BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pakaianmu, identitasmu. Pendapat singkat tersebut menggambarkan bahwa pakaian yang dikenakan oleh seseorang, disadari atau tidak akan menunjukkan identitas siapa yang memakainya. Tanpa perlu dijelaskan secara verbal, baju pengantin, misalnya menunjukkan yang memakainya adalah seorang pengantin, baju tentara, yang mengenakannya adalah seorang tentara, demikian juga jika seseorang memakai busana muslimah, maka secara nonverbal, menunjukkan bahwa yang bersangkutan adalah seorang muslim.

Pakaian atau busana ini merupakan bagian dari "fashion"'. *Fashion* terutama busana, merupakan sisi kehidupan masyarakat yang saat ini sedemikian penting sebagai salah satu indikator bagi muncul dan berkembangnya gaya hidup (*life style*)" (Featherstone, 2001 : 197) .

Fashion merupakan sesuatu yang sering disinonimkan dengan busana, padahal pengertian sesungguhnya *fashion* bisa mencakup segala sesuatu yang berkaitan dengan *adornment* (riasan), *style* (gaya) maupun *dress* (gaun/pakaian)[1].

Berdasarkan perkembangan zaman, fashion memiliki motif dan corak yang berbeda beda dan mengalami perkembangan yang sangat cepat. *Fashion* sebagai ekspresi diri dan komunikasi dari pemakainnya memberikan efek bagi pengguna. F*ashion* dalam kaitannya dengan bagaimana orang mengkomunikasikan nilai, status, kepribadian, identitas, dan perasaan kepada orang lain.

[1] Tri Yulia Trisnawati, "*Fashion sebagai Bentuk Ekspresi Diri dalam Komunikasi*". The messenger.Vol.3 No. 1, Juli 2011, hal. 36.

Ciri dan identitas pribadi menjadi sesuatu yang sangat penting untuk ditunjukkan ketika kita hidup dalam masyarakat, Identitas diri ini dapat dijelaskan secara verbal dengan mengkomunikasikannya secara langsung dalam interaksi di masyarakat, namun juga dapat dijelaksan secara nonverbal dan ini diwakili oleh fashion atau busana yang dipakai seseorang. Hal ini dikarenanakan, *fashion* bisa mengekspresikan sesuatu yang tidak terucap secara verbal namun dengan mengenakan jenis pakaian tertentu maka, orang lain akan bisa menilai kepribadian dan citra dirinya. Sementara itu, diantara para perempuan, mereka cenderung lebih terpengaruh oleh perkembangan *fashion*. *Fashion* memang identic dengan perempuan, hal ini sudah menjadi pengetahuan yang hampir semua orang mengakuinya. Diantaranya perempuan-perempuan, mulai dari kecil,remaja, hingga dewasa dan tua, perkembangan *fashion* begitu berpengaruh dalam kehidupan mereka.

Menurut Bernard, 2011, "Pakaian fashion sering digunakan untuk menunjukkan nilai sosial atau status, dan orang kerap membuat penialaian terhadap nilai sosial atau status orang lain berdasarkan apa yang dipakai orang tersebut"[2] . Kita bisa mengambil sebuah teori dalam mengungkapkan *fashion* sebagai komunikasi. Memahami sesuatu yang bentuknya benda dan bisa menghasilkan sebuah komunikasi ini bukanlah hal mudah. Jika kita bisa memahami lebih dari apa yang kita pergunakan sehari-hari maupun waktu tertentu.

F*ashion* dapat menumbuhkan rasa percaya diri atau sebaliknya. Pakaian yang dikenakan pada situasi yang tepat dan sesuai dengan kondisi si pemakai saat tertentu, akan membuat si pemakainya merasa nyaman dan dapat diterima di lingkungannya. Tumbuhnya

[2] "Fashion Sebagai Komunikasi Identitas Sosial Mahasiswa Fkip Uns" , diakses dari https://media.neliti.com/media/publications/164864-ID-fashion-sebagai-komunikasi-identitas-sos.pdf , pada tahun 2016

rasa percaya diri dan kenyamanan dalam berpakaian, akan menunjukkan identitas yang cocok/pas bagi pemakainya,

Berdasarkan pengalaman sehari-hari, pakaian dipilih sesuai dengan apa yang akan dikakukan pada hari itu, bagaimana suasana hati seseorang, siapa saja yang akan ditemuinya dan seterusnya, tampaknya hal ini menegaskan bahwa *fashion* dan pakaian dipergunakan untuk mengirimkan pesan tentang diri seseorang kepada orang lain, hal ini sesuai dengan *Teori Semiotic Pragmatic* (Peirce), "Tanda adalah sesuatu yang berbentuk fisik yang dapat ditangkap oleh panca indera manusia dan merupakan sesuatu yang merujuk (merepresentasikan) hal lain di luar tanda itu sendiri. Tanda menurut Peirce terdiri dari Simbol (tanda yang muncul dari kesepakatan), Ikon (tanda yang muncul dari kemiripan alamiah fisik) dan Indeks (tanda yang muncul dari hubungan sebab-akibat). Sedangkan acuan tanda ini disebut objek"[3] yang artinya, busana atau fashion adalah *representasi* dari beberapa kemungkinan "objek", yang ecara intuitif untuk menyatakan bahwa seseorang mengirim pesan tentang dirinya sendiri melalui *fashion* dan pakaian yang dipakainya.

