

MASKER TRENDY DI TENGAH PANDEMI VIRUS CORONA SEBAGAI BENTUK KOMUNIKASI NON VERBAL SIMBOL PEREMPUAN MODERN PADA HIJABERS COMMUNITY BLITAR

*Trendy Masks as a Form of Non Verbal Communication,
Symbols of Modern Women among Hijabers Community
Blitar During The Corona Pandemic*

Andiwi Meifilina

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Islam Balitar, andiwimeifilina1@yahoo.co.id

ABSTRAK: Penggunaan masker kain oleh masyarakat karena adanya pandemi Corona sesuai himbauan dari Pemerintah kepada seluruh masyarakat di Indonesia, dan menghimbau penggunaan masker medis hanya bagi tenaga medis, menyebabkan munculnya masker kain trensi di kalangan wanita khususnya wanita muslimah. Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus dan jenis penelitian kualitatif. Paradigma interpretatif dalam penelitian ini bertujuan untuk memahami makna tingkah laku, simbol, dan fenomena, dengan menekankan pada hakikat realitas sosial yang didasarkan pada definisi dan penilaian subjektif. Fungsi komunikasi dalam penggunaan masker trendy sebagai fungsi komunikasi sosial untuk pembentukan konsep diri, fungsi selanjutnya sebagai fungsi komunikasi instrumental sebagai komunikasi instrumental adalah menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan dan juga untuk menghibur (persuasif). Penggunaan topeng trendy dapat membedakan antara orang yang ingin merasa modern dan yang tidak terlalu peduli dengan mode, serta orang dari budaya yang berbeda. Sedangkan untuk motif anggota komunitas Blitar memakai masker trendy dianalisis dengan self disclosure tentang keterbukaan anggota komunitas hijabers komunitas Blitar dalam menyampaikan identitasnya kepada masyarakat sebagai wanita muslimah yang modern, cantik dan modis. Anggota komunitas hijabers Blitar memandang masker trendy sebagai simbol komunikasi umat Islam yang meliputi ideologi, adaptasi dan identitas.

Kata Kunci: masker trendy, pandemi virus Corona, simbol komunikasi nonverbal, Wwanita modern

ABSTRACT: The existence of the use of masks by the community because of the corona pandemic which is an appeal from the Government to all people in Indonesia to use cloth masks for medical workers so that it causes the emergence of threndy cloth

maks among women, especially Muslim women who are there in the hijabers community. As this time a lot of hijabers who use trendy masks in carrying out their activities amid the corona virus pandemic. Reduce the use of these masks. This research uses a case study approach and this type of research is qualitative. Interpretative paradigm in this study aims to understand the meaning of behavior, symbols, and phenomena. This interpretative paradigm emphasizes the nature of social reality which is based on subjective definitions and judgments. The communication function in the use of trendy masks as a function of social communication for the formation of self-concepts, the next function as an instrumental communication function as an instrumental communication is to inform, teach, encourage, change behavior or move action and also to entertain (persuasive). The use of trendy masks can distinguish between people who want to feel modern and those who care less abouts fashion, as well as people from different cultures. As for the motives of members of the Blitar community to wear trendy masks, they were analyzed by self disclosure about of the openness of members of the Blitar community hijabers community in conveying their identities to the community as modern, beautiful and fashionable Muslim women. The views of Blitar community hijabers community members towards trendy masks as a symbol of Muslim communication include ideology, adaptation and identity.

Keywords: *Trendy masks, Corona virus pandemic, Nonverbal Communication symbols, Modern Women*

PENDAHULUAN

Pada saat ini dunia sedang mengalami pandemi sebuah virus yang ditemukan pertama kali di Wuhan Cina. Asal mula pandemic covid 19 yang dipicu infeksi virus corona baru, masih menjadi bahan perdebatan. Baru-baru ini Presiden Amerika Serikat (AS) Donal Trump mengklaim memiliki bukti bahwa virus dikembangkan disebuah laboratorium di Wuhan Cina sebagai pusat wabah. (Ariyanti, 2020). Begitu juga di Indonesia yang saat ini angka pasien virus corona yang terus meningkat menyebabkan kekhawatiran di masyarakat. Kurang lebih 11.500 kasus data yang dinyatakan positif corona di Indonesia (bbc.com, 2020). Beragam upaya terus dilakukan untuk mencegah penyebarannya. Salah satunya adalah penggunaan masker yang sudah direkomendasikan oleh

Oraganisasi Kesehatan Dunia (WHO) yang sebelumnya diwajibkan hanya untuk orang yang sakit, bergejala atau beresiko terpapar virus dan professional medis akan tetapi saat ini WHO merekomendasikan untuk semuanya memakai masker yang akan mengurangi tingkat infeksi (Prastiwi, 2020).

