**BAB I**

**PENDAHULUAN**

* 1. **Latar Belakang**

Semakin berkembangnya zaman, tidak hanya teknologi saja yang mengalami perubahan. Banyak aspek-aspek kehidupan yang mulai menyusul perkembangan teknologi tersebut. Begitu pula manusia sebagai makhluk sosial yang senantiasa ingin berhubungan dengan manusia lainnya, ia selalu memiliki rasa ingin tahu dan rasa itulah yang memaksa manusia untuk berkomunikasi. Komunikasi merupakan hal yang tak lepas dari kehidupan manusia sehari-hari. Manusia sangat dipengaruhi oleh komunikasi yang dilakukannya dengan manusia lain, baik yang sudah dikenal maupun yang tidak dikenal sama sekali. Komunikasi memiliki peran yang sangat vital bagi kehidupan manusia, karena itu kita harus memberikan perhatian yang seksama terhadap komunikasi, khususnya teori komunikasi.

Komunikasi merupakan suatu peran yang mutlak dalam kegiatan sehari-hari pada manusia. Komunikasi adalah suatu proses penyampaian pesan atau informasi kepada satu orang atau lebih, maka dari itu kita tidak dapat tidak berkomunikasi. Seseorang selalu berupaya mamahami setiap peristiwa yang dialaminya. Orang memberikan makna terhadap apa yang terjadi di dalam dirinya sendiri atau lingkungan sekitarnya. Terkadang makna yang diberikan itu sangat jelas dan mudah dipahami orang lain, namun terkadang makna itu buram, tidak dapat dipahami dan bahkan bertentangan dengan makna sebelumnya. Dengan memahami teori komunikasi, maka seseorang dapat menafsirkan peristiwa secara lebih fleksibel dan bermanfaat.

Setiap orang pada dasarnya menggunakan teori yang digunakan untuk memandu orang memahami berbagai hal dan memberikan keputusan mengenai tindakan apa yang harus dilakukan. Teori selalu berubah dari waktu ke waktu. Perubahan teori terjadi ketika orang menemukan hal baru atau mendapatkan perspektif baru. Salah satu contohnya seperti trend *fashion*.

Berbicara mengenai *fashion*, sepintas adalah mengenai pakaian atau busana atau juga penampilan. Dan berbicara tentang pakaian adalah berbicara mengenai sesuatu yang sangat melekat dengan diri kita. *Fashion* juga bukan hanya tentang pakaian dan penampilan, tapi juga peran dan makna pakaian dalam tindakan sosial. Dengan kata lain, *fashion* bisa di metaforakan sebagai kulit sosial. Yang didalamnya membawa pesan dan gaya hidup suatu komunitas tertentu yang adalah suatu bagian dari kehidupan sosial. Disamping itu *fashion* juga mengekspresikan suatu identitas seseorang.

Beradaban manusia telah mengalami kemajuan hingga saat ini. Seperti halnya perkembangan *fashion* di Indonesia, tidak terlepas dari nama-nama desainer atau perancang busana. Istilah *fashion* sering digunakan dalam arti positif, sebagai sinonim untuk glamour, keindahan dan gaya atau *style* yang terus mengalami perubahan dari satu period ke periode berikutnya, dari generasi ke generasi. *Fashion* juga semakin menjadi industri yang menguntungkan hingga di dunia Internasional. *Fashion* atau model busana, rancangan pakaian, gaya kostum dan lain-lain di Indonesia sudah sampai titik mengesankan. Hal ini bisa dilihat dengan begitu maraknya yang menjual dan mengiklankan display gaya-gaya *fashion* yang variatif.

Ini menunjukkan betapa masyarakat sekarang ini sudah sangat menyadari akan kebutuhan *fashion* yang lebih dari sekedar berpakaian, tapi juga bergaya dan trendi. Karena pakaian adalah salah satu mesin komunikasi atau sarana komunikasi dalam masyarakat, sadar atau tidak sadar kita bisa menilai kepribadian seseorang dari apa yang mereka pakai.

