

**ANALISIS PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP MINDSET
PENGGUNA HIJAB SEBAGAI IDENTITAS DIRI ATAU
FENOMENA SOSIAL DI KALANGAN MAHASISWA
UNIVERSITAS TIDAR**

Alda Aulia Nadhila^{1*}, Siti Khoerun Ni'mah², Zahra Fauziah Jasmine³,
Armelia Ari Firdatama⁴, Anis Sufanniyah⁵
Fakultas Ekonomi, Universitas Tidar Magelang, Indonesia^{1,2,3,4,5}
E-mail: alda.aulia.nadhila@students.untidar.ac.id¹

INFO ARTIKEL

Diterima:
15 November 2022
Direvisi:
20 November 2022
Disetujui:
25 November 2022

ABSTRAK

Dewasa ini fenomena penggunaan hijab telah bergeser maknanya, hijab tidak hanya digunakan sebagai penutup aurat sesuai syariat Islam, tetapi kini sebagian besar hijab telah berubah makna menjadi fashion. Semakin berkembangnya zaman pengaruh media sosial telah mempengaruhi mindset seseorang dalam menggunakan hijab sebagai identitas diri, dan fenomena sosial ini dapat kita temui juga di kalangan Mahasiswa Universitas Tidar. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh media sosial terhadap mindset penggunaan hijab sebagai identitas diri di kalangan mahasiswa Universitas Tidar.

Penelitian ini termasuk kedalam jenis penelitian kualitatif. Subjek penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Tidar. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dengan kuesioner dan wawancara. Metode yang digunakan berupa metode kualitatif analisis deskriptif. Sedangkan pada penarikan kesimpulan, metode yang digunakan adalah metode deduktif dalam membuktikan hipotesis penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan mahasiswi Universitas Tidar mengakui bahwa penggunaan hijab itu penting sebagai identitas diri seorang muslimah, dan media sosial merupakan faktor yang mampu membawa pengaruh dalam perkembangan fashion hijab mahasiswi, untuk menjadi lebih stylish, cantik dan tidak ketinggalan jaman, serta perkembangan fashion hijab mampu memotivasi orang lain dalam menggunakan hijab. Muslimah dengan jilbabnya ingin menciptakan kesan positif yang santun dan feminim di mata orang lain. Singkatnya, saat ini mahasiswi berhijab sesuai ketentuan Islam dengan tetap memperhatikan tren yang sedang berkembang.

Kata kunci: Media Sosial, Hijab, Identitas Diri, Fenomena Sosial

ABSTRACT

Today the phenomenon of using hijab has shifted its meaning, hijab is not only used as an aurat cover according to Islamic law, but now most hijab has changed its meaning into fashion. The growing influence of social media has influenced a person's mindset in using hijab as self-identity, and this

social phenomenon can also be found among Tidar University students. The purpose of this study was to describe and analyze the influence of social media on the mindset of using hijab as self-identity among Tidar University students.

This research is included in the type of qualitative research. The subject of this study was a student of Tidar University. The data collection technique used in this study was primary data with questionnaires and interviews. The method used is a qualitative method of descriptive analysis. While in drawing conclusions, the method used is a deductive method in proving the research hypothesis.

The results showed that Tidar University students recognized that the use of hijab is important as a Muslim woman's identity, and social media is a factor that can influence the development of female student hijab fashion, to be more stylish, beautiful and not outdated, and the development of hijab fashion is able to motivate others to use hijab. Muslim women with their hijab want to create a positive impression that is polite and feminine in the eyes of others. In short, currently female students wear hijab according to Islamic provisions while still paying attention to emerging trends.

.Keywords: Social Media, Hijab, Self-Identity, Social Phenomena



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International

PENDAHULUAN

Pada saat ini hijab di Indonesia sudah mengalami perkembangan makna. Hal ini tentunya tidak lepas dari adanya perkembangan *fashion* hijab yang bervariasi (Alfaini, 2021). Pada awal perkembangannya, peminat untuk mengenakan hijab sangat rendah. Dulu seorang perempuan yang memutuskan untuk menggunakan hijab harus mampu mencerminkan karakter Islam baik melalui sikap, perilaku maupun ucapan. Selain itu, hijab dipandang eksklusif, ribet, tradisional dan sering menghambat aktivitas. Apalagi model dan corak pakaian hijab yang sangat monoton dan tidak bervariasi (Nourwahida, 2018). Tidak heran jika dulu banyak *public figure* yang menolak untuk berhijab.

