengorganisirian baik dari materi yang disiapkan, pesan dakwah yang akan disampaikan yang semuanya ini perlu diperhatikan agar

¹⁰⁷ Agnes Fransiska Dewi, Wawancara Wakil Ketua Komunitas Hijab Queens, 15 November 2019.

bisa sampai dan menimbulkan pengaruh yang baik terhadap komunikannya.

b. Kesungguhan

Menyampaikan atau membahas suatu topik oleh komunikator ke komunikan juga perlu sebuah kesungguhan, sebab akan timbul sebuah kepercayaan dari komunikan yakni mad'u ke komunikatornya. Kesungguhan dalam hal ini meruanglingkupi dari isi materi apa yang disampaikan ataupun bagaimana cara komunikator menyampaikan materinya. Rangkaian ini juga yang perlu diperhatikan oleh komunitas Hijab Queens karena ini dapat memberikan respons aktif komunikan.

Di komunitas Hijab Queens selain kumpul dan berdiskusi tentang kegiatan pokok komunitas, yang perlu diperhatikan bagi saya pribadi selaku kordinator bidang syar'i adalah bagaimana program kerja bidang syar'i kedepannya berjalan dengan lancar. Sehingga saya dengan anggota bidang dapat merealisasikan beberapa program kerja baik ke internal komunitas maupun ke eksternal. Dari bidang syar'i untuk internal komunitas yakni ke sesama anggota melakukan kajian keagamaan dan kemuslimahan, ini penting bagi anggota komunitas karena ini modal kami untuk diluar komunitas. Pandangan masyarakat tentang hijabers yang beruang lingkup keagamaan menganggap bahwa anggota komunitas pasti banyak tau tentang keagamaan, padahal kami anggota komunitas juga ingin belajar keagamaan, sehingga persoalan ini dengan ada kajian keagamaan dan kemuslimahan bisa menjadi bekal kami.¹⁰⁸

Terjadinya penyampaian pesan dari seorang ataupun komunitas kepada perorangan atau khalayak ramai, pesan yang digunakan juga berasal dari pokok agama dan disampaikan dengan

¹⁰⁸ Imel Putri, Wawancara Divisi Syar'i Komunitas Hijab Queens, 09 Januari 2020.

mediasi simbol, secara lisan, maupun tidak lisan yang mempunyai tujuan supaya dapat memberikan efek positif agar seseorang bisa menjadi lebih baik lagi, berupa sikap dan perbuatannya yang sesuai dengan ajaran Islam ini semua menjadi bagian dari komunikasi dakwah. Maka persoalan kesungguhan di komunitas Hijab Queens untuk memahami ilmu meskipun dalam keadaan kekurangan, di dalam komunitas ini menjadi sebuah fenomena yang cukup menarik. Peneliti juga melihat bahwa ada sebuah kekurangan yang dialami komunikator dalam menyikapi sebuah hambatan di tengah-tengah masyarakat seperti minimnya pengetahuan. Dengan demikian perlu sebuah kebijakan komunitas untuk mengetahui mengenai keadaan di lapangan dengan demikian anggota komunitas Hijab Queens bisa mencari sebuah solusi untuk kekurangan tersebut.

c. Ketulusan

Seorang komunikator harus dapat membawa kesan kepada komunikannya atau mad'unya, bahwa apa yang disampaikan atau yang diperlihatkan semata-mata untuk berbagi dan sama-sama untuk belajar. Dari segi komunikasi yang disampaikan oleh komunikator perlu juga keterampilan dalam penyampaiannya, dan menghindari kesan palsu terhadap khalayak yang demikian mad'u akan menerima setiap argumennya. Akan tetapi, jika khalayak mad'u merasakan ada ketidak tulusan dari komunikator

mendapatkan konfrontasi pada rintangan dalam memperoleh kepercayaan dari khalayak.

Melakukan kegiatan sosial di hari yang suci, ini menjadi salah satu kegiatan penting kami yang hampir setiap tahun kami lakukan di bulan puasa, dalam kegiatan tersebut kami mengajak anak panti asuhan ikut aktif di kegiatan kami, yang rangkaian acaranya mulai interaksi antara kami dengan mereka selanjutnya mengajarkan membuat kerajinan tangan, buka bersama, dan memberikan donasi baik berupa uang saku dan pakaian yang sebelumnya sudah kami kumpulkan.¹⁰⁹

Persoalan ketulusan di komunitas Hijab Queens saat menyampaikan pesan ke komunikan mereka memperlihatkan ke komunikan yang cenderung pasif, yakni kepada yang belum bisa berinteraksi aktif, seperti kegiatan sosial keagamaan terhadap anak panti asuhan, sebab ini lebih domain ke dakwah *bil hal*. Dengan demikian bukan berarti mereka tidak berinteraktif dan memberikan ketulusan ke semua komunikan, yang jelasnya menjadi sebuah catatan dari kegiatan sosial keagamaan tersebut terlihat interaksi komunikasinya condong berat sebelah, yakni komunitas Hijab Queens selaku komunikator yang aktif dan mad'unya anak panti asuhan sebagai komunikan yang pasif. Tetapi keberlanjutan komunikasinya akan terus terjadi ketika dimasukkan ke media sosial komunitas.

¹⁰⁹ Arintya Nadia, Wawancara Ketua Komunitas Hijab Queens, 16 November 2019.

Gambar 3.14

Kegiatan Sosial Dengan Anak Panti Asuhan



Sumber: Dokumentasi Komunitas Hijab Queens

d. Ketenangan

Komunikator cenderung akan menaruh kepercayaan kepada komunikator yang tenang dalam penampilan dan tenang dalam mengutarakan kata-katanya. Ketenangan tersebut juga perlu dijaga dan dipelihara dan selalu ditunjukkan pada setiap peristiwa komunikasi dalam menghadapi khalayak. Ketenangan yang ditunjukkan oleh seorang komunikator dalam berkomunikasi akan menimbulkan kesan kepada komunikan bahwa komunikator merupakan orang yang sudah berpengalaman dalam menghadapi khalayak. Terlebih lagi apabila ketenangan tersebut diperlihatkan saat komunikator dihadapkan situasi sulit baik berupa pertanyaan sulit atau mendapatkan serangan gencar dari komunikan, sehingga

tinggal bagaimana menanggapi dengan keadaan dan mengatasi keadaan tersebut seperti sudah biasa.

