

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar belakang**

Manusia telah mengubah tubuh dan penampilan mereka melintasi berbagai budaya dan sepanjang zaman (Guindi, 1999: 106). *Fashion* menjadi kebutuhan pokok yang harus dipenuhi untuk dapat memperoleh perubahan itu. Pakaian fungsi utamanya melindungi tubuh dan estetika. Yang penting baginya adalah menampilkan keindahan yang hakiki, yakni akhlak, etiket, dan intelektualitasnya (Khalid, 1994: 16). Awal perkembangannya, busana atau pakaian dipakai sebagai pelindung tubuh dari sengatan matahari dan rasa dingin.

Pada akhirnya tidak hanya kedua fungsi tersebut yang menjadi tujuan utama berbusana, tetapi busana menjadi bagian penting dari hidup manusia karena mengandung unsur etika dan nilai dalam masyarakat. Pakaian lebih berfungsi sebagai penutup tubuh daripada sebagai pernyataan lambang status seseorang dalam masyarakat. Pakaian ternyata memang merupakan perwujudan dari sifat dasar manusia yang mempunyai rasa malu sehingga berusaha menutupi tubuhnya. Oleh karena itu, betapapun sederhananya kebudayaan suatu bangsa, usaha menutupi tubuh dengan pakaian selalu ada, meski dalam bentuk yang seadanya seperti halnya orang Irian Jaya pedalaman yang hanya mengenakan *holim* (koteka)

bagi laki-laki dan *Sali yokel* bagi perempuan, suatu busana yang hanya berfungsi menutupi bagian-bagian tertentu dari tubuhnya (Surtiretna, 1995 : 15).

*Fashion* merupakan bahasa simbol dan ikonografi sebagai komunikasi non-verbal tentang individu dan kelompok. *Fashion* identik dengan remaja berumur belasan hingga dewasa, usia memasuki masa pubertas. Namun cakupannya meluas dari balita hingga orang tua sekarang sangat memperhatikan gaya bertatabusana. Perpanjangan usia remaja ini memperbesar jumlah pendukung sastra populer. Sebuah penelitian yang menyelidiki korelasi antara perpanjangan usia nonproduktif dengan pertumbuhan kesenian populer akan menjelaskan kerangka sosial kesenian dengan cara lebih baik. Pertumbuhan kesenian populer juga ditunjang kemajuan teknologi dan organisasi ekonomi (Kuntowijoyo, 1987: 18).

*Fashion* selalu mengalami perkembangan. Pakaian laki laki tidak segencar perempuan dalam mengalami perkembangan, karena mode pakaian yang ada hanya model yang itu-itu saja.

“Kalau kita menelaah perkembangan busana sesuai dengan jenis kelamin pemakainya, ada hal menarik untuk kita kaji, yakni busana kaum laki-laki pada umumnya lebih statis dibandingkan dengan kaum perempuan. Kalaupun ada perubahan tampak tidak terlampau menyolok, baik dalam ukuran maupun modenya. Berbeda dengan busana yang dikenakan oleh perempuan. Seiring dengan perubahan peradaban, busana perempuan biasanya terus berubah, baik dalam ukuran ataupun mode” (Surtiretna, 1995: 16).

Masyarakat Indonesia sangat mengagumi *fashion*, hingga fungsi utama sebagai penutup aurat dan pelindung tubuh mulai dilupakan. Tidak lagi memperhatikan kenyamanan dan kesehatan namun lebih cenderung menurut

keinginan dari orang yang melihat busana seseorang. Mereka tidak peduli ketidaknyamanan dengan dalih yang mereka gunakan adalah sebuah gaya hidup. Asalkan itu diakui dimasyarakat umum maka semua akan tidak dihiraukan, termasuk berbenturan dengan norma agama maupun norma sosial.

Perubahan gaya hidup masyarakat mempengaruhi perkembangan *fashion* Indonesia. Seluruh lapisan memiliki gaya masing-masing, bahkan *fashion* terkadang menjadi gaya hidup yang populer. Dari *fashion* menjadi status sosial dan identitas. Busana adalah cermin status. Dari busana yang dikenakan dapat diketahui tingkat ekonomi dan status sosial pemakainya. Selain itu juga dapat kita nilai citra estetika, kepribadian, dan kualitas moralnya (Surtiretna, 1995: 51).

*Fashion* dianggap sebagai barometer perubahan budaya. Bila kita melihat sekeliling, maka akan menemukan berbagai macam corak dan model busana, yang biasanya berkaitan erat dengan agama, adat istiadat, dan kebudayaan setempat (Surtiretna, 1995: 15). Herkovits (Soekanto, 2006: 150) mengatakan, kebudayaan sebagai sesuatu *super organic* karena kebudayaan turun temurun dari generasi ke generasi tetap hidup terus, walaupun orang-orang yang menjadi anggotanya silih berganti disebabkan kematian dan kelahiran. Budaya adalah sebuah sistem yang mempunyai koherensi. Bentuk-bentuk simbolis yang berupa kata, benda, sastra, musik, ataupun kepercayaan mempunyai kaitan erat dengan konsep-konsep epistemologi juga tidak terpisah dari sistem sosial yang berupa stratifikasi, gaya

hidup, sosialisasi, agama, mobilitas sosial, organisasi kenegaraan, dan seluruh perilaku sosial (Kuntowijoyo, 1987 : xi).

Pakaian sering menjadi identitas budaya yang didukung secara kelembagaan norma yang mengikutinya. Ketika menjadi simbol, dapat mengalami kenaikan ataupun penurunan makna tergantung dari situasi pemaknaan. *Fashion* menjadi bagian dari sebuah budaya, dimana kebudayaan dapat menjadi tidak fungsional jika simbol dan normanya tidak lagi didukung oleh lembaga-lembaga sosialnya, atau oleh modus organisasi sosial dari budaya itu. Kontradiksi-kontradiksi budaya terjadi sehingga dapat melumpuhkan dasar-dasar sosialnya (Kuntowijoyo, 1987: 7).

Masyarakat terdiri dari berbagai lapisan sosial dan setiap lapisan masyarakat mempunyai sikap menghargai yang berbeda terhadap suatu hal, masing masing memiliki acuan tersendiri. Masyarakat menamakan itu kelas sosial. Masing masing kelas sosial memiliki kebudayaan sendiri, serta menghasilkan kepribadian tersendiri pula, dapat terlihat pada cara memilih pakaian, etiket pergaulan, dan bahasa (Soekanto, 2006: 165).

Orang mendapat penghargaan dimasyarakat berdasar bagaimana ia memakai pakaian. sehingga busana menjadi bagian tersendiri dalam membangun harga diri masyarakat di Indonesia. Busana tidak bisa merepresentasikan diri seseorang

namun dengan busana orang berusaha mengaktualisasikan diri mereka, menjadi identitas bagi masing masing individu dan kelompok.

Samovar mengatakan identitas tidak langsung melekat pada diri seseorang sejak ia lahir tapi terpelajari lewat sosialisasi. Menurut Ting Toomey, seorang Individu mendapatkan identitas mereka melalui interaksi dengan orang lain dalam kelompok budaya. Seorang Individu tidak hanya memiliki satu identitas dalam dirinya. Sedangkan Huntington menyatakan jika setiap individu memiliki banyak identitas yang saling berkompetisi atau saling menguatkan satu sama lain seperti kekeluargaan, kebudayaan, institusional, teritorial, edukasi, ideologi dan lainnya (Utama, 2012).

Identitas mempengaruhi serta mengarahkan harapan terhadap peranan sosial diri sendiri dan orang lain, serta memberi petunjuk dalam interaksi komunikasi dengan yang lainnya. Identitas terkadang mendominasi bagaimana kita memainkan peran dalam kehidupan, karena setiap individu memainkan peran yang satu dengan lainnya dan mempunyai identitas yang beragam pula, sehingga memungkinkan dalam situasi tertentu justru karena identitas individu akan dipaksa memainkan peran tertentu.