Sebenarnya, tidak sulit untuk memahami *fashion* sebagai komunikasi nonverbal, meskipun biasanaya fashion atau busana sering ditampilkan dalam bentuk merk maupun slogan, namun tetap saja ada level komunikasi nonverbal yang memperkuat makna harfiah slogan atau merek tersebut. Pertanyaan pasti muncul setelah sebuah pernyataan *fashion* dan pakaian diartikan sebagai bentuk komunikasi non verbal.

Umberto Eco menyatakan "Berbicara melalui pakaiannya", yang dimaksud disini adalah menggunakan pakaian untuk melakukan apa yang dilakukan dengan kata-kata maupun lisan dalam konteks lain. (Eco, 1973 : 59)

[3] Teori Semiotika Pragmatik (Charles Sanders Pierce)
https://repository.uksw.edu/bitstream/123456789/8436/2/T1_362008066_BAB%20II.pdf

Fashion atau pakaian juga dapat berfungsi dan diidentifikasi menjadi pesan bisu yang memiliki pengaruh besar dalam menunjukkan eksistensi seseorang. Peribahasa Latin menyebutkan "*uestis urium reddit*" yang berarti 'pakaian menjadikan orang' atau 'pakaian adalah orang'. Artinya pakaian adalah interpretasi dari pemakainya. bahkan William Thourlby dalam bukunya menyebutkan *You Are What You Wear: The Key to Business Success*[4] menekankan pentingnya pakaian dalam keberhasilan bisnis.

Pakaian selain mencitrakan diri pemakainya, juga menunjukkan identitas sejati dari si pemakai. Pakaian sebagai bagian dari *brand image* yang di kenali orang lain mampu memberikan interpretasi positif maupun negatif terhadap penggunanya.

Fashion di kalangan umat muslim, yang bisa disebut dengan fashion muslimah, saat ini sangat mengalami perkembangan yang sangat pesat. Banyak muncul inovasi-inovasi busana dengan berbagai model dan merk. Mulai dari kemunculan kaftan Syahrini, Baju Koko Uje, Mukena Manohara, Jilbab Khumaira, kerudung Inayah dan lain-lain. Pada saat sebagian muslimah menggunakan busana muslim dengan mengiringi model dan merk yang bermacam-macam secara alakadarnya, sebagian muslimah yang lain mengikuti mode namun tetap berpegang teguh kepada aturan syariat Islam.

Di lingkungan UIN Antasari Banjarmasin, secara keseluruhan mahasiswi diwajibkan mengenakan jilbab dalam lingkungan kampus. Dan wajib mengenakan busana yang menutup aurat. Namun tidak secara khusus menyebutkan bagaimana bentuk jilbab dan desain busana boleh di gunakan sehingga mahasiswi bebas me-*mix and match* bentuk jilbab dengan pakaian

[4]Kompasiana , "You are What You Wear: Fashion dalam Tinjauan Historiografi", diakses dari https://www.kompasiana.com/agapras/5825fb70c6afbd9912d41a4d/you-are-what-you-wear-fashion-dalam-tinjauan-historiografi, pada tanggal 12 November 2016 pukul 00.10

yang dikenakan agar terlihat *stylish* dan keren. Perbedaan persepsi dan pengetahuan mahasiswi UIN dalam hal fashion muslimah yang sesuai dengan syariat Islam dan identitas keislaman yang seharusnya mereka tunjukan tergambar melalui fashion yang mereka kenakan.

Berdasarkan gejala-gejala di atas, penulis tertarik untuk meneliti fenomena fashion muslim sebagai identitas tingkat keislaman dari sisi pesan nonverbal atau disebut dengan artifaktual yang ditampilkan atau secara khusus ingin melihat "Fashion muslimah sebagai identitas keislaman mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin melalui pesan nonverbal". Penelitian ini menggunakan *mix method*, yakni penggabungan antara metode kuantitatif dan metode kualitatif untuk penyajian data.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pemahaman mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin dengan Identitas Keislaman ?
2. Bagaimana pemahaman Mahasiswi UIN Antasari tentang Fashion Muslimah ?
3. Bagaimana penyampaian pesan nonverbal fashion muslimah sebagai identitas keislaman mahasiswi UIN Antasari ?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pemahaman mahasiswi UIN antasari Banjarmasin dengan identitas keislaman
2. Mengetahui pemahaman mahasiswi UIN Antasari tentang fashion Muslimah
3. Mengetahui penyampaian pesan nonverbal fashion muslimah sebagai identitas keislaman mahasiswi UIN Antasari

D. Asumsi Penelitian

Subsantif, Pijakan berpikir dalam penelitian ini adalah bahwa, mahasiswi Uin Antasari memiliki pengetahuan tentang *Fashion* muslimah dan identitas keislaman yang sama.