Namun, seiring berkembangnya zaman populasi penggunaan hijab semakin meningkat. Adanya peran media sosial telah banyak merubah tatanan kerudung atau jilbab yang dahulu dipandang kuno menjadi sebuah *fashion* hijab yang modern dan *stylist* (Rohmah & Prawoto, 2020). Media sosial dapat diartikan sebagai kumpulan perangkat lunak yang dapat membantu individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Adanya media sosial merupakan bukti nyata dampak dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat luar biasa. Kehadiran media sosial sebagai dampak dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi memang luar biasa. Dengan berbagai layanan yang tersedia, media sosial telah merubah cara berkomunikasi dalam masyarakat serta pola pikir yang ada di masyarakat (Tafsiruddin, 2021). Kehadiran media sosial juga terbukti dapat

membawa dampak dalam berbagai aspek yang ada di masyarakat saat ini, salah satunya cara berpakaian (Harahap & Adeni, 2020).

Melalui media sosial para pengguna hijab dapat mengembangkan inovasi dan kreatifitasnya dalam membuat tatanan busana hijab yang modern. Hal ini mampu mempengaruhi *mindset* pengguna hijab yang dahulu menampakkan kesan kuno dan tidak menarik menjadi sebuah fenomena yang modern dan menarik (Alfi'ah et al., 2020). Adanya fenomena ini, tidak sedikit muslimah yang mulai tertarik untuk menggunakan hijab. Banyak muslimah yang mengenakan hijab sesuai dengan ikon tatanan busana kegemarannya. Penggunaan hijab kini tidak sebatas ungkapan takwa perempuan sebagai muslimah. Pesatnya perkembangan trend hijab mampu mendorong banyak perempuan untuk mengekspresikan identitas modern dan keagamaannya (Sabka et al., 2019).

Adanya tren *fashion* hijab juga memberi peluang besar bagi Indonesia mengingat mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam. Hal ini dibuktikan data Kementerian Dalam Negeri bahwa jumlah penduduk muslim di Indonesia mencapai 273, 32 juta jiwa atau meningkat sebesar 86,9 % per 31 Desember 2021 (Bayu, 2021). Perkembangan *fashion* hijab di Indonesia membawa pengaruh baik bagi wanita muslim untuk menjalankan kewajiban berhijab dan berpakaian tertutup atau menutup aurat. Aurat seorang muslimah menurut Ulama Syafi'iyah adalah seluruh badan kecuali kedua telapak tangan dan wajahnya (Sesse, 2016). Menutup aurat bagi seorang muslimah hukumnya adalah wajib sesuai dengan kandungan Q.s. Al-Ahzab ayat 59 yang menyatakan bahwa “Allah SWT memerintahkan kaum wanita untuk menutup aurat dengan jilbabnya untuk melindungi hamba-Nya”. Akan tetapi, tren *fashion* hijab saat ini banyak yang melenceng dari dasar peraturan agama (Mahmud et al., 2020). Fenomena penggunaan hijab juga telah mengalami pergeseran makna, hijab tidak hanya sebagai kewajiban sebagai umat Islam, tetapi dijadikan tren *fashion* bagi para pengguna hijab masa kini. Bahkan, sudah banyak ditemukan tren *fashion* hijab yang melenceng dari syariat Islam yang menampilkan bentuk lekukan tubuh (Rohmah & Prawoto, 2020).

Berdasarkan latar belakang di atas, maka fokus penelitian ini adalah pengaruh media sosial terhadap pengguna hijab sebagai identitas diri atau fenomena sosial. Penelitian ini memilih objek penelitian mahasiswi Universitas Tidar. Alasan mendasar peneliti memilih objek ini karena banyak ditemukan mahasiswi Universitas Tidar yang menggunakan hijab dan tentunya juga aktif di media sosial.

Tujuan Penelitian: Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis dan membuktikan pengaruh media sosial terhadap pengguna hijab sebagai identitas diri atau fenomena sosial di kalangan mahasiswi Universitas Tidar.

Manfaat dan Potensi Penelitian: Penelitian ini dimaksudkan untuk meningkatkan kepedulian terhadap pengaruh media sosial bagi pengguna hijab sebagai identitas diri atau fenomena sosial di kalangan mahasiswi Universitas Tidar. Penelitian ini juga bermanfaat untuk meningkatkan *analytical thinking* peneliti, melengkapi, serta menyempurnakan penelitian yang telah dilakukan

terhadap pengaruh media sosial terhadap pengguna hijab sebagai identitas diri atau fenomena sosial di kalangan mahasiswi Universitas Tidar.

