

Presentasi Diri Mahasiswi Muslim yang Berhijrah: Sebuah Studi Kasus

Prily Carla Marita¹, Audi Ahmad Rikardi², Raihan Yura Dwiutami³, Iwan Wahyu Widayat⁴

Universitas Airlangga^{1,3,4}, Universitas Gadjah Mada²

e-mail: prily.carla.marita-2021@psikologi.unair.ac.id¹, audi.ahmad.r@mail.ugm.ac.id²,
rayuradx9@gmail.com³, iwan.widayat@psikologi.unair.ac.id

ABSTRAK

Fenomena hijrah terus berkembang di Indonesia. Fenomena hijrah dapat terpengaruh oleh konten-konten dalam media sosial. Media sosial membuat konten agama, termasuk ajakan untuk berhijrah, menjadi lebih mudah tersebar (Musahadah & Triyono, 2019; Syahrin & Mustika, 2020). Salah satu ciri individu yang telah berhijrah adalah berganti penampilan dengan memilih pakaian yang lebih longgar, tidak memperlihatkan lekuk tubuh, dan menggunakan jilbab panjang. Hijrah juga memiliki asosiasi dengan kekakuan dan ketertutupan (Hamudy & Hamudy, 2020). Penelitian ini dilakukan untuk menjelaskan bagaimana representasi perempuan yang "berhijrah". Penelitian dilakukan secara kualitatif. Penelitian ini menunjukkan bahwa secara psikologis terdapat beberapa alasan perilaku hijrah seperti adanya ilmu mengenai jilbab dari pihak eksternal, kekhawatiran pada figur ayah dan kakak laki-laki, mendapat pujian, serta adanya *role model* dalam berhijrah. Hal ini berpengaruh pada bagaimana hijrah direpresentasikan dalam bentuk citra diri perempuan-perempuan yang berhijrah. Nantinya hal ini akan berdampak pada semakin maraknya fenomena hijrah dalam lingkup maya maupun dunia nyata.

Kata kunci: : *fenomena hijrah, citra diri, psikologi islam*

ABSTRACT

The phenomenon of hijra continues to grow in Indonesia. This phenomenon can be influenced by contents in social media. Social media makes religious content, including invitations to emigrate, easier to spread (Musahadah & Triyono, 2019; Syahrin & Mustika, 2020). One of the characteristics of individuals who have migrated is their appearance by choosing looser clothes, not choosing their bodies, and using long headscarves. Hijrah also has associations with rigidity and closure (Hamudy & Hamudy, 2020). This study was conducted to explain how the representation of women who "emigrate". The research was conducted qualitatively. This study shows that psychologically there are several reasons for hijra such as the knowledge of hijab from external parties, regarding father and brother figures, getting praise, and having role models in emigration. This affects how the hijra is represented in the form of the self-image of the women who emigrated. Later this will have an impact on the increasingly widespread phenomenon of hijra in the virtual sphere and the real world.

Keywords: *hijra phenomenon, self-image, psychology of Islam*

PENDAHULUAN

Ribuan orang berkumpul dalam suatu acara yang bertajuk Hijrah Fest, sebagian besar peserta masih berusia muda. Acara Hijrah Fest merupakan sebuah acara yang digelar atas inisiatif para pesohor yang telah mengalami proses hijrah atau berupaya menjadi lebih baik sesuai ajaran agama, salah satunya adalah Arie Untung. Beberapa dai atau ustaz yang populer di media sosial turut berpartisipasi dalam acara Hijrah Fest dengan menyampaikan ceramah yang berisi ajakan untuk berhijrah (Aurelia, 2019; Subarkah, 2018). Ribuan orang yang hadir dalam acara Hijrah Fest dapat menjadi pertanda bahwa terjadi fenomena dalam masyarakat, khususnya pemuda, berkeinginan untuk lebih dekat dengan ajaran agama dan berupaya menjadi individu yang lebih baik atau memiliki keinginan untuk berhijrah.

Jika menelusuri riwayat Islamisasi di Indonesia, fenomena hijrah atau pertobatan mulai terjadi pada akhir era Orde Baru atau sekitar tahun 1990-an. Saat itu, para artis, terutama artis perempuan, berganti penampilan menjadi lebih islami pertanda kesadaran beragama mulai meningkat. Artis yang sebelumnya tidak memakai jilbab kemudian berganti penampilan dengan memakai jilbab, contoh dari artis tersebut adalah Ineke Koeserawati. Selain itu, secara politis pemerintah Orde Baru turut mengubah citra menjadi pemerintah yang lebih islami. Salah satu contoh adalah pemerintah turut dalam pembentukan organisasi ilmuwan Islam yaitu Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia atau ICMI. Selain itu, pemerintah juga turut terbuka terhadap ideologi Islam yang beragam sehingga kesadaran beragama turut meningkat. Contoh lain adalah Presiden Suharto menunaikan ibadah haji (Heryanto, 2015; Hutari, 2018).

Fenomena hijrah dapat terpengaruh oleh konten-konten dalam media sosial. Media sosial, terutama Instagram menjadi medium untuk menyebarkan konten mengenai ajakan untuk berhijrah. Konten agama melalui media sosial dapat menjadi lebih kreatif dan persuasif sehingga dapat menarik perhatian pengguna. Media sosial membuat konten agama, termasuk ajakan untuk berhijrah, menjadi lebih mudah tersebar (Musahadah & Triyono, 2019; Syahrin & Mustika, 2020).

