

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Peristiwa yang menjadi perhatian ditahun 2020 bahkan sampai menginjak pada tahun 2021 adalah Pandemi Covid-19 yang meluas di berbagai daerah Tanah Air tanpa terkecuali. Dari sekian banyak akun komunitas, peneliti memilih akun *@dailyhijabootd* karena memiliki *followers* terbanyak yaitu lebih dari 250.000 *followers*. Semenjak munculnya aplikasi instagram pada tahun 2010, pengguna instagram terus bertambah hingga tahun 2021, instagram telah mencapai 4,22 miliar pengguna aktif di seluruh dunia.

Terbentuknya akun *@dailyhijabootd* yaitu pada tanggal 25 Juli 2017 itu. Karena memiliki followers terbanyak dari akun komunitas hijab lainnya, selain itu postingan akun *@dailyhijabootd* yang sangat bervariasi semenjak awal dibuatnya akun hingga sekarang yaitu masa pandemi. Beberapa postingan yang sedikit berbeda dan menghadirkan beberapa trobosan terbaru di masa pandemi ini, seperti beberapa video tata cara pose foto dan beberapa akun shopee yang menjual beberapa baju yang lagi trend di masa ini. Beberapa perbedaan terhadap gaya postingan akun *@dailyhijabootd* selama masa pandemi dan sebelum pandemi, yaitu beberapa postingan video-video dari akun *@shopeebuddy*, sebelum pandemi covid-19 lebih konsisten pada foto-foto, sehingga postingan foto pun berkurang.

Fashion hijab yang kini tidak ada habisnya untuk terus di kembangkan sehingga tidak ada lagi alasan para muslim remaja menganggap hijab kategori kuno, dikarenakan banyaknya bermunculan fashion hijab yang bermacam-macam. Seperti yang terdapat pada Qur'an Surat Al-A'raf ayat 26 yang artinya

“Hai anak Adam, Sesungguhnya kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutup auratmu dan pakaian indah untuk indah perhiasan. Dan

taqwa itulah yang lebih baik. Yang sebagaian itu adalah sebagaian dari tanda-tanda kekuasaan Allah, mudah-mudahan mereka selalu ingat.”¹

Dalil diatas memperluas bahwasannya menutup aurat adalah wajib seperti yang dilakauka oleh para remaja berhijab.

Beberapa hadis juga mengatakan ketentuan pakaian yang digunakan untuk menutupi aurat pada tubuh perempuan seperti yang terdapat pada Qur'an Surat Al-Ahzab ayat 59:

“Wahai Nabi! Katakanlah kepa istri-istrimu orang mukmin: Hendaklah mereka mengulurkan jilbabnya keseluruh tubuh mereka, yang demikian itu agar lebih udah dikenali, sehingga mereka tidak di ganggu. Dan Allah Maha Pengampun dan Maha Penyayang”²

Dalil Al-Qur'an yang kedua peneliti menemukan perbedaan yang sangat jelas dan juga konsep jilbab yang di jelaskan pada Al-Qur'an dengan jilbab yang sedang trend di media sosial sekarang atau khusus nya pada akun @dailyhijabootd sangatlah berbeda. Menurut peneliti konsep jilbab yang ada di dalam dalil Al-Qur'an tersebut yakni menggunakan pakaian yang panjang dan longgar sehingga tidak sama sekali memperlihatkan lengkung tubuhnya, akan tetapi didalam postingan akun @dailyhijabootd menghadirkan dan memunculkan keindahan menggunakan fashion hijab yang berbeda dengan konsep Al-Qur'an. Bahkan untuk saat ini tak terhitung fashion remaja yang sangat vulgar akan tetapi mereka tetap menyandang jilbab di kepalanya. Beberapa fenomena tersebut, penelitian menilai beberapa postingan yang ada pada akun @dailyhijabootd menimbulkan hal yang fisikly³ sehingga muncul sifat yang mengutamakan kualitas hidup yang besifat duniawi⁴

¹ QS. Al-A'raf (26), *fi Tafsir al-Ma'tur* (Beirut: Dar al-Ma'rifah, 1965)

² QS. Al-Ahzab (59), *fi Tafsir al-Ma'tur* (Beirut: Dar al-Ma'rifah, 1965)

³ Berasal dari kata fisik translate bahasa Inggris, Segala hal yang di nilai dari fisik seseorang menurut KBBI

⁴ Menurut KBBI yaitu Hal merupakan kebutuhan didunia

dari pada ukhrowi⁵ maka dari itu remaja sekarang lebih mengejar status sosial dan pujian orang lain dengan cara berloma-lomba untuk menyempurnakan dirinya dengan standart yang ada pada masyarakat.

