

**BAB IV**  
**VARIASI SIMBOL GAYA HIJAB DAN PERSPEKTIF SEMIOTIKA**  
**ROLAND BARTHES**

**A. Variasi Gaya Hijab Perempuan di Media Instagram**

Mengulik kepada historisitasnya, Pada zaman Nabi Muhammad SAW, hijab dikhususkan kepada wanita baik-baik (perempuan merdeka), yang harus mereka kenakan agar tidak mendapat gangguan dari laki-laki dan sebagai bentuk ketaqwaan perempuan muslim terhadap Islam. Menuju zaman kontemporer, hijab kini menjadi simbol yang tidak sekedar bernilai guna atau fungsi sebagai tingkat kereligiusan seseorang, namun juga menjadi *trend fashion*, gaya hidup, dan kelas sosial perempuan muslim. Variasi gaya hijab yang dimaksud pada fokus penelitian ini adalah merek hijab tertentu, diantaranya segi empat La Sabelle, pashmina Lafiye, dan *syar'i* Si.Se.Sa. Peneliti juga memuat terkait bahan, warna, motif, harga, cara pemakaian dan *public figure* ketiga gaya hijab yang dimaksud dalam penelitian ini.

Instagram merupakan *platform* yang menyediakan berbagai informasi kehidupan sosial terkini yang dapat memengaruhi manusia dalam berbagai hal termasuk *trend mode*, *fashion* dan gaya hidup. Tiga gaya hijab ini yang termasuk dalam pengaruh *trend mode*, dapat menarik perhatian perempuan muslim terkhusus pengguna aktif Instagram. Oleh karena itu, ketiga merek gaya hijab ini banyak sekali dikenakan perempuan muslim dan sangat sering muncul di *platform* Instagram dengan ekspresi dan tampilan yang mereka unggah.

**PENANDA (SIGNIFIER) = OBJEK 3 GAYA HIJAB**

## 1. Segi Empat La Sabelle

Hijab segi empat La Sabelle merupakan *brand* lokal yang baru berusia 4 tahun, didirikan pada tahun 2019. Meskipun baru 4 tahun berdiri, La Sabelle selalu memberikan inovasi pada setiap karyanya dan berhasil untuk mempertahankan eksistensinya dengan menciptakan karya-karya yang *out of the box*. Sampai saat ini, La Sabelle telah menjadi merek lokal asal Banjarmasin yang sudah memiliki cabang *store* di berbagai kota di seluruh Indonesia dan berkantor pusat di Jakarta. Saat usia La Sabelle genap tiga tahun, *brand* lokal ini bahkan dipilih sebagai salah satu delegasi Indonesia untuk tampil dan berpartisipasi dalam acara “Paris Fashion Week” pada tahun 2022 yang lalu.<sup>1</sup>

Entah apa yang membuat gaya hijab segi empat La Sabelle begitu diminanti oleh perempuan muslimah dari berbagai usia, mulai dari remaja hingga ibu-ibu dewasa. Gaya hijab ini memang terlihat eksklusif dan berbeda dari hijab segi empat yang lebih murah dari biasanya. Bahan, warna, dan motifnya memberikan kesan bahwa ini adalah hijab segi empat yang mewah.<sup>2</sup> La Sabelle tidak hanya berfokus kepada variasi produknya seperti *scarf* (hijab) tetapi juga turut memproduksi *luxury pajamas, brooch, prayer robe, blouse*, bahkan *belt* yang memperlihatkan dua huruf “LS” singkatan dari nama La Sabelle.

---

<sup>1</sup>Annisa Nurfitriyani, “Berhasil Kembangkan Bisnis dari Usia Belia, Pendiri La Sabelle Jadi Panutan Wanita Muda” dalam <https://wartaekonomi.co.id/read358071/berhasil-kembangkan-bisnis-dari-usia-belia-pendiri-la-sabelle-jadi-panutan-wanita-muda>, diakses pada 31 Agustus 2021.

<sup>2</sup>HS, Informan:Pengguna La Sabelle, Wawancara Pribadi, Kediaman Informan, 22 Januari 2024.

a. Bahan

Tiga *tagline* yang menjadi semboyan bagi merek hijab La Sabelle adalah *scarves, collection, and modest lifestyle*. Tiga kata ini mampu menggambarkan La Sabelle sebagai gaya hijab segi empat yang elegan dan berkualitas. Ketika membuka akun resmi La Sabelle di Instagram dengan *username* @lasabelleofficial maka kita akan diperlihatkan dengan tiga kata kunci utama yang disebutkan diatas tadi, telah berada di permukaan *profile* akun Instagram La Sabelle.

Bahan produk La Sabelle ini berfokus kepada *pattern scarf* dan *modest wear*. *Pattern scarf* adalah sebuah pola atau susunan teratur yang terdiri dari elemen-elemen yang diulang secara teratur atau acak. *Pattern* yang dimaksud disini terdiri dari berbagai elemen seperti bentuk, warna, tekstur, atau gambar yang diulang dalam pola tertentu. Adapun *modest wear* disini, modest adalah sederhana atau bisa dikatakan simpel. Bermakna *trend* busana yang bergaya santun, sopan, dan tidak terbuka. Bahan *patten scarf* inilah yang menjadi kesenangan bagi pengguna setia La Sabelle saat mengenakannya, karena lebih mudah dibentuk, lebih rapi walau tanpa di setrika dan wajah terasa jauh lebih *fresh*.<sup>3</sup> Artis ternama yang menggunakan hijab segi empat La Sabelle memberikan pujian terkait bahan dari hijab ini, Venna Melinda<sup>4</sup> yang menjelaskan, “Kualitas bahan La Sabelle sangat bisa bersaing dengan produk luar.”<sup>5</sup>

---

<sup>3</sup>H, Informan: Pengguna La Sabelle, Wawancara Pribadi, Kediaman Informan, 6 Januari 2024.

<sup>4</sup>Venna Melinda Bruglia adalah seorang model dan aktris Indonesia. Ibu dari Verrel Bramasta dan Athalla Naufal.

<sup>5</sup>Saprian, “*Modest Wear* Berkelas Dunia & Terjangkau, Hadir di Gerai Baru La Sabelle Banjarmasin” *Jurnal Kalimantan* dalam <https://jurnalkalimantan.com/modest-wear-berkelas-dunia-terjangkau-hadir-di-gerai-baru-la-sabelle-banjarmasin/>, diakses pada 23 Februari 2022.

## b. Warna dan Motif

Warna dan motif hijab segi empat La Sabelle tentu memiliki keunikan yang khas. Warna apapun mulai dari *dark*, *soft/pastel* hingga *bold (light)* dapat dipilih sesuai kesenangan pada gaya hijab ini. Dilansir dalam *podcast* Modestalk, Etna bercerita bahwa di setiap kota di Indonesia memiliki peminat warna yang berbeda-beda. Perempuan muslim di pulau Sumatra dominan membeli hijab segi empat La Sabelle yang berwarna terang (*light*), perempuan muslim di pulau Jawa dominan membeli hijab segi empat La Sabelle dengan warna pastel, sedangkan perempuan muslim di pulau Kalimantan memiliki banyak peminat warna gelap/tajam (*bold*).<sup>6</sup> Motif yang ditawarkan oleh La Sabelle tidak hanya terbatas pada garis-garis atau bunga. Sebaliknya, setiap motif pada hijab La Sabelle lebih cenderung mengambil inspirasi dari corak bangunan kota atau bunga yang memiliki makna filosofis. Beberapa motif yang terdapat dalam koleksi ini, seperti motif bangunan masjid baiturrahman, motif bungong jeumpa, motif kerang khas pantai Lampuk Aceh, motif bunga tabula rasa dan beberapa corak bangunan atau bunga asal kota lainnya.

Tidak kalah menarik dengan motif bangunan kota atau bunga, La Sabelle juga menawarkan motif zigzag, garis-garis, dan motif dengan berlabel LS untuk para perempuan yang lebih suka dengan pola yang simpel. Tak tertinggal dengan monogram dua huruf "LS" di ujung sudut belakang hijab ini, monogram ini lah yang menjadi ciri khas utama hijab segi empat La Sabelle yang dapat menaikkan gairah percaya diri di lingkungan sosial bagi yang menggunakannya.<sup>7</sup> Lebih lanjut, yang

---

<sup>6</sup>Modestalk, "The Power of Modest Talk – La Sabelle" durasi ke 5:55 dalam <https://www.youtube.com/watch?v=wdv3wwYu9nQ&t=24s>, diakses pada 23 September 2023.

<sup>7</sup>H, Informan: Pengguna La Sabelle, Wawancara Pribadi, Kediaman Informan, 6 Januari 2024.

menjadi kelebihan dari hijab segi empat La Sabelle ini adalah setiap sisi dari *scarf*<sup>8</sup> bisa menjadi motif utama, dengan visi “*multi-pattern, multi-color.*”

Hal yang sedang tren dalam peluncuran model hijab ini adalah bahwa setiap kali memperkenalkan motif terbaru dari La Sabelle, pemotretan model dengan gaya hijab tersebut selalu dilakukan dengan tema yang berbeda-beda dan di kota yang dicirikan, bahkan dalam setiap pemotretan motif terbaru La Sabelle hingga ke negara-negara besar. Contohnya, pemotretan gaya hijab La Sabelle di Burj Khalifa Dubai, Masjid Nabawi di Madinah Al Munawwarah, dan beberapa negara Eropa lainnya.<sup>9</sup> Sang *Owner*, Melisa Etna Tiara berasumsi bahwa setiap pengeluaran motif terbaru La Sabelle memiliki makna dan setiap makna dari motif hijab ini berbeda-beda sesuai dengan corak dan tempat pemotretannya.

### c. Harga dan Cara Pemakaian

Hijab segi empat La Sabelle ditawarkan dengan rentang harga mulai dari Rp. 399.000 hingga di atas 400.000.<sup>10</sup> Meskipun harganya lebih tinggi dibandingkan dengan hijab segi empat pada umumnya yang hanya berkisar Rp. 20.000 – 100.000, hal ini tidak mengurangi minat pembeli. Harga yang berada di kisaran menengah hingga atas justru menjadi sebuah indikasi dalam merek ini bahwa La Sabelle adalah gaya hijab dengan *quality over price* dan *worth to buy* oleh berbagai kalangan perempuan muslimah di Indonesia.<sup>11</sup>

---

<sup>8</sup>*Scarf* artinya kain multi fungsi, makna *scarf* disini diartikan sebagai hijab.

<sup>9</sup>Postingan Lasabelle official dapat dilihat melalui, <https://www.instagram.com/p/C1EEuM-PR1A>, Postingan dibagikan pada 20 Desember 2023.

<sup>10</sup>Kumparan *Woman*, “Batik Trusmi Berkolaborasi dengan La Sabelle” dalam <https://kumparan.com/kumparanwoman/batik-trusmi-berkolaborasi-dengan-la-sabelle-perkenalkan-koleksi-rengganis-21JDy3ku1mV/full>, diakses pada 3 Oktober 2023.

<sup>11</sup>A, Informan: karyawan La Sabelle *store* Gatot Subroto, Wawancara Pribadi, La Sabelle *Offline Store*, 17 Januari 2024.

