

FPP BizNewz

January – May 2022

MANAGEMENT • INVESTMENT • ECONOMICS • ENTREPRENEURSHIP • TECHNOLOGY

**Mengapa Pelaburan
Emas Menjadi Pilihan?**

Telur Mana Telur?

*you
are
what
matters*

**An Affair of Online
Learning and Covid-19**

**Pembasmian Kemiskinan Dalam RMK
Ke-12**

Bukit Harimau Menangis
Tarikan Pendakian di Kemaman



Publication Date
30 June 2022

Photo by Marek Levák on Unsplash

HIJAB

TREND PENGGAYAAN



Photo by Ekaterina Grosheva on Unsplash

¹Nur Dalila Adenan, ¹Suhaily Maizan Abdul Manaf, ²Wan Mardiana Wan Musa,
¹Nur Shafini Mohd Said, ¹Siti Rapidah Omar Ali

Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, Universiti Teknologi MARA Cawangan Terengganu
 Fakulti Undang-Undang, Universiti Teknologi MARA Cawangan Terengganu

Di Malaysia, pemakaian hijab atau lebih dikenali dengan tudung, merupakan praktis serta identiti kepada wanita Islam yang menjaga aurat serta membawa kepada peningkatan imej individu. Ianya juga dijadikan sebahagian daripada kod berpakaian di tempat kerja, terutama sekali di pejabat-pejabat kerajaan dan menjadi sebahagian pakaian seragam sekolah.

Hijab ditakrifkan sebagai "pagar" atau "tirai" dalam perkataan Arab. Walaubagaimanapun, di dalam Islam ia juga bermaksud wanita hendaklah menutup kepala di khalayak ramai (Vegas et al., 2019) and hijab sebagai tudung yang dipakai untuk menutup dan menyembunyikan bahagian dada wanita serta seluruh rambut kepalanya (Wilson and Liu, 2011). Manakala tudung adalah sehelai kain yang dipakai seperti selendang di sekeliling kepala dan biasa digunakan oleh majoriti wanita Melayu untuk menutup rambut dan kepala sebahagiannya kerana faktor tradisi, agama dan sejarah (Ridzuan et al., 2021).

Kedua-dua terma ini tidak asing lagi di kalangan masyarakat di Malaysia dan secara tidak langsung ia juga menjadi trend pengayaan kepada individu bukan Islam. Justeru, fesyen berhijab berkembang dengan pengenalan kepada teknik pengayaan yang unik, rekabentuk pelbagai dan ini telah meningkatkan permintaan pasaran. Perkembangan ini dilihat sebagai positif dalam meningkatkan kesedaran dan ianya mampu menarik minat semua golongan khususnya remaja mahupun wanita untuk bertudung dari masa ke semasa. Namun, tidak dinafikan, terdapat kritikan atau teguran daripada

pihak tertentu yang melihat bahawa fesyen yang diperkenalkan telah tersasar daripada adab dan tujuan berhijab yang sebenar. Tambahan pula, sebilangan fesyen hijab yang dipromosikan untuk jualan di pasaran pada masa ini tidak selaras dengan tuntutan agama atau sebagai fesyen yang tidak patuh syariah Islam (non-shariah compliant). Perubahan dalam motivasi wanita-wanita di negara ini untuk memakai hijab/tudung juga menunjukkan perkembangan hijab yang didorong oleh perubahan budaya tempatan dan global secara menyeluruh.

Sehubungan dengan tu, sesetengah jenama atau keluaran hijab juga mempunyai kelas tersendiri dan ianya dilihat sebagai identiti komuniti dan mengikut pilihan jenama dan harga hijab di pasaran. Menurut kajian (Mohamad, 2018), penggunaan jenama tertentu hijab adalah dilihat oleh segelintir wanita-wanita Brunei sebagai satu tanda status ekonomi contohnya pemakaian hijab dari jenama Bokitta, dUCksarves, Jim Thompson, atau Salvatore Ferragamo. Keadaan ini lebih kurang sama di Malaysia dengan tambahan kepada jenama-jenama tempatan seperti Ariani, Neelofar dan Jelitasara. Selain itu, pereka fesyen juga memainkan peranan dalam berkarya dan merencanakan lagi pasaran hijab dengan rekaan yang unik dan bermutu. Pereka fesyen terkemuka mengeluarkan jenama masing-masing dengan memfokuskan kepada kualiti kain yang bagus, jahitan yang kemas dan gaya yang trendy yang boleh menarik minat pengikutnya. Idea kewujudan model Hijabista yang stylish memperagakan hasil karya pereka-peraka fesyen hijab ini secara tidak langsung menampakkan wanita

bertudung zaman kini kelihatan lebih bergaya dan moden berbanding ketika kewujudan diskriminasi terhadap wanita berhijab. Pengikut Hijabista akan berminat dan secara tidak langsung akan membeli rekaan tersebut. Tambahan pula, artikel Hijabista menawarkan perspektif dari seluruh dunia tentang hijab untuk meningkatkan pemahaman tentang budaya dan tuntutan berhijab serta menarik pembaca untuk memakai tudung dalam apa yang dianggap sebagai unjuran yang diterima secara meluas di negara-negara majoriti Islam yang progresif seperti Malaysia (Hassim, 2014).



