

GAYA BUSANA MUSLIMAH DALAM KONSUMSI TANDA

Oleh: Enggar Rustyafuri dan Grendi Hendrastomo

email: enggar.rustyafuri@gmail.com

Jurusan Pendidikan Sosiologi-Fakultas Ilmu Sosial- Universitas Negeri Yogyakarta

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Gaya Busana Muslimah dalam Konsumsi Tanda yang meliputi perilaku berbelanja busana Muslimah, makna busana Muslimah Syar'i, serta konsumsi tanda pada busana Muslimah. Kajian tentang gaya busana muslimah dalam konsumsi tanda menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan informan Muslimah yang berbelanja di Toko Fashion Islam dan berbusana Muslimah. Proses analisis data penelitian menggunakan model interaktif Miles dan Huberman, mulai dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, hingga proses penarikan kesimpulan. Hasil penelitian mengenai Gaya Busana Muslimah dalam Konsumsi Tanda ada dua hal. Pertama terdapat 4 tanda yang ada dalam konsumsi busana muslimah yaitu tanda modis, tanda sosial, tanda identitas, dan tanda kesejahteraan. (1) Tanda modis berkaitan dengan konsumsi busana muslimah dapat menampilkan citra perempuan yang modis ketika mengenakan busana muslim. (2) Tanda sosial berkaitan dengan konsumsi busana muslimah digunakan untuk membangun hubungan dengan lingkungan sosialnya. (3) Tanda Identitas berkaitan dengan konsumsi busana muslimah dapat menunjukkan identitas individu seperti agama, kelas, maupun ideologi yang dianut (4) Tanda Kesejahteraan dengan konsumsi busana muslimah dapat menunjukkan seberapa besar materi ataupun kelas sosial perempuan muslimah berada. Kedua busana muslimah pada akhirnya dikonsumsi tidak semata-mata berdasar fungsi pokoknya sebagai penutup aurat namun berdasarkan empat tanda tersebut. Sehingga konsumsi busana muslimah tidak lagi berdasarkan atas ketaatan beragama namun pemenuhan hasrat belanja.

Kata kunci: *busana muslim, konsumsi tanda, gaya busana*

MUSLIMAH FASHION STYLES IN THE CONSUMPTION OF SIGNS

By: Enggar Rustyafuri dan Grendi Hendrastomo

email: enggar.rustyafuri@gmail.com

Sociology Education – Faculty of Social Science – Yogyakarta State University

Abstract

This research aimed to know Muslimah Fashion Styles in the Consumption of Signs which includes the shopping behaviour of Muslimah fashion, the meaning of Sharia-inspired Islamic fashion, as well as the consumption of signs on the fashion. The study used a qualitative descriptive method with informants were shoppers of the Muslim fashion stores and wore Muslimah dresses. Process of research data analysis used interactive models, Miles and Huberman, started from data collection, data reduction, data presentation, until withdrawal conclusion process. There were two results on Muslimah Fashion Styles in The Consumption of signs research. First, there were 4 signs in the consumption of Muslimah fashion namely sign of fashionable, sign of social, sign of social identity, and sign of prosperity. (1) Sign of fashionable related to muslimah fashion consumption which showed the image of fashionable women when wearing Muslim fashion. (2) Sign of social related to consumption of Muslimah fashion used to build a relationship with the social environment. (3) Sign of social identity related to the consumption of Muslimah fashion may indicate the identity of individual such as religion, social class, and ideology when wearing muslimah fashion (4) Sign of prosperity showed the consumption of Muslimah fashion indicate the wealth or Muslim women social class. Second, muslimah fashion was consumed not only for the main function as a body coverage but also based on those four signs. So, the Muslim fashion consumption is no longer associated with the obedience to Islamic teachings but the fulfilment of the desires of shopping.

Keywords: muslim fashion, consumption of signs, fashion styles

A. PENDAHULUAN

Anthony Synnott (2008) mengatakan bahwa tubuh dan indera dikonstruksikan secara sosial dengan berbagai macam cara, oleh berbagai macam populasi yang berbeda, atas berbagai macam organ-organ, proses-proses, dan atribut-atribut tubuh. Sedangkan pakaian salah satu dari sekian banyak atribut tubuh yang berkembang saat ini. Melalui pakaian inilah tubuh dikonstruksi secara sosial. Tubuh menjadi simbol utama diri dan penentu diri yang utama.