Untuk anggota yang mengambil bidang syar'i bukan berarti semuanya bisa mengisi kajian atau melakukan dakwah di majelis taklim ke majelis taklim lainnya, tetapi kami di bidang ini tetap belajar bagaimana menjadi seorang pengisi kajian dan kenyataannya di komunitas cuma ada beberapa orang dari bidang syar'i yang pernah melakukan isi kajian kemuslimahan. Tetapi apabila melihat pengalaman pribadi saya saat diundang untuk mengisi kajian kemuslimahan saya memberikan semaksimal mungkin, memang materi yang kami pelajari di komunitas tidak banyak malah saya pelajari sendiri dan bagaimana saya bisa berkomunikasi dengan baik saat mengisi kajian saya rasa itu tinggal pembiasaan.¹¹⁰

Persoalan ini juga perlu menjadi pertimbangan bagi komunitas dengan demikian agar bisa berupaya lebih ke masyarakat dalam memberikan pemahaman ataupun materi. Jika seorang komunikator bersikap tenang saat berkomunikasi, dengan mudah akan dicapai ideasi yang mantap, yakni berupa pengorganisasian pikiran, perasaan dan hasil pengindraan secara terpadu, sehingga yang terlontar adalah jawaban yang bijak dan argumentatif. Proses pembelajaran dari bidang syar'i di komunitas Hijab Queens juga memperlihatkan bahwa hanya sebagian yang berperan penting untuk memberikan pembelajaran atau materi ke masyarakat.

Kegiatan dakwah di komunitas Hijab Queens memang banyak tertuju kepada bidang syar'i sebab apa yang menjadi program kerja mereka ataupun dari kegiatan mereka bidang syar'i ini yang

¹¹⁰ Imel Putri, Wawancara Divisi Syar'i Komunitas Hijab Queens, 09 Januari 2020.

sangat berpengaruh dengan keadaan pribadi mereka. Setiap pribadi anggota di bidang syar'i perlu menguasai pengorganisasi untuk mengisi kajian keislaman atau diskusi kemuslimahan ke masyarakat, tetapi bukan berarti hanya anggota di bidang syar'i, melainkan semua anggota komunitas Hijab Queens seharusnya bisa tenang saat berkomunikasi dan juga harus memiliki ideasi yang mantap, pengorganisasian pikiran, serta perasaan dan hasil pengindraan secara terpadu.

e. Keramahan

Keramahan komunikator dalam berkomunikasi menimbulkan simpati khalayak kepadanya. Keramahan juga tidak berarti kelemahan melainkan sikap pengekspresian sebuah sikap etis. Lebih lagi jika komunikator muncul dalam forum yang mengandung dan membutuhkan argumentatif. Adakalanya dalam satu forum timbul tanggapan dari seorang mad'u sebuah kritik pedas. Dalam situasi tersebut, sikap komunikator saat memberikan jawaban akan meluluhkan sikap emosional mad'u dan akan menimbulkan rasa sikap empati pada komunikator. Keramahan yang ditunjukkan oleh komunikator dalam berkomunikasi tidak saja ditunjukkan dengan ekspresi wajah, tetapi juga dengan gaya dan pengutaraan paduan dan harmonisasi antara pikiran dan perasaan.

Saya pernah direkomendasikan komunitas Hijab Queens untuk datang menghadiri, serta menjadi salah satu pengisi materi, di salah satu kampus Yogyakarta dan di acara tersebut juga yang hadir ada non muslimnya sedangkan saya mengisi materi keperempuanan dan kemuslimahan dalam acara tersebut, saya juga pernah hadir di kajian majelis taklim ibu-ibu dan diberi kesempatan untuk mengisi kajian. Hadir di beberapa acara saya juga tidak meninggalkan identitas komunitas kami dengan menggunakan jilbab *fashion*. Terjadi interaksi saat mengisi materi mengenai penampilan yang saya gunakan, saya menjelaskannya dengan pemahaman yang saya pahami selama ini, bagaimaa seorang perempuan dalam menggunakan pakaian baik itu jilbab dan busana perlu tampil lebih *stylist* dan ikut dengan perkembangan zaman tapi selagi tidak menyalahi aturan dalam berjilbab.¹¹¹

Gambar 3.15

Sharing Oleh Devisi Syar'i di Salah Satu Kampus Yogyakarta



Sumber: Dokumentasi Komunitas Hijab Queens

¹¹¹ Imel Putri, Wawancara Divisi Syar'i Komunitas Hijab Queens, 09 Januari 2020.

Seorang komunikator perlu juga memperhatikan sikap dan akhlak mereka dan seorang komunikator tidak mungkin dapat melakukan *amar ma'ruf nahi munkar* kecuali mempunyai tiga sifat, lembut dalam memerintah dan melarang, adil dalam memerintah dan melarang, serta mengetahui sesuatu yang diperintah dan dilarangnya. Seorang komunikator juga tidak dapat melakukan *amar ma'ruf nahi munkar* kecuali dengan cara lembut, sabar dan arif. Ada juga tiga sifat yang diperlukan seorang da'i. Pertama, berilmu (mengetahui); kedua, lembut; dan ketiga sabar. Ketiga sifat tersebut saling melengkapi.¹¹²

f. Kesederhanaan

Kesederhanaan tidak hanya menyangkut hal-hal yang bersifat fisik, tetapi juga dalam penggunaan bahasa sebagai alat untuk menyampaikan dan menyalurkan pikiran dan perasaan dan dalam gaya komunikasinya. Kesederhanaan sering menunjukkan sebuah keaslian dan kemurnian sebuah sikap. Dalam melakukan pentas dakwah banyak hal yang perlu diperhatikan mengenai pakaian, prilaku, sampai pengucapan kata-kata semuanya perlu sesederhana mungkin. Pakaian tidak berlebihan, prilaku menunjukkan keteladanan, dan ketika berbicara dalam situasi komunikasi, tidak menggunakan kata-kata yang muluk-muluk dan ingkar dari realitas.

¹¹² Hamidi, *Teori Komunikasi dan Startegi Dakwah*, (Malang: UMM Press,2010), 12.

