

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang semakin pesat banyak menimbulkan dampak, baik yang positif maupun negatif di lingkungan sekitar. Tak luput juga, perkembangan teknologi komunikasi yang berubah sangat drastis dengan berbagai alat komunikasi yang begitu canggih. Manusia hidup di dunia pasti saling membutuhkan antara satu dengan yang lain, maka terjadilah komunikasi ketika manusia berinteraksi untuk menyampaikan pesan tertentu.

Penyampaian pesan dalam berinteraksi juga menggunakan media tertentu agar pesan dapat diterima dengan baik oleh komunikan hingga komunikator mendapatkan *feedback* atas pesan yang telah disampaikannya.

Dalam komunikasi terjadilah pertukaran kata dengan arti dan makna tertentu. Dari sudut pandang pertukaran makna, komunikasi dapat didefinisikan sebagai “proses penyampaian makna dalam bentuk gagasan atau informasi dari seseorang kepada orang lain melalui media tertentu” (Hardjana, 2003 : 11).

Adapun definisi dari komunikasi adalah suatu proses interaksi penyampaian pesan kepada penerima pesan melalui media tertentu dengan harapan memperoleh umpan balik. Komunikasi sangat beragam macamnya, selain komunikasi intrapersonal dan interpersonal, ada juga komunikasi massa, komunikasi kelompok, dan lain sebagainya (Miller (1980) dalam Mulyana, 2010 : 78). Akan tetapi, tanpa disadari bahwasanya *mode fashion* juga termasuk dalam bentuk komunikasi seperti model pakaian, model sepatu bahkan kreasi hijab dan lain sebagainya.

Penampilan sangatlah penting bagi sebagian orang agar terlihat *stylish* dan modis dipandang orang lain. Dunia *fashion* dapat dikatakan sebagai dunia penampilan manusia mulai dari rambut hingga kaki yang

menjadi identitas manusia itu sendiri. *Fashion* cenderung digandrungi oleh wanita karena sudah sewajarnya wanita ingin selalu berpenampilan menarik dihadapan orang lain. Mereka cenderung mengikuti perkembangan zaman dalam dunia *fashion* karena tidak ingin dikatakan *out of date* atau ketinggalan zaman.

Berbicara tentang pakaian sesungguhnya berbicara tentang sesuatu yang sangat erat dengan kita. Tak heran, kalau dalam kata – kata Thomas Carlyle, pakaian menjadi “perlambang jiwa” (*emblems of the soul*). Pakaian yang kita kenakan membuat pernyataan tentang diri kita. Bahkan jika kita bukan tipe orang yang terlalu peduli soal busana kita, orang yang bersua dan berinteraksi dengan kita tetap akan menafsirkan penampilan kita seolah – olah kita sengaja membuat suatu pesan. Pernyataan ini membawa kita pada fungsi komunikasi dan nonkomunikasi dari pakaian yang kita kenakan dalam kehidupan sehari – hari, baik dalam suasana formal maupun informal (Barnard, 2011 : Vi).

Busana merupakan salah satu komunikasi non verbal yang melambangkan identitas diri seseorang di mata orang lain. Selain itu, busana menjadi penentu seseorang tersebut berada di kelas dan status sosial tertentu. Misalnya ketika melihat seorang wanita berpakaian modis dan berhijab dengan gaya kekinian serta dandanannya yang bisa mencuri perhatian orang disekitarnya, pasti orang lain mengira bahwa ia adalah seorang desainer terkenal atau seorang model muslimah dan sebagainya.

Mayoritas sasaran dari komunikasi dalam *fashion* ini adalah wanita. Karena wanita cenderung selalu mengikuti *trend* yang sedang *booming* waktu itu. Salah satu contohnya adalah *trend* kreasi hijab yang sedang marak membuat para wanita yang sebelumnya tidak berhijab menjadi memakai hijab karena tertarik dengan kreasi hijab yang begitu bagus. Selain itu, kreasi hijab yang disesuaikan dengan acara juga bisa meningkatkan pendapatan produsen hijab.

Godaan duniawi memang begitu menggurikan. *Fashion* bergerak dengan sangat cepat. Akhir – akhir ini hijab sedang menjadi

trend, gempurannya sangat terasa di Indonesia. Jika kita lihat ada begitu banyak bentuk dan model hijab, toko – toko yang menjual hijab dan *tutorial* cara menggunakan hijab pun bisa dengan mudah kita temukan di berbagai *blog*. Sebenarnya di satu sisi terlihat baik, hanya saja jangan sampai fenomena ini hanya menjadi *trend* sesaat. Sekarang tidak sulit untuk menemukan komunitas *hijabers* di Indonesia (@peyemp, 2013 : 86).

Memang perkembangan hijab saat ini sangat meningkat dari waktu ke waktu dibandingkan dengan dahulu dimana hijab dianggap kuno dan identik dengan aliran tertentu sehingga banyak sekali wanita dahulu yang enggan mengenakan hijab dengan alasan pekerjaan dan lain sebagainya. Apalagi agama islam masuk ke Indonesia setelah agama hindu – buddha sudah tersebar sehingga hal tersebut juga memungkinkan menjadi pemicu hijab menjadi hal yang asing bagi masyarakat waktu itu. Selain itu, wanita – wanita yang tampil di televisi baik sebagai artis atau sebagai pembaca berita tidak ada yang memakai hijab karena *streotype* yang bermunculan di masyarakat mengenai hijab yang dianggap kuno dan sangat asing sekali padahal hijab adalah perintah agama yang wajib dilakukan oleh wanita muslimah.