Ketika tubuh merupakan suatu simbol yang alamiah (Nordholt, 2005) dan atribut-atribut dari tubuh bersifat sosial. Maka memakai pakaian untuk alasan sosial merupakan ciri dalam budaya manusia (Danesi, 2011). Sehingga beberapa masyarakat ada yang memberlakukan aturan melarang pemakaian baju menyayatkan dan menetapkan siapa saja yang boleh berpakaian dengan cara-cara tertentu. Banyak budaya yang berorientasi agama membedakan kode baju antara laki-laki dan perempuan.

Salah satu yang paling kentara adalah masyarakat muslim. Islam memiliki ajaran untuk menutup aurat bagi umatnya. Sehingga muncul busana untuk masyarakat islam khususnya perempuan yaitu busana muslimah. Sedangkan terdapat atribut tubuh yang digunakan khusus bagi perempuan

muslim untuk menutup aurat seperti jilbab, busana muslimah, cadar, khimar, dan sebagainya.

Menurut *State of The Global Islamic Economy 2013 Report mengenai Muslim Clothing/Fashion Market* menunjukkan bahwa pasar konsumsi busana muslim terbesar dipimpin oleh Turki, Iran, Indonesia, Mesir, dan Arab Saudi. Hal ini menunjukkan bahwa konsumsi akan busana muslim akan terus meningkat baik diberbagai negara maupun dunia bahkan menyaingi pasar pakaian lain. Indonesia meraih posisi ketiga di tahun 2012 yaitu 16,2 miliar dollar dalam pasar konsumsi busana muslim. Artinya konsumsi busana muslim di Indonesia dari tahun ke tahun akan terus meningkat.

Dambaan masyarakat khususnya perempuan adalah kecantikan. Kecantikan merupakan penilaian tertinggi dari perempuan. Melalui busana muslim inilah citra kecantikan dapat terwujud serta dapat memunculkan citra lainnya. Melalui busana muslim inilah citra kecantikan dapat terwujud serta dapat memunculkan citra lainnya. Lebih jauh Baudrillard (2013) bahwa kecantikan tidak lebih dari sekedar perangkat tanda yang ditukar. Sehingga untuk memunculkan kecantikan perempuan muslim mengonsumsi tanda yang ada pada gaya busana muslim. Busana muslimah bukan lagi dipandang sebagai objek nilai

guna namun dapat dimanipulasi yang bisa berfungsi sebagai nilai tanda. Dengan latar belakang mengenai busana muslim di atas peneliti akan mendeskripsikan secara mendalam mengenai gaya busana muslimah dalam konsumsi tanda.

B. KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI

1. Tubuh dan Busana

Dalam disiplin ilmu sosial, Mary Douglas dalam (Synnott, 2008) mendefinisikan tubuh sebagai sebuah simbol yang alamiah, setiap bagian dari tubuh memuat pemaknaan sosial. Lebih lanjut setiap budaya membuat seleksinya sendiri dari wilayah simbolisme tubuh (Saptandari, 2013). Artinya Douglas melihat tubuh sebagai diri cenderung dimaknai secara sosial, makna itu terkadang dipaksakan ke dalam tubuh sebagai diri agar sesuai dengan budaya yang berlaku dalam masyarakatnya.

Saat ini kita tahu bahwa tubuh telah dibebaskan, tubuh menjadi lebih mulia dan terhormat. Penemuannya menjadi sebuah kritik terhadap hal yang sakral kepada yang lebih bebas, benar, dan emansipasi. Baudrillard menyebut kebangkitan ini sebagai

sebuah perjuangan manusia dalam melawan tuhan dilakukan dalam tanda pengeramatan (Baudrillard, 2013). Tubuh yang dipuja tak lagi menentang jiwa yang posisi sebelumnya berada di atas tubuh. Lebih lanjut Baudrillard (2013) seluruh tubuh terbuka, dipuja, dikepung oleh mode, dan bukan oleh kesenangan, justru inilah makna tubuh, inilah kebenaran tubuh yang hilang dalam proses hipnotis.

Berkaitan dengan penampilan, yang paling disorot adalah pakaian. Level biologis dari fungsi pakaian ialah meningkatkan kemampuan kita dalam bertahan hidup (Danesi, 2011). Artinya pakaian memiliki fungsi untuk perlindungan tubuh. Kita dapat melihat berbagai macam pakaian menurut kondisi geografis dan topografi suatu wilayah.