Adanya pemakaian masker oleh masyarakat karena adanya pandemi corona yang merupakan himbauan dari Pemerintah kepada seluruh masyarakat di Indonesia untuk menggunakan masker kain untuk masyarakat dan masker medis untuk para tenaga medis menyebabkan munculnya masker-masker kain yang trendy dikalangan perempuan terutama perempuan muslimah yang ada pada komunitas hijabers. Hal ini merupakan fenomena yang sangat menarik untuk diamati.

Pada saat ini banyak sekali para hijabers yang menggunakan masker trendy dalam melakukan aktivitasnya. Di Tengah pandemi virus corona seperti dikegiatan acara bakti sosial untuk masyarakat yang berdampak virus corona atau covid 19 atau kegiatan lainnya. Dengan pemakaian masker para hijabers tidak mau kehilangan identitasnya sebagai muslimah yang modern untuk itu para hijabers menggunakan masker trendy untuk mempertahankan identitasnya yaitu perempuan modern, cantik dan fashionable tanpa harus mengurangi dari kegunaan masker tersebut. Untuk meneliti fenomena masker trendy dengan mengkaji masker trendy dari sisi fungsi komunikasi dan secara khusus untuk melihat “*Masker Trendy Di Tengah pandemi virus corona sebagai bentuk simbol perempuan modern pada Hijabers Community Blitar*”.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus dan jenis penelitian ini adalah kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk membuat deskriptif secara sistematis, faktual dan akurat tentang fakta-fakta atau sifat-sifat objek tertentu (Kriyantono, 2016). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan paradigma Non Positivisme/Naturalistik/Interpretatif atau lazim juga disebut paradigma kualitatif. Paradigma Interpretatif pada penelitian ini bertujuan untuk memahami makna perilaku, simbol, dan fenomena-fenomena. Paradigma interpretatif ini menekankan hakekat kenyataan sosial yang didasarkan pada

definisi subjektif dan penilaiannya. Paradigma kualitatif ini juga merupakan paradigma penelitian yang menekankan pada pemahaman mengenai adanya masalah-masalah dalam kehidupan sosial berdasarkan adanya kondisi realitas atau *natural setting* yang holistik, kompleks, dan rinci. Hal ini penelitian tentang “*Masker Trendy Di Tengah pandemi virus corona sebagai bentuk komunikasi non verbal simbol perempuan modern pada Hijabers Community Blitar*” menggunakan metode deskriptif kualitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hijabers Community Blitar merupakan komunitas para perempuan muslimah di Blitar yang menggunakan jilbab kontemporer yaitu jilbab yang cantik, trendy dan syar’i dan memiliki anggota serta gaya hidup atau *life style* yang berbeda dengan muslimah lainnya. Komunitas ini didirikan pada tahun 2012 di Blitar yang memiliki banyak anggota hampir 100 anggota. Jumlah anggota yang terus bertambah karena komunitas ini memiliki banyak kegiatan yang bertujuan mengajak para wanita muslimah untuk menggunakan hijab yang trendy, modis dan fashionable. Tentunya komunitas ini menghilangkan stigma kolot atau kuno pada perempuan muslimah yang menggunakan jilbab. Para hijabers community Blitar ini tidak mau kehilangan identitasnya sebagai muslimah yang trendy, modis dan fashionable. Di Tengah pandemi virus corona dimana Pemerintah menganjurkan semua masyarakat di Indonesia harus menggunakan masker untuk menekan angka masyarakat yang

infeksi virus corona. Maka dari itu masker yang dahulu hanya memiliki bentuk yang sederhana sebagai penutup hidung dan mulut akan tetapi saat ini masker memiliki bentuk yang berbeda yaitu lebih trendy dan cantik karena terbuat dari kain brocade yang biasanya dipakai untuk kebaya dan juga diberi payet-payet mutiara, permata, serta renda-renda sehingga terkesan mewah, glamour dan elegant. Dengan menggunakan masker yang trendy para muslimah yang ada di Hijabers Community Blitar lebih tampil percaya diri karena mereka akan tetap terlihat cantik dan modern dengan menggunakan masker trendy sehingga identitas mereka sebagai muslimah atau perempuan moden masing tetap terjaga.