Perkembangan *fashion* kali ini terjadi pada kaum muslim. Kini hijab menjadi trend *fashion* yang nilainya sangat tinggi di masyarakat, khususnya pada remaja-remaja muslim. Mereka biasa menyebutnya “*hijabers*”. Sampai saat ini hijab semakin diminati oleh masyarakat, dengan model hijab yang menarik dan berbagai macam tutorialnya. Bahkan masyarakat juga banyak mengikuti berbagai macam gaya hijab dari para model hijabers yang menjadi salah satu inspirasi mereka untuk menggunakan hijab. Hal ini juga karena banyaknya desainer-desainer muda yang memfokuskan diri pada *fashion* hijab, dan banyak wanita remaja muslim berhijab sehingga mereka tetap tampil keren dan trendi dengan memakai hijab. Bahkan karena Indonesia merupakan negara dengan penduduk muslim terbanyak, Indonesia disebut-sebut sebagai calon pusat *fashion* hijab di seluruh dunia.

Dalam bahasa, hijab dan jilbab pun memiliki makna yang berbeda yang banyak disalah artikan oleh masyarakat kita. Pengertian dari hijab adalah kata dalam bahasa arab yang berarti penghalang. Pada beberapa negara berbahasa arab serta negara-negara barat, kata “hijab” lebih sering merujuk kepada kerudung yang digunakan oleh wanita muslimah. Namun dalam keilmuan islam, hijab lebih merujuk kepada tata cara berpakaian yang pantas dengan tututan agama. Sedangkan pengetian jilbab sendiri adalah pakaian terusan panjang menutupi seluruh badan kecuali tangan, kaki dan wajah yang biasa dikenakan oleh para wanita muslim. Penggunaan pakaian jenis ini terkait dengan tuntutan syariat islam untuk mengenakan pakaian yang menutup aurat atau yang dikenal dengan istilah hijab.

Seorang wanita muslim yang berhijab itu menutup aurat sampai ke dadanya sesuai dengan syariat agama islam. Banyaknya wanita muslimah yang memakai hijab tidak lantas membuat mereka terbebas dari cibiran dan pandangan negartif dari masyarakat. Para remaja muslimah yang memakai hijab trendi dan modis ala hijabers kadangkala dianggap hanya mengikuti trend *fashion* semata, tetapi memang seperti yang dilihat oleh kasat mata, *fashion* hijab masa kini telah menjadi kebutuhan remaja muslim.

Kota Bandung sangat di populerkan dengan kota kuliner dan kota *fashion*. Hal ini sudah terbukti dengan masyarakatnya yang kreatif dan *fashionable*. Dengan maraknya busana-busana hijab yang kian meningkat, khususnya di negara Indonesia ini, bahkan designer-designer muda, semakin banyak pula para wanita muslimah khususnya pada kalangan remaja mendapatkan rasa ketertarikan untuk mengenakan hijab. Hal ini juga disebabkan munculnya sosok designer sekaligus model hijabers muda yang biasa dikenal dengan sebutan Dian Pelangi. Hijabers ini adalah salah satu model yang banyak memberikan inspirasi kepada wanita muslimah. Oleh karena itu Kota Bandung dikenal dengan orang-orangnya yang *fashionable* dan semakin banyak warganya yang memproduksi karyanya dalam bidang *fashion* seperti *fashion* hijab yang sedang trend pada masa kini.

Meningkatnya jumlah wanita remaja muslim yang memakai hijab ini juga tidak lepas dari banyaknya komunitas-komunitas jilbab kontemporer, salah satunya adalah Hijabers Community Bandung. Hijabers Community ini adalah salah satu komunitas hijabers yang didirikan oleh Dian Pelangi. Dan salah satu event yang sering digelar oleh mereka yaitu seperti Hijab Class dan pengajian. Dalam acara Hijab Class ini para peserta diajarkan tentang bagaimana memakai jilbab yang modis dan trendy. Para hijabers masa kini juga memanfaatkan media sosial dalam mengeksplore gaya dan macam model hijab yang mereka kenakan.

Akhir-akhir ini hijabers manjadi komunitas yang selalu hangat sebagai sorotan masyarakat. Permasalahan ini dapat kita teliti dengan baik agar lebih mengetahui bagaimana hijab itu berpengaruh bagi para hijabers agar tidak salah dalam mengartikan sebuah hijabers yang sekarang ini sedang menjadi kebutuhan trend *fashion* pada kalangan wanita remaja, khususnya di Kota Bandung.

