

Analisis Gaya Busana Kerja Muslimah, Studi Kasus: Pekerjaan Sektor Formal di Kota Jakarta

Pingki Indrianti
Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta

ABSTRACT

The dynamics of modern urban life requires society to communicate and deliver the ideas properly. Through Fashion Communication, one could deliver many ideas to others, nice outfit with proper appearance tend to make someone more trustworthy, respected, and accepted by society. Today many female Moslem (Muslimah) workers in Capital City of Jakarta, Indonesia, presenting their Moslem identity at their work place by wearing hijab (scarfs) in fashionable way as the trend of "Hijabers Community" (initiated by Dian Pelangi and friends) that has become booming in the last five years. The trend comes together with an increase of female employees (Moslem and non-Moslem) in a number of formal sector areas in Indonesia (ILO-Asian Decent Work Decade: Indonesia, 2006-2015). This paper aims to identify Modern Style of Muslimah Work Clothing which is popular today in Jakarta, the analysis based on user preferences. Method of this research is quantitative-descriptive by distributing questionnaires to some respondents (users) of Muslimah workers in formal sector employments. Results of this analysis indicate three aspects: Fashion Style, Visual Aesthetic, and Consumer Behaviour. The fashion style of modern Muslimah work clothing is Semi formal type with Feminine-Casual characteristic. The visual aesthetic aspects are (1) Colors: Dark and soft colors; (2) Texture: Geometric pattern and Sulur. Consumer behavior of respodents isnormal with economical consideration in group of Early Majority and Early Adopter.

Keywords: *Style, Hijab, Muslimah, Work Clothing, Formal Sector Employment.*

PENDAHULUAN

Masyarakat perkotaan (*urban*) adalah masyarakat modern yang selalu aktif, dinamis, dan kreatif. Dinamika kehidupan tersebut membuat masyarakat urban dituntut untuk dapat berkomunikasi dengan baik,

sehingga dapat mendemostrasikan gagasan baru yang dimiliki serta meyakinkan pihak lain agar dapat menerima pesan tersebut. Salah satu bentuk komunikasi adalah melalui busana atau pakaian. Mode (termasuk di dalamnya busana) dapat menjadi

komunikasi non-verbal untuk mentransfer pesan. Barnard (2002) menjelaskan bahwa mode busana dapat menjadi alat untuk mengkomunikasikan berbagai simbol ataupun tulisan. Melalui pakaian seseorang dapat mengkomunikasikan identitas dan karakter dirinya, status sosial-ekonomi, hingga profesi yang mereka jalani. Penampilan dengan pakaian yang baik dan layak cenderung membuat seseorang dapat lebih dipercaya, dihormati, dan diterima oleh masyarakat.

Salah satu contoh komunikasi melalui pakaian adalah seragam kantor, di mana tidak hanya ditujukan untuk mendukung aktivitas bekerja tetapi juga dapat menunjukkan profesionalisme seseorang maupun identitas perusahaan. Dahulu berbagai variasi seragam kantor maupun busana kerja formal banyak diterapkan oleh perusahaan kepada karyawannya, namun kini busana kerja menjadi lebih fleksibel (busana bebas) dan bervariasi (Sabatari, 2008). Busana formal maupun seragam kantor mulai jarang terlihat digunakan kecuali di beberapa instansi tertentu seperti kantor pemerintahan, kepolisian, TNI, perbankan, ataupun medis.

Beberapa faktor penyebab perubahan desain busana kerja (*ibid*) diantaranya adalah terus berkembangnya tren mode busana yang mendorong pekerja khususnya dari kalangan wanita untuk menggunakan tren mode tersebut dalam aktivitas bekerja sehari-hari. Saat ini jumlah pekerja wanita di sejumlah sektor formal di

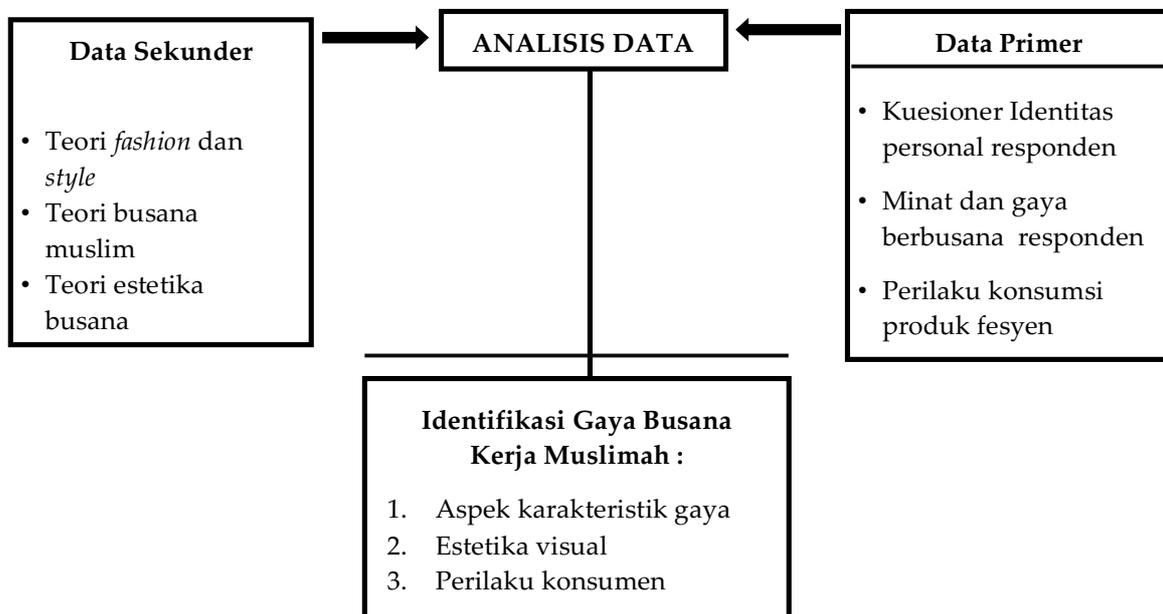
Indonesia memang mengalami peningkatan, berdasarkan data ILO (*International Labor Organisation*) partisipasi angkatan kerja perempuan muda di Indonesia selama 2014-2019 diperkirakan akan meningkat karena keuntungan dari akses yang lebih besar ke dalam pendidikan dan pelatihan (Buku ILO-Asian Decent Work Decade: Indonesia, 2006-2015).