Saya memang sangat memperhatikan penampilan sebab dimana pun saya berada yang dilihat terlebih dahulu oleh orang dari diri saya adalah penampilan. Untuk di kegiatan komunitas memang ada yang kegiatannya dari kami untuk muslimah lainnya, dan dari kami untuk sesama anggota komunitas, jadi untuk penampilan kami sesuai dengan keadaan ataupun kegiatannya. Kalau saya dalam bergaul sehari-hari menggunakan jilbab seperti pada umumnya namun yang sedikit membedakan dari muslimah lainnya dari bentuk atau cara saya membuat jilbab, dari apa yang saya pelajari selama ini yang saya terapkan juga agar lebih menarik apabila dilihat. Setelah penampilan hal lainnya memang perlu saya perhatikan juga, termasuk dari apa yang saya sampaikan ke orang lain.¹¹³

Kegiatan di komunitas Hijab Queens ini, peneliti melihat berdasarkan juga data observasi, mereka memang menampilkan identitas mereka dengan cukup sederhana tetapi apabila dilihat dengan seksama ketika mereka berbaur dengan masyarakat umum memang ada kelihatan bentuk jilbab mereka yang lebih tampil *stylist*. Tapi ketika kegiatan mereka seperti *beuty hijab class*, *fashion show*, dan lain sebagainya mereka terlihat lebih berbeda baik dari segi busana maupun jilbab *fashion*-nya. Hal ini juga yang menjadi perhatian peneliti dari persoalan kesederhanaan yang ditampilkan oleh komunitas Hijab Queens ini.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

¹¹³ Uswatun Hasanah, Wawancara Anggota Komunitas Hijab Queens, 10 Januari 2020.

3. Mad'u dalam Komunikasi Dakwah

Proses komunikasi telah dipahami bahwa keberadaan adalah akibat karena adanya sumber. Tidak ada penerima jika tidak ada sumber. Dalam bahasa komunikasi dakwah, mad'u bisa disebut dengan komunikan, penerima pesan, khalayak, *audience*, *reciver*. Penerima atau mad'u adalah elemen yang paling penting dalam proses komunikasi, karena dialah yang akan menjadi sasaran komunikasi dakwah. Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran atau mitra pesan yang dikirim oleh sumber. Jika pesan dakwah tidak diterima oleh mad'u, maka akan menimbulkan berbagai macam masalah yang sering sekali menuntut perubahan, apakah ada sumber pesan atau saluran. Penerima dalam bentuknya dalam komunikasi dakwah bisa terdiri dari satu orang atau lebih bisa dalam kelompok dan massa.¹¹⁴

a. Bentuk-bentuk Mad'u

Dai atau komunikator yang tidak memiliki pengetahuan yang memadai tentang mad'unya, ini akan mengalami persoalan ataupun kegagalan dalam dakwahnya. Untuk itu komunikator harus dapat memahami heteroginitas manusia penerima dakwah dalam segi latar belakang ekonominya, budaya, tingkat pengetahuan kualitas keagamaannya, serta heterogen dalam bentuk komunikasi kelompoknya. Kesemuanya tersebut, harus dapat dicermati komunikator dakwah agar tidak terjadi kesalahan dalam memiliki

¹¹⁴ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, 87.

pendekatan, metode, teknik serta media dakwah yang akan digunakan. Dalam hal ini jika dilihat secara sosiologis kelompok mad'u itu terpancar atau terkumpul pada bentuk-bentuk kelompok manusia yang disebut:

1) *Crowd*

Kelompok orang yang berkumpul pada suatu tempat atau ruangan tertentu yang terlibat dalam suatu persoalan atau kepentingan bersama secara tatap muka (*direct communication*).¹¹⁵ Dalam hal ini, keanggotaannya biasanya bersifat permanen atau temporal. Mad'u yang mengikuti kegiatan kajian atau diskusi komunitas Hijab Queens dapat dikatakan sebagai *crowd*.

2) Publik

Kelompok yang abstrak dari orang-orang yang menaruh perhatian pada suatu persoalan atau kepentingan yang sama karena mereka terlibat dalam suatu pertukaran pemikiran melalui komunikasi tidak langsung untuk mencari penyelesaian atau kepuasan atas persoalan atau kepentingan mereka.¹¹⁶ Untuk itu, publik bukanlah kelompok yang nyata dan tetap, tetapi bersifat elementer dan tidak memiliki tradisi, dan disiplin, dan peraturan yang mengikat.

¹¹⁵ *Ibid.*,

¹¹⁶ *Ibid.*,

3) Massa

Orang banyak yang sangat heterogen, tidak terikat oleh suatu tempat dan interaksinya sangat kurang, demikian masalah yang mereka hadapi masing-masing masih terpecah-pecah. Untuk itu cakupan massa lebih luas dari pada publik, *audience* ataupun *crowd*. Hubungan ikatannya lebih longgar, belum ada kesatuan persoalan atau stimulus yang nyata dan sama. Ada perhatian, tetapi masih samar-samar dan individual sebab belum terjadi komunikasi.¹¹⁷

Muslimah yang menjadi sasaran utama untuk di rekrut menjadi anggota komunitas Hijab Queens ini di Jawa Tengah dan Jawa Barat, dari kedua daerah ini juga mempunyai masing-masing pengurus. Sehingga untuk bentuk-bentuk muslimahnya yang berpartisipasi dari berbagai macam bentuk.¹¹⁸

Dari beberapa macam bentuk-bentuk mad'u harus menjadi catatan komunitas Hijab Queens bahwa masyarakat Jawa Barat maupun Jawa Tengah dari ketiga bagian tersebut yakni *crowd*, publik, dan massa ini sudah andil bergabung di komunitas Hijab Queens, sehingga pengurus perlu mendiskusikan dengan sesama anggota agar dapat memahami bentuk-bentuk muslimahnya. Tujuannya juga jelas dengan memahami bentuk mad'u atau komunikasi dapat meningkatkan interaktif dari masyarakat terhadap komunitas Hijab Queens, interaktif

¹¹⁷ *Ibid.*, 88.

¹¹⁸ Arintya Nadia, Wawancara Ketua Komunitas Hijab Queens, 16 November 2019.

dalam hal ini baik berupa menerima pemahaman tentang jilbab *fashion* dengan seksama maupun komunikasi dakwah yang disampaikan.

b. Kondisi dan Perilaku Mad'u

Sebelum melakukan komunikasi dalam dakwah, perlu mempelajari siapa-siapa yang akan menjadi sasaran dalam komunikasi dakwah. Hal ini akan berhasil jika komunikator mengenal komunikan yang dijadikan sasaran. Yang dimaksud dengan "siapa" di sini, bukan nama yang disandang melainkan ras apa, bangsa apa, dan suku apa. Dengan mengenali dirinya, akan mengenal pula kebudayaannya, gaya hidupnya (*way of life*) dan norma kehidupannya, kebiasaannya serta bahasanya.

Sudah tentu hal tersebut juga bergantung dari tujuan komunikasi tersebut, apakah mad'u hanya sekedar mengetahui (dengan metode informatif) atau agar mad'u melakukan tindakan

tertentu (metode persuasif dan instruktif). Apa tujuannya, metodenya, dan banyaknya mad'u pada diri komunikan perlu memperhatikan faktor-faktor sebagai berikut.

