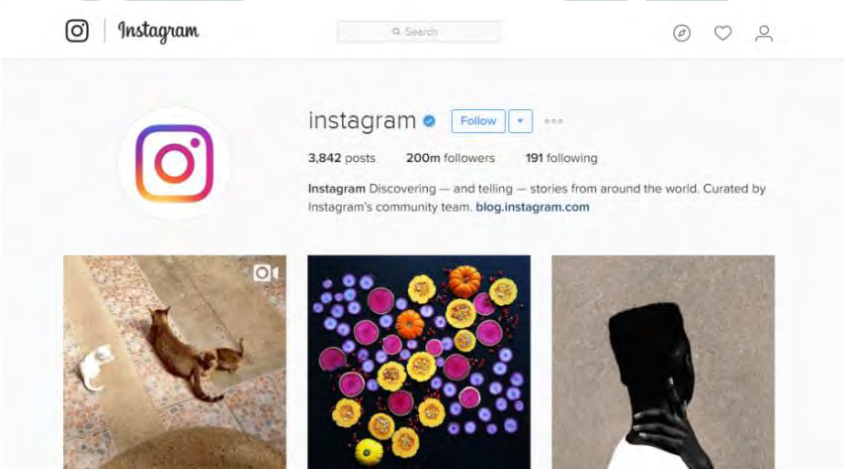
BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Instagram

1. Sejarah Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi sosial yang populer dalam kalangan pengguna telefon pintar (*Smartphone*). Nama Instagram diambil dari kata „Insta' yang asalnya „Instan' dan „gram' dari kata „telegram'.[1] Jadi Instagram merupakan gabungan dari kata Instan-Telegram. Dari penggunaan kata tersebut dapat diartikan sebagai aplikasi untuk mengirimkan informasi dengan cepat, yakni dalam bentuk foto yang berupa mengelola foto, mengedit foto, dan berbagi (*Share*) ke jejaring sosial yang lain.



Gambar 2.1 Tampilan aplikasi Instagram dari Web.
(*Sumber: Dokumen pribadi peneliti, screenshot)*

[1]Miliza Ghazali, *Buat Duit Dengan Facebook dan Instagram : Panduan Menjana Pendapatan dengan Facebook dan* Instagram, (Malaysia: Publishing House, 2016), Hal. 8.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Orang yang mempunyai latar belakang dalam dunia fotografi pasti sangat memanfaatkan aplikasi ini. Dengan banyaknya fungsi-fungsi aplikasi Instagram untuk mengolah foto, Instagram memiliki daya tarik tersendiri bagi penggunanya Selain itu, Instagram adalah aplikasi untuk *photo-sharing* dan layanan jejaring sosial *online* yang memungkinkan penggunanya untuk berbagi hasil foto melalui berbagai layanan *social media* seperti Facebook, Twitter dan situs media lainnya.[2]

Pengguna aplikasi ini semakin berkembang pesat karena keunggulan yang ditawarkan dari berbagai fitur aplikasi Instagram. Keunggulan itu berupa kemudahan saat pengunggahan foto. Foto yang diunggah bisa diperoleh melalui kamera ataupun di album ponsel. Instagram dapat langsung menggunakan efek-efek untuk mengatur pewarnaan dari foto yang dikehendaki.

Dengan berlatar belakang sebagai aplikasi jejaring sosial yang dikhususkan untuk berbagi foto, Instagram memiliki ciri menarik yakni ada batas foto ke bentuk persegi, mirip dengan gambar *Kodak Instamatic* dan *Polaroid*, yang sangat berbeda dengan rasio aspek 16:9 sekarang, yang biasanya digunakan oleh kamera ponsel.[3]

Instagram punya dua pendiri. Yang pertama Kevin Systrom, yang telah dikenal oleh publik sebagai orang yang berkecimpung di dunia *App*.

---

[2] Disadur berdasarkan artikel Wikipedia (http://en.wikipedia.org/wiki/Instagram, diakses 15 November 2016 pukul 13:00)

[3] Sherief Salbino, *Buku Pintar Gadget Android Untuk Pemula*, (Jakarta: Kunci Komunikasi, 2014), Hal.47.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Systrom tumbuh di daerah pinggiran asri Boston yan dikenal dengan nama Holliston. Dia lulus dari *Stanford University* pada tahun 2006 dengan gelar ganda di bidang teknik dan manajemen. Lalu bergabung di Google selama dua tahun dengan tugas mengurus Gmail dan kemudian bekerja di tim Pengembangan Korporat. Dengan aktivitasnya yang banyak berkecimpung di dunia media sosial membuat Kevin ingin mengerjakan sesuatu yang merupakan miliknya sendiri. Kemudian Kevin Systrom meluncurkan *startup* teknologi pertamanya, karena latar belakangnya sebagai seorang pemogram, dia mampu mengelolanya dengan baik. Dia melihat potensi *mobile* dan ledakan besar *App* yang fokus pada *check-in* berbasis lokasi. Setelah itu dia terjun ke dalam arus tersebut dengan sebuah website bernama Burbn.com.[4]

