

BAB III

FASHION, JILBAB DAN HIJABERS SURABAYA

A. Profil Kota Surabaya

Sebelum berbicara tentang data Hijabers Surabaya secara lebih luas, peneliti akan mengupas posisi kota Surabaya. Hal ini dimaksudkan agar para pembaca dapat memperoleh gambaran tentang dimana Hijabers Surabaya mengembang di sana.

Surabaya merupakan salah satu kota metropolitan di Indonesia setelah Jakarta. Surabaya memiliki luas sekitar 326,37 km² dan secara astronomis terletak di antara 07°21' Lintang Selatan dan 112°36' sampai dengan 112°54' Bujur Timur.⁵³ Batas wilayah Kota Surabaya bagian Utara dan Timur dibatasi oleh selat Madura, sebelah selatan dibatasi oleh kabupaten Sidoarjo dan sebelah Barat dibatasi oleh kabupaten Gresik.

Jumlah penduduk kota Surabaya pada tahun 2012 mencapai sekitar 3,110,187 jiwa dengan luas wilayah 333,063 km², menjadikan Surabaya berkembang menjadi sebuah kota metropolitan.⁵⁴

Sebagai kota metropolitan, Surabaya menjadi pusat kegiatan perekonomian di daerah Jawa Timur dan sekitarnya. Letak kota Surabaya yang cukup strategis, menjadi pusat bisnis, perdagangan, industri dan

⁵³Anonimous, *Data Demografi*, (<http://www.Surabaya.go.id/profilkota/index.php?id=22>, diakses 12 Juni 2014).

⁵⁴Anonimous, *Data Penduduk Kota Surabaya*, (<http://www.Surabaya.go.id/profilkota/index.php?id=21>, diakses 11 Juli 2014).

pendidikan di kawasan Indonesia bagian timur. Sehingga Surabaya menjadi pusat aktivitas yang menjadi jujugan bagi orang-orang dari berbagai daerah.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Surabaya, perkembangan perekonomian kota Surabaya periode 2002-2004, menunjukkan angka pertumbuhan yang cukup positif. Masing-masing sebesar 3,80 persen di tahun 2002. Pada tahun 2003 sebesar 4,22 persen, dan pada tahun 2004 sebesar 5,45 persen.⁵⁵

Secara umum peranan sektoral perekonomian kota Surabaya pada tahun 2002-2004, rata-rata didominasi oleh sektor tersier sebesar 54,37 persen. Kemudian diikuti oleh sektor sekunder seperti, Konstruksi, Industri pengolahan sebesar 45,44 persen dan terakhir sektor primer sebesar 0,19 persen. Besarnya peranan sektor tersier tersebut disumbang oleh (i) sektor perdagangan hotel restoran sebesar 34,76 persen, (ii) sektor angkutan dan komunikasi sebesar 8,98 persen, (iii) sektor perbankan dan lembaga keuangan sebesar 6,17 persen, dan (iv) sektor jasa-jasa sebesar 4,46 persen.

Disamping peranan masing-masing sektor usaha, pertumbuhan ekonomi yang terjadi juga didukung oleh adanya kecenderungan bahwa tingkat inflasi selama tiga periode terakhir 2002-2004 terus mengalami penurunan, dengan tingkat inflasi masing-masing sebesar 9,30 persen di

⁵⁵ Anonimous, *Bab II Gambaran Umum Kondisi Daerah-Pemerintahan Kota Surabaya* (<http://www.Surabaya.go.id/i.../rpjm/Bab2.pdf.php?id 765>, diakses 11 Agustus 2014), hal. 9.

tahun 2002. Pada tahun 2003 sebesar 7,68 persen, sedangkan tahun 2004 sebesar 6,96 persen.⁵⁶

Adapun perkembangan sektor ekonomi berdampak langsung terhadap peningkatan Produk Domestik Regional Bruto dan nilai Produk Domestik Regional Bruto perkapita yang pada hakekatnya menunjukkan kemampuan daya beli masyarakat Surabaya.

Kota Surabaya terkenal dengan sebutan kota Pahlawan karena sejarahnya yang sangat diperhitungkan dalam perjuangan merebut kemerdekaan bangsa Indonesia dari penjajah. Kota yang berlambangkan Ikan hiu dan buaya tersebut, juga menjadi saksi berdirinya komunitas Hijabers dengan nama Hijabers Surabaya.

B. Profil Hijabers Surabaya

1. Sejarah Perkembangan Hijabers Surabaya

Awal penyebaran jilbab kontemporer di Indonesia berasal dari ibukota Indonesia, Jakarta. Sang prakarsa adalah seorang model muslimah, Dian Pelangi. Dia beserta teman-temannya kemudian sepakat membentuk komunitas yang dinamakan Hijabers. Hijabers berasal dari kata Hijab dan *Ers*. Hijab adalah bahasa Arab yang berarti penutup, penghalang yang bisa juga dimaknakan sebagai kerudung atau penutup kepala. Sedangkan *ers* adalah kata yang merujuk pada perkumpulan, atau pengikut suatu kelompok atau komunitas tertentu.

⁵⁶ Anonimous, Bab II Gambaran Umum Kondisi Daerah-Pemerintahan Kota Surabaya (<http://www.Surabaya.go.id/i.../rpjm/Bab2.pdf.php?id 765>, diakses 11 Agustus 2014), hal. 9.

Dalam blog Dian Pelangi, dia mengungkapkan asal mula membentuk Hijabers. Sejatinya, dunia *fashion* telah merambah wilayah Indonesia sejak beberapa tahun lalu. Dian Pelangi juga melihat gaya busana muslimah Jepang dan Korea yang meski berhijab tetap mampu tampil keren.

Melalui blog dan sosial media, komunitas jilbab Dian Pelangi ini, dengan cepat menjadi tren di Indonesia. Media membuat komunitas dengan nama *Hijabers Community* tersebut semakin menancapkan keberadaannya. Karena media sosial juga menjadi sarana mereka untuk mensosialisasikan beberapa kegiatan mereka.

Tidak membutuhkan waktu lama, Hijabers merambah daerah-daerah besar di Indonesia. Satu diantaranya adalah komunitas Hijabers di kota Surabaya yang bernama Hijabers Surabaya. Hijabers Surabaya sebenarnya bukan merupakan bagian dari *Hijabers Community*, namun memiliki tujuan yang hampir sama. Pendirinya sama-sama berasal dari latar belakang *fashion*.

Hijabers Surabaya adalah perkumpulan wanita muslim berjilbab *fashionable*, namun tidak meninggalkan syari'at Islam. Hijabers Surabaya berdiri pada tanggal 11 Mei 2011. Pendirinya adalah Dra. Alvia Evawani Nataprawira. Ia memiliki latar belakang pendidikan modeling di OKI *Modelling School* Jakarta. Ia juga seorang penulis serta pengamat *fashion* yang memiliki hobi fotografi.

Bunda Via, sapaan akrab Ibu Alvia, tertarik untuk mendirikan Hijabers di Surabaya bersama teman-temannya. Berawal dari forum perkumpulan kecil-kecilan, nama Hijabers Surabaya semakin dikenal oleh masyarakat yang memang rajin mengakses *Facebook*, *Twitter* dan Webblog Hijabers Surabaya. Selain itu, ada media massa, yang terus membantu mereka untuk menyebarkan informasi tentang kegiatan-kegiatan mereka.

Seiring bertambahnya minat wanita muslim untuk bergabung, maka bunda Via di bantu oleh kedua putrinya yakni Antania Febrina dan Anastasia Regina. Mereka melayani para wanita yang mengajukan berbagai macam pertanyaan tentang Hijabers Surabaya, baik melalui media sosial ataupun SMS.

Wanita muslim yang bergabung dalam Hijabers Surabaya memiliki latar belakang profesi yang berbeda-beda, seperti, desainer, mahasiswa, PNS, dokter, pengusaha, dll. Anggota Hijabers Surabaya tidak hanya terdiri dari wanita muslim yang tinggal di wilayah Surabaya, melainkan tersebar di berbagai daerah, seperti Sidoarjo, Malang, dan Gresik.

Melalui webblog, Hijabers Surabaya memberikan syarat-syarat bagi calon anggota yang ingin bergabung dalam komunitasnya, yaitu: wanita muslim, baik yang sudah berjilbab ataupun yang akan berjilbab, berdomisili di Surabaya, Gresik, Sidoarjo, Malang dan sekitarnya, berusia 17 tahun keatas (sudah memiliki KTP).

2. Cara Mendaftar Menjadi Anggota

Para calon anggota hanya bisa mendaftar secara resmi dengan mengikuti kegiatan-kegiatan Hijabers Surabaya. Pembayaranannya dibuka pada setiap kegiatan tersebut. Dengan membayar sebesar Rp. 50.000 rupiah, calon anggota sudah mendapatkan *membercard* yang dapat digunakan sebagai ATM. Dalam hal ini, Hijabers Surabaya bekerjasama dengan BRI Syariah.

Saat ini, jumlah anggota yang bergabung lebih dari 900 orang, sedangkan yang aktif mengikuti kegiatan, diperkirakan 400 orang. Ke-900 orang tersebut terdiri dari anggota biasa dan anggota *exclusive*. Anggota biasa dikenakan tarif 50.000 pada saat pendaftaran menjadi anggota Hijabers Surabaya. Adapun keuntungan menjadi anggota biasa Hijabers Surabaya: Mendapatkan *Membercard*, *discount* (potongan) belanja 10%-15% di *tenant* yang bekerja sama dengan Hijabers Surabaya yaitu Hijab Devie oleh Tania & Tasia, mendapatkan catalog, mendapatkan PIN atau bros Hijabers Surabaya, mendapatkan potongan harga khusus untuk setiap event Hijabers Surabaya.

Keuntungan yang diperoleh anggota dengan *membercard* seharga 50.000 berbeda dengan anggota yang memiliki *membercard exclusive*. Bagi yang sudah menjadi anggota Hijabers Surabaya, dapat memperbarui kartu anggotanya menjadi anggota *exclusive*. Hanya dengan membayar Rp. 55.000 rupiah. Adapun keuntungan menjadi anggota *exclusive* adalah: mendapat *member card* sebagai kartu ATM BRI Syariah, diskon

belanja 10%-15% di *Tenant* yang bekerja sama dengan Hijabers Surabaya, mendapatkan katalog *Tenant*, mendapatkan PIN atau bros Hijabers Surabaya, mendapatkan potongan harga khusus di banding anggota biasa dan umum untuk setiap kegiatan Hijabers Surabaya, mendapatkan tabungan BRI Syariah, saldo awal Rp. 50.000 sudah mempunyai tabungan BRI Syariah.

Ini menunjukkan bahwa Hijabers Surabaya telah melakukan kerjasama dengan berbagai sektor usaha termasuk bank, yaitu BRI Syariah. Dari pemaparan diatas, dapat dilihat bahwa identitas anggota Hijabers juga dapat dilihat dari *membercard* yang mereka miliki. Hal itu digunakan untuk membedakan antara anggota komunitas atau masyarakat umum. *Membercard* tersebut juga berfungsi sebagai kartu ATM. Kepemilikan *membercard* Hijabers Surabaya dengan berbagai keuntungan, khususnya mendapat potongan harga diberbagai tenant yang bekerja sama dengan Hijabers Surabaya turut mempermudah transaksi bisnis maupun kemudahan berbelanja mereka.

3. Norma atau Aturan yang Harus Diikuti Anggota

Sebuah kelompok sosial tentu memiliki nilai dan norma yang digunakan untuk mengatur individu di dalam kelompoknya. Demikian juga dengan Hijabers Surabaya. peraturan yang harus dipatuhi oleh semua anggota komunitas ini adalah:

- a) Anggota dari Hijabers Surabaya merupakan wanita muslim yang tinggal di Jawa Timur

- b) Anggota dari Hijabers Surabaya harus memiliki tingkah laku sopan dan perilaku hormat antara anggota satu dengan anggota lainnya, baik pejabat dan pemimpin Hijabers Surabaya.
- c) Setiap anggota Hijabers Surabaya harus memenuhi syarat dalam mengikuti semua kegiatan yang diselenggarakan oleh Hijabers Surabaya
- d) Setiap anggota Hijabers Surabaya seharusnya tidak menjual atau membeli barang haram, misalnya obat- obatan, alkohol, dll
- e) Ketika setiap anggota mengalami masalahnya, Hijabers Surabaya tidak akan bertanggungjawab pada masalah individu
- f) Setiap anggota Hijabers Surabaya yang terlibat dalam komunikasi apapun, harus menghormati privasi orang lain.
- g) Setiap anggota Hijabers Surabaya yang terlibat dalam komunikasi apapun, tidak boleh menyebarkan rahasia dan keburukan orang lain.
- h) Bahasa tubuh adalah bahasa yang sangat penting dalam berkomunikasi, supaya setiap orang yang berkomunikasi harus menggunakannya dengan bijak.
- i) Setiap anggota Surabaya Hijabers seharusnya tidak mengkritik orang lain di depan umum.
- j) Setiap anggota Hijabers Surabaya dilarang *pit* atau memfitnah sesama anggota Hijabers Surabaya lainnya.
- k) Setiap anggota Hijabers Surabaya dilarang menjelekkkan komunitas yang serupa dengan Hijabers Surabaya.