1) Faktor Kerangka Referensi

Pesan dakwah yang akan disampaikan kepada mad'u harus disesuaikan dengan kerangka referensi seseorang terbentuk pada dirinya sebagai hasil perpaduan pengalaman, pendidikan, norma hidup, status sosial,

ideologi, cita-cita dan sebagainya. Dengan demikian, kerangka seorang mad'u akan berbeda dengan mad'u yang lainnya.

Dalam situasi komunikasi antarpesonal mudah untuk mengenal kerangka referensi dari mad'u karena hanya satu orang, jangankan sudah dikenal, pun mudah untuk menjagainya, umpamanya dengan menanyakan atau mencari informasi mengenai pengetahuan keagamaan dan kondisinya.

Yang sulit adalah mengenal kerangka referensi mad'u dalam komunikasi kelompok. Ada kelompok yang individu-individunya sudah dikenal seperti kelompok karyawan atau kelompok kelompok pelajar atau kelompok anak-anak atau orang tua. Ada juga yang tidak dikenal seperti pengunjung pengajian umum. Mad'u harus disesuaikan dengan kerangka referensi mereka itu.

2) Konotasi

Konotasi menyangkut kata-kata sebagai senjata komunikasi. Memilih kata-kata untuk menyampaikan sesuatu pesan dakwah perlu diperhatikan oleh sang komunikator, bahwa lambang kata yang sama mungkin memiliki pengertian yang berbeda bagi setiap orang.

Kata-kata memiliki dua jenis makna, yaitu denotatif dan konotatif. Denotatif adalah pengertian biasa dan pengertian luar biasa. Pengertian denotatif adalah pengertian biasa yang diterima secara umum oleh kebanyakan orang dengan bahasa dan kebudayaan yang sama. Sementara itu, pengertian konotatif ialah pengertian emosional yang mengandung pengertian disebabkan oleh latar belakang seseorang.

Apapun yang terjadi, kata-kata dapat menjadi dinamit dalam artian kesalahan dalam menerjemahkan dapat menimbulkan kesalahan dalam persepsi mad'u. Dan ini akan bisa berakibat fatal dalam berkomunikasi. Karena persepsi yang salah, akan menimbulkan sikap kreatif atau mad'u tidak empati lagi. Sehingga penggunaan bahasa dan kata-kata oleh komunikator untuk menyampaikan pesan dakwahnya perlu dilakukan dengan seksama, sebab bisa menimbulkan *misundertanding* dan *misinterpretation*.

3) Prilaku mad'u

Cara terbaik untuk memahami prilaku khalayak adalah dengan melihatnya dari sudut kerangka acuan internal individu itu sendiri. Dengan mencoba memikirkan posisi sebagai mad'u, sehingga perlu adanya beberapa ukuran

deskriptif umum dan faktor-faktor yang berguna untuk diperhitungkan dalam menganalisis audiens.

a) Usia

Persoalan usia menjadi urain penting bagi komunikator, setiap perbedaan usia di mad'u ini perlu memiliki persiapan yang berbeda karena usia 10 tahun sampai 40 tahun dan seterusnya mereka memiliki cara pandang masing-masing, walaupun masalah yang dibicarakan sama. Terlebih lagi apabila dilihat secara psikologis usia yang lebih muda akan sangat berbeda dengan usia yang sudah tua dalam menangkap sebuah makna pesan, dan perbedaan ini yang akan sering menjadi masalah.

Sasaran utama komunitas Hijab Queens dalam mengajak bergabung ke dalam komunitas muslimah dengan umur 17 tahun sampai 25 tahun, tetapi untuk menyampaikan pesan jilbab *fashion*, kegiatan sosial, dan kegiatan dakwah ini persoalan semua usia muslimah di masyarakat Yogyakarta, semuanya menjadi sasaran dari komunitas kami.¹¹⁹

Di komunitas Hijab Queens ini memberikan paham jilbab *fashion*, kegiatan sosial, dan kegiatan dakwah terhadap ke semua kalangan muslimah. Namun apabila dilihat lebih jauh paham dari uraian usia, di komunitas Hijab Queens ini dalam memberikan pesan ke mad'u tidak terlalu memperhatikan persoalan usia. Ini

¹¹⁹ Arintiya Nadia, Wawancara Ketua Komunitas Hijab Queens, 16 November 2019.

sebenarnya akan menjadi hambatan kedepannya, karena sesuai apa yang dijelaskan peneliti sebelumnya, siapa saja yang menerima pemahaman dan menggunakan jilbab *fashion* dan menerapkan di tengah-tengah masyarakat, tetapi masih banyak yang jauh dari anjuran penggunaan jilbab yang sebenarnya. Sebab dengan semua kalangan usia yang menerima pesan tidak semuanya bisa menerima dengan baik apa yang disampaikan maupun yang terkonstruksikan.

b) Pendidikan

Pendidikan seorang manusia merupakan jumlah keseluruhan pengetahuannya. Baik sekolah maupun kampus formal sudah diakui merupakan cara tecepat dan sistematis untuk mendapatkan pengetahuan dibandingkan cara lainnya. Oleh karena itu tingkat pendidikan seseorang bisa menjadi informasi berharga dalam merencanakan pendekatan yang akan digunakan.

Bahasa dan kosa kata yang dipergunakan harus sesuai dengan tingkat pendidikan mad'u atau komunikan. Jenis sekolah atau kampus yang diikuti juga merupakan salah satu faktor yang harus dipertimbangkan, komunikan dengan latar belakang pendidikannya umum atau kejuruan diperlukannya

teknik yang cukup tinggi akan memerlukan pendekatan yang berbeda dibandingkan dengan yang berlatar belakang agama. Jadi, persoalan pendidikan merupakan juga persoalan tersendiri.

Untuk anggota komunitas Hijab Queens kebanyakan memang sedang menempuh pendidikan, di mulai dari sarjana maupun magister, untuk bakal calon anggotapun diutamakan memang kepada muslimah yang sedang menempuh pendidikan juga.¹²⁰

Persoalan pendidikan di komunitas Hijab Queens yang pertama bahwa pendidikan dari anggota komunitas itu sendiri, karena anggota Komunitas Hijab Queens banyak mahasiswa strata satu dan mahasiswa strata dua. Dan untuk persoalan kedua yang menerima komunikasi dari komunitas Hijab Queens atau sebagai mad'u atau komunikan, apabila dilihat pendidikannya. Inilah yang menjadi perhatian penting untuk persoalan pendidikan karena keseimbangan pendidikan anggota dari komunitas itu sendiri dengan pendidikan komunikannya, seharusnya anggota komunitas dapat lebih memahami ketika melakukan pendekatan untuk mengajak ataupun menginformasikan makna penting dari komunitas Hijab Queens.