A. Fungsi komunikasi pada masker trendy

Fungsi komunikasi pada umumnya menurut Deddy Mulyana dalam bukunya Ilmu Komunikasi suatu pengantar mengutip kerangka berfikir William I. Gordon mengenai fungsi-fungsi komunikasi yang dibagi menjadi 4 bagian (Mulyana, 2010)

1. Fungsi komunikasi Sosial

Komunikasi itu penting membangun konsep diri kita, aktualisasi diri, kelangsungan hidup untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan. Pembentukan konsep diri, konsep diri adalah pandangan kita mengenai siapa diri kita dan itu hanya bisa kita peroleh lewat informasi yang diberikan orang lain kepada kita. Pernyataan eksistensi diri. Orang berkomunikasi untuk menunjukkan dirinya eksis. Inilah yang disebut aktualisasi diri atau pernyataan

eksistensi diri. Ketika berbicara, kita sebenarnya menyatakan bahwa kita ada.

2. Fungsi Komunikasi ekspresif

Komunikasi ekspresif dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrument untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi kita) melalui pesan-pesan nonverbal.

3. Fungsi komunikasi Ritual

Komunikasi ritual sering dilakukan secara kolektif. Suatu komunitas sering melakukan upacara-upacara berlainan sepanjang tahun dalam acara tersebut orang mengucapkan kata-kata dan menampilkan perilaku yang bersifat simbolik.

4. Fungsi komunikasi instrumental

Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum: menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan serta mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan dan juga untuk menghibur (persuasif).

Pemakaian masker trendy dikalangan perempuan hijabers community Blitar merupakan fenomena yang menarik karena Di Tengah pandemi virus corona para perempuan Hijabers Community Blitar masih ingin tetap tampil cantik dan trendy. Masker trendy yang berbeda dengan masker biasanya merupakan fenomena yang penuh kaya makna dan penuh nuansa. Masker trendy berfungsi sebagai bahasa yang menyampaikan pesan-pesan sosial budaya, yang merupakan simbol identitas perempuan modern yang masih mengutamakan nilai keindahan,

trend fashion. Masker trendy sebagai jenis komunikasi bagaikan dari atribut yang digunakan perempuan muslimah dimasa pandemi virus corona. Sesuai dengan kajian ilmu komunikasi, khususnya komunikasi nonverbal yang sarat makna, seperti warna putih atau hitam dimaknai sebagai ungkapan ikut berduka cita dan sebagainya. Cara-cara seseorang dalam memutuskan masker trendy yang dipakai maka secara sadar dia telah menggunakan tanda nonverbal untuk mengekspresikan makna melalui kesan tertentu dalam penampilannya.

Adapun fungsi komunikasi pada pemakaian masker trendy dikalangan perempuan hijaber community Blitar sebagai fungsi komunikasi sosial. Fungsinya sebagai pembentukan konsep diri, konsep diri adalah pandangan kita mengenai siapa diri kita dan itu hanya bisa kita peroleh lewat informasi yang diberikan orang lain kepada kita. Perempuan muslimah dikalangan perempuan hijaber community Blitar mengkonsep dirinya sebagai perempuan muslimah yang modern, cantik dan fashionable sehingga mereka harus menunjukkan konsep diri dengan cara berpakaian dan menggunakan atribut atau asesoris yang dipakainya. Karena pakaian yang mereka gunakan harus modis maka masker yang mereka pakai harus masker yang trendy agar perempuan muslimah tidak kehilangan konsep diri. Dengan pemakaian masker trendy diharapkan dapat menginformasikan kepada orang lain bahwa perempuan muslimah yang memakai masker trendy adalah kelompok dari komunitas Hijabers Community Blitar yang memiliki identitas bahwa mereka

adalah perempuan muslimah yang cantik, modern dan fashionable.

