

MOTIVASI IBU MUDA BERGABUNG DENGAN HIJABERSMOM COMMUNITY ACEH

Mawaddah

Magister Jurnalistik, Selcuk University, Turki

Email: mhaluck@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motivasi ibu-ibu muda Aceh bergabung dalam *Hijabersmom Community Aceh* (HmC) Aceh dan identitas sosial yang tercipta dalam komunitas tersebut. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Data primer dikumpulkan melalui observasi dan wawancara mendalam. Sedangkan data sekunder dikumpulkan melalui buku-buku, literatur, brosur, *website*, dan dokumen-dokumen lain yang relevan. Informan dalam penelitian ini berjumlah 7 orang Muslimah yang tergabung dalam *Hijabersmom Community Aceh* yang meliputi pengurus dan anggota. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi ibu-ibu Aceh yang tergabung dalam komunitas *Hijabersmom Community* adalah dorongan untuk mempelajari ilmu agama dan juga bersosialisasi dengan lingkungan dengan rangkaian aktivitas sosial serta menjadi sarana untuk mengaktualisasikan diri melalui potensi dan bakat yang dimiliki. Sedangkan identitas sosial yang terbentuk dalam kelompok ini adalah kelompok yang eksklusif yang merujuk pada pembentukan *image* sebagai komunitas satu-satunya di Aceh yang mencirikan wanita masa kini dengan gaya *fashionable* dan religius.

Kata Kunci: Motivasi, *Fashion*, *Hijabers*, *Trend*, Identitas Sosial

Abstract

This study aims to find out the motivation of young Acehnese mothers to join the *Hijabersmom Community* (HmC) and the social identity created in the community. The approach used in this research is descriptive qualitative research. Primary data were collected through observation and in-depth interviews. Secondary data is collected through books, literature, brochures, websites, and other relevant documents. Informants in this study were 7 Muslim women who are members of *Hijabersmom Community Aceh* which includes the board and members. The results showed that the motivation of Acehnese mothers who joined in *Hijabersmom Community* community was the encouragement to study the science of religion and also socialize with the environment with a series of social activities as well as a means to actualize themselves through the potential and talents. While the social identity formed within this group is an exclusive group that refers to the image formation as the only community in Aceh that characterizes today's women in a fashionable and religious fashion.

Keywords: Motivation, *Fashion*, *Hijabers*, *Trend*, Social Identity

Pendahuluan

Sebagai negara yang mayoritas penduduknya menganut agama Islam, Indonesia menjadi negara yang budaya dan nilai-nilainya kental dengan paham keislaman. Hal ini telah menyentuh berbagai aspek kehidupan, salah satunya dalam hal berbusana terutama bagi para muslimah. Pada dasarnya, penampilan menjadi sesuatu hal yang paling penting dalam kehidupan sosial bagi para perempuan. Hal ini merujuk pada kepuasan dan kepribadian, yaitu keinginan dalam diri seseorang untuk tampil dan diperhatikan.

Bagi para muslimah, berbusana haruslah sesuai dengan syariat, salah satu-nya adalah dengan menutup aurat dan mengenakan jilbab. Perintah untuk memakai jilbab ini sudah ditegaskan dalam Al-Qur'an pada surat An-Nur ayat 31 yang artinya "*Hendaklah mereka menutupkan khumur (kerudung-nya) ke dadanya*" (An-Nur: 31). Di Indonesia, berjilbab telah menjadi fenomena baru dalam kaitannya dengan cara berpakaian perempuan muslim. Keadaan ini berbeda jika dilihat dari perkembangan dan keberadaan perempuan muslim pada periode sebelumnya. Seperti di era 80-an, penggunaan jilbab bukanlah menjadi suatu hal yang fenomenal dibandingkan dengan saat ini.