¹²⁰ Arintiya Nadia, Wawancara Ketua Komunitas Hijab Queens, 16 November 2019.

c) Pekerjaan

Prosedur menyusun jenis manusia berdasarkan pekerjaannya akan sama rumitnya dengan membuat klasifikasi berdasarkan latar belakang pendidikannya. Namun, informasi mengenai jenis pekerjaan ini cukup bermanfaat dengan demikian bisa memperkirakan tingkat pendapatan dan hal lain yang berhubungan dengan itu melalui jenis pekerjaan dan latar belakang pendidikan komunikannya.

Anggota komunitas Hijab Queens selain sedang menempuh pendidikan untuk yang sudah tamat kuliah dan lanjut bekerja mereka masih sering aktif dan membagi waktu untuk menghadiri kegiatan komunitas. Namun untuk sasaran muslimah yang sudah bekerja hanya menghadiri kegiatan saja yang kami buat sebab kami perlu partisipasi dari mereka, sebab untuk menjadi anggota mereka yang sudah bekerja mungkin sudah terbatas dengan usia.¹²¹

Masih sama seperti persoalan pendidikan, untuk poin pekerjaan ini juga mempunyai dua persoalan, poin pertama anggota komunitas Hijab Queens selain menempuh pendidikan anggotanya juga ada yang sudah lanjut bekerja. Poin kedua begitu pula dengan komunikannya selain menempuh pendidikan komunikannya juga banyak yang telah bekerja. Sehingga untuk klasifikasi berdasarkan latar belakang pekerjaan

¹²¹ Arintiya Nadia, Wawancara Ketua Komunitas Hijab Queens, 16 November 2019.

untuk memahami mad'u komunitas Hijab Queens sudah ada gambaran dari pengalaman anggotanya sendiri maka dalam rangka lebih memahami komunikasi berangkat dari mempelajari anggota ketika akan menyampaikan pesan ke khalayak yang lebih luas akan sedikit lebih mudah dipahami dari klasifikasi pekerjaan.

4. Media Dakwah dalam Komunikasi Dakwah Komunitas Hijab Queens

Media merupakan alat atau wahana yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Untuk itu komunikasi bermedia adalah komunikasi yang menggunakan saluran atau sarana untuk meneruskan suatu pesan kepada komunikan yang jauh tempatnya, dan atau banyak jumlahnya. Komunikasi bermedia disebut juga dengan komunikasi tidak langsung, dan sebagai konsekuensinya arus balik pun tidak terjadi pada saat komunikasi dilancarkan.¹²²

Komunikator tidak mengetahui tanggapan komunikan pada saat berkomunikasi. Oleh karena itu dalam melancarkan komunikasi yang bermedia, komunikator harus lebih matang dalam merencanakan dan juga untuk persiapan sehingga apa pesan komunikasi yang disampaikan akan berhasil. Untuk itu komunikator perlu memerhatikan beberapa faktor. Komunikator harus mengetahui sifat-sifat media yang akan digunakan. Komunikasi yang akan dituju dan menggunakan media bentuknya bisa

¹²² Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, 104.

hanya seorang, dapat dengan kelompok kecil orang, bisa juga sejumlah orang yang banyak.

Untuk mendapatkan sasaran dalam komunikasi dakwah, dapat memilih salah satu atau gabungan dari beberapa media, bergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan dakwah yang akan disampaikan serta teknik dakwah yang akan digunakan. Mana yang terbaik dari sekian media komunikasi dakwah itu tidak dapat ditegaskan dengan pasti sebab masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangan.

a. Bentuk-bentuk media dakwah

Pada dasarnya, komunikasi dakwah dapat menggunakan berbagai media yang dapat merangsang indra-indra manusia serta dapat menimbulkan perhatian untuk penerima dakwah. Komunikasi dakwah sebenarnya semakin tepat dan efektif media yang dipakai semakin efektif pula upaya pemahaman ajaran Islam pada komunikan dakwah. Berdasarkan banyaknya, komunikan yang dijadikan sasaran diklasifikasikan menjadi dua, yaitu “media massa” dan “media nirmassa”.

1) Media Massa

Media masa merupakan alat bantu utama dalam proses komunikasi massa. Komunikasi massa sendiri, secara sederhana, bearti kegiatan komunikasi yang menggunakan

media (*communicating with media*).¹²³ Media massa juga merupakan suatu alat transmisi, seperti koran, majalah, buku, film, radio, dan televisi, atau suatu kombinasi bentuk dari bentuk-bentuk media itu sendiri.

Apabila dilihat dari keuntungan dakwah dalam menggunakan media massa adalah bahwa media massa menimbulkan keserempakkan, artinya suatu pesan dapat diterima oleh komunikan yang jumlahnya relatif banyak. Jadi untuk menyebarkan informasi media juga efektif dalam mengubah sikap, prilaku, pendapat komunikan dalam jumlah yang banyak.

Untuk komunitas Hijab Queens kesempatan ini juga digunakan karena dapat mempermudah dalam memberikan informasi ke masyarakat Yogyakarta. Dengan adanya media massa dengan segala keuntungannya akan memberikan sebuah

pengaruh tambahan terhadap komunikan dibandingkan berkomunikasi secara langsung. Apabila dilihat dari penjabaran

peneliti dipembahasan sebelumnya ada juga beberapa point yang membahas tentang beberapa media yang digunakan oleh komunitas ini untuk menyebarkan informasi tentang komunitas Hijab Queen dan mengenalkan kegiatan mereka.

Namun dalam poin ini juga peneliti melihat lebih lanjut media

¹²³ Jhon R Bittner, *Mass Communication: An Introduction, Fourth* (Newjersey: Prentice-Hall,1986), 12.

yang mereka gunakan dengan pengemasan materi keperempuanan dan kemuslimahannya.