Fungsi berikutnya tentang pemakaian masker trendy dikalangan perempuan hijaber community Blitar sebagai fungsi komunikasi instrumental. Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum yaitu menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan serta mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan dan juga untuk menghibur (persuasif). Dengan fungsi komunikasi instrumental untuk pemakaian masker trendy dikalangan perempuan hijaber community Blitar memiliki tujuan bahwa para perempuan muslimah ini memberikan informasi kepada khalayak bahwa mereka adalah komunitas perempuan yang modern, cantik dan fashionable sehingga akan memberikan pengaruh kepada perempuan muslimah lainnya untuk tetap tampil modis, cantik meskipun menggunakan masker untuk mencegah infeksi atau penularan virus corona. Dan bahkan dengan pemakaian masker trendy dikalangan perempuan hijaber community Blitar merupakan strategi dari hijaber community Blitar untuk mengajak perempuan muslimah lainnya menjadi anggota dari komunitasnya.

B. Komunikasi non verbal pada masker trendy

Pada peristiwa komunikasi yang sedang berlangsung hampir selalu melibatkan penggunaan lambang-lambang verbal dan nonverbal secara bersama-sama. Keduanya, bahasa verbal dan nonverbal memiliki sifat holistik bahwa keduanya tidak dapat dipisahkan. Dalam banyak tindakan komunikasi, bahasa nonverbal menjadi komplemen atau pelengkap bahasa

verbal. Setidaknya ada tiga cara untuk menandai wujud atau bentuk komunikasi verbal maupun nonverbal. Pertama, lambang-lambang nonverbal digunakan paling awal sejak manusia lahir di dunia dan setelah tumbuh pengetahuan serta kedewasaan barulah bahasa verbal kita pelajari. Kedua, komunikasi verbal dinilai kurang universal dibandingkan dengan komunikasi nonverbal karena dengan orang asing yang berbeda bahasa dengan kita, maka kita masih dapat menggunakan bahasa isyarat-isyarat nonverbal dalam berkomunikasi. Ciri berikutnya adalah bahwa komunikasi verbal merupakan aktivitas yang lebih intelektual dibanding dengan bahasa nonverbal yang lebih merupakan aktivitas emosional. Artinya, bahwa dengan bahasa verbal sesungguhnya kita mengkomunikasikan gagasan dan konsep-konsep yang abstrak, sementara melalui bahasa non verbal kita mengkomunikasikan hal-hal yang berhubungan dengan kepribadian, perasaan dan emosi yang kita miliki. Secara sederhana, komunikasi nonverbal dapat didefinisikan sebagai berikut: Non berarti tidak, verbal bermakna kata-kata (*words*) sehingga komunikasi nonverbal dimaknai sebagai komunikasi tanpa kata (Sendjaja, 2002)

Untuk memahami dengan lebih jelas, kita dapat melihat tipe-tipe komunikasi berikut ini. Tipe-tipe komunikasi berikut ini. Tipe-tipe komunikasi diatas dapat dibaca sebagai berikut: komunikasi verbal yang termasuk kedalam komunikasi vocal adalah bahasa lisan, sedangkan yang tergolong dalam komunikasi nonverbal adalah bahasa tertulis. Sementara

komunikasi nonverbal yang termasuk dalam komunikasi vokal adalah suara, desah, jeritan dan kualitas vokal dan yang termasuk dalam klasifikasi komunikasi nonvokal adalah isyarat, gerakan (tubuh), penampilan (fisik), ekspresi wajah dan sebagainya. Atau kita dapat membaca tabel diatas secara terbalik, diawali dengan komunikasi vocal dan nonvokal terlebih dahulu. Cara untuk dapat mengerti dari perilaku non verbal adalah mempelajarinya. Knapp mengklasifikasikan komunikasi non verbal ke dalam tujuh dimensi/kategori yaitu (Knapp, 2014):

- a. *Body or kinesic behavior* (Badan atau perilaku gerak)-isyarat, gerakan badan, ekspresi wajah, perilaku mata dan perawakan.
- b. *Physical Qualities* (Kualitas Fisik)-bentuk badan, daya pikat umum, nafas, berat, tinggi, rambut dan warna kulit, busana
- c. *Touching Behaviour* (Perilaku Sentuhan)-membelai, memukul, memegang, menuntun dan lainnya.
- d. *Paralanguage* Para Bahasa-volume yang berkenaan dengan suara, kualitas dan vokalisasi
- e. *Proxemics*-jarak, wilayah, pengaturan tempat duduk, jarak percakapan dan kondisi bangunan
- f. *Artifacts* (barang-barang)-objeknya seperti masker, parfum, baju, lipstick, kacamata, rambut palsu, perhiasan dan alat kecantikan lainnya.
- g. *Environmental factors* (Faktor lingkungan)-mebel, dekorasi interior, tata cahaya, warna, suhu, suara gaduh dan musik.
- h. *Time* (Chroemics) tepat dan tidak tepat waktu
Knapp tidak memasukkan “*Time*” atau waktu dalam rinciannya. Padahal masalah waktu juga