Keberadaan jilbab ini belum dianggap sebagai hal yang umum untuk diperbincangkan, karena hanya menjadi bagian dari kajian agama saja. Jilbab hanya menjadi simbol keagamaan yang dimiliki oleh kelompok tertentu seperti menginterpretasikan hanya wanita shalehah yang mengenakan jilbab atau dengan kata lain, jilbab identik dengan nilai religiusitas seseorang. Sejalan dengan perubahan sosial, keberadaan jilbab kini menjadi hal yang umum dan bukan lagi menjadi milik kelompok tertentu, bahkan kini jilbab sering menjadi topik pembahasan bahkan menjadi gaya hidup terutama bagi kalangan perempuan di perkotaan.

Sejak lahirnya undang-undang No. 18 Tahun 2001 tentang Otonomi Khusus bagi Provinsi Aceh, mengenakan busana muslimah di Aceh bukanlah menjadi sebuah mode yang baru muncul di wilayah ini. Memakai jilbab bukanlah merupakan hal yang baru bagi masyarakat Aceh, namun *trend* berjilbab dengan lebih modern yang berkembang di media massa saat ini juga telah menyita perhatian masyarakat Aceh.

Keberadaan sebuah kelompok jilbab kontemporer yang menamakan diri mereka sebagai *Hijabers* juga telah memberikan pengaruh dalam transformasi jilbab di Aceh. Pakaian secara simbolis mengikat satu komunitas, hal ini menunjukkan bahwa kesepakatan sosial atas apa yang dikenakan merupakan ikatan sosial itu sendiri yang

pada gilirannya akan memperkuat ikatan sosial lainnya. Dengan kata lain *fashion* dan pakaian yang dikenakan oleh para anggota kelompok akan mengkomunikasikan bagaimana kedudukan sosial didalam kelompok tersebut (Roach dan Eicher dalam Barnard, 2009: 83).

Kehadiran komunitas jilbab kontemporer yang awalnya disebar melalui media massa, kemudian membuat komunitas ini juga populer di Aceh. Di daerah ini kini juga telah hadir *Hijabersmom Community (HmC)* yang dibentuk pada April 2013 yang juga merupakan cabang dari komunitas sama yang ada di Jakarta. Komunitas ini beranggotakan wanita muslimah yang sudah dan pernah menikah dan sebagian besar anggota mereka adalah para sosialita di Aceh yang mempunyai beragam profesi dan latar belakang kelas menengah. Adapun serangkaian kegiatan yang mereka lakukan dalam rangka memberdayakan wanita Aceh menjadi lebih produktif. Selain karena persamaan penampilan, komunitas ini terbentuk karena kaum ibu muda Aceh ini merasa juga memerlukan wadah untuk bersosialisasi, mengembangkan diri dan menggali potensi yang dimiliki.

Komunitas *Hijabersmom* muncul sebagai kelompok yang mencerminkan aktivitas golongan kelas menengah yang mencari 'Islam yang cocok dengan gaya hidupnya' dimana ingin tetap religius namun tidak meninggalkan kesan modern. Anggota kelompok ini memiliki penandaan yang sangat khas dari cara berbusana, mulai dari pakaian, jilbab hingga aksesoris tambahan lainnya yang menampilkan keglamoran.

Keberadaan HmC sebagai sebuah kelompok muslimah menarik untuk dikaji karena komunitas ini tidak hanya membawa warna baru dalam berpenampilan, namun juga menjadi wadah untuk ilmu agama dan bersosialisasi dengan lingkungan sekitar. Kelompok ini juga menjadi sarana dan wadah dalam penyampaian dakwah dan tempat berkumpul para Muslimah yang mempunyai status sosial menengah ke atas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motivasi wanita Muslimah terlibat dalam kelompok tersebut.