Meningkatnya jumlah angkatan kerja perempuan di Indonesia juga diiringi dengan meningkatnya trend wanita berhijab sebagai efek dari maraknya tren *Hijabers (Hijabers Community)* yang muncul sekitar awal tahun 2010 oleh desainer Dian Pelangi dan komunitasnya. Penampilan komunitas *Hijabers* yang trendi, unik, dan menarik, mendorong kaum wanita khususnya untuk menggunakan gaya tersebut. Hal ini turut berpengaruh pada sejumlah pekerja wanita di sejumlah sektor formal maupun informal. Banyak wanita muslimah yang akhirnya memutuskan untuk menggunakan hijab(jilbab) namun tetap bekerja dan menyesuaikan diri dengan lingkungan pekerjaan mereka (Indrianti, 2013).

Maraknya pengguna hijab di lingkungan pekerjaan khususnya sektor formal memunculkan pertanyaan penelitian tentang visualisasi gaya busana kerja yang banyak digunakan oleh pekerja wanita muslim (muslimah) saat ini. Penelitian bertujuan untuk mengidentifikasi fenomena tren busana kerja muslimah khususnya di lingkungan pekerjaan sektor formal di kota Jakarta, melalui analisis gaya busana. Adapun fokus

studi terbagi menjadi tiga aspek utama yaitu: (1) Aspek karakteristik gaya (*style*); (2) Estetika visual; dan (3)

Perilaku Konsumen. Berikut adalah skema kerangka berpikir yang digunakan.



Gambar 1. Diagram Kerangka Berpikir (Dokumentasi Pribadi)

Teori Mode (*Fashion*) dan Gaya Busana (*Style*)

Saat ini sejumlah istilah seperti *fashion* (mode), *clothing* (pakaian atau busana), dan *style* (gaya), tampak memiliki makna yang sama walaupun dalam pengertian sesungguhnya memiliki makna yang berbeda. Pada konteks keseharian istilah “mode” atau dalam bahasa Inggris disebut *fashion* lebih berkaitan dengan pakaian atau garmen (Black & Eckert (2009); Pan, Y., dll (2015)). Namun demikian istilah tersebut juga mencakup sejumlah kategori produk seperti perhiasan, asesoris, kosmetik, perabot rumah tangga (*furniture*), properti rumah, hingga kendaraan seperti mobil dan motor.

Berbeda dengan istilah mode, busana atau pakaian (*clothing*) memiliki arti

yang lebih khusus. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, busana atau pakaian dapat diartikan sebagai barang penutup tubuh. Secara umum A. Riyanto (2009) mengartikan busana sebagai bahan tekstil atau bahan lainnya yang sudah dijahit atau tidak dijahit, yang dipakai atau disampirkan untuk penutup tubuh seseorang, memberi kenyamanan, serta menampilkan keindahan bagi si pemakai. Busana atau pakaian mencakup segala sesuatu yang dipakai mulai dari kepala sampai ujung kaki, termasuk seluruh aspek pelengkap pakaian seperti pakaian dalam, milineris atau pelengkap busana (tas, sepatu, topi) maupun aksesoris (kalung, jam tangan, bros, dan lain sebagainya).

Sedangkan istilah gaya (*style*) dijelaskan sebagai suatu karakteristik

maupun ekspresi artistik yang unik, dimana terdapat pada bangunan arsitektur, musik, pakaian, karya seni, lukisan, dan lain sebagainya (DR. Paul H. Nystrom dalam Stone, 2006). Gaya dalam pakaian terbentuk dari kombinasi unsur detail yang membuat suatu jenis pakaian menjadi unik serta berbeda dengan pakaian lainnya. Sebuah gaya juga sering diasosiasikan dengan cara berpakaian seseorang (artis ternama) maupun merujuk pada periode waktu tertentu, seperti gaya Yunani, Romawi, Renaissance, dan lain sebagainya.