Cara pemakaian dalam hijab La Sabelle seperti pemakaian hijab segi empat pada umumnya saja. Beberapa kali, fokus utama pemakaian pada hijab segi empat ini terletak pada logo monogram “LS” yang terletak di bagian belakang. Jika pengguna hijab La Sabelle ingin menciptakan variasi gaya yang berbeda pada umumnya, kebanyakan dari mereka meletakkan ujung *scarf* yang memiliki logo monogram tersebut ditempatkan di bagian depan (dibawah dada) dengan cara menjulurkannya.

d. *Public Figure*

La Sabelle merupakan gaya hijab *brand* lokal yang dicetuskan oleh wanita muda asal Banjarmasin, Melisa Etna Tiara. Bermula dari ketertarikannya dengan hijab motif, Etna yang berusia 29 tahun telah berhasil menjadikan produk La Sabelle yang terus memberikan terobosan baru terhadap perkembangan *style* modern ini. Penamaan La Sabelle berasal dari bahasa Prancis yang diberikan oleh Melisa Etna Tiara, selaku Presiden Direktur dan *Owner* La Sabelle. Etna menjelaskan bahwa ia merasa senang terhadap segala sesuatu yang memiliki kecantikan dan nuansa indah yang mencerminkan kefemininan. Oleh karena itu, dia memilih La Sabelle dari bahasa Prancis dengan harapan bahwa hijab La Sabelle ini akan menjadi doa dan harapan untuk menciptakan keindahan.<sup>12</sup>

La Sabelle yang berada di bawah naungan Etna telah berhasil mempertahankan keberadaannya dengan menciptakan karya-karya yang *out of the box*, melibatkan sejumlah tokoh publik terkenal di Indonesia. Beberapa di antaranya

---

<sup>12</sup>Modestalk, “The Power of Modest Talk – La Sabelle” durasi ke 5:55 dalam <https://www.youtube.com/watch?v=wdv3wwYu9nQ&t=24s>, diakses pada 23 September 2023.

adalah Olla Ramlan, Renzi Lazuardi, Rachel Venny, Mama Lita (Master Chef Indonesia), Zsalsadil, Aghnia Punjabi, Shella Saukia, dan yang terbaru, La Sabelle berhasil menjalin kerjasama dengan tokoh terkenal, yaitu Rieta Amilia, ibu dari Nagita Slavina. Selain melibatkan sejumlah tokoh publik dengan *brand* La Sabelle, kekuatan pemasaran *brand* ini juga berasal dari Etna sebagai pemilik, karena setiap kegiatan pertemuan dan acara-acara besar Etna selalu menggunakan *brand* miliknya sendiri dari hijab segi empatnya, *blousenya*, hingga *belt* yang berlabel LS yang kemudian ia unggah ke akun pribadi miliknya dan akun *brand* La Sabelle di @melisatnatiara dan @lasabelleofficial.<sup>13</sup> Sang pemilik berharap, agar La Sabelle dapat menjadi *brand* hijab yang dapat konsisten untuk selalu memberikan filosofi atau pesan pada setiap koleksinya.<sup>14</sup>

Peneliti telah mencatat tiga individu pengguna produk La Sabelle di sekitar lingkungan terdekat peneliti sebagai informan dalam penelitian ini. Mereka adalah H, yang saat ini bekerja sebagai pedagang ayam potong, HS, seorang mahasiswa S1, dan NH, seorang ibu rumah tangga. H memiliki lebih dari 50 koleksi hijab segi empat La Sabelle yang disimpan dengan rapi dan masih dengan kotak di rumahnya. Ketika ditanya mengapa dia tidak membuang *box* La Sabelle yang sudah dibuka, H menjelaskan bahwa dia menganggap kotak-kotak tersebut sangat menarik sebagai hiasan di rumahnya. Ketika ada teman yang berkunjung ke lantai dua rumahnya, mereka dapat melihat tata letak yang indah dari koleksinya ini. H menuturkan bahwa

---

<sup>13</sup>Hasil Observasi Pemilik Gaya Hijab La Sabelle, Melalui Instagram @melisaetnatiara dan @lasabelleofficial, 23-25 Februari 2024.

<sup>14</sup>Muhammad Robby, "La Sabelle, *Brand* Lokal Banjarmasin yang Tampil di Paris *Fashion Week*" dalam <https://banjarmasin.apahabar.com/post/la-sabelle-brand-lokal-banjarmasin-yang-tampil-di-paris-fashion-week-2022-17cnhod>, diakses pada 23 Februari 2022.

setiap tamu yang melihat koleksi kotak-kotak La Sabelle yang tersusun rapi di rumahnya terkesan dan heran. Bahkan, beberapa dari mereka yang juga bekerja sebagai pedagang ayam potong langsung tertarik dan menanyakan tentang segi empat La Sabelle, termasuk bahan, motif dan harganya, dengan penuh antusias. H mengakui bahwa dia selalu ingin memiliki motif terbaru dari koleksi hijab La Sabelle setiap tahunnya, dan terkadang H bisa membeli sekaligus 2 sampai 3 produk terbaru La Sabelle, apalagi jika pada saat itu terdapat diskon gumamnya. H merasa bahwa mengenakan hijab ini membuatnya merasa terlihat elegan dan lebih percaya diri di lingkungan sekitarnya, bahkan jika tidak menggunakan *make up* sekalipun.<sup>15</sup>

HS, seorang mahasiswa S1 di UIN Antasari, menemukan kesenangan dalam memiliki salah satu koleksi dari merek La Sabelle. Menurutnya, La Sabelle memiliki ciri khas yang mencolok dibandingkan dengan hijab segi empat lainnya. Meskipun harganya dianggap mahal oleh sebagian mahasiswa, HS kadang-kadang harus menyisihkan uang saku untuk bisa membelinya. HS menceritakan bahwa setelah berhasil membeli dan mengenakan produk La Sabelle yang terkenal, rasanya seperti meningkatkan kasta pada dirinya dan menciptakan kebahagiaan yang luar biasa. Terutama ketika memakai hijab La Sabelle dengan motif label LS dalam sebuah perkumpulan teman sebaya ataupun pertemuan kampus dan eksternal, kemudian mengunggahnya di *story* media Instagram. HS merasa percaya diri seolah-olah menunjukkan bahwa dia adalah seorang wanita karir. Meski HS hanya memiliki 2 atau 3 koleksi hijab dari La Sabelle, dia sangat menjaga hijab-hijab tersebut jika tidak

---

<sup>15</sup>H, Informan: Pengguna Segi Empat La Sabelle, Wawancara Pribadi, Kediaman Informan, 6 Januari 2024.



sedang digunakan. Baginya, hijab dari merek ini adalah yang paling disenangi, bahkan jika dia memiliki uang berlebih, HS tak ragu untuk membeli koleksi terbaru dari La Sabelle. Dalam beberapa waktu senggang, HS memantau akun Instagram @melisaetnatiara dan @lasabelleofficial untuk melihat jika ada pengeluaran produk hijab terbarunya. HS mengakui bahwa selain kualitas produk hijab yang sangat baik, dia juga mengumpulkan *box* dan *paper bag* dari La Sabelle sebagai bagian dari koleksi pajangan di rumahnya. Baginya, barang-barang tersebut terlalu berharga untuk dibuang.<sup>16</sup>

NH, seorang ibu rumah tangga, memiliki 30 koleksi hijab segi empat dari La Sabelle. NH, seorang perempuan keturunan Madura, tinggal di lingkungan di mana mayoritas penduduknya adalah penjual daging sapi, bawang, dan sembako. NH menceritakan bahwa tidak hanya kalangan ibu-ibu berkelas dan kaya yang menggunakan dan memiliki banyak koleksi hijab ini; para pedagang juga mampu bersaing dalam mengadopsi gaya menggunakan hijab bermerek. Meskipun pekerjaannya sebagai pedagang di pasar, mereka tetap mengedepankan gaya berpakaian bermerk, terutama dalam hal hijab.

NH menjelaskan bahwa beberapa hijab bermerek lainnya seperti Button, Ayu, dan Vivi Zubedi juga dikenal di kalangan pedagang, namun, ia memiliki lebih banyak koleksi dari La Sabelle daripada merek-merek serupa tersebut. Baginya, La Sabelle memiliki lebih banyak tokoh terkenalnya di media Instagram dibandingkan dengan merek hijab lainnya. Lebih lanjut, NH merasa bangga karena La Sabelle awal

---

<sup>16</sup>HS, Informan: Pengguna Segi Empat La Sabelle, Wawancara Pribadi, Kediaman Peneliti, 22 Januari 2024.

diproduksinya di kota Banjarmasin. Koleksi hijab La Sabelle yang dimiliki NH sebagian besar merupakan hadiah dari Sang Suami, dan terkadang ia juga meminta suaminya untuk membelikannya. Sehingga, suaminya mengerti bahwa hijab La Sabelle memiliki nilai tinggi bagi kaum hawa masa kini. Bahkan beberapa kali, suaminya turut membantu merapikan koleksi hijab La Sabelle jika berhamburan di dalam kamar, dan bergumam dengan analogi "Istriku, hijab La Sabelle adalah duit".<sup>17</sup>

Dalam sesi wawancara dengan ketiga narasumber La Sabelle, peneliti mengakhiri diskusi dengan pertanyaan "Lebih suka membeli baju bermerek atau hijab bermerek?" Tak disangka, ketiga informan memiliki jawaban yang sama, lebih memilih untuk membeli dan mengenakan hijab bermerek, khususnya La Sabelle." setelah ditanya alasannya, bagi mereka, membeli baju bermerek, dianggap sebagai pemborosan uang. Menurut mereka, kepentingan utama dalam memilih baju adalah keindahannya, dan apakah baju tersebut bermerek atau tidak bukanlah faktor penentu. Berbeda dengan hijab yang tidak bermerek dan bermerek itu sangat terlihat mencolok, dengan mengenakan hijab bermerek lebih bisa membangun identitas diri berkelas perempuan muslim yang menggunakannya.<sup>18</sup>

## 2. Pashmina Lafiye

Pashmina adalah hijab persegi panjang yang berbentuk seperti selendang untuk menutupi kepala dan leher. Pashmina awalnya adalah sejenis kain wol halus

---

<sup>17</sup>NH, Informan: Pengguna La Sabelle, Wawancara Pribadi, Kediaman Informan, 3 Februari 2024.

<sup>18</sup>Hasil Wawancara Bersama 3 Informan La Sabelle: H, HS, dan NH.

yang berasal dari wilayah Kashmir. Saat ini, pashmina tidak hanya terbuat dari bahan wol, melainkan juga dapat diproduksi dari berbagai jenis kain yang beragam. Pashmina Lafiye adalah pashmina bermerek dengan kualitas bahan yang lebih baik dan desain yang eksklusif.<sup>19</sup> Lafiye dirilis pada tanggal 5 April 2021 di Jakarta, Oleh Fira Assegaf. Fira Assegaf lebih sering dikenal dengan panggilan Sashfir, karena *username* Instagram yang ia miliki @sashfir.<sup>20</sup>

Tampilan hijab pashmina Lafiye lebih menjunjung tinggi gaya kasual dibandingkan dengan pashmina merek lain. Citra yang diinginkan banyak perempuan muslim masa kini direpresentasikan melalui katalog Lafiye di media Instagram, menjadikan pashmina Lafiye dari Sashfir saat ini sangat diminati khususnya para perempuan muslim pengguna aktif Instagram.<sup>21</sup> Sashfir yang memiliki latar belakang sebagai Fotografer dan telah menjalani pendidikan khusus selama 3 tahun dalam bidang ini, tentu menjadi penginspirasi utama dalam ide visual katalognya. Kenyamanan bahan pashmina Lafiye memang menjadi daya tarik bagi muslimah untuk mengoleksi pashmina ini, namun ada hal lain yang lebih mendukung ketertarikan mereka terhadap Lafiye. Kesan khas yang sangat tertata rapi dengan gaya kasual dari setiap katalognya.

Sashfir bercerita melalui vlog pribadinya bahwa “Mempersiapkan ide *photoshoot* Lafiye, ia dan tim nya memerlukan waktu satu bulan, saat pemotretan bersama *talent* Lafiye pun dimulai dari pagi hingga malam hari, adapun untuk *editing*

---

<sup>19</sup>Astri Ratnasari: Responden Lafiye, Wawancara Pribadi, Perekam Suara Melalui Whatsapp, 4 Oktober 2024.

<sup>20</sup>Erica Zafaraini, “Biodata Sashfir *Influencer* Muda yang Tampil *Stylish*” dalam <https://www.viv.co.id/read/41303/biodata-sashfir-influencer-muda-yang-tampil-stylish-lengkap-umur-agama-pasangan-orang-tua-dan-akun-instagram/1#>, diakses pada 2 Februari 2024.

<sup>21</sup>Hasil Observasi Katalog Lafiye melalui Instagram akun *store @lafiye*, 1 Februari 2024.

hasil pemotretan satu foto menghabiskan waktu 1-2 jam, sehingga jika dijumlahkan dengan hasil foto katalog secara keseluruhan hampir menghabiskan waktu sehari-hari sebelum di *upload* ke media Instagram dan lainnya.” Saat melihat akun Lafiye di Instagram, terlihat bahwa gaya visual dari pashmina ini memiliki nuansa kebarat-beratan namun tetap mempertahankan sentuhan Islami, yang disebut dengan istilah *minimalism*.

Pemilihan nama Lafiye terlihat diambil dalam bahasa Prancis, dilansir dari *official storenya*, *brand* ini mengklaim bahwa produk yang dikenakan seseorang akan menentukan kecantikannya. Menyiratkan kekuatan karakter dan memberikan dampak positif pada penggunanya.<sup>22</sup> Pada dasarnya, Lafiye menyediakan berbagai jenis hijab dan aksesoris, termasuk pin, ikat rambut, baju dalam, dan mukena. Namun, yang paling diminati dan menjadi pilihan utama oleh muslimah adalah pashmina yang diproduksi oleh Lafiye.<sup>23</sup> Meskipun terbilang sebagai *brand* pendatang baru, antusiasme muslimah terhadap produk ini cukup tinggi, hal tersebut dapat dilihat dari *account* Instagramnya @lafiye yang telah mengumpulkan sebanyak 229 ribu *followers*.<sup>24</sup>

#### a. Bahan

Material pashmina yang diproduksi oleh selegram *fashion* hijab @sashfir ini berkualitas premium. Terdapat 8 jenis bahan pashmina berbeda yang telah

---

<sup>22</sup>Hasil Observasi Melalui Beberapa Unggahan *Story* Lafiye di Media Instagram akun *store* @Lafiye, 25 Februari 2024.

