

ABSTRAK

Busana dikatakan mampu menggambarkan identitas seseorang. Busana merupakan komunikasi, yaitu bahwa dengan melihat cara seseorang berbusana dapat menunjukkan pribadi dari orang tersebut, baik dari sisi religiusitas, formal, eksentrik maupun *fashionable*. Sebagai bangsa yang berbudaya dan merupakan salah satu Negara dengan penduduk yang mayoritas terbesar memeluk agama Islam, busana muslim memiliki nilai tersendiri dalam pandangan masyarakat. Dengan didasarkan pada kebutuhan akan busana muslim yang nyaman untuk dipakai dan sesuai dengan perkembangan masyarakat modern, komunitas wanita muslimah yang menamakan diri mereka *Hijabers Community* menerapkan sebuah konsep berpakaian muslimah modern yang disebut Hijab. Pengembangan fashion muslimah atau hijab itu sendiri disampaikan melalui media yang dianggap mampu menjangkau khalayak secara intens dan mudah diterima. Media baru seperti internet merupakan jembatan penghubung yang dinilai lebih efektif, cepat dan mudah diterima oleh masyarakat. Tujuan dari penelitian adalah untuk mendeskripsikan bagaimana media online berfungsi sebagai media perantara bagi komunitas Hijabers dalam mengembangkan fashion berbusana muslimah yang modern namun tetap pada syariah Islam. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif dengan teknik analisis data kualitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan melakukan wawancara secara mendalam dengan ketua umum Hijabers Community Yogyakarta, anggota komite Hijabers Community Yogyakarta dan masyarakat umum, serta dengan melakukan observasi langsung dan mengumpulkan data-data lain dari Hijabers Community Yogyakarta dan media online sebagai pelengkap. Pada hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan media online oleh Hijabers Community Yogyakarta meliputi Twitter, Facebook, Blog dan Blackberry messenger sebagai pusat informasi dan penyebaran pesan. Dari media online tersebut, penggunaan twitter sekaligus facebook dan blackberry messenger dianggap paling efektif dan aktif. Sedangkan yang paling dianggap menarik oleh khalayak yaitu *content* gambar dan video yang diunggah pribadi oleh para anggota Hijabers Community melalui youtube dan instagram. Dalam pelaksanaan pemanfaatan media online masih menemui beberapa kendala seperti kesibukkan dari para anggota Hijabers itu sendiri, sehingga aktifitas yang dilakukan melalui media online hanya gencar dilakukan saat akan diadakan kegiatan saja. Permasalahan itu yang menjadikan pemanfaatan dari media online menjadi kurang optimal

Kata kunci : Media Online, Komunitas, Fashion

ABSTRACT

Fashion is said to be able to describe the person's identity. Fashion is communication, namely that by seeing how someone fashion may indicate the person, either from the side of religiosity, formal, fashionable or eccentric. As a cultured nation and is one of the countries with the largest majority of the population converted to Islam, Islamic fashion has its own value in the eyes of the public. And based on the needs of muslim fashion, comfortable to wear and fit the development of modern society, the community of Moslem women pressed their Hijabers Community to apply a concept of modern Muslim women dress called a Hijab. Fashion hijab Muslim women or development itself delivered through media that are considered capable of reaching audiences is intense and readily accepted. New Media like the internet is connecting bridge are assessed more effectively, quickly and easily accepted by the society. The purpose of the research was to describe how online media serve as a medium for Hijabers community in developing the modern muslimah clothing fashion yet still on the Islamic Sharia. Research methods used in this research is descriptive qualitative research methods with qualitative data analysis techniques. The dwarf in the collection of data in this study is to conduct interviews in depth with the Chairman of the Hijabers Community, a member of the Hijabers Community and the general public, as well as by direct observation and collect other data from the Hijabers Community and online media as a complement. The results showed that the use of online media by Hijabers Community Yogyakarta include Twitter, Facebook, blogs and Blackberry messenger as a center of information and dissemination of the message. From the online media, the use of twitter and facebook and blackberry messenger is considered the most effective and active. While the most interesting by the audience which content pictures and videos uploaded by members of the Hijabers Community via youtube and instagram. In the implementation of the utilization of online media is still encountering some obstacles such as the kesibukkan of the members of the Hijabers itself, so activity is done through online media only vigorous activity will be held at any time. The problem is that making the utilization of online media becoming less than optimal.

Keywords : Online media, Community, Fashion.