



PEMAKAIAN JILBAB KREASI BARU DI KALANGAN MAHASISWI (STUDI KASUS TERHADAP MAHASISWI UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG)

Rofiu Mula Hela✉, Moh Yasir Alimi, M S Mustofa

Jurusan Sosiologi Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

Info Artikel

Sejarah Artikel:
Diterima Februari 2013
Disetujui Maret 2013
Dipublikasikan
April 2013

Keywords:
Hijab; hijab new creations

Abstrak

Phenomena of wearing hijab now is likely to lead to consumer behavior is characterized by the development of lifestyle. Veiled style among adolescents in particular, with the development of new creations hijab models to be very diverse. The attraction of individuals to wear the hijab headscarf with the development of new creations that vary a lot Semarang State University student to imitate and wear the hijab as a clothing model that is now said to be so out of date. Among female students who wear headscarves new creations were not always wear her hijab wherever she travels. This study attempts to answer the research problem is how the meaning of the State University of Semarang student of the veil of new creations. The study used a qualitative approach. In the analysis phase, authors use the theory of consumer behavior Jean P. Baudrillard and lifestyle concepts David Chaney. The results showed that most students make sense of the veil that she wears but to follow the rules of Islamic dress, were also influenced by the veil which follow fashion trend. Veil also for some students UNNES have the meanings not only as an obligation of a Muslim woman in a close the genitals but can interpret as an elegant dress, formal dress and modern. They wear the hijab was expanded to a modern life style headscarves and follow the trend that is popular in the community. So that the veil became a collection of hunting and result in consumer shopping behavior.

Abstract

The phenomenon of the veil now likely to lead to consumer behavior is characterized by the development of lifestyle. Veiled style among adolescents in particular, with the development of new creations hijab models to be very diverse. The attraction of individuals to wear the hijab headscarf with the development of new creations that vary a lot Semarang State University student to imitate and wear the hijab as a clothing model that is now said to be so out of date. Among female students who wear headscarves new creations were not always wear her hijab wherever she travels. This study attempts to answer the research problem is how the meaning of the State University of Semarang student of the veil of new creations. The study used a qualitative approach. In the analysis phase, authors use the theory of consumer behavior Jean P. Baudrillard and lifestyle concepts David Chaney. The results showed that most students make sense of the veil that she wears but to follow the rules of Islamic dress, were also influenced by the veil which follow fashion trend. Veil also for some students UNNES have the meanings not only as an obligation of a Muslim woman in a close the genitals but can interpret as an elegant dress, formal dress and modern. They wear the hijab was expanded to a modern life style headscarves and follow the trend that is popular in the community. So that the veil became a collection of hunting and result in consumer shopping behavior.

© 2013 Universitas Negeri Semarang

✉ Alamat korespondensi:

Gedung C7 Lantai 1 FIS Unnes
Kampus Sekaran, Gunungpati, Semarang, 50229
E-mail: unnessosant@gmail.com

PENDAHULUAN

Seseorang dalam mencari gaya hidup pribadinya, memilih cara-cara khusus dalam mengekspresikan dirinya. Gaya hidup yang dipilih seseorang menjadi suatu identitas dalam dirinya (Chaney, 2003:92). Penampilan menjadi hal yang penting dan harus diperhatikan dalam kehidupan sehari-hari karena penampilan bisa menjadi modal utama agar tidak dipandang sebelah mata. Gaya hidup dalam mengenakan jilbab kreasi baru yang bervariasi menjadi penampilan berjilbab yang dianggap modern.

Seiring dengan perkembangan zaman keberadaan jilbab sudah diterima dalam masyarakat luas. Keberadaan jilbab kreasi baru yang terkesan modern yang sekarang ini sebagai pusat mode banyak diikuti oleh ibu-ibu, para remaja, dan anak-anak perempuan. Daya tarik individu untuk memakai jilbab kreasi baru dengan perkembangan model variasi jilbab banyak mahasiswa UNNES untuk meniru dan memakai jilbab kreasi baru sebagai pakaian model yang sekarang agar dikatakan tidak ketinggalan zaman. Hal tersebut sudah menjadi kepentingan pribadi masing-masing individu tanpa melihat aturan pemakaian jilbab dari segi agama.