Manajemen Hijabers Surabaya memiliki peran dalam penanam nilai Islam pada anggotanya. Karenanya harus timbul tanggung jawab para pengurusnya untuk menjaga citra Islam. Salah satunya dengan penetapan dan pelebagaan (pembiasaan) norma bertingkah laku, dalam Hijabers Surabaya. Dengan begitu, manajemen Hijabers Surabaya berharap agar anggotanya dapat mengatur tingkah laku mereka, supaya tercipta ketentraman dalam menjalin interaksi dan, jalinan tali *silaturrahmi* yang tercipta terus berjalan dengan tertib.

Meskipun tidak ada peraturan tertulis tentang tata cara berpakaian, namun Hijabers Surabaya memiliki kesadaran diri bagaimana mereka harus berpakaian. Seperti penuturan anggota Hijabers Surabaya, Nisa (bukan nama sebenarnya). “memakai rok *mbak*, aku setiap acara Hijabers memakai *long dress*, rok atau baju-baju yang longgar, di Hijabers sendiri semua memakai *long dress* misal pakai jeans ketat gitu ada rasa malu.”⁵⁷

Dari pemaparan Nisa dapat disimpulkan bahwa, secara tidak langsung lingkungan Hijabers Surabaya, turut membentuk cara berpakaian anggota Hijabers Surabaya. Anggota Hijabers akan menyesuaikan cara berpakaian mereka dengan lingkungan dimana mereka berada. Hal ini yang dinamakan Berger sebagai Eksternalisasi, yakni momen adaptasi diri atau harapan orang lain untuk mendapatkan penerimaan dan menghindari pengasingan oleh kelompok pada individu.

⁵⁷ Hasil wawancara dengan Nisa (bukan nama sebenarnya) anggota Hijabers Surabaya, pada tanggal 26 Juni, pukul 14.00 WIB

4. Kantor Sekretariat

Kantor sekretariat Hijabers Surabaya pada awalnya adalah di butik Azmina Royal Plaza. Namun saat ini sudah berada di butik Miss Moz *Moeslem Centre* di lantai II, Jl. Pregolan No. 17 Surabaya.

Butik Miss Moz *Moeslem Center* merupakan tempat berkumpulnya Hijabers Surabaya. Kantor ini juga menjadi tempat bagi para desainer *fashion* Muslim di tanah air untuk menitipkan *lebel fashion* hasil rancangan mereka. Butik Miss Moz bekerja sama dengan Hijabers Surabaya dan artis ibu kota yang memiliki lebel *fashion* ternama, seperti HF milik Zaskia Sungkar, Ristyland milik Risty Tagor, NM milik Nuri Maulida. Ketua Hijabers Surabaya sendiri (Antania Febrina) turut serta menitipkan busana muslim rancangannya. Butik Miss Moz sendiri adalah didirikan oleh Latifa Dewi tersebut.

Sebagai seorang desainer, Antania memiliki ciri tersendiri dalam mendesain model jilbab. Untuk memperkenalkan rancangannya, ia sering mengikuti kegiatan *fashion show* yang diselenggarakan oleh manajemen Hijabers Surabaya. Gambar desain Antania Febrina dengan lebel Hijab de Vie oleh Tania & Tasia.



Gambar 1: Jilbab *ruffle* dan busana oleh Antania Febrina
(Sumber diambil dari dokumen pribadi president director Hijabers Surabaya Antania Febrina)

Hijabers Surabaya turut serta membantu mendongkrak popularitas pakaian muslim pada butik Mis Mozz Surabaya dengan menyelenggarakan berbagai kegiatan *fashion show*. Antania Febrina dan Lathifa Dewi selaku desainer pada butik Mis Mozz turut andil dalam memperkenalkan rancangan mereka dengan menjadi sponsor dalam setiap kegiatan.

Bagi manajemen Hijabers, penyelenggaraan acara *fashion show* bukan hanya bermanfaat bagi masyarakat, namun juga turut membantu perekonomian anggotanya yang memiliki lebel *fashion*,⁵⁸ seperti pada tanggal 24 Mei 2014, Hijabers Surabaya menyelenggarakan acara dengan Tema “Meet and Great Risty Tagor dan Eca Ayunda”. Acara tersebut

⁵⁸ Hasil wawancara dengan Nurma (Staf Marketing Communication), pada tanggal 24 Mei 2014 pukul 13.00 WIB.

diselenggarakan tepat didepan butik Miss Moz. Pada saat acara sudah selesai, semua anggota Hijabers Surabaya memasuki butik, karena pada saat itu butik Miss Mozz menawarkan potongan harga yang cukup tinggi pada berbagai lebel *fashion* pakaian muslim.⁵⁹

Produk -produk pada butik Miss Moz, sengaja di desain terbatas (Limited edition), mulai dari tas, sepatu jilbab dan aksesoris. Harga yang ditawarkan oleh butik Miss Moz juga cukup beragam. Pakaian muslim trendi dan modern di bandrol dengan harga 150.000 hingga 700.000 bahkan hingga jutaan rupiah, sedangkan untuk aksesoris dibandrol dengan harga 30.000 rupiah.

Lebel *fashion* lokal beberapa manajemen (pengurus) Hijabers Surabaya seperti EhzaEkmaal, Lyra Diana, Bilqisshop, AlwanunaHijabstuff, Sole Mio, Edzira, tidak dapat dijumpai pada butik Miss Mozz Surabaya. Produk mereka dapat dijumpai pada saat kegiatan bazar atau dapat dikases secara bebas melalui akun *Instagram*, *facebook*, dan *twitter* mereka masing-masing.

Manajemen (pengurus) Hijabers Surabaya juga memanfaatkan media jejaring sosial dalam memasarkan produk mereka. Modernisasi berupa kemajuan tehnologi, akan semakin memudahkan masyarakat untuk mengakses berbagai hal tentang komunitas tersebut, terlebih bagi yang pandai memanfaatkan *gadget*. Sehingga masyarakat dengan mudah membeli produk mereka secara online. Dari pemaparan diatas, dapat

⁵⁹ Hasil obesrvasi di butik Miss Moz pada tanggal 24 Mei 2014 bertepatan dengan kegiatan *Meet and Great* Risti Tagor dan Echa Ayunda.

dilihat anggota Hijabers Surabaya didominasi oleh pengusaha *fashion* dan desainer. Latar belakang president Hijabers Surabaya yang memiliki *background* Model dan desainer turut menjadikan komunitas tersebut memiliki kegiatan yang mengarah pada bisnis.

5. Struktur Manajemen (pengurus)

Layaknya sebuah kelompok sosial terbatas yang memiliki aturan-aturan sendiri. Hijabers Surabaya pun tidak lepas dari struktur kepengurusan yang bertindak sebagai manajemen. Istilah manajemen dalam Hijabers Surabaya memiliki arti pengurus yang melaksanakan fungsi fungsional Hijabers Surabaya. Saat ini, manajemen Hijabers Surabaya berjumlah 20 orang. Namun manajemen yang aktif sekitar 10 orang.

Manajemen Hijabers Surabaya di bagi menjadi beberapa staf yang bertanggung jawab sesuai dengan bidangnya. Sistem manajemen Hijabers Surabaya bersifat sukarela karena mereka tidak mendapat gaji. Untuk menjadi manajemen Hijabers Surabaya, diharuskan memiliki semangat tinggi dalam bekerja, serta diharuskan memiliki pengalaman berorganisasi. Tidak ada persyaratan khusus bagi mereka yang ingin mendaftar menjadi staf manajemen Hijabers. Peserta hanya perlu mengirimkan CV (*curriculum vitae*) dan foto. Namun bagi mereka yang ingin menjadi staf Information and Technology, diutamakan mereka yang memiliki potensi dibidang desain grafis dan sudah familiar dalam bidang

photography. Berikut ini struktur manajemen (pengurus) Hijabers Surabaya.

Tabel 3.1
Struktur Manajemen Hijabers Surabaya

Nama	Jabatan	Pekerjaan
Founder	Dra. Alvia Evawani Nataprawira	Model, penulis, pengamat <i>fashion</i> , Desainer
President	Antania Febrina	Desainer dan pemilik lebel fasjion Hijab Devie oleh Tania & Tasia.
Vice President	Anastasia Regina	Desainer dan pemilik lebel fasjion Hijab Devie oleh Tania & Tasia.
Secretary	Laily al-rasyid	Pemilik lebel <i>fashion</i> alwanunahijabstuf
Treasure	Anggy Aprilia	Mahasiswa dan memiliki usaha di lebel <i>fashion</i> alwanunahijabstuf
Event division	Mega Erwanti	<i>Entrepreneurshipbrand</i> Sole Mio
Information and Technology Division	Saktia Ningtyas	Dokter Hewan
Marketing Communication	Nurma Wahyunita	Penerjemah bahasa di Bappeko Surabaya dan memiliki usaha pancake durian
General Affair	Cindy	mahasiswa

Sumber: Wawancara dengan Nurma (Staf Marketing Communication Hijabers Surabaya) pada tanggal 24 Mei 2014

Setiap pengurus yang tertulis dalam struktur diatas, memiliki tanggung jawab dibidangnya masing-masing. Seperti telah disebutkan sebelumnya. President Hijabers Surabaya bertugas memantau jalannya kegiatan dan bertanggungjawab atas setiap staf, serta menghadiri setiap

acara yang diselenggarakan Hijabers Surabaya. Vice president bertugas mengambil alih fungsi presiden apabila berhalangan hadir. Secretary bertanggung jawab mencatat semua hal-hal administrasi. Sedangkan treasurer bertanggungjawab mengelola keuangan Hijabers Surabaya.

Selain itu ada 4 orang staf dalam struktur manajemen Hijabers Surabaya, yaitu: staff marketing Communication, bertanggungjawab sebagai penghubung Hijabers Surabaya dengan pihak luar, termasuk membangun relasi dengan media massa atau pihak-pihak yang ingin bekerja sama. Berikutnya staf event yang bertanggungjawab sebagai penyelenggara berbagai macam acara yang diselenggarakan komunitas ini. Selanjutnya, staf information and technology bertanggung jawab mengelola publikasi online diberbagai media sosial.

Staf *general affairs* bertugas mengurus semua hal yang berhubungan dengan Hijabers. Seperti mengurus perizinan dan dokumen-dokumen untuk kepentingan komunitas.

6. Visi, Misi dan Tujuan

Selain struktur kepengurusan yang meskipun sederhana, Hijabers Surabaya juga tidak lupa berfokus pada visi, misi dan tujuan yang dibangun bersama.

Visi Hijabers Surabaya adalah membentuk wanita muslim yang kreatif, cerdas dan menjunjung tinggi akhlak serta etika sebagai wanita muslim yang cantik lahiriyah maupun cantik akhlaknya (batiniyah).

Dalam mewujudkan visinya, Hijabers Surabaya mempunyai misi, sebagai wadah untuk menjalin *silaturahmi* antara wanita muslim di seluruh Jawa Timur, khususnya Surabaya, Sidoarjo, Gresik dan sekitarnya serta mengajak wanita muslim untuk memiliki wawasan global.

Tujuan didirikannya Hijabers adalah sebagai wadah atau tempat bagi wanita muslim berjilbab di Surabaya, sehingga mereka tidak merasa takut lagi untuk menggunakan jilbab. Karena Hijabers Surabaya akan mengajarkan kepada wanita muslim, cara berjilbab *modern, creative, dan fashionable*.

7. Simbol dan Artinya

Setiap komunitas, biasanya memiliki simbol yang dijadikan sebuah tanda. Simbol dapat mewakili makna yang ingin dicapai dalam suatu kelompok sosial tertentu, begitu pula dengan simbol Hijabers Surabaya. Seperti yang dituturkan oleh Nurma.

simbol Hijabers sendiri yang buat dari awal sih IT (information and Technology) kita Rasya. Sebenarnya bunga. Bunga itu kan di liat dari segi visualnya dia cantik. Disamping cantik, dia sendiri bisa memperindah lingkungan dia. Kadang ada taman yang kalau ditanami pohon aja atau *ijo-ijo* (hijau) aja terlihat tidak cantik. Namun ketika ada bunga di taman akan terlihat indah. Kita sebagai wanita diharapkan bisa memperindah sekeliling kita atau lingkungan kita, keluarga teman. Memperindah dalam tanda kutip ya, bukan secara harfiah, diharapkan dengan Hijabers sendiri bisa memperindah lingkungan disekelilingnya.⁶⁰

⁶⁰ Hasil wawancara dengan informan Nurma (Staf Marketing Communication), pada tanggal 24 Mei 2014, pukul 13:00 WIB

Simbol Hijabers Surabaya diciptakan oleh staf IT (information technology Hijabers Surabaya) yang bernama Rasya. Kata HS berasal dari kata *Hijab* dan *ers*. Kata Hijabers berwarna Hitam, yang memiliki arti kumpulan wanita muslim berhijab atau menggunakan jilbab.