Salah satu ciri individu yang telah berhijrah adalah berganti penampilan dengan memilih pakaian yang lebih longgar, tidak memperlihatkan lekuk tubuh, dan menggunakan jilbab panjang. Hijrah juga memiliki asosiasi dengan kekakuan dan ketertutupan (Hamudy & Hamudy, 2020). Sementara, pakaian dapat memiliki fungsi untuk menunjukkan kepada orang lain mengenai 'siapa diri ini' dan 'sebagai siapa diri ini ingin dilihat'. Selain itu, pakaian juga bertujuan untuk ekspresi diri dan kepribadian dari suatu individu (Do & Lee, 2013). Dengan kata lain, perubahan dalam berpakaian merupakan cara untuk menampilkan diri dan dapat menunjukkan kepada orang lain bahwa individu telah mengalami suatu perubahan, yaitu melakukan hijrah.

Presentasi diri atau *self-presentation* adalah sebuah upaya dari seseorang untuk menampilkan diri kepada orang lain dengan tujuan memberikan kesan yang baik. Motif untuk melakukan *self-presentation* dapat dibagi menjadi dua, yaitu *strategic* dan *expressive*. *Self-presentation* erat kaitannya dengan *impression management* dari Erving Goffman. Menurut Goffman (1959), latar waktu atau tempat menentukan bagaimana individu berperilaku atau dengan kata lain individu berperilaku berdasarkan waktu dan tempat yang berbeda.

Strategic self-presentation adalah bagaimana cara memanipulasi persepsi orang lain terhadap diri. Menurut Jones dan Pittman (1982), dalam Hogg & Vaughan, 2011, ada lima *strategic motives* dari *self-presentation*, yaitu:

1. *Self-promotion*, upaya agar orang lain dapat meyakini bahwa individu itu kompeten dalam melakukan suatu hal.
2. *Ingratiation*, upaya yang tujuannya adalah agar individu disukai oleh orang lain dengan menyenangkan orang lain
3. *Intimidation*, upaya untuk terlihat menakutkan bagi orang lain supaya memenuhi keinginannya.
4. *Exemplification*, upaya agar dianggap menjadi contoh individu yang terhormat secara moral.
5. *Supplication*, upaya agar terlihat menderita dan membutuhkan sehingga orang lain merasa

Prosiding Seminar Nasional Fakultas Psikologi Universitas Airlangga

Pemulihan Psikososial dan Kesehatan Mental Pasca Pandemi

18 September 2022

kasihan.

Expressive self-presentation adalah sebuah proses yang dilakukan oleh individu untuk mendapatkan validasi atau persetujuan dari orang lain tentang self-concept yang dimilikinya. (Schlenker, 1980, dalam Hogg & Vaughan, 2011). Interaksi individu dengan orang lain pada dasarnya adalah untuk mendapatkan konfirmasi dari orang lain mengenai ciri dari diri individu tersebut. Hal yang membedakan *expressive self-presentation* dengan *strategic self-presentation* adalah tujuannya. Apabila *strategic self-presentation* bertujuan untuk mendapatkan perhatian dari orang lain, *expressive self-presentation* bertujuan untuk membuat orang lain mengonfirmasi *self-concept* dari suatu individu.

Presentasi diri tidak hanya terjadi di dunia nyata tapi juga terjadi di media maya melalui laman-laman media sosial yang beragam dan salah satunya adalah Instagram. Saat ini, media sosial seperti Instagram, Snapchat, Facebook, dan Twitter yang berbasis visual semakin meningkat (Rettberg, 2004 dalam Beta, 2016). Studi yang dilakukan oleh Rozaki (2013) menunjukkan bahwa umat Muslim juga berusaha menggunakan teknologi untuk menunjukkan atau mengekspresikan keberislamannya. Termasuk muslimat pun memanfaatkan teknologi untuk memperlihatkan identitas mereka sebagai muslimat. Dalam penggunaannya, para muslimat akan melakukan banyak pertimbangan terkait tampilan serta etika mereka di media sosial. Jilbab atau kerudung sudah menjadi hal yang biasa di Indonesia, hal ini menyebabkan gambaran pakaian muslimat yang demikian tidak lagi tampak sebagai ketaatan agama saja tetapi juga sebagai keindahan tampilan serta konsumerisme (Beta, 2016).

Penelitian ini berupaya untuk mengetahui bagaimana presentasi diri dari seorang yang telah berhijrah. Secara khusus, penelitian ini bertujuan menelusuri bagaimana seorang muslimat yang telah berhijrah melakukan presentasi diri. Salah satu pertanda hijrah bagi seorang muslimat atau perempuan yang beragama Islam adalah perubahan pakaian. Penggunaan jilbab lebar yang khas, gamis, rok lebar, baju atasan yang lebar pula, kaki yang tertutup oleh kaos kaki, telah menjadi potret identitas yang shaliha, sopan, fundamentalis, konservatif, militan, dan lain sebagainya (Ahmadi & Yohana, 2007)(Ahmadi & Yohana, 2007).