Saat ini orang membeli barang bukan karena nilai kemanfaatannya namun karena gaya hidup. Demi sebuah citra yang diarahkan dan bentuk oleh iklan dan mode lewat televisi, tayangan sinetron, acara *infotainment*, ajang kompetisi para calon bintang, gaya hidup selebriti, dan sebagainya. Yang ditawarkan iklan bukanlah nilai guna suatu barang, tapi citra dan gaya bagi pemakainya. Tidak penting apakah barang itu berguna atau tidak, diperlukan atau tidak oleh konsumen. Karena itu yang dikonsumsi masyarakat bukan hanya barang tapi juga makna yang dilekatkan pada barang itu.

Penulis melihat suatu fenomena yang menarik yaitu mengenai penampilan jilbab kreasi baru yang dipakai oleh mahasiswa Universitas Negeri Semarang. Dalam memasuki area kampus diharuskan untuk memakai pakaian rapi dan sopan. Saat di kampus banyak mahasiswa yang memakai jilbab kreasi baru

yang dibentuk bervariasi sesuai selera pemakainya. Variasi jilbab yang dipakai oleh mahasiswa setiap hari sangat beragam jenisnya dan dipadukan dengan hiasan-hiasan, hal tersebut menjadikan penampilan berjilbab mahasiswa terkesan menarik dan modern. Kerena setiap wanita mendambakan kecantikan dan keserasian dalam penampilannya.

Tetapi penulis menemukan beberapa diantara mahasiswa tersebut ternyata tidak selalu memakai jilbabnya kemanapun ia berpegian. Misalnya pada saat mereka beraktifitas diluar kampus mereka melepas jilbabnya dan berganti model pakaian yang mereka inginkan tanpa berjilbab. Suatu fenomena yang menarik yaitu mengenai penampilan jilbab yang dipakai oleh mahasiswa Universitas Negeri Semarang. Hal tersebut menimbulkan pertanyaan-pertanyaan bagi penulis untuk meneliti lebih dalam lagi sehingga pertanyaan-pertanyaan dalam penelitian ini dapat terjawab dengan jelas dan ilmiah.

Artikel bertujuan untuk menjawab sebuah rumusan masalah yaitu bagaimana bentuk dan model jilbab kreasi baru, pemaknaan dan sosialisasi di kalangan mahasiswa?

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengungkap fenomena pemakaian jilbab kreasi baru dikalangan mahasiswa Universitas Negeri Semarang. Dalam penelitian ini, peneliti menfokuskan subjek informan kepada mahasiswa yang memakai jilbab kreasi baru dari berbagai fakultas yang ada di UNNES. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Pengujian validitas data penelitian membandingkan data hasil observasi dan data hasil wawancara. Pada tahap analisis, penyusun menggunakan teori perilaku konsumtif masyarakat Jean P. Baudrillard dan konsep-konsep gaya hidup David Chaney.

HASIL DAN PEMBAHSAN

Bentuk dan model jilbab kreasi baru

Trend pemakaian jilbab saat ini merambah dalam lingkungan kampus khususnya Universitas Negeri Semarang. Sesuai hasil observasi peneliti, hal ini nampak terlihat jelas dari pakaian yang dikenakan mahasiswi setiap harinya. Jilbab yang dikenakan pun tidak hanya sekedar berjilbab menutup aurat saja melainkan beragam bentuk dan modelnya tergantung sesuai selera pemakainya. Hal yang wajar jika banyak perempuan ingin diakui perempuan cantik sebagai orang modern yang sibuk, berwawasan luas, namun berbusana jilbab modis, praktis, *trendy* dan taat beragama.

Setiap orang memiliki keinginan yang berbeda-beda, begitu juga dengan cara berbusana mereka. Saat di lingkungan kampus maupun di luar kampus pun mahasiswi yang