<sup>23</sup>LZ, Informan: Pengguna Pashmina Lafiye, Wawancara Pribadi, Melalui Pesan Whatsapp pada 10 Februari 2024.

<sup>24</sup>Lihat *followers* Lafiye dalam <https://www.instagram.com/lafiye?igsh=MWdhY2dmeHF2MGJncA>.

dikeluarkan oleh Lafiye ini.<sup>25</sup> Skiv Rou Scarf, pashmina anti bakteri dan menyerap keringat, *cuttingan* yang rapi, serat bahan yang kokoh berbahan kaos Tencel membuat pengguna pashmina ini merasa tetap nyaman walaupun dipakai seharian.

- 1) Skiv Tie, pashmina ini memiliki bahan yang sama seperti Skiv Rou Scarf terbuat dari bahan kaos Tencel dan anti bakteri, yang membedakannya Skiv Tie ini dibuat seperti pola hijab segi empat yang instan.<sup>26</sup>
- 2) You Cotton Scarf, pashmina berbahan Viskosa Rayon Slub yang ringan. Pashmina ini lebih kaku, tidak licin, dan di ujung sudut dalam pashmina ini memiliki ciri khas rumbaian.
- 3) Premium Silk Scarf, pashmina dari bahan Silk Premium ini dengan pantulan mengkilat yang tidak licin ketika dikenakan. Tampilan ini membuat pengguna pashmina yang ingin tampil elegan dan menghadiri acara penting.
- 4) Instant Rey, pashmina ini hampir sama seperti Skiv Tie yang terlihat seperti hijab segi empat karena bentuk pola yang menyerupai. Tanpa jahitan di dagu, Pashmina ini memiliki kesan instan saat pemakaian yang memberi tampilan santai.
- 5) Instant Sey, pashmina ini dibuat pola seperti bentuk kerudung. Berbahan Jersey Premium yang ringan.

---

<sup>25</sup>Eka Fitriani, “9 Rekomendasi Hijab Nyaman Tanpa Ribet untuk Lebaran” dalam <https://ntb.idntimes.com/life/inspiration/eka-fitriani-9/9-rekomendasi-hijab-nyaman-tanpa-ribet-untuk-lebaran-c1c2?page=all>, diakses pada 6 April 2023.

<sup>26</sup>Pashmina Bahan Skiv Tie Adalah Pashmina yang Dikenakan Responden: Astri Ratnasari Saat Sesi Perfotoan Lafiye x @Nasariastri.

- 6) Premium Crinkle Scarf, pashmina ini memiliki bahan krinkel dengan tekstur kusut, tidak licin, dan tanpa di setrika.
- 7) Gia Scarf, pashmina ini adalah basic Lafiye. Terbuat dari bahan yang lembut, ringan, breathable, dan ukuran jahitan yang lebih kecil.

Dari 8 jenis bahan pashmina yang ditawarkan oleh Lafiye, yang paling sering digunakan oleh muslimah di media Instagram adalah pashmina Skiv rou scarf dan Skiv tie. Kedua jenis pashmina ini merupakan produk terbaru dari Lafiye di antara jenis lainnya dan menjadi primadona dari *brand* ini. Kedua pashmina ini juga memiliki material anti bakteri yang menghambat pertumbuhan bakteri atau jamur, sehingga mencegah terjadinya bau tidak sedap saat dipakai.<sup>27</sup>

#### b. Warna dan Motif

Lafiye menghadirkan palet warna yang lebih fokus pada nuansa pastel dan lembut, seperti krim, nude, mocca, silver, broken white, abu-abu, denim, dan lavender, untuk menjunjung tinggi gaya minimalis<sup>28</sup>. Meskipun demikian, Lafiye juga menawarkan sejumlah warna *bold* yang tetap disukai oleh pengguna, seperti hitam, coklat tua, marun, hijau, terakota, dan biru tua.

Ciri khas pashmina Lafiye menggunakan bahan yang *flowy*, tone berwarna netral, dan motif polos pada masing-masing produknya. Dengan mengusung tagline "*Cultivate Beauty in Versatility*" yang diterjemahkan ke dalam Bahasa bermakna "Kembangkan Kecantikan dalam Keserbagunaan". Lafiye meyakini bahwa

---

<sup>27</sup>LZ, Informan: Pengguna Pashmina Lafiye, Wawancara Pribadi, Melalui Pesan Whatsapp pada 10 Februari 2024.

<sup>28</sup>Candra Kartiko, "3 Brand Hijab Lokal, Apakah *Worth The Price*?" dalam <https://yoursay.suara.com/lifestyle/2023/12/25/103748/3-brand-hijab-lokal-apakah-worth-the-price>, diakses pada 25 Desember 2023.

keserbagunaan adalah cara untuk meningkatkan gaya *fashion*, dan itulah sebabnya Lafiye menyediakan produk hijab minimalis kepada para pengguna setianya untuk mendorong dan mengembangkan kecantikan mereka.

### c. Harga dan Cara Pemakaian

Pada zaman ini, penilaian terhadap hijab sangat bergantung pada faktor kenyamanan, model, bahan dan public figurenya, hal tersebut akan menentukan harga sebuah hijab. Tidak dapat disangkal bahwa ungkapan "Ada Uang, Ada Kualitas" memiliki kebenaran. Harga pashmina Lafiye berkisar antara 99.000 - 160.000 ke atas.<sup>29</sup> Jika dibandingkan dengan harga pashmina umumnya, pashmina Lafiye jauh lebih mahal karena harga pashmina biasanya berkisar hanya mulai dari 25.000 hingga 60.000 saja.<sup>30</sup> Harga pashmina Lafiye yang jauh berbeda dari pashmina biasanya, tidak membuat perempuan muslim goyah untuk tidak membelinya. Justru mereka berasumsi bawa dengan membeli dan mengoleksi pashmina Lafiye dapat memancarkan aura mahalnyanya atau yang sekarang disebut dengan perempuan *old money*.<sup>31</sup>

Lafiye merupakan *brand* hijab dengan gaya minimalis yang mengadopsi tren *fashion* ala Malaysia.<sup>32</sup> Dalam hal cara mengenakan hijab, atau yang sering disebut sebagai tutorial, pashmina memiliki lebih banyak tutorial penggunaan hijab dibanding hijab lainnya. Dengan Lafiye, muslimah dapat lebih mudah

---

<sup>29</sup>Lihat harga Pashmina Lafiye dalam <https://shp.ee/1s2rar9>.

<sup>30</sup>Melansir melalui rata-rata harga pashmina di Shopee, Tiktok Shop, Toko Pedia dan pasar terdekat.

<sup>31</sup>SFS, Informan: Pengguna Pashmina Lafiye, Wawancara Pribadi, Cafe Foree, 18 Januari 2024.

<sup>32</sup>Dyah Istiyanti, "Lafiye Punya Siapa? Inti Pemilik *Clothing Line Fashion* Hijab ala Malaysia yang Minimalis dan Serba Guna" dalam <https://www.mengerti.id/sosok/66410632252/lafiye-punya-siapa-intip-pemilik-clothing-line-fashion-hijab-ala-malaysia-yang-minimalis-dan-serba-guna>, diakses pada 25 Oktober 2023.

mengekspresikan tutorial pashmina karena bahan yang sangat mudah diatur dibandingkan dengan pashmina lainnya.

Dari banyaknya tutorial pashmina, disini peneliti akan menyampaikan 2 tutorial dalam penggunaannya. Pashmina Lafiye berbentuk persegi panjang yang memiliki sudut kanan atau kiri yang dapat dililit ke atas, salah satu sudut lainnya untuk menutupi dada. Tutorial ini terkadang lebih banyak memakan waktu agar tertata dengan rapi dan jarum pentul yang digunakan pun perlu 2-3 buah. Jika diinginkan tampilan yang lebih sederhana, sudut kiri pashmina dapat diletakkan di atas bahu saja (membiarkannya tidak dililit). Ini memberikan kesan simpel namun tetap mempertahankan citra feminin<sup>33</sup> bagi pengguna pashmina Lafiye, Lafiye juga menyediakan pashmina langsung pakai yang dibuat sengaja untuk pengguna yang tidak ingin ribet saat mengenakannya seperti bahan Skiv Tie Instant, Instant Sey, dan Instant Rey. Di samping menjual produknya, pemilik Lafiye, Fira Assegaf atau yang lebih dikenal sebagai Sashfir, juga memberikan beberapa tutorial penggunaan pashmina Lafiye melalui akun Youtube atau yang disebut dengan mini vlog, dengan tujuan untuk memberikan inspirasi kepada para pengguna setianya.<sup>34</sup>

#### d. *Public Figure*

Lafiye merupakan brand pashmina terkenal asal Jakarta yang baru berusia muda oleh Fira Assegaf. alih-alih menjadi *owner*, fira Assegaf atau sashfir ini banyak menggait sahabat-sahabat nya menjadi *public figure* dalam *brand* miliknya. Astri Ratnasari dengan *username* @nasariastri asal Banjarmasin yang menjadi responden

---

<sup>33</sup>TA, Informan: Pengguna Pashmina Lafiye, Wawancara Pribadi, Melalui Pesan Whatsapp, 25 Februari 2024.

<sup>34</sup>Sashfir, "Hijab Tutorial Lafiye 4 Look Hijab (Pashmina)" dalam <https://www.youtube.com/watch?v=HzbqCo6KE1U>, diunggah pada 10 Januari 2022.



dalam penelitian ini, adalah *public figure* saat awal peluncuran Lafiye. yang kemudian baru dilanjutkan oleh Nadhifa Allya Tsana dengan *username* @ntsana. Kedekatan yang erat antara Astri Ratnasari dan Sashfir banyak menggait pengikut Astri di media Instagramnya untuk membeli pashmina milik Sashfir ini. Bahkan beberapa komentar di unggahan Astri, banyak yang menanyakan kapan untuk meluncurkan katalog produk Lafiye bersama dengan Sashfir untuk yang kedua kalinya. Dalam hal ini, Astri Ratnasari dapat dikatakan sebagai *support system* Sashfir terkait popularitas dari peluncuran pashmina Lafiye ini kepada publik.<sup>35</sup>

Blog resmi Lafiye.com menerangkan sebuah ungkapan "*What we wear defines our kind of beauty. Let your own beauty speak its language, by wearing Lafiye.*" yang jika diterjemahkan ke dalam Bahasa bermakna, Apa yang kita kenakan menentukan kecantikan kita. Biarkan kecantikan Anda berbicara dengan mengenakan Lafiye. secara katalog, Lafiye sangatlah unggul dalam setiap peluncuran katalognya. setiap unggahannya memberikan inspirasi bahwa siapapun dapat menggunakan Lafiye<sup>36</sup>, baik dari kepribadian perempuan muslim *light feminine energy* maupun *dark feminine energy*, dalam kategori kepribadian, Astri Ratnasari masuk ke dalam kategori *light feminine energy*. ditambah lagi dengan *public figure* yang menampilkan pekerjaan mereka yang berbeda-beda seperti seorang guru, seniman, desainer, pembicara yang berekspresi menggunakan pashmina Lafiye ini. Hal inilah yang memberikan bentuk sudut pandang khalayak

---

<sup>35</sup>Hasil Observasi akun Instagram Responden @nasariastri dan akun *store* @lafiye, 13 Februari 2024

<sup>36</sup>LZ, Informan: Pengguna Pashmina Lafiye, Wawancara Pribadi, Melalui Pesan Whatsapp, 10 Februari 2024.

bahwa Lafiye adalah pashmina minimalis yang berkelas dan dapat dipakai oleh perempuan muslim berlatar belakang manapun.

Peneliti melibatkan tiga narasumber sebagai informasi tambahan dalam penelitian mengenai pashmina Lafiye, yaitu LZ, TA, dan SFS. LZ, seorang mahasiswa S1 di Universitas SARMUL, merupakan penggemar hijab Lafiye dan beberapa kali LZ mereview pashmina ini melalui unggahan video. Meskipun masih bergantung pada uang saku orang tua, LZ rela menyisihkan sebagian uangnya untuk secara bergilir membeli pashmina Lafiye, dan kini sudah memiliki koleksi sebanyak 9 produk. Alasan LZ memilih Lafiye karena bahannya ringan seperti tidak menggunakan hijab dan mudah dibentuk, tidak bau dan kualitas premium dari bahan yang digunakan. tapi ada alasan lain yang mempengaruhi LZ dengan ketertarikan kepada brand ini, LZ mengaku bahwa dia sangat terkesan dengan konsep katalog produk dan pemiliknya, Sashfir dan Astri Ratnasari, yang dianggapnya sebagai panutan dalam membangun citra diri di media Instagram. Dari unggahan-unggahan katalog Lafiye sesuai dengan *taglinenya Cultivate Beauty in Versatiity*, LZ berpendapat bahwa citra yang ditampilkan oleh Sashfir sebagai *owner* Lafiye yang menggait role model Lafiye yang cantik, dan berbagai warna kulit yang mencerminkan keberagaman warna kulit perempuan di Indonesia. Hal inilah yang membawa kesan perempuan muslim dengan latar belakang warna kulit apapun untuk percaya diri saat mengenakan Lafiye, khususnya “warna kulit yang aku miliki adalah *skintone neutral undertone*” jawab LZ.