Pertanda hijrah bagi seorang muslimat lebih tampak daripada seorang muslim yang berhijrah. Perubahan yang terjadi dalam proses hijrah dapat menjadi tantangan bagi individu untuk melakukan presentasi diri. Proses hijrah kerap terasosiasi dengan menjadi individu yang lebih tertutup dan berhati-hati dalam berperilaku. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menelusuri lebih lanjut bagaimana proses hijrah bagi seorang muslimat dan bagaimana presentasi diri seorang muslimat yang melakukan proses hijrah.

METODE

Desain Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan adalah jenis metode penelitian kualitatif. Tipe penelitian kualitatif yang digunakan adalah tipe penelitian studi kasus. Tipe penelitian ini biasanya digunakan untuk meneliti suatu latar, partisipan, atau peristiwa dengan dilakukan secara terperinci (Bogdan & Biklen, 1982). Sesuai dengan namanya, studi kasus memang menggali data-data terkait kasus tersebut. Kata kasus sendiri merujuk pada keputusan individu, organisasi, peristiwa, serta hal lainnya. Keputusan yang dimaksud meliputi penjelasan keputusan tersebut, mulai dari mengapa keputusan tersebut diambil, penerapan keputusan, hingga hasil dari keputusan tersebut (Yin, 2003 dalam Kahija, 2017).

Partisipan

Pemilihan partisipan penelitian dalam penelitian kualitatif dilakukan dengan pendekatan *purposive*, sampel tidak diambil dengan random, melainkan melalui pertimbangan atau kriteria tertentu yang sesuai dengan kebutuhan penelitian. Kriteria partisipan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Seorang mahasiswi muslimat (beragama Islam)
2. Mengubah gaya berpenampilan menjadi lebih tertutup dan sesuai *syariat* Islam

Sebelum memilih partisipan, terlebih dahulu peneliti menanyakan pada orang di sekitar peneliti bila ada seseorang yang masuk ke dalam kriteria penelitian. Partisipan penelitian merupakan mahasiswa sebuah perguruan tinggi negeri di Surabaya.

Strategi Pengumpulan Data

Penelitian yang akan dilakukan adalah jenis metode penelitian kualitatif. Tipe penelitian kualitatif yang digunakan adalah tipe penelitian studi kasus. Tipe penelitian ini biasanya digunakan untuk meneliti suatu latar, partisipan, atau peristiwa dengan dilakukan secara terperinci (Bogdan & Biklen, 1982). Sesuai dengan namanya, studi kasus memang menggali data-data terkait kasus tersebut. Kata kasus sendiri merujuk pada keputusan individu, organisasi, peristiwa, serta hal lainnya. Keputusan yang dimaksud meliputi penjelasan keputusan tersebut, mulai dari mengapa keputusan tersebut diambil, penerapan keputusan, hingga hasil dari keputusan tersebut (Yin, 2003 dalam Kahija, 2017).

Pemilihan partisipan penelitian dalam penelitian kualitatif dilakukan dengan pendekatan *purposive*, sampel tidak diambil dengan random, melainkan melalui pertimbangan atau kriteria tertentu yang sesuai dengan kebutuhan penelitian. Kriteria partisipan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

3. Seorang mahasiswi muslimat (beragama Islam)
4. Mengubah gaya berpenampilan menjadi lebih tertutup dan sesuai *syariat* Islam

Sebelum memilih partisipan, terlebih dahulu peneliti menanyakan pada orang di sekitar peneliti bila ada seseorang yang masuk ke dalam kriteria penelitian. Partisipan penelitian merupakan mahasiswa sebuah perguruan tinggi negeri di Surabaya.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik penelitian wawancara yang mendalam (*in depth interview*). Menurut Esterberg (2002), dalam Sugiyono (2015) wawancara adalah pertemuan antara dua orang yang bertanya jawab untuk bertukar informasi sehingga dapat mengonstruksikan makna suatu topik tertentu. Wawancara mendalam atau *in depth interview* ini berfungsi untuk mengungkap bagaimana kehidupan individu tersebut dan perspektifnya terhadap apa yang ia alami, pengalamannya, serta dapat mengungkap hal-hal bertopik sensitif. Bagaimana partisipan akan mengungkap dirinya dan sedalam apa hal yang diungkap merupakan tugas dari *interviewer* sebagai instrumen penting lain dari penelitian ini. Dapat disebutkan bahwa kedalaman *in depth interview* bergantung pada keahlian peneliti sebagai *human instrument* bagaimana menggiring *interviewee* untuk menemukan apa yang dicari.

Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini merupakan wawancara semi terstruktur, di mana sebelum wawancara pada partisipan telah dilakukan proses pembuatan pedoman wawancara. Pedoman wawancara dibuat berdasarkan pertanyaan penelitian yakni pertanyaan-pertanyaan utama yang kemudian akan dikhususkan menjadi pertanyaan yang lebih spesifik. Adanya pedoman wawancara ini dimaksudkan untuk memudahkan proses penggalian data agar wawancara dapat lebih terarah. Pertanyaan wawancara yang umum dapat mulai menjurus ke pertanyaan yang lebih dalam ketika jawaban partisipan dirasa kurang jelas ataupun berpotensi untuk digali lebih dalam. Sangat terbuka kemungkinannya hal ini dilakukan dikarenakan pada awal wawancara mayoritas partisipan tidak akan langsung menceritakan dirinya pada *interviewer* yang baru dikenalnya. Maka pendekatan atau *rapport* pada partisipan pada awal pertemuan sangatlah penting untuk dilakukan terutama untuk membangun *trust* di antara partisipan dan peneliti.