Pada abad gaya hidup, penampilan adalah segalanya. Segala macam aktivitas harus memperhatikan penampilan tubuh. Menurut Idy Subandy dalam (Chaney, 2011) penampilan diri justru mengalami estetisasi. Bahkan tubuh/diri (body/self) juga mengalami estetisasi tubuh. Tubuh/diri dan kehidupan sehari-

hari pun menjadi sebuah proyek, benih penyemaian gaya hidup. Kaitannya dengan pakaian, melalui pakaian inilah tubuh diestetisasi. Perkembangan *fashion* yang begitu cepat turut mendukung penampilan tubuh. Tubuh dikemas sedemikian rupa oleh pakaian agar memiliki nilai.

Identifikasi yang muncul dari sebuah pakaian yang dilekatkan pada tubuh memberikan sebuah tanda, makna, status sosial, serta karakter yang dibawa pada pakaian. Baudrillard (2013) mengatakan bahwa tubuh menjadi sebuah objek kasih sayang dan monopoli yang terbaik. Tubuh hanyalah yang terbaik dari objek yang dimiliki, dimanipulasi, dipakai secara fisik. Tubuh dikelola, diurus seperti harta warisan, orang memanipulasi seperti satu dari berbagai penanda status sosial.

2. Busana dalam konsep islam pada masyarakat Indonesia

Islam memiliki ajaran kepada umatnya dalam berpakaian untuk menutup auratnya. Perempuan dalam menutup aurat menjadi persoalan dan aturan tersendiri dalam islam. Islam mengajarkan bahwa pakaian adalah

penutup aurat, bukan sekedar perhiasan. Mereka diperintahkan untuk tidak membuka aurat dihadapan orang lain dan dilarang pula melihat aurat orang lain (Shahab: 1986).

Secara etimologis, jilbab berasal dari bahasa Arab yaitu *jalaba* atau bentuk jamaknya *jalabib* (Surtiretna, 1995). Banyak ulama dan ahli tafsir yang mengartikan kata *jalaba* atau jilbab sebagai busana muslimah yaitu suatu pakaian wanita yang tidak ketat atau longgar serta menutupi seluruh tubuh wanita, kecuali muka dan telapak tangan (Indriati, 2013).

3. Busana Muslimah dalam Konsumsi Tanda

Banyaknya masyarakat yang gemar mengenakan busana muslim pada setiap aktivitasnya sehari-hari menjadikan busana muslim sebagai *fashion* dan *lifestyle* (gaya hidup). Lebih khusus busana muslim semakin digemari oleh perempuan muslim. Menurut Polhemus dan Procter dalam masyarakat kontemporer barat, istilah *fashion* sering digunakan sebagai sinonim dari istilah *dandan*, *gaya*, dan *busana* (Henderiningrum, 2008). Menurut Kess Van Dijk dalam (Ibrahim, 2005) *fashion* sebagai

salah satu bagian dari seluruh rentang penandaan paling jelas dari penampilan luar yang dengannya menempatkan diri mereka terpisah dari yang lain dan diidentifikasi sebagai suatu bagian kelompok tertentu.

Fashion bukan memuat sebuah nilai nyata dalam masyarakat, ketika fashion telah menjadi suatu konsumsi masyarakat maka hal itu hanyalah berdasar pada kebutuhan semu atau *pseudo needs*. Kebutuhan semu tersebut dapat mengaktualisasi kekayaan yang ada pada masyarakat. Seperti yang dikatakan Baudrillard, logika tandalah yang bermain di sini. Komoditas seperti busana muslimah tidak lagi didefinisikan berdasarkan kegunaannya namun berdasar atas apa yang mereka maknai (Baudrillard, 2013). Sebuah kritik dari Baudrillard terhadap kebutuhan konsumsi adalah sebuah sifat rakus dan ketidakpuasan tanpa henti konsumen. Penggunaan konsep kebutuhan yang dalam definisinya dapat dipuaskan dan tidak dapat menjelaskan kerakusan konsumen. Busana muslim bagi perempuan muslim menjadi sebuah kepuasan secara emosional. Belanja

busana menjadi kegiatan yang tak cukup diri.