Bagi LZ, penggunaan pashmina Lafiye memberikan perasaan menjadi perempuan yang feminin namun tetap terlihat kasual dan aura yang ada pada dirinya

lebih keluar. beberapa kali saat membagikan foto-foto menggunakan pashmina Lafiye di media Instagram, LZ mendapat beberapa pertanyaan dari teman-temannya tentang Lafiye bahkan sampai dengan pujian. Hal ini membuatnya merasa seperti perempuan yang *old money* dengan menggunakan merek terkenal ini.<sup>37</sup>

Informan kedua dari Lafiye adalah TA, yang kini merantau menjadi Mahasiswa di UMM. TA menyatakan bahwa menggunakan pashmina memerlukan ketelatenan agar tampilan yang diinginkan dapat tercapai. Namun, tidak semua tutorial penggunaan pashmina memakan waktu lama. Terkadang, perempuan Muslim dapat mengenyakannya dengan cara yang lebih santai, seperti hanya menjulurkan salah satu sisi pashmina ke bahu dan menutupi dada dengan sisi yang lain. Meskipun terlihat santai, gaya ini tetap mempertahankan aura feminin tanpa kesan berlebihan.

Mengenai peluncuran Lafiye pada tahun 2021, TA mengaku bahwa ini adalah pertama kalinya ia merasa percaya diri dan senang saat mencoba membeli dan mengenakan produk Lafiye, khususnya skiv rou scarf yang terbuat dari bahan tencel. Hal ini membuatnya merasa seolah-olah tidak mengenakan hijab karena pashmina Lafiye sangat ringan ketika dipakai, baginya. Kini, TA telah memiliki koleksi pashmina sekitar 4 produk yang mana ke empat pashmina ini adalah merek Lafiye. Meskipun hanya sedikit, TA merasa puas menggunakan pashmina Lafiye berulang kali, baginya menggunakan pashmina Lafiye dapat dipakai saat kapan saja, termasuk pergi ke kampus. TA juga membahas bonus yang diberikan saat pembelian pashmina

---

<sup>37</sup>LZ, Informan: Pengguna Pashmina Lafiye, Wawancara Pribadi, Melalui Pesan Whatsapp, 25 Februari 2024.

Lafiye, seperti free pouch. Meskipun pouch ini berukuran kecil, nilainya terletak pada label Lafiye yang tercetak pada pouch ini. Banyak perempuan Muslim yang mereview Lafiye di Instagram bahkan menggunakan pouch ini sebagai tas kecil untuk make-up, menurut TA. Lafiye menjadi *brand* favoritnya karena terkesan dengan public figure Sashfir dan sahabatnya Astri Ratnasari, dan hal ini menjadi salah satu alasan mengapa TA sering menggunakan pashmina Lafiye saat ini.

Monogram brand Lafiye yang bercorak emas dan bertuliskan nama, memberikan kesan mewah dan tentunya detail seperti inilah yang merupakan elemen penting dalam sebuah produk khususnya hijab, sehingga orang sekitar dapat mengetahui *brand* hijab apa yang kita kenakan. TA tak segan untuk menjahit kembali monogram *brand* Lafiye jika monogram ini lepas, agar kesan mewah dalam produk ini tetap terlihat. TA juga menambahkan terkait tanggapan nya terhadap katalog Lafiye yang ada di media Instagram, bahwa katalog ini sangat menjadi idaman visual perempuan muslim. Katalog dari Lafiye memang seperti dirancang sedemikian rupa dimulai dari gaya modelnya, *caption* dan *quotes*nya, warna-warna yang dikeluarkan oleh *brand* Lafiye juga sangat kalem, sehingga perempuan muslim pasti akan terinspirasi untuk membeli pashmina Lafiye ini karena citra yang ditampilkan di media sosial. Sesekali, beberapa teman sosial TA di media Instagram *reply* unggahan foto TA saat mengenakan Lafiye dengan sebuah pujian bahwa TA terlihat kasual dan feminin saat mengenakannya, dan beberapa kali TA mendapatkan sebuah pertanyaan terkait keunggulan merek pashmina terkenal ini oleh teman-temannya.

Informan ketiga dari Lafiye adalah SFS. SFS adalah seorang alumni pesantren Dalwa, Pasuruan, Jawa Timur. Pengalaman SFS sebagai santriwati Dalwa yang terkenal dengan keahlian dalam mengenakan pashmina sehari-hari maupun dalam acara-acara besar bersama kyai pondok menjadi daya tarik bagi peneliti. Hal ini berbeda dengan pondok pesantren lain yang umumnya hanya mengenakan kerudung bergo dalam kehidupan sehari-hari. SFS, yang telah lama menggunakan pashmina dari yang biasa hingga bermerek, menyatakan bahwa saat ini Lafiye menjadi pemain utama dalam dunia hijab pashmina di media Instagram dan bahkan tiktok. Meskipun harganya cukup tinggi, SFS menilai Lafiye memiliki keunggulan dalam kualitas bahan yang terbaik untuk pelanggannya.

SFS hanya memiliki satu produk dari Lafiye, tetapi menurutnya produk tersebut unggul dibandingkan dengan pashmina lainnya. Dengan menggunakan pashmina Lafiye, SFS merasa bahwa dirinya memancarkan aura sebagai perempuan muslim yang bergaya dan feminin. Brand Lafiye, yang telah terkenal di Indonesia, dianggap sebagai representasi perempuan muslim modern yang menggunakan pashmina sesuai trend. Meskipun Lafiye dikenal dengan warna-warna pastelnya, SFS menilai bahwa warna gelap yang ditawarkan oleh Lafiye juga sangat menarik, terutama karena sesuai dengan selera perempuan muslim generasi Z. SFS dengan tegas menyatakan bahwa Lafiye adalah produk pashmina yang sangat sesuai dengan nuansa perempuan muslim zaman sekarang, terutama dengan katalog yang dipresentasikan di media Instagram. Tidak lupa, SFS menambahkan bahwa monogram dengan tulisan Lafiye di sisi lengkungan pashmina menambahkan kesan keindahan pada produk ini. SFS menambahkan bahwa Lafiye dapat membawa citra

bagi perempuan muslim yang dapat membawa kumpulan pengguna yang sama, yang dimaksud dengan komunitas sebuah *style*. SFS melihat bahwa, pengguna Lafiye lebih banyaknya adalah perempuan muslim yang masih remaja hingga dewasa sekitar umur 17 – 28 tahun.

### 3. *Syar'i* Si.Se.Sa

Jika berbicara mengenai hijab dan busana *syar'i*, tentu tak lepas dari brand ternama Si.Se.Sa. Brand yang didirikan oleh tiga bersaudara, Siriz, Senaz dan Sansa di tahun 2013 ini mengawali koleksinya pada hijab dan busana muslim *syar'i* perempuan. Nama Si.Se.Sa. sendiri diambil dari bagian pertama dari masing-masing nama mereka. Dengan menggunakan font tiga warna ungu, jingga, dan biru pada label Si.Se.Sa. Warna tersebut diambil dari masing-masing warna gaun pengantin yang mereka kenakan.<sup>38</sup> Berawal dari sang bunda Merry Pramono yang juga seorang desainer, mereka bertiga menghasilkan second line hijab dan busana *syar'i* melalui bantuan sang bunda. Si.Se.Sa sendiri memulai debutnya di tahun 2013 dengan memamerkan koleksinya di ajang bergengsi Indonesia *Fashion Week* (IFW) di Jakarta.

Ketika ditanya oleh beberapa awak media “mengapa memilih untuk memproduksi hijab *syar'i*” disaat ajang awal *fashion show* koleksi terbaru Si.Se.Sa di hotel Dharmawangsa Jakarta, Senaz menjawab karena mereka menggunakan hijab *syar'i*, sehingga mereka tahu apa kelemahan hijab *syar'i* saat dikenakan, yang menurutnya salah satu dari kekurangan hijab *syar'i* adalah gerah ketika dikenakan

---

<sup>38</sup>Fimela, “Lika-Liku Perjalanan Brand Si.Se.Sa Hingga Sesukses Saat Ini” dalam <https://www.fimela.com/lifestyle/read/3770829/lika-liku-perjalanan-brand-sisesa-hingga-sesukses-saat-ini>, diunggah pada 31 Mei 2017.

sepanjang hari. Maka dari itu, saat ibadah umroh mereka menciptakan hijab *syar'i* lengkap dengan busana untuk yang pertama kalinya. Inilah asal mula peristiwa sebelum terbentuknya Si.Se.Sa di tahun 2013.

Pada masa sebelum dan awal terbentuknya Si.Se.Sa, hijab dan busana muslim *syar'i* sangat terbatas dan sedikit sekali peminatnya di kalangan perempuan muslim. Setelah Si.Se.Sa hadir di beberapa ajang bergengsi *fashion show*, Si.Se.Sa mulai menarik perhatian publik khususnya perempuan muslim untuk merubah arah fokus mereka dalam mengenakan *trend* hijab dan busana muslim *syar'i*, dan Si.Se.Sa menciptakan slogan “*Indonesia's Leading Syar'i*” yang bermakna “Pelopor Pakaian Muslim *Syar'i* di Indonesia” karena Si.Se.Sa yang telah membawa keterbatasan pengguna hijab *syar'i* di tanah air menjadi awal perhatian publik. Hijab *syar'i* dari Si.Se.Sa. telah berhasil membangun citra sebagai hijab *syar'i* yang memiliki kelas dan bisa dikenakan bagi perempuan muslim dari usia 20 – 50 tahun keatas.<sup>39</sup> Pada akhir tahun 2021, Si.Se.Sa. tumbuh dengan cepat, total 17 butik telah dibuka di seluruh Indonesia. Hingga sekarang pengguna dan peminat hijab *syar'i* semakin meningkat.<sup>40</sup>

#### a. Bahan

Si.Se.Sa. terkenal dengan kualitas bahannya yang unggul, memberikan kesan nyaman, ringan, dan dingin saat dipakai, menjadikannya pilihan utama bagi para pengguna hijab *syar'i* yang menginginkan produk yang berkualitas tinggi.<sup>41</sup>

---

<sup>39</sup>Hj. Norhikmah, Responden *Syar'i* Si.Se.Sa, Wawancara Pribadi, Pesan Instagram, 22 Februari 2024.

<sup>40</sup>Si.Se.Sa.co.id, “Tentang Si.Se.Sa.” dalam <https://sisesa.co.id/tentang-si-se-sa/>, diunggah pada tahun 2020.

<sup>41</sup>Hj. Norhikmah, Responden *Syar'i* Si.Se.Sa, Wawancara Pribadi, Pesan Instagram, 5 Januari 2024.

Keseluruhan koleksi Si.Se.Sa menggunakan bahan sifon yang jatuh yang sudah di *customized*. Penggunaan bahan ini agar dapat menampilkan busana yang anggun ketika digunakan. Selain terbuat dari bahan sifon, Si.Se.Sa juga menggunakan bahan scuba atau neoprene yang punya keunggulan bahan yang anti kusut.<sup>42</sup> Bahan yang berkualitas ini menghasilkan hijab *syar'i* dan busana Si.Se.Sa terlihat premium, tidak tembus pandang, tidak ketat ketika dipakai, sehingga sesuai akan syariat Islam.<sup>43</sup>

#### b. Warna dan Motif

Si.Se.Sa. mengutamakan aturan Islam sebagai garis merah hijab *syar'i* dan busana, namun tetap mencoba untuk menampilkan nuansa berbeda dari penggunaan hijab *syar'i* yang identik kaku. Koleksi Si.Se.Sa. keseluruhan menggunakan warna pastel yang membuat kesan lembut, *chic*, serta nyaman ketika dilihat dan dipakai, dan beberapa warna terang yang memiliki kesan berani dan mewah. Si.Se.Sa. menggunakan pilihan warna seperti merah muda, jingga, hijau, biru, krem, nilai, hingga ungu.

Dalam urusan desain, mereka bertiga mempercayakan kepada Sansa sebagai *Head of Creative*, sedang untuk penjualan dikelola oleh Siriz sebagai *Head of Sales* dan Senaz selaku *Head of Finance and Marketing*. Motif bunga menjadi pilihan utama yang digunakan Si.Se.Sa, namun kini Si.Se.Sa juga menyediakan motif garis

---

<sup>42</sup>Endro Priherdityo, "Kreasi Busana *Syar'i* dengan Bubuhan Swarovski Si.Se.Sa" dalam <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20160211124327-277-110318/kreasi-busana-syari-dengan-bubuhan-swarovski-sisesa>, diunggah pada 11 Februari 2016.