Analisis Data

Dalam melakukan analisis data, peneliti menggunakan teknik analisis tematik *Data-Driven*. Teknik analisis ini mencari tema yang muncul dan penting dalam menjelaskan suatu fenomena. Dalam teknik analisis *Data-Driven*. Kredibilitas merupakan proses pemantapan data yang digunakan dalam sebuah penelitian. Dalam meningkatkan kredibilitas penelitian ini, peneliti melakukan langkah triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain dalam membandingkan hasil wawancara terhadap objek penelitian (Moloeng, 2004). Triangulasi bisa dilakukan dengan empat teknik, yaitu triangulasi sumber/data, triangulasi peneliti,

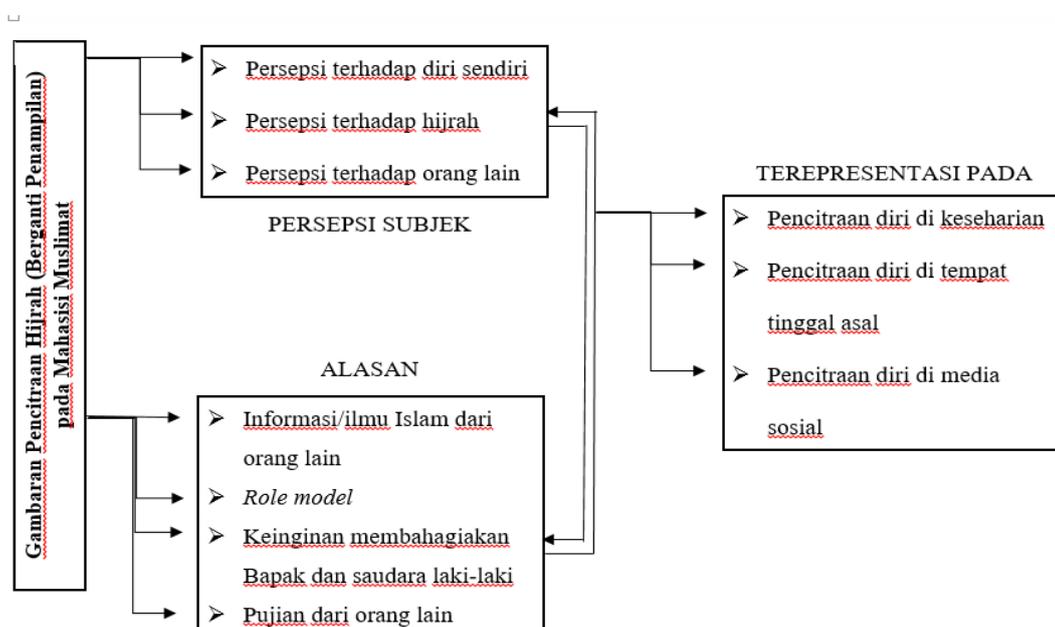
triangulasi metode, atau triangulasi teori. Triangulasi sumber/data dilakukan dengan memanfaatkan sumber atau data lain untuk mengonfirmasi kebenaran data yang telah diperoleh, triangulasi peneliti dilakukan bersama peneliti-peneliti lain yang pernah atau sedang meneliti topik yang sama atau topik yang berkaitan dengan topik yang sedang diteliti, triangulasi metode dilakukan dengan menggunakan beragam metode yang berbeda untuk memastikan keabsahan data, dan triangulasi teori dilakukan dengan melihat hasil-hasil penelitian terdahulu yang membahas topik yang sama atau topik yang berkaitan.

HASIL PENELITIAN

Dari deskripsi temuan yang berdasarkan pada hasil wawancara bersama partisipan dan *significant others*, maka diperoleh hasil analisis yang dijabarkan dalam tabel berikut:

Tabel 1. Hasil analisis data

Aspek	Hasil Analisis
Alasan berhijrah bagi seorang muslimat	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tambahan ilmu agama mengenai jilbab dari orang lain 2. Ingin membahagiakan ayah dan saudara laki-lakinya 3. Ingin mendapatkan pujian dari orang lain 4. Adanya <i>role model</i> dalam berhijrah
Pencitraan diri setelah berhijrah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pencitraan di media sosial 2. Pencitraan di lingkungan sehari-hari 3. Pencitraan di tempat tinggal asal
Persepsi mengenai hijrah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Persepsi dari Partisipan 2. Persepsi Orang Lain terhadap Partisipan yang Berhijrah



Gambar 1. Skema pencitraan diri perempuan yang berhijrah

Alasan Muslimat Memutuskan untuk Berhijrah

a) Tambahan ilmu agama mengenai jilbab dari orang lain

Pada awalnya, partisipan telah menutup aurat, tetapi partisipan masih memakai jilbab dengan model yang tidak sesuai syariat. Partisipan masih memakai celana panjang dan jilbab yang tidak terurai. Partisipan mendapatkan tambahan ilmu agama, khususnya mengenai jilbab dari orang asing yang ditemui.