Pandangan Baudrillard tentang konsumsi tanda sebagai pertukaran simbol dipengaruhi oleh beberapa ide teoritik sebelumnya. Baudrillard berpendapat bahwa akses terhadap tanda dan makna diabad kontemporer masyarakat global menyebabkan hilangnya realitas. Dunia global dikendalikan oleh pertukaran tanda dan komoditas. Pemikiran Baudrillard tentang makna tanda dan signifikasinya, berbeda dengan realisme simbolis Mauss dan Bataille (Ritzer, 2013).

Konsumsi tanda sendiri adalah perilaku menggunakan, menghabiskan, atau mendayagunakan sebuah barang dalam arti lebih dari sekedar komoditas namun kepada pesan atau citra yang secara tidak langsung dapat memaknai apa yang dikonsumsi. Istilah yang muncul menurut Baudrillard (2013) adalah logika tanda dimana objek tidak lagi dihubungkan dengan fungsi atau kebutuhan yang nyata.

Konsumsi tanda pada busana muslimah berkaitan dengan teori konsumsi dari Jean Baudrillard mengenai perubahan objek dan

perubahan kebutuhan. Baudrillard (2013) mengatakan bahwa dalam logika tanda seperti simbol-simbol, objek-objek tidak lagi dihubungkan dengan fungsi atau kebutuhan yang nyata. Baudrillard juga mengatakan bahwa objek yang dikonsumsi masyarakat postmodern bukan lagi objek yang murni memiliki nilai guna ataupun nilai tukar, melainkan objek yang memiliki nilai tanda (Anandita, 2014).

Masyarakat dalam konsumsi tanda busana muslim penuh dengan permainan citra. Daripada menguasai simbol, status, prestise, lewat objek-objek yang dikonsumsi, kita justru terperangkap di dalam sistemnya (Piliang, 2012). Baudrillard (2013) mengatakan bahwa konsumsi pada akhirnya kita hanya berada dalam masyarakat persaingan menyeluruh, totaliter, yang bermain disemua tingkatan ekonomi, pengetahuan, keinginan, tubuh, tanda, dan dorongan-dorongan.

C. METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian ini adalah usaha untuk memahami beragam makna dan

persepsi masyarakat khususnya perempuan muslim dalam mengenakan dan berbelanja busana muslim di Yogyakarta. Persepsi dan makna tersebut dapat dipakai oleh peneliti untuk memahami perilaku masyarakat dalam berbelanja busana muslim. Lebih khusus lagi untuk menganalisis secara mendalam gaya busana muslimah yang menjadi sebuah konsumsi tanda. Pemahaman tentang persepsi yang berangkat dari pengalaman subjek penelitian sesuai dengan aspek utama pendekatan fenomenologis yaitu aspek subjektif dari perilaku seseorang (Moleong, 2007).

B. Waktu dan Tempat Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di beberapa toko busana muslim di Yogyakarta. Adapun toko busana muslim yang dijadikan lokasi penelitian informan ialah Pand's, Karita, Al Fath, Metro Beringharjo, Butik Mall Galeria, dan Annisa. Lokasi penelitian tersebut menjadi tempat bertemunya peneliti dengan informan. Penelitian tentang Gaya Busana Muslimah dalam Konsumsi Tanda ini sesuai dengan rencana yang dilaksanakan kurang lebih 2 bulan, terhitung setelah proposal diseminarkan, yaitu pada tanggal 8 Januari- 8 Maret 2016.

C. Target/Subjek Penelitian

Pemilihan subyek penelitian menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* ini digunakan apabila anggota sampel yang dipilih secara khusus berdasarkan tujuan penelitiannya (Usman, 2004). Konteks Gaya Busana Muslimah dalam Konsumsi Tanda, sumber-sumber dengan ciri-ciri atau sifat yang khas tersebut adalah masyarakat muslim di Yogyakarta, dan masing-masing dipilih beberapa orang sebagai sampel: perempuan muslim dan sedang atau baru saja berbelanja busana muslim di toko busana muslim. Peneliti mendapatkan narasumber sejumlah 8 orang. Sebagai penelitian kualitatif, jumlah tersebut tidak ditentukan sebelumnya. Data yang diperoleh pada informan ke-8 telah mencapai data yang cukup jenuh (atau mewakili) untuk bisa dipakai sebagai data analisis dalam pembahasan hasil penelitian.

