

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia adalah sebuah negara dengan penduduk mayoritas muslim. Kita telah ketahui bersama bahwa Islam memiliki kitab pengangan, yaitu Al Quranul Karim yang menjelaskan berbagai hal salah satunya tentang menutup aurat. Tentu sudah seharusnya menjalankan syariat Islam yang telah diajarkan dalam hidup beragama dan dapat menunjukkan identitas diri baik dari tingkah laku, dalam hidup berbudaya, berkelompok dan juga cara berpakaian. Untuk kaum wanita salah satu cara untuk menutup aurat yaitu dengan menggunakan Jilbab. Jilbab merupakan salah satu *hijab* yang disyariatkan kepada kita umat Islam khususnya wanita. Dalam idealisme Islam kriteria *hijab* yang benar yaitu hendaklah menutup seluruh badan, kecuali wajah dan dua telapak, *hijab* bukan merupakan perhiasan, tidak tipis, bahan tidak tembus pandang, dan tidak ketat sehingga menampilkan bentuk tubuh, tidak disemprot parfum, tidak menyerupai pakaian kaum pria dan bukan merupakan pakaian untuk mencari popularitas. Ibnu Hazm menuliskan bahwa dalam bahasa Arab, *hijab* merupakan kain bagian luar yang menutupi seluruh tubuh. Sepotong kain yang terlalu kecil untuk menutupi seluruh tubuh tidak dapat disebut sebagai *hijab*. Dalam Islam, perempuan diperintahkan untuk menjaga kesuciannya, menjadi perempuan yang mulia, soleh, memiliki kedudukan tinggi dan diwajibkan padanya untuk memakai pakaian dan perhiasan yang sudah disyariatkan dan ditentukan oleh agama. *Hijab* sendiri merupakan kata yang mengacu pada pakaian khas seorang perempuan muslimah. *Hijab* merupakan identitas yang membedakan perempuan muslimah dengan perempuan non-muslim. Dalam Al Qur'an ada dua surat yang menyebutkan kewajiban wanita muslim menggunakan *hijab* yaitu surat Al-Azhab : 59 dan An-Nur : 31 (Badriyah dan Samihah, 2014:10).

*Hijab* di zaman ini sudah menjadi suatu gaya hidup bagi masyarakat khususnya untuk masyarakat wanita, seiring makin meluasnya para pemakai *hijab* di dunia industri *fashion* dan menjadikan *hijab* sebagai gaya hidup wajar dan

elegan. Dengan banyak pemakai *hijab* maka semakin banyak bermunculan generasi yang megadopsi kata *hijab* dari pengguna *hijab* yang menyebut diri mereka sebagai “*hijabers*” dan membentuk kelompok muslimah *fashionista* yaitu sekumpulan wanita *berhijab* yang gemar dengan tren dan *mode*. Dari perkembangan tersebut, perempuan pun menjadi sasaran utama sebagai objek produksi sebuah film, baik film yang bernuansa budaya, politik, *sensual* bahkan *fashion* khas identitas agama seperti halnya *hijab* yang menjadi salah satu tema produksi sebuah film. Faktanya di jaman sekarang yang semakin *modern* ini semakin banyak wanita yang menggunakan *hijab*. Tetapi *hijab* yang digunakan sekarang ini sudah terpengaruhi oleh budaya populer dan mengarah pada kapitalisme *modern* atau dengan kata lain *hijab* tidak sesuai dengan tujuan untuk menutup aurat. Tidak bisa dinafikkan bahwa sebagian besar pengguna, perancang, penjual, atau distributor *hijab* adalah kalangan muda. Ini adalah cara mereka membentuk identitas, mencari pengakuan, dan merayakan antusias. *Hijab* sendiri memuat dua kepentingan yaitu pebisnis dan masyarakat. Label Islami dan muslimat dilekatkan untuk menjalankan kapitalisme berbungkus religuitas. *Hijab* memang berniat menutupi tubuh dan repretasi menjalankan perintah agama, tetapi gerakan *hijab* saat ini malah tidak ada urusan dengan peningkatan religiusitas, kesadaran beragama, atau keberimanan.