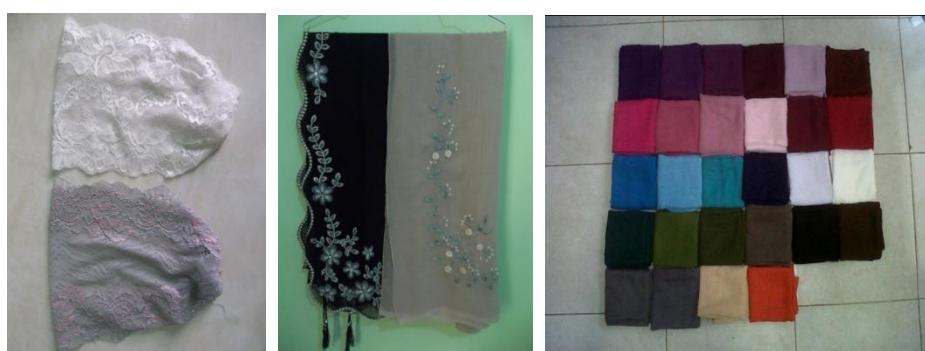
mengenakan jilbab mempunyai cara tersendiri dalam berpenampilan dengan berbagai bentuk dan model jilbab yang mereka pakai. Mahasiswi UNNES dalam memilih dan memakai jilbab yang dipakai sehari-hari sangat beragam jenisnya. Alasan memilih memakai jilbab dengan bentuk, model, ukuran dan warna yang dipakai karena ia memilih untuk yang simpel dan nyaman dipakai dalam keseharian berkefitifitasnya. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Nur Laila:

Model jilbab kreasi yang saya pakai kebanyakan dari jilbab paris dan pashmina. Karena simpel dan bahannya nyaman dipakai warnanya menyesuaikan pakaian. (wawancara dengan Nur Laila, tanggal 17 April 2012 di kos pojok, gang cokro).

Berikut merupakan perlengkapan dalam berjilbab kreasi baru:



Gambar 1. Ciput ninja, nutup leher panjang, ciput jilbab 2 warna dan ciput cemol
Sumber dokumentasi Rofiu (24 Juli 2012)



Gambar 2. Ciput renda, jilbab paris persegi empat bordir dan polos
Sumber dokumentasi Rofiu (24 Juli 2012)



Gambar 3. Jilbab pashmina persegi panjang polos dan jilbab pashmina bermotif Sumber dokumentasi Rofiu1 (24 Juli 2012)

Ciput atau bandana adalah perlengkap busana muslim untuk daleman jilbab agar terlihat lebih *elegant* dan mempermudah pengaturan dalam gaya berjilbab. Bahannya terbuat dari berbagai bahan kain, ada yang terbuat dari kain kaos dan ada dari bahan yang kain dingin (spandex) sehingga nyaman dikenakannya. Jilbab paris sering juga disebut jilbab segi empat yang berbahan kainnya jenis vuul paris. Bahan kainnya mudah diatur sehingga kalau di pakai jatuhnya nyaman di kepala, di leher, apalagi waktu dililitkan jatuhnya nyaman. Sedangkan yang disebut dengan jilbab pashmina yaitu jilbab yang berbahan dari wol halus yang berasal dari bulu kambing atau domba yang berbentuk segi panjang. Dari berbagai jenis ciput atau bandana

dan berbagai jenis jilbab yang ada dapat dibentuk berbagai macam jenis jilbab kreasi baru sesuai minat pemakainya.

Dari hasil penelitian saat ini jenis jilbab yang banyak dipakai oleh mahasiswa yaitu jenis jilbab paris dan jilbab pashmina. Terlihat saat mahasiswa beraktifitas dalam maupun diluar kampus, banyak mahasiswa yang memakai jenis jilbab paris dan pashmina yang dibentuk berbagai model kreasi jilbab sesuai yang diingkan. Menurut Mahanani penjual jilbab keliling di sekitar kampus UNNES “Jenis jilbab saat ini yang paling banyak diminati oleh hamasiswa UNNES yaitu jilbab pashmina yang paling banyak laku terjual”. (wawancara dengan Mahanani, tanggal 14 Mei 2012 di lapangan sebelah FIS Unnes).



Gambar 4. Bentuk dan model jilbab kreasi baru mahasiswa Jilbab paris polos dipadukan dengan ciput yang berwarna-warni Sumber dokumentasi Rofiu1 (23 Mei 2012)

Pengkombinasian jilbab yang dipakai mahasiswi beragam jenisnya. Ada yang dikombinasikan dengan pakaian disesuaikan dengan warna dan bentuknya diberi hiasan seperti bros dan lain-lain. Hal ini mencerminkan suatu gaya hidup seseorang itu. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Fitri:

Untuk mengkombinasikan jilbab yang saya pakai bermacam-macam bentuk dan jenisnya yang penting kalau dilihat tidak membosankan dan saya merasa nyaman memakainya, dan tentunya disesuaikan dengan warna-warna baju dan asesorisnya yang saya pakai. (wawancara dengan Fitri, tanggal 1 Mei April 2012 di kos alanic, gang cokro).