<sup>43</sup>Hj.IL, Informan: Pengguna *Syar'i* Si.Se.Sa, Wawancara Pribadi, Pesan *Whatsapp*, 20 Februari 2024.



dan motif polos untuk perempuan muslim yang lebih memiliki motif simpel daripada yang mencorak.<sup>44</sup>

#### c. Harga dan Cara Pemakaian

Hijab *syar'i* Se.Se.Sa. dijual dengan harga Rp. 1.000.000 an ke atas, adapun busana nya dijual dengan harga mulai dari Rp 2.000.000 – Rp. 9.000.000 an. Siriz selaku *Head of Sales* mengatakan bahwa produk Si.Se.Sa. dihiasi kristal yang diproduksi oleh label Swarovski AG dari Austria. Si.Se.Sa. juga terkenal dengan originalitas nya, sehingga hal inilah yang mengatakan bahwa harga tersebut sebanding dengan kualitas yang mereka berikan. Siriz juga melanjutkan bahwa, Si.Se.Sa. pernah mencoba membuat koleksi yang harganya ramah di kantong, tetapi koleksi tersebut tidak diminati oleh pelanggan setia mereka. Cara pemakaian hijab *syar'i* Si.Se.Sa dikenakan seperti pemakaian hijab *syar'i* pada biasanya saja, yang mengulur ke seluruh tubuh dan menutup dada.<sup>45</sup> Sedikit banyaknya, perempuan muslim menambahkan *brooch* untuk mempercantik saat pemakaian hijab *syar'i* Si.Se.Sa ini.<sup>46</sup>

#### d. *Public Figure*

Tiga bersaudara pemilik Si.Se.Sa. bernama lengkap Siriz Tentani, Senaz Nasansia, dan Sansa Enandera. Mereka lebih dikenal dengan nama panggilan gabungan Siriz, Senaz, dan Sansa. Dalam perjalanan karier bersama Si.Se.Sa., tiga

---

<sup>44</sup>RW, Informan: Pengguna *Syar'i* Si.Se.Sa, Wawancara Pribadi, Pesan *Whatsapp*, 23 Februari 2024.

<sup>45</sup>Lihat dalam postingan <http://www.instagram.com/sisesaclothing?igsh=MWRoc3Q2NXFudml5bQ==>.

<sup>46</sup>Si.Se.Sa official, “Tutorial *Scarf*” dalam <https://www.youtube.com/watch?v=-MtxHNpxAzs>, diupload pada 22 Oktober 2023.

saudara yang menciptakan hijab syar'i bergaya mewah dan modern ini telah menarik perhatian publik.

Seperti banyak merek hijab lainnya, Si.Se.Sa. juga memiliki *public figure* atau yang dikenal sebagai *brand ambassador*. Artis dan pemeran film yang saat ini menjadi duta merek Si.Se.Sa. di Jakarta adalah Citra Kirana. Selain itu, model untuk pameran hijab *syar'i* dan busana Si.Se.Sa. juga dipilih secara khusus di setiap kota di Indonesia.

*Hj. Norhikmah*, yang menjadi model dalam acara penampilan hijab *syar'i* Si.Se.Sa. beliau lah yang merupakan responden dalam penelitian ini. *Hj. Norhikmah*, yang saat ini berusia 43 tahun dan memiliki anak semata wayang, berkesempatan untuk berpartisipasi dalam acara busana Si.Se.Sa. menurutnya, dengan mengenakan hijab *syar'i* Si.Se.Sa. dan mempostingnya di media Instagram adalah salah satu cara terkecil untuk bersyiar melalui penampilan *syar'i* yang tetap *stylish* di kalangan muslimah. Dengan Si.Se.Sa., perempuan muslim dapat mengenakan hijab yang menutup aurat namun tetap nyaman untuk dipakai sepanjang hari dan tetap mengikuti perkembangan zaman saat ini.<sup>47</sup> *Hj. Norhikmah* telah akrab dari tahun 2010 dengan *designer* sekaligus orang tua dari pemilik merek Si.Se.Sa ini, Merry Pramono. Dalam acara-acara penampilan model, Merry lah yang dipilih untuk mendesain busananya. Dilanjutkan dengan tutur *Hj. Hikmah*, “*syar'i* Si.Se.Sa. memang berharga mahal bagi sebagian orang, namun tetap saja banyak yang ingin membelinya karena nama *brand* yang sudah naik daun. Saya pun demikian, selain menang harga tidak dapat saya dustakan bahwa kelebihan *syar'i* Si.Se.Sa. adalah

---

<sup>47</sup>Hasil Wawancara Bersama Responden Si.Se.Sa, *Hj. Norhikmah* pada 5 Januari 2024.

karena bahan nya yang berbeda dengan bahan *syar'i* yang dijual di pasaran. *Hj. Hikmah* memiliki belasan koleksi hijab *syar'i* *Si.Se.Sa.* yang dibelinya dan beberapa lagi adalah *gift* langsung setiap tahunnya saat menjelang Ramadhan dari *Owner syar'i* merek terkenal ini.

Peneliti menambahkan tiga informan khusus untuk brand *syar'i* *Si.Se.Sa.*, yaitu *RW, Hj. IL, dan MF. RW*, seorang ibu rumah tangga yang tinggal di Tarim, Hadramaut, Yaman, memiliki obsesi dengan brand ini. Dengan total 10 koleksi hijab *syar'i* *Si.Se.Sa.*, *RW* mengenyakannya di kota seribu wali ini. Awalnya, sebelum menikah, *RW* cenderung menggunakan busana umum dan terkadang berhijab tanpa menutupi dada. Namun, setelah menikah dan menetap di Tarim sebagai istri dari penuntut ilmu disana, *RW* merasa perlu untuk menyesuaikan pakaian. *Si.Se.Sa.* menjadi pilihan hijab *syar'i* yang pertama kali dipilih *RW* untuk mencoba merubah penampilannya. Meskipun sulit untuk berubah menjadi lebih tertutup, namun karena *Si.Se.Sa.* dianggap sebagai merek yang mewah dengan harga yang cukup tinggi, hal ini membuat *RW* merasa percaya diri untuk mengenyakannya. Istri-istri yang juga tinggal di Tarim, menemani suami menuntut ilmu, banyak yang menjadi pengguna setia hijab *syar'i* *Si.Se.Sa.*, bahkan busana, niqab, dan kaos kaki dari brand ini. Apalagi perempuan muslim yang berasal dari Hulu Sungai, Kalsel yang menetap di Tarim tambah ungapannya.

*Si.Se.Sa.* dikenal dengan beragam warna, terutama warna-warna pastel, tetapi *RW* lebih memilih hijab *syar'i* *Si.Se.Sa.* dengan warna putih dan hitam, menganggap bahwa warna-warna tersebut lebih sesuai untuk dikenakan di kota seribu wali ini. Setelah menggunakan hijab *syar'i* *Si.Se.Sa.* selama 3 tahun, *RW*

menyatakan bahwa memiliki produk dari Si.Se.Sa. membuatnya merasa benar-benar menyatakan identitasnya sebagai seorang muslimah sejati. Lebih dari itu, RW menambahkan bahwa penggunaan Si.Se.Sa. juga dapat menunjukkan status sosial tinggi dari perempuan muslim. RW menyampaikan bahwa jika tidak menggunakan hijab syar'i Si.Se.Sa., ia merasa seperti mengalami "turunnya harga diri".<sup>48</sup>

Selanjutnya ada *Hj. IL* ibu pedagang yang telah berusia 55 tahun, umur yang telah beranjak menua ini tidak kalah saing dengan perempuan muslim yang masih berusia muda. *Hj. IL*, seorang ibu dengan empat anak perempuan, menunjukkan cintanya yang besar terhadap brand Si.Se.Sa., terlihat dari partisipasinya dalam setiap acara besar dengan mengenakan hijab syar'i dari brand ini. Baik saat menghadiri acara maulid, silaturahmi, hingga pernikahan anaknya bulan lalu. *Hj. IL* menggunakan brand Si.Se.Sa. untuk menunjukkan kesetiaannya sebagai pengguna.

*Hj. IL* memulai kisahnya dengan pembelian pertamanya dari Si.Se.Sa pada tahun 2022, yang pada awalnya hanya mengikuti *trend* karena sebagian besar teman-temannya menggunakan hijab syar'i dari brand ini. Namun, seiring berjalannya waktu, *Hj. IL* mulai menyukai kualitas dari produk Si.Se.Sa., dan kini memiliki 5 koleksi hijab *syar'i* dari Si.Se.Sa., terkadang ke empat anak perempuannya juga meminjam hijab *syar'i* miliknya untuk dikenakan saat acara besar. Menurutnya, selain menjadi identitas sebagai muslimah, brand ini juga menambah aura kecantikan dan kemewahan saat dikenakan. Sebagai pedagang makanan, *Hj. IL* merasa sangat percaya diri dan menarik perhatian saat menggunakan Si.Se.Sa. dalam pertemuan-

---

<sup>48</sup>RW, Informan: Pengguna *Syar'i* Si.Se.Sa., Wawancara Pribadi, Melalui Pesan Whatsapp, 17 Januari 2024.

pertemuan, karena hijab *syar'i* ini memiliki nilai tinggi dan terkenal. Menurut *Hj. IL*, hijab *syar'i* Si.Se.Sa. bukan hanya sekedar menjadi primadona dalam sebuah perkumpulan, tetapi juga dapat menjadi contoh bagi perempuan muslim yang lain untuk segera mengenakan hijab *syar'i* yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.<sup>49</sup>

Informan Si.Se.Sa yang terakhir adalah dari MF. MF, seorang *Hafidzah* Qur'an di Pondok Tahfidz Ad-Dahlaniah Putri, Nagara, Kalsel, berasal dari keluarga agamis dan terpandang. Orang tua dan keluarganya terkenal dalam pendidikan agama. MF dan keluarganya, terutama alm. Ibunya, selalu mengenakan pakaian longgar dan hijab panjang. Pada tahun 2020, seorang anggota keluarga MF menawarkan hijab *syar'i* Si.Se.Sa. dengan harga satu juta. Meski awalnya ragu dan keberatan, alm. Ibunya akhirnya mencoba dan membeli hijab tersebut. Pertama kali, ibunya memilih warna hitam, kemudian membeli lagi dua buah warna pink dan putih. Sejak itu, MF dan adiknya bergantian menggunakan hijab *syar'i* Si.Se.Sa. milik ibunya.

Menurut MF, penggunaan hijab Si.Se.Sa memungkinkan perempuan muslim tampil sesuai syariat sambil tetap mengikuti *trend*. Setiap tahun, Si.Se.Sa. mengeluarkan produk dengan motif terbaru, baik warna pastel, terang maupun gelap, cocok untuk remaja hingga usia dewasa, kita bisa memilihnya sesuai umur dan kebutuhan. terkait bahan, MF merasa bahwa hijab *syar'i* Si.Se.Sa. yang dimilikinya, meskipun berukuran jumbo dan panjang, sangat ringan dan enteng saat digunakan. Menggunakan merek terkenal seperti Si.Se.Sa. memberikan rasa percaya diri pada

---

<sup>49</sup>IL, Informan: Pengguna *Syar'i* Si.Se.Sa., Wawancara Pribadi, Melalui Pesan Whatsapp, 20 Februari 2024.

MF, mengingat tidak semua perempuan muslim mampu membeli hijab ini. Selain itu, MF menilai kualitas Si.Se.Sa. sebanding dengan harganya. Hijab *syar'i* Si.Se.Sa ini tidak hanya cocok untuk acara majlis saja, akan tetapi dalam acara formal atau perkawinan pun tetap cocok, ditambah MF, apalagi jika menggunakan daster yang seharga 80 ribu-an kemudian dipadukan dengan hijab *syar'i* Si.Se.Sa, maka akan memberikan nilai derajat yang tinggi. Nilai ini tentunya berasal dari label Si.Se.Sa yang terpampang pada label hijab *syar'i* ini, kemudian barulah dilihat dan dirasakan dari bahan dan motifnya, tutur MF.