Semakin berkembangnya internet memunculkan beberapa media sosial yang sangat digemari oleh kalangan remaja. Diketahui mulai dari tahun 2011 hingga sekarang, media sosial yang paling diminati adalah instagram. Alasan mengapa Instagram berhasil meraih kepopulerannya tak lain dikarenakan kebiasaan masyarakat sekarang yang cenderung “narsis” dan lebih suka menyandang kata kepopuleran dan instagram merupakan media sosial yang berlatar belakang foto. Untuk mendapatkan kepopuleran itu mereka berlomba-lomba untuk memperindah dengan mengupload foto dengan ootd yang stylish dan memperapi feed instagramnya, dengan demikian banyak pula akun sentral yang menjadi salah satu cara untuk menyandang kepopuleran.⁶

Peran berbicara terkait istilah “peran” yang sering digunakan dalam dunia teater, saat seorang aktor dalang teater diharuskan bermain sebagai tokoh tertentu dan dalam posisinya sebagai tokoh tersebut ia diharapkan untuk berperan secara tertentu. Posisi seorang aktor dalam teater dinalogikan dengan posisi seseorang dalam masyarakat, dan keduanya memiliki kesamaan posisi.⁷

Perilaku seseorang yang diinginkan dari padanya tidak berdiri sendiri, yaitu selalu terdapat dalam kaitannya dengan adanya orang-orang lain yang berhubungan dengan orang atau perannya tersebut. Pelaku peran menjadi sadar akan struktur sosial yang didudukinya, maka seorang aktor berupaya untuk selalu

⁵ Menurut KBII merupakan Hal yang merupakan kebutuhan akhirat kelak

⁶ M. Fahri Syahreza, Irawan Syari Tanjung, “*Motif dan Penggunaan Media Sosial Instagram di Kalangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi UNIMED*”, (Jurnal Interaksi Vol. 2 No. 1 Januari 2018)

⁷ Sarlito Wirawan Sarwono, *Teori- Teori Psikologi Sosial*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), 215

hadir “mumpuni” dan dipersepsi oleh aktor lainnya sebagai “tak menyimpang“ dari sistem harapan yang ada dalam masyarakat.⁸

Jadi peran yang di tampilkan oleh instagram merupakan inspirasi remaja berhijab untuk patokan dalam menggunakan outfit yang sedang trendi sehingga memunculkan sebuah identitas yang berupa tampilan fisik remaja muslim berhijab.

Harbert Mead merupakan tokoh yang berpengaruh dalam meningkatnya perkembangan interaksi simbolik ini berupaya memperoleh pemahaman yang lebih dalam terkait individu, tetapi tidak untuk wujud yang terpisah dari masyarakat. Mead menjelaskan “diri” sebagai segala sesuatu yang dirujuk dalam pembicaran biasa melalui kata ganti orang pertama tunggal. Harbert Mead berpendapat bahwa “aku” (I), “daku”, (me), “milikku”, (mine), dan “diriku” (my self). Menurut Mead, segala sesuatu yang dikaitkan dengan diri memunculkan emosi lebih kuat dibandingkan dengan yang tidak dikaitkan dengan diri bahwa diri dapat dikenal hanya melalui perasaan subjektif. Menganggap bahwa perasaan “diri” dikembangkan melalui penafsiran individu atas realitas fisik dan sosial, termasuk aspek-aspek pendapat tentang tubuh, tujuan, materi, ambisi, gagasan bersifat sosial yang dianggap milik individu. Jadi, kesimpulan Mead tentang “diri” bahwa individu dan masyarakat bukanlah realitas yang terpisah.⁹

Selain itu Menurut Teori Interaksionisme simbolik nya Habert Mead terjadinya identitas sosial melalui interaksi seperti ada beberapa hal yang di sosialisasikan, seperti halnya terdapat pada akun @dailyhijabootd mensosialisasikan trend hijab masa kini sehingga sebagian followes menentukan untuk memilih menirukan atau hanya disaksikan, proses tersebut melalui proses

⁸ Edy Suhardono, Teori Peran (Konsep, Derivasi dan Implikasinya), (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1994), 3

⁹ Dadi Ahmadi, Jurnal Interaksi Simbolik: Suatu Pengantar, 7-8

imitasi¹⁰ yang akhirnya memunculkan keinginannya menggunakan style hijab yang seperti di sosialisasikan oleh akun @dailyhijabootd.