Gambar 5. Kombinasi jilbab kreasi baru dengan warna pakaian Sumber dokumentasi Rofiu (5 Mei 2012)

Dari pengkombinasian jilbab kreasi baru dengan pakaian, bentuk, model, warna, ukuran, dan asesorisnya menggambarkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup yang dipakai seseorang dalam bertingkah laku akan membentuk pola perilaku tertentu. Terutama bagaimana ia ingin dipersepsi oleh orang lain, sehingga gaya hidup sangat berkaitan dengan bagaimana ia membentuk *image* di mata orang lain, berkaitan dengan status sosial yang disandangnya. Untuk merefleksikan *image* inilah, dibutuhkan simbol-simbol status tertentu, yang sangat berperan dalam mempengaruhi perilaku konsumsinya.

Islam mengajarkan seorang perempuan untuk menutup auratnya. Salah satunya seorang perempuan diwajibkan untuk memakai jilbab bila berada diluar rumah. Tetapi dalam memakai jilbabnya seorang perempuan sekarang juga mempunyai gaya tersendiri. Pemakaian jilbab sekarang menjadi busana yang *trend* untuk dipakai dalam kegiatan sehari-hari. Keadaan *trend* pemakaian jilbab dalam kegiatan sehari-

hari memunculkan beragam jenis jilbab kreasi baru.

Chaney (2003:100), “dinamika perubahan dalam cara-cara fashion yang berbeda begitu jelas mencerminkan proses pembentukan gaya hidup yang lebih luas”. Keberadaan gaya hidup pada pemakaian jilbab kreasi baru terutama di kalangan remaja dapat terjadi karena pergeseran nilai, citra berbusana dan gaya berbusana yang lambat laun membentuk masyarakat muslim yang berbeda dan unik dari masyarakat yang lain. Meluasnya pemakaian jilbab saat ini menjadi suatu gaya hidup seseorang dalam berpenampilan.

Pemaknaan

Saat ini banyak mahasiswi yang memakai jilbab kreasi baru yang dibentuk bervariasi sesuai selera pemakainya. Variasi jilbab yang dipakai oleh mahasiswi setiap harinya sangat beragam jenisnya dan dipadukan dengan hiasan-hiasan, hal tersebut menjadikan penampilan berjilbab mahasiswi terkesan menarik dan modern. Karena setiap wanita mendambakan kecantikan dan keserasian dalam penampilannya.

Dari hasil wawancara tersebut sebagian mahasiswi memaknai jilbab yang ia pakai selain mengikuti aturan berbusana dalam Islam, juga karena terpengaruh mengikuti *fashion* jilbab yang sedang *trend* agar terlihat lebih menarik, cantik dan modern. Tak jarang hal tersebut menjadikan jilbab sebagai buruan terhadap *fashion* yang harus dipenuhi oleh konsumen. Jilbab menjadi sebuah suatu koleksi dalam kehidupan para konsumen yang harus dipenuhi jika ada model dan bentuk maupun jenis jilbab terbaru. Jika *trend fashion* busana jilbab berganti lagi, mereka akan berganti mengikuti *fashion* jilbab yang sedang *trend*. Mahasiswi yang memakai jilbab kreasi baru yang mengikuti *trend* pun menyesuaikan busana yang mereka pakai ketika mereka hendak berpergian.

Berjilbab tidak hanya pakaian untuk menjalankan salah satu syariat Islam yaitu kewajiban mengenakan jilbab dalam berbusana. Masyarakat muslimah juga ingin tampil modern dan mengikuti perkembangan zaman. Dengan busana berjilbab kreasi baru yang bervariasi, masyarakat muslimah merasa keberadaanya diakui oleh masyarakat luas karena mengikuti *trend* busana muslimah saat ini. Gaya busana tersebut dianggap dapat memberikan kesan kepada pemakainya sebagai orang modern yang sibuk, berwawasan luas, namun berbusana enerjik, praktis, trendy dan taat beragama.