Menurut Phinney, (Samovar, 2010: 195-196) ada tiga tahap dalam memahami pertumbuhan identitas. Identitas etnis yang tidak diketahui, tahap pertama, ditandai dengan tidak adanya ketertarikan untuk mengeksplorasi identitas. Identitas diri dan

minoritas cenderung disembunyikan dan lebih condong untuk mengidentifikasi identitas budaya mayoritas. Tahap kedua adalah pencarian identitas, ditandai dengan mulai tertarik dengan identitas mereka sendiri. Pergerakan dari satu tahap ke tahap lainnya dipengaruhi berbagai stimulasi, salah satunya identitas diri tergerak untuk ditampilkan karena ada kepercayaan dan nilai budaya mayoritas yang mendiskriminasi dan merugikan budaya minoritas. Tahap ketiga adalah kepehaman identitas, ditandai dengan adanya kepehaman akan identitas dan kesadaran penuh akan identitas diri. Bagi anggota minoritas hal ini ditandai dengan kemampuan melawan diskriminasi dan *stereotipe*. Identitas merupakan hal yang dinamis dan beragam. Artinya, identitas itu bukanlah merupakan suatu hal yang statis, namun berubah menurut pengalaman hidup. Semakin seseorang memainkan banyak peran dalam kehidupan maka makin banyak pula identitas yang dibangun. Identitas akan terus terbangun seiring dengan perjalanan kehidupan. Identitas menjadi faktor penting dalam bagaimana masyarakat menghidupi hidup mereka serta dengan siapa mereka akan berhubungan. Pencapaian identitas dapat memberikan rasa percaya diri dan penghargaan terhadap diri sendiri (Samovar dkk, 2010: 183-185).

Masyarakat menggunakan pakaian sebagai simbol dari identitas masing-masing. Sebagai media komunikasi dan identitas diri baik secara individu maupun kelompok. Selain dua fungsi mendasar diatas, pakaian juga dapat berfungsi sebagai “alat” komunikasi non-verbal, karena pakaian mengandung simbol-simbol

yang memiliki beragam makna. Islam menganggap pakaian yang dikenakan adalah simbol identitas, jati diri, kehormatan dan kesederhanaan bagi seseorang, yang dapat melindungi dari berbagai bahaya yang mungkin mengancam dirinya. Karena itu dalam Islam pakaian memiliki karakteristik yang sangat jauh dari tujuan ekonomi apalagi tujuan yang mengarah pada pelecehan penciptaan makhluk Allah (<http://filsafat.kompasiana.com/2011/06/24/pakaian-muslim/>, Diakses pada Selasa 3 maret 2012 jam 17:18).

Banyak kita temukan wanita berjilbab tetapi tidak sesuai dengan syariat Islam yang sesungguhnya dianjurkan dalam Al-Qur'an. Banyak wanita memakai kurudung dalam sehari-hari, tetapi wanita-wanita ini masih saja memakai pakaian yang tidak mencerminkan Islam. Mode dan busana adalah pintu paling lebar yang sering dimasuki musuh-musuh islam untuk merusak generasi wanitanya (Khalid,1994 : 11). Begitu juga dengan laki laki yang mencampur adukkan makna pakaian muslim. Contohnya masih banyak yang memakai pakaian, baju ketat dan celana terlalu pendek, sehingga terlihat bagian yang seharusnya tertutupi.

Dalam ajaran Islam, pakaian bukan semata-mata masalah kultural, namun lebih jauh dari itu merupakan tindakan ritual sakral yang dijanjikan pahala sebagai imbalannya dari Allah Swt (Surtiretno, 1995: 18). Agama dan estetika merupakan cara pemahaman yang berbeda yang relevansi satu dengan yang lainnya tidak merupakan keharusan. Agama bukan hal yang esensial bagi seni, demikian juga sebaliknya seni terhadap Agama. Herbert Read dalam *Art and Society*

menyatakan bahwa dorongan estetis itu inheren pada manusia, dan masalah hubungan seni dengan agama terletak dalam pertanyaan seberapa jauh suatu agama mengembangkan atau menghambat dorongan itu (Kuntowijoyo 1987 : 53-54). Rasa syukur kepada Allah Swt ini akan diungkapkan dengan jalan melaksanakan tata cara berpakaian sesuai dengan kehendakNYA (Surtiretno, 1995: 28).

Sebagaimana tertera pada surat Al A'raf ayat 26 "Wahai anak cucu adam, sesungguhnya kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutupi auratmu dan pakaian indah untuk(perhiasan). Dan pakaian takwa itulah yang paling baik. Yang demikian itu adalah (termasuk) tanda-tanda(karunia) Allah supaya mereka ingat (QS. Al A'raf : 26).

Pakaian untuk kaum muslimin banyak yang mengalami degradasi makna, kesan gaul lebih dominan dalam model dan bentuk pakaian jaman sekarang.

"Ada wanita yang memakai kerudung cukup di bagian kepala saja, sedangkan bagian lehernya terbuka. Rupanya ukuran kerudung itu kini sudah lebih pendek dari model asalnya. Padahal, seharusnya kerudung itu dapat menutupi bagian kepala dan daerah leher. Selain itu, ada pula wanita yang mengenakan kerudung tapi rambutnya masih kelihatan. Dan anehnya, gaya seperti inilah yang menjadi tradisi" (Khalid, 1994 : 22-24).

Proses ini terus berlanjut hingga meninggalkan model lama atau model dasar pakaian yang jika dikenakan untuk sekarang justru dianggap kuno dan kurang pergaulan. Mereka beranggapan bahwa busana muslimah itu kuno , *out of date*, ketinggalan zaman, dan sebutan sebutan lain yang kurang simpatik (Surtiretna, 1995 : 7).



Selain manusia menjadi peran untuk dirinya sendiri, manusia juga memainkan peran ketika masuk dalam sebuah organisasi. Bagaimana banyak organisasi islam terbentuk di Indonesia secara umum dan di Solo secara khusus. Organisasi memiliki visi dan misi tersendiri, termasuk organisasi islam yang memiliki visi dan misi yang harus berbanding lurus dengan Al Quran dan Sunah. Dari visi dan misi tersebut maka mempengaruhi bagaimana sebuah organisasi mempersepsikan sebuah masalah, seperti persepsi mengenai makna sebuah pakaian. Masing masing tentu dapat memiliki perbedaan dalam sudut pandang, bagaimana sebuah persepsi itu dibangun diatas visi perjuangan dan sejarah yang mengiringinya. Tidak jarang dari satu organisasi Islam dengan organisasi lainnya memiliki pemahaman yang berbeda dalam hal memaknai sesuatu.

“Satuan-satuan massal religiositas telah nampak dalam gerakan-gerakan agama, sejak syarekat Islam, Muhammadiyah, Nahdlatul Ulama, dan sebagainya. Pemasaan Agama itu mempunyai akibat dalam kehidupan berpolitik, sebagaimana nampak dalam munculnya partai partai politik berdasar agama, seperti Masyumi dan Nahdatul Ulama sendiri” (Kuntowijoyo 1987: 19-20).

Peneliti melakukan observasi dan telah terjadi degradasi standar fungsi dan makna berpakaian dikalangan muslim kebanyakan. Peneliti berusaha menggali makna tersebut di lingkungan organisasi Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM) Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan UMS. Melihat bagaimana Organisasi ini membangun sebuah pemahaman makna pakaian yang menjadi mode cara berpakaian anak muda atau remaja Islam jaman sekarang.

Alasan peneliti memilih IMM sebagai obyek penelitian karena Muhammadiyah adalah gerakan kebudayaan baru tanpa kebudayaan lama, dan Muhammadiyah bersifat modernis, kata kunci kebudayaan dalam Muhammadiyah ialah kemajuan dan penyesuaian (Kuntowijoyo, 2001: 159-161). IMM merupakan organisasi mahasiswa otonom dari Muhammadiyah, merupakan salah satu organisasi besar yang ada di Indonesia. Organisasi ini memiliki identitas dan rujukan kepada Al Quran dan Sunnah. Organisasi besar ini sudah sering memiliki perbedaan pendapat dalam menyikapi berbagai hal di Indonesia, seperti penetapan hari Raya Idul Fitri atau Idul Adha. Dalam hal ini Max Weber menyatakan bahwa perbedaan sikap terhadap nilai seni bisa juga terjadi dalam suatu agama, terutama karena perbedaan kelas sosial, pembawa agama dan pengaruh struktural lainnya (Kuntowijoyo, 1987: 54).