Kisah Instagram bukan hanya tentang Kevin Systrom. Seperti yang sering terjadi, ada pendiri lain yakni Mike Krieger. Menurut Kevin, meskipun kurang terkenal di publik, Mike adalah ruh dari *App*-nya. Mike besar di Brasil, dan pindah ke Amerika Serikat pada tahun 2004 untuk belajar teknik di *Stanford University.* Dia jenis insinyur yang lebih konservatif, tetapi memiliki bakat desain dan kreativitas yang kuat. Setelah lulus dari *Stanford University,* dia bergabung dengan *Startup Superhot Meeb,* sebuah platform *chat* berbasis mesin jelajah yang

[4] George Berkowski, *How to Build a Billion Dollar App: Temukan Rahasia dari para Pengusaha aplikasi paling sukses di dunia*, (Tangerang: Gemilang, 2016), Hal. 91.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

populeritasnya meledak. Akan tetapi, apa yang benar-benar Mike inginkan adalah berkembang dan melakukan sesuatu yang baru dan berbeda.[5]

Dari keinginan yang sejalan tersebut, mereka bertemu. Berasal dari kampus yang sama membuat keduanya tidak banyak mengalami kesulitan. Dimana Kevin tahu bahwa dengan masuknya Mike ke dalam kapal, mereka akan merencanakan sesuatu yang benar-benar berbeda. Awalnya Kevin tidak tahu persis apa yang akan dia lakukan dengan Burbn.com, aplikasi yang telah dikembangkannya beberapa waktu yang lalu tersebut. Lalu dengan bantuan pemikiran kekasihnya, Nicole. Instagram diluncurkan pada 6 Oktober 2010. Pada hari pertamanya, ia menggaet sekitar 25.000 pengguna. Dalam beberapa bulan, tepatnya Mei 2011 angkanya menyentuh 3,75 juta.

Kevin Systrom dan Mike Kreiger meneruskan eksekusi dan fokus dengan sangat bagus. mereka berkutat penuh pada satu platform tunggal, *IPhone,* dan melakukan satu hal tunggal, yakni berbagi foto. Twitter dan Facebook mengikuti pertumbuhan Instagram dengan penuh minat dan kecemasan. Pertumbuhan semacam itu merupakan ancaman jika dibiarkan begitu saja. Pada April 2011, keadaan mulai memanas bagi Instagram. Pada beberapa bulan sebelumnya, basis penggunaannya berlipat ganda menjadi 30 juta dan versi Android siap-siap diluncurkan.

[5] *Ibid.,* Hal. 93.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tepatnya hari Kamis, 5 April, Zuckerberg yang saat itu sebagai CEO dari *Facebook,* mengirim pesan teks ke Kevin Systrom, mengatakan dia ingin berbicara lebih jauh. Ketika bertemu, Zuckerberg bersikukuh bahwa *Facebook* adalah rumah sempurna bagi Instagram. Kemudian ia membingkai ulang negosiasinya. Dengan angka final yang disepakati sebesar $1 miliar yang merupakan kombinasi saham *Facebook* dan uang tunai pemanis sebesar $500 juta. Salah satu alasan terbesar perusahaan-perusahaan mengakusisi adalah untuk mendorong pertumbuhan. *Facebook* mengakusisi Instagram dengan harga $1 miliar untuk mengambil salah satu *App* fotografi sosial yang paling cepat pertumbuhannya tersebut. Jelas bahwa pengguna Instagram yang saat itu berjumlah 300 juta mengunggah banyak foto sehingga melampaui *volume* foto yang diunggah pengguna *Facebook* sendiri.

Perkembangan Instagram sangatlah pesat dan dibuktikan dengan kepopuleran Instagram yang sudah mencapai sebanyak 150 juta pengguna. Ini merupakan pencapaian rekor yang fantastis.[6] *Trend* Instagram merupakan sebuah cara *marketing* yang memakai produk sebagai sarana komunikasinya. Kelebihan Instagram adalah memakai partisipasi publik sebagai corong iklan. Sekitar 3 juta pengguna Instagram memamerkan karya-karya fotonya melalui *Twitter* atau *Facebook.* Artinya, partisipasi

[6] Disadur berdasarkan artikel (http://blog.ub.ac.id/alifiainformatika/2013/09/23/ perkembangan-aplikasi-social-photo-sharing-Instagram/ diakses 25 November 2016 pukul 14:20)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pengguna Instagram yang fanatik dengan gembira dan sukarela menjadi sarana komunikasi bagi produk, tanpa terasa sebagai iklan.[7]

Namun dengan semakin meningkatnya pengguna Instagram serta Instagram yang dapat digunakan secara mobile di perangkat bergerak seperti telepon genggam atau komputer tablet. Kelebihan ini menjadikan siapapun akan mudah mengakses Instagram dimanapun dan kapanpun. Dengan semakin pesatnya pengguna Instagram sehingga saat ini banyak pembisnis melirik aplikasi ini karena kemudahan untuk mengupload banyak foto produk dan user juga dapat memberi komentar mudah dan cepat.