Tinjauan Pustaka

Pakaian sebagai Komunikasi Artifaktual

Menurut Ibrahim (2011), pakaian yang dipakai oleh seseorang menampilkan berbagai fungsi. Sebagai bentuk komunikasi, pakaian bisa menyampaikan pesan

artifaktual yang bersifat non-verbal. Menurut Mulyana (2007), artefak adalah benda apa saja yang dihasilkan oleh kecerdasan manusia. Komunikasi artifaktual biasanya didefinisikan sebagai komunikasi yang berlangsung melalui pakaian dan penataan berbagai artefak, misalnya busana, dandanan, barang perhiasan ataupun *furniture* di rumah dan penataannya. Aspek ini merupakan perluasan lebih jauh dari pakaian dan penampilan. Manusia memperlakukan pakaian yang dikenakan sebagai *hieroglif social* yaitu menyembunyikan atau bahkan mengkomunikasikan posisi sosial pemakainya (Istiyanto, 2008: 04). Hal ini berarti bahwa pakaian dapat menyampaikan pesan artifaktual yang diungkapkan melalui penampilan tubuh, pakaian dan kosmetik (Littlejohn & Foss, 2009: 78). Rakhmat (2004: 140) mengatakan bahwa pakaian sebagai media komunikasi memiliki tiga fungsi, yakni penyampaian emosi, perilaku, dan perbedaan.

Banyak subkultur atau komunitas mengenakan busana yang khas sebagai simbol keanggotaan mereka di dalam sebuah kelompok (Mulyana, 2007: 394). Misalnya seseorang akan mengenakan jubah atau jilbab sebagai tanda keagamaan dan keyakinannya. Selain itu, sebagian orang berpandangan bahwa pilihan seseorang atas pakaian akan mencerminkan kepribadiannya, apakah ia orang yang konservatif, religius, modern, atau berjiwa muda. Tidak bisa dipungkiri bahwa pakaian, rumah, kendaraan dan perhiasan digunakan untuk memproyeksikan citra tertentu yang diinginkan oleh pemakainya (Mulyana, 2007: 40). Pakaian, *fashion* dan busana juga disebut sebagai fenomena kultural yakni sejauh mana ketiganya menunjukkan praktik-praktik penandaan. Seseorang akan membuat kesimpulan tentang individu melalui apa yang dikenakan. Hal ini juga akan mempengaruhi pemikiran seseorang tentang individu dan bagaimana sikap orang tersebut terhadapnya.

Motivasi dan Identitas Sosial

Menurut Sobur (2003: 268), motivasi merupakan istilah yang lebih umum yang menunjuk pada seluruh proses gerakan, termasuk situasi yang mendorong, dorongan yang timbul dalam diri individu, tingkah laku yang ditimbulkan dan tujuan akhir dari gerakan atau perbuatan. Ahmadi (2009: 184) menjelaskan bahwa manusia pada dasarnya memiliki tiga dorongan untuk pemenuhan kehidupannya, yakni motif biogenesis, sosiogenesis dan teogenesis. Motif biogenesis diartikan sebagai dorongan

pemenuhan rasa lapar, haus, dan seksualitas. Motif sosiogenesis adalah bentuk dorongan yang timbul dari hasil interaksi sosial manusia dengan lingkungan sekitarnya. Sedangkan motif teogenesis merujuk pada dorongan pemenuhan rasa tanggung jawab terhadap Tuhan.

Dalam hal ini, pemenuhan kebutuhan ini bisa dilakukan dengan berbagai cara yaitu salah satunya dengan mencari kesamaan dalam sebuah kelompok. Seorang individu tidaklah dianggap sebagai individu secara mutlak satu dalam kehidupannya. Individu merupakan bagian dari kelompok tertentu baik disadari maupun tidak disadari. Hal ini kemudian dikembangkan menjadi suatu konsep identitas sosial yakni bagaimana seseorang itu secara sosial dapat didefinisikan. Giddens (dalam Hardiyanti 2012: 17) menyatakan bahwa dengan sosialisasi, individu dapat mengembangkan identitas dan kemampuan berpikir yang independen dan tindakannya. Dalam menciptakan identitas diri maupun identitas sosial, seseorang ataupun komunitas bisa saja menitikberatkan pada pilihan busana dan gaya hidup. Berger (dalam Ibrahim, 2011: 265) mengatakan bahwa pakaian, model rambut dan seterusnya adalah sama tingkatannya dan digunakan untuk menyatakan identitas seseorang. Hal ini ditegaskan pula oleh Kellner (dalam Ibrahim, 2011: 265) bahwa sejatinya *fashion*, pakaian, busana adalah bagian penting dari sebuah gaya, tren, serta penampilan sehari-hari yang sesungguhnya mampu memberikan pencitraan kepada identitas pemakainya.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yang lebih menekankan pada proses. Penelitian kualitatif merupakan suatu proses investigatif yang didalamnya peneliti memaknai fenomena sosial dengan membedakan, membandingkan, dan mengklasifikasikan obyek penelitian (Miles & Huberman dalam Sugiyono, 2008: 91).