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut diatas, peneliti ingin mengetahui pemahaman makna pakaian oleh organisasi IMM dengan studi Fenomenologi. Dimana menurut Husserl(Herdiansyah, 2010:66) setiap hal manusia memiliki pemahaman dan penghayatan terhadap sebuah fenomena yang dilaluinya dan pemahaman dan penghayatan itu sangat berpengaruh terhadap perilakunya. Peneliti memberi judul pada skripsi ini “PEMAHAMAN MAKNA PAKAIAN OLEH ORGANISASI ISLAM”.

## **B. Rumusan masalah**

Berdasarkan dari uraian latar belakang masalah diatas, maka peneliti mengajukan perumusan masalah : Bagaimana pemahaman makna pakaian oleh organisasi Islam IMM di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Surakarta Periode 2012/2013 ?

## **C. Tujuan penelitian**

Adapun peneliti memiliki tujuan dari penelitian untuk mengetahui pemahaman makna pakaian oleh organisasi Islam IMM FKIP UMS.

## **D. Manfaat**

### 1. Praktis :

- a. Memperkaya pengetahuan mengenai makna pakaian yang islami, menambah pengetahuan mengenai sudut pandang seorang muslim untuk berpakaian yang syari.
- b. Sebagai acuan bahwa kebenaran terkadang tidak hanya satu. Memberi sudut pandang dari pandangan organisasi lain, terutama menghindari fanatisme kelompok yang berlebih.

### 2. Akademis : Memberi literatur mengenai makna pakaian yang Islami, khususnya untuk mahasiswa Islam.

## **E. Tinjauan Pustaka**

### **1. Penelitian terdahulu**

#### **a. Makna nilai Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM)**

Keberadaan nilai- nilai IMM yang dikenal dengan Tri Citra IMM atau Tri Citra Kompetensi Dasar yang didalamnya terdapat 3 nilai, yaitu : Nilai Religius, Nilai Intelektual, dan Nilai Humanisme. Ketiga nilai tersebut merupakan salah satu manifest dari Al Quran Surat Al Imran: 104 dan Al Ma'un: 1-7, atau yang diidentifikasi sebagai Iman-Ilmu-Amal. Tiga nilai ini sesuai dengan anggaran dasar IMM pada pasal 5 yang diteruskan pada pasal 6 dengan tujuan mengkontruksi kader berbasis *knowledge* yang kokoh dan mempunyai ghiroh perjuangan islam yang kuat sebagai kader generasi penerus dakwah yang berbasis Religius-Intelektual. Dalam proses interpretasi (penafsiran) tiap- tiap individu mempunyai pemaknaan tersendiri tentang nilai – nilai Tri Citra IMM, baik dari segi religius, intelektual atau hanya dilihat dari humanismenya. Untuk melihat pemaknaan tiap-tiap individu tersebut terhadap nilai-nilai IMM, peneliti merumuskan masalah yaitu bagaimana makna nilai IMM akibat arus modernisasi.

Obyek penelitian ini dilakukan di Universitas Muhammadiyah Malang (UMM) dan subyeknya adalah anggota IMM dari 3 angkatan yang berbeda dari beberapa fakultas yang ada di UMM ini. Teknik mengumpulkan datanya menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Dalam penelitian ini, identifikasi terhadap pemaknaan tiap-tiap individu terhadap nilai Tri Citra IMM pada dasarnya tidak lepas dari stimulus pola-pola pemikiran terbaru yang dibawa oleh arus modernisasi untuk mengkonstruksi mindset tiap individu dari nilai sebelumnya ada pada diri individu tersebut. Teori Gadamer, nilai individu tersebut tidak lepas dari Tradisi, Kepentingan Praktis, Bahasa, Kultur. Arus modernisasi menurut Alex Inkeles didefinisikan dalam 3 bentuk nilai: Modernisasi Dominan, Budaya Industrial, dan Efisiensi.

Penelitian ini lebih terfokus pada konsep kebenaran yang dikemukakan oleh Hans-George Gadamer tentang hermeneutika dialogis, yang mana individu memaknai sesuatu harus bersifat bebas-nilai, secara simbolis harus bebas dari konsep dogmatis. Konsep Blumer berusaha menjelaskan proses tindakan yang dilakukan subyek sebagai tanggapan dari nilai – nilai gerakan IMM dan disini subyek dalam menilai atau memaknai mempunyai modal konstruksi berfikir melalui pemahaman, pengalaman, dan ruang berfikir. Walaupun secara konsep pergerakan nilai-nilai IMM mempunyai acuan wajib memaksakan nilai Tri Citra IMM kepada anggota IMM dan dari tiga nilai tersebut merupakan satu kesatuan pergerakan, yang pada dasarnya nilai ini tidak lepas dari nilai-nilai dakwah lembaga Muhammadiyah sebagai induk pergerakan IMM. Disinilah nilai Tri Citra IMM diujikan kepada subyek melalui proses kebenaran, bukan hanya sekedar mengkaji nilai Tri Citra IMM berdasarkan pemahaman filologis orientalistik, tetapi lebih kepada kajian

interpretatif sebagai pola dasar pemahaman individu yang dinamis sebagai salah satu tindakan pemaknaan dari yang dipahami dari nilai-nilai Tri Citra IMM(Prasetya Aziz, 2010).

### **b. Persepsi terhadap Busana Muslim**

Sejak kebangkitan Islam di seluruh dunia yang mulai pada tahun 1970'an, busana Muslim menjadi populer di Indonesia. Pada masa lalu, hubungan di antara agama Islam dan politik Indonesia kurang begitu harmonis. Pemerintah mencoba menghambat dukungan agar syariah Islam dilaksanakan di Indonesia. Akibatnya, penduduk Indonesia tidak suka fanatisme Islam. Oleh karena itu, perempuan yang berbusana Muslim dianggap sebagai orang fanatik, dan berbusana Muslim dianggap sebagai perlawanan terhadap negara Indonesia.

Tetapi, suasana agama menjadi lebih terbuka sesudah kebangkitan Islam. Sejak saat itu semakin banyak perempuan yang berbusana Muslim. Ternyata berbusana Muslim sudah diterima oleh masyarakat dan sudah dianggap sebagai hal yang biasa. Busana Muslim menjadi unsur kebudayaan populer di Indonesia, dan industri busana Muslim berkembang pesat. Karena berbusana Muslim menjadi populer di Indonesia, ada orang yang berpendapat arti-arti agama berpendapat bahwa berbusana Muslim sudah hilang, tetapi ternyata pendapat ini tidak benar. Orang-orang ini tidak menyadari bahwa seseorang bisa berbusana Muslim sambil mendapat kesenangan dari tindakan

itu, dan kesenangan tidak harus memperkecil alasan agama. Kalau meneliti industri busana, harus memahami semua lapis-lapis industri itu, yaitu produksi, distribusi, dan konsumsi busana Muslim. Profil-profil tentang orang yang membuat dan mendistribusikan busana Muslim - misalnya perancang mode Islam, seorang tailor busana Muslim, dan pemilik toko busana Muslim memberi informasi tentang industri busana Muslim di antara konteks agama, sosial, politik dan ekonomi di Indonesia. Cara mengiklankan busana Muslim, melalui majalah, televisi dan koran tabloid dengan jelas memberi kesan bahwa perempuan teladan di Indonesia adalah perempuan yang berbusana Muslim.

Dari profil-profil itu bisa mendapat gambaran yang lebih dari hanya sekedar industri busana Muslim saja, tetapi juga bisa menemukan pikiran perempuan yang berbusana Muslim tentang arti berbusana Muslim, motivasi pribadi dalam berbusana Muslim, dan apa maksud perempuan teladan di Indonesia. Semua orang-orang yang diwawancarai menunjukkan bagaimana berbusana menjadi unsur penting identitasnya, dan bagaimana mereka bisa tetap Muslimah yang taat sambil mendapat kesenangan dari praktek itu secara populer (Raleigh Elizabeth, 2004).