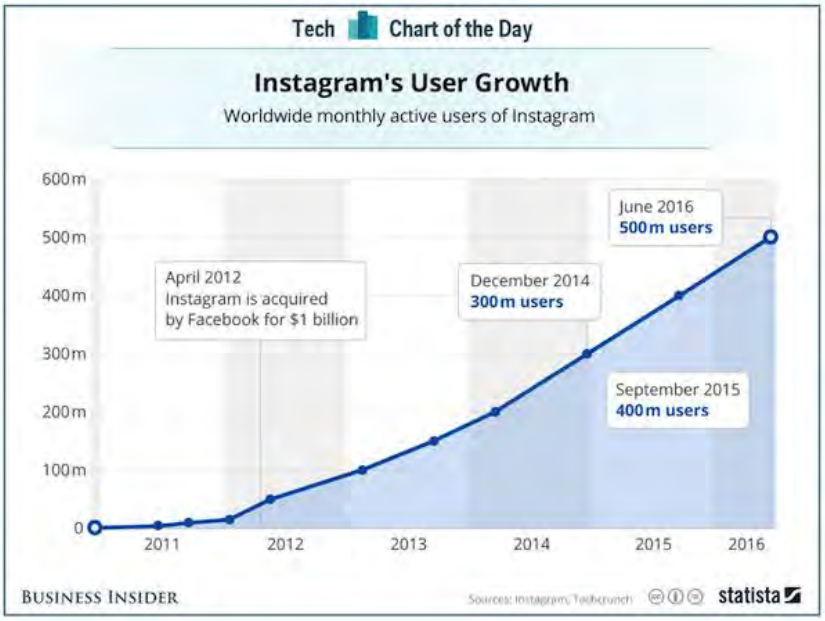
2. Pengguna Instagram

Kronologi perkembangan pengguna Instagram telah dimuat dalam artikel yang ditulis oleh Instagram sendiri melalui *Instagram Blog*. Pada Desember 2010, Instagram memiliki 1 juta pengguna terdaftar. Pada Juni 2011 Instagram mengumumkan telah memiliki 5 juta pengguna dan jumlah tersebut terus naik melewati angka 10 juta pada bulan September di tahun yang sama. Pada bulan Juli 2011, Instagram mengumumkan bahwa 100 juta foto telah diunggah ke *platform* layanan dan jumlah tersebut terus meningkat hingga mencapai angka 150 juta pada bulan Agustus 2011.

Bulan April 2012, diumumkan bahwa lebih dari 30 juta akun telah aktif di Instagram. Data terakhir yang diumumkan secara oleh Instagram

[7] Handoko Hendroyono, *Brand Gardener*, (Tangerang: Literati, 2012), Hal. 283

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id



Gambar 2.2 Grafik Pertumbuhan Pengguna Instagram
(*Sumber: www.statista.com)*

bahwa pada bulan Maret 2013 adalah tercapainya angka 100 juta pengguna aktif yang menjadikan Instagram menjadi salah satu jejaring sosial media dengan jumlah pengguna terbanyak.[8] Jumlah tersebut terus bertambah hingga saat ini. Dimana di tahun 2016 ini, *habbit* masyarakat yang narsis membuat Instagram menjadi media yang tepat untuk mengekspresikannya.

Salah satu survey yang dilakukan oleh situs *Social On The Rocks*, sebuah web terkemuka untuk *gadget & technology* yang berbasis di Amerika Serikat, menemukan bahwa sebanyak 67% pengguna Instagram merupakan warga dengan usia produktif 18-34 tahun. Terdapat lebih banyak pengguna wanita (55%) daripada pengguna laki-laki yang

[8] Disadur berdasarkan data dari artikel : 100 million users (http://blog.Instagram.com /post/44078783561/100-million), diakses 27 November 2016 pukul 11:25.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

jumlahnya sebesar 45%.[9] Hal tersebut kemungkinan dipengaruhi oleh kecenderungan wanita untuk lebih terbuka dalam berbagi kehidupan pribadinya di dalam media jejaring sosial, dibandingkan dengan laki-laki yang lebih tertarik pada kebutuhan yang berhubungan dengan karir dan kehidupan sehari-harinya.

Dalam penggunaan Instagram, terdapat beberapa peraturan yang ditetapkan bagi penggunanya. Diantaranya *Term of Use,* misalnya persyaratan bahwa untuk bisa memiliki akun Instagram seseorang harus berusia minimal 13 tahun atau lebih. Selain itu, ada pula pembatasan terhadap *posting* yang berupa kekerasan, telanjang, sebagian telanjang, atau bernada seksual. Pengguna mendapatkan hak kepemilikan konten di Instagram. Instagram tidak mengklaim hak kepemilikan dalam teks, *file*, gambar, foto, video, suara, karya musik, karya tulisan, aplikasi, atau bahan lain yang di-*posting* oleh pengguna.

Pada awal peluncurannya yakni tahun 2012, Instagram telah membuat profil web yang memungkinkan pengguna untuk memiliki profil diri serta menampilkan foto-foto Instagram mereka dalam tampilan ala sosial media.[10]

Pengguna Instagram dapat menjangkau jauh lebih banyak pembaca / pengunjung melalui tampilan baru tersebut. Publik yang tidak memiliki

[9] C. Devi Handriatmaja, *Citizen Journalizm* Dalam Pemberitaan Bencana Di Instagram, Skripsi Sarjana Ilmu Komunikasi, Universitas Atmajaya Yogyakarta, 2013, Hal. 46.
[10] *Ibid*., Hal, 47.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

akun Instagram juga dapat menikmati seluruh foto yang ada di Instagram melalui website ini tanpa harus melakukan pendaftaran terlebih dahulu.