Menurut Zaman (2002) karakteristik gaya (*style*) dapat diklasifikasikan menjadi enam kategori yaitu (1) *Feminine-Romantic* atau gaya dengan karakter penampilan yang lembut, halus, manis, dan cantik, serta penuh dengan warna pastel dan motif bunga; (2) *Sporty-Casual* yaitu gaya dengan karakter kepribadian yang modern, sportif, dengan penampilan yang segar (*fresh*), trendi, dan enerjik. Jenis busana digunakan yang nyaman, mudah dalam perawatannya, serta menggunakan asesoris maupun motif yang kecil dan sederhana; (3) *Classic-Elegant* yaitu karakter gaya klasik-konservatif yang bersifat abadi (memiliki periode waktu pakai yang cukup panjang). Gaya ini bersifat *chic* dengan penampilan yang anggun, tenang, sederhana namun berkualitas baik (mahal). Warna yang digemari warna netral, hitam, putih, krem, dan warna-warna ke arah *tint*; (4) *Exotic-Dramatic* adalah gaya yang unik, khas, dan original. Penampilannya sangat mengikuti trend dan sangat ekspresif. Gaya ini juga bersifat sangat

individual; (5) *Art of Bit* adalah gaya yang bersifat eksentrik, kreatif, dan juga bersifat individual. Gaya ini tidak pernah mengacu pada tren serta tidak berpenampilan seperti ornamen kebanyakan; dan (6) *Sexy-Glamour* yaitu tipe penampilan yang menggoda, berani, dan percaya diri. Warna yang digemari adalah merah dan *shocking*. Asesoris yang digunakan berukuran besar atau banyak dan berkesan berkilau (*blink-blink*).

Seluruh karakter gaya dapat dikombinasikan satu sama lain untuk menciptakan gaya busana baru; misalnya dalam kasus seorang wanita yang lembut dan cantik (*feminine*) namun menyukai celana denim kasual dengan penggunaan sandal atau sepatu, maka akan menciptakan gaya *feminine-casual*. Kombinasi gaya klasik dan gaya feminin akan menciptakan gaya *feminin-Classic*, dan lain sebagainya.

Sejarah Singkat Jilbab dan Busana Muslim di Indonesia

Secara etimologis jilbab berasal dari bahasa Arab, *jalaba* atau bentuk jamaknya *jalabib*, tercantum dalam surat Al-Ahzab ayat 59 (Surtiretna, dkk, 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 (aurat), kecuali muka dan telapak tangan. El-Guindi dalam Zulaikha (2003) menyebut jilbab dengan hijab (berasal dari kata *hajaba*) yaitu tutup, bungkus, tirai, cadar, layar, partisi. Jilbab di Indonesia dalam KBBI online diartikan sebagai

kerudung lebar yang dipakai perempuan muslim untuk menutup kepala dan leher sampai ke dada. Secara umum jilbab merupakan bagian dari rangkaian busana muslimah yang tidak ketat atau longgar serta menutupi tubuh kecuali muka dan telapak tangan.

Sejarah penggunaan jilbab di Indonesia berbeda dengan negara muslim lainnya. Sejak agama Islam masuk ke Nusantara oleh pedagang Arab, India, dan Gujarat, wanita dan pria muslim tidak memiliki cara berpakaian yang berbeda dengan orang-orang pribumi lainnya (Prasetya, 2010). Belum ada istilah busana muslim maupun jilbab atau hijab, namun demikian sedikit demi sedikit diiringi dengan kewajiban berhaji umat Islam ke kota suci Mekah, maka banyak orang muslim yang mulai menggunakan pakaian yang ditiru dari gaya berbusana masyarakat Arab. Laki-laki menggunakan jubah berwarna putih sedangkan perempuan menggunakan kerudung yang saat itu di Indonesia bentuknya longgar dan masih memperlihatkan bagian rambut dan leher.

Kendati Islam telah dianut masyarakat Nusantara sejak berabad silam namun jenis pakaian yang menutup rapat anggota tubuh tidak dikenal terutama oleh kaum wanita muslim termasuk para aktivis pesantren. Hingga tahun 1930-an pakaian tradisional wanita pribumi di Nusantara masih berupa baju kurung dengan kerudung longgar, berkain kebaya dan menggunakan selendang. Pada akhir tahun 1980 revolusi Iran

mempengaruhi kebangkitan Islam di seluruh dunia termasuk di Indonesia khususnya berdampak pada penggunaan jilbab yang dikenal dengan masa 'revolusi jilbab'. Saat itu sejumlah aktivis wanita muslim mencoba menunjukkan identitas keagamaannya melalui penggunaan jilbab yang menutup rapat kepala sesuai dengan Syariah Islam. Namun demikian jilbab dalam bentuk ini banyak ditentang oleh berbagai pihak termasuk pemerintah yang saat itu berada pada masa rezim Orde Baru. Gaya jilbab yang menutup rapat kepala dianggap sebagai lambang Islam radikal maupun perlawanan terhadap pemerintah orde baru saat itu. Sejumlah instansi pendidikan, kantor, hingga pemerintahan bahkan mengeluarkan larangan tentang penggunaan jilbab. Barulah pada awal tahun 90an, penggunaan jilbab menjadi lebih bebas, hal tersebut merupakan dampak dari mulai dirangkulnya sejumlah organisasi islam oleh pemerintah Orde Baru terlebih setelah era reformasi pada tahun 1998.