Simbol bunga berwarna ungu magenta yang mengitari tulisan HS, memberikan makna bahwa Hijabers ingin menjadi seperti bunga yang tidak hanya cantik dipandang, namun juga dapat memperindah lingkungan disekitar mereka. Artinya bahwa wanita muslim yang bergabung dalam Hijabers tidak hanya menonjolkan kecantikan melalui *fashion* jilbab. Melainkan, mereka juga ingin memberikan manfaat bagi sesama melalui beberapa kegiatan yang bernilai positif, karena ciri dari Hijabers adalah wanita Muslim yang aktif. Berikut adalah simbol Hijabers Surabaya ini:



Gambar 2 : Simbol Hijabers Surabaya
(Sumber diambil dari dokumen pribadi Hijabers Surabaya)

C. Kegiatan Hijabers Surabaya

Kegiatan Hijabers Surabaya, dibagi menjadi dua yaitu, kegiatan wajib dan kegiatan tidak wajib. Kegiatan wajib merupakan kegiatan rutin dan harus di laksanakan oleh pengurus Hijabers Surabaya. Sedangkan kegiatan tidak wajib merupakan kegiatan yang tidak rutin dan tidak harus diselenggarakan. Kegiatan wajib nya adalah sebagai berikut:

1. Kegiatan Wajib

a. Pengajian

Pengajian sejatinya terbuka untuk Umum. Semua wanita baik yang belum atau sudah berjilbab diperbolehkan mengikuti pengajian. Seperti yang dituturkan oleh Mega. “kita itu untuk umum, siapapun boleh ikut kegiatan kita asalkan ketika masuk dalam komunitas kita, mereka pakai hijab. Barangkali pada awalnya terpaksa *make*’ (memakai) terus setelah ikut kegiatan kita, mereka jadi pengen terus berhijab.”⁶¹

Hijabers Surabaya memaknai setiap kegiatan mereka sebagai alat untuk bersyiar. Mereka ingin menarik wanita muslim khususnya bagi yang belum berjilbab supaya menggunakan jilbab. Adapun alasan manajemen Hijabers Surabaya menjadikan pengajian sebagai kegiatan rutin, seperti yang telah dituturkan oleh Nurma.

HS sendirikan terdiri dari berbagai macam *background*. Ada yang memang basic agamanya biasa, dan kita semua perlu ilmu ini untuk mengukuhkan diri supaya menjadi wanita yang lebih baik lagi. Karena pada awalnya HS sendiri terbuka untuk siapa saja baik wanita yang belum atau akan berhijab ataupun wanita yang sudah berhijab, disini kita membaaur jadi satu. Mau enggak mau kita adain nih acara pengajian. Kalau pada saat kumpul-kumpul sama manajemen HS, kita lebih banyak *sharing* tentang pengalaman pribadi masing-masing *member* sih ya misalnya tentang pengalaman keagamaan, sehingga dapat memotifasi kita untuk menjadi lebih baik lagi.⁶²

Dari penuturan Nurma terlihat tujuan positif dari kegiatan pengajian tersebut. akan tetapi, kegiatan pengajian yang diselenggarakan

⁶¹ Hasil wawancara dengan informan Mega (Staf Event) pada tanggal 24 Mei 2014 pukul 13.00 WIB

⁶² Hasil wawancara dengan Informan Nurma (Staf Marketing Communication), pada tanggal 24 Mei 2014 pukul 13.00 WIB

ini tidak gratis. Bagi yang bukan anggota Hijabers Surabaya dikenai biaya sebesar 30.000 rupiah untuk bisa ikut pengajian. Mereka akan mendapatkan *snack*. Pada saat tausiyah berlangsung, manajemen Hijabers Surabaya menyodorkan kaleng *infaq* pada peserta pengajian. Semua yang hadir dapat menyisihkan uang saku seikhlasnya untuk mengisi kaleng infaq ini.

Pengajian ini diisi dengan tausiyah oleh seorang Ustadz atau ustadzah dan diawali dengan lantunan ayat suci al-Qur'an oleh seorang Qori'. Tema yang diusung dalam pengajian disesuaikan dengan topik yang sedang *booming*. Seperti saat pengajian tanggal 15 Juni 2014 dengan tema "Ramadhan to do List". Karena sebentar lagi bulan Ramadhan, maka tema yang diambil berkaitan dengan Ramadhan. Sedangkan tempat pengajian ditentukan oleh manajemen Hijabers Surabaya.⁶³ Namun, sebelum pengajian dimulai, ada acara *Demo Hijab*, yang diperagakan oleh salah satu pengurus Hijabers dengan modelnya.

Dalam acara-acara yang dilaksanakan, ditentukan *dresscode* tertentu bagi anggota. *Dresscode* merupakan aturan berbusana yang tertulis atau tidak tertulis yang diterapkan dalam acara tertentu. Berikut contoh *dresscode* warna hijau yang ditentukan pada saat kegiatan pengajian.

⁶³ Hasil wawancara dengan Informan Mega (Staf event), pada tanggal 24 Mei 2014 pukul 13.10 WIB.



Gambar 3: *dresscode* berwarna hijau dalam kegiatan pengajian
(Sumber diambil dari dokumen pribadi peneliti)

Penentuan *dresscode* dalam setiap acara dimaksudkan untuk membedakan antara pengurus Hijabers dan anggota. Selain itu, hal ini juga dimaksudkan untuk memacu semangat wanita muslim untuk peduli dan berkreasi dengan busana yang dikenakannya. Sebagai insentifnya, peserta yang menggunakan jilbab dengan dandanan menarik akan diberikan hadiah.⁶⁴ Yang berasal dari sponsor yang bekerja sama dengan Hijabers Surabaya.

Hijabers Surabaya memiliki peran menginternaslisasikan nilai-nilai keislaman dalam berbusana pada anggotanya. Perkembangan pelembagaan (pembiasaan) cara berjilbab sesuai dengan syariat Islam terlihat dari perubahan gaya berjilbab anggotanya. Dalam acara pengajian yang diadakan di bulan Ramadhan, misalnya ditentukan norma agar yang hadir tidak memakai *jeans*, pakaian yang ketat atau *legging*.

⁶⁴ Hasil wawancara dengan informan Mega (staff Event), pada tanggal 10 Mei 2014, pukul 13.00 WIB.

b. Charity

Hijabers Surabaya juga mempunyai salah satu program. Dalam kegiatan ini dilakukan kerjasama dengan *Save Street Child* (SSC) di Surabaya. Kegiatan *charity* biasanya di selenggarakan pada saat bulan Ramadhan. Konsep dalam kegiatan *charity* tersebut, yaitu dengan membagi-bagikan ta'jil kepada anak-anak jalanan di Surabaya. hijabers Surabaya juga memberikan barang-barang sedekah baik uang, ataupun barang-barang kebutuhan pokok sehari hari, seperti mie instant, minyak goreng, beras dan lain-lain.⁶⁵

Untuk program *charity* ini pada tahun 2014 Hijabers Surabaya membuat program baru yang disebut *HS Foundation*. Tujuannya adalah untuk mengumpulkan sisa dana dari berbagai *event* yang diselenggarakan Hijabers untuk *charity*. Seperti yang dituturkan oleh Mega, yang menjabat pada bagian *staff Event*.

Hijabers sekarang ada program namanya *HS Foundation* (Hijabers Surabaya Foundation). *HS Foundation* ini di bentuk dengan tujuan, supaya pada saat ada acara *charity*, Hijabers tidak perlu bingung mencari donasi dari berbagai member. *Hs Foundation* ini di dapat dari saat Hijabers mengadakan *event*.⁶⁶

Dengan diadakannya kegiatan *Charity*, Hijabers Surabaya dapat menanamkan nilai-nilai ajaran Islam kepada anggotanya.

⁶⁵ Hasil wawancara dengan Antania (president director Hijabers Surabaya), pada tanggal 11 Agustus 2014, pukul 13:00 WIB.

⁶⁶ Hasil wawancara dengan Mega (staf Event), pada tanggal 24 Mei 2014, pada pukul 13:00 WIB.

c. Fashion Show

Fashion show masuk dalam kategori kegiatan wajib karena kembali pada tujuan awal Hijabers, yakni membuat suatu gebrakan baru pada model berjilbab wanita Muslim melalui *fashion* serta untuk menambah pengetahuan wanita Muslim mengenai gaya berbusana yang sedang menjadi tren. Sehingga, Hijabers dapat menjadi inspirasi gaya berbusana bagi wanita Muslim. Selain itu, *fashion show* dapat menjadi wadah bagi desainer muda terutama desainer yang memiliki brand lokal untuk berkompetisi menjadikan karya mereka sebagai kiblat dalam berbusana yang digunakan di tahun mendatang. Gambar kegiatan *fashion Show* dapat dilihat pada lampiran 3 gambar 4.

Hijabers Surabaya dalam mengadakan kegiatan *fashion show*, bekerja sama dengan berbagai sponsor dan dilakukan ditempat-tempat berkelas, seperti Plaza atau *mall*. Seperti pada tanggal 28-30 Maret 2014 yang lalu, manajemen Hijabers mengadakan *fashion show* bekerja sama dengan sarung “mangga” dengan tema *glamour* sarong di Grand hall city Surabaya. Acara tersebut di hadiri berbagai desainer lokal untuk memperkenalkan rancangan mereka pada masyarakat.

Sarung yang lazimnya digunakan oleh laki-laki untuk beribadah, ditangan para desainer dapat menjadi jilbab yang *fashionable* dengan berbagai model.

Perkembangan dunia *fashion* turut memberikan makna tersendiri bagi jilbab. Jilbab pada esensi awalnya adalah pakaian penutup seluruh

tubuh wanita kecuali wajah dan telapak tangan menjadi jauh dari istilah syari'at. Jilbab seperti menjadi suatu mode yang memiliki nilai ekonomi. Dapat dikatakan Hijabers Surabaya selain menjadi agen pendukung, sekaligus menjadi korban kapitalis. Perkembangan tren *fashion* jilbab berbahan sarung, turut dimanfaatkan oleh produsen sarung Mangga untuk memproduksi berbagai motif sarung.⁶⁷

d. Hijab and Beauty Class

Hijab and beauty class merupakan kegiatan wajib bagi Hijabers Surabaya. Karena peminat dari *Hijab and beauty class* sendiri sangat banyak. *Hijab and beauty class* merupakan pelatihan tentang cara berjilbab dengan beberapa tutorial jilbab yang diperagakan oleh salah satu manajemen Hijabers beserta model Hijabers sendiri. Kegiatan tersebut sering diselenggarakan pada saat bulan Ramadhan, karena sebagai wujud memenuhi tingginya animo masyarakat tentang acara *hijab and beauty class*.

Pada tahun 2014 ini, bertepatan pada bulan Ramadhan, komunitas Hijabers Surabaya mengadakan kegiatan *Hijab Class* dan *make up class* pada tanggal 20 Juli 2014 di Ciputra world Surabaya, dengan tema “glamour *makeup*”, sedangkan pengarahan *makeup* oleh LTPro Surabaya.

⁶⁷ Hasil observasi dalam Rochmatun Nisa dan Sofyan Hadi (ed), *Sarung diprediksi Jadi tren Hijab Tahun Ini*, (<http://m.bangsaonline.com/berita/824/sarung-diprediksi-jadi-tren-hijab-tahun-ini.com>. diterbitkan pada Kamis, 27 Maret 2014 pukul 16:58 WIB, diakses pada tanggal 5 Juni 2014).

Di dalam acara *hijab and beauty class* tersebut juga ada pemberian tips berjilbab yang disesuaikan dengan bentuk wajah dan tips-tips lain yang dapat bermanfaat bagi wanita muslim. Selain itu, wanita Muslim akan diajarkan bagaimana cara menggunakan *make-up* yang disesuaikan dengan bentuk muka, warna kulit serta acara yang akan dikunjungi.

Tujuan Hijabers Surabaya mengelat acara tersebut, supaya perempuan muslim dapat bergaya dan tidak menggunakan model jilbab yang monoton serta dapat tampil cantik dengan *make-up*. Acara tersebut biasanya dikenakan biaya 125.000-225.000. Biaya dari *Hijab and beauty class* yang diselenggarakan Hijabers Surabaya sendiri terbilang cukup mahal. Namun, bagi anggota Hijabers Surabaya, biaya yang dikeluarkan sesuai dengan apa yang didapat. Sebagaimana penuturan Vita (bukan nama sebenarnya).

Bagi saya segitu enggak mahal. Lagian manfaatnya juga banyak bagi saya. Niatnya kan memang belajar, di situ saya dapat ilmu banyak setelah ikut acara *Hijab class* HS. Saya jadi tau model-model jilbab untuk *daily activity*, pesta, ngantor, dapat nya juga banyak, *Hijab* persegi panjang waktu itu, bros, terus lunch (sarapan). Kosmetik juga buat belajar dandannya.⁶⁸

Harga bukanlah menjadi masalah bagi anggota Hijabers Surabaya. Karena *Hijab class and beauty class* tersebut memberikan pengetahuan tentang beragam model jilbab yang dapat dipraktekkan dalam kehidupan sehari-hari. Mereka tidak keberatan mengikuti kegiatan tersebut meskipun harus mengeluarkan biaya yang cukup mahal, karena tingginya biaya yang

⁶⁸ Hasil wawancara dengan informan Vita (bukan nama sebenarnya) anggota Hijabers Surabaya pada tanggal 25 Juni, pukul 09.00 WIB.

dikeluarkan sebanding dengan apa yang mereka dapatkan. Hijabers Surabaya tidak hanya mensosialisasikan cara berjilbab *fashionable* melalui kegiatan *Hijab and beauty class*, tapi mereka juga mensosialisasikan berbagai model jilbab dalam sebuah Webblog, dan akun jejaring sosial mereka. Berikut gambar kegiatan *Hijab class and make-up class*



Gambar 5: Tutorial *hijab Class* dan *Make-up Class*
(Sumber diambil dari dokumen pribadi Hijabers Surabaya pada saat acara *Hijab and beauty class*)

e. Bazar

Bazar adalah kegiatan Hijabers Surabaya yang diselenggarakan apabila ada kegiatan besar. Bazar merupakan pameran yang diselenggarakan oleh Hijabers dan bekerja sama dengan berbagai macam lebel *fashion* dalam jangka waktu beberapa hari. Untuk bazar besar dan diadakan dalam waktu yang lama, biasanya diselenggarakan pada saat bulan Ramadhan dengan tema “Blisfull Ramadhan”. Sedangkan bazar yang hanya diselenggarakan 4 hari, pernah diadakan pada tanggal 28-31 Maret 2014. Dalam hal ini, Hijabers Surabaya bekerja sama dengan

beberapa sponsor untuk mengadakan kegiatan dengan tema *Trend Moeslem Beauty Expo 2014* di Grand city. Selain dapat melihat kegiatan *fashion show*, *talk show* dari *gues star*, pengunjung juga dapat berbelanja, karena Hijabers Surabaya juga menyediakan bazar.