D. Data, Intrumen, dan Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan sumber data secara tertulis dan lisan. Teknik pengumpulan data yang pertama observasi yang meliputi kunjungan

ke toko busana muslim yang dijadikan lokasi penelitian, observasi dilakukan dengan mengamati perilaku konsumsi perempuan muslim dan melihat kecenderungan produk yang menjadi daya tarik perempuan muslim di toko busana muslim. Kedua, Wawancara mutlak diperlukan untuk memahami perilaku konsumsi subjek peneliti dan mencari makna tersembunyi dari pengenalan dan belanja busana muslim. Peneliti menganalisis secara mendalam terkait tanda atau simbol dari konsumsi busana muslimah. Sehingga pertanyaan utama dalam wawancara pun terkait dengan makna yang dipahami subjek penelitian yaitu perempuan muslim dalam mengonsumsi busana muslim. Ketiga, dokumentasi yang diperoleh dari informan sendiri yang mengenakan busana muslim dalam berbagai acara. Dokumentasi juga bertujuan untuk membandingkan gaya berbusana informan pada saat peneliti melakukan wawancara dengan gaya busana muslim pada acara tertentu.

E. Validitas Data

Penelitian ini menggunakan teknik triangulasi untuk memvalidkan data yang terkumpul. Dalam penelitian ini, perbandingan-perbandingan yang

dilakukan peneliti adalah (1) hasil wawancara dengan informan sebagai konsumen pada toko busana muslim di Yogyakarta (melakukan konfirmasi dengan informan) (2) hasil observasi dengan mencari kesesuaian tentang perilaku belanja konsumen di toko busana muslim serta gaya busana muslim mereka (3) hasil dokumentasi yang dimiliki oleh informan terkait dengan gaya busana mereka pada acara tertentu dengan hasil wawancara penelitian (4) membandingkan keadaan dan perspektif informan tentang belanja dan pengenalan busana muslim dengan referensi buku terkait perilaku belanja dan pengenalan busana muslim. Keseluruhan proses perbandingan dan pengecekan selalu dalam konteks untuk menjawab rumusan masalah penelitian yaitu gaya busana muslim dalam konsumsi tanda.

F. Teknik Analisis Data

Peneliti melakukan analisis data selama proses pengumpulan data dan setelah selesai mengumpulkan data. Analisis data pada penelitian ini mengikuti analisis model Miles dan Hubberman. Model analisis data Miles Huberman dalam (Sugiyono, 2008) . Adapun model analisis Miles Huberman yaitu: (1) Pengumpulan data berupa observasi yang dilakukan di toko busana muslim dan

wawancara kepada perempuan muslim yang sedang berbelanja atau berada di toko busana muslim. (2) Reduksi Data berupa menyempurnakan data kasar dalam bentuk transkrip wawancara, melakukan pengkodean dan mengkategorikan data agar lebih fokus, selanjutnya proses menuangkan dalam paragraph. (3) Penyajian Data berupa mendeskripsikan lokasi penelitian yaitu toko busana muslim, mendeskripsikan informan, menyajikan analisis setiap informan. Setelah dilakukan deskripsi pada lokasi dan informan peneliti barulah melakukan kajian wawancara informan dan analisis mendalam sesuai dengan rumusan masalah yang akan dijawab. (4) Verifikasi data/ Penarikan kesimpulan (Conclusion) berupa mencari sebuah makna, keteraturan, dan pola yang terjadi konsumsi busana muslimah.

G. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Tubuh perempuan dalam Balutan Busana Muslimah

Ide mengenai tubuh dikemukakan oleh Mary Douglas (Synnott, 2008), ia mengembangkan idenya mengenai dua tubuh yaitu diri

dan masyarakatnya. Dalam tubuh sosial memaksakan suatu cara agar fisik dapat diterima. Fenomena pengenalan busana muslim berpengaruh besar terhadap diri individu secara sosial maupun kontrol diri. Ketika tubuh perempuan muslim dipakaikan busana muslim sebenarnya hal itu agar dirinya sesuai dengan budaya yang berlaku dalam masyarakat.