Identitas merupakan bagian dari konsep diri seseorang yang beawal dari pengetahuan mereka tentang keanggotaan dalam suatu kelompok sosial bersamaan dengan signifikansi nilai dan emosional dari keanggotaan tersebut.¹¹ Identitas sosial berkaitan dengan keterlibatan, rasa peduli dan juga rasa bangga dari keanggotaan dalam suatu kelompok tertentu, suatu esensi yang dapat dimaknai melalui tanda-tanda selera, kepercayaan, sikap dan gaya hidup.¹²

Karena identitas dibangun oleh relasi antara organisme, kesadaran individu dan struktur sosial. Dengan demikian, identitas sosial sebagai rasa keterkaitan, peduli, bangga dapat berasal dari pengetahuan seseorang dalam berbagai kategori keanggotaan sosial dengan anggota yang lain, bahkan tanpa perlu memiliki hubungan personal yang dekat, mengetahui atau memiliki berbagai minat.¹³

Pemfokuskan subjek penelitian pada remaja hijab yang mem-follow akun @dailyhijabootd serta mereka memiliki gaya fashion hijab yang selaras dengan postingan akun @dailyhijabootd Untuk akun @dailyhijabootd bagaimana cara meningkatkan kepopuleran serta kualitas hijab yang mereka posting di feed Instagram mereka agar followers tetap memilih @dailyhijabootd sebagai akun komunitas favoritnya, terlebih lagi di era pandemi ini. Era pandemi dimana terjadinya kebijakan pemerintah yaitu lockdown dimana pemerintah mengharuskan masyarakat termasuk remaja penggemar ootd tetap dirumah saja.

¹⁰ Dalam KBBI merupakan Proses seleksi agar dapat menyerupai dengan yang diharapkan

¹¹ Tajfel, H. and Turner, J.C. (1986) The Social Identity Theory of Intergroup Behavior. *Psychology of Intergroup Relations*, 5, 7-24.

¹² Chris Barker, *Cultural Studies Teori dan Praktik*, diterjemahkan oleh Nurhadi (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2013), 174.

¹³ Chris Barker, *Cultural Studies Teori dan Praktik*, diterjemahkan oleh Nurhadi., 175- 176.

Bahkan tentunya mereka dapat menginspirasi para remaja berhijab meskipun pada masa pandemi dengan himbauan dirumah saja. Dengan dirumah saja mungkin mereka dapat memunculkan kreatifitas mereka untuk menghilangkan kejenuhan tetap produktif dirumah. Tak hanya untuk dirinya sendiri, dengan mentagar dan hastag ke akun @dailyhijabootd sehingga bisa direpost dan menginspirasi followers lainnya.

B. Rumusan Masalah

1. Apa peran dari akun @dailyhijabootd untuk followers?
2. Bagaimana Identitas Followers dari postingan akun @dailyhijabootd?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukanya penelitian ini adalah “untuk membangkitkan semangat dan kreatifitas remaja berhijab dalam berpakaian.”

D. Manfaat Penelitian

1. Secara teoritis

Secara teoritis hasil dari penelitian ini, diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan pengembangan pada penelitian di masa yang akan datang, serta menjadi salah satu referensi tambahan untuk seluruh remaja terutama untuk para remaja berhijab yang memiliki kreatifitas dan ide-ide dalam meningkatkan fashion hijab di masa yang akan datang. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan terkait padu padan yang elegan untuk tren hijab remaja saat ini.

2. Secara praktis

- 1) Untuk mengetahui antusias adanya remaja berhijab yang mengikuti tren dalam penggunaan ootd
- 2) Untuk melihat minat serta kreatifitas remaja berhijab dalam masa pandemi, serta terus berkreasi dengan terhalangnya psbb

E. Telaah Pustaka

1. Penelitian yang dilakukan oleh, M. Fahri Syahreza dan Irawan Syari Tanjung: Jurnal Interaksi, Volume 2, Nomer 1, Januari 2018 yang berjudul “Motif dan Pola Pengguna Media Sosial Instagram di Kalangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi UNMED”. Jurnal ini menjelaskan pemetaan riset terkait Motif penggunaan Instagram yang berbeda-beda setiap individu di karenakan beberapa faktor yang mendasari penggunaan Instagram pada Mahasiswa. Setiap motif memiliki beberapa tingkatan yang berbeda dalam penggunaan Instagram. Peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan Program Studi Pendidikan Ekonomi. Hal ini bertujuan untuk mengidentifikasi konteks atau faktor situasional masing-masing riset yang mempengaruhi perkembangan hasil riset tentang Motif Penggunaan Instagram serta meningkatkan proktifitas penggunaan Instagram serta motif dan pola yang berbeda-beda pula¹⁴.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yakni sama-sama meneliti terkait Instagram. Adapun perbedaannya yakni dalam penelitian ini lebih mengutamakan faktor yang melatarbelakangi sebgaiian mahasiswa