B. Hijab

1. Pengertian Hijab

Secara etimologi, kata "hijab" berasal dari bahasa Arab dengan akar kata "ح-ج-ب", yang bentuk verbalnya (*fi'ilnya*) adalah حَجَبَ. Kata tersebut diterjemahkan sebagai "menutup, menyendirikan, memasang tirai, menyembunyikan, membentuk pemisahan, hingga memakai topeng". الحجاب berarti "benda yang menutupi sesuatu".[11] Filsafat di balik *Hijab* bagi wanita dalam Islam adalah bahwa wanita harus menutup tubuhnya dalam pergaulannya dengan laki-laki yang menurut hukum agama bukan *muhrim*nya, dan bahwa dia tidak boleh memamerkan dirinya.[12]

Kita meyakini adanya suatu filsafat khusus di dalam Islam mengenai gaya hidup wanita yang membentuk pandangan intelektual kita dan berguna untuk analisis. Itulah yang disebut dasar *Hijab* Islam. Kata Hijab sendiri mempunyai makna "penutup", karena menunjuk kepada suatu alat penutup. Barangkali dapat dikatakan bahwa karena asal katanya, maka tidak semua penutup adalah hijab. Penutup yang dirujuk sebagai hijab muncul di balik kata tabir.[13]

---

[11] Raodatul Jannah, *Sudah Benarkah Kita Berhijab?*, (Bekasi: Guepedia), Hal. 14.

[12] Murtadha Muthahhari, *Hijab: Gaya Hidup Wanita Islam*, (Bandung: Mizan, 1997), Hal. 14.

[13] *Ibid.*, Hal, 11.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pada masa sekarang ini tampaknya ada kecenderungan di kalangan masyarakat khususnya para penulis Muslim untuk menyebut pakaian yang sesuai syariat dengan hijab, dan menyebut penyandangnya dengan kata muhajjabah (perempuan yang mengenakan hijab). Meskipun tidak ada kesetiaan dalam menggunakan istilah tersebut, karena kadang-kadang istilah hijab dan jilbab dipakai secara bergantian. Padahal sebenarnya terdapat perbedaan penggunaan istilah hijab yang termuat dalam Al-Qur'an dan Sunnah dengan istilah hijab dalam pengertian baru, yaitu yang bermakna sebagai pakaian muslimah atau jilbab.[14]

Pada mulanya ketika seorang laki-laki dan perempuan bertemu dalam suatu ruangan, maka adanya sebuah hijab sangat diutamakan sebagai penghalang antara keduanya. Hal ini pada zaman dahulu digunakan untuk melindungi aurat wanita dari lawan jenis. Sedangkan jilbab berarti sebuah alat penutup kepala bagi seorang wanita untuk menutupi auratnya yakni rambut dari orang-orang yang bukan muhrimnya.

Di era modern ini, kata hijab sudah berganti makna. Sekarang hijab lebih cenderung berarti jilbab yang lebih bervariasi dan kekinian. Dengan kata lain, jilbab sekarang sudah dikatakan kalah saing dibandingkan dengan hijab. Ketika seseorang mendengar kata jilbab, akan berpikiran tentang gaya busana muslimah yang kuno dan ketinggalan jaman. Sedangkan hijab sendiri dewasa ini sedang „naik daun' dengan berbagai

[14] Nina Surtiretna, dkk, *Anggun Berjilbab,* (Bandung: Mizan, 1997), Hal. 61.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

inovasi hijab fesyen yang sedang marak dikembangkan oleh para muslimah.

Sehingga dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa, hijab bisa diartikan ke dalam beberapa kata yaitu, pertama hijab diartikan sebagai kata "penutup" namun tidak hanya sekedar berfungsi menutupi saja, lalu kedua hijab juga diartikan sebagai kata "tirai, tabir, pengalang dan pemisah" namun bukan berarti sebuah dinding yang harus memisahkan kegiatan kaum perempuan dari kaum laki-laki, begitupun pengertian selanjutnya yang menyampaikan bahwa hijab adalah "mencegah dari penglihatan orang lain". Secara garis besar menunjukkan bahwa hijab berarti sebagai sesuatu yang berfungsi menutup keindahan wanita dari penglihatan orang lain selain suami dan sanak saudaranya dan juga hijab berarti memisahkan kontak tubuh (bersentuhan, bersenggolan, bersalaman, dsb) wanita dari laki-laki lain selain suami dan sanak saudaranya.