Ya semakin ke sini semakin nyaman semakin enak terus kita menjalaninya semakin ikhlas, kan secara tidak langsung kalau kita sudah berani buat menutup aurat otomatis kita akan terus meningkatkan amalan kita gak mungkin kan kita cuma sekedar penampilan aja (ADR, tanggal 12 Februari 2016 pukul 18.01 WIB)

Kepatuhan-kepatuhan yang muncul dalam individu seperti pernyataan di atas ialah ia semakin meningkatkan amalan dalam agama islam bukan hanya penampilan dalam menutup aurat dengan busana muslim. Dengan begitu yang didapat oleh individu dalam pengaturan tubuhnya pun sebuah identitas, nilai, simbol, makna, dan tubuh sosial menjadi dicintai.

Fenomena yang terjadi terkait dengan banyaknya muslim yang berusaha untuk menutup aurat dengan balutan busana muslim menandakan suatu kebangkitan atas tubuh. Baudrillard dalam idenya menyebut tubuh yang sekarang dipuja karena menutup aurat, dikepung

oleh mode busana muslim, dan bukan atas kesenangan ialah makna tubuh yang sebenarnya, inilah makna tubuh yang terhipnotis (Baudrillard, 2013).

2. Konsumsi Tanda pada Busana Muslimah

Berkembangnya gaya busana muslim menjadi salah satu alasan ramainya pasar konsumsi busana muslim. Masyarakat khususnya perempuan muslim memiliki minat untuk mengenakan busana muslim dalam segala aktivitasnya. Sehingga belanja busana muslim menjadi sebuah kebutuhan bagi masyarakat islam khususnya perempuan di Indonesia. Prioritas individu dalam berbelanja busana muslim pada dasarnya menganut kepada ide Baudrillard mengenai logika fashion atau logika tanda. Dalam penelitian ini banyak dijumpai logika pertukaran simbol yang mana individu secara tidak kasat mata mengonsumsi busana muslim dengan alasan lebih bagus, terlihat sholehah, lebih dihargai.

Berbelanja busana muslim bukan hanya sebuah hasrat individu untuk menikmati objek saja namun lebih dari itu busana muslim menciptakan sebuah tanda bagi pemakainya untuk dapat menukarkan sebuah simbol atau tanda yang ada dalam busana muslim. Simbol dan tanda itu tidak secara kasat mata atau fisik hadir dalam

busana muslim namun akan muncul ketika individu berbelanja atau mengenyakannya

Adapun konsumsi tanda yang muncul dalam busana muslim sebagai berikut:

a. Tanda Modis

Tanda modis muncul karena adanya sebuah transformasi dimana busana muslimah sebelumnya dianggap sebagai suatu pakaian yang terbelakang. Busana muslimah bagi perempuan pada dasarnya berfungsi sebagai penutup aurat (bagian tubuh yang harus ditutupi). Busana muslimah merupakan suatu bentuk ketaatan dalam beragama. Agama secara khusus mengatur tubuh perempuan atas nama kepatutan, kelaziman, bahkan atas nama kekuasaan. Dalam perkembangannya busana muslimah tidak dapat dilepaskan dari pengaruh media dan dunia populer. Sehingga busana muslimah bukan lagi sekedar kain penutup namun merambah ke dunia fashion. Busana muslimah menjadi barang fashion sebagai tuntutan dari dunia populer dan kapitalisasi. Busana muslimah yang menjadi fashion menjadi suatu objek konsumsi yang didalamnya mendekonstruksikan tanda-tanda yang terkandung dalam objek konsumen. Dekonstruksi tanda pada busana muslimah ini salah satunya ialah tanda kemodisan yang dapat

menentukan status, prestise, dan simbol sosial tertentu (Piliang, 2012).

b. Tanda sosial

Menurut Linda B.Arthur dalam (Sunesti, 2012) bahwa pakaian memiliki kompleksitas makna dimana tubuh bisa dibaca sebagai komunikasi nilai-nilai sosial dan agama. Menurut Yuyun Sunesti bahwa konsep busana muslimah menciptakan cara berpakaian perempuan yang dianggap mampu menyembunyikan tubuh perempuan dari kekhawatiran bangkitnya nafsu laki-laki. Adanya perubahan persepsi tubuh perempuan yang beranjak dari konsep al-Qur'an tentang aurat menjadi persepsi perempuan yang dalam beberapa hal dipengaruhi oleh keterlibatan aktor ataupun media dalam membentuk keterlibatannya pada lingkungan sosial.