Di lingkungan Nagara, jika MF menggunakan merek *syar'i* ini dalam suatu pertemuan tak diragukan jika ia akan mendapati banyak tetangga, teman, dan keluarga yang bertanya melalui pesan pribadi Instagram sesuai acara, menunjukkan ketertarikan pada hijab *syar'i* bermerek ini.<sup>50</sup>

## **B. Simbol Gaya Hijab dalam Perspektif Semiotika Roland Barthes**

Manusia hidup dipenuhi dengan tanda-tanda, baik tanda-tanda alam maupun tanda-tanda buatan. Media sosial menjadi sarana ikatan erat dalam kehidupan manusia kontemporer, ketika budaya visual semakin senang memperlihatkan wujudnya di masa ini. Peranan semiotika sebagai salah satu kacamata untuk membaca tanda-tanda zaman sangatlah tepat, terutama untuk membedah dan membaca berbagai permainan tanda di sekitar kita. Semiotika menjadi daya tarik utama untuk dipelajari, dengan semiotika kita dapat mengungkap makna-makna baik yang tersirat maupun tersurat untuk dapat membaca tabir tanda.

---

<sup>50</sup>MF, Informan: *Syar'i* Si.Se.Sa., Wawancara Pribadi, Perekam Suara Whatsapp, 24 Februari 2024.

Simbol gaya hijab yang menjadi objek penelitian dalam penelitian ini terletak pada *brand* hijab terkenal yang terbagi menjadi 3 bentuk berbeda, hijab segi empat dari *brand* La Sabelle, hijab pashmina dari *brand* Lafiye dan hijab *syar'i* dari *brand* Si.Se.Sa. Apa yang telah diamati oleh peneliti saat ini menempatkan tiga merek hijab sebagai yang paling diminati dan banyak digunakan di media Instagram. Banyak perempuan Muslim dari berbagai kalangan umur yang dengan bangga mengekspresikan diri mereka dengan mengenakan salah satu dari ketiga merek hijab ini. Mereka aktif berfoto dan membagikan cerita berupa video dan tambahan pesan *caption* secara individual dan terkadang berkelompok dalam sebuah perkumpulan sambil memamerkan monogram atau label merek tersebut dan terkadang langsung menandai akun *store brand* ini di media Instagram. Fenomena ini menunjukkan kepada publik bahwa mereka mengenakan dan memiliki hijab dari merek tersebut. Tidak hanya para pengguna, pemilik akun dari tiga merek terkemuka ini terus berinovasi dengan ide-ide katalog yang luar biasa untuk memamerkan produk mereka dan menjual nya dengan harga yang tinggi. Oleh karena itu, tidak heran bahwa dalam beberapa tahun terakhir hingga sekarang, ketiga merek ini tetap menduduki peringkat teratas dalam kategori hijab segi empat, pashmina, dan *syar'i*. Peneliti akan berupaya mengaitkan peristiwa terkait popularitas merek hijab ini dengan konsep-konsep dalam teori semiotika Roland Barthes, yang melibatkan aspek-aspek seperti denotasi, konotasi, hingga merambah ke dalam dimensi mitos.

**PETANDA (SIGNIFIED) = MAKNA  
DENOTATIF DAN MAKNA KONOTATIF 3  
SIMBOL GAYA HIJAB**

## 1. Makna Denotatif pada Gaya Hijab di Media Instagram

Makna Denotatif selalu merujuk pada makna langsung dari sebuah kata atau simbol. Denotatif berdasarkan pada sebuah fakta, dan bersifat eksplisit.<sup>51</sup> Dalam bahasa sederhana, denotasi merupakan makna yang sebenarnya. Maka denotatif pada gaya hijab yang dikenakan oleh perempuan Muslim di media Instagram bermakna hanya pada apa yang terlihat dari permukaan, sehingga makna denotatif umumnya diterima secara luas oleh masyarakat atau kelompok karena menggunakan bahasa pemaknaan yang sama.

DENOTASI = REALITAS

### a. Makna Denotatif Penggunaan Segi Empat La Sabelle

La Sabelle, yang terus meluncurkan motif-motif cantik, saat ini menjadi pilihan bagi perempuan muslim untuk mengoleksi gaya hijab ini. Meskipun dijual dengan kisaran menengah keatas seharga Rp. 399.000, La Sabelle memberikan kualitas yang bagus ditambah dengan *free box* hijab. La Sabelle meluncurkan produk hijab segi empat motif terbarunya dengan sesi foto produk di beberapa kota di Indonesia hingga di luar negeri.



Sumber akun Instagram: @lasabelleofficial

Dalam unggahan foto, perempuan Muslim ini tampak tersenyum atau berpose *candid* dengan gaya hijab tersebut, terkadang dari sudut belakang untuk menampilkan

<sup>51</sup>M. Antonius Birowo, *Metodologi Penelitian Komunikasi...* 45.



monogram LS yang terletak di ujung sisi hijab. Terdapat banyak sekali perempuan Muslim yang mengunggah foto pribadi/kelompok mereka dengan menggunakan La Sabelle dalam suatu perkumpulan pertemanan hingga acara penting.



Sumber akun Instagram: @melisaetnatiara

Melalui pemakaian hijab segi empat dari merek yang terkenal ini, Etna memberikan jaminan bahwa La Sabelle yang dikenakan oleh perempuan Muslim dapat memberikan kesan bahwa ia mengikuti *trend* penggunaan hijab bermerek. Memakai hijab segi empat dari La Sabelle memberikan kesan sederhana dalam pemakaiannya namun tetap memancarkan kecantikan, karena motif-motif La Sabelle yang bervariasi, warna yang beragam, dan terbuat dari pattern scarf premium.

#### b. Makna Denotatif Penggunaan Pashmina Lafiye

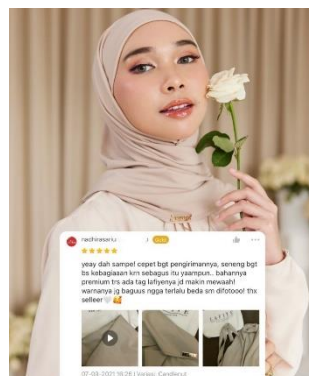
Lafiye, sebuah merek pashmina yang diperkenalkan oleh Sashfir pada tahun 2021, telah menciptakan gebrakan besar di kalangan perempuan muslim, terutama di kalangan remaja. Para perempuan yang sebelumnya membeli pashmina tanpa mempertimbangkan mereknya, kini menjadikan pilihan pertama untuk memiliki pashmina merek ini, dengan harga sekitar Rp. 169.000, jauh melampaui rentang harga pasar Lafiye yang biasanya berkisar antara Rp. 30.000 hingga Rp. 60.000. Katalog peluncuran Lafiye yang memiliki aura minimalis dan menarik model

katalog yang digunakan oleh beragam warna kulit, baik bagi perempuan yang memiliki warna kulit putih, sawo matang, hitam manis ataupun kuning langsung.



Sumber Akun Instagram: @lafiye

Perempuan muslim yang membagikan foto mereka mengenakan hijab pashmina Lafiye sering kali menyertakan hasil uji coba mereka, menunjukkan perbedaan yang dirasakan ketika memakai pashmina ini. Mereka merasa bahwa pashmina ini ringan, mudah dibentuk, tidak membuat gerah, anti bakteri sehingga tidak bau saat dikenakan sepanjang hari, dan yang menjadi sorotan di media Instagram adalah label berwarna *gold* dengan nama Lafiye memberikan kesan kemewahan. Bagi perempuan muslim yang sebelumnya hanya mengunggah foto/video di Instagram dengan mengenakan pashmina biasa tanpa merek, kebanyakan beralih untuk menampilkan hijab pashmina dari Lafiye yang dikenakan.



Sumber Akun Instagram: @nasariastri dan @lafiye

Peluncuran pashmina Lafiye menjadi unggahan terbanyak perempuan muslim yang berekspresi dengan menggunakan pashmina *brand ini*, bahkan *reviewer* yang menjelaskan hasil uji coba bahan dari Lafiye. *Reviewer* Lafiye yang terkumpul di media Instagram dapat membentuk komunitas mereka sebagai pecinta pashmina bermerek ini melalui komentar-komentar dari unggahan Sang *Reviewer*.

#### c. Makna Denotatif Penggunaan *Syar'i Si.Se.Sa*

Hijab *syar'i Si.Se.Sa.*, yang dimulai pada tahun 2013 dan sebelumnya mengalami kurangnya minat pasar, kini mendapat sorotan kembali, terutama di *platform* media sosial Instagram, di mana Si.Se.Sa. selalu berhasil menarik perhatian masyarakat. Sebagai suatu identitas, Si.Se.Sa. menggunakan kristal Swarovski yang menyerupai berlian, menjadi label *brand* yang memberikan nilai tambah pada hijab *syar'i* mereka.



Sumber Akun Instagram: @sisesaclothing

Hijab *syar'i Si.Se.Sa.* menciptakan citra islami sesuai dengan syariat Islam bagi perempuan Muslim yang mengenakannya. Pengguna Si.Se.Sa. terlihat religius karena hijab panjang yang sesuai syariat dengan sentuhan keindahan swarovski. Meskipun harganya mencapai jutaan, hijab *syar'i* ini menggambarkan bahwa Si.Se.Sa. adalah merek yang mewah. Perempuan muslim yang mengenakannya menyatakan bahwa bahan hijab *syar'i* ini berbeda dari yang lain karena memberikan sensasi dingin saat dipakai, sehingga mereka dapat beraktivitas sehari-hari tanpa rasa

tidak nyaman. Segala pilihan warna pun dapat ditentukan sesuai kesukaan pengguna, dimulai dari yang umum seperti hitam dan putih, hingga warna pastel dan warna cerah pun juga tersedia. Hijab *syar'i* Si.Se.Sa. lebih sering digunakan pada acara-acara yang memiliki nuansa keagamaan, seperti majlis, maulid, pertemuan dengan guru-guru besar, pernikahan, dan bahkan saat beribadah ke tanah suci. Menjadi nilai bagi pengguna hijab *syar'i* Si.Se.Sa ini, membuat perempuan muslim yang mengenakannya dianggap sangat islami.



Sumber Akun Instagram: @sisesacloting dan @siriztentani

## 2. Makna Konotatif pada Gaya Hijab di Media Instagram

Makna konotatif mengacu pada makna sebuah kata atau simbol yang bersifat lebih abstrak, subjektif, dan emosional. Disebut makna yang bersifat emosional karena dapat memengaruhi perasaan atau reaksi perindividu. Makna konotatif bermakna aspek-aspek yang secara tidak langsung melalui apa yang terlihat dari permukaan. pada tingkat konotasi, gaya hijab yang dikenakan oleh perempuan Muslim di media Instagram dapat menghadirkan tanda-tanda yang bersifat implisit, makna yang tersembunyi sesuai pada konteksnya.

KONOTASI = KODE
-----------------

a. Makna Konotatif Penggunaan Segi Empat La Sabelle

La Sabelle, nama hijab yang diambil dari bahasa Prancis memiliki keyakinan sebagai bentuk keindahan perempuan, terus menonjolkan pesona motif-motif yang memukau, kini telah menjadi daya tarik tak terelakkan bagi perempuan Muslim yang mengidamkan koleksi hijab yang begitu elegan. Meskipun dijual dengan harga setengah juta, La Sabelle dengan yakin menjamin bahwa keindahan hijab segi empat mereka sepadan dengan kualitasnya. Bahan yang disampaikan terbuat dari pattern scarf premium menyimbolkan sebagai bahan *exclusive* dari hijab segi empat lainnya. Setiap motif yang mereka luncurkan bukan hanya sekadar desain, melainkan juga memiliki makna cerita yang mendalam, yang dibuktikan melalui sesi foto produk yang diambil dari berbagai kota di Indonesia hingga ke mancanegara. Inilah yang menjadi keyakinan publik bahwa La Sabelle adalah hijab segi empat berkelas Internasional.



(Burj Khalifa scarf & The Memoraya Scarf: Sumber @lasabelleofficial)

*Tag line* La Sabelle berupa “*scarves, collection, and modest lifestyle: doing what sisters do*” menyimbolkan hijab La Sabelle sebagai pengaruh gaya hidup perempuan yang layak untuk dikoleksi dan bisa melakukan kreasi apapun dalam aktivitasnya. Monogram LS yang berada di belakang sisi hijab menegaskan bahwa monogram tersebut memiliki peran penting sebagai simbol identitas merek bahwa ia

sedang menggunakan La Sabelle. Jauh sebelum hijab segi empat motif yang lain hadir dengan menyertakan monogram, La Sabelle adalah pelopor hijab segi empat pertama yang mengawali dengan hiasan monogram ini.



Sumber: @Lasabelleofficial

The memoraya adalah nama produk La Sabelle yang di keluarkan spesial dalam perayaan bulan suci ramadhan dan hari raya Idul Fitri, *Home is Where the Heart is* yang di terjemahkan ke dalam bahasa bermakna rumah adalah tempat hati berada. Rumah disini tidak bermakna rumah sesungguhnya, namun rumah disini dimaknai pada pemakaian The Memoraya, dimana hati akan merasakan ketenangan dan kedamaian di bulan suci ramadhan dan idul fitri dengan menggunakan La Sabelle, The Memoraya. *The Beginning of Life* yang bermakna awal kehidupan adalah simbol La Sabelle yang memberikan jaminan kepada penggunanya bahwa hidup yang baru akan dimulai dan bermakna dengan Marelle. *Will Make You Look Beautiful and Dashing*, siapapun yang mengenakan La Sabelle, Burj Khalifa Scarf akan terlihat menawan dan penuh aksi dalam penampilannya.