Pada era 2000-an pengguna jilbab mengalami peningkatan pesat, model jilbab dan busana muslim pun semakin bervariasi didukung oleh banyak nya artis yang mulai menggunakan jilbab seperti Inneke Koesharawati, Ratih Sanggarwati, Zaskia Mecca, dan lain sebagainya. Tahun 2010 muncul tren *Hijabers* yang dipopulerkan oleh *Hijabers Community* sebuah komunitas wanita muslimah pengguna jilbab, komunitas ini menawarkan konsep busana muslimah yang muda, modern, dan

trendi. Sejak kemunculan komunitas ini pengguna jilbab di Indonesia semakin bertambah pesat, khususnya di kalangan kaum muslimah muda atau remaja.

Pekerjaan Sektor Formal dan Busana Kerja

Pekerjaan sektor formal dan informal menurut Wardoyo (1995) dibedakan berdasarkan status, skala usaha, dengan peraturan dan organisasi. Sektor informal adalah jenis pekerjaan yang tidak terdaftar, tanpa perlindungan negara, ada peraturan formal, struktur, atau memperbaiki gaji dan bisnis tidak dikenai pajak. Sementara lapangan kerja sektor formal mencakup bisnis atau perusahaan yang terdaftar, yang terdiri dari sekelompok orang dengan negara dengan peraturan formal, struktur, memperbaiki gaji, pekerja profesional, dan jumlah tenaga kerja dalam skala besar.

Sedangkan pengertian busana kerja menurut Riyanto (2009) adalah busana yang dipakai seseorang ketika melakukan pekerjaannya sesuai dengan profesi masing-masing baik pekerjaan formal maupun informal, luar ruangan (*out door*) maupun dalam ruangan (*indoor*), pekerjaan yang memerlukan fisik atau lebih banyak memerlukan pikiran. Begitu juga jenis busana menurut kesempatannya, ada busana kantor untuk acara formal (resmi) maupun busana untuk acara semi formal (setengah resmi). Secara umum beberapa karakteristik dan siluet busana kerja menurut Riyanto (*ibid*) diantaranya: (1) model busana kerja wanita (blus, rok, celana) praktis dan formal; (2) Model busana kerja

sederhana tidak banyak lipatan, *plooi*, kerutan, jahitan tindis, dan saku; (3) Dapat menggunakan model busana *tailored cut* atau busana mantel pak (untuk nuansa formal) seperti (*blazer*) atau jas (*suit*); (4) Siluet busana kerja sopan, seperti potongan rok tidak mini, tidak menggunakan lengan berpotongan kutung (*tank top*), blus atasan dan rok (juga celana) tidak ketat.



Gambar 2 Contoh Model Busana Kerja Formal (Riyanto and Zubahri, 2009)

Estetika Berbusana

Estetika atau keindahan dan keserasian menjadi tujuan utama dalam penggunaan mode busana, daya tarik menjadi hal penting yang harus dipertimbangkan baik dalam merancang, memilih, dan menggunakan suatu produk busana. Estetika berbusana memiliki kaitan erat dengan unsur (elemen) desain atau *the Components of fashion* (Stone, 2006). Elemen atau unsur utama dalam desain mode busana mencakup: (1) Bentuk atau *shilouette*, (2) Garis atau *line*, (3) Tekstur, (4) Detail, dan (5) Warna.

Bentuk menurut Stone (*ibid*) dapat juga berarti siluet. Dalam konteks busana

siluet dapat merupakan kontur yang membentuk suatu model busana. Ada busana dengan siluet lurus, siluet lonceng, A-line, dan lain sebagainya. Garis adalah elemen paling penting dari semua elemen desain. Menurut Suhendar (2006) di dalam dunia seni rupa garis tidak hanya berperan sebagai garis, namun terkadang dapat berfungsi sebagai simbol emosi atau ekspresi diri.

Toekio (1987) menguatkan hal tersebut, bahwa garis memiliki sifat formal dan non formal. Garis geometris bersifat formal, kaku, beraturan dan resmi. Sedangkan garis non geometris seperti sulur atau tumbuhan bersifat non formal, luwes, lemah gemulai dan lembut.