Dalam menentukan informan, penulis menggunakan teknik bola salju atau *snowball sampling* yang merupakan teknik penentuan sampel yang awalnya berjumlah kecil, kemudian berkembang semakin banyak (Kriyantono, 2008: 161). Subyek atau informan dalam penelitian ini difokuskan pada 7 orang anggota *Hijabersmom Community Aceh* yang dianggap mampu merepresentasikan seluruh anggota lain di dalam kelompok tersebut. Penentuan *sampling* ini dimulai dengan kelompok kecil yang diminta untuk menunjuk temannya masing-masing, kemudian teman yang ditunjuk

menunjuk lagi teman yang lain dan begitu seterusnya sehingga kelompok akan bertambah besar bagaikan bola salju (Taher, 2009: 70). Penentuan informan ditetapkan secara berkelanjutan dimana para informan selanjutnya ditentukan oleh informan pertama dan seterusnya yang dianggap mampu memberikan jawaban dari pertanyaan penelitian.

Adapun kriteria yang digunakan untuk menentukan informan atau subjek dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Terlibat sejak terbentuknya *Hijabersmom Community*
2. Anggota yang masih aktif dalam *Hijabersmom Community*
3. Memiliki wawasan dan pengetahuan yang luas terhadap komunitas

Dalam penelitian ini, pengamatan atau observasi adalah deskripsi secara sistematis tentang kejadian dan tingkah laku dalam settingan sosial yang dipilih untuk diteliti (Marshall & Rossman, 1989: 79). Penulis melakukan pengamatan dan pencatatan secara langsung terhadap hal yang dianggap berhubungan dengan HmC yang diteliti, atau hal yang berkaitan dengan masalah penelitian. Setelah melakukan observasi lalu peneliti melakukan metode wawancara mendalam (*In-Depth Interview*). Moleong (2000: 135) mengartikan wawancara sebagai percakapan dengan maksud tertentu. Wawancara merupakan salah satu media pembuktian atas informasi atau keterangan yang didapatkan melalui kegiatan observasi. Teknik wawancara ini dilakukan dengan melakukan tanya jawab langsung kepada informan atau anggota HmC berdasarkan pada tujuan penelitian. Untuk mendukung dan menambah data penelitian, penulis juga melakukan pengumpulan data dokumentasi berupa gambar, artikel, hasil rekaman kaset, data statistik, video, dan lainnya. Hal ini dilakukan untuk menjadi data pendukung laporan penelitian selain hasil wawancara dengan anggota komite. Penulis mengambil gambar dari lapangan berupa kegiatan-kegiatan yang diadakan oleh HmC serta contoh gaya penampilan para anggota komite dan juga mengumpulkan data dokumentasi berupa foto kegiatan yang dibagikan di akun sosial media *Hijabermom Community*.

Hasil dan Pembahasan

Dari hasil temuan penelitian dapat diketahui bahwa maksud dan tujuan ibu-ibu muda Aceh untuk bergabung kedalam komunitas *Hijabersmom* pada umumnya meliputi

dua hal, yaitu untuk menambah pengetahuan agama dan bersosialisasi (menjalin silaturahmi) dengan sesama perempuan yang tergabung dalam komunitas. Selain itu, tujuan ibu-ibu Aceh ini bergabung dengan HmC juga ingin memberikan kontribusi terhadap masyarakat dalam berbagai rangkaian kegiatan sosial yang dilaksanakan.