merupakan bagian penting dalam komunikasi non verbal

C. Memahami pemakaian masker trendy

Masker trendy yang dipakai dikalangan perempuan hijaber community Blitar dapat menyampaikan suatu pesan. Hal ini dapat terlihat sebelum penyampaian pesan tersebut, ini merupakan kesan utama dalam berkomunikasi dengan orang lain. Kefgen and Touchie-Specht mengatakan busana memberikan 3 informasi kepada kita dengan menggunakan atribut masker trendy yaitu berkaitan dengan emosi, perilaku dan perbedaan (Knapp, 2014) :

a. Emoticons

Pemakaian masker trendy mengungkapkan tentang sesuatu emosi yang sedang kita alami, jika kenyamanan adalah perhatian paling utama, pastinya kita akan mengenakan pakaian yang paling nyaman. Pemakaian masker trendy dirasakan cukup nyaman dan lebih percaya diri untuk tampil lebih cantik, modern dan fashionable.

b. Behaviors

Pemakaian masker trendy menyingkapkan tentang sesuatu perilaku. Masker trendy dipakai untuk mempercantik penampilan dan menandakan perempuan muslimah yang modern dan fashionable.

c. Differentiate

Masker trendy berfungsi untuk membedakan kita dari orang-orang lainnya. Masker trendy yang dipakai dikalangan perempuan hijabers community Blitar sangat membedakan dengan kelompok lainnya. Perempuan hijabers community Blitar memiliki identitas diri yaitu perempuan

cantik, modern dan fashionable sehingga sangat membedakan antara perempuan hijabers community Blitar dengan komunitas atau orang lainnya.

Pemakaian masker trendy dapat membedakan antara orang-orang yang ingin dirasa modern dengan mereka yang kurang memperdulikan masalah busana, serta orang-orang dari kultur yang berbeda. Faktor usia juga sangat berperan dalam penggunaan masker trendy. Faktor yang mempengaruhi pemakaian masker trendy dikalangan hijabers community Blitar antara lain: a). Lingkungan, b). Teman dekat, c). Melindungi diri, d). Peraturan Pemerintah e). Nyaman dengan masker trendy, f). Cantik dengan masker trendy, f). *Style*, g). Perlindungan dari sinar matahari, h). Perlindungan dari virus corona

Selain itu juga dalam memahami pemakaian masker trendy pemakaian masker trendy sebagai simbol komunikasi muslimah perempuan hijabers community Blitar Di Tengah pandemic corona yaitu:

1. Ideologi dalam pemakaian masker trendy
 - a. Memakai masker trendy keluar rumah untuk melindungi diri dari virus corona
 - b. Konsistensi perempuan hijabers community Blitar dalam menggunakan masker trendy, bahwa konsistensi pemakaian masker trendy sangat tinggi karena dimanapun dan kapanpun para perempuan hijabers community Blitar menggunakan masker trendy.
 - c. Memakai masker trendy disaat melakukan kegiatan-kegiatan

- bakti sosial untuk menjaga diri dari virus corona
2. Jati diri pemakaian masker trendy
 - a. Memilih masker trendy pada setiap acara
Dengan alasan memilih masker trendy untuk disesuaikan dengan warna baju agar enak dilihat, rapi, lebih percaya diri dan orang lain juga tidak bosan ketika melihat masker yang itu-itu terus.
 - b. Senang memperhatikan penampilan dengan menyesuaikan warna masker dengan pakaian yang dikenakan. Hal ini dilakukan untuk menambah kepercayaan diri, enak dilihat.
 - c. Merasa kurang percaya diri dengan masker yang dipakai. Banyaknya perempuan muslimah yang tidak percaya diri dengan masker yang dipakai karena kurang modis.
 - d. Semakin percaya diri dengan memakai masker trendy. Para perempuan muslimah merasa lebih percaya diri karena dianggap lebih modern.
 - e. Masker trendy menunjukkan identitas muslimah yang modern
 3. Adaptasi pemakaian masker trendy
 - a. Lingkungan sangat mempengaruhi perempuan muslim dalam memakai masker trendy. Bahwa ketika melihat semua perempuan hijabers community Blitar memakai masker trendy maka perempuan yang lain akan merasa berbeda dan termotivasi untuk masker trendy.
 - b. Komunitas mempengaruhi perempuan muslimah untuk memakai masker trendy.
 - c. Senang meniru dengan anggota komunitas hijabers community

Blitar yang memakai masker trendy

- d. Teman dekat senang memakai masker cantik sehingga timbul niat untuk memakai masker trendy.