Media yang sering juga kami gunakan dalam menyampaikan materi keperempuanan dan kemuslimahan adalah radio, terkhususnya dari devisi syar'i. Selain menyampaikan materi saya juga pernah dengan pengurus lainnya menjadi narasumber radio tentang pengenalan lebih jauh tentang komunitas Hijab Queens. Tetapi untuk mengisi materi keperempuanan dan kemuslimahan ini berbeda waktu dan jadwalnya. Untuk media selain radio kami juga terbuka dengan media lainnya apabila bisa kami gunakan media lainnya dengan kapasitas kami maka akan kami lakukan, seperti koran dan televisi lokal dari komunitas juga pernah hadir dan sharing tentang jilbab *fashion* dan Komunitas Hijab Queens.¹²⁴

Dari beberapa media massa yang digunakan oleh komunitas Hijab Queens baik dari pengurus komunitas dalam mengenalkan komunitas Hijab Queens, maupun dari devisi yang menjadi narasumber dan mengisi tentang keperempuanan dan kemuslimahan. Dengan ini terlihat keefektifan komunikasi yang mereka lakukan, ini yang membuat mereka lebih mudah terkenal di kalangan masyarakat Yogyakarta. Dengan berbagai media yang digunakan maka upaya lain dari komunitas seharusnya bisa konsisten terus menerus dalam mengisi atau jadi narasumber di sebuah media agar terus menunjukkan eksistensinya.

Untuk media radio kemungkinan ini akan terus berlanjut baik dari kami untuk berbagi dan sharing materi ke muslimah lainnya karena memang dari kami dan pihak radio sudah ada jadwal siaran. Tetapi untuk media cetak

¹²⁴ Arintiya Nadia, Wawancara Ketua Komunitas Hijab Queens, 16 November 2019.

koran dan media online hanya di waktu tertentu atau event besar yang kami lakukan sehingga ada beberapa media yang mau kerja sama untuk meliput kegiatan kami. Dan sama halnya dengan media televisi kalau di sini kami pernah hadir di televisi lokal Net Yogyakarta, ini hanya kurun waktu sebentar saja tidak bisa berkelanjutan seperti di radio.¹²⁵

2) Komunikasi Bermedia Nirmassa

Media nirmasa biasanya digunakan dalam komunikasi untuk orang-orang tertentu atau kelompok-kelompok tertentu. Seperti surat, papan pengumuman, poster dan lain-lain. Semua itu dikategorikan karena tidak mengandung nilai keserempakkan dan komunikannya tidak bersifat massal.

Untuk poster memang sesekali ada kami gunakan untuk mempromosikan komunitas Hijab Queens dan untuk mengenalkan kegiatan yang skala besar kami juga sering menggunakan baliho di tempat keramaian.¹²⁶

Meskipun intensitas media nirmassa kurang baik dibandingkan dengan media massa, tetapi ada waktunya media nirmassa ini akan efektif pada waktunya, seperti papan pengumuman dan poster akan lebih baik ditempatkan di ruang lingkup keramaian. Dengan hal tersebut membuat rasa penasaran khalayak ramai untuk melihatnya apabila dibuatkan semenarik mungkin melihat dari keterangan pengurus komunitas Hijab Queens ini juga sudah mereka lakukan, seperti membuat poster dan di tempatkan ke kampus-kampus yang ada

¹²⁵ Arintiya Nadia, Wawancara Ketua Komunitas Hijab Queens, 16 November 2019.

¹²⁶ Arintiya Nadia, Wawancara Ketua Komunitas Hijab Queens, 16 November 2019.

di Yogyakarta dan komunitas ini juga memanfaatkan baliho mengenalkan kegiatannya.

b. Media Internet dalam Dakwah

Internet adalah termasuk dalam kategori audio visual yang bisa merangkap antara visual dan tulisan yaitu media internet. Dan boleh dikatakan, media informasi ini akan menjadi sebuah komoditi primer dan sumber informasi dari kekuatan tertentu. Internet merupakan jaringan longgar dari ribuan jaringan komponen yang menjangkau jutaan orang seluruh dunia.

Dan sekarang, internet telah berkembang menjadi ajang komunikasi yang sangat cepat dan efektif. Pada perkembangan selanjutnya, dewasa ini, internet telah menjadi sedemikian besar dan berdaya sebagai alat informasi dan komunikasi yang tidak dapat diabaikan. Media internet, merupakan media yang bisa memuat apa saja dalam kelompok yang lebih luas, tetapi masih terbatas untuk kalangan tertentu.¹²⁷ Namun tidak menutup kemungkinan seiringan dengan perkembangan zaman dan peradaban manusia, media ini akan selalu menyajikan media yang akan banyak dicari orang karena jaringan informasinya yang lengkap dan tidak terbatas oleh ruang dan waktu.

Terkait penggunaan media dakwah, media internet akan menjadi media yang sangat efektif karena jangkauan dan macam-

¹²⁷ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, 109.

macam informasi yang mengalir begitu pesat yang akan menembus ruang dan waktu. Oleh karena itu, tidak mengherankan, jika dalam perkembangan selanjutnya media ini akan menempati posisi yang lebih kuat dibandingkan dengan media yang sudah ada sebelumnya.

Apabila diadopsi untuk aktivitas dakwah, maka pemanfaatan internet, jelas media internet akan lebih membantu para dai atau komunikator. Melihat dari penyebaran transformasi ajaran Islam (pesan dakwah) melalui internet dapat dilakukan dalam berbagai bentuk, diantaranya media sosial, instagram, facebook, youtube, website dan lain-lain. Berbagai fasilitas tersebut dapat dimanfaatkan untuk kepentingan dakwah, dan ini juga bergantung pada kemampuan kreativitas dan kemampuan intelektualitas dakwah yang disampaikan oleh komunikator, baik secara individual maupun kolektif.

Selain memberikan informasi mengenai komunitas Hijab Queens ke media sosial pribadi saya, saya juga sering membuat postingan berupa pesan-pesan dan *quote* yang tujuannya memang untuk saling berbagi pengetahuan dengan teman-teman sosial media saya. Untuk teman-teman di media sosial saya bermacam-macam mulai sesama anggota komunitas hijab Queens, keluarga, teman dari komunitas Hijabers lainnya, teman kuliah, dan teman-teman semuslimah lainnya. Dan banyak juga diantaranya teman-teman media sosial saya menanggapi dan bertanya mengenai postingan yang saya buat.¹²⁸

¹²⁸ Uswatun Hasanah, Wawancara Anggota Komunitas Hijab Queens, 10 Januari 2020.

Gambar 3.16

Kegiatan Galang Dana Komunitas Hijab Queens di Media Internet



Sumber: Dokumentasi Komunitas Hijab Queens

Peran media internet dari apa yang peneliti lihat di komunitas Hijab Queens memang digunakan dengan sebaik mungkin oleh pengurus komunitas dan anggota untuk berbagi informasi tentang komunitasnya. Terlihat juga dari beberapa penjelasan dari pengurus maupun anggota yang peneliti jelaskan sebelumnya. Dengan demikian upaya pembentukan identitas di masyarakat umum juga terbangun oleh media internet karena dengan media internet ini semua informasi memang sudah digenggam oleh komunitas dan sangat mudah untuk mengikuti dari apa yang mereka lihat.