Tinjauan Pustaka

Media Sosial

Media sosial merupakan sebuah jembatan komunikasi antar personal, badan, atau lembaga melalui fasilitas internet (Purawinangun & Yusuf, 2020). Berdasarkan penelitian terdahulu oleh Dimas Ary Satri dan Ratri Kusumaningtyas (2021), media sosial khususnya Instagram memiliki pengaruh terhadap perkembangan *fashion* hijab, apalagi dengan adanya salah satu fitur untuk berbagi foto maupun video dari pengguna.

Hijab

Hijab merupakan pembatas yang menjadi penghalang seorang perempuan supaya tidak terlihat oleh seorang laki-laki (Suhendra, 2016). Berdasarkan penelitian sebelumnya oleh Diniati (2018), pengetahuan mengenai hijab di kalangan mahasiswi Universitas Hassanudin berfokus pada jenis-jenis hijab yang digunakan saat di kampus.

Identitas Diri

Identitas diri merupakan suatu kesadaran yang mendalam mengenai diri sendiri. Identitas diri menggambarkan tentang profil diri, posisi diri, harga diri, maupun kedudukan sosial (Hidayah & Huriati, 2016). Erikson dalam (Purwanti, 2013) menyatakan bahwa aspek-aspek identitas diri terdiri dari genetic, adaptif, structural, dinamis, timbali balik psikososial, dan status eksistensial yang membantu individu dalam menemukan jati dirinya.

Fenomena Sosial

Fenomena sosial merupakan sebuah kejadian atau peristiwa luar biasa yang dapat dilihat dengan panca indra. Menurut Moeryadi dalam (Mutiah, 2017) fenomena harus terlebih dahulu melihat “penyaringan” (*ratio*), sehingga mendapatkan kesadaran yang asli .

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Universitas Tidar, Magelang pada periode waktu bulan Oktober hingga November 2022. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer menggunakan kuesioner dan wawancara kepada beberapa responden terpilih. Objek pada penelitian ini adalah mahasiswi Universitas Tidar. Sampel pada penelitian ini sebanyak 50 responden. Metode yang digunakan berupa metode kualitatif analisis deskriptif dimana data terkumpul kemudian diolah dan diuji lebih lanjut untuk mencapai satu gambaran terperinci terhadap topik terkait. Sedangkan pada penarikan kesimpulan, metode yang digunakan adalah metode deduktif untuk membuktikan hipotesis penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Alasan Penggunaan Hijab

Rata-rata responden menjawab menggunakan hijab sebagai identitas diri atau suatu kewajiban bagi umat Islam untuk menutup aurat bagi seorang muslimah. Selain itu, terdapat alasan lain dalam menggunakan hijab yaitu atas dasar kenyamanan, untuk melindungi diri, dan aturan dalam norma masyarakat.

Motivasi Penggunaan Hijab

Rata-rata responden menjawab motivasi menggunakan hijab adalah atas dasar kewajiban atau mengikuti perintah agama Islam untuk menutup aurat. Selain itu, terdapat motivasi lain seperti memperbaiki diri, menjaga kehormatan, dukungan keluarga, dan melihat anak kecil.

Hijab Sebagai Identitas Diri

Rata-rata responden setuju bahwa hijab mampu mencerminkan identitas diri seorang muslimah. Selain itu, ada beberapa responden yang kurang setuju dengan hal ini dikarenakan hijab di masa kini bukan hanya sebagai identitas diri melainkan hanya mengikuti trend fashion untuk tampil cantik (Qadrijal, 2019).