Apabila berbagai macam motivasi ibu-ibu bergabung kedalam HmC tersebut, sebagaimana yang terungkap dari ketertarikan mereka terhadap komunitas, jika dicermati dari sudut teori motivasi. Hal ini mengindikasikan pada dua motif yang mendasari para perempuan Aceh ini untuk bergabung ke dalam HmC. Hal ini dapat diuraikan kedalam motif sosiogenetis dan motif teogenesis.

Motif sosiogenetis adalah motif yang dipelajari seseorang dan berasal dari lingkungan kebudayaan tempat manusia berada dan berkembang. Menurut Ahmadi (2009: 184), motif ini tidak berkembang dengan sendirinya melainkan terbentuk berdasarkan interaksi sosial dengan orang-orang atau hasil kebudayaan dimana ia hidup, yakni perbuatan yang didorong oleh keinginan untuk memenuhi kebutuhan bergaul, aktualisasi diri, serta kebutuhan akan pengalaman diri.

Bergabung dengan HmC Aceh merupakan pilihan bagi setiap anggotanya untuk memperluas pergaulan. Namun sebenarnya pergaulan yang dimaksud dalam komunitas ini merujuk kepada pergaulan terhadap sesama kelompok sosial kelas menengah ke atas. Hal ini bisa dilihat dari siapa yang merekomendasikan ibu-ibu ini untuk mengambil bagian dalam kelompok ini. Secara garis besar, mereka mengetahui keberadaan HmC dari teman-teman yang sebelumnya sudah dikenal dan juga merupakan relasi ditempat mereka bekerja.

Jika merujuk kepada kebutuhan aktualisasi atau kebutuhan akan pemenuhan diri, Maslow (dalam Rakhmat, 2004: 39) mengatakan bahwa setiap manusia ingin meningkatkan kualitas kehidupan. Pemenuhan diri ini dilakukan dalam berbagai bentuk: (1) Mengembangkan dan menggunakan potensi diri dengan cara yang kreatif, konstruktif, misalnya dengan seni, musik, sains, atau hal-hal yang mendorong ungkapan diri kreatif; (2) Memperkaya kualitas kehidupan dengan memperluas pengalaman; (3) Membentuk hubungan yang hangat dengan orang disekitar; (4) Berusaha “memanusia” menjadi pesona yang didambakan.

Berbicara mengenai bagaimana keikutsertaan dalam HmC dapat menggali menjadi lokomotif untuk menggali potensi diri, hal ini dilihat dari aktivitas yang

dijalankan di dalam kelompok. Mereka mengaku bisa saling berbagi pengalaman mengenai hal-hal yang sebelumnya tidak diketahui dan bisa mengambil pelajaran dari setiap ilmu yang telah didapatkan didalam komunitas mulai dari cara berpenampilan, aktivitas dapur, berbagai kerajinan tangan hingga inspirasi untuk berbisnis. Contohnya pada kegiatan *hijab tutorial*. Aktivitas ini menjadi aktivitas yang paling dinanti oleh kaum ibu. Antusias yang sangat tinggi tergambar dari berbagai pertanyaan dan rasa ingin tahu yang begitu besar ketika ada bagian yang tidak dimengerti oleh mereka. Meskipun mengaku penampilan modis ala *Hijabers* tidak mempengaruhi mereka dalam berpenampilan, tapi apa yang dikenakan dalam setiap kegiatan jelas menggambarkan bagaimana citra jilbab kontemporer begitu melekat dalam kesehariannya.

Dalam wadah ini, ibu-ibu muda ini dapat menggali lebih banyak lagi potensi dalam dirinya dan mereka membenarkan bahwa mendapat inspirasi dari sesama anggota dalam kelompok. Tidak bisa dipungkiri, keterlibatan setiap ibu-ibu dalam komunitas ini tidak hanya sekedar wadah dalam mengaktualisasikan diri, namun keterlibatan mereka dalam aksi-aksi sosial juga menjadi salah satu hal yang harus diperhitungkan. Beragam kegiatan yang menumbuhkan sifat-sifat kemanusiaan dan rasa empati kerap dilakukan oleh kelompok ini. Seperti kegiatan mukena bersih, dimana mereka akan menukar menawarkan diri untuk mencuci mukena di setiap mesjid di kawasan Banda Aceh, mengunjungi panti jompo, dan mereka juga turut berperan dalam memberdayakan para ibu-ibu lain seperti mengadakan pelatihan membuat kerajinan tangan.