"Kayak...hijrah kan kalo gak salah, mengubah dari berpikir yang sebelumnya. Berubah ke arah yang menjadi lebih baik. Dulu aku taunya, nutup aurat Cuma make kerudung, make celana, terus make baju panjang itu kan. Tapi ternyata, setelah kenal orang yang lebih ngerti, menutup aurat itu harus makai jilbab, bukan kerudung saja. Di dalam pun make baju siap. Baju siap ini kalo ketemu temen perempuan atau mahrom. Kalo jilbab kalo keluar rumah." (C180918:59)

b) Ingin membahagiakan ayah dan saudara laki-lakinya

Alasan lain mengapa partisipan berhijrah adalah ingin membahagiakan ayah dan saudara laki-lakinya. Karena, menurut mentornya, aurat yang tertutup atau tidak tertutup akan berdampak pada ayah dan saudara laki-laki. Kemudian, partisipan merasa belum mampu membahagiakan keluarganya di dunia. Sehingga, partisipan memutuskan untuk berhijrah.

"Ya...itu, kayak gitu. Terus misalnya aku nanya "rok itu gimana mbak? Soalnya di Nurza gak begini" Terus mbaknya jelasin dari hadis itu begini, terus ayat tadi, terus awalnya gak nerima langsung..soalnya aku masih make celana (tertawa), terus aku mikir dampaknya tidak nutup aurat, tidak make kerudung, terus dilihat orang lain, dampaknya itu ke bapakmu dan saudaramu. Itu yang bikin aku termotivasi, aku belum bisa bangga di dunia, masa aku gak bangga di akherat juga." (C180918:82)

"Sama saja sih..banyak yang belum bisa ditinggalkan, kayak K-Pop, Ngegrab, terus sama temen laki-laki masih suka becanda kelewatan. Jadi kalau orang-orang memandang aku hijrah itu sebenarnya belum, ini baru usaha memperbaiki diri, kan menutup aurat itu wajib. Dan motivasiku itu cuma...sayang ke bapak." (C180918:136)

c) Ingin mendapatkan pujian dari orang lain

Dalam berhijrah, partisipan masih menginginkan pujian dari orang lain terhadap tampilan barunya.

"Belum sepenuhnya. Soalnya, kayak menghilangkan sifat ingin dipuji itu masih sering muncul. Terus kalau melakukan sesuatu itu masih sering nimbang untungnya apa, sih?" (C031118:215)

d) Adanya role model dalam berhijrah

Sebelum memutuskan untuk berhijrah, partisipan melihat orang lain sebagai *role model* dalam berhijrah. Sehingga, memperkuat partisipan untuk berhijrah.

"(menggeleng) Eh, ada sih tapi nggak mengacu pada satu orang. Cuma kayak ngiri dia taunya pakai baju kayak gini udah lama. Kayak udah manteb, maksudnya menjaga dari... kayak bersama orang. Interaksi ke laki-lakinya udah dijaga. Cuma iri... gitu. Tapi ya sampai aku jadikan kayak acuan gitu nggak. Cuma aku kayak aku tuh gimana, yo? Seng tak tau dengan masih seng aturan itu aku koyok seng tak buat mek seng tak suka gitu lho, Mbak. Jadi belum semua. Gimana, ya? Kayak membuat senyaman mungkin diriku." (C031118:167)

Pencitraan Diri Partisipan setelah Berhijrah

a) Pencitraan di Media Sosial

Partisipan membagikan *post* bertema agama kepada lingkungan terdekat melalui *platform Whatsapp*.

"Kan kayak aku sering share. Oh, nggak ada yang punya WA-ku. Kayak ada kajian rutin kayak gitu lho, Mbak. Kayak di Ulaz, di Nurza. Kayak gitu kan. Terus kayak gitu-gitu. Kadang ikut kemus, kadang. Kalau aku nggak ada halangan. Kadang kayak lebih ke kayak gitu jadi lebih ke ketemu sama orang terus ngobrol. Terus kalau ketemu yang nggak aku kenal. Terus kayak dikuatin tentang kamu jilbab, terus diingetin terus tentang jilbab itu nggak, tapi kayak ke aturan-aturan yang lain, lebih ke kayak aku naik Grab itu lho, Mbak." (C031118:157)

"Ya itu, tentang kayak tentang agama-agama. Atau kalau nggak abis itu ya gitu-gitu deh." (SS091118:46)

Partisipan mengikuti akun dakwah di platform media sosial Instagram dan me-likes post akun tersebut.

"Suka ngelike aja, repost jarang. Yang ku screenshot yang sesuai isi hati aja. Terus ku jadikan status WA." (C031118:243)

Partisipan menghapus post yang diunggah ketika sebelum hijrah

"Buat apa sih bikin kayak gitu. Kayak yang sudah ku hapus sebelum aku hijrah jadi ku perlihatkan lagi. Percuma kan jadinya." (C031118:255)

b) Pencitraan di Lingkungan Sehari-hari

Jika berada di lingkungan tempat tinggal saat ini, yaitu asrama, partisipan tidak mengenakan gamis seperti berada di lingkungan kampus.

"Bajunya anu, pokoknya di bawah lutut (sambil menunjukkan bawah lutut), terus kaosku ada lengannya. Gitu, udah." (C031118:96)

"Paling ya pakai rok, pakai jaket, pakai kerudung." (C031118:112)

Dalam kesehariannya di kampus, partisipan memakai gamis dengan warna yang cukup mencolok bagi sekitarnya.