Perkembangan saat ini busana muslim bagi perempuan tidak sekedar dimaknai sebagai pakaian penutup aurat namun memiliki tanda sebuah kontrol maupun hubungan individu dengan sosialnya. Sehingga muncul sebuah tanda sosial dalam belanja dan pengenalan busana muslim. Tanda sosial seperti melindungi dirinya dari pembicaraan orang lain, merasa percaya diri di hadapan orang lain, atau ada sebuah kenyamanan mengenakan

busana muslim apabila berhadapan dengan lingkungan sosialnya.

c. Tanda Identitas

Retno Hendraningrum (2008) mengatakan bahwa fashion menjadi sebuah alat komunikasi yang menyampaikan untuk menyampaikan identitas pribadi. Fashion dalam busana muslim dapat menunjukkan siapa diri kita. Busana muslim dapat menandakan sebuah identitas ketika individu mengonsumsinya.

Tanda identitas muncul bermula dari kelas menengah muslim yang mengalami transformasi nilai maupun bentuk. Mulai dari kelas borjuis, intelektualisme, lantas kemudian menjadi gaya hidup keseharian. Menurut Rofhani dalam (Jati, 2014) bahwa islam tidak lagi diterjemahkan dalam konteks kanonik, namun menjadi identitas kolektif yang mengikat setiap elemen anggota kelas tersebut. Dalam kaca mata gaya hidup menurut Ariel Heryanto bahwa populernya busana muslimah dalam konteks konsumsi menunjukkan adanya kesadaran spiritual masyarakat muslim khususnya perempuan untuk menjalankan perintah agama bukan dalam konteks konservatif namun menyesuaikan nilai-nilai modern yang dianut masyarakat sekarang.

d. Tanda Kesejahteraan

Gaya hidup kelas menengah identik dengan budaya *leisure time* seperti shopping, wisata, dan fashion yang menggambarkan bagaimana mereka menghabiskan waktu luang. Busana muslimah yang telah identik dengan fashion merupakan symbol status yang dapat digunakan untuk mencitrakan gaya hidup oleh kelompok kelas menengah. Melalui busana muslim perempuan muslim dapat memisahkan dirinya dari golongan kelas atas maupun bawah (Rahmawati, 2013). Begitu pula dengan busana muslim yang menjadi objek konsumsi dan tanda-tanda kebahagiaan dalam bentuk kesejahteraan akan adanya materi.

Tabel 1. Konsumsi Tanda pada Busana Muslimah

Informan	Konsumsi			
	Tanda Modis	Tanda sosial	Tanda Identitas	Tanda Kesejahteraan
ALT	√	√	√	
FTM	√	√		√
TT	√	√	√	√
BN		√	√	√
NSH	√	√		
SKM		√	√	
ADR	√	√	√	
CC	√	√	√	√

3. Busana Muslim Syar'i antara Ketaatan dan Hasrat Belanja

Tahun 2010 menjadi titik balik dimana busana muslim khususnya hijab

sebagai sebuah fashion populer di Indonesia bahkan dunia. Hal itu kemudian membuat masyarakat khususnya perempuan banyak yang mengenakan busana muslim dan hijab. Berbagai pandangan masyarakat mengenai busana muslim kemudian muncul istilah syar'i dalam busana muslim. Ketika berbicara syar'i maka akan mengarah kepada aturan atau perintah islam dalam berbusana muslim. Sebuah busana muslim tidak mudah dikatakan syar'i apabila belum memenuhi kriteria dan syarat tertentu

Pada satu sisi individu berusaha untuk mentaati agama namun sisi lain busana muslim syar'i mampu mengkomunikasikan hasrat belanja menjadi orang modern yang saleh dan sekaligus menjadi muslim yang modern karena mengikuti trend. Sehingga secara kasat mata busana muslim syar'i memang telah mentaati perintah agama islam dalam menutup aurat, namun hal ini juga harus diikuti dengan hasrat belanja busana muslim syar'i yang telah mendapat label lebih mahal daripada busana muslim pada umumnya. Pada akhirnya sesuai dengan pendapat Baudrillard bahwa komoditas busana muslim tak lagi didefinisikan berdasar kegunaannya namun berdasar atas apa yang mereka maknai.