2. Dasar Hukum Berhijab

a. Allah SWT berfirman dalam Surat Al-Ahzab ayat 59:[15]

يَٰٓأَيُّهَا ٱلنَّبِيُّ قُل لِّأَزۡوَٰجِكَ وَبَنَاتِكَ وَنِسَآءِ ٱلۡمُؤۡمِنِينَ يُدۡنِينَ عَلَيۡهِنَّ مِن
جَلَٰبِيبِهِنَّۚ ذَٰلِكَ أَدۡنَىٰٓ أَن يُعۡرَفۡنَ فَلَا يُؤۡذَيۡنَۗ وَكَانَ ٱللَّهُ غَفُورٗا رَّحِيمٗا
٥٩

[15] Al-Hikmah, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya,...* Hal. 425.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

"Hai Nabi, Katakanlah kepada isteri-isterimu, anak-anak perempuanmu dan isteri-isteri orang mukmin: "Hendaklah mereka mengulurkan jilbabnya ke seluruh tubuh mereka". yang demikian itu supaya mereka lebih mudah untuk dikenal, karena itu mereka tidak di ganggu. dan Allah adalah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang" (Al-Ahzab: 59)

b. Hadist Nabi Muhammad SAW

وعنه رضي الله عنه قال : قال رسول الله ﷺ : قوم معهم سياط كأذناب البقر يضبون بها الناس ونساء كاسيات عريات عاريات مائلات مميلات رؤسهن كأسنمة البغت المائلة، لايدخلن الجن ولايجدد ريحها وان ريحها ليوجد من مسيرة كذا وكذا

Artinya :

"Dari Abu Hurairah r.a berkata : "Rasulullah Bersabda" : Ada dua kelompok ahli neraka yang belum pernah dilihatnya yaitu orang-orang mempunyai cambuk, seperti ekor lembu, dimana dengan cambuk tersebut mereka memukulnya kepada sesama manusia, dengan orang perempuan yang berpakaian tetapi seperti orang yang telanjang, merayu dan melenggak-lenggok membesarkan kondenya seperti punggung onta. Mereka tidak akan masuk surga dan tidak akan mencium baunya surga. Dan sesungguhnya harumnya surga itu akan didapatkan sejauh perjalanan sana sini. (H.R Muslim)[16]

Ayat ini menuntun kaum wanita untuk mengulurkan jilbab/hijabnya ke tubuhnya pada waktu keluar rumah untuk memenuhi keperluan mereka. Dengan tujuan agar mereka berbeda dari wanita budak sehingga tidak ada seorang pun akan mengganggu mereka, karena ragu. Ini berarti bahwa jilbab disyariatkan untuk menyempurnakan keadaan ketika mereka keluar rumah, dan dalam kesempurnaan ini terdapat kesempurnaan pembedaan,

[16] Muslich Shabir, *Terjemah Riadhus Shalihin,* (Semarang: CV Toha Putra, 1981), Jilid II, Hal. 485.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penjagaan diri, dan penghormatan. Adapun terpenuhinya penutup yang wajib terhadap aurat, maka hal ini dapat diwujudkan dengan pakaian yang bagaimanapun bentuknya asalkan memenuhi persyaratan yang diperintahkan Syar'i (Pembuat syariat).

Diwajibkannya berhijab bagi wanita muslimah bertujuan agar ada pemisah antara dirinya dengan laki-laki yang bukan mahram jika terpaksa harus pergi ke luar rumah.[17] Perlindungan terhadap wanita dengan hijab merupakan upaya melindungi masyarakat secara keseluruhan.

Allah SWT telah memerintahkan hijab ini melalui kitab-Nya dan melalui lisan Rasul-Nya. Hal itu pula yang diamalkan oleh Ummahatul Mukminin pada masa-masa lalu dan sampai masa yang akan datang. Tubuh wanita secara keseluruhan adalah aurat, dari ujung rambut sampai ke ujung kaki-nya. Oleh karena itu, dia harus menutupi seluruh tubuhnya dari pandangan laki-laki.[18]

Dengan demikian, kita tahu bahwa para pemuka Islam bersepakat dalam hal-hal berikut ini:[19]

1. Wanita tidak diperbolehkan menampakkan apapun di hadapan orang selain mereka yang dikecualikan oleh Allah SWT melebihi wajah dan kedua tangannya.

---

[17] Al-Jarullah, „Abdullah bin Jaarullah bin Ibrahim, *Hak dan Kewajiban Wanita Muslimah menurut Al-Qur'an dan As-Sunnah,* (Jakarta: Pustaka Imam Asy-Syafi'i, 2005), Hal. 82

[18] *Ibid.,* Hal. 83.

[19] Fada A.R Al-Qashir, "*Wanita Muslimah: Antara Syariat Islam dan Budaya Barat",* (Yogyakarta: Darussalam, 2004), Hal, 180.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Tidak boleh menampakkan wajah dan kedua tangan apabila hal itu memungkinkan terjadinya fitnah.
3. Mereka sepakat membolehkan menampakkan wajah dan tangan sebagai bentuk keringanan karena tuntutan ilmu, berobat, atau pada saat memberikan persaksiaan. Tiga butir ini merupakan ijma' ulama.
4. Tetapi mereka berbeda pendapat di balik kondisi-kondisi ini, hal tersebut adalah kondisi wanita yang berada di wilayah komunitas publik. Sebagian pendapat menganggap wanita boleh menampakkan wajah pada kondisi seperti itu, tetapi sebagian yang lain secara tegas tetap mengharuskan menutup wajah.