Saat ini sudah banyak para perempuan yang mulai mengenakan *hijab* karena bentuk atau modelnya sudah berubah dari zaman ke zaman. Selain itu banyak media massa yang menampilkan bentuk *hijab* yang lebih menarik dan tidak sekaku dulu, contohnya seperti film yang akhir-akhir ini mulai banyak menggunakan wanita-wanita *berhijab* sebagai tokoh utamanya. Dari sinilah tak jarang wanita mulai mengikuti gaya berpakaian wanita-wanita *berhijab* yang ada pada film tersebut yang lebih menonjolkan unsur kecantikan dibandingkan tujuan *hijab* yang sebenarnya. Pada kenyataannya adalah meskipun *berhijab*, tapi kerap menggunakan pakaian ketat. Dari lahirnya media massa ini mengakibatkan semakin meningkatnya komersialisasi budaya dan hiburan telah menimbulkan berbagai permasalahan dan kepentingan, sehingga menganggap komersialisasi lebih penting dari kualitas dan konteks sosial. Dari fenomena tren *berhijab* muslimah pada masa sekarang ini, terutama yang dimuat di beberapa media massa

seperti film tentang *fashion hijab* yang berisi tentang *style hijab* dan penggunaan beberapa aksesoris dalam *hijab* muslimah, harusnya tidak lepas dari syariat Islam beragama aturan *berhijab* yang sesuai dalam Al-Qur'an. *Hijab* bukan hanya menutup badan, tetapi juga untuk menghilangkan rasa birahi yang menimbulkan syahwat. Saat ini *hijab* tidak hanya digunakan oleh perempuan dewasa, namun juga digunakan oleh anak-anak, remaja yang mengikuti *trend* dan *mode*. Bahkan saat ini mulai banyak bermunculan butik yang dengan khusus menjual *hijab* yang telah dimodifikasi dengan berbagai cara.

Dalam berbusana Islam, Indonesia memiliki pertumbuhan pesat dalam bidang *fashion* muslim sebagai inspirasi *hijabers* Indonesia. Selain sebagai pakaian penutup aurat wanita, *hijab* hadir dengan berbagai model, pola, corak dan warna. Saat ini *hijab* menjadi salah satu ikon gaya hidup. Tersedia berbagai model yang dapat dipilih oleh kaum wanita secara bebas untuk mengekspresikan diri mereka. Perempuan yang tidak mengikuti *mode* akan dirasa aneh dan tidak tahu *mode*. Maka, semakin seseorang dengan cepat mengikuti tren *hijab*, mereka tidak merasa kaku, tertutup, atau kolot. Justru, para perempuan akan merasa semakin *modern* dan Islami. *Hijab* menjadi simbol-simbol atau artefak yang menunjukkan ketakwaan pemakainya akan tetapi, semangat keagamaan dalam tataran simbol keagamaan ini kemudian menjadi incaran industri budaya kapitalisme. Maraknya penggunaan simbol keagamaan yang tidak diiringi oleh tingkat kesadaran dan pemahaman dapat menjadikan praktik dan pengalaman religius tidak lebih dari sekedar komoditas belaka. *Hijab* melahirkan pasar komersil bagi budaya populer dengan menciptakan berbagai model yang memperlihatkan lekuk tubuh. Setiap model *hijab* membawa pesan yang tersirat pula. Dikhawatirkan *hijab* akan terjerumus dalam budaya pop yang lebih dalam lagi sehingga terjadi perubahan makna pada penggunaan *hijab*.