👤 Disukai oleh melisaetnatiara dan lainnya  
 lasabelleofficial Embracing your inner beauty in the enchanting shades of Silver Lining with our Burj Khalifa Extended Scarf. Its classic pattern in this cool-tone shade will make you look beautiful and dashing.

Sumber: @lasabelleofficial

Perempuan Muslim yang mengenakan hijab segi empat La Sabelle tentu akan merasakan sensasi sebagai individu yang elegan seperti wanita karir, berkualitas tinggi (*high woman being*), mencerminkan gaya hidup berkelas perempuan Muslim zaman sekarang yang dapat memulai kehidupan barunya.

#### b. Makna Konotatif Penggunaan Pashmina Lafiye

Pashmina bermerek Lafiye, dengan nama yang diciptakan dengan kesan ke-precisan dan *tag line* yang menyimbolkan siapapun akan cocok dengan menggunakan Lafiye dan berhak digunakan oleh perempuan Muslim dari latar belakang manapun, dari mereka yang memiliki kulit beragam bahwa perempuan berkulit hitam pun bisa menjadi terkenal dan menyaingi reputasi perempuan berkulit putih, pekerjaan yang mereka miliki semua akan terlihat sebagai sosok yang menginspirasi dengan menggunakan Lafiye.



Sumber: @lafiye

Lafiye saat ini menjadi opsi utama bagi sebagian besar perempuan Muslim generasi Z. Para generasi Z yang memilih menggunakan merek ini diidentifikasi sebagai pengikut Sashfir atau Astri. Meskipun harga Lafiye jauh dari standar

pashmina pada umumnya, pengguna setia Lafiye khususnya para mahasiswa akan rela untuk mengambil pilihan mengorbankan uang saku kebutuhan pokok mereka yang digantikan dengan sesuap Indomie goreng demi tampil bergaya dengan mengenakan Lafiye. Katalog yang dipersembahkan oleh Lafiye telah membentuk pandangan bahwa pashmina mereka sangat sesuai dengan kebutuhan perempuan Muslim remaja yang kekinian, penuh tipu daya konten, dan *Instagrammable*.



Sumber: @lafiye

Kelebihan yang dirasakan saat mengenakan hijab pashmina Lafiye ini sangat ringan hampir seolah tidak mengenakan hijab sama sekali. Selain itu, karena memiliki sifat antibakteri, pashmina ini dianggap tidak akan menghasilkan bau meskipun digunakan sepanjang hari dan terbebas dari kuman. Skiv rou scarf dan Skiv tie yang menjadi *highlight* perempuan Muslim di media Instagram, siapapun yang mengenakannya akan menciptakan kesan casual seperti selebgram dan *influencer* terkenal. Label berwarna emas yang menampilkan nama Lafiye menyimbolkan makna mendalam pashmina ini, label tersebut menjadi identitas diri untuk ditunjukkan saat menggunakannya, karena siapapun yang mengenakan pashmina bermerek Lafiye akan menjadi sorotan sekitarnya. Lafiye yang memiliki ciri khas *Instagrammable* menjadikan daya tarik perempuan yang aktif di media



Instagram untuk mengoleksi secara gila-gilaan hijab ini walaupun ia bukan pengguna hijab sekalipun. Twitter *Undercover* menjadi kekuatan yang dimiliki oleh Lafiye dengan ladang pujian dan perilaku konsumtif dari beberapa perkumpulan pengguna setianya. *A Mindful Thrive* menjadi tonggak kepercayaan diri *brand* Lafiye bahwa setiap produknya adalah perkembangan yang penuh akan perhatian.



Sumber: @lafiye

### c. Makna Konotatif Penggunaan *Syar'i* Si.Se.Sa

Hijab *syar'i* dari Si.Se.Sa. yang populer diciptakan dari gabungan nama pemiliknya Siriz, Senaz, dan Sansa, sangat diminati oleh para pengguna aktif media Instagram, terutama di kalangan Muslimah sosialita. Setiap hijab *syar'i* yang dipakai oleh Muslimah sosialita dalam unggahan *platform* Instagram ini awalnya selalu dianggap sebagai bagian dari merek Si.Se.Sa. Keberadaan label merek Si.Se.Sa. yang hanya menggunakan batu-batu kecil berwarna ungu, jingga, dan biru menjadi penanda utama bahwa hijab *syar'i* ini memiliki nilai tinggi, dengan harga mulai dari

Rp. 1.000.000 hingga 4.000.000 ke atas. Siapapun yang dapat membeli dan mengenakan *syar'i* Si.Se.Sa. adalah perempuan Muslim yang mampu dan berada dalam hal ekonomi. *Tagline* Si.Se.Sa “*Indonesia’s Leading Syar’i*” sebagai produk *syar’i* terkemuka dan pelopor pertama di Indonesia, simbol perempuan Muslim yang mengenyakannya sebagai individu religius dengan level garda terdepan.



**Si.Se.Sa. Official Account**

Siriz Senaz Sansa

Indonesia's Leading Syar'i

Established Since 2011

Follow: @sisesacafe @sisesaman @titetakids

@sisesa.water @sisesachocolate

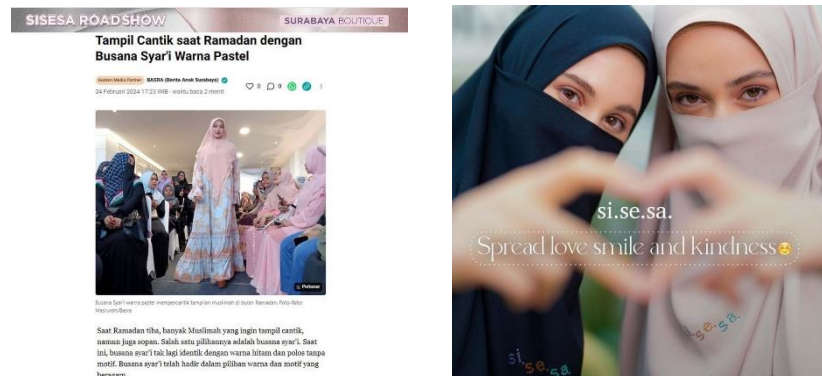
Jl. Prapanca Raya no. 114-115, Kebayoran Baru,  
Jakarta Selatan., Jakarta, Indonesia

Lihat Terjemahan

Sumber: @sisesaclothing

Hijab *syar'i* ini selalu menjadi pilihan utama perempuan Muslim dalam berbagai acara dan tempat yang dianggap mulia, seperti majlis, maulid, pertemuan dengan tokoh agama, pernikahan, dan bahkan saat melaksanakan umroh. Pilihan tempat pemakaian *syar'i* Si.Se.Sa yang tidak sembarangan di kenakan oleh pengguna nya menjadikan *syar'i* ini sebagai hijab yang memberikan kewibawaan perempuan Muslim serta kesejahteraan beragama bagi setiap penggunanya. *Road show* Si.Se.Sa yang diadakan setiap tahun hingga setiap bulan di masing-masing kota di Indonesia adalah simbol hijab ini sebagai produk *syar'i* para model dan artis terkenal. *Spread Love Smile and Kindness*, *Syar'i* Si.Se.Sa dapat menebarkan rasa cinta dan kasih sayang kepada sesama Muslim, karena pengguna hijab Si.Se.Sa selalu memberikan senyuman dan perlakuan kebaikan. *All You Need is a Beautiful Outfit that Makes You Captivating in The Whole Day*, Si.Se.Sa adalah *brand syar'i*

yang menyediakan busana yang serba indah tentunya hal ini dapat membuat siapapun terlihat menawan sepanjang hari.



**sisesaclothing** All you need is a beautiful outfit that makes you look captivating in the whole day.

Sumber: @sisesaclothing

### 3. Mitos pada Gaya Hijab di Media Instagram

Mitos adalah *type of speech* seseorang yang mengandung sebuah pesan. Mitos merupakan perkembangan makna dari konotasi yang telah terbentuk oleh masyarakat. Bagi Barthes, mitos bukan hanya cerita atau legenda klasik, tetapi mitos adalah konstruksi budaya yang memberikan makna pada simbol-simbol tertentu, sehingga menciptakan ideologi yang dipegang oleh masyarakat menjadi tampak alamiah dan normal. Mitos adalah cara masyarakat menginterpretasikan dunia mereka dan memberi makna kepada objek atau tanda-tanda tertentu. Dalam analisis semiotika, Barthes memeriksa mitos yang terkandung dalam berbagai konteks, seperti iklan, media massa, dan budaya populer, untuk menunjukkan bagaimana makna dihasilkan dan disebarakan melalui simbolisme dan representasi.

Sejak zaman dahulu, perempuan Muslim yang merdeka telah menggunakan hijab untuk menutupi aurat mereka, sebagai bentuk penghalang terhadap gangguan

dari laki-laki yang memiliki niat buruk dan orang-orang fasik. Hijab juga menjadi identitas bagi perempuan Muslim yang taat pada ajaran Islam. Namun kini, perempuan Muslim yang memakai hijab seringkali dihubungkan dengan gaya dan tren busana, yang memberikan sentuhan kecantikan dalam penampilan mereka. Hijab, yang dulunya memiliki bentuk yang monoton dan minim motif, dapat dibandingkan dengan ciri khas hijab saat ini yang memfokuskan pada label merek tertentu dan menampilkan variasi terbaru mulai dari segi empat motif, pashmina dengan warna-warna yang sesuai dengan warna kulit perempuan, hingga hijab syar'i yang didesain dengan berbagai citra dan dapat merefleksikan perkembangan zaman.

MITOS = KULTUR
----------------

a. Mitos Penggunaan Segi Empat La Sabelle

La Sabelle, hijab motif segi empat yang mendapatkan *rating* pengguna terbanyak di media Instagram dibandingkan dengan hijab segi empat motif bermerek lainnya. Meskipun memiliki harga yang tinggi, minat perempuan Muslim terus bergelora untuk memiliki hijab segi empat motif ini agar bisa dipamerkan di media Instagram saat mengenakannya. Harga yang tinggi dianggap sepadan dengan kualitas bahan, dan adanya *free box* kecil untuk *packaging* hijab sebagai nilai tambah yang dapat di pajang di rumah sebagai koleksi. *Packaging* hijab ini telah menjadi keyakinan seperti figura yang di simpan. La Sabelle akan memberikan sentuhan keindahan, kecantikan, dan keperempuanan kepada siapapun perempuan yang mengenakannya.

Setiap motif La Sabelle membawa makna cerita yang dalam, menggambarkan kota impian mulai dari Aceh di Indonesia hingga luar negeri seperti Abu Dhabi, Paris, Mekkah, Madinah, dan Jordania. Etna, sang pemilik, mengekspresikan makna ini melalui katalog pada setiap produk hijab segi empatnya, sehingga La Sabelle telah menjadikan keyakinan publik bahwa hijab ini adalah hijab berkelas Internasional. Siapapun perempuan Muslim yang menggunakannya akan memancarkan aura yang tinggi secara sosial dan *exclusive*.

Dalam unggahan setiap perempuan Muslim yang mengenakan hijab segi empat La Sabelle di media Instagram, terlihat ekspresi kebahagiaan dan rasa percaya diri terkait penggunaan hijab bermerek ini. Terkadang, perempuan Muslim berfoto dari sudut belakang untuk menampilkan monogram LS yang terletak di ujung sisi belakang hijab. Monogram dalam hijab kini menjadi identitas yang penting dalam menilai harga yang diemban oleh perempuan Muslim yang mengenakannya. Perempuan Muslim yang menggunakan hijab La Sabelle akan mengabaikan pakaian yang ia kenakan, tidak peduli apakah baju itu bermerek atau tidak, yang terpenting dengan adanya monogram LS dari hijab yang ia kenakan, seluruh busana yang ia kenakan akan bernilai tinggi jika telah dikombinasikan dengan hijab ini. Pakaian bermerek yang dahulu begitu sempurna ketika digunakan kini bergeser kepada sebuah hijab La Sabelle. *Tag line* La Sabelle berupa “*scarves ,collection, and modest lifestyle: doing what sisters do*” memiliki simbol atas kekuatan marketing dan pengaruh pengguna setia La Sabelle untuk mengoleksi hijab ini. Katalog-katalog yang diunggah dalam akun @lasabelleofficial telah membawa pengaruh emosi siapa pun yang mengenakan hijab segi empat La Sabelle ini dapat merasakan citra dirinya

sebagai perempuan Muslim yang elegan, berkarir, dan independen. Memulai kehidupan baru yang lebih baik dapat diawali dengan menggunakan La Sabelle motif Marelle, adapun di bulan ramadhan ini pula La Sabelle telah menawarkan motif The Memoraya agar hati kita merasakan ketenteraman dan kehangatan bulan yang suci ini seperti di rumah yang penuh cinta kasih bersama keluarga.

b. Mitos Penggunaan Pashmina Lafiye

Lafiye, memberikan kesetaraan untuk setiap yang mengenakannya akan cocok dengan hijab ini. Lafiye merupakan merek pashmina hijab yang diproduksi oleh Sashfir tiga tahun yang lalu. Sashfir, yang memiliki citra diri kasual, sering mempromosikan *brand* miliknya melalui akun Instagram pengguna @sashfir dan Instagram *business* @lafiye dengan berpose menggunakan produknya dan mengunggah hasil dari ide cemerlangnya dengan katalog-katalog klasik yang memiliki daya tarik khusus, mampu memikat hati perempuan muslim, terutama remaja, untuk membeli dan mengoleksinya. Dengan *tagline* "*Cultivate Beauty in Versatility*," Lafiye menawarkan berbagai warna hijab pashmina yang sesuai dengan semua warna kulit perempuan Indonesia, sehingga siapapun yang menggunakan Lafiye akan merasakan percaya diri yang tinggi dan diyakini dapat membawa reputasi seperti selebgram atau *influencer* terkenal.