### **c. Pemahaman makna pakaian oleh organisasi IMM**

pada penelitian kali ini peneliti mencoba mengambil titik tengah dari kedua penelitian terdahulu. Dimana berawal dari sebuah sebuah anggota organisasi IMM dengan segala pengalaman dan pengahayatannya melewati

sebuah fenomena, yang memberi pengaruh pemaknaan terhadap konseptualisasi pakaian muslim. Mencari data bagaimana setiap anggota organisasi IMM memaknai berbagai macam pakaian.

Pada penelitian kali ini, penelitian dilakukan terhadap anggota organisasi IMM Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan masa jabatan 2012/2013. Peneliti menggunakan studi Fenomenologi untuk mendapatkan pemahaman makna yang mendalam. Mencari data dengan wawancara dan dianalisis dengan analisis data model interaktif Miles dan Hiberman. Sehingga pada akhirnya akan diketahui pemahaman makna yang terjadi akibat ikatan yang terjadi didalam organisasi IMM terhadap makna pakaian.

## **2. Komunikasi yang membangun persepsi**

Fitrah manusia adalah berkomunikasi dengan manusia lainnya, tidak bisa tidak berkomunikasi dengan manusia lainnya. Komunikasi adalah kegiatan sehari-hari manusia yang benar-benar berkaitan dengan seluruh aspek kehidupan, sehingga komunikasi merupakan pusat kehidupan (Little John, 2009: 3). Istilah komunikasi atau dalam bahasa inggris *communication* berasal dari kata latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah sama makna ( Effendy, 2001: 9).

Sedangkan menurut Carl L. Hovland (dalam Effendy, 2001: 10 ), ilmu komunikasi adalah upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-



asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap. Hovland juga mengatakan bahwa berkomunikasi adalah proses upaya untuk dapat mengubah perilaku seseorang. Berbeda dengan Frank Dance (dalam Little John, 2009: 5) yang mengemukakan bahwa komunikasi merupakan proses menyamakan dua atau beberapa hal mengenai kekuasaan terhadap seseorang atau beberapa orang.

Craig juga mengatakan bahwa komunikasi merupakan proses utama di mana kehidupan sehari-hari dijalani, komunikasi mendasari setiap kenyataan yang terjadi. Orang-orang dapat berubah dari satu kelompok menjadi kelompok yang lain, dan dari satu keadaan menjadi keadaan yang lain, dan dari satu jangka waktu ke jangka waktu yang lain karena komunikasi sendiri bersifat dinamis terhadap banyak situasi (Little John, 2001: 9). Komunikasi menjadi beragam dari kelompok satu dengan yang lainnya, dinamis dan selalu menyertai disetiap perubahan yang terjadi dalam setiap kelompok.

Setiap kelompok masyarakat memiliki perangkat norma yang berlainan, sedangkan setiap komunikasi terdapat norma yang menyertainya (Mulyana, 2010: 8). Hal ini yang terkadang menimbulkan kesulitan komunikasi, terjadi perbedaan dalam pemahaman teks. Sama halnya dengan warga Muhammadiyah terdapat perbedaan norma komunikasi didalamnya dibandingkan dengan organisasi lainnya. Seperti terlihat pada penetapan hari Raya Idul Fitri atau Idul Adha oleh organisasi besar di Indonesia ini. Oleh

karena fakta atau rangsangan komunikasi yang sama mungkin dipersepsi secara berbeda oleh kelompok-kelompok berbeda kultur. Masing-masing kelompok memiliki kemungkinan yang besar untuk terjadi perbedaan dalam mempersepsikan sesuatu, karena dalam sistem komunikasi tiap kelompok memiliki norma tersendiri untuk para anggotanya.

### **Persepsi adalah Inti dari Komunikasi**

Persepsi meliputi *pengindraan* (sensasi) melalui alat-alat indra kita (indra peraba, pengecap dan indra pendengar), *atensi*, dan *interpretasi* (Mulyana, 2010: 181). Persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh proses penginderaan, proses diawali dengan diterimanya stimulus melalui alat indra yang sering disebut proses sensoris. Proses tidak berhenti pada sensoris saja namun masih berkelanjutan, stimulus tersebut diteruskan, selanjutnya merupakan proses persepsi. Menurut Davidoff persepsi merupakan aktifitas yang menyatu dalam individu, segala sesuatu yang terdapat pada individu ikut berperan aktif dalam melakukan persepsi, sehingga persepsi bisa dibentuk karena bermacam hal dan pengalaman maka dari setiap individu sangat mungkin terjadi adanya perbedaan persepsi antara satu dengan yang lainnya (Walgito, 2004: 87).

Dalam perjalanan kehidupannya individu selalu mengalami komunikasi maka secara otomatis juga melakukan proses persepsi dalam kehidupan sehari-harinya. Mulyana menyatakan persepsi meliputi penginderaan

(sensasi) melalui alat-alat indra kita (indra peraba, indra penglihat, indra pencium, indra pengecap, dan indra pendengar), *atensi*, dan *interpretasi*. Menurut Brisn Fellows persepsi adalah proses yang memungkinkan suatu organisasi menerima dan menganalisa informasi. Sedangkan Desirato (dalam Rakhmat, 1996: 51) mengemukakan persepsi adalah pengalaman tentang obyek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan dan memberi makna pesan. Persepsi berusaha memberikan sebuah makna pesan terhadap stimuli inderawi (*sensory stimuli*). Meski sensasi bagian dari persepsi tapi untuk menafsirkan makna tidak hanya menggunakan sensasi, tapi juga atensi, ekspektasi, motivasi, dan memori. Joseph A. De Vito yang mendefinisikan persepsi adalah proses yang menjadikan kita sadar akan banyaknya stimulus yang mempengaruhi indra kita.

Persepsi meskipun dapat terjadi secara otomatis setiap hari, tidak serta merta setiap persepsi memiliki kesamaan. Irwanto dalam penelitian Syamsuddin (2006) menjelaskan persepsi dapat dibagi menjadi dua macam. *Pertama*, adalah persepsi Positif, dimana ketika sebuah persepsi berbanding lurus dengan tindakan, sehingga semua pengetahuan yang tergambar dalam persepsi diteruskan dengan upaya pemanfaatannya. *Kedua*, adalah Persepsi Negatif, dimana ketika sebuah persepsi tidak selalu berbanding lurus dengan tindakannya, semua pengetahuan dan tanggapan tergambar dalam persepsi tidak selaras dengan obyek. Berujung pada penolakan atau kepasifan dan menentang

obyek yang dipersepsikan. Maka dari itu baik persepsi negatif maupun positif selalu berpengaruh terhadap individu dalam melakukan tindakan.

Meskipun persepsi dapat terjadi ketika berkomunikasi, namun banyak hal yang mempengaruhi terjadinya sebuah persepsi. Beberapa ahli mengemukakan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi terjadinya persepsi, Rakhmat (1996: 51) Membagi faktor tersebut menjadi tiga bagian.

*Pertama*, Faktor Perhatian (*attention*) Perhatian menjadi proses penting karena akan terjadi perbedaan ketika sebuah rangkaian keadaan atau barang kita selektif dalam memperhatikannya. Sesuatu yang mendapat perhatian lebih akan terbangun persepsi dengan baik. Sebuah proses mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli lainnya melemah. Perhatian terjadi ketika mengkonsentrasikan diri pada salah satu alat indera kita dan mengesampingkan masukan-masukan melalui alat indera lainnya.