¹⁴ M. Fahri Syahreza, Irawan Syari tanjung, “*Motif dan Penggunaan Media Sosial Instagram di Kalangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi UNIMED*”, (Jurnal Interaksi Vol. 2 No. 1 Januari 2018)

yang menggunakan Instagram dengan motif serta tingkatan yang berbeda-beda, serta penelitian terdahulu menggunakan pendekatan kuantitatif dan untuk penelitian yang baru menggunakan pendekatan kualitatif.

2. Penelitian yang dilakukan oleh, Bulan Cahya Sakti, Much Yulianto: jurnal yang berjudul “Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Identitas Diri Remaja”. Dalam jurnal menjelaskan tentang identitas diri melalui Instagram, remaja sangat dipengaruhi oleh pengalaman dan motivasi yang dimiliki oleh setiap individu dapat di sebabkan penggunaan media sosial secara aktif dan secara tidak langsung dapat mengkonstruksi dirinya sendiri sehingga membentuk identitas dirinya berdasarkan persepsi beberapa orang yang menilai dirinya.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yakni sama-sama meneliti terkait Instagram dan sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif, serta menggunakan kajian teori Interaksionalisme simbolik juga. Adapun perbedaan dari penelitian ini yakni tidak menjadikan Instagram sebagai inspirasi dalam menggunakan Fashion hijab sedangkan penelitian terdahulu menjadikan Instagram sebagai sebuah pembentukan identitas diri menggunakan media sosial.

3. Penelitian yang ditulis oleh, Rizka Monanda, Jurnal FISIP, Volume 4, Nomer 2, Oktober 2017, yang berjudul Pengaruh Media Sosial Instagram @Awkarin Terhadap Gaya Hidup Hedonis Di Kalangan Followers Remaja. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif Eksploratif yaitu menyediakan jawaban dari pertanyaan yang telah dirumuskan dalam masalah yang akan dijadikan prioritas dalam penelitian selanjutnya. Penelitian ini menggunakan

pendekatan kuantitatif yang Pengambilan sampel menggunakan teknik random sampling sehingga sampel yang didapatkan berjumlah 100 responden. Teknik pengukuran data menggunakan skala likert. pengaruh variabel media sosial Instagram @awkarin terhadap Gaya Hidup Hedonis di Kalangan Followers Remaja adalah sebesar 29,40%. Sementara sisanya sebesar 71,60% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Persamaan penelitian terdahulu dan penelitian sekarang memiliki fokus pada satu akun Instagram yang menurut peneliti atau penulis menarik dan layak untuk di kaji, untuk selanjutnya sama-sama meneliti remaja yang memang benar-benar sangat berpengaruh dalam perkembangan media sosial yang semakin menjadi sentral dari zaman ini. Adapun beberapa perbedaan dari penelitian terdahulu dan sekarang yaitu yang paling utama adalah bentuk pendekatan dalam penelitian, untuk penelitian terdahulu menggunakan pendekatan kuantitatif dan penelitian sekarang menggunakan pendekatan kualitatif, selain itu hal yang membedakan kedua penelitian tersebut yaitu untuk penelitian terdahulu lebih memfokuskan ke gaya hidup hedonis dan akun @awkarin menjadi pacuan dalam penelitian terdahulu, sedangkan penelitian sekarang lebih ke fashion hijab remaja dan akun @dailyhijabootd menjadi pacuan dari penelitian sekarang.

4. Penelitian yang ditulis oleh: Sofia Miranda, Jurnal FISIP, Volume 4, Nomer 01, Februari 2017, yang berjudul Pengaruh Instagram Sebagai Media Online Shopping Fashion Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau, jenis penelitian ini adalah berupa

angka-angka dan analisis yang menggunakan statistik (Sugiyono, 2010: 7). Sementara itu jenis atau tipe riset yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Eksplanasi. Berdasarkan usia, responden terbanyak adalah usia 20-23 tahun dengan jumlah 68 (71,0%) responden. Berdasarkan jurusan, jumlah terbanyak adalah mahasiswi jurusan Sosiologi sebanyak 19 mahasiswi (20%). Secara umum penelitian ini menunjukkan bahwa kondisi penilaian responden terhadap variabel-variabel penelitian sudah baik. Hal ini dapat ditunjukkan bahwa sebagian besar tanggapan dominan pada kategori setuju dari responden terhadap indikator-indikator pada variabel penelitian.