Dari fenomena tersebut komodifikasi-komodifikasi simbol-simbol Islam dalam *hijab* maupun *fashion* kini mulai banyak terlihat akibat pengaruh budaya populer. Contohnya para perempuan muslim kini lebih berani tampil dengan menunjukkan kemewahan melalui *hijab* yang mereka kenakan. Sebagian dari mereka beralih *mode* dari *hijab* konvensional menuju *style hijabers*. Jilbab ala

*hijabers* tidak hanya menggerakkan hati mereka yang sudah *berhijab* untuk tampil lebih berani, tetapi juga hati muslimah yang belum *berhijab* untuk melaksanakan kewajiban menutup aurat. Kesadaran keberagaman di kalangan muslimah seolah bercampur dengan upaya mengikuti mode. Komodifikasi sendiri adalah kegiatan produksi dan distribusi komoditas yang lebih mengandalkan daya tarik agar bisa dipuja oleh orang sebanyak-banyaknya, tanpa mempertimbangkan konteks sosial dan tujuan-tujuan lainnya. Selain itu komodifikasi bisa dimaknai sebagai upaya mendahulukan keuntungan dibandingkan tujuan sebenarnya. Ada juga yang mengatakan bahwa komodifikasi adalah proses perubahan dari nilai guna menjadi nilai tukar yang dilakukan oleh kalangan kapitalis dengan cara mengubah objek, kualitas dan tanda-tanda menjadi komoditas dimana komoditas merupakan item tersebut dapat diperjualbelikan di pasar. Sedangkan komodifikasi agama secara teoritis mendefinisikan agama sebagai komoditas pasar yang dapat diperjualbelikan.

Saat ini *hijab modern* banyak diperkenalkan melalui media massa atau *audio visual* seperti iklan, media cetak, majalah, film dan lain sebagainya. Sehingga masyarakat terutama kaum wanita mudah mengakses dan minat mereka terhadap *hijab*. Penyajian *audio visual* dalam bentuk film merupakan gambaran dari realita sosial yang terjadi dalam masyarakat yang disajikan kembali dengan logika dan sistematika. Film merupakan salah satu media massa yang dibutuhkan saat ini dan masa yang akan datang. Perkembangan media massa akhir ini sangat pesat. Media massa menyajikan berbagai realitas kehidupan dalam bentuk informasi terhadap masyarakat. Dalam komunikasi media massa salah satu bagiannya adalah film. Begitu juga Hanung Bramantyo yang merilis film *Hijab* (2015) dengan keinginan memperlihatkan serta menyampaikan, sebuah potret kehidupan nyata seorang perempuan *hijab* Indonesia. Hanung menggunakan tema *hijab* karena sekarang ini *hijab* tengah menjadi tren dikalangan muslimah. Cara berpakaian yang sekarang banyak dipakai kaum hawa ini yang memantik gagasan sutradara Hanung Bramantyo untuk menampilkannya dalam film *Hijab*. Film yang bergenre drama komedi dan dibalut dengan *hijab* sebagai perantara *fashion* dan gaya hidup. Film *Hijab* (2015) menggambarkan wanita *berhijab* secara

*modern*, sementara dalam Islam ada beberapa karakteristik *berhijab* yang sesuai dengan aturan dan idealisme Islam sendiri.

Dari latar belakang yang sudah disampaikan di atas, maka penulis memilih film *Hijab* (2015) karya Hanung Bramantyo yang di-*release* pada tanggal 15 Januari 2015. Melalui analisis semiotika Roland Barthes dengan pendekatan kajian budaya yang memaknai tanda yang digunakan dalam film akan di analisis beberapa adegan *melalui mise-en-scene* dari film tersebut. *Mise-en-scene* merupakan sarana sutradara dalam menyampaikan penggambaran yang diinginkan termasuk pesan dari film tersebut. Ini alasan digunakannya *mise-en-scene* untuk mencari bentuk komodifikasi *hijab* dalam film *Hijab* (2015). Hal ini berguna untuk menunjukkan komodifikasi *hijab* dan pemaknaan komodifikasi simbol *hijab* sebagai bentuk pengaruh budaya populer.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Dalam pembuatan penelitian ini ditemukan beberapa permasalahan yang teridentifikasi yaitu :