Pada dasarnya setiap kegiatan sosial yang dilakukan tidak hanya merujuk pada hubungan manusia dengan manusia tapi juga sangat erat kaitannya dengan hubungan manusia dengan Allah. Hal ini dikaji dalam motif teogenesis, Ahmadi (2009: 185) mengatakan ini merupakan motif yang melingkupi motif manusia sebagai makhluk yang berketuhanan. Sebagai wadah yang bergerak di bidang keagamaan, citra *Hijabersmom Community* sendiri sangatlah identik dengan sebuah kelompok Muslimah yang mengedepankan nilai keislaman. Hal ini juga tercermin dari setiap rangkaian kegiatan yang dilakukan yang menyentuh setiap aspek agama. Misalnya kegiatan tausiah yang wajib diikuti selama satu kali dalam satu bulan. Hal ini diakui oleh para anggota HmC Aceh dapat membuka wawasan mereka lebih baik tentang pemahaman ajaran agama. Kedua motif ini ternyata menjadi dorongan paling kuat bagi para ibu-ibu Aceh ini

dalam keterlibatan mereka dengan HmC Aceh. Mereka merasa HmC merupakan wadah yang sangat positif dalam dua aspek sosial dan agama.

Dalam teori identitas, menurut Giddens (2006: 18) identitas dibagi ke dalam dua hal yakni identitas diri (identitas pribadi) dan identitas sosial. Meskipun bentuk identitas ini mempunyai analisis yang berbeda, namun sangat terkait erat satu sama lain. Sebuah identitas hadir karena manusia butuh untuk mengkategorikan sesuatu. Identitas sosial juga melibatkan kategori dan menetapkan seseorang ke dalam struktur sosial atau wilayah sosial tertentu yang besar dan lebih lama ketimbang situasi partikular lainnya.

Dalam buku *Bukan Dunia Berbeda*, Sosiologi Komunikasi Islam karya Syam (2005: 23) dijelaskan bahwa seseorang lebih menyukai simbol-simbol identitas yang melambangkan keindahan (estetika) daripada substansi identitas yang menempel berdasarkan atas fungsi-fungsi yang realistis. Ia melihat bahwa ternyata komersialisasi dan estetika kehidupan itu semakin kentara ketika melihat fenomena performansi dan gaya berpakaian terutama di kalangan perempuan. Karena dewasa ini terlihat semakin banyak ibu-ibu dan gadis-gadis muda yang berpakaian dengan cara yang dianggapnya sebagai pakaian Islami. Selain itu, ada upaya untuk mengaktualisasikan identitas Islam melalui berbagai tradisi berpakaian ini. Syam (2005) mengatakan bahwa gaya berpakaian Islami pun telah memasuki paradoks globalisasi. Di satu sisi, seseorang ingin menampilkan gaya berpakaian Islam dengan jilbab sebagai tutup kepala, tetapi di sisi lain penonjolan ekspresi tubuh juga tetap kentara dalam hal keindahan kasat mata.

Pada komunitas HmC Aceh, penulis menemukan fakta yang memperlihatkan adanya upaya HmC Aceh membentuk identitas sebagai komunitas penyokong akan gaya berjilbab dan berbusana kontemporer. Sebagai kelompok Muslimah yang lahir dengan mengusung nama *Hijabesmom*, identitas kelompok ini sering dikaitkan dengan konsumsi penampilan oleh anggota kelompok. Pakaian secara simbolis mengikat satu komunitas, hal ini menunjukkan bahwa kesepakatan sosial atas apa yang dikenakan merupakan ikatan sosial itu sendiri yang pada gilirannya akan memperkuat ikatan sosial lainnya. Dengan kata lain, *fashion* dan pakaian yang dikenakan oleh para anggota kelompok akan mengkomunikasikan bagaimana kedudukan sosial di dalam kelompok tersebut (Roach & Eicher dalam Barnard, 2009: 83).