*Kedua*, Faktor fungsional situasi dan kondisi akan sangat mempengaruhi persepsi, apa yang menjadi keinginan atau kebutuhan akan mendominasi pikiran, sehingga keinginan bisa mengalahkan mata, hati, dan otak individu. Faktor fungsional berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lalu, dan hal-hal yang termasuk apa yang kita sebut sebagai faktor personal yang

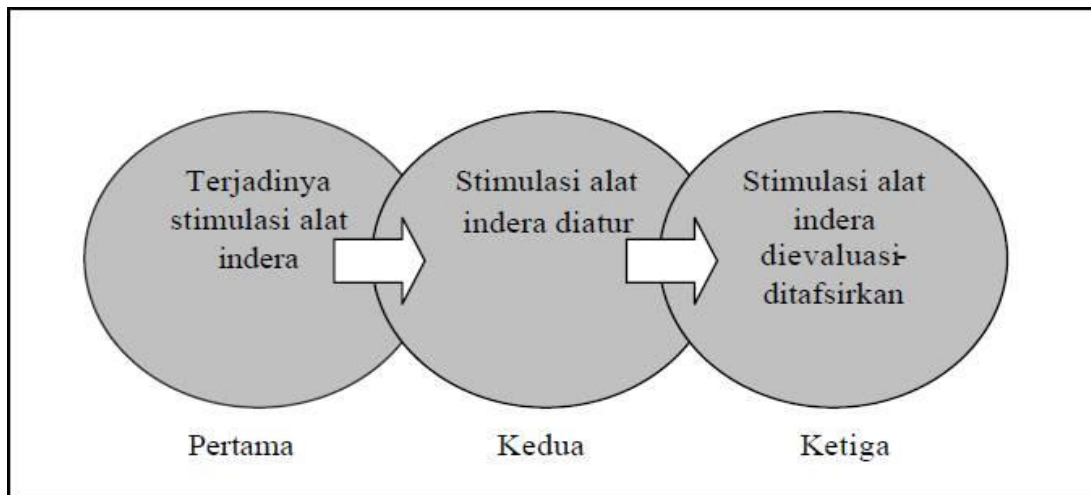
menentukan persepsi bukan jenis atau bentuk stimuli tetapi karakteristik orang yang memberikan respon pada stimuli itu.

*Ketiga*, faktor struktural, dimana konteks sangat mempengaruhi persepsi, seperti halnya apa yang pertama kali terlihat biasanya itu menjadi acuan sebuah penilaian yang membangun sebuah persepsi. Faktor struktural berasal dari sifat stimuli fisik dan efek-efek syaraf yang ditimbulkan pada sistem syaraf individu.

Sementara Walgito (2004: 89) memberikan penjelasan mengenai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap persepsi sebagai berikut. *Pertama*, Obyek yang dipersepsi Stimulus datang dari luar dan dalam individu. Obyek menimbulkan stimulus yang mengenai alat indra atau reseptor dan sebagian besar stimulus datang dari luar individu. *Kedua*, alat indera, syaraf, dan pusat susunan syaraf. Reseptor atau alat indera adalah alat untuk menerima stimulus . Namun juga harus ada syaraf sensoris sebagai alat penerus ke pusat susunan syaraf, yaitu otak sebagai pusat kesadaran. Sedangkan untuk respon dibutuhkan syaraf motoris. *Ketiga*, perhatian, perhatian justru merupakan langkah pertama dalam persepsi, dimana persiapan dalam rangka pemusatan perhatian atau konsentrasi dari seluruh aktifitas terhadap sesuatu atau sekelompok obyek. Sehingga dalam prosesnya persepsi tidak hanya berbicara dalam fikiran atau otak namun berbagai hal termasuk lingkungan sangat berpengaruh terhadap proses dan hasil persepsi yang akan terjadi.

## Proses Persepsi

Persepsi tidak terjadi seketika begitu saja, namun terdapat sebuah proses yang dapat kita teliti. De Vito dalam penelitian Syamsuddin (2006) mengemukakan proses persepsi sebagai berikut :



Gambar 1. Proses persepsi

Ketiga tahap tersebut bersifat kontinyu, bercampur baur dan tumpang tindih satu sama lainnya. Pada tahap *pertama*: alat indera distimuli (dirangsang).

Tahap *kedua*: rangsangan terhadap alat indera diatur menurut berbagai prinsip antara lain: prinsip proksimitas (*proximity*) atau kemiripan: orang atau pesan yang secara fisik mirip satu sama lain dipersepsikan bersama-sama, atau sebagai satu kesatuan (unit); dan prinsip kelengkapan (*closure*): memandang suatu gambar atau pesan yang dalam kenyataan tidak lengkap sebagai gambar atau pesan yang lengkap.

Tahap *ketiga* dalam proses konseptual adalah penafsiran-evaluasi merupakan proses subyektif yang melibatkan evaluasi di pihak penerima, yang tidak semata-mata didasarkan pada rangsangan luar melainkan juga sangat dipengaruhi oleh pengalaman masa lalu, kebutuhan, keinginan, sistem nilai, keyakinan tentang yang seharusnya, keadaan fisik dan emosi pada saat itu, dan sebagainya yang ada pada kita.

### **Persepsi Organisasi**

Selain manusia menjadi peran untuk dirinya sendiri, manusia juga memainkan peran ketika masuk dalam sebuah organisasi. Sehingga organisasi yang merupakan kumpulan manusia yang saling memiliki persepsi hingga pada akhirnya muncul sebuah kepehaman yang sama yang memungkinkan terjadinya persepsi yang sama pula dalam organisasi. Menurut Samovar (2009: 359) organisasi adalah manusia terhubung dengan manusia lainnya dalam semacam susunan yang memberikan bentuk organisasional. Sehingga orang-orang tertentu menggunakan pengaruhnya pada orang-orang lain, kelompok-kelompok tertentu menggunakan pengaruhnya terhadap kelompok lainnya. Organisasi bukanlah susunan yang terbentuk oleh posisi dan peranan, tetapi oleh aktivitas komunikasi. Sedangkan Rogers dan Rogers memandang organisasi sebagai suatu struktur yang melangsungkan proses pencapaian tujuan yang telah ditetapkan dimana operasi dan interaksi di antara bagian yang satu dengan yang lainnya berjalan secara harmonis, dinamis, dan pasti. Korelasi

antara ilmu komunikasi dengan organisasi terletak pada peninjauannya yang terfokus kepada manusia-manusia yang terlibat dalam mencapai tujuan organisasi tersebut (Effendiy, 2001: 114).

Organisasi dalam melakukan segala kegiatan dipastikan melakukan sebuah proses, Sedangkan proses untuk berorganisasi Samovar dibagi kedalam tiga fase. *Pertama*, Pembuatan, yaitu definisi tentang situasi, atau menyatakan adanya informasi yang samar-samar dari luar. Dalam pembuatan, individu memperhatikan stimuli, dan mengakui bahwa ada kesamaran atau ketidakjelasan. *Kedua*, Pemilihan, dimana anggota organisasi menerima berbagai informasi sebagai sesuatu yang relevan dan menolak informasi lain. Pemilihan mempersempit bidang, menghilangkan pilihan yang tidak ingin dihadapi oleh pelaku pada saat itu. *Ketiga*, Penyimpanan, dimana hal-hal tertentu akan disimpan untuk penggunaan masa yang akan datang. Informasi disimpan digabungkan pada kesatuan informasi yang sudah ada yang menjalankan organisasi (Samovar, 2009: 366).

Dalam perjalanannya organisasi selalu melakukan komunikasi, bahkan komunikasi menjadi hal yang vital dalam organisasi. Organisasi diciptakan dan dipupuk melalui kontak-kontak yang terus menerus berubah yang dilakukan orang-orang antara yang satu dengan lainnya dan tidak eksis secara terpisah dari orang-orang yang perilakunya membentuk organisasi tersebut. Kaum subyektivis menganggap organisasi sebagai mengorganisasikan perilaku. Kaum



obyektivis menganggap organisasi sebagai struktur, sesuatu yang stabil. Pemahaman seseorang mengenai organisasi bergantung pada asumsi-asumsi orang itu mengenai realitas (Faules, 2005). Sehingga komunikasi menjadi barang penting untuk dapat mempersepsikan sesuatu dengan baik dan demi kelangsungan organisasi itu sendiri.

### **Komunikasi Organisasi**

Komunikasi didalam organisasi selalu mengalami perubahan-perubahan untuk dapat mencapai keselarasan dalam organisasi Abdullah (2008: 5). Steward L. Tubbs dan Sylvia Moss mengatakan beberapa ciri komunikasi organisasional adalah faktor-faktor struktural dalam organisasi yang mengharuskan para anggotanya bertindak sesuai dengan peranan yang diharapkan. Berbeda dengan R. Wayne pace dan Don F. Faules yang Membagi pengertian komunikasi organisasi menjadi dua yakni definisi fungsional dan interpretative.