Komunikasi nonverbal dalam pemakaian masker trendy di tengah pandemi corona mempunyai fungsi komunikasi. Bentuk komunikasi nonverbal adalah isyarat komunikasi yang terdiri dari simbol yang bukan kata-kata. Berikut adalah bentuk-bentuk komunikasi nonverbal (Pearson, 2003)

1. Gerakan tubuh dan ekspresi wajah
Ilmu yang mempelajari tentang postur tubuh, gerakan, gesture dan ekspresi wajah disebut kinesik. Kinesik berasal dari bahasa Yunani yaitu kinesis yang berarti gerakan. Kinesik berasal dari bahasa Yunani yaitu kinesis yang berarti gerakan. Ekman dan Friesen mengategorikannya berdasarkan fungsi, asal dan makna yaitu sebagai berikut: (Pearson, 2003)
 - a. Emblems, adalah gerakan yang menggantikan kata dan kalimat. Contohnya seperti meletakkan jari telunjuk didepan mulut yang berarti “ harap diam”. Penggunaan emblem harus diperhatikan karena biasanya akan memiliki arti berbeda di suatu kebudayaan
 - b. Illustrators, gerakan yang mendampingi untuk memperkuat pesan verbal. Contohnya seperti menganggukan kepala saat mengucapkan kata “Ya” dan menggelengkan kepala saat berkata “Tidak”. Isyarat nonverbal ini lebih bersifat universal daripada keempat kategori yang ada.

- c. Affect displays, gerakan dari wajah dan tubuh yang digunakan untuk menunjukkan emosi.
 - d. Regulators, adalah gerakan nonverbal yang mengontrol kecepatan gerakan ketika berkomunikasi
 - e. Adaptors, adalah gerakan yang mungkin dilakukan pada waktu yang privasi tapi hanya sebagian dilakukan pada saat berada didepan public.
2. Penampilan tubuh Yang termasuk ke dalam kategori ini adalah tipe tubuh (tinggi badan, berat badan, dan kekuatan tubuh) dan juga daya tarik fisik.
- a. Tipe tubuh
 - b. Daya tarik fisik
3. Jarak
Ilmu yang menggunakan jarak dan ruang disebut proksemik. Hall mengkategorikan jarak menjadi empat yakni:
- a. Jarak intim
Jarak ini berkisar antara 18 inch dan biasanya digunakan kepada orang terdekat saja.
 - b. Jarak Personal
Berkisar antara 18 inch sampai 4 kaki. Umumnya digunakan seseorang pada saat bercakap-cakap.
 - c. Jarak Sosial
Berkisar antara 4 hingga 12 kaki. Pada umumnya digunakan di tempat kerja pada waktu yang formal. Seseorang yang memiliki status tinggi memiliki jarak yang lebih besar.
 - d. Jarak public
Jaraknya lebih dari 12 kaki dan biasanya digunakan pada saat berbicara di depan public.

Contohnya ceramah atau seminar

4. Kronemik
Kronemik adalah bidang yang mempelajari penggunaan waktu dalam komunikasi nonverbal. Penggunaan waktu dalam komunikasi nonverbal meliputi durasi yang cocok bagi suatu aktivitas, banyaknya aktivitas yang patut dilakukan dalam jangka waktu tertentu serta ketepatan waktu.
5. Sentuhan
Bidang yang mempelajari sentuhan sebagai komunikasi nonverbal disebut haptik. Sentuhan dapat termasuk; bersalaman, menggenggam tangan, pukulan dan lain-lain. Masing-masing dari bentuk komunikasi ini menyampaikan pesan tentang tujuan atau perasaan masing-masing dari seseorang yang menyentuh. Sentuhan juga dapat menyebabkan suatu perasaan pada sang penerima sentuhan baik positif maupun negative.
6. Vokalik
Vokalik atau *paralanguage* adalah unsur nonverbal dalam suatu ucapan yaitu cara berbicara. Ilmu yang mempelajari hal ini disebut paralinguistic. Isyarat vokalik adalah semua aspek oral dari suara kecuali kata-kata.
7. Pakaian
Pakaian dan dandanan yang digunakan seseorang dapat mengkomunikasikan umur, gender, status, kelas sosial, kepribadian, dan hubungan dengan lawan jenis.

