



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

**Universitas Mercu Buana**  
**Fakultas Ilmu Komunikasi**  
**Bidang Studi *Public Relations***  
**Aulya Lydia Citra( 44214120064)**

**“Perilaku Komunikasi Wanita Berhijab  
( Studi Fenomenologi Pada Wanita Yang Memutuskan Untuk Menggunakan  
Hijab )”**

Jumlah Halaman : 128 Halaman

Bibliografi : 33 Buku + 11 Jurnal

**ABSTRAK**

Hijab yang tadinya dipandang sebagai salah satu penghalang bagi kaum wanita untuk bergerak diruang publik, sekarang menjadi sebuah metode yang mulai digemari oleh banyak kalangan. Modernisasi yang semula dianggap menggerus nilai-nilai agama, tetapi ternyata tren berhijab malah menunjukkan eksistensinya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perilaku komunikasi wanita yang memutuskan untuk berhijab, motif wanita yang memutuskan untuk berhijab, dan untuk mengetahui bagaimana makna hijab bagi wanita yang memutuskan untuk berhijab di kota Jakarta.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif fenomenologi dengan paradigm konstruktivis. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi partisipan dan didukung oleh data primer yang diperoleh dari *key informan* melalui wawancara mendalam dan dokumentasi berupa kata-kata.

Hasil penelitian ditemukan bahwa perilaku komunikasi wanita yang telah memutuskan untuk menggunakan hijab di kota Jakarta, ternyata akan mengalami perubahan pada perilaku seperti cara berbicara atau berkomunikasi hingga perilaku dalam bertindak baik terhadap lingkungan pergaulan, perilaku komunikasi dengan pribadi diri, dan perilaku komunikasi dengan lingkungan sosial. Motif wanita yang memutuskan untuk berhijab di Kota Jakarta, ternyata didasari oleh 3 (tiga) motif yaitu motif spiritual, motif relasi dan motif *family*. Mknna hijab pada wanita yang memutuskan untuk menggunakan hijab di kota Jakarta, antara lain karena kewajiban yang harus dipatuhi sebagai wanita muslim, salah satu bentuk fashion dalam berbusana wanita muslim dan dapat bermakna sebagai pelindung diri dari hal – hal buruk seperti godaan dari laki-laki ketika berpergian.

**Kata Kunci : Fenomena Menggunakan Hijab, Perilaku Komunikasi, Motif dan Makna**



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

**Universitas Mercu Buana**  
**Fakultas Ilmu Komunikasi**  
**Bidang Studi *Public Relations***  
**Aulya Lydia Citra( 44214120064)**

**“Perilaku Komunikasi Wanita Berhijab  
( Studi Fenomenologi Pada Wanita Yang Memutuskan Untuk Menggunakan  
Hijab )”**

Jumlah Halaman : 128 Halaman

Bibliografi : 33 Buku + 11 Jurnal

**ABSTRACT**

*Hijab who had been regarded as one of the barriers for women to move in public, now becomes a method that started favored by many. Modernization which was supposed to erode the values of religion, but it turns out the trend hijab instead show its existence. The purpose of this study was to determine the communication behavior of women who decide to hijab, motif women who decide to hijab, and to find out how the meaning of hijab for women who decide to hijab in the city.*

*This study used a qualitative approach phenomenology with constructivist paradigm. Data collected by participant observation and supported by primary data obtained from key informants through interviews and documentation in the form of words.*

*The research found that the communication behavior of women who have decided to use the hijab in the city of Jakarta, it will experience a change in behavior as a way to talk or communicate to the behavior in acting both against the milieu, the behavior of the communication with the personal self, and the behavior of communication with the social environment. Motif woman who decides to hijab in Jakarta, was constituted by 3 (three) motif that is spiritual motives, motives and the motives family relationships. hMeaning hijab on women who decide to use the hijab in the city, partly because of obligations that must be complied with as a Muslim woman, one form of fashion in dress of Muslim*

***Keywords : Phenomenon of Using Hijab, Communication Behavior, Motives and Meanings***