Fenomena ini pokok pangkalnya adalah stratifikasi sosial, sebuah struktur sosial yang terdiri lapisan-lapisan: dari lapisan teratas sampai lapisan terbawah, dalam struktur masyarakat modern, status sosial haruslah diperjuangkan (*achieved*), bukannya karena diberi atau berdasarkan garis keturunan (*ascribed*) (Awan, 2009).

Berjilbab tidak hanya dipakai pada keseharian, tetapi keberadaannya sekarang sudah menjadi pola gaya hidup suatu masyarakat. Sebagian mahasiswi menganggap busana berjilbab itu hal yang wajib untuk dipakai oleh perempuan. Berjilbab wajib di pakai dalam waktu sehari-hari dan kemana pun ia pergi saat dirumah atau sedang berada di luar rumah. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Lina:

Jilbab bagi saya adalah pakaian muslimah yang wajib dipakai oleh perempuan karena rambut perempuan adalah bagian dari aurat perempuan, jadi perempuan wajib memakai jilbab. Saat di lingkungan kampus saya memakai jilbab dan di luar lingkungan kampus pun saya juga memakai jilbab. (wawancara dengan Lina tgl 10 April 2012, di kos wisma kartini, gang setanjung).

Demikian juga sebaliknya ada pula sebagian mahasiswi menganggap jilbab tidak begitu wajib dikenakan oleh perempuan kemanapun ia pergi. Misalnya kalau hanya di rumah saja atau sekedar pergi main atau jalan-jalan mereka tidak memakai jilbab. Mereka memakai jilbabnya dengan berbagai bentuk kreasi yang mereka suka hanya pada saat pergi ke momen-momen tertentu yang dianggap formal. Momen tertentu yang dianggap formal seperti pergi sekolah atau kuliah, masuk kantor, menghadiri rapat, menghadiri undangan pesta pernikahan, saat acara wisuda sekolah dan lain sebagainya. Busana jilbab sebagai pakai yang dianggap rapi, sopan, dan terkesan Islami. Jadi jilbab hanya sebagai busana yang cocok untuk pakai formal saja mengikuti *trend fashion* berbusana. Seperti yang diungkapkan oleh Nur Laila dan Fitri:

Bagi saya berjilbab hanya pada saat-saat tertentu saja, ketika di dalam rumah atau kos cukup berpakaian sewajarnya saja. Saat di kampus saya memakai jilbab tetapi kalau di luar lingkungan kampus memakai jilbab tergantung tempat yang mau dikunjungi saja. (wawancara dengan Nur Laila, tanggal 17 April 2012 di kos pojok, gang cokro).

Saya memakai jilbab pada saat keluar dari rumah atau kos jadi mau pergi ke kampus atau pergi di luar lingkungan kampus saya memakai jilbab karena saya sudah terbiasa memakai jilbab kalau pergi ke luar rumah, sejak SMP. (wawancara dengan Fitri, tanggal 1 Mei April 2012 di kos alanic, gang cokro)

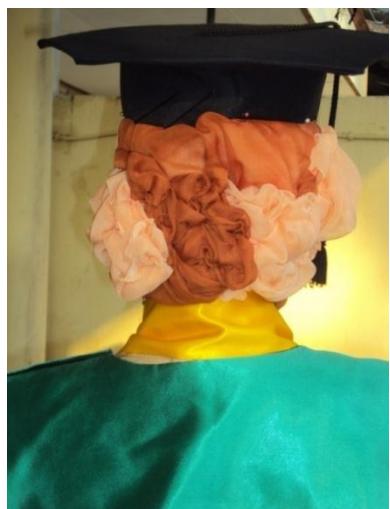
Saat acara wisuda yang biasanya perempuan identik dengan memakai busana kebaya dengan rambut disanggul, sekarang pun

banyak mahasiswi yang mengganti busana tersebut dengan memakai jilbab. Tentunya jilbab yang di variasi atau jilbab kreasi baru. Hal tersebut terlihat saat acara wisuda berlangsung, kebetulan 24 april pada acara wisuda di tempat kos peneliti ada beberapa kakak tingkat yang sedang wisuda, peneliti pun melakukan wawacara dengannya yang bernama Eni dan Pawit di tempat kos, mereka mengungkapkan:

Karena dari dulu saya sudah memakai jilbab dan keluar rumah saya pun memakai jilbab tentunya. Saya kalau dirumah memakai jilbab langsung pakai. Kalau memakai jilbab kreasi baru menyesuaikan saat saya berpergian. Misalnya saat pergi ke acara undangan

pernikahan dan saat acara wisuda sekolah saya memakai jilbab kreasi baru. Karena acara wisuda termasuk acara yang resmi dan formal. (wawancara dengan Eni tgl 23 April 2012, di kos pojok, gang cokro).

Kalau hanya sekedar di rumah atau di kos atau pergi di daerah deket dengan kos saya hanya memakai jilbab yang sederhana saja tetapi kalau pergi acara-acara tertentu yang kelihatannya agak resmi saya sedikit berdandan dan memakai jilbab yang serasi dengan pakaian yang saya pakai. Misalnya saja saat acara wisuda besok. (wawancara dengan Pawit tgl 23 April 2012, di kos pojok, gang cokro).



Belakang



Depan

Gambar 6. Gambar Pemakaian Jilbab Kreasi Baru Saat Wisuda Kuliah
Sumber dokumentasi Rofiu (24 April 2012)

Maraknya pemakaian jilbab dikalangan mahasiswi dipandang oleh mahasiswi secara umum memang baik tetapi sangat disayangkan jika dalam pemakaian jilbabnya tidak didasari oleh kesadaran dalam diri untuk beribadah dalam agama Islam. Seperti yang diungkapkan oleh Ngartiningsih dan Mahanani:

Ya baguslah para mahasiswi sudah memakai busana muslim dan kreatif juga, tetapi sayangnya sebagian dari mereka hanya memanfaatkan *trend* dan mode *fashion* yang sedang berkembang. Sebagian dari mereka memakai jilbabnya tidak dari tujuan berjilbab

yaitu menutup aurat. (wawancara dengan Ngartiningsih, tanggal 15 Mei 2012 di taman UNNES).

Mahasiswi sekarang memakai jilbab kreasi baru, menurut saya bagus. Mereka jadi melaksanakan ajaran agama dan terlihat modis dan menarik. Memakai jilbab juga termasuk ibadah. (wawancara dengan Mahanani, tanggal 14 Mei 2012 di lapangan sebelah FIS UNNES).

Pendapat subyek informan mengenai persepsi mahasiswi lainnya terhadap dirinya tidak masalah orang berpendapat apa, yang

penting ia nyaman dengan busana yang ia pakai dan asal sopan sudah menutup aurat dan tidak ketat sudah cukup. Mereka hanya ingin tampil nyaman, modern dan merasa percaya diri dalam kegiatan beraktifitasnya sehari-hari. Seperti yang diungkapkan oleh Melly:

Kalau saya memang dari dulu sudah memakai jilbab. Sekarang juga memakai jilbab hanya berbeda mode yang sekarang sedang berkembang, jadi tidak masalah bagi saya orang berpendapat tentang saya. Yang penting saya nyaman dan penampilan saya menutup aurat. (wawancara dengan Melly, tanggal 26 April 2012 di kos wisma hijau, gang nangka).

Sosialisasi

Banyak faktor yang mempengaruhi mahasiswa dalam memakai jilbab, diantaranya faktor dari dalam diri individu, pengaruh keluarga, pengaruh peer group, pengaruh iklan/media, pengaruh citra jilbab yang modis. Mahasiswa UNNES yang memakai jilbab kreasi baru kebanyakan memakai jilbab pada saat masuk kuliah. Berkat informasi dari teman sebaya dan berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi, menjadikan mahasiswa semakin mengenal keadaan *fashion* yang sedang berkembang. Dengan maraknya mahasiswa yang memakai jilbab hal ini menjadi semakin berkembang beragam jenis model jilbab yang dipakai. Jilbab kreasi baru yang dipakai mahasiswa terkesan bergaya modis menjadikan mahasiswa lain untuk mengikuti *trend* memakai jilbab yang bergaya modis tersebut.