Tekstur merujuk pada kualitas permukaan dari objek atau benda yang dapat direspon oleh indra peraba. Menurut Gerval (2009) tekstur mencakup dekorasi latar kain dan motif seperti tekstil cetak (*print*), bordir, aplikasi, payet, dan lain sebagainya. Warna dalam estetikan memiliki dimensi sifat warna. Dimensi warna terdiri dari *hue*, *value*, dan *intensity*. *Hue* adalah istilah yang diberikan untuk menamakan warna-warna itu sendiri. Terdiri dari warna primer, sekunder, tersier. *Value* adalah istilah yang berkaitan dengan tingkat kecerahan suatu warna atau gelap terangnya suatu warna. Dalam deret warna, *value* berarti mencampur warna-warna *hue* ke dalam deret putih dan hitam. Sedangkan *Intensity* adalah kekuatan dan kelemahan warna, menurut Haldani (2011) adalah tingkat kecerahan warna karena perbedaan komposisi air. Warna dengan kadar air

yang banyak maka akan menurunkan intensitasnya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif; penelitian deskriptif menurut Sugiyono (2003) adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel yang lain. Sedangkan penelitian kuantitatif (ibid) adalah penelitian dengan memperoleh data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan. Berdasarkan penjelasan tersebut maka metode dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif, data yang diperoleh dari sample populasi penelitian dianalisis kemudian diinterpretasikan. Data deskriptif dapat disajikan dalam bentuk tabel, grafik, diagram, pictogram, persentase, modus-mean-median, dan lain sebagainya.

Tahapan Penelitian

Tahapan penelitian terdiri dari: (1) Penyebaran questioner, (2) Melakukan seleksi terhadap responden, dan (3) Analisis hasil questioner. Penyebaran questioner dilakukan kepada sejumlah responden pekerja muslimah di sejumlah sektor formal seperti institusi pendidikan, desain dan media, pemasaran dan publikasi, medis, keuangan dan akuntansi, serta perusahaan minyak dan gas. Lembar kuesioner terdiri dari 15 pertanyaan, dibagi menjadi dua jenis pertanyaan; dua nomor berupa pertanyaan seleksi (*screening questions*), 13 sisanya

merupakan pertanyaan inti. Ada lebih dari 50 kuesioner didistribusikan, 26 diantaranya lulus pertanyaan seleksi (sesuai dengan kategori). Peserta yang lulus pertanyaan seleksi yaitu: (1) Pekerja muslimah menggunakan jilbab; (2) Umur 25-40 tahun; (3) Memiliki sedikit pengetahuan dan ketertarikan terhadap tren mode dan gaya busana.

Adapun 13 nomor pertanyaan inti membahas tentang busana kerja muslimah yang fokus pada tiga aspek meliputi (1) Aspek karakteristik gaya (*style*) yang terdiri dari elemen karakteristik gaya dan tipe busana kerja; (2) Analisis Estetika Visual yang terdiri dari elemen warna dan tekstur; serta (3) Analisis Perilaku Konsumen yang terdiri dari elemen daya beli konsumen (terhadap harga produk busana) dan proses penyerapan serta adaptasi tren (*diffusion of innovation*). Setelah seluruh data diperoleh, barulah dilakukan proses pengolahan data dan analisis. Jawaban terbanyak digunakan untuk mengidentifikasi gaya busana kerja muslimah, hasil analisis disajikan dalam bentuk tabel maupun diagram.

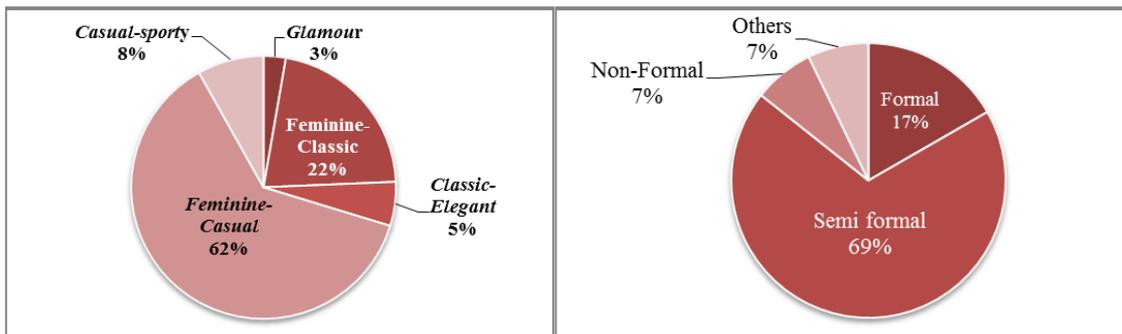
HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Aspek Karakteristik Gaya

Pada aspek ini responden diminta untuk memilih gaya busana yang

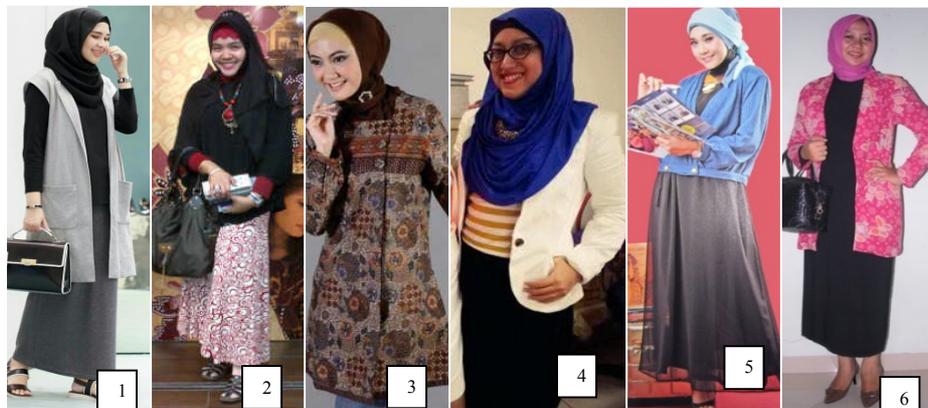
mereka gunakan untuk pakaian kerja sehari-hari. Aspek gaya busana terbagi menjadi dua elemen yaitu karakteristik gaya dan tipe busana kerja. Beberapa karakteristik gaya yang disebutkan dalam kuesioner ini umumnya banyak digunakan di banyak merek busana muslim yaitu *Feminine-Casual*, *Sporty-Casual*, *Feminine-Classic*, *Classic-Elegant*, dan *Sexy-Glamour*. Sedangkan tipe pakaian yang disebutkan dalam kuesioner ini adalah busana formal dan semi formal.