3. Perkembangan Hijab Saat Ini

Hijab yang belakangan ini menjadi tren, sesungguhnya merupakan perintah Allah kepada kaum muslimah yang sudah ada sejak zaman dahulu. Hijab merupakan tata cara berpakaian muslimah dalam menutup auratnya. Dalam berhijab, seseorang muslimah boleh menampakkan wajah dan telapak kakinya, sementara yang lainnya harus ditutupi baik menggunakan pakaian, jilbab atau kerudung karena masuk dalam aurat. Dalam perkembangannya, hijab kemudian menjadi komoditas ekonomi sehingga masul dalam mode yang memiliki jenis, model dan motifnya. Akibatnya, hijab menjadi tren masa kini seiring dengan perkembangan dunia fashion yang *stylish.*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kenyataannya, hijab saat ini bukan lagi semata-mata karena perintah agama untuk menutup aurat karena perlahan namun pasti hijab sudah menjadi bagian dari *lifestyle.* Tak sedikit wanita yang memutuskan menjadi hijabers sebab dirinya "merasa cantik" dengan kain warna-warni yang dililitkan di leher dan kepala tersebut. Akhirnya fenomena buka-tutup kerudung seringkali terjadi dan mulai dianggap biasa oleh masyarakat. Terlepas dari pergeseran nilai dan fungsi penutup kepala ini, tidak dapat dipungkiri jika hijab *fashion* yang bisa dimaknai sebagai model-model hijab memberikan warna tersendiri bagi muslimah Indonesia.

Oleh karenanya, terjadi peningkatan pemakaian kerudung yang cukup fantastis di negeri ini. Lihatlah di jalanan, di pusat perbelanjaan, di tempat rekreasi, di perkantoran, di kampus-kampus, dan di tempat-tempat lainnya akan terlihat betapa banyak wanita yang mengenakan busana muslimah. Bahkan di televisi pun seperti pada acara kuis, peserta yang mengenakan kerudung atau hijab pun sering muncul. Para pemakai kerudung terus memasuki berbagai lapisan masyarakat. Kalau dulu kerudung itu terkesan kampungan, kini pakaian ini diminati kalangan menengah ke atas. Bahkan beberapa artis cantik pun banyak menukar penampilan mereka, baik pada sat *shooting* maupun dalam kesehariannya, dengan busana muslimah tanpa takut karirnya terhambat.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dampak dari maraknya hijab ini kemudian muncul istilah yang menarik di masyarakat, yaitu apa yang disebut "hijab gaul". Istilah ini merebak seiring dengan tren pemakaian busana muslimah di kalangan remaja dengan model yang mengikuti mode remaja pada umumnya.

Hijab mempunyai beberapa syarat tersendiri, karena tidak semua pakaian pantas digunakan sebagai hijab. Adapun beberapa persyaratan tersebut adalah sebagai berikut:[20]

1. Pakaian tersebut hendaknya tidak merupakan perhiasan, misalnya berwarna norak dan menjadi pusat perhatian, karena pada dasarnya wanita dilarang menampakkan perhiasan.
2. Pakaian harus tebal, tidak tipis, karena tujuan hijab adalah menutupi. Sementara yang tipis tidak berfungsi untuk menutupi, melainkan yang menampakkan sesuatu yang berada di baliknya.
3. Pakaian harus longgar, tidak menampakkan bentuk badan, dan tidak menampakkan keindahan lekuk tubuh.
4. Pakaian tidak menyerupai pakaian laki-laki
5. Hendaknya tidak menyerupai pakaian orang-orang kafir karena kita dilarang meniru-niru mereka. Bahkan Rasulullah memerintahkan kita agar berbeda dengan mereka.
6. Hendaknya tidak memberi wewangian pada pakaian.
7. Hendaknya tidak memakai gaun kemasyhuran(selebritas).

[20] *Ibid.,* Hal, 182

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4. *Trend* Hijab Instagram

Membahas tentang *trend* masa kini, era reformasi di Indonesia membentuk suatu budaya popular yaitu *trend* hijab. Hijab mulai memasuki dunia *fashion* dengan berbagai *trend* dan gaya yang sedang popular di kalangan dunia mode. Berbagai desain terbaru muncul beriringan dengan *trend* desain busana umum yang muncul dalam dunia mode. Saat ini banyak perempuan yang mengenakan hijab, dan sudah diterima oleh sebagian besar masyarakat Indonesia sebagai identitas muslim secara wajar. Gaya busana hijab pun mengalami perubahan, berkiblat pada pusat mode dunia yang didukung penyebaran oleh berbagai bentu media massa.

Perkembangan *fashion* saat ini sangat pesat terutama *fashion* muslim. Banyak muncul *desaigner* muda yang mengkreasikan bakatnya untuk membuat pakaian muslim modern. Hal ini yang membentuk sebuah komunitas *Hijabers.* Banyaknya komunitas *hijabers* yang saat ini berdiri di Indonesia karena komunitas ini adalah bentuk dari budaya yang sedang populer di kalangan masyarakat. Keberadaan komunitas seperti Hijabers Community mampu menarik antusiasme masyarakat untuk ikut bergabung ke dalam komunitas tersebut, yang membuat komunitas ini menjadi berkembang dikarenakan banyak peminatnya.