Pakaian yang dikenakan oleh para ibu-ibu dalam komunitas HmC ini berbeda dari kelompok Muslimah pada umumnya yang ada di Aceh. Jika membandingkan

dengan kelompok sosial yang juga berorientasi kepada ajaran agama seperti kelompok ibu-ibu pengajian wirid di Aceh, nampak sekali hal yang berbeda. Selain kelompok ini lebih terorganisir, penampilan para anggota HmC juga sangat modern dan kekinian. Dalam setiap kegiatan yang dijalankan oleh kelompok ini, busana yang mereka kenakan adalah busana yang sedang *ngetrend* dan *booming*, tampilan yang sangat *fashionable* juga tergambar dari balutan jilbab yang dimodifikasi sedemikian rupa menjadi lebih modern.

Pakaian, *fashion* dan busana juga disebut sebagai fenomena kultural sejauh ketiganya menunjukkan praktik-praktik penandaan. Seseorang akan membuat kesimpulan tentang individu melalui apa yang dikenakan. Hal ini juga akan mempengaruhi pemikiran seseorang tentang individu dan bagaimana sikap orang tersebut terhadapnya. Hal ini kemudian yang menimbulkan komentar-komentar negatif masyarakat terhadap komunitas HmC Aceh ini.

Tidak hanya busana yang dikenakan menurut Jackson dan Smith (1991: 80) ada empat dimensi dalam mengkonseptualisasikan *social identity*. Pertama, persepsi dalam konteks antar kelompok adalah dengan mengidentifikasi diri pada sebuah kelompok, maka status dan gengsi yang dimiliki oleh kelompok tersebut akan mempengaruhi persepsi setiap individu di dalamnya. Persepsi tersebut kemudian menuntut individu untuk memberikan penilaian, baik terhadap kelompoknya maupun kelompok yang lain. Hal ini sangat berkaitan bagaimana dengan cara anggota HmC membentuk kesamaan persepsi di dalam kelompoknya, *image* yang ingin dibentuk oleh kelompok ini adalah komunitas HmC tidak hanya menjadi tempat berkumpulnya wanita yang penampilannya modern namun kelompok ini juga merupakan kendaraan untuk mendekatkan diri dengan Tuhan dan memberi manfaat sebanyak-banyaknya untuk orang lain.

Kedua, daya tarik *in-group* dapat diartikan sebagai suatu kelompok dimana seseorang mempunyai perasaan memiliki dan “*common identity*” (identitas umum) yakni ada identitas yang melekat dalam komunitas ini sehingga hal ini membedakan mereka dari kelompok muslimah lain yang ada di Aceh.

Ketiga, keyakinan saling terkait yang merupakan keseluruhan aspek konsep diri seseorang yang berasal dari kelompok sosial mereka atau kategori keanggotaan bersama secara emosional dan hasil evaluasi yang bermakna. Artinya, seseorang memiliki kelekatan emosional terhadap kelompok sosialnya. Kelekatan itu sendiri muncul setelah

menyadari keberadaannya sebagai anggota suatu kelompok tertentu. Orang memaknai identitas sosialnya sebagai sumber dari kebanggaan diri dan harga diri. Semakin positif kelompok dinilai maka semakin kuat identitas kelompok yang dimiliki dan akan memperkuat harga diri. Sebaliknya jika kelompok yang dimiliki dinilai memiliki *prestise* yang rendah maka hal itu juga akan menimbulkan identifikasi yang rendah terhadap kelompok. Hal ini dapat dilihat dari rasa bangga yang timbul dalam diri setiap anggota karena telah menjadi bagian dari komunitas *Hijabersmom*.