Informasi cara-cara pemakaian jilbab dapat diperoleh dari berbagai macam sumber. Informasi tersebut bisa diperoleh dari teman sebaya atau teman bermain yang memakai jilbab kreasi baru atau bisa diperoleh dari toko tempat berbelanja jilbab dan melalui media televisi atau internet. Mereka bisa mengunduh/*download* cara-cara pemakaian jilbab kreasi baru atau bisa juga melalui jejaring sosial seperti *facebook/twitter* yang sudah di bagikan (di *share*) melalui jejaring sosial tersebut.

Pemakaian jilbab tidak hanya dipakai oleh kalangan santri saja melainkan dikalangan artis pun sekarang juga populer memakai jilbab.

Model pakai atau gaya prilaku artis yang sebagai pekerja publik dan hiburan tersebut sudah banyak ditonton dan menjadi konsumsi masyarakat. Apapun yang dipakai atau dilakukan oleh artis kebanyakan akan dikuti oleh para idola mereka. Dan dikalangan mahasiswa pun banyak tokoh yang mereka idolakan yang memakai jilbab mereka juga mengikutinya. Jilbab yang mereka pakai pun menjadi koleksi dan merambah pada suatu gaya hidup berjilbab modern dan *trendy*.

Saat peneliti melakukan observasi di lingkungan kampus UNNES sekarang banyak mahasiswa yang memakai jilbab kreasi baru yang dibentuk dengan berbagai model yang mereka inginkan. Disana pun ada yang menyediakan penjualan jilbab keliling yang datangnya hari senin rabu dan kamis, sudah 6 tahun lama pedagang tersebut berjualan jilbab di daerah kampus UNNES. Tempatnya berjualan yaitu di daerah pinggir jalan kampus FIS dan FIP. Banyak macam model jilbab yang dijual disana. Ia menjual jilbab di daerah kampus UNNES karena melihat para mahasiswanya banyak yang memakai jilbab yang dikreasikan.

Sekarang banyaknya mahasiswa yang memakai jilbab, banyak juga dari mahasiswa yang berjualan jilbab untuk ditawarkan kepada teman-temannya saat dikampus dan ditawarkan ke tempat-tempat kos maupun ditawarkan melalui media seperti internet dibagikan lewat *facebook* untuk memperoleh untung dan mencoba berbisnis kecil-kecilan.

Banyak tempat yang menjadi tujuan berbelanja jilbab oleh mahasiswa UNNES diantaranya dimulai dari tawaran teman yang mencoba berbisnis berjualan jilbab dan asesorisnya, dari tawaran pedagang keliling atau disebut *mendreng*, di pasar johar yang terletak di Jl. Johar (K.H Agus Salim) Semarang Tengah/utara bawah Semarang maupun di mall-mall dan juga bisa berbelanja melalui perbelanjaan sistem *online* lewat internet. Tempat-tempat seperti itu sering dikunjungi oleh mahasiswa untuk berbelanja jilbab, sekedar jalan-jalan, mencari informasi mengenai jilbab terbaru atau mencari informasi mengenai cara-cara pemakaian jilbab.



Gambar 7. Gambar pemasaran di daerah kampus FIS Unnes, Sumber dokumentasi Rofiu (10 Mei 2012)



Gambar 8. Pemasaran jilbab kreasi baru di toko pasar Johar, Sumber dokumentasi Rofiu (2 Juni 2012)

Banyak pilihan tempat yang menjadi tujuan untuk berbelanja jilbab. Saat berbelanja jilbab mahasiswi banyak ditawarkan berbagai model jilbab yang dijual. Misalnya saat di pasar Johar Semarang yang keberadaannya dipadati oleh kios-kios berbagai macam dagangan. Mahasiswi pun disibukkan dengan kegiatan memilih dan menawar model jilbab yang sudah menjadi pilihannya ditoko-toko jilbab yang mereka kunjungi.

Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan individu untuk membeli dan mengkonsumsi barang-barang tanpa batas dan pertimbangan yang rasional ataupun mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan, dimana hal tersebut didorong oleh keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata daripada kebutuhan.