Definisi fungsional adalah sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan di antara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Sedangkan interpretative cenderung menekankan pada kegiatan penanganan pesan yang terkandung dalam suatu batas organisasional. Dengan kata lain proses penciptaan makna atas interaksi yang menciptakan, memelihara, dan mengubah organisasi. Sifat terpenting dalam komunikasi organisasi adalah penciptaan pesan, penafsiran, dan penanganan kegiatan

anggota organisasi. Sedangkan Joseph A. Devito, Komunikasi organisasi merupakan pengiriman dan penerimaan berbagai pesan didalam organisasi didalam kelompok formal maupun informal organisasi.

Komunikasi yang memungkinkan orang mengorganisasi. Komunikasi memungkinkan orang mengkoordinir kegiatan mereka untuk mencapai tujuan bersama, tetapi komunikasi itu tidak hanya menyampaikan informasi atau mentransfer makna saja. Tetapi individu membentuk makna dan mengembangkan harapan mengenai apa yang terjadi di sekitar mereka dan antara mereka satu sama lain melalui pertukaran simbol. Komunikasi dalam organisasi dapat dilihat dalam dua pendekatan. *Pertama*, pendekatan makro, organisasi dipandang sebagai suatu struktur global yang berinteraksi dengan lingkungannya. Segala sesuatu mengenai lingkungan akan diidentifikasi untuk mencapai tujuan organisasi. *Kedua*, pendekatan mikro, pendekatan ini memfokuskan kepada komunikasi dalam unit dan subunit pada suatu organisasi. Komunikasi pada tingkat ini konsen terhadap komunikasi antar anggota kelompok. Adanya upaya untuk dapat menyamakan informasi dan data, berusaha untuk menghilangkan berbagai perbedaan yang terjadi dan mengusahakan persamaan dan kesepahaman. Berupaya mempengaruhi nilai dari anggota, sehingga masing-masing anggota merasakan bahwa tujuan organisasi adalah tujuan bersama dan paham organisasi adalah paham bersama serta terciptanya iklim organisasi yang sehat (Masmuh, 2008: 38).

## **Iklm Organisasi**

Iklm organisasi dan komunikasi adalah dua hal penting yang dapat digunakan untuk mempengaruhi paham dan tingkah laku anggota organisasi. Payne dan Pugh mengatakan iklim organisasi sebagai suatu konsep yang merefleksikan isi dan kekuatan dari nilai-nilai umum, norma, sikap, tingkah laku dan perasaan anggota terhadap suatu sistem sosial. Sedangkan iklim komunikasi lebih luas daripada persepsi anggota terhadap kualitas hubungan dan komunikasi dalam organisasi serta tingkat pengaruh dan keterlibatan. Dengan mengetahui iklim organisasi, lebih mudah untuk mengetahui apa yang mendorong anggota organisasi berperilaku (Masmuh, 2008: 45). Iklim komunikasi organisasi terdiri dari persepsi-persepsi atas unsur-unsur organisasi dan pengaruh unsur-unsur tersebut dalam komunikasi. unsur-unsur iklim komunikasi organisasi dapat diringkas dan dikategorikan menjadi lima kategori.

*Pertama*, anggota organisasi. Menurut Bois dipusat organisasi terdapat orang-orang yang melaksanakan pekerjaan organisasi. Orang yang membentuk terlibat dalam beberapa kegiatan primer. Anggota terlibat dalam kegiatan-kegiatan pemikiran yang meliputi konsep-konsep, penggunaan bahasa, pemecahan masalah, dan pembentukan gagasan. Dari keempat kegiatan ini memungkinkan anggota untuk mampu berperilaku sesuai dengan organisasi. *Kedua*, pekerjaan dalam organisasi. Pekerjaan dilakukan anggota organisasi terdiri dari tugas-tugas formal dan informal. *Ketiga*, praktik-praktik pengelolaan, tujuan primer pegawai manajerial adalah menyelesaikan pekerjaan

melalui usaha orang lainya. *Keempat*, struktur organisasi, Tosi dkk mengatakan Struktur organisasi merujuk kepada hubungan-hubungan antara tugas-tugas yang dilaksanakan oleh anggota-anggota organisasi. *Kelima*, pedoman organisasi, merupakan serangkaian pernyataan yang mempengaruhi, mengendalikan, dan memberi arahan bagi anggota organisasi dalam mengambil keputusan dan tindakan.

### **Budaya Organisasi**

Budaya organisasi adalah satu wujud anggapan yang dimiliki, diterima secara implisit oleh kelompok atau organisasi dan menentukan bagaimana organisasi atau kelompok tersebut merasakan, pikirkan, dan bereaksi terhadap lingkungannya yang beraneka ragam. Dari sini dapat ditarik tiga karakteristik budaya organisasi. Pertama, budaya organisasi diberikan kepada anggota melalui proses sosialisasi. Kedua, budaya organisasi mempengaruhi perilaku anggota dalam organisasi. Ketiga, benda benda khusus dapat menjadi perwujudan dari organisasi, seperti bagaimana gaya berbusana, dan jika dalam konteks organisasi IMM bagaimana refleksi organisasi terhadap pakaian seperti baju gamis, celana  $\frac{3}{4}$  (*cingkrang*), jilbab besar, serta cadar. Budaya merefleksikan nilai-nilai dan keyakinan yang dimiliki oleh para anggota organisasi, dan setiap budaya akan mempengaruhi anggota yang lain (Kreitner, 2003 : 79-80).

Nilai-nilai dan keyakinan organisasi merupakan dasar dari budaya organisasi. Fisik budaya organisasi akan tampak melalui sosialisasi anggota organisasi baru, ketidakserasian sub budaya, dan kepengurusan pusat. Empat manifestasi umum atau bukti budaya organisasi dalam modelnya adalah hal-hal yang dimiliki bersama (obyek), perkataan bersama (pembicaraan), pekerjaan yang dilakukan bersama (perilaku), dan perasaan yang dilakukan bersama (emosi). Anggota organisasi dapat memperoleh informasi hal ini dengan bertanya, mengamati, membaca, dan merasakan.

### **Sosialisasi Organisasi**

Sosialisasi organisasi didefinisikan sebagai proses seorang anggota organisasi mempelajari nilai, norma, dan perilaku yang dituntut, yang memungkinkan ia untuk berpartisipasi sebagai anggota organisasi tersebut. Sosialisasi organisasi dimulai sebelum individu benar-benar bergabung menjadi anggota organisasi. Informasi sosialisasi lebih dahulu datang dari berbagai sumber. Proses ini dapat melalui tiga fase, pertama, sosialisasi antisipasi, tahapan dimana proses belajar yang dilakukan sebelum bergabung dengan organisasi. Kedua, pertemuan, tahapan dimana nilai, ketrampilan, dan tingkah laku mulai berubah saat anggota baru menemukan seperti apa sesungguhnya organisasi tersebut. Ketiga, perubahan dan pemahaman yang bertambah, pada fase ini anggota organisasi menguasai ketrampilan, peran, dan menyesuaikan diri dengan nilai dan kelompok kerja organisasi tersebut (Kreitner, 2003 : 98).

Komunikasi dan organisasi tidak hanya sebatas aktifitas yang dapat dijalankan sehari-hari, tidak sebatas rutinitas yang dapat dipelajari namun banyak teori yang menjelaskan tentang fenomena ini, salah satunya adalah teori Fusi Bakke dan Chris Argyris, teori ini menyarankan suatu proses fusi (proses penyatuan atau perpaduan). Dalam suatu tahapan tertentu organisasi mampu mempengaruhi individu, dan pada saat yang sama individu juga mampu memberi pengaruh terhadap organisasi. Organisasi dipersonalisasi oleh setiap individu dan individu disosialisasikan oleh organisasi. Dari teori ini dapat dilihat bahwa individu dapat ditransfer nilai oleh organisasi diberi informasi dan dipengaruhi oleh organisasi sehingga memiliki kesepahaman dengan organisasinya (R. Wayne Don . Faules, 2005: 61).