Media sosial khususnya Instagram memiliki peran penting dalam mempopulerkan *trend* busana muslim yang berkembang melalui pemodelan yang diperagakan oleh artis, selebriti hingga pejabat tinggi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Masyarakat pun mengimitasi pemodelan media tersebut, yang menyebabkan hijab menjadi bagian dari budaya populer. Seperti akun-akun di bawah ini yang banyak menarik perhatian para *Hijabers* di Instagram :

a. Dian Pelangi (dianpelangi)

Menjadi seorang artis yang menjadi sorotan publik, telah dimanfaatkan oleh Dian Pelangi untuk memperkenalkan model hijab yang membuatnya semakin populer di kalangan anak muda.

b. Zaskia Adya Mecca (zaskiaadyamecca)

Meski telah memiliki 3 anak, zaskia adya mecca menunjukkan bahwa kehidupan setelah pernikahan tidak membosankan seperti yang banyak orang pikirkan. Justru kini

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

gaya busananya semakin *stylish* dan akun Instagramnya merupakan salah satu selebriti dengan *followers* terbanyak.

c. Joyagh (joyagh)

Joyagh bukan seorang artis, penyanyi atau bahkan model. Namun hobinya untuk mengabadikan gaya berpakaiannya di Instagram dengan *hastag* ˇ oot d membuatnya terkenal dan memiliki ratusan ribu *followers.* Ia pandai memadupadankan busana hijab dengan gaya *girly* hingga *boyish.*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. Kajian Tentang Gaya Busana Mahasiswi Muslimah

Indonesia merupakan negara yang terdiri dari beberapa agama. Setiap agama memiliki aturan dan nilai-nilai yang berbeda dalam berbagai bidang, diantaranya tata cara beribadah dan aturan-aturan dalam menjalankan kehidupan. Agama islam merupakan salah satu agama di Indonesia yang memiliki penganut terbesar dibandingkan dengan agama yang lain. Di kalangan perempuan Islam (Muslimah) terdapat gaya berbusana yang berkaitan dengan nilai agama dan aturan agama. Gaya berbusana muslimah tersebut adalah bentuk gaya busana berupa pakaian yang tertutup dan sesuai *syar'i*. Beberapa hal yang harus diperhatikan muslimah dalam berpenampilan :[21]

[21] Resty, *Beautifull Hijab*, (Jakarta: QultumMedia, 2013), Hal. 7.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Tidak mengenakan pakaian yang menyeret sampai ke tanah
b. Tidak mengenakan pakaian yang terlalu ketat
c. Tidak mengenakan pakaian yang menerawang
d. Tidak mengenakan hijab yang seperti punuk unta (ditinggikan)
e. Tidak memilih hijab yang masih terlihat leher atau aurat lainnya selain muka dan telapak tangan
f. Tidak memakai aksesoris yang berlebihan
g. Tidak memakai warna yang terlalu mencolok
h. Tidak memakai *legging* sebagai celana luaran. Fungsi *legging* adalah untuk dalaman (*inner*)
i. Tidak memakai *make up* yang berlebihan atau menor.

Dalam dunia perkuliahan, seorang muslimah tentu juga harus menjaga martabatnya sebagai seorang pribadi yang beragama Islam. Hal tersebut dapat digambarkan salah satunya dengan cara berpakaiannya dalam menjalankan peran sebagai mahasiswi.

Perkembangan dunia mode berbusana dewasa ini, semakin membuat wawasan para muslimah khususnya mahasiswi tentang bagaimana agar tetap tampil modis semakin luas. Dengan padu-padan pakaian yang tentunya sesuai dengan syariat agama Islam, para wanita kini semakin percaya diri untuk menampilkan identitas dirinya sebagai seorang muslimah. Khususnya bagi para mahasiswi yang banyak beraktifitas di luar rumah. Sebagian besar

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mahasiswi yang belum mempunyai penghasilan sendiri menjadi tantangan tentang bagaimana agar tetap tampil menarik di waktu perkuliahan.

Referensi mengenai gaya berbusana mahasiswi muslimah yang trendi telah beredar dari beberapa media seperti majalah, koran dan media sosial. Selain harus sesuai dengan kode etik kampus, mahasiswi kini juga telah pandai memilih busana yang nyaman dan „aman'. Pergi ke kampus hendaknya menggunakan pakaian yang sederhana dan nyaman, terutama jika menggunakan transportasi umum. Pilih pakaian dan gaya kerudung yang praktis dan dapat digunakan dengan tingkat mobilisasi yang tinggi.[22]

Contohnya ketika jadwal perkuliahan yang padat, seorang mahasiswi juga hendaknya memilih pakaian yang santai seperti paduan *Petterned Scarf, White Blouse* dan *Khaki Pants* dengan warna terang dimana busana dengan warna terang menghasilkan padanan gaya yang terlihat lebih santai dibandingkan dengan warna gelap maupun yang terlalu terang. Tidak lupa sepatu model *Sneakers* atau *Platform Shoes* membuat penampilanmu semakin *Fashionable*.