1. Banyaknya wanita yang *berhijab* yang lebih mementingkan *fashion*, yang mengikuti mengikuti *trend, mode* dan lainnya.
2. Jilbab ala *Hijabers* tidak hanya menggerakkan hati mereka yang sudah *berhijab* untuk tampil lebih berani, tetapi juga hati muslimah yang belum *berhijab* untuk melaksanakan kewajiban menutup aurat. Kesadaran keberagaman di kalangan muslimah seolah bercampur dengan upaya mengikuti mode.
3. Komodifikasi-komodifikasi simbol-simbol Islam dalam *hijab* maupun *fashion* kini mulai banyak terlihat akibat pengaruh budaya populer. Contohnya para perempuan muslim kini lebih berani tampil dengan menunjukkan kemewahan melalui *hijab* yang mereka kenakan
4. Munculnya komodifikasi-komodifikasi *hijab* dan *fashionnya*, agar menciptakan keuntungan yang lebih besar tanpa memperhatikan tujuan *hijab* yang sebenarnya.

5. Film *Hijab* (2015) menggambarkan wanita berhijab secara *modern*, sementara dalam Islam ada beberapa karakteristik berhijab yang sesuai dengan aturan dan idealisme Islam sendiri.

### **1.3 Batasan Masalah**

Untuk membatasi masalah agar tidak terlalu luas pembahasan dalam skripsi ini, maka fokus analisis hanya pada keempat tokoh utama perempuan dalam film ini. Pembahasannya hanya dibatasi sesuai identifikasi dan rumusan masalah yang dipilih, yaitu pada komodifikasi *hijab* dan pemaknaan komodifikasi *hijab* sebagai bentuk pengaruh budaya populer dalam film *Hijab* (2015). Analisis disampaikan dalam salah satu unsur sinematik yaitu *mise-en-scene*.

### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang diambil penulis adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana visualisasi komodifikasi *hijab* dalam film *Hijab* (2015) ?
2. Bagaimana pemaknaan komodifikasi *hijab* sebagai bentuk pengaruh budaya populer dalam film *Hijab* (2015) ?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menjelaskan visualisasi komodifikasi *hijab* dalam film *Hijab* (2015).
2. Untuk memahami makna komodifikasi *hijab* sebagai bentuk pengaruh budaya populer dalam film *Hijab* (2015).

## **1.6 Manfaat Penelitian**

Dalam penelitian ini terdapat beberapa manfaat dari penelitian ini yang dapat dibagi menjadi dua yaitu sebagai berikut.

### **1.6.1 Manfaat secara teoritis :**

1. Menjelaskan bahwa pesan yang disampaikan di dalam film bermanfaat dan memberikan sumbangan pemikiran atau memperkaya konsep-konsep, teori-teori terhadap ilmu pengetahuan dari penelitian yang sesuai dengan bidang ilmu dalam suatu penelitian.
2. Memberikan wawasan tentang bagaimana perkembangan *hijab* yang ada.
3. Menjelaskan bahwa pesan yang disampaikan di dalam film berguna secara teknis untuk memperbaiki, meningkatkan suatu keadaan berdasarkan penelitian yang dilakukan dan mencari solusi bagi pemecahan masalah yang ditemukan dalam penelitian