Selain teori yang berpengaruh timbal balik antara individu dengan organisasi yang merupakan teori transisional, terdapat teori struktural klasik, dimana terdapat organisasi sosial yang merujuk kepada pola-pola interaksi sosial. Frekuensi dan lamanya kontak antara orang-orang dan regularitas yang teramati dan perilaku sosial orang-orang yang disebabkan oleh situasi sosial mereka alih-alih oleh karakteristik fisiologis atau psikologis mereka sebagai individu.

### **Kekuatan Komunikasi dalam Organisasi**

Berlo menyarankan bahwa komunikasi berhubungan dengan organisasi sosial dapat melalui tiga cara. *Pertama*, sistem sosial dihasilkan lewat

komunikasi. keseragaman perilaku dan tekanan untuk menyesuaikan diri dengan norma-norma yang dihasilkan dari proses komunikasi tersebut. Dari sini dapat diketahui kembali bahwa organisasi mampu memberi tekanan kepada individu untuk mengarahkan pola pikir dan perilakunya. *Kedua*, bila sistem sosial telah berkembang. Ia menentukan komunikasi anggota-anggotanya. Sistem sosial mempengaruhi segalanya terhadap semua anggota. Menjadi sebuah sistem yang mau tidak mau menimbulkan pola pikir dan perilaku yang hampir seragam dari anggota organisasi. *Ketiga*, pengetahuan mengenai sistem sosial dapat membantu kita membuat prediksi yang akurat mengenai orang-orang tanpa mengetahui lebih banyak daripada peranan yang mereka duduki dalam sistem (R. Wayne Don . Faules, 2005: 43).

Susane K. Langer dalam (Mulyana, 2010: 92) menyatakan kebutuhan simbolisasi atau penggunaan lambang merupakan kebutuhan pokok yang dikehendaki manusia. Lambang atau adalah sesuatu yang digunakan untuk menunjuk sesuatu hal yang lainnya, berdasarkan kesepakatan sekelompok orang. Pola-pola interaksi antara individu dalam komunitas dan dalam masyarakat menentukan bentuk pengaruh yang selanjutnya membentuk nilai, opini, dan perilaku. Apabila individu berpindah dari satu daerah menuju daerah lain maka akan mampu melihat perubahan dramatis dalam budaya manusia yang terlihat jelas pada pakaiannya (Little John, 2009: 447). Budaya

mempengaruhi komunikasi, termasuk komunikasi non verbal dan pemaknaan terhadap pesan non verbal tersebut (Mulyana, 2010: 436).

Setiap orang punya persepsi mengenai penampilan fisik seseorang, baik itu busananya (model, kualitas, bahan, warna) dan juga ornamen yang dipakainya. Sering kali orang memberi makna tertentu pada karakteristik fisik orang yang bersangkutan, seperti bentuk tubuh, warna kulit, model rambut dan sebagainya. Nilai-nilai agama, kebiasaan, tuntutan lingkungan (tertulis atau tidak), nilai kenyamanan, dan tujuan pencitraan, semua itu mempengaruhi cara kita berdandan dan berpakaian.

Berbagai komunitas mengenakan busana yang khas sebagai simbol keanggotaan mereka dalam kelompok tersebut. Orang mengenakan jilbab atau jubah sebagai tanda keagamaan dan keyakinan mereka, selain itu hal ini juga dijadikan sebagai sarana menunjukkan afiliasi kelompok masing-masing. Sebagian orang berpandangan bahwa pilihan seseorang atas pakaian mencerminkan kepribadiannya. Mereka berpakaian bukan sekedar menutupi tubuh atau asal pantas, namun juga berusaha menciptakan kesan yang positif kepada orang lain. Kita cenderung mempersepsikan dan memperlakukan orang yang sama dengan cara berbeda bila ia mengenakan pakaian berbeda (Mulyana, 2010: 392-394).



## **Identitas Budaya**

Pakaian, khususnya modelnya, jelas mengkomunikasikan sesuatu. Setiap yang menempel ditubuh baik jenis, model, maupun warna memiliki makna bervariasi di mata masyarakat. Sedangkan bagaimana makna tersebut muncul melalui proses yang panjang yang dipengaruhi banyak hal mulai dari individu itu sendiri, budaya yang terbentuk, bahkan latar belakang organisasi yang diikuti memungkinkan akan mempengaruhi makna yang terbentuk (Mulyana, 2010: 396).

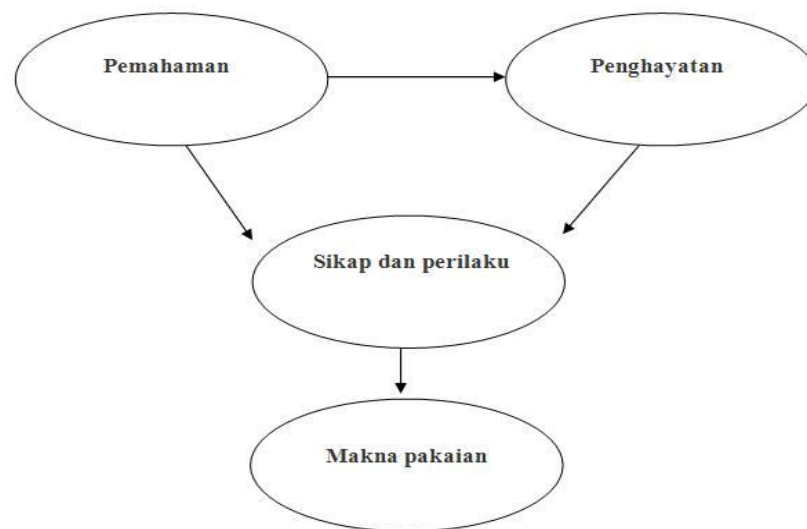
Benda apa saja yang dihasilkan manusia melalui kecerdasannya disebut artefak. Hal ini perluasan lebih jauh dan tidak hanya sebatas pakaian dan penampilan. Benda-benda yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan manusia, sering mengandung makna-makna tertentu. Dari busana yang dikenakan dapat diketahui tingkat ekonomi dan status sosial pemakainya. Selain itu juga dapat kita nilai citra estetika, kepribadian, dan kualitas moralnya. Busana dianggap sebagai barometer perubahan budaya. Bila kita melihat sekeliling, maka akan menemukan berbagai macam corak dan model busana, yang biasanya berkaitan erat dengan agama, adat istiadat, dan kebudayaan setempat serta menjadi identitas yang secara otomatis akan melekat dari masing-masing yang menggunakannya (Surtiretna, 1995).

Sama halnya dengan anggota Organisasi IMM dimana telah membangun sebuah budaya organisasi yang mampu memberi pengaruh

terhadap anggotanya. IMM merupakan organisasi islam, anggota organisasi ini akan mengenal berbagai pakaian seperti baju gamis, celana  $\frac{3}{4}$  (*cingkrang*), jilbab besar, dan cadar. Seberapa besar pengaruh budaya organisasi IMM dapat dilihat dengan melihat bagaimana setiap anggota memaknai berbagai model pakaian tersebut. Budaya merefleksikan nilai-nilai dan keyakinan yang dimiliki oleh para anggota organisasi, dan setiap budaya akan mempengaruhi anggota yang lain.

#### **F. Kerangka pemikiran**

Sehubungan dengan masalah yang akan penulis selidiki maka anggapan yang dapat penulis kemukakan adalah sebagai berikut :



Gambar 2. Bagan Kerangka Berpikir.

Setiap individu dalam menjalani kehidupannya tidak lepas dari proses persepsi. Termasuk dalam memahami sebuah makna pakaian. Individu memiliki

pengalaman hidup yang bervariasi, sehingga memungkinkan untuk menghasilkan beragam hasil persepsi dari sebuah obyek yang sama. Dimana menurut Husserl (Herdiansyah, 2010:66) setiap hal manusia memiliki pemahaman dan penghayatan terhadap sebuah fenomena yang dilaluinya dan pemahaman dan penghayatan itu sangat berpengaruh terhadap perilakunya. Kaitanya dalam hal ini peneliti ingin meneliti apakah organisasi yang diikuti berpengaruh banyak dalam membangun sebuah tafsir makna akan sebuah obyek yaitu makna pakaian. Karena organisasi memiliki andil besar untuk dapat mentransformasikan ide, gagasan, pemahamannya terhadap anggotanya.