"Ngejreng.. yang ngomong adek tingkat, dirasani. Jadi nggak deh, "oh mbak-mbak yang bajunya ngejreng itu ya?" hmm awalnya aku sih pede aja maksudnya aku suka warna itu, jadi tak pake. Terus yang penting aku pake baju itu aku nggak tabrakan gitu lho mbak" (C091118:114)

c) Pencitraan di Rumah Tempat Tinggal Asal

Partisipan memakai pakaian yang menutup aurat, tetapi tidak memakai gamis. Partisipan memakai pakaian atas berlengan panjang dan memakai bawahan yang menutup aurat, tetapi tidak memakai jilbab, kecuali jika keluar dari rumah.

"Nggak kalo di dalam rumah. Paling pake itu lho baju kodok, apa itu ya." (C091118:54)

"Iya, tapi nggak kerudungan jadi kalo keluar gitu tinggal pake kerudung." (C091118:60)

"Soalnya di rumah tu kayak banyak- kan masku buka bengkel t'rus ibukku ini nyambi buka warung kopi gitu lo mbak, jadi tu banyak laki-laki. Jadi lebih waspada, nggak ada ruang privasi. Kan kadang disuruh bantuin di jualan itu, terus kadang bantuin masak." (C091118:62)

Persepsi mengenai Muslimat setelah Berhijrah

a) Persepsi dari Partisipan

Partisipan merasa belum betul-betul hijrah, masih ada beberapa kebiasaan lama yang masih dilakukan oleh partisipan, seperti menikmati musik Korea, menggunakan fasilitas ojek dalam jaringan (daring), dan masih *petakilan*. Hijrah yang seharusnya, menurut subyek, adalah mengubah cara berpikir menjadi lebih baik daripada sebelumnya.

"Iya..memang ada yang berubah, tapi menurutku ini belum 100%. Soalnya masih suka Korea, masih suka naik Grab" (C180918:57)

"Kayak...hijrah kan kalo gak salah, mengubah dari berpikir yang sebelumnya. Berubah ke arah yang menjadi lebih baik...." (C180918:59)

Prosiding Seminar Nasional Fakultas Psikologi Universitas Airlangga

Pemulihan Psikososial dan Kesehatan Mental Pasca Pandemi

18 September 2022

"Sama saja sih..banyak yang belum bisa ditinggalkan, kayak K-Pop, Ngegrab, terus sama temen laki-laki masih suka becanda kelewatan." (C180918:136)

b) Persepsi Orang Lain terhadap Partisipan yang Berhijrah

Keluarga terdekat sempat mempertanyakan keputusan partisipan untuk mengubah penampilan, tetapi pada akhirnya menerima, meski saudaranya tetap merunding partisipan. Bahkan, ibu dari partisipan mendukung untuk menambah pakaian yang sesuai dengan syariat.

"Kalau kebetulan pas pertama kali pulang bapakku gak di rumah, terus ibuku menanyakan kenapa sekarang begini. Umumnya sih nerima. Tapi, tetanggaku sama saudaraku kadang suka bully tapi aku nerima, terus pas bom Surabaya itu aku diliatin orang-orang, apalagi pas itu aku baju hitam-hitam." (C180918:138)

"Nggak. Cuma dulu pas awal-awal kalo itu lebih ke ibu sih aku minta ijin, nggak minta ijin juga kayak aku ngomong pake gini, terus kan ditawari beli baju waktu mau lebaran? Beli baju baru ditawari itu beli di anu "kono ae sing murah, beli gamis di kono ae sing murah" itu kalo nggak gitu ya beli baju tidur. Sekarang ya cuma kayak gitu nggak beli baju-baju kayak hem" (C091118:166)

Tidak hanya oleh keluarganya, lingkungan asal partisipan menjadi terkejut dengan penampilan baru partisipan, partisipan pun diperhatikan oleh ibu-ibu tetangga di lingkungan asal partisipan yang disebabkan oleh perubahan penampilannya.

"Iya bukan gerombolan cowok gitu bukan, tapi gerombolan emak-emak kayak gitu kan kadang aku ikut ibuku ke pasar. Ya dilihatin karena biasanya dulu gak gitu terus karena nggak banyak yang gitu" (C031118:54)

Tidak hanya perubahan penampilan, partisipan pun mengalami perubahan perilaku. Menurut keterangan *significant others*, sebelum berhijrah dengan mengubah penampilan, partisipan tidak pernah mengikuti kajian keagamaan secara rutin. Namun, sikap partisipan masih sama seperti sebelumnya.

"Pakaian, ya? Kalau dulu sih seingatku dia pernah pakai hem, kayak hemnya itu masih terawang gitu. Terus ya jilbabnya pendek, segi empat, terus itu jilbabnya tipis. Kalau sekarang kan memang berubah total, pakaian terusan dan jilbabnya yang panjang-panjang. Terus setauku dia juga ngaji kalau hari apa, ya? Hari Sabtu atau apa, pokoknya dia ngaji malam gitu sampai jam delapanan. Terus suka ikut kajian juga." (SA091118:12)

"Kalau sikapnya sama aja sih. Nggak berubah. Cuma penampilan dari baju, jilbab, sama kegiatannya." (SA091118:24)

Dari hasil penggalian data yang diperoleh, gambaran pencitraan hijrah seorang muslimat terlihat di beberapa latar. Mulai dari media sosial, lingkungan sehari-hari, dan lingkungan tempat tinggal asal. Hijrah yang dilakukan oleh partisipan merupakan hijrah dalam hijrah *syu'uriyah*. Hijrah ini berupa hijrah dalam gaya hidup, salah satunya pakaian. Proses hijrah partisipan dilatarbelakangi oleh beberapa hal, yaitu adanya tambahan ilmu agama dari orang lain, adanya *role model*, keinginan untuk membahagiakan ayah dan saudara laki-lakinya, dan keinginan mendapatkan pujian dari orang lain.