Gambar 6: bazar pada saat acara Bazar Hijabers Surabaya di Gand City dengan tema *Trend Moeslem Beauty Expo 2014* (Sumber diambil dari dokumen pribadi Hijabers Surabaya)

Pada saat bulan Ramadhan 2014, Hijabers Surabaya menyelenggarakan acara dengan tema *Blissful Ramadhan With Hijabers Surabaya* “1001 Night” di Atrium oval ciputra World Surabaya pada tanggal 10 Juli-10 Agustus 2014. Pada tanggal tersebut, Hijabers Surabaya menghelat berbagai acara, seperti *charity*, *fashion show*, *demo hijab*, dan bazar Ramadhan-*Midnight Sale*.

Hijabers Surabaya menambahkan dekorasi dengan konsep 1001 malam pada area bazar. Mereka mampu membuat pengunjung berimajinasi untuk mengunjungi bazar, karena dalam acara tersebut Hijabers Surabaya mementaskan model jilbab 1001 malam dari berbagai desainer yang menjadi sponsor dalam acara tersebut. Mereka juga bekerja

sama dengan media massa, sehingga pada saat komunitas ini diliput oleh media cetak atau stasiun televisi.

Hal ini merupakan sarana pemasaran produk yang dipakai oleh komunitas ini, kepada masyarakat agar busana yang dipakai oleh mereka menjadi laku terjual. Dekorasi dalam acara *blissfull Ramadhan with hijabers* Surabaya “1001 Night”, dapat dilihat dalam lampiran 3 gambar 7.

Tujuan Hijabers Surabaya mengadakan kegiatan bazar adalah untuk membantu mempromosikan lebel *fashion* dari berbagai *tenant* (penyewa) dan membantu memajukan perekonomian sesama umat muslim khususnya manajemen Hijabers Surabaya. Oleh karena itu, manajemen Hijabers sebisa mungkin mengakomodir para pengusaha yang memiliki lebel *fashion*.

Pada acara Bazar Ramadhan, ada berbagai macam lebel *fashion* yang diolah langsung oleh manajemen Hijabers Surabaya, seperti Layra Diana, Tressmesa, Ehzaekmal, Makeover, AlwanunaHijabstuf, Edzira Amanna, Mokei, Apple Girl Collection, Yana modesti Hijab, Queen Faza dan sebagainya. Hal itu, dapat menunjukkan bahwa mayoritas manajemen Hijabers Surabaya memiliki lebel *fashion*. Berikut dokumentasi beberapa lebel *fashion* yang diolah manajemen Hijabers Surabaya, serta aktifitas berbelanja anggota Hijabers Surabaya.



Gambar 8: Brand milik manajemen Hijabers Surabaya
(Sumber diambil dari dokumen pribadi Hijabers Surabaya)

Berbagai kegiatan yang diselenggarakan oleh manajemen Hijabers Surabaya, selalu berkaitan dengan tempat-tempat prestisius. Hal itu dikarenakan ada beberapa alasan, sebagaimana yang dituturkan oleh Nurma.

karena ada tanggungjawab sama orang yang kerja sama dengan kita. Kita tanggungjawab untuk bikin *event-event* dengan orang-orang tersebut di sana, ya kita sering disitu, kita tanggung jawab untuk bikin *event* kita milih tempat di *mall*, karena biar acaranya bagus, dan dapat mengundang banyak orang. Di dalam acaranya biasanya ada bazar, nah yang biasanya di cari orang adalah kerudung, jilbab. Nah kalau tempatnya ndak representatifkan tamunya juga akan males.⁶⁹

Alasan dibalik manajemen Hijabers Surabaya mengelat berbagai acara ditempat-tempat prestisius, karena mereka memiliki tanggung jawab dengan berbagai sponsor yang mengajak mereka untuk bekerja sama. Selain itu, ada motif lain yaitu, untuk melancarkan kegiatan bisnis para manajemen Hijabers yang memiliki lebel *fashion*.

⁶⁹ Hasil wawancara dengan informan Nurma (Staf Marketing Communication) pada tanggal 24 Mei 2014, pukul 13.00 WIB.

Tempat yang menunjang akan membantu mengundang banyak orang untuk datang ke acara bazar yang di selenggarakan oleh manajemen Hijabers Surabaya. Mereka juga menyewakan tempat bagi anggota lain atau masyarakat umum yang memiliki lebel *fashion* untuk memasarkan produk mereka. Publikasi penyewaan *booth* untuk bazar dapat dilihat pada lampiran 4 gambar 9.

2. Kegiatan Tidak Wajib

a. Model Search

Model search merupakan ajang pencarian model yang diselenggarakan oleh Hijabers Surabaya. Kegiatan pencarian model tersebut diadakan setiap tahun sekali dan terbuka untuk umum. Pada saat ini, ajang pencarian model Hijabers Surabaya sudah 4 kali dihelat. Bagi wanita muslimah yang ingin mengikuti ajang pencarian model tersebut, dapat mendaftarkan diri dengan mengeluarkan uang sebesar 50.000 rupiah.

Peserta *model search* Hijabers Surabaya, berasal dari berbagai macam kalangan. Seperti ibu rumah tangga, mahasiswa, marketing di perusahaan asuransi, pegawai Bank, dan lain-lain. Hijabers Surabaya menentukan syarat untuk peserta yang mengikuti kegiatan pencarian model. Syarat-syarat tersebut yaitu: wanita berjilbab (menggunakan jilbab tiap harinya), berusia 17 tahun-28 tahun, sudah menikah, pernah menikah, atau belum menikah, memiliki tinggi badan minimal 160 cm, berat badan proporsional, memiliki tingkah laku yang baik, photogenic,

bisa berjalan di atas panggung (catwalk), memakai Heels atau sepatu cantik dengan tinggi minimal 12cm.⁷⁰

Hijabers Surabaya juga menentukan *dresscode* bagi peserta yang mengikuti ajang pencarian model tersebut. Seperti pada tanggal 29 Maret 2014, mereka mengadakan kegiatan “Audition Hijabers Surabaya Model Search 2014”. Setiap peserta harus mematuhi ketentuan yang telah ditetapkan oleh manajemen Hijabers Surabaya, yaitu menggunakan atasan berwarna putih, bawahan hitam, jilbab berwarna bebas.

Tujuan diselenggarakannya pencarian model muslimah oleh Hijabers yakni, untuk menarik wanita muslim yang memiliki bakat menjadi model. Hijabers Surabaya menyediakan tempat bagi wanita muslim berjilbab untuk mengembangkan kariernya didunia model.

Selain itu, untuk bekerja sama menjadi model busana yang dirancang oleh beberapa desainer yang tergabung dalam Hijabers Surabaya. Kegiatan ini, juga menjadi ajang bagi para desainer untuk mempromosikan berbagai koleksi terbaru dengan menjadi sponsor dalam acara tersebut. Karena, ajang pencarian model tersebut terus mendapat sorotan dari berbagai media massa.

D. Representasi Gaya Hidup Hijabers Surabaya

Seperti telah peneliti jelaskan, untuk menjawab pertanyaan pada rumusan masalah dari penelitian ini. Peneliti melakukan wawancara, observasi dan dokumentasi. Observasi dan penelitian yang dilakukan oleh peneliti

⁷⁰ Hasil wawancara dengan Nuri (Finalis Model Search Hijabers Surabaya), pada tanggal 10 Mei 2014, pukul 15.00 WIB.

selama kurang lebih 5 setengah bulan dengan mengikuti beberapa kegiatan yang diadakan Hijabers Surabaya. Berikut hasil deskripsi dari penelitian ini.

1. Praktik Gaya Hidup Religius Hijabers Surabaya

Hijabers Surabaya memiliki ciri tersendiri dalam menampilkan keberagaman mereka. Ciri tersebut direpresentasikan dengan jilbab *fashionable*. Seperti yang dituturkan oleh Mega:

fashionable sih, yang menjadi menarik itu model-model jilbab nya sendiri. Jadi jilbabnya unik aja beda *style* nyakan ada berbagai macam gaya berbusana juga, disesuaikan dengan karakter orangnya, kalau emang karakternya cuek tomboy gini, bisa diliat juga kan dari pemilihan warna dan *fashionnya* dia.⁷¹

Mega adalah salah satu staf di manajemen Hijabers yang aktif membantu berbagai kegiatan Hijabers Surabaya. Dari pemaparan Mega ini dapat dilihat bahwa ciri khas dari Hijbers Surabaya adalah jilbab *fashionable*, yang dapat dipadupadankan serta dikreasikan sesuai dengan karakter si pemakai. Pemilihan model jilbab, dan warna yang disesuaikan dengan *fashion*, menjadikan Hijabers Surabaya memiliki ciri tersendiri dalam menampilkan gaya hidupnya. Selain itu Hijabers Surabaya juga selalu menggunakan pakaian atau barang *branded* yang sudah dikenal masyarakat kualitasnya. Seperti penuturan Nuri.

Aku dulu kalau baju, hijab suka Dannis, Zoya udah bahannya enak, nyaman juga makainya, kalau sepatu cenderung pakai merk Guess. Untuk celana aku ada punya *levis*,⁷² tapi lupa merk nya, dulu itu aku beli di Ciputra World, barangnya kan *limited edition* aku beli itu. Mahal kan ndak papa asalkan aku suka dan itu aku simpen ndak tak pakai, sayang

⁷¹ Hasil wawancara dengan Mega (staf Event) pada tanggal 10 Mei 2014, pukul 13.00 WIB

⁷² *Levis* merupakan celana yang terbuat dari bahan denim. Denim merupakan tenunan benang katun.

kalau dipakai. Jam tangan itu aku Guess, terus kalau Tas banyak yah, sophie Martin.⁷³

Nuri adalah *finalis model search* 2014 di Hijabers Surabaya. ia terdaftar menjadi anggota Hijabers Surabaya pada tahun 2013, Menurut Nuri, baju dengan merek tertentu seperti Dannis, Zoya memberikan kenyamanan saat dipakai. Hal ini berbeda dengan Vita (bukan nama sebenarnya) anggota Hijabers lainnya. “hijab aku cenderung pakai merk lokal yah, Hijab de Vie Oleh Tania & Tasia, kalo baju aku enggak ada merk, kalo bagus ya aku beli, kalo tas aku pakai PRADA⁷⁴ dan Hermes, untuk sepatu aku terserah yang penting nyaman ya aku beli.”⁷⁵

Dari pemaparan Nuri, dan Vita dapat dilihat, bahwa aktifitas konsumsi barang *branded* dengan harga yang cukup mahal, digunakan untuk menunjang penampilan Hijabers Surabaya. Kepemilikan berbagai perlengkapan dengan merk internasional seperti Tas Prada, Hermes, dll, menunjukkan selera *fashion* mereka sangat tinggi. Anggota Hijabers lebih menyukai tas, dan sepatu label internasional. Mereka juga menggunakan produk pakaian dan jilbab dari label *fashion* lokal, milik sesama manajemen. Seperti Hdv oleh Tania & Tasia. Kemampuan anggota Hijabers Surabaya mengkonsumsi barang-barang berlabel internasional maupun lokal karena

⁷³ Hasil wawancara dengan Nuri (Finalis Model Search HS 2014), pada tanggal 10 Mei 2014, pukul 15.00 WIB.

⁷⁴ PRADA adalah suatu merk produk mode (fashion) dari Itali yang secara khusus membuat barang-barang mewah untuk pria dan wanita.

⁷⁵ Hasil wawancara dengan informan Vita pada tanggal 25 juni 2014 pukul 09.00 WIB.

ditunjang dengan pendapatan yang cukup memadai. Seperti penuturan Ayu. “sekitar 5.660. 000 an gajinya.”⁷⁶

Dari 8 informan yang peneliti wawancara, rata-rata memiliki pendapatan di atas 2 juta perbulan. Salah satunya adalah Ayu. Ia pernah menjadi model search Hijabers Surabaya. Ia bekerja sebagai staf marketing di sebuah Bank Syari’ah. Dari pemaparan Ayu, dapat di lihat bahwa pendapatan turut mempengaruhi anggaran yang dikeluarkan untuk mengkonsumsi hal-hal yang berkaitan dengan *fashion*.

Gaya hidup Hijabers Surabaya juga dapat dilihat dari cara mereka menghabiskan waktu luang, waktu senggang untuk menambah pengetahuan tentang *fashion*. Seperti penuturan Vita. “ya baca Nurani, Modis, terus *browsing* web nya Hijabers pusat, Dian pelangi, Ria Miranda pokoknya Hijabers pusat semua.”⁷⁷

Dari pemaparan diatas dapat di ketahui bahwa Hijabers Surabaya selalu *up to date* dalam *fashion*. Mereka mempergunakan waktu luang untuk menambah pengetahuan tentang *fashion*, dengan membaca majalah *fashion* atau berselancar di Internet.