D. Analisis Self Disclosure

Manusia memiliki sisi dimana mereka mengungkapkan dan mengekspresikan dirinya. Ketika seseorang yang bertemu dengan orang lain atau seseorang berada dalam suatu lingkungan yang baru maka diapun berusaha untuk dikenali oleh lingkungannya. Kemauan untuk membuka diri kepada orang lain tidak terdapat pada setiap orang dan pada setiap saat. Dua hal yang menentukan kemauan ini adalah konsep diri dan keterbukaan diri. Menurut teori Johari Window mengenai self disclosure bahwa terdapat empat bagian yang menggambarkan diri seseorang yaitu *open self, blind self, hidden self, unknown self* (Budyatna, 2002). Keterbukaan para anggota komunitas hijabers community Blitar dalam memakai masker trendy di tengah pandemic corona hanya ingin menginformasikan bahwa mereka adalah para perempuan modern dan mereka menceritakan pengalamannya sehingga terbentuk sebuah karakter seperti apa pergaulan dan interaksinya di dalam komunitas. Para anggota komunitas hijabers community Blitar ingin dilihat perempuan modern, cantik dan fashionable dalam keadaan apapun dan dimanapun termasuk dalam menggunakan masker yang trendy dimana sebenarnya masker tersebut bertujuan untuk mencegah virus corona.

KESIMPULAN

Adapun mengenai motif anggota komunitas hijabers community Blitar memakai masker trendy dianalisis dengan self disclosure. Keterbukaan para anggota komunitas hijabers community Blitar dalam menyampaikan identitasnya ke masyarakat sebagai perempuan

muslimah yang modern, cantik dan fashionable. Pandangan anggota komunitas hijabers community Blitar terhadap masker trendy sebagai simbol komunikasi muslimah meliputi ideology, adaptasi dan jati diri. Dalam ideology menunjukkan perilaku yang konsisten bahwa anggota komunitas hijabers community Blitar benar-benar mematuhi anjuran Pemerintah. Masker trendy mempunyai makna bahwa emosi pemakainya mempunyai kesamaan ideology. Kesamaan ideology ini merupakan faktor pendukung hubungan yang disebut dengan konteks situasional dan kedekatan emosi antara sesama anggota komunitas hijabers community Blitar dalam bentuk komunikasi non verbal. Pemakaian masker trendy sebagai pertimbangan tertentu untuk memenuhi anjuran Pemerintah. Jati diri menunjukkan bahwa anggota komunitas hijabers community Blitar menjadikan masker trendy hanya sebagai gaya hidup dan lebih mempertimbangkan persoalan model dan trend. Ingin dihargai dan dilihat sebagai perempuan muslimah yang modern dan trendy. Adaptasi, bahwa anggota komunitas hijabers community Blitar ingin memberikan contoh tentang perempuan muslim yang modern dan sebagai konsep komunikasi non verbal.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariyanti, H. (2020, Mei 3). *Penelusuran Asal Muasal Virus Corona, Benarkah dikembangkan di China?* Retrieved Mei 5, 2020, from Merdeka.com.
- bbc.com. (2020, April Kamis). *Virus Corona: Peta dan Infografis*

Andiwi Meifilina

*terkait pasien terinfeksi,
meninggal dan sembuh di
Indonesia dan dunia. Jakarta,
DKI Jakarta, Indonesia.*

- Budyatna. (2002). *Komunikasi Antar Pribadi*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Knapp, M. L. (2014). *Nonverbal communication in human interaction*. Boston: Wadsworth Cengage Learning.
- Kriyantono, R. (2016). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Mulyana, D. (2010). *Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Pearson, J. (2003). *Human Communication*. New York: Mc Graw Hill Companies.
- Prastiwi, D. (2020, April 6). *6 Hal Terkait Imbauan Pakai Masker di Tengah Pandemi Corona*.
- Sendjaja, D. (2002). *Teori Komunikasi*. Jakarta: Pusat Penerbitan Universitas Terbuka.