Lafiye adalah pashmina milik generasi Z yang sesuai dengan *vibes* zaman yang kekinian dan *Instagrammable*. Siapa pun yang memiliki produk dari Lafiye pasti mengenal dan mengagumi Sashfir, yang terkenal dengan citra diri yang kuat dan sering diidentifikasi dengan *dark feminine energy*, atau karena menyukai gaya sosok Astri sebagai model *brand* Lafiye yang terkesan *light feminine energy*. Harga

pashmina sebesar Rp. 169.000 adalah argumen yang sudah terjawab karena popularitas *brand* Lafiye, bahan yang mudah diatur namun menjadi ciri khas yang digunakan dengan bentuk meleyot, diyakini tidak menyebabkan rasa gerah dan hijab kesehatan karena memiliki sifat *anti-bacterial* sehingga debu dan kuman tidak akan menempel pada hijab ini dan tidak akan menimbulkan bau pada rambut maupun hijab yang menempel di kepala meskipun digunakan sepanjang hari. Label gold dengan nama Lafiye dianggap sebagai hiasan penting yang menunjukkan identitas seorang perempuan muslim yang mengenakan pashmina milik Sashfir ini. Apabila label kecil Lafiye ini lepas dari lengkungan hijab, maka harus segera dijahit kembali agar menempel, jika tidak nilai penting dari hijab Lafiye akan berkurang bahkan tidak akan bernilai. Inilah yang membuat perempuan Muslim mengoleksi berbagai macam pashmina dari Lafiye dan memamerkannya di *platform* digital dengan rasa bangga sebagai *reviewers*. Siapa pun yang mengenakan pashmina Lafiye akan merasakan tampilan dirinya sebagai seorang yang *instagrammable*, berkiblat *fashion* kepada Sashfir sebagai idola, dan minimalis namun tetap menampilkan kesan feminim.

c. Mitos Penggunaan *Syar'i* Si.Se.Sa

Hijab *syar'i* Si.Se.Sa. dengan nama yang unik ternyata adalah gabungan dari nama Siriz, Senaz, dan Sansa, anak dari desainer dan perancang busana Merry Pramono. *Syar'i* Si.Se.Sa adalah pilihan yang sesuai dengan tuntunan syariat Islam, menciptakan citra islami dan religius bagi para penggunanya. Namun, berbeda dengan hijab *syar'i* lainnya, Si.Se.Sa. menjamin bahwa setiap perempuan Muslim yang mengenakannya akan menjadi pusat perhatian sebagai Muslimah religius yang

*old money*. Dengan harga *syar'i* yang mencapai jutaan, hijab ini mampu secara langsung menciptakan identitas bagi pemakainya, sehingga Si.Se.Sa. sering dianggap sebagai merek *syar'i* mewah. Hijab *syar'i* yang sering dihindari perempuan remaja untuk mengenakannya, melihat popularitas dan kemewahan nilai *syar'i* ini menjadikan perempuan Muslim remaja dengan percaya diri menggunakannya dan mengunggah dirinya mengenakan hijab *syar'i* ini di akun Instagram miliknya. Hijab *syar'i* Si.Se.Sa diyakini menjadi pilihan yang tepat bagi perempuan Muslim yang ingin mengawali dirinya untuk berhijab sesuai syariat. Siapapun yang selalu menggunakan hijab *syar'i*, pastilah ia memiliki beberapa koleksi Si.Se.Sa minimal 1 buah.

*Indonesia's Leading Syar'i*, slogan yang memberi karakter bahwa *syar'i* di Indonesia di pelopori oleh Si.Se.Sa, *syar'i* merek inilah yang menjadi kelas tertinggi diantara *syar'i* lainnya. Harga yang mahal, akan disesuaikan dengan tempat pemakaiannya. Hijab *syar'i* Si.Se.Sa. sering dipakai dalam acara-acara keagamaan yang mulia, seperti majlis, maulid, pertemuan dengan tokoh agama, pernikahan, dan ibadah umroh, sehingga siapapun yang menggunakan Si.Se.Sa diyakini sebagai perempuan Muslim yang solehah dan berwibawa. Label Si.Se.Sa. yang terbuat dari Swarovski dianggap sebagai nilai berharga bagi perempuan Muslim yang mengenakan hijab *syar'i* ini. Hal ini karena membeli hijab *syar'i* yang mahal dan nyaman tidak akan bermakna jika identitas dari merek tidak ditonjolkan. Banyaknya *road show* yang diadakan oleh Siriz, Senaz, dan Sansa telah menjadikan *syar'i* Si.Se.Sa sebagai *syar'i* nya para model dan artis terkenal Indonesia. Pengguna *syar'i*



Si.Se.Sa tentu akan merasa dirinya sebagai muslimah yang solehah, berwibawa, beridentitas *rich money*, glamor, dan membawa kepada kebaikan dan kesejahteraan.

#### **4. Pengaruh Simbol Gaya Hijab Terhadap *Lifestyle* Perempuan Muslim**

Semua perempuan menginginkan untuk tampil dengan sangat menarik dan menawan dengan busana yang dikenakannya. Hal ini menjadi suatu bentuk keharusan pada perempuan di belahan dunia mana pun berada. Salah satu kisah yang mengawakili dari penampilan kaum hawa adalah dari seorang Cleopatra yaitu ratu yang dikagumi rakyat Mesir di masanya selalu mengutamakan penampilan, baik itu melalui perawatan kecantikannya maupun penampilan yang indah. busana yang seseorang kenakan membuat pernyataan tentang diri mereka. Pernyataan ini membawa kita pada fungsi tanda dari pakaian yang dikenakan dalam suatu pertemuan dan acara sosial. Fenomena-fenomena baru yang muncul dalam masyarakat saat ini beralih dari pakaian menuju hijab yang dikenakan perempuan Muslim sebagai penutup aurat (rambut), terutama melalui media sosial, turut memainkan peran penting dalam membentuk simbol gaya hijab perempuan Muslim.

Salah satu pengaruh besar terkait simbol gaya hijab ini berasal dari Instagram, yang tidak hanya memengaruhi perempuan Muslim di Indonesia tetapi juga menyebar hingga ke negara-negara tetangga. Oleh karena itu, *style* hijab kini menjadi sangat populer dan menjadi *trending* di media Instagram.

Simbol gaya hijab yang signifikan seringkali terkait dengan monogram atau label pada *brand* hijab yang terkenal. Penggunaan simbol ini menjadi lebih luas melalui tanggapan dan unggahan perempuan Muslim yang memakainya di Instagram. Selain sebagai perintah agama, perempuan Muslim sekarang lebih

cenderung memilih hijab dari *brand* ternama sebagai bentuk identitas diri dan peningkatan rasa percaya diri saat mengenakannya.

Pengaruh setelah tersampainya identitas diri melalui merek hijab yang dikenakan adalah terbentuknya *lifestyle* perempuan Muslim dengan bergabung dalam komunitas atau *circle* sesama pengguna merek hijab tersebut. *circle* ini bahkan memiliki nama khusus dan berbagai kegiatan. Sebagai contoh, kelompok pengguna setia segi empat La Sabelle dikenal dengan sebutan “LSisters” dengan *username* Instagram @dear.lsisters. La Sabelle, dengan simbol hijab yang elegan, wanita karir, dan independen, berhasil menarik perhatian LSisters dengan melibatkan mereka dalam peluncuran produk terbaru di lokasi mewah dengan sajian makanan lezat dan pertunjukan bergengsi. LSisters juga mengadakan berbagai kegiatan, seperti nonton bioskop bersama di XXI Mall, sesi memasak sushi, hingga umrah bersama La Sabelle plus busana, hijab, hingga mukena seragam. Tentu saja, anggota LSisters perlu mengeluarkan sejumlah dana untuk diakui sebagai bagian dari komunitas ini.

Pashmina Lafiye dari Sashfir, sesuai dengan Sang *Owner* yang memiliki citra diri yang casual, Lafiye memberikan makna sebagai hijab yang minimalis, namun tetap terlihat feminim. Lafiye juga memberikan ruang kepada pengguna setianya dengan panggilan khusus "Face of Lafiye" yang masih berpusat di Jakarta. pengguna setia Lafiye kebanyakan adalah perempuan remaja yang berusia 17 - 28 tahun. Lafiye beberapa kali berkumpul bersama komunitasnya di kantor pusat setiap kali mengeluarkan produk hijab pashmina terbarunya, dengan nuansa yang sangat *Instagramable* sehingga cocok dengan kesenangan Face of Lafiye yang kebanyakan adalah kaum remaja yang berperan aktif di media Instagram. Sashfir juga menggait

beberapa orang dari komunitas nya yang beruntung untuk mengikuti ajang foto katalog bersama Lafiye. walaupun hanya foto katalog, banyak dari komunitas ini yang sangat menginginkan dirinya terpilih karena unggahan-unggahan Lafiye yang selalu membawa kesan *meaningful* berupa *woman in the dark and light feminine energy* dan kesetaraan perempuan.

Hijab *syar'i* Si.Se.Sa., dengan *tagline* "*Indonesia's Leading Syar'i*" sebagai pelopor pertama hijab *syar'i* modern dengan sentuhan kemewahan. Si.Se.Sa. menghadirkan *syar'i* yang berbeda dibandingkan dengan yang lain, dihargai dengan jutaan rupiah, dan label dari Swarovski yang menjadi ciri khas hijab *syar'i* ini. Si.Se.Sa. memiliki sejumlah komunitas yang tersebar di seluruh Indonesia yang dikenal dengan sebutan "Si.Se.Sa. Lovers" dengan *username* Instagram khusus @sisesalovers. Pengguna setia hijab *syar'i* ini seringkali dianggap memiliki kesan solehah karena hijab ini dirancang dengan penutupan yang sesuai dengan syariat Islam. Akan tetapi, ada citra tambahan yang terbentuk dalam komunitas ini, yaitu sebagai perempuan agamis yang *rich money*.

Pemilik merek hijab, Siriz, Senaz, dan Sansa, memainkan peran penting dalam memperkuat daya tarik positif hijab ini melalui kegiatan kajian yang diadakan bagi Si.Se.Sa Lovers yang ingin bergabung dengan mengenakan busana atau hijab *syar'i* Si.Se.Sa Selama acara kajian. Setelah selesai, Si.Se.Sa Lovers diajak untuk makan bersama secara prasmanan yang telah disediakan. Beberapa kali, Si.Se.Sa. juga mengadakan perjalanan ziarah bersama Si.Se.Sa. Lovers, seperti ke Mesir, sebuah negara kuno yang menyimpan banyak sejarah Islam. Dalam kajian rutin dari Si.Se.Sa., terlihat bahwa komunitas ini memiliki citra agamis dan taat, sedangkan

dalam perjalanan ziarah, tentu saja, Si.Se.Sa Lovers harus mengeluarkan sejumlah dana untuk ikut serta.

Para anggota komunitas hijab bermerek ini pastinya akan mengatur jadwal mereka agar bisa hadir dalam berbagai acara pertemuan atau kegiatan lainnya agar tidak terlewatkan. Komunitas hijab bermerek ini juga menjadi *trending topic* karena tentu diunggah di akun resmi hijab tersebut di media sosial Instagram dengan demikian, siapa pun pengguna Instagram yang ingin melihat aktivitas komunitas ini dapat dengan mudah mengaksesnya. Hal ini membuktikan bahwa hijab bermerek memiliki dampak besar di lingkungan perempuan Muslim sebagai bagian dari gaya hidup modern yang diungkapkan melalui hijab.