### **1.6.2 Manfaat secara praktis :**

1. Agar pemirsa lebih mampu menyikapi dengan baik tren *hijab* yang terjadi saat ini dan memilih mana yang baik dan mana yang buruk yang dapat diambil agar tidak terbawa arus *modernisasi* lebih jauh lagi dalam *berhijab*.
2. Selain itu penelitian ini, juga menggambarkan sisi lain dari *hijab* yang kini menjadi bagian dari *fashion* di Indonesia. Apabila *hijab* selama ini dianggap sebagai simbol agama yang mengandung nilai religius, ternyata *hijab* dapat digunakan sebagai alat untuk meraup keuntungan dan digunakan sebagai simbol kesejahteraan hidup di kalangan masyarakat *modern*.
3. Memberi pemahaman bahwa perempuan muslim juga harus memahami tujuan *hijab* yang sebenarnya yaitu menggunakan *hijab* tidak hanya karena mengikuti gaya hidup yang ada, tetapi benar-benar ingin menjalani perintah agama.

## **1.7 Metodologi Penelitian**

Dengan melihat fenomena yang ada, penelitian ini menggunakan paradigma penelitian kualitatif yaitu penelitian yang menghasilkan data dekskriptif dalam bentuk kata-kata. Dengan menggunakan metode analisis semiotika Roland Barthes. Dimana semiotika Roland Barthes adalah menganalisis makna melalui petanda dan penanda (denotasi dan konotasi), serta pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini ialah pendekatan kajian budaya atau *cultural studies*. Dikarenakan topik yang diambil peneliti ialah bentuk komodifikasi yang merupakan salah satu pengaruh budaya populer yang ada.

### **1.7.1 Metode Pengumpulan Data**

Berikut adalah metode pengumpulan data yang ada dalam penelitian ini yaitu :

#### **1. Data Primer**

Data primer adalah data yang didapat langsung dari objek yang diteliti. Jenis data primer pada penelitian ini adalah film *Hijab* (2015) yang menjadi objek penelitian ini, yaitu dengan cara penulis menyimak dan mengamati film *Hijab* (2015) dalam bentuk file video berdurasi 100 menit. Hal ini bertujuan agar penulis mendapat kemudahan dalam melakukan penelitian. Pengambilan data khususnya pemilihan adegan yang akan dianalisis berdasarkan kebutuhan, indikator dan rumusan masalah yang ada.

#### **2. Data Sekunder**

Data sekunder adalah teknik pengumpulan data yang diperoleh penulis dari sumber yang sudah ada, yaitu dengan melakukan pengkajian literatur, seperti buku-buku, jurnal, penelitian ilmiah, maupun sumber-sumber lainnya yang relevan dengan penelitian ini.

### 1.7.2 Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan yaitu menggunakan metode analisis semiotika Roland Barthes yaitu menganalisis makna melalui denotasi dan konotasi dengan pendekatan kajian budaya atau *cultural studies*. Analisis dilakukan melalui *mise-en-scene* dalam film ini seperti latar (*setting*), kostum, tata rias wajah (*make up*), pencahayaan (*lighting*), karakter, dan pergerakan (*acting*). Cara atau metode dalam menganalisis data yaitu menyeleksi, mengklasifikasi, menganalisis, menginterpretasikan, dan terakhir menyimpulkan.