Terakhir, dispersonalisasi yaitu ketika individu dalam kelompok merasa menjadi bagian dalam sebuah kelompok, maka individu tersebut akan cenderung mengurangi nilai-nilai yang ada dalam dirinya, sesuai dengan nilai yang ada dalam kelompoknya tersebut. Namun, hal ini juga dapat disebabkan oleh perasaan takut tidak dianggap dalam kelompoknya karena telah mengabaikan nilai ataupun kekhasan yang ada dalam kelompok tersebut. Hal ini terbukti karena para ibu-ibu dalam HmC Aceh merasa mereka menjadi lebih terdorong untuk melakukan aktivitas sosial dan lebih peka terhadap lingkungan sekitar karena selama bergabung kedalam HmC secara tidak sadar telah merubah kepekaan yang lebih baik terhadap masalah dan isu sosial di sekitar.

Penutup

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan dari hasil temuan penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa motivasi ibu-ibu muda di Aceh bergabung kedalam komunitas *Hijabersmom Community Aceh* adalah karena dorongan untuk mempelajari ilmu agama dan juga bersosialisasi dengan lingkungan sekitar. Dalam istilah psikologi komunikasi hal ini disebut dengan motif teologis yaitu dorongan akan pengetahuan ketuhanan dan motif sosiogenetis yaitu dorongan yang terbentuk berdasarkan interaksi sosial dengan orang-orang atau hasil kebudayaan lingkungan sekitar. Selain itu, pengaruh kebudayaan media massa terhadap perkembangan komunitas *Hijabers* juga menjadi salah satu motivasi bagi mereka untuk mengaktualisasikan diri mereka kedalam komunitas tersebut. *Hijabersmom Community Aceh* tidak hanya menjadi wadah dalam mencari ilmu agama dan berbagi dengan sesama tapi sekaligus tempat untuk mengembangkan potensi diri dan eksistensi di kalangan masyarakat.

Identitas sosial yang terbentuk dalam kelompok ini menurut pandangan masyarakat dan informan adalah kelompok yang eksklusif yang merujuk pada pembentukan *image* sebagai komunitas satu-satunya di Aceh yang mencirikan wanita masa kini dengan gaya *fashionable* namun tetap peduli akan lingkungan sosial.

Daftar Pustaka

- Ahmadi, A. (2009). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Barnard, M. (2009). *Fashion Sebagai Komunikasi Cara Mengkomunikasikan Identitas sosial, Seksual, Kelas dan Gender*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Giddens, A. (2006). *Sociology*. Oxford UK: Blackwell Publishing Ltd .
- Hardiyanti, R. (2012). *Berjilbab Komunitas Jilbab Kontemporer "Hijabers" di Kota Makassar* (Skripsi, Jurusan Sosiologi Universitas Hasanuddin). Tersedia di <http://repository.unhas.ac.id/bitstream/handle/123456789/1460/KOMUNITAS%20JILBAB%20KONTEMPORER%20ACC.pdf?sequence=1>.
- Ibrahim, I. S. (2011). *Budaya Populer Sebagai Komunikasi (Dinamika Popscape dan Mediascape di Indonesia Kontemporer)*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Istiyanto, B. S. (2008). *Pentingnya Komunikasi Artifaktual dalam Keberhasilan Modifikasi Komunikasi Antarmanusia*. Diakses dari <https://sbektiistiyanto.files.wordpress.com/2008/02/komunikasi-artifaktual.pdf>.
- Jackson, J.W., & Smith, E.R. (1991). Conceptualizing social identity: A new framework and evidence for the impact of different dimensions. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 25(1), 80.
- Kriyantono, R. (2008). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Littlejohn, W. S., & Foss, A. K. (2009). *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Moleong, L. J. (2000). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Marshall, C., & Rossman, G. B. (1989). *Designing qualitative research*. Newbury Park, CA: Sage.
- Mulyana, D. (2007). *Ilmu Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, J. (2004). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sobur, A. (2003). *Psikologi Umum*. Bandung: Pustaka Setia.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syam, N. (2005). *Bukan Dunia Berbeda Sosiologi Komunitas Islam*. Surabaya: Pustaka Eureka.
- Taher, A. (2009). *Metodologi Penelitian Sosial*. Syiah Kuala University Press.