Fenomena busana muslim syar'i akhirnya menjadi sebuah pseudo realitas (kenyataan semu), hiperrealitas, menurut pemikiran Baudrillard. Busana muslim syar'i sebagai pertanda bahwa orang tersebut adalah muslim, tetapi di satu sisi memberikan makna lain yang berbeda. Misalnya, untuk menutupi kekurangan secara fisik ataupun ingin menunjukkan sebagai orang modern yang mengenakan pakaian yang *fashionable* namun tetap sesuai perintah agama yang dianutnya.

H. SIMPULAN DAN SARAN

1. Simpulan

Fungsi utama busana muslimah ialah penutup aurat. Kenyataannya busana muslim tidak lagi dipahami sebagai penutup aurat namun lebih dari itu, seperti yang dikatakan oleh Baudrillard bahwa busana muslim memiliki logika fashion yang di dalamnya terdapat logika pertukaran simbol. Hal itulah yang terjadi saat ini, konteks busana muslim sebagai penutup aurat mulai dikesampingkan dan menjadi permainan tanda. Terdapat 4 konsumsi tanda pada penelitian ini tentang busana muslimah yaitu tanda modis, tanda, sosial, tanda identitas, dan tanda kesejahteraan.

2. Saran

Konsumsi busana muslimah pada dasarnya menjadi sebuah kebutuhan dasar perempuan islam. Hal ini dikarenakan busana muslimah sebagai wujud untuk menjalankan perintah agama khususnya islam. Kenyataannya masyarakat sekarang cenderung melupakan esensi dasar dari busana muslim. Pada akhirnya masyarakat hanya akan terjebak pada hasrat belanja, tanda busana muslim, serta kepuasan secara emosional yang hal itu menjadikan busana muslim menjadi kebutuhan semu. Sehingga sebaiknya masyarakat yang berbelanja dan mengenakan busana muslim selalu ingat akan esensi dasar sebuah busana muslim.

DAFTAR PUSTAKA

- Anandita, D. (2014). Konsumsi Tanda pada Fashion Hijab . *Skripsi* , 1-15. <http://jmsos.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jmsos/article/view/15> diakses pada tanggal 13 November 2015
- Baudrillard, J. (2013). *Masyarakat Konsumsi*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Chaney, D. (2011). *Lifestyle: Sebuah Pengantar Komprehensif* . Yogyakarta: Jalasutra.
- Danesi, M. (2011). *Pesan, Tanda, dan Iklan*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Henderiningrum, R. (2008). Fashion dan Gaya Hidup : Identitas dan Komunikasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 25-32. <http://eprints.upnyk.ac.id/4693/> diakses pada tanggal 23 Oktober 2015
- Ibrahim, I. S. (2005). *Lifestyle Ecstasy: Kebudayaan Pop dalam Masyarakat Komoditas Indonesia*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Moleong, L. J. (2007). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosdakarya.
- Nordholt, H. S. (2005). *Outward Appearances: Trend, Identitas, Kepentingan*. Yogyakarta: LKiS.
- Piliang, Y. A. (2012). *Semiotika dan Hypersemiotika: Kode, Gaya, dan Matinya Makna*. Bandung: Matahari.
- Rahmawati, N. N. (2013). *HIJABERS COMMUNITY (Studi tentang Konsumsi dan komodifikasi Busana Muslim dalam Komunitas Wanita Muslimah Berhijab di Yogyakarta)*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada .
- Reuters, Thomson. (2013). *State of The Global Islamic Economy 2013 Report*. Dubai : 2013. <http://www.iedcdubai.ae/assets/uploads/files/tr-state-of-islamic-economy-2013/> diakses pada tanggal 13 November 2015

- Ritzer, G. (2013). *Teori Sosiologi* . Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Shahab, H. (1986). *Jilbab: menurut Al Qur'an dan As Sunah*. Jakarta: Mizan.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R& D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunesti, Y. (2012). Ruang Publik dan Ekspresi Keberagaman Perempuan Berjilbab di Yogyakarta. *Jurnal Sosiologi Reflektif*, 1-11. <http://ejournal.uin-suka.ac.id/index.php/sosiologireflek> diakses pada tanggal 22 Oktober 2015
- Surtiretna Nina, A. R. (1995). *Anggun Berjilbab*. Indonesia: Al-Bayan.
- Synnott, A. (2008). *Tubuh Sosial: Simbolisme, diri, dan masyarakat*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Usman, H. (2004). *Metode Penelitian Sosial* . Jakarta: Bumi Aksara .