

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Konteks Penelitian

Indonesia adalah salah satu negara dengan penduduk muslim terbanyak di dunia, jadi tidak heran jika terdapat banyak perempuan yang mengenakan jilbab. Hal itu jelas karena ajaran agama Islam mewajibkan setiap perempuan muslim untuk menutup auratnya, oleh karena itu perempuan muslim wajib untuk mengenakan jilbab. Jilbab seringkali disebut dengan istilah kerudung. Namun, kata jilbab sekarang lebih populer di telinga masyarakat. Secara istilah sekarang ini, jilbab atau kerudung ialah salah satu busana yang dikenakan oleh perempuan muslim, yang berfungsi untuk menutupi bagian kepala dan dada tetapi, saat ini banyak orang yang menyalah artikan jilbab itu sendiri.

Jika dilihat dari pengertian sebenarnya, jilbab adalah sesuatu yang menutupi kepala hingga dada tetapi sekarang ini banyak yang mengartikan hanya sebatas sebagai penutup kepala saja. Tentunya hal ini bertolak belakang dengan apa yang diperintahkan Allah dalam salah satu ayat Al-Qur'an, Allah Ta'ala berfirman: "Hai Nabi, katakanlah kepada istri-istrimu, anak-anak perempuanmu dan istri-istri orang mukmin: Hendaklah mereka mengulurkan jilbabnya ke seluruh tubuh mereka, yang demikian itu supaya mereka lebih mudah untuk dikenal, karena itu mereka tidak diganggu. Dan Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang." (QS. Al-Ahzab: 59). Hadist tersebut menjelaskan bahwa perempuan muslim hendak mengulurkan jilbab hingga ke seluruh tubuh artinya

tidak hanya bagian kepala saja, tetapi seluruh bagian tubuh kecuali bagian telapak tangan dan wajah dengan pakaian dan busana yang tertutup. Perempuan adalah salah satu makhluk yang diciptakan dengan keindahan duniawi, oleh karena itu harus dijaga sepenuhnya salah satu diantaranya dengan mengenakan pakaian tertutup. Terlepas dari ajaran agama Islam, setiap orang bebas mengartikan segala sesuatu sesuai dengan pengetahuan dan pengalamannya, yang terpenting jelas bahwa jilbab hukumnya wajib bagi perempuan muslim guna menutup aurat dan terhindar dari hal-hal yang tidak diinginkan.

Seiring berkembangnya zaman, *fashion* atau mode saat ini mengalami perubahan dan semakin berkembang khususnya di Indonesia. Begitu pula dengan perkembangan busana muslim terutama jilbab. Saat ini banyak sekali perempuan muslim yang mengenakan jilbab, apalagi sejak dibebaskannya aturan mengenakan jilbab. Jika dahulu jilbab identik dengan busana yang kolot dan jauh dari kesan modis, kini dengan perkembangan zaman jilbab memiliki banyak model serta terkesan lebih menarik dan modern. Perkembangan tren jilbab, membuat banyak perempuan muslim semakin tertarik untuk mengenakan jilbab, baik jilbab syar'i ataupun jilbab modern yang hanya sebatas menutupi bagian kepala saja.

Sekarang ini banyak sekali perempuan muslim yang mengenakan jilbab hanya sebatas penutup kepala saja dengan pakaian yang belum sepenuhnya tertutup, dalam artian pakaian yang dikenakan masih memperlihatkan lekuk tubuh dan itu sekarang menjadi tren yang dikenal dengan istilah *jilboobs*. *Jilboobs* adalah sebutan bagi perempuan muslim yang mengenakan jilbab namun tetap berpakaian ketat hingga bentuk tubuh tercetak jelas. *Jilboobs* sendiri sebenarnya sudah

dikenal sejak tahun 2014, namun fenomena lama ini seakan kembali menjadi tren berbusana. *Jilboobs* muncul dengan seiring berkembangnya *fashion* jilbab di Indonesia, dimana *jilboobs* merupakan transformasi dari *fashion* dan budaya modern.

Akhir-akhir ini tren *jilboobs* sudah menjamur di kalangan perempuan muslim hingga ramai menjadi perbincangan di sosial media, apalagi sejak munculnya situs online ‘Komunitas *Jilboobs*’ yang didalamnya berisi foto-foto perempuan berjilbab dengan pakaian ketat sehingga memperlihatkan lekuk tubuh terutama bagian dada. Tidak jelas siapa yang pertama kali mencetuskan istilah *jilboobs*, yang pasti sekarang ini *jilboobs* sudah menjadi tren berbusana khususnya bagi perempuan muslim di Indonesia.

Banyak perempuan yang sudah mengenakan jilbab, namun belum seutuhnya mengerti bahkan tidak tahu sama sekali tujuan dari pemakaian jilbab itu sendiri. Tren *jilboobs* memang menyalahi aturan agama islam, tetapi kita tidak bisa menyalahkan para pelaku *jilboobs* seutuhnya. Bisa saja karena kurangnya pengetahuan yang dimiliki terkait cara mengenakan jilbab yang baik dan benar dan sesuai dengan ajaran agama islam, oleh karena itu banyak yang mengenakan jilbab dengan mengikuti tren yang sedang berkembang.

Tidak semua orang paham dan mengerti tentang ajaran agama islam, maka banyak yang menerima dan menelan begitu saja pengaruh dari perkembangan zaman khususnya dalam hal *fashion*. Apalagi para mahasiswi yang terkadang masih labil, sehingga kerap kali dengan cepatnya mengikuti tren yang sedang

berkembang. Ketika ada sesuatu yang dianggap menarik, maka diikuti tanpa menyesuaikan dengan ajaran agama yang dianutnya.