Adapun hasil dari kuesioner dijelaskan sebagai berikut, responden memilih gaya *Feminine-Casual* dengan jenis busana, ornamen, detail, dan asesoris yang sederhana, serta penampilan yang segar (*fresh*), enerjik, namun tetap terlihat cantik dan manis. Pilihan kedua dari karakteristik gaya adalah *Feminine-Classic* dengan busana yang klasik konservatif, sederhana, smart, namun tetap terlihat cantik, manis, dan lembut. Pada tipe pakaian responden lebih memilih jenis busana semi formal untuk pakaian kantor sehari-hari dengan menggunakan *blazer*, jaket panjang (*long coat*), gaun panjang (gamis), kemeja panjang (tunik), kemeja atau blus, dikombinasikan dengan rok maupun celana panjang berbahan katun, denim, twill, dan lain sebagainya.



Gambar 3. Karakteristik Gaya dan Tipe Busana Kerja Pilihan Responden

(Sumber: Dokumentasi pribadi)



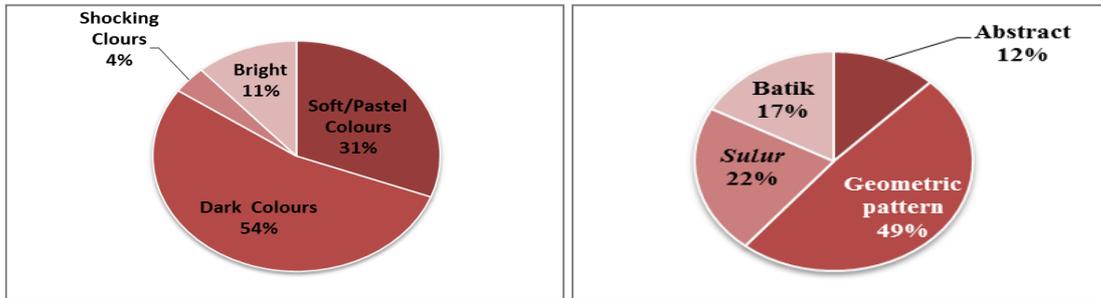
Gambar 4. Contoh Karakteristik Gaya *Feminine-Casual* (1-5) dan *Feminine-Classic* (6) dengan dan Tipe Busana Semi Formal. (Dokumentasi Pribadi, Ranni Hatta (1), Zaskia Mecca (3), Hijup Magazine (5), 2017)

Analisis Aspek Estetika Visual

Aspek estetika visual dalam penelitian ini mengacu pada elemen warna dan tekstur (motif). Siluet dan detail tidak termasuk dalam penelitian ini karena aplikasi dari kedua elemen hampir serupapada berbagai jenis busana kerja. Hasil analisis estetika visual adalah sebagai berikut, warna favorit untuk pakaian kantor adalah warna-warna gelap (merah marun, hijau gelap, kuning tua, abu-abu, ungu, hitam, coklat, biru tua, dan sebagainya) serta warna lembut atau pastel sebagai pilihan alternatif (*baby pink, beige, soft*

blue, crème, dan lain sebagainya). Beberapa responden memilih warna cerah dan hanya sedikit dari mereka yang memilih warna-warna menyala (*fluorescent colors*) seperti *shocking yellow* atau *pink*. Sedangkan tekstur atau motif, mayoritas responden lebih memilih motif sederhana misalnya pola geometris (kotak dan garis) dan sulur (stilasi motif bunga dan tumbuhan) maupun batik sebagai pilihan alternatif. Motif batik turut menjadi pilihan karena banyak digunakan oleh pekerja di perkantoran formal di Indonesia termasuk kota Jakarta,

sebagai busana resmi pada hari jumat
maupun hari selasa atau rabu.