Partisipan saat ini merasa hijrahnya belum secara sempurna. Skema diri partisipan mengenai keadaan saat ini atau *actual self* adalah hijrahnya masih sebatas berganti pakaian saja. Menurut partisipan, yang seharusnya terjadi atau *ideal-self* yang seharusnya dimiliki adalah partisipan meninggalkan kebiasaan lamanya seperti menonton drama Korea dan menggunakan fasilitas ojek dengan pengemudi lawan jenis.

DISKUSI

Penelitian ini bertujuan menelusuri bagaimana seorang muslimat yang telah berhijrah melakukan presentasi diri. Proses hijrah bagi seorang perempuan muslim atau muslimat merupakan sesuatu

Prosiding Seminar Nasional Fakultas Psikologi Universitas Airlangga

Pemulihan Psikososial dan Kesehatan Mental Pasca Pandemi

18 September 2022

upaya untuk melakukan perubahan dalam berperilaku, termasuk perubahan dalam mempresentasikan diri. Penelitian ini dapat menjelaskan persepsi muslimat dalam berhijrah, motif dalam berhijrah, dan presentasi diri seorang muslimat setelah melakukan proses hijrah.

Manifestasi *strategic self-presentation* terlihat dari hasil penelitian ini antara lain partisipan melakukan promosi diri berupa mengunggah pesan-pesan berisi ajaran agama melalui media sosial dan menghapus unggahan yang dilakukan sebelum partisipan berhijrah. Partisipan juga melakukan hijrah dengan motif agar dapat membahagiakan ayah dan saudara laki-lakinya serta agar disukai orang lain yang sesuai dengan motif *ingratiation*. Selain itu, motif eksemplifikasi juga menjadi alasan partisipan dalam berhijrah yang termanifestasi dalam upaya perubahan perilaku yang lebih sesuai dengan moral agama. Sementara itu, motif-motif lain dalam *strategic self-presentation* seperti intimidasi dan suplikasi tidak muncul dalam penelitian ini.

Salah satu motif dari partisipan dalam melakukan hijrah adalah ada *role model* yang menjadi contoh dalam berhijrah. *Role model* menjadi alasan untuk memperkuat partisipan untuk berhijrah. Kehadiran *role model* dapat menjadi sumber informasi dan inspirasi dalam melakukan hijrah. *Role model* tidak hanya hadir di dunia nyata, tetapi juga hadir di dunia maya melalui unggahan-unggahan di media sosial (Addini, 2019; Hasanah & Aisa, 2021). *Role model* di dunia maya umumnya merupakan pesohor yang melakukan hijrah. Peran otoritas keagamaan untuk menjadi inspirasi hijrah menjadi kecil (Hasanah & Aisa, 2021).

Presentasi diri tidak hanya dilakukan di dunia nyata, tetapi juga di dunia maya. Partisipan dalam penelitian ini melakukan presentasi diri di dunia maya berupa membagikan unggahan berisi ajaran agama, mengikuti akun-akun dakwah, dan menghapus unggahan di masa sebelum partisipan berhijrah. Penelitian dari Addini (2019) juga menunjukkan hasil serupa yaitu dunia maya melalui media sosial dapat menjadi tempat saling memberi informasi ajaran Islam atau berdakwah. Dengan kata lain, dunia maya dapat menjadi sumber dari ajaran agama yang mendorong individu untuk berhijrah dan menjadi tempat bagi individu untuk mempresentasikan diri yang baru atau pasca-hijrah (Musahadah & Triyono, 2019).

Dalam penelitian ini, hijrah, presentasi diri, dan gaya berpakaian juga memiliki kaitan. Gaya berpakaian dapat menjadi simbol untuk menunjukkan identitas diri (Do & Lee, 2013). Partisipan dalam penelitian ini turut mengubah penampilannya setelah memutuskan untuk berhijrah. Partisipan memilih pakaian yang dikenakan sesuai tempat, seperti memakai gamis untuk pergi ke tempat partisipan kuliah. Sementara itu, partisipan mengenakan pakaian berlengan panjang dan celana panjang, tetapi tidak mengenakan jilbab jika ada di rumah. Oleh karena itu, hijrah juga berkaitan dengan perilaku berpakaian dan industri pakaian muslimat. Selain berdampak kepada perubahan individu dalam berpakaian, hijrah juga dapat berdampak kepada pelaku industri pakaian muslimat (Md & Achiria, 2019).

Pengalaman hijrah partisipan juga mengalami tantangan seperti mempertanyakan perubahan penampilan yang dilakukan oleh partisipan dan melakukan *bullying* atau perundungan kepada partisipan yang sudah berganti penampilan. Penelitian Syahrin & Mustika (2020) juga menjelaskan bahwa individu yang berhijrah juga mengalami perundungan dalam bentuk meremehkan individu yang berhijrah. Hijrah dianggap hanya mengikuti tren yang sedang berlangsung dan bukan upaya yang sungguh-sungguh.