Selain itu, sebagai pekerja, etika berpakaian ketika di pejabat membawa imej organisasi atau syarikat. Begitu juga dengan tudung dan penggayaannya. Mungkin ada pelanggan yang kurang senang jika melihat anda yang tidak terurus dan pemakaian tudung dengan penggayaan yang tidak sesuai. Oleh itu penting untuk anda tahu etika pemakaian ke pejabat yang betul sebelum menentukan tudung apa yang sesuai dipakai. Antara faktor yang perlu diambil kira dalam pemilihan tudung adalah fabrik, saiz tudung, cara ikatan tudung, corak dan warna yang juga akan turut mempengaruhi penampakan rupa paras. Berikut adalah tip-tip mengenakan hijab.

Ketahui kesesuaian pekerjaan anda dengan tudung yang bakal dikenakan. Pemakaian tudung ke pejabat tidak semestinya harus sentiasa formal. Ada juga pejabat yang membenarkan pekerjaanya berpakaian kasual dan sudah tentu pilihan tudung yang lebih simple. Anda perlu ketahui dahulu kod pemakaian bagi pejabat anda sebelum anda memilih apa yang sesuai untuk dipakai. Contohnya, penggayaan tudung bawal ringkas bertona biru lembut untuk hari yang cerah di tapak pembinaan. Ketika berurusan secara profesional, adalah tidak sesuai mengenakan tudung (shawl atau selendang) yang dibelit, berpol dan menggunakan kerongsang bersaiz besar kerana ianya nampak merimaskan. Ditambah pula dengan baki labuh tudung dibiarkan jatuh melepasi lutut, lebih-lebih tidak sesuai dipandang mata.

Kesesuaian tudung dengan pakaian Pejabat adalah tempat untuk urusan rasmi dan profesional. Konsep tudung itu sendiri bersifat tertutup. Jadi, pastikan berpakaian tidak terlalu ketat, tidak singkat atau jarang. Ini tidak bermakna anda perlu berbaju kurung setiap kali ke tempat kerja. Contohnya, anda boleh mengenakan tudung Bokitta bercorak ringkas bersama blouse berlengan panjang (plain-tidak bercorak) dengan seluar panjang yang labuh dan tidak ketat.



Pastikan tudung sentiasa kemas Penampilan anda haruslah sentiasa kemas untuk ke pejabat. Pastikan tudung anda dipin dengan rapi dengan gaya yang sesuai dan digosok kemas. Jika kesuntukan masa, pilihlah tudung yang tak perlu gosok.

Pilihan aksesori tudung

Pin atau aksesori tudung perlulah ringkas dan tidak sarat untuk memudahkan urusan kerja di pejabat. Contohnya kerongsang (brooch) yang kecil dan membawa sinar elegan.

Warna dan struktur/jenis kain tudung

Warna yang dipilih perlu sesuai dengan jenis kain kepada tudung berkenaan. Warna yang sering digunakan untuk tujuan ke pejabat adalah warna bertona lembut dan tidak menonjol seperti kuning cair, jingga lembut, biru laut dan lain-lain lagi. Warna yang terlalu terang kurang sesuai untuk pemakaian ke pejabat namun boleh digayakan ketika menghadiri majlis makan malam syarikat. Namun, ada pendapat yang mengatakan warna terang seperti merah mampu memberikan pesona keuntungan ketika berurusan dengan pelanggan.



Oleh itu, pengayaan tudung bagi seseorang wanita bekerjaya, usahawan, suri rumah, pelajar dan individu adalah penting untuk meningkatkan kemahiran dalam keterampilan diri termasuk teknik gaya berhijab. Di pejabat, pekerja disarankan untuk sentiasa kelihatan kemas dan mengikut etika yang sepatutnya, bukan sahaja sedap mata memandang, individu/pekerja pun akan selesai untuk melaksanakan kerja meskipun sibuk. Lebih kurang 8 jam lamanya masa di pejabat, maka dengan pemilihan dan pengayaan tudung yang sesuai akan membantu mengurangkan tekanan dan menjanjikan mutu kerja yang baik. Oleh itu, pastikan tudung dan pakaian anda sentiasa kemas dan mengikut garis panduan yang sepatutnya.



Rujukan

- Hassim, N. (2014). A comparative analysis on Hijab wearing in Malaysian muslimah magazines. *SEARCH Journal of Media and Communication Research*, 6(1), 79-96.
- Mohamad, S. M. (2018). Hijab di Brunei Darussalam: Suatu kajian konteks dan amalan. *Rampak Serantau*, 25(August), 108-124.
- Ridzuan, P. M., Kummara, N. M., Islah, M. H., Velayuthan, J., Ahmad Alawi, N. A.

- A., & Ridzuan, A. R. (2021). Review on aesthetic & cosmetic industries in Malaysia - A way forward. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 11(6). <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v11-i6/9939>
- Vegas, L., Candidate, D., Cameron, B., & Behavior, E. (2019). 2019 Proceedings. 3-5.
- Wilson, J. A. J., & Liu, J. (2011). The challenges of Islamic branding: navigating emotions and halal. *Journal of Islamic Marketing*, 2(1), 28-42. <https://doi.org/10.1108/17590831111115222>



BizNewz 2022
Faculty of Business and Management
Universiti Teknologi MARA Cawangan Terengganu, Kampus Dungun
Sura Hujung, 23000 Dungun, Terengganu, MALAYSIA
Tel: +609-8400400
Fax: +609-8403777
Email: biznewzuitm@gmail.com