Sebagai komunitas bernafaskan Islam dan mengenakan jilbab sebagai simbol kolektif. Hijabers Surabaya juga mengadakan beberapa kegiatan sosial keagamaan. Seperti penuturan Tania.

kami juga mengadakan acara yang bertemakan agama Islam seperti pengajian dan bakti sosial. Kami biasanya satu bulan sekali

⁷⁶ Hasil wawancara dengan Ayu (Model Hijabers Surabaya 2014), pada tanggal 28 Mei 2014, pukul 20.00 WIB.

⁷⁷ Hasil wawancara dengan Vita (bukan nama sebenarnya), anggota HS, pada tanggal 26 Juni 2014, pukul 09.00 WIB.

mengadakan acara pengajian diberbagai masjid untuk menambah ilmu bagi anggota HS. Selain itu temen-temen juga bisa curhat seputar permasalahan yang dihadapi dengan ustadz atau ustadzah yang mengisi pengajian itu. kami juga mengadakan acara bakti sosial dengan menyentuni yayasan yatim piatu yang ada di Surabaya ini, kami biasanya mengumpulkan dana dan dana itu akan didonasikan ke tempat yang telah kami sepakati.⁷⁸

Dari penuturan Tania dapat diketahui, Hijabers Surabaya tidak hanya fokus pada *fashion*, namun mereka memiliki beberapa kegiatan sosial keagamaan, seperti pengajian, *charity*, *sharing* (berbagi) pengalaman spiritual dengan ustad atau ustadzah pada saat pengajian. Setiap satu bulan sekali mereka menyelenggarakan pengajian di berbagai masjid. Pada saat *charity*, mereka bekerja sama dengan yayasan yatim piatu di Surabaya. Kegiatan sosial keagamaan ini, menjadi sarana Hijabers Surabaya untuk menanamkan nilai-nilai keagamaan pada anggotanya. Karena itu, kegiatan sosial keagamaan tersebut menjadi kegiatan rutin Hijabers Surabaya.

Salah seorang anggota yang aktif mengikuti kegiatan hijbers, turut merasakan manfaat dengan adanya agenda sosial keagamaan Hijabers Surabaya. Vita (bukan nama sebenarnya) menuturkan.”disini saya memperoleh banyak tambahan ilmu agama, apalagi *charity*, *charity* nya Hijabers bisa menjadi ladang amal bagi saya, menambah rezeqi saya.”⁷⁹

Menjadi menarik dalam pengajian Hijabers Surabaya adalah adanya *dresscode* dalam berbusana. Seperti penuturan Mega.”pengajian pakai

⁷⁸ Hasil wawancara dengan Tania (President Hijabers Surabaya) pada tanggal 11 Agustus 2014, pukul 13.00 WIB.

⁷⁹ Hasil wawancara dengan Vita (bukan nama sebenarnya) anggota Hijabers Surabaya, pada tanggal 26 Juni 2014, pukul 09.00 WIB.

dresscode, karena kita ada *award* buat *best dress*, kita pengen wanita muslim juga peduli dengan penampilannya.”⁸⁰

Penentuan *dresscode* dalam kegiatan Hijabers Surabaya merupakan sarana mereka untuk menjadikan wanita muslim memperhatikan penampilannya. Gaya berbusana terbaik, akan mendapat hadiah dari sponsor yang bekerjasama dengan Hijabers Surabaya. Dengan adanya *dresscode* wanita secara tidak sadar akan memperhatikan penampilannya. Seperti penuturan Nisa.”pakai rok mbak, aku setiap acara Hijabers pakai long dress, rok atau baju-baju longgar, di Hijabers sendiri semua pakai *longdress* misal pakai *jeans* ketat gitu ada rasa malu. Misal enggak punya baju sesuai *dresscode* aku beli mbak.”⁸¹

Nisa merupakan anggota Hijabers Surabaya yang aktif mengikuti kegiatan Hijabers Surabaya. Mahasiswa Universitas Adi Buana ini menjadi anggota hijabers Surabaya pada tahun 2011. Dari penuturan Nisa dapat diketahui bahwa penentuan *dresscode* dalam kegiatan pengajian Hijabers Surabaya, secara tidak langsung akan mempengaruhi kesadaran anggotanya untuk memperhatikan penampilan. Jika busana yang dimiliki tidak lagi sesuai dengan *dresscode*. Anggota Hijabers Surabaya berusaha menyesuaikan diri dengan penampilan anggota lainnya.

Mereka juga mengadakan kegiatan rutin untuk mempererat tali *silaturahmi* antar anggota seperti *charity* dan pengajian. Seperti penuturan

⁸⁰ Hasil wawancara dengan Mega (Staf event Hijabers Surabaya) pada tanggal 10 Mei 2014, pukul 13.00 WIB.

⁸¹ Hasil wawancara dengan Nisa (bukan nama sebenarnya) anggota Hijabers Surabaya pada tanggal 26 Juni 14.00 WIB.

Nurma. “kita kan banyak yang berasal dari keluarga dengan latar belakang keagamaan yang beda-beda, basic agamanya, dan dirasa dengan pengajian kita akan dapat ilmu itu untuk menjadikan diri kita lebih baik kedepannya”.⁸² Sedangkan manfaat dari mengikuti kegiatan *charity*, dituturkan oleh Nuri. “*Charity* itu kegiatan amal, untuk semua, semua boleh ikut amal. Amal juga dapat menolak balak, ladang amal untuk nambah rezeki juga.”⁸³

Menurut penuturan Nurma dan Nuri, dapat disimpulkan bahwa beberapa kegiatan yang diselenggarakan oleh Hijabers Surabaya, dapat menunjukkan identitas mereka sebagai wanita muslim religius namun tidak meninggalkan kemodernan. Kereligiusitasan mereka bukan hanya terletak pada jilbab namun juga kepercayaan mereka terhadap ajaran Agama tentang manfaat bersedekah sedangkan kemodernan mereka terlihat dari cara mereka berpakaian *fashionable* ketika menghadiri kegiatan *charity*.

Selain kegiatan sosial keagamaan, Hijabers Surabaya juga mengadakan berbagai kegiatan tentang *fashion*, seperti *Hijab clas*. Berikut penuturan Tania. “kami biasanya mengadakan acara *hijab class* untuk mengajari para anggota memakai jilbab dan juga belajar *make-up* yang cocok dengan bentuk wajah mereka.”⁸⁴

Hijab class adalah kegiatan Hijabers Surabaya untuk memberikan pengetahuan tentang cara berjilbab kepada anggotanya. Disini manajemen

⁸² Hasil wawancara dengan Nurma (marketing communication Hijabers Surabaya), pada tanggal 24 Mei 2014 pukul 13.00 WIB.

⁸³ Hasil wawancara dengan Nuri (anggota Hijabers Surabaya), pada tanggal 26 Juni 2014 pukul 09.00 WIB.

⁸⁴ Hasil wawancara dengan Tania (president Director Hijabers Surabaya), pada tanggal 11 Agustus 2014, pukul 13.00 WIB.

Hijabers Surabaya akan memberikan beberapa tips memakai *make-up* dan jilbab sesuai dengan bentuk wajah peserta. Pemilihan *make-up* untuk mempercantik penampilan, sangat diperhatikan oleh Hijabers Surabaya. Mereka selalu menggunakan *make-up* Wardah. Seperti penuturan Nurma. “Dulu kita tak berani pakai kosmetik-kosmetik gitu, sekarang kan kosmetik ada label halal karena bahan-bahannya sendiri sudah teruji seperti Wardah yang sekarang memberikan label Islami pada kosmetik mereka, jadi kita ndak takut lagi make kosmetik.”⁸⁵

2. Relevansi antara *Fashion*, Jilbab dengan Kapitalisme pada Hijabers Surabaya

Hijabers Surabaya adalah perkumpulan wanita muslim berjilbab *fashionable* namun tetap mematuhi syariat Islam. Seperti penuturan Tania. “Komunitas ini itu sebagai wadah wanita muslim yang ingin berjilbab tetapi tetap cantik dan *fashionable*, dan tidak meninggalkan syari’at Islam tentunya.”⁸⁶

Dari penuturan Tania, dapat dilihat bahwa Hijabers Surabaya memiliki ciri tersendiri dalam menampilkan keberagaman mereka. Ciri tersebut direpresentasikan dengan jilbab yang *fashionable*, namun tetap mematuhi syari’at Islam dalam berjilbab. Senada dengan Tania, Anggy mengatakan: “Hijabers sendiri itu pengennya masih tetep axisis dan bisa mengajak orang

⁸⁵ Hasil wawancara dengan Nurma (Staf Marketing Communication Hijabers Surabaya), pada tanggal 24 Mei 2014, pukul 13.00 WIB

⁸⁶ Hasil wawancara dengan Tania (President Hijabers Surabaya) pada tanggal 11 Agustus 2014, pukul 13.00 WIB

untuk menggunakan hijab yang *stylish*, *fashionable* dan tetap ngikutin syariat Islam.^{»87}

Anggy adalah bendahara di Manajemen hijabers Surabaya. Dari penuturan Anggy, dapat diketahui bahwa anggota Hijabers Surabaya menggunakan jilbab *fashionable* dan *stylish* sebagai media untuk mengajak wanita muslim berjilbab atau media bersyiar, sekaligus tetap memperhatikan nilai-nilai syari'at Islam dalam berbusana. Memadukan *fashion* dengan jilbab, merupakan salah satu upaya Hijabers Surabaya untuk menjaga eksistensi jilbab. Sehingga dapat diterima oleh penggunanya.

Modifikasi *fashion* dan jilbab oleh Hijabers Surabaya, juga mengundang perhatian wanita muslim. Seperti penuturan Mega. “yang menjadi menarik adalah model-model jilbab nya sendiri. Waktu itu semester 5 aku baru berjilbab, pas kuliah biasa-biasa aja jilbabnya, semakin masuk sini jilbabku lebih di model-model lagi dan semakin PD (Percaya Diri) pakai jilbabnya.”^{»88}

Dari pemaparan Mega, dapat dilihat bahwa modifikasi *fashion* dan jilbab oleh Hijabers Surabaya menarik perhatian beberapa wanita muslim untuk mengikuti gaya berjilbab mereka. Model berjilbab Hijabers Surabaya memberikan rasa percaya diri bagi penggunanya. Berbeda dengan Nuri. Ia menjelaskan makna jilbab yang *fashionable* bagi dirinya.

⁸⁷ Hasil wawancara dengan Anggy (BendaharaHijabers Surabaya) pada tanggal 10 Agustus 2014, pukul 10.00 WIB

⁸⁸ Hasil wawancara dengan Mega (Staf Event) pada tanggal 10 Mei 2014, pukul 13.00 WIB

jilbab itu suatu kewajiban ya. Kan aku pakai jilbab itu udah dari SMP sebenarnya. Tapi SMP masih suka pake enggak pake enggak. Pada saat SMA aku sudah mantep. Soalnya juga aku dulu pernah Tanya sama sepupuku yang kebetulan mondok. Hukuman bagi wanita tidak berjilbab itu apa? dia jawab sehelai rambut saja keliatan neraka balesannya. Wah ..kemudian aku juga dulu kan ngaji pada ustadz disekitar rumah, ternyata jilbab memang kewajiban. Jilbab ya kewajiban bagi wanita untuk menutup aurat. Setelah ikut Hijabers ini aku berjilbab tapi tak usahakan nutupin dada. Terus kalau aku kalau keluar ndak pakai jilbab jadi ganjil. Malu gitu rasanya. Tapi kadang masih kebablasan dikit. Kalau ada temen cowok e adek yang main ke rumah.⁸⁹

Dari pemaparan diatas dapat menunjukkan bahwa individu dalam Hijabers Surabaya memberikan makna pada Jilbab yang *fashionable*. Individu memberikan persepsi bahwa Berjilbab *fashionable* diperbolehkan asalkan masih dalam batas-batas syariat. Dari persepsi diatas maka akan lahir sebuah persepsi baru dari pengalaman yang diperoleh setelah bergabung dengan Hijabers Surabaya. Seperti penuturan Nurma.

kalau aku kan dulu tipicalnya tomboy ya itu tidak memperhatikan penampilan diriku sendiri. Jadi lebih ke *wes sakkarep pe dewe* (semauku) gitu. Cuman dari sini aku kan juga sering ikut pengajian, *beauty classnya* dan *make up class* nya dia, akhirnya ada kesadaran dari diriku untuk lebih obyektif. Merawat diri itu juga salah stau bagian yang harus dilakukan. Kalau misalkan dari penampilan sendiri otomatislah berubah. Kalau emang dulu diawal-awal aku yang masih suka pakai celana jeans, dan jilbabapannya masih jarang pakai dan masih pake kaos al hamdulillah sih sekarang jadi lebih banyak koleksi rok dari pada celana. Yang kayak gitu gitu sih aku merubah cara berfikir dalam diriku sendiri. Yang kayak gitu aku terlalu mengesampingkan. Hal hal yang ada kaitannya dengan agama masalah personal aku sama Tuhan atau apa, sekarang ini ya mau gak mau kita

⁸⁹ Hasil wawancara dengan Nuri, Finalis Model Hijabers Surabaya, pada tanggal 10 Mei 2014, pukul 15.00 WIB.

berdiskusinya masalah itu, kita sering pengajian mau tidak mau hal seperti itu setidaknya akan terbentuk dimasing-masing kita.⁹⁰

Dari penuturan Nurma dapat ditarik kesimpulan, bahwa individu dalam Hijabers Surabaya mengalami perubahan setelah mengikuti beberapa kegiatan. Individu yang pada awalnya tidak memperdulikan penampilan, menjadi lebih peduli. Dari yang awalnya masih menggunakan pakaian ketat sekarang lebih tertutup. Kesadaran untuk merawat diri sudah tertanam dalam diri masing-masing anggota. Hal ini dapat membawa individu pada kegiatan mengkonsumsi busana untuk melengkapi penampilan. Seperti penuturan Mega.

aku biasanya beli jilbab di anak-anak, disini kan kita juga ada wirausaha. Anak-anak Hijabers disini banyak yang punya butik, olshop ya sekalian aja kita promote. Sekalian aja buat kita sendiri dan buat orang lain juga manfaatnya ada. Anak-anak sini juga banyak yang jualan hijab kan. Harganya lebih murah. Uni Tania itu kan juga produsen hijab kan. Jadi beli aja sama anak-anak. Pas bazar itu aku beli aja lebih enak.⁹¹

Dari penuturan Mega, dapat dilihat bahwa Hijabers Surabaya juga menjadi produsen atau penjual jilbab. Membeli jilbab di sesama manajemen (pengurus) Hijabers ini akan memberikan manfaat baik bagi dirinya maupun orang lain. Hal ini juga menjadi sarana promosi. Senada dengan Mega, Nurma mengatakan. “Beli punya temen-temen kan. Karena apa ya, ngebantu temen-temen juga sih yang punya bisnis. Temen-temen Hijabers sendirikan

⁹⁰ Hasil wawancara dengan Nurma (staf Marketing komunikasi) , pada tanggal 24 Mei 2014 pukul 13.00 WIB.