Hijabers adalah sebuah fenomena baru yang luar biasa, akan tetapi banyak permasalahan di dalamnya, dimana peneliti mengkhawatirkan wajah Indonesia sebagai negara yang sangat konsumtif dalam dunia *fashion* akan selalu memunculkan permasalahan dalam fenomena hijabers ini.

Berdasarkan fenomena dan pemaparan diatas, maka peneliti berminat untuk mendalami dan meneliti lebih lanjut mengenai kasus tersebut dengan judul **“FENOMENA FASHION HIJAB PADA KALANGAN REMAJA DI KOTA BANDUNG”**

* 1. **Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, maka permasalahan yang menjadi perhatian pertama adalah :

1. Bagaimana hijab sebagai *life style.*
2. Bagaimana hijab sebagai kebutuhan *fashion* masa kini.
3. Bagaimana hijab dapat membentuk karakter seseorang.
   1. **Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah untuk menyelesaikan program studi (S1) Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan. Kemudian ada juga tujuan lain sesuai dengan masalah yang akan diteliti oleh peneliti sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui hijab sebagai *life style*.
2. Untuk mengetahui hijab sebagai kebutuhan *fashion* masa kini.
3. Untuk mengetahui hijab dapat membentuk karakter seseorang.
   1. **Kegunaan Penelitian**

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan suatu ilmu. Sesuai tema yang diangkat, maka kegunaan penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu kegunaan teoritis dan kegunaan praktis. Secara umum diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat dalam pengembangan Ilmu Komunikasi, khususnya pada bidang *jurnalistik* :

* + 1. **Kegunaan Teoritis**

1. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah variasi bahan kajian tentang *fashion* hijab pada kalangan remaja, serta memberikan konstribusi bagi penelitian komunikasi lain yang mengambil objek serupa.
2. , yaitu kegunaan teoritis dan kegunaan praktis. secaraDengan selesainya penelitian ini, maka sangat berguna bagi perkembangan program studi ilmu komunikasi pada umumnya, begitu juga dengan pengumpulan informasi-informasi penting dalam penelitian *fashion* hijab pada kalangan remaja di Kota Bandung
3. menjadiMenjadi bahan masukan, informasi, referensi dan bahan kepustakaan bagi pihak yang membutuhkan.
   * 1. **Kegunaan Praktis**
4. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat pengetahuan masyarakat, khususnya wanita remaja mengenai *fashion* hijab.
5. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan berusaha memahami tentang hijab sebagai *lifestyle* serta karakter *hijabers* mengenai *fashion* hijab yang menjadi kebutuhan masa kini, khususnya di Kota Bandung.
6. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan masukan, rekomendasi, pemikiran, informasi dan kontribusi bagi peneliti komunikasi lain yang mengambil objek yang sama.
   1. **Kerangka Pemikiran**

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan studi fenomenologi yaitu penelitian yang sekaligus mencari pemahaman dari suatu kegiatan seseorang dengan pengalamannya, tindakan sosial dan realitas. Dalam kehidupan sehari-hari manusia tidak akan lepas dari segala aktifitasnya dan setiap kegiata yang mereka lakukan selalu memiliki makna yang berbeda-beda.

Fenomenologi menurut **Schutz** dalam **Kuswarno** pada bukunya yang berjudul *Fenomenologi*, menyatakan bahwa :

**“Bagaimana memahami tindakan sosial melalui penafsiran, Schutz meletakkan hakikat manusia dalam pengalaman subjektif, terutama ketika mengambil tindakan dan mengambil sikap terhadap dunia kehidupan sehari-hari. Dalam hal ini Schutz mengikuti pemikiran Husserl, yaitu proses pemberian makna terhadapnya, sehingga terrefleksi dalam tingkah laku. (Kuswarno, 2009:18)”**

Studi fenomenologi yang dipaparkan diatas bermaksud bahwa untuk memahami suatu tindakan sosial dapat dilakukan melalui penafsiran. Penafsiran tersebut digunakan untuk memperjelas dan memahami makna yang ada didalam sebuah tindakan sehari-hari. Manusia sebagai makhluk sosial selalu dapat berkembang dan saling membutuhkan satu sama lain, karena setiap orang selalu memiliki kreasinya masing-masing.