Saran untuk peneliti selanjutnya adalah dapat menggali fenomena hijrah dengan perspektif teoritis psikologis yang lain, misalnya melalui perspektif *social cultures*. Selain itu, untuk melihat pencitraan diri di media sosial, diperlukan perbandingan konten dari sebelum hijrah dan sesudah hijrah. Kemudian, peneliti selanjutnya dapat menggunakan teknik penggalan data yang lebih beragam seperti observasi dan dokumentasi tambahan.

SIMPULAN

Proses berhijrah yang dialami oleh partisipan tidak berlangsung secara kilat namun melalui serangkaian proses. Dari data yang dikumpulkan peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa subjek memiliki berbagai alasan yang meyakinkannya berhijrah dan menguatkan dirinya di kala ia menemui hambatan-hambatan yang sedikit mengganggu niatnya berhijrah. Setelah berhijrah, partisipan mempresentasikan dirinya yang baru secara berbeda di tiap-tiap *setting*, ia melakukan pencitraan yang berbeda ketika berada di keseharian, lingkungan tempat tinggalnya, dan juga ketika di media sosial. Terdapat banyak perubahan yang ditampilkan sebelum dan sesudah berhijrah, terutama dalam hal batasan dengan lawan jenis. Partisipan juga memiliki persepsi yang berbeda setelah berhijrah terhadap lingkungannya, ia memiliki cara merespon yang baru ketika orang lain mengomentari dirinya. Subjek cenderung tidak ingin memedulikan tanggapan orang lain, oleh karena itu ia jarang sekali meminta pendapat orang atas apa yang ia kenakan saat ini. Subjek menganggap yang ia lakukan ini tidak dapat disebut hijrah, ia berharap dapat semakin memperdalam ilmu tentang Islam.

PUSTAKA ACUAN

- Addini, A. (2019). Fenomena Gerakan Hijrah di Kalangan Pemuda Muslim Sebagai Mode Sosial. *Journal of Islamic Civilization*, 1(2), 109–118. <https://doi.org/10.33086/jic.v1i2.1313>
- Ahmadi, D., & Yohana, N. (2007). Konstruksi Jilbab sebagai Simbol Keislaman. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 8(2), 235–248. <https://doi.org/10.29313/mediator.v8i2.1155>
- Aurelia, J. (2019, Mei). *Merebut Ambisi Hijrah Lewat K-Pop hingga Hapus Tato*. [tirto.id. https://tirto.id/merebut-ambisi-hijrah-lewat-k-pop-hingga-hapus-tato-d5lb](https://tirto.id/merebut-ambisi-hijrah-lewat-k-pop-hingga-hapus-tato-d5lb)
- Beta, A. (2016). Socially Mediated Publicness in Networked Society for Indonesian Muslim Women. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 13, 19. <https://doi.org/10.24002/jik.v13i1.598>
- Do, H., & Lee, S. (2013). Fashion's Roles in Presentation of Self in Everyday Life. Dalam E. Ko & A. G. Woodside (Ed.), *Luxury Fashion and Culture* (Vol. 7, hlm. 47–65). Emerald Group Publishing Limited. [https://doi.org/10.1108/S1871-3173\(2013\)0000007006](https://doi.org/10.1108/S1871-3173(2013)0000007006)
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Doubleday.
- Hamudy, N. A., & Hamudy, M. I. A. (2020). Hijrah Movement in Indonesia: Shifting Concept and Implementation in Religiosity. *JSW (Jurnal Sosiologi Walisongo)*, 4(2), 133–150. <https://doi.org/10.21580/jsw.2020.4.2.5784>
- Hasanah, U., & Aisa, A. (2021). Konsep Hijrah Kaum Millenial (Kajian Media dan Dakwah). *AL-MUNZIR*, 14(2), 137–152. <https://doi.org/10.31332/am.v14i2.2711>

- Heryanto, A. (2015). *Identitas dan kenikmatan: Politik Budaya Layar Indonesia*. Kepustakaan Populer Gramedia.
- Hutari, F. (2018, Mei 23). *Dari Hijab hingga Hijrah*. *Historia - Majalah Sejarah Populer Pertama di Indonesia*. <https://historia.id/kultur/articles/dari-hijab-hingga-hijrah-D8JEm>
- Md, U. W., & Achiria, S. (2019). Peran Trend dan Motif Hijrah Terhadap Pembelian Busana Muslimah Di Kota Palu. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(2), 1–17. <https://doi.org/10.24239/jiebi.v1i2.9.1-17>
- Musahadah, Z. S., & Triyono, S. (2019). FENOMENA HIJRAH DI INDONESIA: KONTEN PERSUASIF DALAM INSTAGRAM. *RETORIKA: Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Pengajarannya*, 12(2), 117–127. <https://doi.org/10.26858/retorika.v12i2.7874>
- Subarkah, M. (2018, November 12). *Membeludaknya Hijrah Fest: Milenial tak Peduli Islam?* *Republika Online*. <https://republika.co.id/share/pi1176385>
- Syahrin, A. A., & Mustika, B. (2020). MAKNA HIJRAH BAGI KALANGAN REMAJA NON SANTRI: DAMPAK PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL. *Jurnal Studi Agama dan Masyarakat*, 16(1), 61–72. <https://doi.org/10.23971/jsam.v16i1.1901>