D. Kerangka Teoritik

Kajian teoritik merupakan seperangkat konsep atau definisi yang berfungsi untuk melihat fenomena secara sistematik, melalui spesifikasi hubungan antara variabel, sehingga dapat berguna untuk meramalkan

[22] Fiminin Islamic Fashion, *Stylish With Simple Hijab: Gaya Hijab Praktis Untuk Kamu yang Aktif*, (Jakarta: Bukune, 2012), Hal. 5.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

fenomena. Dalam hal ini, secara teoritik perlu dijelaskan hubungan antar variabel independent dan dependent.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan penelitian kuantitatif. Dimana peneliti mencoba untuk mencari pengaruh *Trend* Hijab Instagram yang terjadi di Tahun 2016 terhadap gaya berbusana Mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya. Bertolak pada suatu teori yang menganggap bahwa media tidak punya efek langsung yang kuat tetapi efek itu akan terus menguat seiring dengan berjalannya waktu. Efek kumulatif menyatakan bahwa tidak ada yang bisa menghindari media, karena pesan media sudah menyebar. Pesan yang berlebihan ini terus dibawa sampai ke rumah. Untuk menguatkan teorinya, Neolle-Neumann mengutip kampanye advertising media yang mengirimkan pesan yang berkali-kali. Tidak ada iklan yang hanya muncul sekali. Bahkan dalam berita pun ada redundensi, di mana semua media mengarahkan perhatiannya kepada kejadian yang sama. Dari sini timbul istilah cumulative effects theory (pengaruh media terjadi bertahap dari waktu ke waktu).[23]

Jadi, pengaruh media secara tidak langsung akan berpengaruh pada pembacanya. Karena dewasa ini media juga semakin marak, beragamnya media (internet, radio, televisi dan media cetak) memudahkan masuknya efek media bagi para pembaca atau penggunanya. Misalnya saja ada seorang pengguna Instagram, dengan seringnya pengguna tersebut membuka

[23] John Vivian, *Teori Komunikasi Massa,...* Hal. 472.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Instagram, maka secara tidak langsung pengguna tersebut akan menerima efek media yang akan tejadi secara bertahap. Dalam hal *Trend* Hijab misalnya, pengguna akan cenderung menyelaraskan busana yang dikenakan dengan jilbab dan pernak-pernik untuk menunjang penampilannya sesuai dengan *Trend* yang berkembang di Instagram agar penampilannya terkesan modis dan tidak ketinggalan jaman.

E. Hasil Penelitian yang Relevan

No.	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Pengaruh Buku *Brain Beauty Belief* Karya Dian Pelangi Terhadap Gaya Berbusana Syar'i Komunitas *Hijabers* Surabaya. Penelitian ini dilakukan oleh mahasiswi fakultas dakwah jurusan KPI UIN Sunan Ampel Surabaya tahun 2015, Farkhatul Isti'anah	Sama-sama menggunakan metode penelitian secara kuantitatif dan membahas salah satu media dakwah. Selain itu juga meneliti hal yang sama yakni materi tentang hijab dan gaya berbusana.	Dalam penelitiannya Farkhatul ingin mengetahui ada atau tidak adanya pengaruh dari Buku *Brain Beauty Beliefe* Karya Dian Pelangi Terhadap Gaya Berbusana Komunitas *Hijabers* Surabaya dan untuk mengetahui sejauh mana tingkat pengaruh Buku

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

			Brain Beauty Beliefe Karya Dian Pelangi Terhadap Gaya Berbusana Syar'i Komunitas Hijabers Surabaya. Ternyata tingkat pengaruh sangat kuat dengan interval koefisien hubungan sebesar 68.
2	Pengaruh Harga, Promosi Penjualan, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Risiko Terhadap Perilaku Belanja *Online* Mahasiswi UIN Sunan Ampel Pada Produk Mode Muslim di Instagram Penelitian ini dilakukan oleh mahasiswi fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN Sunan	Sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif dan juga menjadikan mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya sebagai obyek penelitian	Dalam penelitian ini, Ratih ingin mengetahui ada atau tidak adanya pengaruh harga, promosi, penjualan, persepsi risiko terhadap perilaku belanja *online* mahasiswi UIN Sunan Ampel

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

	Ampel Surabaya tahun 2016, Ratih Indah Arofah.		Surabaya pada produk mode muslim di Instagram dan untuk mengetahui sejauh mana tingkat pengaruh harga, promosi, penjualan, persepsi risiko terhadap perilaku belanja *online* mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya pada produk mode muslim di Instagram. Untuk memperoleh tujuannya Ratih menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3	*Citizen Journalism* Dalam Pemberitaan Bencana Di Instagram (Analisis Isi Kuantitatif Pemberitaan Bencana *Hurricane Sandy* di New York, Amerika Serikat melalui Publikasi Foto di Instagram Pada Periode Waktu 29-30 Oktober 2012 Sebagai Bentuk Jurnalisme Warga Baru). Penelitian ini dilakukan oleh mahasiswi fakultas ilmu sosial dan ilmu politik prodi ilmu komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta Tahun 2013, Clara Devi Handriatmaja	Sama-sama menggunakan Instagram sebagai kajian penelitian.	Perbedaannya terletak pada metode penelitian dan arah penelitian yang dalam penelitian ini menuju kepada pemberitaan sebuah kasus.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id