Begitu pula dengan perkembangan mode atau fashion masa kini yang kian maraknya di Indonesia sebagai gaya hidup seseorang, khusunya Kota Bandung. Sehingga banyak bermunculan desainer-desainer muda Indonesia yang kreatif dalam bidang fashion. Meskipun fashion hanya dapat dirasakan oleh kasat mata, namun setiap bentuknya memiliki makna tertentu dari sudut pandang yang berbeda. Fashion kali ini dapat diciptakan karena hobi. Dengan banyaknya ide-ide yang menarik, dunia fashion akan dapat tercipta.

*Fashion* merupakan sesuatu yang baru atau gaya berpakaian yang popular dalam suatu budaya tertentu. Tidak hanya satu pengertian tentang *fashion*, karena bentuknya pun berbeda-beda, fashion juga dapat sebagai salah satu komunikasi yang non verbal. Oleh sebab itu, fashion masa kini sudah menjadi model dan kebutuhan masyarakat yang didominan oleh para wanita, karena fashion juga sebagai busana yang menentukan penampilan seseorang, seprti kutipan dibawah ini :

**Fashion adalah suatu system penanda dari perubahan budaya menurut suatu kelompok atau adat tertentu. Bisa juga sebagai strata pembagian kelas, status, pekerjaan dan kebutuhan untuk menyeragamkan suatu pakaian yang sedang merek. (Sumber, Wikipedia).**

Merebaknya fashion masa kini baik dalam maupun luar negeri, sangat mempengaruhi masyarakat banyak, khusunya pada wanita remaja. Fashion sudah menjadi kebiasaan sehari-hari mereka untuk mengekspresikan penampilannya, karena bagi kebanyakan wanita soal penampilan itu sangatlah penting. Dan seperti fashion atau mode yang saat ini sedang *“booming”* yaitu hijab, seorang wanita muslin yang biasa mengenakan fashion hijab disebut *“hijabers”*.

Fashion hijab merupakan salah satu jenis fashion modern masa kini untuk wanita muslim. Hijab sendiri mempunyai makna sebagai penutup atau pelindung aurat yang dikenakan wanita muslim. Karena perkembangan zaman semakin meningkat, kreasi wanita muslim masa kini pun melonjak tinggi untuk mengenalkan hijab sebagai *fashion* terbaru. Hal ini sebagai salah satu cara seseorang untuk mengajak wanita-wanita muslim yang belum berhijab menjadi berkeinginan untuk berhijab karena terinspirasi oleh fashion hijab. Sebagai mana bahwa seorang wanita muslim diwajibkan untuk berhijab.

Sebagai penerus bangsa, masa remaja juga harus dimanfaatkan sebaik-baiknya. Pada masa remaja, seseorang lebih dapat berpikir jernih dan dapat diandalkan. Karena seorang remaja selalu memiliki hasrat-hasrat dan lebih cenderung untuk mengikuti hasrat tersebut. Hal ini dapat dikaitkan pada kreatifitas seseorang, baik dalam pendidikan maupun hobi yang bermanfaat. Seperti fashion. *Fashion* hijab yang semakin banyak di Indonesia ini berkat adanya kemauan dari wanita-wanita remaja yang aktif dan senang dalam dunia *fashion*. Bahkan hampir wanita-wanita remaja di Indonesia, lebih memilih *fashion* hijab dari pada model lainnya.

Semakin banyak *fashion* hijab, semakin banyak pula komunitas hijabers yang muncul di Indonesia, seperti *Hijabers Community Bandung*. Komunitas hijabers ini didirikan oleh Dian Pelangi, seorang Model Hiijab Internasional asal Kota Palembang. Dian Pelangi memberikan pelajran pada komunitas hijabers tersebut tentang *fashion* hijab dalam berbusana muslim yang menarik. Pada penelitian ini, peneliti akan meneliti apa yang harus diteliti. Karena dalam Hijabers Community sangat banyak kegiatan dan biasanya selelu mengadakan event-event. Dalam penelitian, peneliti dapat memahami karakter para hijabers sampai tindakan sosialnya.

Fenomena seperti ini dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya seseornag selalu ada rasa ingin tahu dan berbagi pengalamannya dari mulai kegiatan sehari-hari hingga menjadi hal yang luar biasa.