## **G. METODE PENELITIAN**

### **1. Tipe dan Jenis Penelitian**

Tipe penelitian yang digunakan adalah fenomenologi, penelitian fenomenologi menurut Husserl, dalam setiap hal, manusia memiliki pemahaman dan penghayatan terhadap setiap fenomena yang dilaluinya dan pemahaman dan penghayatan tersebut berpengaruh terhadap perilakunya (Giorgi & Giorgi dalam Herdiansyah, 2010).

Peneliti ingin melihat bagaimana pemahaman dan penghayatan anggota IMM beserta segala pengalaman hidupnya memberi pengaruh terhadap mempersepsikan makna sebuah pakaian. Menggunakan jenis penelitian kualitatif diharapkan memberikan hasil yang lebih mendalam dan komprehensif.

## **2. Sumber Data**

### **a. Data Primer**

Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber asli. Sumber asli disini diartikan sebagai sumber pertama darimana data tersebut diperoleh. Untuk sumber data primer dalam kegiatan penelitian adalah mahasiswa anggota IMM FKIP masa jabatan 2012/2013.

### **b. Data sekunder**

Data sekunder merupakan data yang sudah tersedia sehingga kita tinggal mencari, mengumpulkan dan mengolahnya. Untuk penelitian kali ini data sekunder menggunakan buku pedoman Masta 2012 dan buku-buku yang dikeluarkan LPID.

## **3. Teknik Pengumpulan Data**

### **a. Wawancara**

Menurut Gordon, wawancara merupakan percakapan antara dua orang yang salah satunya bertujuan untuk menggali dan mendapatkan informasi untuk suatu tujuan tertentu (dalam Haris, 2010). Disini peneliti akan mewawancarai anggota IMM aktif di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan. Memilih fakultas tersebut karena disitu merupakan fakultas yang paling banyak terdapat anggota IMM, sehingga semakin majemuk dan bervariasi data yang akan diperoleh.

## **b. Dokumen**

Dokumen yang digunakan adalah dokumen resmi internal yang dapat berupa memo, pengumuman, instruksi, aturan suatu lembaga, sistem yang diberlakukan, hasil notulen rapat keputusan pimpinan dan lain sebagainya (Herdiansyah, 145 : 2010). Disini peneliti menggunakan dokumen resmi aturan suatu lembaga dimana LPID mengeluarkan sebuah buku etika dan mode berpakaian menurut syariat Islam, yang buku itu ditujukan kepada seluruh mahasiswa UMS yang secara otomatis berlaku untuk anggota IMM juga. Selain itu pedoman dalam kegiatan MASTA(masa ta'aruf) juga membantu dalam melengkapi data dalam penelitian untuk IMM FKIP UMS.

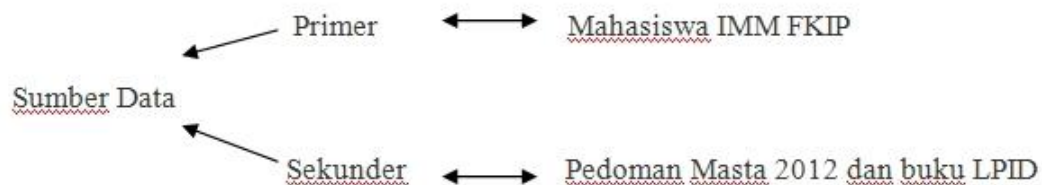
## **4. Teknik Pemilihan Informan**

Peneliti memilih teknik *Snowball sampling* (bola salju). Teknik ini digunakan bilamana peneliti ingin mengumpulkan data yang berupa informasi dari informan dalam salah satu lokasi, tetapi peneliti tidak tahu siapa yang tepat untuk dipilih, karena tidak mengetahui kondisi dan struktur warga masyarakat dalam lokasi tersebut sehingga ia tidak bisa merencanakan pengumpulan data secara pasti (Yin dalam Sutopo, 2002). Peneliti menggunakan teknik ini karena mengutamakan kejujuran dimana benar-benar tidak mengenal populasi tersebut, namun biasanya keaktifan atau pengetahuan seseorang bertingkat atau bertahap dimana semakin tinggi jabatan semakin luas pula pengetahuannya meski tidak selamanya seperti itu, kali ini peneliti berusaha memulainya dari ketua organisasi tersebut.

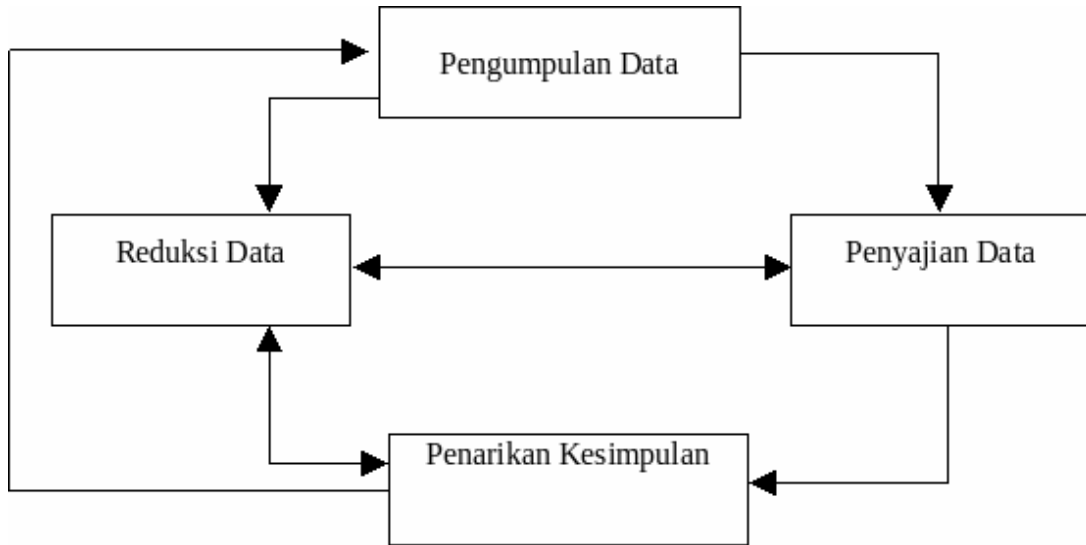
## 5. Validitas penelitian

Validitas penelitian menggunakan teknik Trianggulasi. Trianggulasi merupakan teknik yang didasari pola pikir fenomenologi yang bersifat multiperspektif. Artinya untuk menarik kesimpulan yang mantab, diperlukan tidak hanya satu sudut pandang. Apabila suatu benda dipandang dari satu sudut pandang maka akan terdapat satu gambaran, sedangkan jika dilihat dari berbagai sudut maka akan muncul berbagai gambaran yang bervariasi sehingga lebih dapat menggambarkan keseluruhan dari benda tersebut (Sutopo, 78 : 2002). Teknik triangulasi yang digunakan adalah teknik triangulasi data, Cara ini mengarahkan peneliti agar didalam mengumpulkan data, ia wajib menggunakan beragam sumber data yang tersedia. Dengan demikian apa yang diperoleh dari sumber yang satu, bisa lebih teruji kebenarannya (Sutopo, 79 : 2002).

Kali ini peneliti menggunakan sumber data yang berbeda yaitu dokumen, dan wawancara, ditambah dalam fase wawancara peneliti akan berusaha mencari narasumber yang bervariasi pula.



## 6. Teknik analisis data



Gambar 3. Bagan analisis data Miles dan Huberman

Teknis analisis data model Miles dan Huberman terdiri atas empat tahapan yang harus dilakukan. Tahapan pertama adalah pengumpulan data, tahapan kedua adalah tahap reduksi data, tahapan ketiga adalah tahap *display* data, dan tahapan yang keempat adalah penarikan kesimpulan dan atau tahap verifikasi (Herdiansyah, 2010 : 164).