Gambar 5. Estetika Visual (Warna dan Motif) Pilihan Responden (Dokumentasi Pribadi)



Gambar 6. Contoh Warna dan Motif Pilihan Responden

(Sumber: Rani Hatta (1), Dokumentasi pribadi (2), Zaskia Mecca (3), 2017)

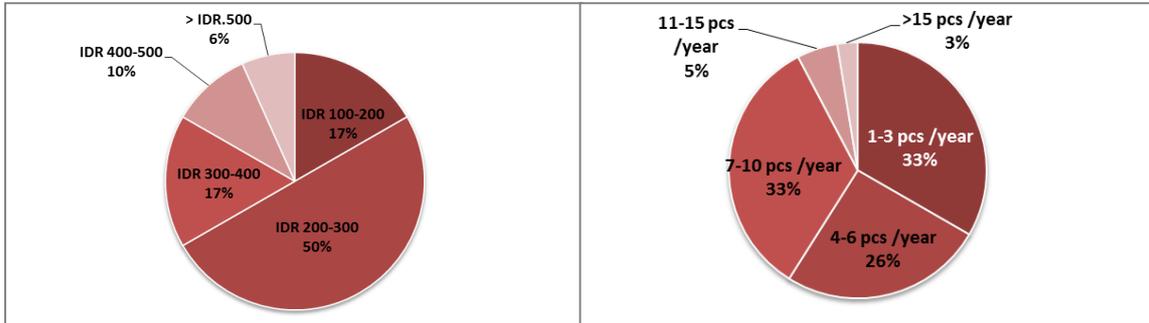
Aspek Perilaku Konsumen

Aspek perilaku konsumen terbagi menjadi elemen daya beli konsumen (terhadap harga produk busana) serta elemen proses penyerapan dan adaptasi tren (*diffusion of innovation*). Berdasarkan perilaku berbelanja (daya beli), responden cenderung bersikap non-konsumtif atau hemat. Rata-rata pendapatan mereka adalah Rp. 3,000,000 sampai Rp. 10,000,000 per bulan membuat mereka lebih selektif dalam memilih dan berbelanja pakaian untuk bekerja sehari-hari. Sebagian

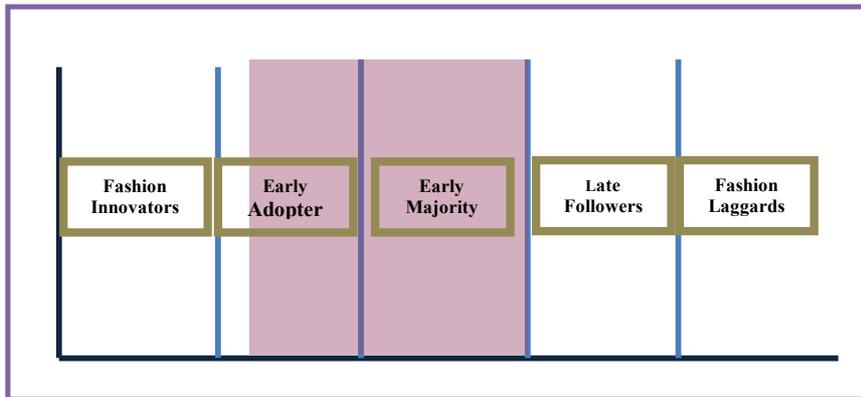
besar responden membeli empat sampai sepuluh buah pakaian per tahun dengan harga maksimal Rp. 200.000,00 - Rp. 300,000.00 per potong. Sedangkan pada penyerapan tren mode, mayoritas responden cenderung akan mengadaptasi suatu tren setelah tren tersebut mulai digunakan oleh banyak orang, namun disesuaikan terlebih dahulu dengan gaya pribadi setiap individu. Kelompok ini dalam diagram *diffusion of innovation* (Meadow, 2012) disebut sebagai *Early Majority* (49%). Sedangkan sebagian responden lainnya termasuk dalam

kelompok *Early Adopter* (44%) atau konsumen yang mengikuti tren terbaru setelah muncul nya para *tren setter*,

namun tetap menyesuaikan dengan gaya busana pribadi individu.



Gambar 7.Perilaku konsumen terkait daya beli responden (Dokumentasi pribadi)



Gambar 8.*Diffusion of Innovation* dari Para Responden(Meadow, 2012)

Berkut adalah rangkuman dari hasil analisis gaya busana kerja muslimah

pada sektor pekerjaan formal di kota Jakarta.

Tabel 1. Rangkuman hasil analisis gaya busana kerja muslimah (Dokumentasi Pribadi)

Pekerjaan	Formal sector employment: <ul style="list-style-type: none"> • Educational institution, <ul style="list-style-type: none"> • Design • Media • Marketing & Public relations <ul style="list-style-type: none"> • Medical • Accounting & Finance <ul style="list-style-type: none"> • Oil Industry
Penghasilan	Rp. 3,000,000-10,000,000 / bulan
Umur	25-40 tahun
Karakteristik Gaya	Feminine-Casual: Busana yang nyaman dan mudah dalam perawatan dengan siluet, detail, motif, dan asesoris yang serhana
Tipe Busana Kerja	Semi formal: Blazer, coat, long dress (gamis), long shirt (tunik), shirt or blouse; mixed with jersey skirt and denim or will trousers
Warna	Warna gelap (maroon, dark green, dark yellow, dark gray, purple, black, brown, navy blue, dsb) dan warna lembut atau pastel sebagai opsi alternatif (baby pink, beige, soft blue, dsb)
Tekstur/Motif	Geometric/Stripes & Sulus (Stilation Flower)/Batik
Perilaku Konsumen	<ul style="list-style-type: none"> • Konsumen dengan pertimbangan ekonomi yang baik (non-consumptive) • <i>Early Majority group, Early Adopter</i>

KESIMPULAN

Busana atau pakaiandapat menjadi salah satu media komunikasi non-verbal; masyarakat urban dalam gaya hidup modern membutuhkan busana yang efisien dan trendi, hal tersebut juga berlaku bagi parapekerja muslimah yang menggunakan hijab (jilbab) untuk aktivitas bekerja sehari-hari. Fenomena meningkatnya jumlah pekerja wanita di area sektor formal di Indonesia beriringan dengan meningkatnya trenwanita berhijab yang dipengaruhi oleh tren *HijabersComunity*. Fenomena ini memunculkan kebutuhan akan busana kerja muslimah yang lebih fleksibel, modis namun tetap dapat terlihat profesional.