5. Hambatan Komunikasi Dakwah Komunitas Hijab Queens

Terjadinya sebuah komunikasi adalah sebagai sebuah konsekuensi hubungan sosial “*social relations*”.¹²⁹ Kegagalan dalam berkomunikasi sering menimbulkan kesalah pahaman, kerugian, dan bahkan malapetaka. Resiko tersebut tidak hanya pada tingkat individu, tetapi juga tingkat lembaga, komunitas bahkan negara.¹³⁰ Dengan berkomunikasi pula manusia mengekspresikan dirinya, membentuk jaringan sosial, dan mengembangkan kepribadiaanya. Secara individual, kegagalan komunikasi menimbulkan frustasi, aliensi, dan penyakit-penyakit jiwa lainnya. Secara sosial kegagalan komunikasi menghambat saling pengertian, kerja sama, toleransi, dan merintangi pelaksanaan norma-norma sosial.

Untuk melakukan kegiatan aktivitas dakwah, harus dapat memahami komunikasi dan hambatan-hambatan apa yang akan menjadi rintangan dalam berkomunikasi. Menjalin komunikasi dengan orang lain juga tidaklah mudah, karena untuk mengubah pandangan, sikap dan prilaku orang lain terkait dengan dakwah yang disampaikan. Untuk dapat mengomunikasikan materi dakwah yang baik tentu harus mengetahui siapa yang menjadi sasaran dakwah. Dengan demikian akan mampu memprediksi tentang keefektifan terhadap dakwah yang akan dilakukannya.

¹²⁹ Effendy, *Ilmu Teori dan filsafat Komunikasi*, dalam Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, 113.

¹³⁰ Dedi Mulyana, *Komunikasi Populer, Kajian Komunikasi dan Budaya*, dalam Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, 113.

sebagaimana hambatan-hambatan dalam komunikasi, hambatan-hambatan dalam komunikasi dakwah meliputi:

a. *Noice Factor*

Hambatan berupa suara, baik disengaja atau tidak dalam ketika dakwah sedang berlangsung. Apabila komunitas Hijab Queens dalam menyampaikan materi, ini bisa terjadi hambatan berupa suara bising dari kendaraan bermotor, mobil, atau suara pesawat yang lewat, dan suara *microphone* terlalu pelan atau terlalu kuat. Dengan beberapa hambatan berkaitan dengan suara ini memang harus di persiapkan sedemikian rupa agar minim terjadinya *Noice Factor*.

b. *Semantic Factor*

Hambatan ini merupakan pemakaian kosakata yang tidak dipahami oleh mad'u. Disini lah pentingnya seorang komunikator dalam memahami *frame of referensi* dan objek dakwah. Point penting dari bahasa yang disampaikan dalam kedudukannya sebagai simbol-simbol konsep telah memungkinkan manusia untuk membahas konsepsi dalam pemikiran dengan cara simbolis dan dengan demikian membantunya untuk meralisasikan kemajuan ilmu pengetahuan yang ada. Sehingga setiap komunikasi yang menjadi sasaran komunitas Hijab Queens, dari komunitas perlu memerhatikan setiap kosakata yang akan mereka sampaikan dengan demikian akan meminimalisirkan kesalah pahaman dari komunikasi ke komunikator.

c. Interest

Apa yang disampaikan harus mampu menyodorkan *message* yang membangkitkan interest komunikan yang berbeda. Sebab pada dasarnya setiap manusia memiliki interset yang berbeda. Bagaimana keahlian seorang komunikator memahami materi dakwah sehingga komunikan tertarik untuk menyimaknya. Persoalan interest ini apabila tidak dipahami komunikan akan menimbulkan *feed back* dalam dakwah akan bersifat negatif dalam penerimaannya.

d. Motivasi

Motivasi ini terlihat dari sudut komunikan, bukan dari komunikatornya artinya motivasi dapat dikatakan sebagai penghambat dalam komunikasi dakwah, jika motivasi komunikan mendatangi aktivitas dakwah bersifat negatif. Motivasi itu sendiri sesungguhnya bukan merupakan hambatan, akan tetapi apabila isi komunikasi bertentangan dengan motivasi komunikan maka komunikasi akan mengalami hambatan. Dari poin ini juga anggota komunitas Hijab Queens dalam mengenalkan Hijab Queens atau menyampaikan materi harus dapat melihat dari segi komunikan atau peserta yang hadir dan bisa memberikan suasana yang bisa membuat komunikannya tergerak dan megikuti apa yang menjadi arahan komunikator.

e. Prasangka

Prasangka adalah hambatan yang paling berat terhadap kegiatan komunikasi dakwah. Dalam prasangka emosi memkasa seseorang

untuk menarik kesimpulan atas dasar prasangka tanpa menggunakan logika.

f. Hambatan Semantis

Hambatan ini menyangkut bahasa yang digunakan komunikator sebagai alat untuk menyalurkan pikiran dan perasaan pada komunikan. Demi kelancaran dalam berkomunikasi, komunikator harus benar-benar memperhatikan gangguan semantis, sebab salah ucap atau salah tulis dapat menimbulkan masalah pengertian atau salah tafsir, yang pada gilirannya menimbulkan salah komunikasi. Dari hambatan-hambatan ini sangat jelas bahwa komunitas Hijab Queens akan mengalaminya, keadaan ini perlu dipahami oleh komunitas sehingga ketika berada di lapangan dengan berbagai macam hambatan yang dialami bisa menyelesaikannya atau sudah mencegah dari awal hambatan-hambatan yang akan dihadapi.

Hambatan yang kami alami sebenarnya banyak dimulai dari komunitas Hijab Queens sendiri di mana anggota yang berani berbagi materi atau mengisi kajian di masyarakat Yogyakarta hanya beberapa orang. Hambatan dari luar juga seperti yang ikut hadir dalam kegiatan kajian pesertanya bisa dihitung dibandingkan dengan kegiatan *fashion show* yang peserta ikut meriahkannya cukup banyak. Selain itu ada juga peserta yang hadir kalau saya perhatikan mereka tidak menanggapi dengan serius apa yang saya bahas.¹³¹

Komunitas Hijab Queens dalam menghadapi hambatan tersebut masih belum bisa memaksimalkan dalam mencari solusinya karena belum adanya pemahaman khusus dari komunitas agar siap ketika berada

¹³¹ Imel Putri, Wawancara Divisi Syar'i Komunitas Hijab Queens, 09 Januari 2020.

dalam persoalan seperti ini. Memang dilihat dari beberapa komunitas atau organisasi tidak terlalu memperhatikan hambatan-hambatan yang akan mereka hadapi. Namun, ada baiknya keseriusan sebuah komunitas dalam hal ini khususnya komunitas Hijab Queens untuk mengerti betapa perlunya mengenali hambatan-hambatan yang akan dihadapi sebab hal ini juga menjadi penting bagi sebuah komunitas.