Lain halnya dulu dan sekarang, justru saat ini hijab sudah menjadi bagian dari *fashion* sehingga tidak sedikit bermunculan model – model hijab yang disesuaikan dengan aktivitas tertentu. Kemudian ditambah lagi dengan bermunculan *desaigner* – *desaigner* baru yang lebih fokus pada mode hijab dan baju busana muslim. Semenjak itu, hijab sudah tidak dianggap kuno dan asing lagi di mata masyarakat sehingga banyak wanita yang mulai memutuskan untuk berhijab. Meskipun tidak ada yang tahu pasti alasan mereka berhijab karena munculnya mode hijab atau karena ingin melaksanakan kewajiban sebagai seorang muslimah.

Macam – macam model hijab saat ini berkiblat kepada mode *fashion* yang sedang digandrungi oleh wanita pada umumnya padahal hakikat hijab sebenarnya merupakan kewajiban bagi semua muslimah untuk menutupi aurat. Makna hijab untuk menutup aurat sudah mulai

terkikis oleh mode *fashion* hijab yang tidak hanya sekedar menutup aurat, akan tetapi dapat tetap tampil modis dan *fashionable* meskipun mengenakan hijab. Padahal mengenakan hijab tidak hanya menutupi rambut saja, akan tetapi ada aturan – aturan tertentu yang telah di atur oleh agama tentang bagaimana cara menutup aurat yang baik dan benar sesuai syariat, serta pakaian yang bagaimana yang seharusnya dipakai oleh para muslimah untuk menjaga kehormatannya. Selain itu, tidak sedikit para artis yang memutuskan untuk berhijab saat ini karena terpaan mode hijab yang sangat marak. Hal tersebut juga membuat masyarakat semakin banyak yang memulai berhijab apalagi model – model hijab dan bahan hijab serta warna – warna yang mencolok juga membuat hijab semakin diminati oleh masyarakat.

Kreasi – kreasi yang di ciptakan oleh *desainer* – *desainer* busana Muslim membuat kalangan masyarakat khususnya wanita tertarik untuk menirunya. Akan tetapi hal tersebut juga menimbulkan sesuatu yang kurang berkenan di hati masyarakat dengan adanya fenomena “*jilboobs*” yang saat ini sedang marak. Gaya berjilbab yang kontroversional ini membuat masyarakat menjadi bingung apa arti hijab sebenarnya karena pada dasarnya fungsi hijab itu untuk menutup aurat.

Hal tersebut juga tak luput dari para mahasiswi Universitas Trunojoyo Madura dimana mayoritas mengenakan hijab dari yang syar’i hingga berhijab *stylish* dan modis dengan berbagai macam model hijab. Para mahasiswi kampus tersebut juga terkena terpaan *trend* hijab yang sedang marak saat ini sampai akhirnya muncul fenomena “*jilboobs*” dimana banyak sekali para mahasiswi yang mengenakan *style* “*jilboobs*” meskipun tanpa disadari bahwasanya “*jilboobs*” tersebut termasuk *style* yang berasumsi negatif, akan tetapi karena terlalu banyak yang mengenakan *style* “*jilboobs*” hingga *style* tersebut menjadi sesuatu yang dianggap biasa.

Istilah “*jilboobs*” merupakan gabungan dua kata yaitu “*Jil*” yang berarti jilbab atau hijab dan “*Boobs*” yang berarti payudara wanita.

Adapun definisi dari “*jilboobs*” yaitu wanita berhijab yang berpakaian ketat dengan memperlihatkan lekukan payudaranya (Pratomo. Merdeka.com).

Demikian juga menurut Li Partic dalam bukunya yang berjudul “*Jilbab bukan Jilboobs*” bahwasanya kerudung yang seharusnya berfungsi menutupi dada justru dinaikkan ke bagian leher dan dililitkan agar terlihat rapi. Nah dada yang tidak tertutupi tersebut jadilah “*jilboobs*” yaitu jilbab yang masih memperlihatkan bentuk *boob* alias dada, padahal Allah sudah memerintahkan untuk menutupi dada dengan kain atau menjulurkan hijab ke dada mereka.

Fenomena ini sedang *booming* dikalangan wanita khususnya mahasiswi Universitas Trunojoyo Madura dan peneliti tertarik ingin meneliti fenomena tersebut melalui skripsi ini yang berjudul “*Konstruksi Hijab oleh Pemakai Jilboobs (Studi Fenomenologi tentang Makna Hijab oleh Pemakai Jilboobs di Kalangan Mahasiswi Universitas Trunojoyo Madura)*”

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang dapat diambil dari latar belakang diatas adalah :

Bagaimana makna hijab menurut pelaku “*jilboobs*” di kalangan mahasiswi Universitas Trunojoyo Madura?

1.3 Tujuan

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana makna hijab menurut pelaku “*jilboobs*” di kalangan mahasiswi Universitas Trunojoyo Madura

1.4 Manfaat

1.4.1 Manfaat Akademis

Sebagai bahan referensi mahasiswa lain khususnya mahasiswa ilmu komunikasi yang akan melakukan penelitian lebih lanjut yang berkaitan dengan komunikasi dalam *fashion*.

1.4.2 Manfaat Praktis

Sebagai masukan bagi masyarakat khususnya wanita tata cara mengenakan hijab yang baik dan benar.

Sebagai masukan bagi masyarakat mengenai makna hijab sebenarnya