⁹¹ Hasil wawancara dengan Mega (Staf event Hijabers Surabaya) pada tanggal 10 Mei 2014, pukul 13.00 WIB.

ada yang punya olshop, butik jadi aku belinya ke mereka. Biasanya aku juga lagi pengen gitu *whats app* aja.⁹²

Untuk memasarkan brand yang dimiliki manajemen Hijabers Surabaya, Mereka sering mengadakan *fashion show* dan bazar. Seperti penuturan Nurma. “Acara bazar sendirikan untuk ngebantu temen-temen yang punya brand local untuk mengembangkan atau membangun brand-brand mereka. Tapi kita lebih belanja kepada mereka gitu. Kita membantu perekonomian mereka.”⁹³

Keuntungan menjadi anggota Hijabers Surabaya juga di tuturkan oleh Anggy, pemilik lebel *fashion al-wanunaHijabstuf*. “ikutan Hijabers aku tu bisa ngembangin usaha, selain itu bisa kenal desiner, *fashion* blogger, banyak juga mbak.”⁹⁴

Dari pemaparan Anggy dapat diketahui, bahwa jilbab menjadi suatu komoditi yang laris pada saat ini. Hal itu dibuktikan dengan banyaknya para pemilik butik pakaian muslim yang bekerja sama dengan Hijabers untuk mendongkrak penjualannya. Bukan hanya itu, media massa juga turut andil menjadi sponsor dalam setiap kegiatan Hijabers Surabaya. Media massa turut mempopulerkan gaya berjilbab *fashionable* Hijabers Surabaya.

Al hamdulillah, sponsor yang banyak menemui kita dan banyak yang pengen bekerjasama dengan kita, Al hamdulillah respon dari orang-orang itu sangat baik ke hijabers. Banyak orang yang *invite* kita buat ngadain kerja sama. Ada beberapa yang emang kita ngajakin kerja

⁹² Hasil wawancara dengan Nurma (Staf Marketing communication Hijabers Surabaya), pada tanggal 24 Mei 2014, pukul 13.00 WIB.

⁹³ Hasil wawancara dengan Nurma (Staf Marketing communication Hijabers Surabaya), pada tanggal 24 Mei 2014, pukul 13.00 WIB.

⁹⁴ Hasil wawancara dengan Anggy (Bendahara Hijabers Surabaya) pada tanggal 10 Agustus 2014, pukul 09.00 WIB.

sama. Cuman *mouse of them* kita lebih banyak mereka yang ngajakin kita.⁹⁵

Pernyataan diatas menunjukkan, bahwa modal yang digunakan oleh Hijabers Surabaya untuk mengadakan acara yang berkelas, seperti *fashion show*, dan sebagainya berasal dari banyaknya sponsor yang mengajak bekerjasama. Keuntungan akan di dapat oleh Hijabers Surabaya disesuaikan dengan tema acara. Setiap acara yang diselenggarakan Hijabers ditempat-tempat yang representatife tentu memiliki tujuan yaitu.

kita tanggung jawab untuk bikin event kita milih tempat di *mall*. Karena biar acaranya bagus, dan dapat mengundang banyak orang. Di dalam acaranya biasanya ada bazar, nah yang biasanya di cari orang adalah kerudung, jilbab, nah kalau tempatnya ndak representatifkan tamunya juga akan males.⁹⁶

Dari pemaparan diatas, ada motif bisnis pada setiap acara yang diselenggarakan oleh Hijabers Surabaya. Dalam memilih tempat untuk menyelenggarakan acara, mereka memilih tempat di *mall*, karena lebih representative. Hal itu dilakukan untuk mengundang minat pengunjung supaya menghadiri acara mereka dan secara tidak langsung akan menarik minat pengunjung untuk membeli berbagai barang di *tenant* lebel *fashion*, baik milik anggota Hijabers atau milik pengusaha lain yang bekerja sama dengan Hijabers Surabaya.

⁹⁵ Hasil wawancara dengan Nurma (Marketing Komunikasi) pada tanggal 24 Mei 2014, pukul 13.00 WIB.

⁹⁶ Hasil wawancara dengan Mega (staf event) pada tanggal 10 Mei 2014, pukul 13.00 WIB.

E. Analisis Data

1. Temuan

Hijabers Surabaya memiliki cara tersendiri dalam menampilkan keberagaman mereka.

a. Gaya berjilbab *fashionable*

Hijabers Surabaya merupakan kelompok sosial yang terdiri dari wanita muslim berjilbab. Mereka mencoba memodifikasi *fashion* dengan jilbab, agar wanita muslim dapat tetap tampil cantik, *fashionable* tanpa meninggalkan syariat Islam. Berjilbab *fashionable* merupakan gaya berjilbab dengan memadupadankan jilbab dan busana sesuai dengan karakter pribadi. Oleh karena itu, muslimah bebas berkreasi dalam berjilbab. Mereka tidak hanya memadupadankan jilbab dengan busana yang dikenakan, tapi juga melengkapinya dengan aksesoris seperti tas, kalung, bros, gelang, dll.

b. *Up to date* dalam mengakses *Fashion* dan membaca Majalah Islami

Perempuan muslim dalam Hijabers Surabaya menambah pengetahuan tentang *fashion* dalam berjilbab dengan membuka Webblog milik beberapa desainer yang menjadi panutan gaya berbusana anak muda. Selain itu, mereka juga membaca majalah Islami untuk menambah wawasan mereka.

c. Hijabers Surabaya tidak hanya mengedepankan *fashion*, namun mereka juga mengadakan kegiatan bertemakan religi.

Hijabers Surabaya memiliki beberapa agenda khusus untuk menambah wawasan keagamaan anggotanya. Agenda tersebut terangkum dalam kegiatan keagamaan, seperti pengajian dan amal (*charity*). Kegiatan pengajian dan *charity* masuk dalam kategori kegiatan wajib. Karena Hijabers Surabaya memiliki berbagai macam anggota dengan latar belakang keagamaan yang berbeda-beda. Mereka berkumpul menjadi satu, untuk *sharing* (berbagi) pengalaman keagamaan antara anggota satu dengan anggota lainnya. Melalui kegiatan pengajian, muslimah dalam Hijabers Surabaya juga dapat bertanya pada ustad tentang berbagai macam masalah keislaman. Hal ini menjadi salah satu cara Hijabers Surabaya menanamkan nilai-nilai keislaman pada anggotanya.

d. Penentuan *dresscode* dalam tiap acara

Dresscode merupakan aturan berbusana yang ditetapkan oleh Hijabers Surabaya pada anggota lainnya ketika menghadiri berbagai macam acara. Penentuan *dresscode* oleh Hijabers Surabaya sebagai cara untuk membedakan antara manajemen (pengurus) dan anggota Hijabers Surabaya. Selain itu, untuk mengasah kreatifitas muslimah dalam berjilbab.

Penentuan *dresscode* dalam setiap kegiatan biasanya disosialisasikan melalui publikasi yang diunggah melalui media sosial Hijabers Surabaya. Publikasi tersebut terdapat tulisan tentang tema busana yang harus dikenakan oleh muslimah pada saat mengikuti

kegiatan Hijabers Surabaya. Seperti pada saat acara pengajian, *dresscode* yang ditentukan oleh Hijabers Surabaya adalah busana muslimah berwarna hijau, tidak boleh ketat, tidak boleh menggunakan jeans, legging dan sebagainya.

e. Penggunaan Kosmetik berlabel Islami

Aktivitas muslimah dalam Hijabers Surabaya, tidak pernah terlepas dari kosmetik. Perempuan muslim dalam Hijabers Surabaya cenderung memilih kosmetik dengan label halal, seperti kosmetik Wardah yang diyakini bahannya sudah teruji secara klinis.

f. Konsumsi tempat prestisius dalam mengadakan berbagai kegiatan bertemakan religi dan *fashion*.

Pemilihan tempat prestisius oleh Hijabers Surabaya, dilakukan karena mereka memiliki tanggungjawab dengan berbagai sponsor yang mengajak bekerja sama. Serta untuk mengarahkan masyarakat membeli jilbab hasil rancangan mereka.

g. Hijabers Surabaya membangun citra wanita muslim berjilbab cantik, *fashionable*, tanpa meninggalkan syariat Islam.

h. Hijabers Surabaya, mengadakan berbagai pelatihan hijab dalam setiap kegiatan. Hal ini untuk mempertahankan eksistensi jilbab *fashionable* agar tetap diterima oleh masyarakat.

i. *Fashion* dalam jilbab digunakan sebagai media bersyiar

- j. Hijabers Surabaya juga merupakan sarana untuk mengembangkan bisnis para anggotanya.

Anggota Hijabers Surabaya didominasi oleh pemilik lebel fashion dan desainer. Mereka juga bekerja sama dengan butik pakaian, seperti Miss Moz Moeslem center Surabaya. Kreasi jilbab yang mereka buat bisa dititipkan ke butik tersebut untuk diperjualbelikan sehingga bisa mendapatkan untung. Tidak hanya itu, manajemen yang memiliki brand juga dapat menjual produk rancangannya pada saat kegiatan bazar.

2. Konfirmasi Temuan dan Teori

Untuk menganalisis apa yang dilakukan para wanita muslim berjilbab yang bergabung dengan Hijabers Surabaya, peneliti menggunakan teori Konstruksi Sosial atas realitas yang dicetuskan oleh Peter L. Berger sebagai pisau analisis.

Menurut Berger, masyarakat adalah fenomena dialektik dalam pengertian bahwa masyarakat adalah suatu produk manusia, yang akan selalu memberi timbal balik kepada produsennya. Berger memandang masyarakat sebagai proses yang berlangsung dalam tiga momen dialektis yang simultan, yaitu eksternalisasi, objektivasi dan internalisasi. Inilah yang dinamakan kenyataan sosial.⁹⁷

Eksternalisasi adalah kecurahan kedirian manusia terus menerus kedalam dunia, baik dalam aktivitas fisik maupun mentalnya. Obyektivasi adalah disandangnya produk-produk aktivitas itu (baik fisik maupun mental), suatu

⁹⁷ Bagong Suyanto dan Khusna Amal, *Anatomi dan Perkembangan Teori Sosial*, (Jakarta: Aditya Media), hal. 143

realitas yang berhadapan dengan para produsennya semula, dalam bentuk suatu kefaktaan (faktisitas) yang eksternal terhadap dan lain dari para produser itu sendiri. Internalisasi adalah peresapan kembali realitas tersebut oleh manusia, dan mentransformasikannya sekali lagi dari struktur-struktur dunia obyektif ke dalam struktur-struktur kesadaran subyektif. Melalui eksternalisasi, maka masyarakat merupakan produk manusia. Melalui obyektivasi, maka masyarakat menjadi realitas *sui generis* yang unik. Melalui internalisasi, maka manusia merupakan produk masyarakat.

Eksistensi manusia itu pada pokoknya dan pada akhirnya adalah aktivitas yang mengeksternalisasi. Selama proses eksternalisasi, manusia mencurahkan makna ke dalam realitas. Setiap masyarakat manusia adalah sebuah bangunan makna tereksternalisasi dan terobyektivasi, selalu mengarah pada totalitas yang bermakna. Agama telah memainkan peran strategis dalam usaha manusia membangun dunia. Agama adalah jangkauan terjauh dari eksternalisasi diri manusia, dari peresapan maknanya sendiri ke dalam realitas.