### 1.7.3 Prosedur Analisis Data

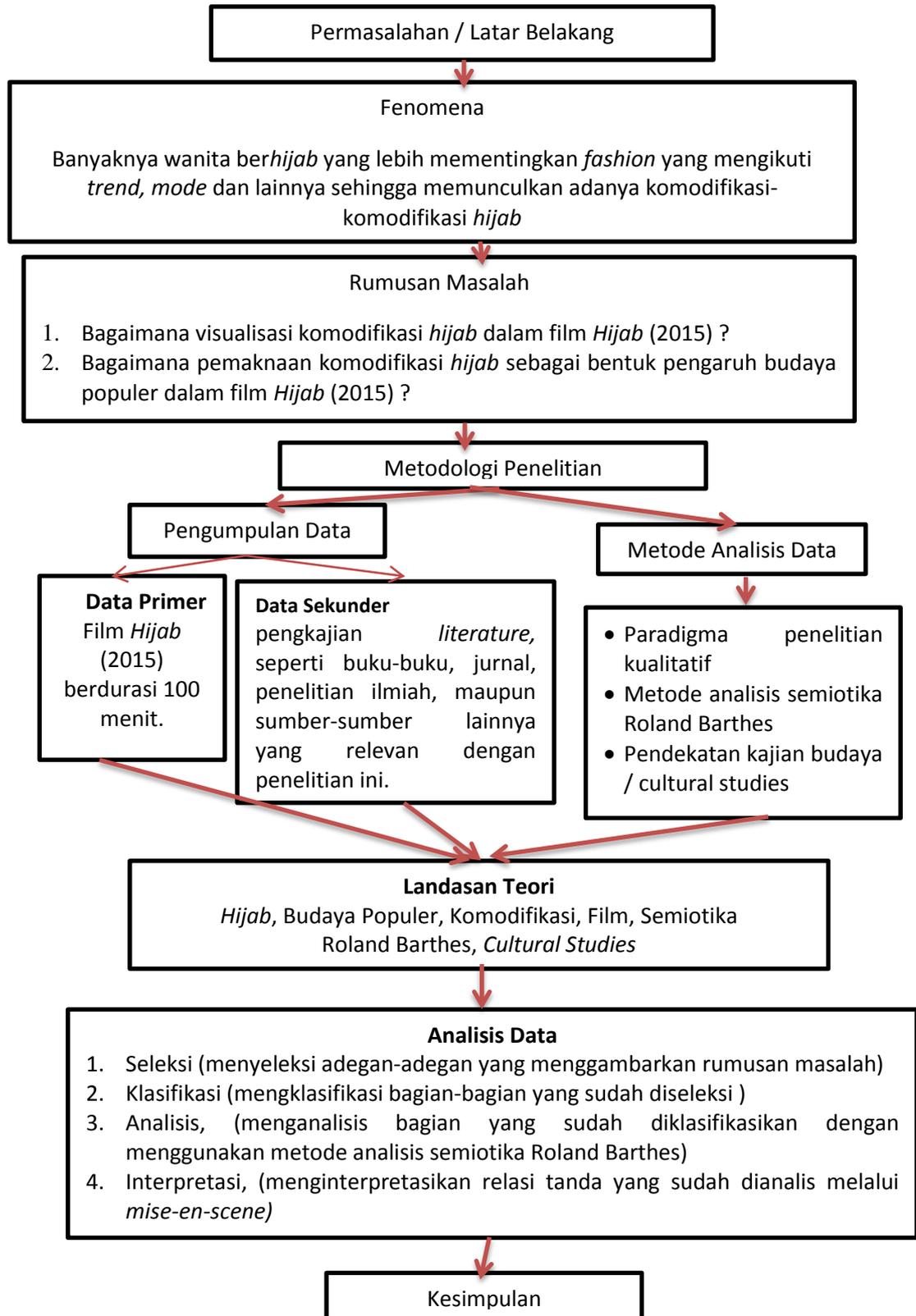
Berikut prosedur yang digunakan peneliti dalam menganalisis data adalah sebagai berikut :

1. Menyeleksi, penulis akan menyeleksi adegan-adegan yang menggambarkan bentuk visualisasi komodifikasi *hijab* dan juga bentuk pemaknaan komodifikasi model *hijab* sesuai indikator yang ada pada film *Hijab* (2015).
2. Mengklasifikasi, penulis akan mengklasifikasi bagian-bagian yang dapat menunjukkan bentuk komodifikasi *hijab* dan juga bentuk pemaknaan komodifikasi model *hijab* dalam setiap adegan yang dipilih untuk dipilih kembali sehingga menghasilkan adegan yang mewakili dari rumusan masalah (sampel adegan), setelah itu setiap adegan dianalisis *shot per shot*nya.
3. Menganalisis, penulis menganalisis bagian yang sudah diklasifikasikan dengan menggunakan metode analisis semiotika dan teori semiotika Roland Barthes untuk mencari makna dari adegan yang dipilih melalui denotasi dan konotasinya atau penanda dan petandanya. Menganalisis tanda menggunakan teori semiotika Roland Barthes diambil dari *mise-en-scene* seperti latar, pencahayaan, karakter, kostum, tata rias wajah, dan pergerakan adegan-adegan yang sudah dipilih.
4. Menginterpretasikan, setelah dianalisis dengan menggunakan metode semiotika Roland Barthes, maka penulis akan menginterpretasikan relasi