6. Efek dalam Komunikasi Dakwah

a. Kadar Efek Dakwah

Efek atau pengaruh merupakan perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan kalau dalam konteks dakwah berupa pesan dakwahnya. Dengan bahasa lain, efek dipahami juga sebagai penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap dan tindakan seorang sebagai akibat penerima pesan. Menurut kadarnya, efek komunikasi terdiri dari tiga jenis yakni: *efek kognitif*, *efek afektif*, dan *efek behavioral*.

Pesan dakwah dapat menimbulkan berbagai macam efek seperti halnya efek komunikasi salah satunya efek kognitif yang terjadi pada komunikan bisa berhasil membuat komunikan mengerti, dengan demikian menjad sebuah informasi atau pengetahuan komunikan tersebut. Apabila pesan tadi, selain membuat komunikan mengerti, tetapi juga tersentuh lubuk hatinya, sehingga menimbulkan perasaan tertentu padanya, misalnya merasa iba, sadar, takut, khawatir, sedih,

benci, gembira, bahagia, dan lain sebagainya, maka efek itu adalah efek afektif, efek yang lebih tinggi kadarnya dari pada efek kognitif.

Yang lebih tinggi dari kadar jenis efek tersebut adalah efek behavioral, karena pesan komunikasi tadi tidak hanya berhasil membuat komunikan mengerti disertai perasaan tertentu, tetapi juga melakukan kegiatan atau perbuatan dan tindakan. Sebuah pesan yang menyentuh dan mampu merangsang individu untuk menolak atau menerima, pada umumnya melalui proses mengerti (proses kognitif), proses menyetujui (proses objektif), dan proses pembuatan (psikomotorik).

Efek kognitif, terjadi jika ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, dan diapresiasi oleh khalayak. Efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan, atau informasi. Sekaligus merupakan efek yang amat menentukan aspek-aspek perubahan berikutnya. Berkaitan dengan proses dakwah bahwa efek terjadi setelah menerima pesan dakwah, mad'u akan menyerap pesan dakwah tersebut melalui proses berpikir, dan efek kognitif tersebut bisa terjadi apabila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, dan dimengerti oleh mad'u tentang isi pesan yang dipahami.¹³²

Efek afektif akan timbul jika ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi, atau dibenci khalayak, yang meliputi segala yang berkaitan dengan emosi, sikap serta nilai. Terkait dengan dakwah efek

¹³² Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, 118.

afektif merupakan pengaruh dakwah berupa perubahan sikap komunikasi setelah menerima pesan. Sikap di sini adalah sama dengan proses belajar dengan tiga variabel sebagai penunjangnya, yaitu perhatian, pengertian, dan penerimaan. Pada aspek ini pula, mad'u dengan pemikiran dan pengertiannya terhadap pesan dakwah yang telah diterimanya akan membuat keputusan untuk menerima atau menolak pesan dalam dakwah.

Efek behavioral, merujuk pada perilaku nyata yang dapat dipahami, yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan tindakan berperilaku. Dengan demikian, efek behavioral akan muncul setelah melalui tahapan efek kognitif dan efek afektif. Efek behavioral dapat dipahami dan dijabarkan sebagai seorang akan bertindak dan bertingkah laku. Dengan karakter, jika komunikasi bertindak positif maka akan cenderung untuk berbuat baik dan inilah yang masuk dalam perilaku dakwah, yaitu berperilaku positif, sesuai dengan ajaran Islam, baik secara individu maupun masyarakat. Sedangkan, apabila komunikasi bereaksi negatif maka akan cenderung untuk berbuat yang tidak baik.

b. Efek Berdasarkan Respon Mad'u

Point penting mengenai timbal balik atau *feedback*, keadaan ini memberikan posisi yang begitu penting dalam sebuah komunikasi, karena dapat menentukan bagaimana komunikasi yang dilakukan komunikator bisa terus berlanjut atau berhenti. Sifat dari *feedback* ini

dapat menimbulkan sifat positif maupun sifat negatif. Untuk sifat positif ini merupakan tanggapan respon yakni berupa reaksi dari komunikasi yang bisa menyenangkan komunikator dengan demikian komunikasi dapat berjalan dengan baik. Sebaliknya, *feedback* bersifat negatif merupakan tanggapan dari komunikasi tidak begitu menyenangkan sehingga komunikator tidak memiliki sungkan dalam melanjutkan komunikasinya. Dengan keadaan seperti ini komunikator yang baik merupakan orang yang memperhatikan *feedback*, sehingga bisa mengubah gaya komunikasinya dengan melihat keadaan reaksi komunikasi yang bersifat negatif.

Dari beberapa kajian yang pernah saya hadiri, respon peserta dari apa yang disampaikan ini bermacam-macam mulai dari yang aktif dalam menanggapi dan ada juga yang biasa saja. Saya juga sering membawakan kajian ke yang lebih santai sebab saya juga tidak ingin seperti saya yang lebih paham semuanya dari apa yang saya sampaikan, jadi ketika saya mengisi materi bagaimana caranya peserta lebih leluasa menanggapi tanpa terbatas untuk menanggapi apa yang saya sampaikan.¹³³

Efek komunikasi dakwah komunitas Hijab Queens perlu dipahami oleh anggota bahwa dari apa yang mereka sampaikan tentang komunikasi dakwah berupa kajian atau diskusi, sebab apa yang mereka lakukan apakah bisa sampai dengan baik ke komunikasi atau tidak, sehingga tidak adanya kendala dan masyarakat Yogyakarta tidak mengkonstruksinya dengan salah. Efek yang ditimbulkan oleh komunitas Hijab Queens juga di masyarakat seharusnya bisa membuat komunikasi lebih menerima dengan baik apa yang disampaikan oleh

¹³³ Imel Putri, Wawancara Divisi Syar'i Komunitas Hijab Queens, 09 Januari 2020.

komunitas Hijab Queens dan mencoba menerapkan dalam kesehariannya mereka. Keadaan ini juga membuat anggota yang menyampaikan komunikasi dakwah harus lebih ekstra mengetahui apa yang menjadi kebutuhan komunikasi, dan menyajikan dengan benar apa yang menjadi sebuah kebutuhan komunikasi tersebut.