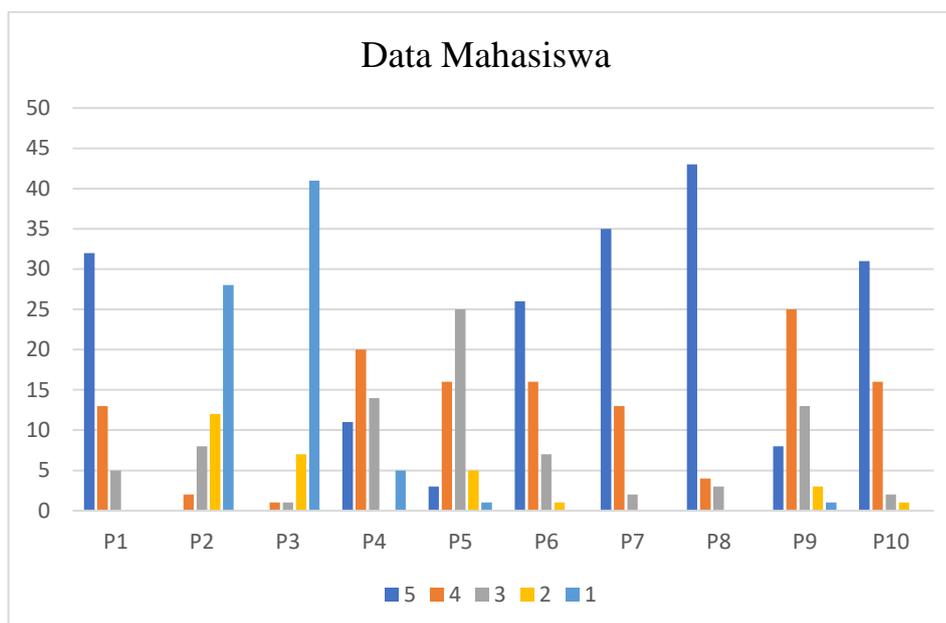
Trend Perkembangan Hijab di Media Sosial

Rata-rata responden menjawab trend perkembangan hijab masa kini semakin bervariasi dan banyak inovasi model hijab yang menarik serta mampu mendukung kebebasan dan ekspresi diri. Namun, ada juga yang menjawab bahwa trend hijab di media sosial kurang baik karena banyak yang melenceng dari syariat Islam.

Pengaruh Media Sosial terhadap *Style* atau Gaya Hijab

Rata-rata responden menjawab media sosial sangat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *style* atau gaya hijab seseorang sehingga mampu meningkatkan minat seseorang untuk menggunakan hijab. Dari media sosial seseorang dapat mengetahui gaya hijab yang sedang trend dan banyaknya gaya hijab yang menarik sehingga dapat untuk diadopsi gaya tersebut sesuai yang diinginkan.

Selain itu, peneliti juga telah menyebarkan kuesioner kepada 50 responden dengan hasil sebagai berikut:



Berdasarkan data yang telah diolah, didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Pada pernyataan pertama, mayoritas responden sangat setuju dengan pernyataan bahwa terdapat kesadaran dari diri sendiri mengenai pengenalan hijab berkaitan dengan identitas responden.
2. Pada pernyataan kedua, mayoritas responden sangat tidak setuju dengan pernyataan bahwa pilihan menggunakan mereka dipengaruhi dengan adanya tren *fashion* yang terdapat di media sosial, tapi terdapat juga beberapa responden yang setuju mengenai pernyataan tersebut.
3. Pada pernyataan ketiga, mayoritas responden bereaksi sangat tidak setuju dengan pernyataan bahwa penggunaan hijab dilakukan karena adanya paksaan dari pihak eksternal.
4. Pada pernyataan keempat, kebanyakan responden menyetujui pernyataan bahwa terdapat dampak media sosial terhadap motivasi mahasiswa Universitas Tidar dalam penggunaan hijab.
5. Pada pernyataan kelima, mayoritas responden beropini netral terhadap pernyataan bahwa penggunaan hijab mereka sudah dilakukan sesuai dengan syariat islam, namun terdapat juga responden yang berpendapat setuju berkaitan dengan pernyataan tersebut.
6. Pada pernyataan keenam, mayoritas responden berpendapat sangat setuju terhadap pernyataan bahwa hijab dapat melindungi diri.
7. Pada pernyataan ketujuh, kebanyakan responden sangat setuju kalau dengan menggunakan hijab, terdapat rasa nyaman yang timbul pada diri seseorang.