Analisis gaya busana kerja muslimah terbagi menjadi tiga aspek yaitu (1) Gaya Busana: Karakteristik *Feminine-Casual* dengan tipe busana kerja Semi Formal; (2) Aspek Estetika Visual: Warna gelap dan lembut dengan tekstur atau motif geometris (garis) dan *sulus* (stilasi tumuhan/batik); (3) Perilaku Konsumen yaitu non-consumptive (hemat) serta masuk dalam kategori *Early Majority group* dan *Early Adopter*. Afiliasi responden dalam penelitian ini adalah dari berbagai latar belakang namun sebagian besar pekerja ini cenderung memiliki preferensi yang sama dalam memilih gaya busana kerja sehari-hari. Adapun beberapa pekerja formal dari sektor

industri kreatif seperti desainer, penata gaya, media, dan lain sebagainya, tentunya cenderung memiliki gaya yang sedikit berbeda dan lebih unik dibandingkan dengan mayoritas pekerja lainnya. Penelitian ini membutuhkan penelitian lebih lanjut dan mendalamdengen metode kualitatif maupun analisis VAS, jumlah responden (*sample size*) juga perlu ditambah, untuk mendapatkan informasi yang lebih mewakili masyarakat keseluruhan, akurat dan rinci. Hasil penelitiandiharapkan dapat membantu industri maupun desainer busana muslimah (*modest fashion*) dalam menciptakan desain serta melakukan pengembangan produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Alim Zaman, Moh. 2002. *100 Tahun mode di Indonesia 1901-2000*. Meutia Cipta Sarana : Dewan Pimpinan Pusat (DPP) Ikatan Penata Busana Indonesia Kartini.
- Barnard, Malcolm. 2002. *Fashion as Communication Second Edition*. Oxon and New York: Routledge.
- Indrianti, Pingki. 2013. *Analisis Gaya Modern Busana Kerja Muslimah*. Thesis Program Pascasarjana FSRD, Institut Teknologi Bandung.
- Jayne March, Carey Clarkson & Maria James. 2009. *OCR Design & Technology for GCSE: Textiles*. London: Hodder Education & Hachette UK Company
- Kotler, Philip. 1994. *Marketing Management; Analysis, Planning, Implementation and Control(8th)*. New Jersey: International Edition, Englewood Cliffs, Prentice Hall.
- Meadow, Toby. 2012. *Memulai Dan Menjalankan Label Fashion (edisi Revisi)*. PT.Gaya Favorit Press: Jakarta.
- Pan, Y., Roedl, D., Thomas, J. C., & Blevis, E. 2015. Fashion thinking: Fashion practices and sustainable interaction design. *International Journal of Design*, 9(1), 53-66.
- Prasetya, H. 2010. *Buku Identitas Perempuan Indonesia: Status, Pergeseran Relasi Gender, dan Perjuangan Ekonomi Publik*. Jakarta: Desantara.
- Riyanto, A.A., Zulbahri, L. 2009. *Modul Dasar Busana, Program Studi Pendidikan Tata Busana Jurusan Pendidikan Kesejahteraan Keluarga Fakultas Pendidikan Teknologi Dan Kejuruan Universitas Pendidikan Indonesia*. Bandung.
- Sabatari, Widyabakti. 2008. *Faktor PenyebabPerubahan Disain Busana Kerja Wanita, Sebuah Kajian*

Sosiologis. Penelitian akademisi,
Universitas Negeri Jogjakarta.

Stone, Elaine. 2008. *The Dynamics of Fashion*. New York: Fairchild Publication, Inc.

Sugiyanto, Prof.DR. (2015): *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Suhendar, H. (2006): *Kajian Estetik Ragam Hias Bordir Kawalu Tasikmalaya Jawa Barat Tahun 1990-2005*. Tesis Program Pascasarjana. Institut Teknologi Bandung.

Udale, Jenny. 2014. *Textile and Fashion: Exploring Printed Textiles, Knitwear, Embroidery, Menswear and Womenswear*. London: Bloomsburry Publishing Plc.

Wardoyo, M. M.1995. *Studi Tentang Pekerja Migran di Sektor Formal Dari Jawa tengah di DKI Jakarta*. Thesis Program Pascasarjana, Universitas Indonesia.

Zulaikha, Ellya. 2003. *Kajian Desain Terhadap Hibriditas Dalam Gaya Jilbab di Indonesia*. Thesis Program Pascasarjana FSRD, Institut Teknologi Bandung