tanda yang sudah dianalisis melalui *mise-en-scene* dari adegan yang sudah dipilih sehingga didapatkan bentuk visualisasi komodifikasi *hijabnya*.

5. Menyimpulkan, setelah diinterpretasikan maka akan ditarik kesimpulan dari bentuk visualisasi komodifikasi *hijab* dan juga bentuk pemaknaan komodifikasi *hijab* sebagai bentuk pengaruh budaya populer yang sudah dianalisis pada setiap *mise-en-scene* adegan-adegan yang sudah pilih dalam film *Hijab* (2015).

## 1.8 Kerangka Analisis



Skema 1.1 Kerangka Berpikir  
Sumber Data : Dokumen Pribadi

## **1.9 Sistematika Pembabakan**

Untuk mempermudah dalam pembahasan permasalahan ini, penulis menggunakan sistematika pembahasan yang terbagi dalam empat bab yaitu sebagai berikut :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi uraian pokok-pokok persoalan peneliti dari, latar belakang yang berisi gambaran umum mengenai fenomena permasalahan sampai pada alasan pemilihan fenomena tersebut untuk penelitian ini, masalah penelitian, identifikasi masalah berisi pokok / inti masalah / permasalahan berupa suatu pertanyaan teoritis yang bersifat luas dan umum, batasan masalah yang berisi fokus / konsentrasi sebagai upaya mempersempit pokok / batasan masalah sesuai objek penelitian sehingga memberikan batasan yang jelas untuk penelitian ini, rumusan masalah yang menggambarkan variabel-variabel pertanyaan teoritis yang bersifat khusus, tujuan berisi gambaran hasil-hasil yang diharapkan dari penelitian ini dengan memberi jawaban terhadap masalah yang diteliti, berisi manfaat yang bersifat umum dan bermanfaat bagi banyak kalangan, dan tujuan. Berisi gambaran rinci mengenai objek penelitian, metode pengumpulan data, dan metode analisis data. Berisi alur penelitian, dan sistematika penulisan berisi uraian singkat gambaran umum dari seluruh isi penulisan skripsi, mulai dari bab I hingga bab IV.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Berisi teori-teori atau konsep-konsep yang relevan dengan masalah yang diangkat dan diteliti dan data-data sekunder yang saling mendukung dan saling berkaitan.

### **BAB III *LITERATURE* DAN DATA FILM *HIJAB* (2015)**

Berisi informasi dan gambaran rinci mengenai objek penelitian dari proses translasi, struktur produksi, pengenalan tokoh utama, sekilas mengenai objek, sinopsis, pola struktur naratif, batasan informasi cerita, dan struktur film dari objek penelitian ini.

#### **BAB IV KAJIAN KOMODIFIKASI *HIJAB* DALAM FILM *HIJAB* (2015)**

Berisi bahasan penelitian berupa bagian-bagian adegan yang sudah diklasifikasi untuk di analisis membuat penafsiran dari hasil pembahasan.

#### **BAB V KESIMPULAN**

Kesimpulan berisi uraian pembahasan mulai dari pendahuluan hingga hasil penelitian dan pembahasannya. Saran berisi anjuran serta temuan kendala dengan memperhatikan manfaat penelitian yang menyangkut aspek kebijakan, konseptual maupun operasional.