8. Pada pernyataan kedelapan, hampir keseluruhan responden berpendapat sangat setuju jika penggunaan hijab merupakan sebuah kewajiban bagi para Muslimah.
9. Pada pernyataan kesembilan, banyak responden yang setuju terhadap kekonsistenan dalam penggunaan hijab pada kehidupan sehari-hari mereka.
10. Pada pernyataan kesepuluh, keseluruhan responden merasa setuju dan sangat setuju dengan pernyataan bahwa dengan menggunakan hijab, rasa senang timbul dalam diri mereka.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada Mahasiswi Universitas Tidar dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut: 1) Mahasiswi Universitas Tidar menyadari bahwa menggunakan hijab itu penting sebagai identitas diri seorang muslimah. 2) Mahasiswi Universitas Tidar menyadari bahwa media sosial mampu membawa pengaruh bagi perkembangan *fashion* hijab yang membuat mahasiswi tersebut menjadi lebih *stylish*, cantik dan tidak ketinggalan jaman. 3) Mahasiswi Universitas Tidar menyadari bahwa adanya perkembangan *fashion* hijab mampu memotivasi orang lain untuk menggunakan hijab.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfaini, S. (2021). Perspektif Al-Qur'an Tentang Konten Tarian Viral Para Muslimah Pada Aplikasi Tik Tok. *Al-Mutsala*, 3(1), 44–53.
- Alfi'ah, F. R., Rahman, A., & Nurcahyono, O. H. (2020). Hiperrealitas Konsumsi Tanda Dan Makna Pada Trending Fashion Jilbab Oleh Mahasiswi. *Fikri: Jurnal Kajian Agama, Sosial Dan Budaya*, 5(2), 197–209.
- Bayu, D. (2021, December 31). *Sebanyak 86,9% Penduduk Indonesia Beragama Islam*. DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/ragam/detail/sebanyak-869-penduduk-indonesia-beragama-islam>
- Harahap, M. A., & Adeni, S. (2020). Tren penggunaan media sosial selama pandemi di indonesia. *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 7(2), 13–23.
- Hidayah, N., & Huriati, H. (2016). Krisis identitas diri pada remaja “identity crisis of adolescences.” *Sulesana: Jurnal Wawasan Keislaman*, 10(1), 49–62.
- Mahmud, Y., Paat, C. J., & Lesawengen, L. (2020). Jilbab Sebagai Gaya Hidup Wanita Modern di Kalangan Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi. *HOLISTIK, Journal of Social and Culture*.

- Mutiah, T. (2017). Fenomena Hijabers Kontemporer menggunakan media sosial instagram dalam membentuk identitas. *Komunikais: Jurnal Komunikasi*, 8(1).
- Nourwahida, C. D. (2018). Peran Media Online Terhadap Fashion Hijab Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan IPS, Fakultas Ilmu arbiyah Dan Keguruan Universitas Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. *Sosio Dadikta : Social Science Education Journal*.
- Purawinangun, I. A., & Yusuf, M. (2020). Gerakan Literasi Generasi Milenial Melalui Media Sosial. *Lingua Rima: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 9(1), 67. <https://doi.org/10.31000/lgrm.v9i1.2401>
- Purwanti, F. (2013). Identitas diri remaja pada siswa kelas XI SMA Negeri 2 Pematang ditinjau dari jenis kelamin. *Developmental and Clinical Psychology*, 2(2).
- Qadrijal, M. N. (2019). *Hijab Menurut Perspektif Yusuf Al-Qaradhawi* [Doctoral dissertation]. UIN Ar-Raniry.
- Rohmah, S. N., & Prawoto, I. (2020). Hijab dan Niqab: Kewajiban ataukah Anjuran?(Analisis Pemikiran Muhammad Ali al-Shabuni dan Muhammad Quraish Shihab Tentang Jilbab dan Niqab). *Mizan: Journal of Islamic Law*, 4(1), 73–82.
- Sabka, F. B., Setyanto, Y., & Winduwati, S. (2019). Pengungkapan Identitas Diri Melalui Komunikasi Non Verbal Artifaktual Pada Komunitas Crossdress Cosplay Jepang. *Koneksi*, 2(2), 345. <https://doi.org/10.24912/kn.v2i2.3905>
- Sesse, M. S. (2016). Aurat Wanita dan Hukum Menutupnya Menurut Hukum Islam. *AL-MAIYYAH: Media Transformasi Gender Dalam Paradigma Sosial Keagamaan*, 9(2), 315–331.
- Suhendra, A. (2016). Kontestasi Identitas Melalui Pergeseran Interpretasi Hijab Dan Abstrak Jilbab Dalam Al Qur'an. *Palastren: Jurnal Studi Gender*, 6(1), 1–22.
- Tafsiruddin, T. (2021). Pengaruh Media Sosial Terhadap Pola Pikir Masyarakat. *Nathiqiyah*, 4(2), 104–116.