E. Signifikansi / Kegunaan Penelitian

1. Bagi Mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin, bisa menjadi bahan referensi untuk *fashion* muslimah ke kampus dengan ajaran islam yang sesuai.
2. Bagi kampus UIN Antasari Banjarmasin, memberi sumbangsih pemikiran mengenai *fashion* muslimah
3. Bagi peneliti, diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang pesan nonverbal tentang identitas keislaman *fashion* muslimah.

F. Definisi Oprasional

1. Fashion Muslimah

   Istilah fashion dalam bahasa Indonesia disebut mode yang memiliki arti ragam, cara, bentuk yang terbaru pada suatu waktu tertentu. Secara sederhana, orang awam menyamakan pengertian fashion sebagai busana atau pakaian. Untuk seorang wanita yang memeluk agama Islam wajar saja harus selalu teguh dalam hukum dan syari'at islam yang telah ditetapkan, seperti cara berpakaian atau menggunakan pakaian yang harus tertutup, tidak ketat dan tranparan, tidak menyerupai laki laki dan non muslim.

   Fashion muslimah yang dimaksud dalam penelitian ini adalah bagaimana gaya berpakaian seorang mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin sebagai seorang wanita muslim yang menutup aurat dengan balutan hijab dan dikenakan untuk menunjang penampilan dalam kehidupan sehari-hari sekaligus melaksanakan syari'at Islam.

2. Identitas Islam

Identitas memberikan gambaran tentang diri seseorang sehingga dapat diketahui asal usulnya. Identitas menjadi ciri utama yang membedakan seseorang dengan orang lain sesuai dengan ciri khusus yang melekat padanya. Menghubungkan identitas dengan agama berarti membranding diri sebagai personal yang telah menjadi bagian dari agama tersebut.Artinya seseorang yang telah menyatakan dirinya sebagai orang Islam haruslah berlaku bagaiamana orang Islam dan bukan hanya sekedar Islam dalam catatan penduduk. Salah satunya seorang wanita, diwajibkan untuk memegang teguh hukum islam, termasuk dalam berpakaian yang sesuai dengan syari'at Islam

Identitas Islam dalam penelitian ini, sebagai tolak ukur tentang ibadah mahasiswi UIN antasari Banjarmasin sebagai umat yang ber identitas agama Islam dengan disandingkan cara berpakaiannya atau fashion muslim yang dipakainya

3. Pesan Nonverbal

Secara umum pesan terdiri dari dua jenis, yakni pesan verbal dan nonverbal.Pesan verbal ditendensikan dengan bunyi yang dihasilkan oleh alat kebahasaan berupa kata-kata yang dipahami oleh penerimanya.Sementara pesan nonverbal timbul berdasarkan stimuli yang diberikan komunikator terhadap komunikan (publik) melalui media selain kata-kata lisan dan tulisan.Seperti simbol yang terdapat didalam bahasa tubuh.Fashion merupakan pesan artifaktual yang bersifat nonverbal, ditampakkan melalui penampilan tubuh. Pakaian akan tampak begitu orang saling berhadapan. Bahkan ketika keduanya belum saling menyapa sekalipun.

Pesan nonverbal dalam penilitian ini menjelaskan tentang cara untuk menerapkan teori semiotic pragmatis dalam sebuah penelitian untuk mengetahui sebuah identitas islam dipandang dari fashion muslimah.

G. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

B. Rumusan Masalah

C. Tujuan Penelitian

D. Asumsi Penelitian

E. Signifikansi/ Kegunaan Penelitian

F. Definisi Oprasional

G. Sistematika Penulisan

BAB II KAJIAN TEORI

A. Tinjauan Teori

1. Fashion Muslimah

2. Identitas Keislaman

3. Pesan Nonverbal

B. Kerangka pemikiran

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan jenis penelitian

1. pendekatan

2. jenis penelitian

B. Subjek dan Objek Penelitian

C. Lokasi Penlitian

D. Data dan Sumber Data

E. Teknik Pengumpulan Data

F. Analisis Data

G. Pengecekan keabsahan data

BAB IV HASL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

B. Pembahasan

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

B. Saran-saran