

Pola keruangan belanja pakaian mahasiswi berhijab : studi kasus mahasiswi Universitas Indonesia = Spatial pattern of clothes shopping by the veiled student : case study University of Indonesia student

Bela Shinta Dewi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20332391&lokasi=lokal>

Abstrak

Saat ini banyak muslimah muda yang terlihat berhijab ketika menjalani rutinitas harian. Dengan berhijabnya ini maka sudah tentu terbentuk kebutuhan berpakaian yang harus menutup aurat dan dipenuhi dengan cara belanja pakaian. Penelitian ini dilakukan untuk melihat bagaimana pola keruangan yang terbentuk dari aktivitas belanja pakaian mahasiswi berhijab. Studi ini dilaksanakan dengan metode kualitatif yang melibatkan 31 mahasiswi berhijab dari Universitas Indonesia yang pernah berbelanja pakaian secara langsung ke toko formal.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswi berhijab terbagi menjadi 2 tipikal berdasarkan gaya berbusana hijabnya: hijaber dan jilbaber. Hijaber adalah kelompok mahasiswi dengan gaya busana: hijab, pakaian atasan dan celana yang cenderung terbuka pada perkembangan fesyen. Sedangkan jilbaber adalah kelompok mahasiswi dengan gaya busana: jilbab, pakaian atasan dan rok atau gamis yang cenderung menekankan pada pakem berhijab. Pola keruangan belanja pakaian mahasiswi berhijab terlihat berbeda dari kedua tipikal berhijab. Mahasiswi hijaber mampu bergerak ke berbagai arah tempat belanja dan berbagai tema toko pakaian wanita di ruang-ruang publik dan tidak selalu mengandalkan kedekatan sosial. Sedangkan pola keruangan belanja mahasiswi tipikal jilbaber cenderung mengandalkan kedekatan sosial yang ada dalam ruang komunitas rohani islam. Namun hijaber dan jilbaber tetap mampu berbagi ruang belanja pakaian dalam ruang ritel publik, hanya saja sub-tipe dari jilbaber yakni jilbaber warna gelap tidak mampu berbagi ruang belanja pakaian dengan tipikal hijaber karena ketersediaan model pakaiannya yang masih eksklusif dalam ruang komunitas disamping adanya faktor kedekatan sosial komunitas mereka.

Today many young muslim women are seen wearing hijab as a daily routine. By wearing hijab, then formed some dressed needs covering the aurat that fulfilled by shopping ways. This research was done to see how the spatial patterns formed from the activity of shopping clothes by the veiled student. This study was conducted with qualitative methods that involved 31 veiled student from the University of Indonesia who bought their clothes directly into the formal shop.

The results showed that the veiled student was divided into 2 type based on their style of dress: hijber and jilbaber. Hijaber is a group of student with fashion style: hijab, clothing top and pants that tend to be openly with the trend of fashion. While jilbaber is a group of student with fashion style: jilbab, dress with skirts or robe tops that tend to emphasize the hijab grip they was kept. The spatial pattern of clothes shopping were look different at both typical hijab. Hijaber student was able to move different directions of shopping, to a variety of themes in the women's clothing store. The hijaber where did not always rely on social closeness. And the jilbaber tend to rely on social closeness that exists in a spiritual community of islam. Both hijaber and jilbaber was still be able to share space in a public shopping center, but it just a sub-type of the jilbaber: dark colour jilbaber, who could not be able to share a room with the typical of hijaber, due to the availability of the product hijab are exclusively found within the community, and in addition to the social closeness.