Persamaan penelitian terdahulu dan penelitian sekarang yaitu instagram berperan penting terhadap fashion dan ootd remaja saat ini. Adapun perbedaannya yaitu muncul dikarenakan munculnya dari sifat individu sedangkan penelitian sekarang dikarenakan tuntutan zaman yang semakin berkembangnya model-model fashion dan inspirasi ootd hijab lainnya. Selain itu perbedaan terdapat pada pendekatan yang ada pada penelitian terdahulu dan sekarang, penelitian terdahulu menggunakan metode pendekatan kuantitatif dan penelitian sekarang menggunakan metode pendekatan kualitatif.

5. Penelitian yang ditulis oleh: Rama Kertamukti, jurnal komunikasi PROFETIK, Volume 8, nomor 1, April 2015, yang berjudul INSTAGRAM DAN PEMBENTUKAN CITRA (Studi Kualitatif Komunikasi Visual dalam Pembentukan Personal Karakter Account Instagram @basukibtp), hasil dari penelitian tersebut yaitu, Memahami bahwa dalam interaksi antar manusia ada “kesepakatan” perilaku yang disetujui yang dapat mengantarkan kepada

tujuan akhir dari maksud interaksi sosial tersebut. Bermain peran merupakan salah satu alat yang dapat mengacu kepada tercapainya kesepakatan tersebut. Citra yang dibangun oleh Ahok sudah mendapatkan peran pada masyarakat, karena personal image Ahok sudah terbangun oleh media massa tinggal Ahok memolesnya di media sosial seperti Instagram. Dalam personal brand (Haroen, 2014: 73) bukan hanya menghadirkan personal image, tetapi yang lebih penting tokoh menghadirkan realita dan janji sebagai tokoh publik haruslah ditepati. Sebuah politik pencitraan yang tidak didukung dengan bukti dan realisasi, sama artinya dengan bunuh diri. Tubuh seorang pemimpin dibangun oleh Ahok dalam foto-fotonya di Instagram, kepemimpinan terdiri atas atribut tertentu yang melekat pada diri pemimpin atau sifat personal yang membedakan dengan masyarakat ataupun pengikutnya.

Persamaan antara penelitian terdahulu dan penelitian sekarang yaitu sama sama menggunakan metode pendekatan kualitatif yang berasal dari beberapa temuan-temuan yang ada di instagram akun @basukibtp, adapun perbedaan dari penelitian terdahulu dan sekarang yaitu, penelitian terdahulu menggunakan Instagram sebagai ajang eksistensi dan meningkatkan nilai saing dalam berpolitik, sedangkan penelitian sekarang menggunakan Instagram sebagai pengetus atau mempublikasi gaya-gaya fashion hijab terbaru sehingga dapat menginspirasi pengikut-pengikutnya.

6. Penelitian yang ditulis oleh, Pradasashti Balqisyah Amirputri dan Kristiningsih, yang berjudul Respon Konsumen Generasi Milenial Pada Iklan Produk Fashion Dengan Media Paid Promote Dalam Media Sosial

Instagram, penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif, Populasi dalam penelitian ini adalah remaja generasi milenial yang lahir tahun 2000 atau setelahnya. Sampel diambil dengan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu sampel yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu yang ditetapkan (Sugiyono, 2010). Konsumen generasi milenial yang aktif dalam menggunakan akun instagram adalah sebagian besar adalah wanita, berstatus mahasiswa dan berusia antara 16-19 tahun. Iklan produk fashion melalui media paid promote pada instagram direspon positif oleh generasi milenial. Dalam tahapan attention dan interest konsumen generasi milenial memberi respon sedang (cukup) pada iklan produk fashion melalui paid promote dalam instagram. Sedangkan dalam tahapan desire dan action konsumen generasi milenial memberi respon kurang pada iklan produk fashion melalui paid promote dalam instagram.

Persamaan antara penelitian terdahulu dan penelitian sekarang yaitu sama-sama membahas terkait instagram, sedangkan perbedaannya penelitian terdahulu menggunakan instagram sebagai ajang menkreasikan cara berjualan online, sedangkan penelitian sekarang instagram sebagai pengaruh atau pun inspirasi bagi remaja berhijab untuk melengkapi fashion trendi mereka.