Fungsi kenikmatan konsumsi tidak lagi sebagai tujuan yang rasional, tetapi sebagai rasionalisasi individu pada suatu proses yang bertujuan lain. Orang bernikmat-nikmat untuk dirinya sendiri, tetapi ketika mengkonsumsi kenyataannya tidak bisa sendirian. Orang mengonsumsi membutuhkan teman, maka perlu sosialisasi. Masyarakat konsumsi, juga merupakan masyarakat pembelajaran konsumsi, pelatihan sosial dalam konsusmsi artinya sebuah cara baru dan spesifik *bersosialisasi* dalam hubungannya dengan munculnya kekuatan-kekuatan produksi baru dan restrukturisasi monopolistik sistem ekonomi pada produktivitas yang tinggi.

Seperti halnya ketika seseorang ingin membeli jilbab membutuhkan sosialisasi dari seorang teman maupun orang lain. Mereka harus bersosialisasi mencari informasi dimana tempat yang berjualan jilbab, bagaimana cara

berjilbab, bagaimana model ukuran maupun warna yang tepat yang harus dia pakai pergi kesuatu tempat.

SIMPULAN

Sesuai dengan hasil penelitian di lapangan tentang pemakaian jilbab kreasi baru di kalangan mahasiswi (studi kasus terhadap mahasiswi Universitas Negeri Semarang) dapat ditarik beberapa simpulan sebagai berikut. *Pertama* jilbab yang dipakai mahasiswi beragam bentuk dan modelnya tergantung sesuai selera pemakainya. *Kedua* dari subyek penelitian menyampaikan bahwa bagi sebagian mahasiswi UNNES mempunyai arti tidak hanya sebagai kewajiban wanita muslim dalam menutup aurat tetapi bisa di artikan sebagai busana yang anggun, busana formal dan modern. *Ketiga* beragam cara sosialisasi jilbab kreasi baru dikalangan mahasiswi UNNES diantaranya melalui dari tawaran teman yang mencoba berbisnis berjualan jilbab dan asesorisnya, dari tawaran pedagang keliling atau disebut *mendreng*, di pasar maupun di mall-mall dan juga bisa berbelanja melalui perbelanjaan sistem *online* lewat internet.

Jilbab kreasi baru yang dipakai oleh mahasiswi UNNES tidak hanya berfungsi sebagai syarat memakai busana dalam Islam. Tetapi jilbab yang mereka pakai pun merambah pada suatu gaya hidup berjilbab modern dan mengikuti *trend* yang sedang populer di masyarakat. Sehingga jilbab menjadi suatu koleksi dan mengakibatkan perburuan belanja perilaku konsumtif.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Ghfari, A. 2003. *Kerudung Gaul: Berjilbab tapi Telanjang*. Bandung. Mujahid Grafis.

Awan. 2009. *Pengertian Gaya Hidup*. Online tersedia di <http://lifestyle-awan.blogspot.com/2009/03/pengertian-gaya-hidup.html>. [diakses tanggal 11 Januari 2012].

Bahtiar, E. 2008. Urgensi Jilbab sebagai Alternative Penanggulangan Delik Seks. *Jurnal Penelitian STAIN Kudus*. Vol.1, No.1.

Baudrillard, J. P. 2006. *Masyarakat Konsumsi*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.

Chaney, D. 2003. *Lifestyles: sebuah Pengantar Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra.

Endarwati, E. 2008. *Pergeseran Fungsi Jilbab di Kalangan Mahasiswa (Kasus Mahasiswa Universitas Negeri Semarang)*. Skripsi. UNNES.

Hefni, W. 2011. *Perempuan, Jilbab, dan Kebohongan Visual*. Online tersedia di <http://jurnaltoddoppli.wordpress.com/2011/12/14/perempuan-jilbab-dan-kebohongan-visual/>. [diakses tanggal 16 Februari 2012]

H, Sillaturohmah. N. *Ya Allah Aku Ingin Berjilbab*. Surakarta. Ziyad Visi Media.

Maiyusida. 2006. Trend Jilbab Mewarnai Dunia Kampus. *Jurnal Kerabat Etnografi FISIP-USU*. Vol.1.No.1.

Mastuti, E. Y. 2007. *Makna Busana Muslim dan Pengaruh Kebudayaan Populer pada Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Pemakaian Jilbab Modern di FIS-UNNES)*. Skripsi. UNNES.

Rufaidah, A. 2005. *Anggun Berkerudung di Segala Kesempatan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.