Sosialisasi dikatakan berhasil jika keadaan tersebut berhasil diinternalisasikan. Proses internalisasi harus selalu dipahami sebagai salah satu momentum dari proses dialektik yang lebih besar yang juga termasuk momentum-momentum eksternalisasi dan obyektivasi. Jika ini tidak dilakukan maka akan muncul suatu gambaran determinisme mekanistik, yang mana individu dihasilkan oleh masyarakat sebagai sebab yang menghasilkan alam. Internalisasi bukan saja merupakan bagian dari dialektik fenomena sosial

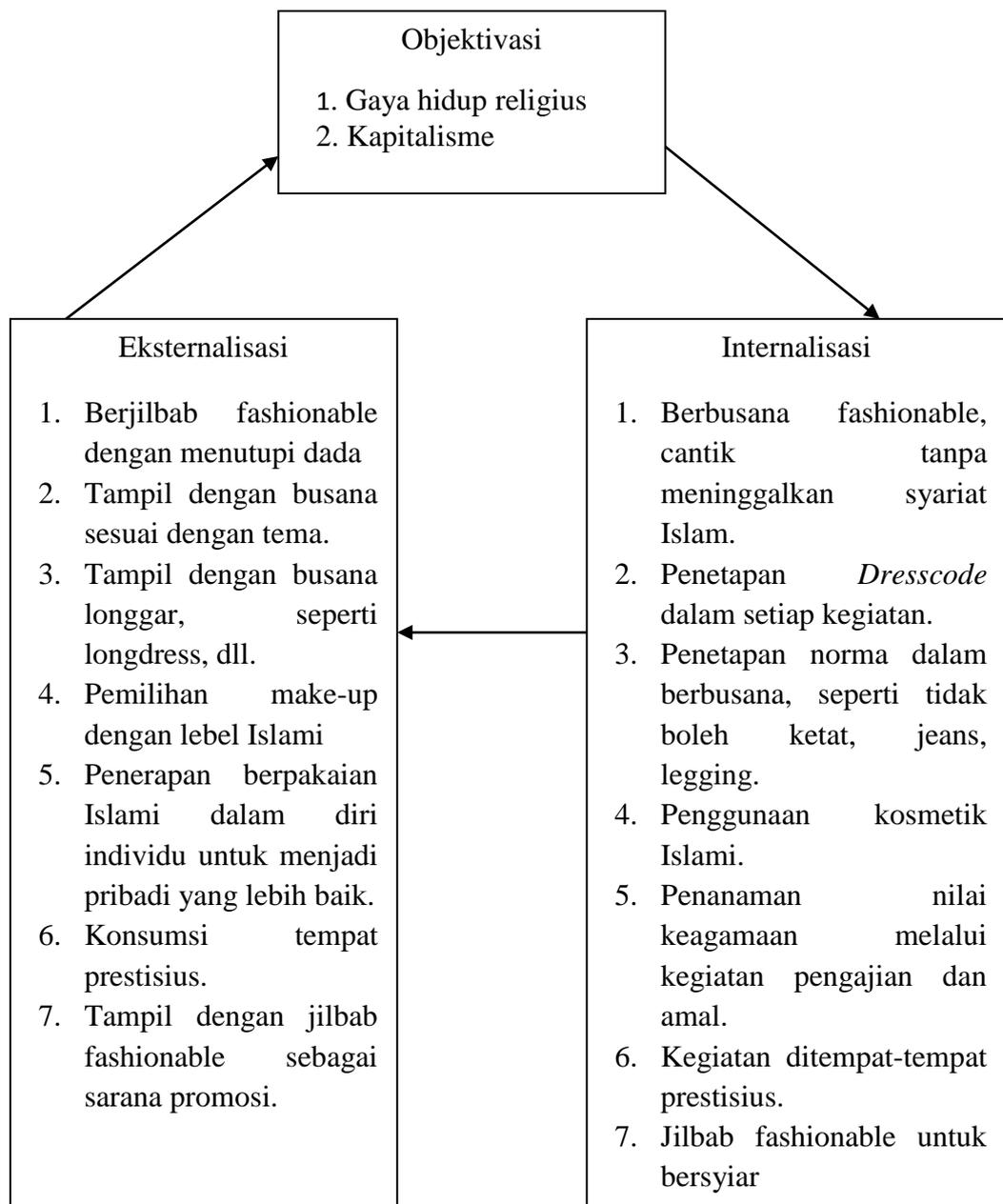
yang lebih besar, tetapi sosialisasi individu juga terjadi dalam cara yang dialektik.

Seperti yang terjadi dalam Hijabers Surabaya. Sebagai tempat berkumpulnya wanita muslim berjilbab yang didirikan oleh seorang wanita muslim dengan latar belakang model, penulis dan pengamat *fashion*, akan turut mengkonstruksi cara hidup pengikutnya, melalui cara berjilbab, cara mengkonsumsi barang-barang untuk melengkapi penampilan, cara mengkonsumsi tempat, dan cara memilih bacaan yang bertemakan *fashion*, serta cara memilih *make-up*, dll.

Konstruksi disini melalui tiga proses dialektis, yakni internalisasi, eksternalisasi dan obyektivasi. Internalisasi merupakan peresapan kembali realitas tersebut oleh manusia, dan mentransformasikannya sekali lagi dari struktur-struktur dunia obyektif ke dalam struktur-struktur kesadaran subyektif. Internalisasi merupakan mekanisme penanaman nilai dan merubah perilaku masyarakat. Penanaman nilai akan berhasil apabila masyarakat telah mau meninggalkan sesuatu yang lama dan menggantinya dengan yang baru.

Sedangkan eksternalisasi merujuk pada proses kreatif manusia. melalui eksternalisasi manusia mengekspresikan dirinya dengan membangun dunianya. Melalui eksternalisasi ini, masyarakat menjadi kenyataan buatan manusia. Kenyataan menjadi realitas obyektif, kenyataan yang terpisah dari manusia dan berhadapan dengan manusia. Masyarakat dengan pranata sosialnya akan mempengaruhi bahkan membentuk perilaku manusia. dari sudut ini dapat dikatakan bahwa masyarakat diserap kembali oleh manusia

melalui proses internalisasi. Berikut bagan proses dialektis untuk memahami konsep internalisasi, eksternalisasi, obyektivasi yang terjadi dalam Hijabers Surabaya.



Pertama yang akan peneliti bahas adalah internalisasi yang terjadi di dalam Hijabers Surabaya. Berbicara tentang internalisasi, tidak lepas dari

pembahasan tentang penyampaian dan penerimaan. Aktor penyampaian disini adalah pendiri. Pendiri Hijabers Surabaya dapat kita sebut sebagai agen sosialisasi. Karena pendiri lah yang menyampaikan nilai-nilai dan norma dalam komunitas tersebut. Pendiri kemudian mereproduksi nilai dan norma kepada pemimpin Hijabers Surabaya. Pemimpin dalam Hijabers Surabaya turut menentukan dan menyebarkan nilai-nilai dan norma untuk menstabilkan anggota Hijabers Surabaya.

Pemimpin Hijabers Surabaya, memiliki peran penting karena secara langsung maupun tidak langsung, para pengikut komunitas ini, menginternalisasi apa saja yang disampaikan atau diajarkan oleh pemimpin Hijabers Surabaya. Mereka percaya bahwa apa saja yang disampaikan oleh pemimpin adalah ajaran yang benar versi mereka. Seperti modifikasi jilbab dan *fashion* akan memberikan tampilan cantik, *fashionable* dan tidak meninggalkan syariat Islam.

Oleh karena itu, mereka mau mempraktekkan apa yang di sampaikan oleh pendiri Hijabers Surabaya. Walaupun secara sosiologi, hal-hal yang disampaikan oleh pemimpin Hijabers Surabaya adalah hasil atau produk dari pemikiran sang pendiri dan direproduksi pada pemimpin.

Ditambah lagi, para anggota Hijabers Surabaya mengetahui latar belakang pemimpin Hijabers Surabaya yang notabene berasal dari dunia model, sekaligus desainer. Entah mengetahui dari akun pribadi di media sosial pemimpin Hijabers Surabaya. Pemimpin Hijabers Surabaya memang kerap mengunggah berbagai model gaya berjilbab modis, *fashionable*, dalam

akun pribadinya seperti Instagram ataupun *facebook*, *path* dan *twitter*. Sehingga wanita dalam Hijabers Surabaya terlihat sebagai wanita cantik, dan *fashionable*.

Kepercayaan wanita muslim yang tergabung dalam Hijabers Surabaya, kepada apa yang disampaikan oleh pemimpin Hijabers Surabaya disertai dengan pengetahuan yang mereka dapat dari media sosial. Sehingga wanita muslim akan mempercayai bahwa konstruksi cantik kaum Hijabers adalah seperti apa yang dilihat dari berbagai akun pribadi pemimpin dan manajemen Hijabers Surabaya yang lain.

Selain membahas tentang proses penyampaian, dalam internalisasi juga membahas proses penerimaan. Dalam hal ini, bagaimana proses penerimaan modifikasi jilbab dengan *fashion* sehingga memberikan tampilan *fashionable* dalam Hijabers Surabaya. Pada proses internalisasi yang berkaitan dengan pemaknaan, setiap informan memiliki pemaknaan yang berbeda-beda. Hal ini didasarkan dari proses internalisasi yang telah diperolehnya.

Seperti informasi yang diperoleh peneliti dari Nuri, beliau pernah masuk ke sekolah berbasis Islam. Nuri memperoleh pengetahuan tentang kewajiban berjilbab bagi muslimah dari seorang ustadz. Beliau juga memperoleh pengetahuan tentang hukuman bagi wanita yang memperlihatkan auratnya. Beliau mendapatkan pengetahuan itu dari saudara yang mengerti agama. Oleh karena itu, beliau memutuskan untuk bergabung dalam Hijabers Surabaya, dan tetap menggunakan jilbab sesuai dengan syariat Islam meskipun di padu dengan *fashion*. Berbeda dengan Nuri, Anggy

menyatakan:”hijabers sendiri itu pengennya tetap axis dan bisa mengajak orang untuk menggunakan hijab *stylish, fashionable* dan tetep ngikutin syari’at Islam.”

Penuturan Anggy diatas, dapat dilihat bahwa modifikasi *fashion* dengan jilbab juga dimaknai sebagai alat untuk mengajak wanita muslim berjilbab *stylish, fashionable* namun tetap berpedoman pada syariat Islam. Selain itu, mereka memaknai *fashion* dan jilbab sebagai cara untuk mempertahankan eksistensi jilbab ala Hijabers, supaya dapat tetap diterima masyarakat. Hal ini, juga didorong karena adanya motif bisnis para manajemen Hijabers Surabaya yang memiliki lebel *fashion*. Seperti penuturan Mega. “disini kita ada wirausaha. Anak-anak Hijabers disini banyak yang punya butik, olshop ya sekalian aja kita *promoute*. Sekalian aja buat kita sendiri dan buat orang lain juga manfaatnya ada. Anak-anak sini banyak yang jualan hijabkan. Beli aja dianak-anak.”

Bukan hanya itu, manajemen Hijabers Surabaya kerap kali mengkampanyekan berbagai kegiatan bertemakan *fashion* dan religi di sebuah tempat-tempat yang dapat menunjang citra mereka sebagai kelas menengah perkotaan. Seperti mall, café, plaza, dan lain sebagainya. Hal ini juga sebagai sarana untuk memasarkan jilbab karya mereka. Seperti penuturan Nurma.

Kita tanggung jawab untuk bikin event, kita milih tempat di mall, karena biar acara bagus, dan dapat mengundang banyak orang. Di dalam acaranya biasanya ada bazaar, nah yang biasanya dicari orang adalah kerudung, jilbab. nah kalau tempatnya ndak representatifkan tamunya juga akan males.

Bukan hanya tempat yang representative, Hijabers Surabaya juga selalu memberikan visualisasi menarik ditempat-tempat di mana mereka mengadakan berbagai kegiatan. Dekorasi ruangan yang nyaman dan indah, serta berbagai tawaran hadiah dipentaskan oleh manajemen Hijabers Surabaya, untuk menarik minat pengunjung.

Pengunjung tidak hanya dapat mengunjungi bazar, namun mereka juga dapat menikmati peragaan busana oleh model Hijabers Surabaya. Dalam setiap kegiatannya, Hijabers Surabaya juga bekerja sama dengan berbagai sponsor. Media massa juga turut mengekpos berita tentang komunitas ini. Hal ini juga menjadi cara untuk mengiklankan jilbab karya mereka.

Terlepas dari pada hal itu, proses penerimaan modifikasi *fashion* dengan jilbab tersebut berasal dari pelebagaan (habitualisasi) yang diciptakan pemimpin Hijabers Surabaya. Pelebagaan ini dapat berupa aturan tentang cara berjilbab sesuai dengan syariat Islam. Seperti penentuan *dresscode* dalam setiap kegiatan yang diselenggarakan Hijabers Surabaya. Penentuan *dresscode* dengan berbagai warna, berbagai aturan seperti tidak boleh memakai pakaian ketat, jeans, legging. Hal ini merupakan cara Hijabers Surabaya menanamkan dan membiasakan nilai, norma dalam berpakaian anggotanya.

Pembiasaan (pelebagaan) berjilbab *fashionable* juga dapat melalui demo hijab yang dipraktekkan oleh salah satu manajemen Hijabers Surabaya dengan salah satu model mereka.

Setelah proses internalisasi adalah proses eksternalisasi, yakni kecurahan kedirian manusia secara terus menerus ke dalam dunia, baik dalam aktivitas fisik maupun mentalnya. Pengetahuan tentang tata cara berjilbab *fashionable*, dan gaya hidup Hijabers Surabaya yang telah diperoleh individu akan diekspresikan dengan cara menampilkan model berjilbab yang disesuaikan dengan *fashion* dalam kehidupan sehari-hari.

Pemimpin dan manajemen (pengurus) Hijabers Surabaya, memiliki peran penting dalam proses eksternalisasi. Karena Hijabers Surabaya merupakan sebuah lingkungan atau tempat di mana individu berinteraksi dengan anggota lainnya. Melihat kenyataan cara atau model berjilbab anggota Hijabers Surabaya yang *fashionable*, make-up untuk menambah kecantikan, maka akan berpengaruh besar terhadap cara individu menampilkan jilbab dalam kehidupan sehari-hari.

Bahkan, apa yang digunakan oleh pemimpin Hijabers Surabaya, wanita muslim akan turut menggunakannya. Karena hal itu dianggap dapat memberikan tampilan menarik pada pemakainya seperti yang sudah diterapkan oleh anggota Hijabers Surabaya. Selain menampilkan gaya hidup religius dengan berjilbab, mereka juga mengkonsumsi *make-up*. Pada awalnya mereka tidak berani menggunakan *make-up* karena belum memiliki label halal. Setelah mengetahui bahwa wanita muslim dalam Hijabers Surabaya menggunakan *make-up* Wardah dengan label halal. Maka mereka menggunakan *make-up* Wardah karena ada tanda Islami, yaitu halal.

Eksternalisasi dari apa yang diketahui adalah anggota akan mewujudkannya dalam hal memilih kosmetik Islami. Seperti penuturan Nurma. “Dulu kita tak berani makai kosmetik-kosmetik gitu, sekarang kan kosmetik ada label halal karena bahan-bahannya sendiri sudah teruji seperti wardah yang sekarang memberikan label Islami pada kosmetik mereka, jadi kita ndak takut lagi make kosmetik.”⁹⁸

Wardah merupakan kosmetik berlabel halal yang diperuntukkan untuk muslimah. Hijabers Surabaya lebih memilih menggunakan *make-up* berlabel halal karena bahan-bahannya juga sudah teruji secara klinis.

Bukan sampai disitu, cara mereka (anggota Hijabers Surabaya) mencari hiburan juga tidak terlepas dari proses internalisasi dari mengikuti beberapa kegiatan Hijabers Surabaya dan melihat beberapa akun pribadi Hijabers Surabaya. Dimana Hijabers Surabaya selalu mengadakan berbagai kegiatan ditempat-tempat yang dikonstruksi sebagai tempat nongkrong anak gaul, seperti mall, café, lestoran. Maka wanita muslim dalam Hijabers Surabaya turut mengkonsumsi tempat seperti anggota lainnya.

Selain mengenai hiburan, mereka juga mengeksternalisasi dari penentuan *dresscode* oleh Hijabers Surabaya. Penentuan *dresscode* dengan berbagai aturan seperti tidak boleh ketat, *legging*, *jeans* akan diterapkan dalam gaya berbusana. Jika busana yang dimiliki tak lagi sesuai dengan tema dan aturan yang telah ditetapkan, mereka akan membeli. Karena tidak ingin teralienasi atau diasingkan oleh lingkungannya.

⁹⁸ Hasil wawancara dengan Nurma (Staf Marketing communication Hijabers Surabaya), pada tanggal 24 Mei 2014, pukul 13.00 WIB

Dalam proses pencarian ide-ide atau eksternalisasi nilai untuk memberi solusi atas kondisi yang ada dalam masyarakat. Modifikasi *fashion* dengan jilbab oleh Hijabers Surabaya sebagai mekanisme transformasi dengan penciptaan ide-ide baru dalam gaya berjilbab wanita muslim. Hijabers Surabaya ingin mengajak wanita muslim tampil cantik, *fashionable* dengan berjilbab tanpa meninggalkan syariat Islam. *Fashion* dalam berjilbab digunakan Hijabers Surabaya sebagai media bersyiar. Selanjutnya ide tersebut diobjektivasi oleh anggota Hijabers Surabaya sebagai kenyataan objektif.

Setelah kita membahas mengenai internalisasi dan eksternalisasi, kini kita membahas obyektivasi yang ada pada Hijabers Surabaya. Obyektivasi sendiri berarti disandangnya produk-produk aktivitas itu (baik fisik maupun mental), suatu realitas yang berhadapan dengan para produsernya semula, dalam bentuk suatu kefaktaan (faktisitas) yang eksternal terhadap dan lain dari para produsen itu sendiri.

Sesuatu bisa dikatakan sebagai obyektivasi apabila menjadi budaya dalam suatu masyarakat tertentu. Budaya yang dimaksud disini adalah pola bagi tindakan, yang menjadi rujukan dari tindakan atau pikiran manusia. Pola bagi tindakan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah apa yang diajarkan oleh pemimpin dan manajemen Hijabers Surabaya sangat berpengaruh besar bagi tindakan-tindakan yang dilakukan oleh anggota Hijabers Surabaya. Hingga hampir semua anggota Hijabers Surabaya mengikuti apa yang diajarkan oleh pemimpin Hijabers Surabaya seperti yang disebutkan dalam proses internalisasi dan eksternalisasi. Hasil dari internalisasi dan

eksternalisasi yang mereka lakukan itu menghasilkan suatu produk atau obyek yang menjadi ciri khas mereka.

Berdasarkan pembahasan diatas, kita dapat simpulkan bahwa wanita muslim dalam Hijabers Surabaya mempunyai ciri khas dalam menampilkan gaya hidup mereka. Misalnya dari segi penampilan, mereka menggunakan jilbab *fashionable* (disesuaikan dengan *fashion*) dan karakteristik masing-masing. Serta memakai baju longdress atau maxi dalam kegiatan Islami. Mereka memodifikasi *fashion* dan jilbab dan menjadikannya sebagai alat bersyar.

Dari segi aktifitas keagamaan, wanita muslim dalam Hijabers Surabaya mengadakan berbagai kegiatan religi seperti pengajian dan *charity* (amal) serta kegiatan bertemakan *fashion* di tempat-tempat berkelas. Dari segi dandanan, mereka menggunakan *make-up* dengan label halal seperti wardah.

Dengan obyektivasi mereka yang seperti itu, baik dari segi penampilan maupun pemikiran. Hal Ini memberikan kesan bahwa Hijabers lekat dengan identitas konsumtif, eksklusif, komersil. Mereka ingin menunjukkan religiusitas mereka sekaligus ke modernan melalui gaya hidup. Seperti berjilbab *fashionable*, mengkonsumsi tempat prestisius, konsumsi pelengkap penampilan (jilbab dan *fashion*), konsumsi majalah Islami dan *fashion*, konsumsi kosmetik.

Wanita muslim dalam Hijabers Surabaya memakai jilbab *fashionable* (disesuaikan dengan perkembangan mode), oleh karena itu jilbab mengalami perkembangan makna. Jilbab yang diyakini sebagai simbol agama yang

memiliki nilai religius kini sekaligus menjadi simbol kemodernan. Makna kemodernan terlihat dari masuknya unsur *fashion* dalam jilbab yang memiliki prinsip *up to date*.

Sedangkan hadirnya *fashion* dan jilbab mengalami hibridasi karena unsur *fashion* yang menjadi budaya populer bertemu dengan jilbab sebagai pakaian penutup aurat yang menjadi budaya lokal Islam. Unsur *fashion* yang menawarkan kebebasan berekspresi, konsumsi khas kapitalisme berlawanan dengan jilbab yang juga sebagai simbol kesederhanaan atau kezuhudan. Jilbab *fashionable* pada Hijabers juga dimaknai sebagai alat syiar untuk mengajak wanita muslim supaya mengenakan jilbab. Hal itu karena mereka juga memiliki agenda khusus yang mengusung kepentingan mereka yakni, mendongkrak penjualan jilbab dan membantu memajukan perekonomian anggota komunitas yang memiliki label *fashion*.

Seperti konstruksi jilbab yang dibangun oleh pemimpin Hijabers Surabaya. Beliau memberikan wacana baru pada jilbab. Dahulu jilbab mendapatkan makna sebagai pakaian wanita kuno, ketinggalan zaman dan konservatif (kaku). Sebagian wanita muslim tidak berminat untuk menggunakannya. Setelah kemunculan sebuah komunitas jilbab kontemporer seperti Hijabers Surabaya, jilbab mendapat pemaknaan baru dari pendirinya. Jilbab di konstruksikan sebagai pakaian penutup aurat yang dapat dikreasikan dan dipadupadankan dengan *fashion*. Modifikasi *fashion* dengan jilbab dapat menjadikan penampilan muslimah terlihat lebih cantik dan *fashionable*. Namun tetap berpedoman pada syari'at Islam dalam berbusana. Masuk nya

fashion pada jilbab dijadikan sebagai alat syiar untuk mengajak wanita muslim menggunakan jilbab.

Mitos kecantikan dengan berjilbab *fashionable* ala Hijabers Surabaya, menjadi faktor pendukung dalam mempengaruhi persepsi anggotanya. Dapat dikatakan bahwa proses dialektika pada anggota Hijabers Surabaya tersebut diawali dengan objektivasi. Mereka telah melihat kenyataan yang sudah ada sebelumnya tentang kriteria cantik dalam berjilbab ala Hijabers Surabaya. Mereka mulai memakai kosmetik dan jilbab *fashionable* untuk mengidentifikasi diri dengan anggota lainnya.

Dengan adanya standarisasi kecantikan dalam berjilbab yang ditentukan oleh pendiri Hijabers Surabaya. Hal itu, akan mempengaruhi pemikiran anggotanya, bahwa kecantikan dalam berjilbab itu penting sebagai cara untuk mensyukuri nikmat Allah. Kecantikan dalam berjilbab juga dimaknai oleh anggotanya, sebagai bentuk merawat diri. Seperti penuturan Nurma

Kalau aku kan dulu tipicalnya tomboy ya itu tidak memperhatikan penampilan diriku sendiri. Jadi lebih ke wes sakkarep pe dewe gitu. Cuman dari sini aku kan juga sering ikut pengajian, *beauty class*nya dan *make up class* nya dia, akhirnya ada kesadaran dari diriku untuk lebih obyektif. Merawat diri itu juga salah stau bagian yang harus dilakukan. Kalau misalkan dari penampilan sendiri otomatislah berubah. Kalau emang dulu diawal-awal aku yang masih suka pakai celana jeans, dan jilbabapannya masih jarang pakai dan masih pake kaos al hamdulillah sih sekarang jadi lebih banyak koleksi rok dari pada celana. Yang kayak gitu sih aku merubah cara berfikir dalam diriku sendiri. Yang kayak gitu aku terlalu mengesampingkan. Hal hal yang ada kaitannya dengan agama masalah personal aku sama Tuhan atau apa, sekarang ini ya mau gak mau kita berdiskusinya masalah itu, kita sering pengajian

mau tidak mau hal seperti itu setidaknya akan terbentuk dimasing-masing kita.⁹⁹

Kelompok Hijabers Surabaya berpandangan bahwa wanita muslim tetap dapat tampil cantik. *Fashionable* dengan jilbab tanpa meninggalkan syariat Islam. Modifikasi *fashion* dengan jilbab dimaknai oleh Hijabers Surabaya sebagai media bersyiar yakni untuk mengajak wanita muslim menggunakan jilbab.

Wacana yang dibawa oleh kelompok ini adalah modifikasi jilbab dengan *fashion* yang dapat memberikan tampilan cantik, *fashionable* tanpa meninggalkan syariat Islam. Mereka secara berani memadukan *fashion* dengan jilbab. Hal ini menunjukkan bahwa *fashion* dan jilbab bercampur dengan budaya populer dan budaya lokal Islam. *Fashion* yang dilihat sebagai bagian dari budaya populer dan jilbab sebagai budaya lokal Islam dimodifikasi menjadi pakaian penutup aurat *fashionable*. Penggunaannya juga bebas berkreasi, karena tidak ada konsensus dalam menggunakan berbagai model jilbab. Masuknya unsur *fashion* yang menawarkan kebebasan berkespresi tidak cocok dengan nilai kesederhanaan yang ada pada jilbab.

Tata cara berjilbab *fashionable* yang seringkali dibiasakan melalui penentuan *dresscode* dan pemberian tutorial jilbab dari manajemen kepada anggota Hijabers Surabaya melahirkan bentuk baru yang dipraktekkan dan diyakini oleh penganutnya.

⁹⁹ Hasil wawancara dengan Nurma (Staf Marketing *Communication* Hijabers Surabaya), pada tanggal 24 Mei 2014, pukul 13.00 WIB

Manajemen hijabers Surabaya sebagai sebuah komunitas yang lahir atas dasar keprihatinin terhadap jilbab yang dimaknai sebagai pakaian kuno, konservatif, menawarkan bentuk baru dalam tata busana wanita muslim dengan memasukkan *fashion* pada jilbab.

Mereka menawarkan konsep baru dalam gaya berjilbab wanita muslim sebagai bentuk gaya hidup baru kaum beragama. Gaya hidup Islami sekaligus tidak meninggalkan kemodernan.

Tentu saja Islam yang mereka tawarkan, dibentuk dilahirkan dan dimunculkan dari sebuah kesadaran, yang mana kesadaran –kesadaran tersebut memiliki sumber.

Kesadaran tersebut merupakan hasil analisa dan realitas sosial budaya yang dikaitkan dengan nilai yang seharusnya. Nilai-nilai atau dogma merupakan panduan gerakan mereka.