Kurangnya pengetahuan mengenai cara berjilbab yang baik dan benar bisa dijadikan alasan mengenakan *jilboobs*, tetapi tidak jarang yang sudah mengetahui cara berjilbab sesuai dengan ajaran agama Islam, masih mengenakan busana *jilboobs* dengan berbagai alasan, seperti dari mulai belum adanya kesiapan hingga ketakutan dianggap kuno. Selain itu juga, rata-rata para pengguna *jilboobs* adalah mereka yang baru belajar mengenakan jilbab jadi mereka tidak bisa disalahkan seutuhnya karena masih dalam proses berhijrah ke arah yang lebih baik.

Minimnya pengetahuan tentang hakikat menggunakan jilbab serta tuntunan yang diberlakukan oleh agama islam, membuat perempuan muslim terkesan seenaknya mengenakan jilbab. Pada dasarnya jilbab berfungsi sebagai penutup aurat, selain itu saat ini jilbab juga dijadikan sebagai identitas diri bagi perempuan muslim apalagi jika sedang berada di negara yang mayoritas masyarakatnya non muslim.

Perempuan berjilbab sering kali diidentikan dengan perempuan baik-baik dan sholehah, namun akan berbeda jika dilihat dari cara pandang siapa orang yang melihatnya. Perempuan dengan jilbab hanya sebatas penutup kepala dan memperlihatkan lekuk tubuh atau bisa disebut *jilboobs* bisa saja dinilai negatif oleh sebagian orang, tetapi berbeda halnya dengan pandangan seseorang yang mengenakan *jilboobs* itu sendiri, sebaliknya mungkin ia memandang dirinya dari segi positif karena mengenakan jilbab dan setidaknya sudah menaati aturan agama Islam. Itu semua tergantung dari cara seseorang menilai dan melihat perempuan

berjilbab dari berbagai sudut pandang dan ini berkaitan dengan konsep diri. Bisa saja pelaku *jilboobs* dipandang sebagai perempuan yang baik jika dibandingkan dengan sebelum berjilbab, artinya ada niat untuk berubah mengikuti ajaran yang dianutnya dengan mengenakan jilbab meski masih hanya sebatas penutup kepala saja, setidaknya sudah ada keinginan untuk berubah menjadi lebih baik.

Perempuan yang sudah memakai jilbab, baik itu sudah yang syar'i atau *jilboobs* bagi para penggunanya pasti akan ada yang mendasarinya kenapa seseorang berpakaian seperti itu atau bisa disebut dengan motif. Banyak motif perempuan muslim dalam mengenakan jilbab, dimulai dari ingin menaati ajaran agama Islam, ingin berubah menjadi perempuan yang lebih baik, ingin meningkatkan citra diri agar bisa terlihat seperti perempuan baik-baik dan shalehah, hingga hanya ingin mengikuti perkembangan mode yang ada. Motif perempuan muslim dalam keinginan mengenakan jilbab seringkali dipengaruhi oleh lingkungan sekitar seperti pergaulan dan juga pengaruh media sosial.

Penggunaan jilbab didasari oleh berbagai faktor pendorong, sehingga tren jilbab bisa dengan cepatnya berkembang dan menyebar di masyarakat apalagi di kalangan para mahasiswi. Banyaknya sekolah yang telah menetapkan aturan harus berkerudung bagi para pelajar perempuan, membuat banyak perempuan muslim yang mendadak mengenakan jilbab. Karena faktor belum mengetahui cara berjilbab yang baik dan benar, maka tren yang sedang berkembang langsung dengan cepatnya diikuti.

Perempuan kini bebas mengekspresikan dirinya dengan mengenakan jilbab, jika dahulu sulit bagi perempuan berjilbab untuk bisa bekerja karena larangan

untuk mengenakan jilbab di tempat kerja. Sekarang ini banyak perusahaan yang sudah membebaskan karyawannya untuk berjilbab namun, sangat disayangkan beberapa instansi atau perusahaan tertentu masih membatasi perempuan berjilbab dalam bekerja, mereka menerapkan aturan boleh berjilbab tetapi, tetap mengenakan baju dengan lengan pendek dan celana panjang yang ketat. Secara tidak langsung perusahaan tersebut mendukung atau mendorong karyawan perempuannya untuk berbusana *jilboobs*, meski pada dasarnya tidak mengarah kesana. Hal tersebut karena adanya anggapan bahwa perempuan berjilbab panjang terkesan tidak menarik, maka dari itu aturan tersebut diterapkan perusahaan supaya karyawannya tetap terlihat menarik meski mengenakan jilbab.

Beberapa orang beranggapan bahwa dengan mengenakan jilbab kecantikannya akan berkurang dan akan terlihat tidak menarik. Oleh karena itu beberapa perempuan muslim lebih memilih mengikuti tren yang berkembang dibandingkan dengan mengenakan jilbab panjang yang benar dan sesuai syariat Islam, guna tetap terlihat cantik dan modis dalam berjilbab. Tidak heran jika fenomena *jilboobs* ini begitu cepat menyebar dan dijadikan tren dalam berbusana.

Fenomena *jilboobs* memang sempat menjadi kontroversi dan banyak mengundang komentar pedas netizen hingga ulama, namun semuanya kembali lagi kepada pengguna *jilboobs* itu sendiri dalam memaknai arti jilbab yang dikenakannya. Para perempuan muslim berbusana *jilboobs* memiliki konsep diri tersendiri dalam memaknai jilbab. Setiap orang pasti memiliki persepsi yang berbeda, baik itu persepsi dilihat dari segi fisiknya, persepsi psikologis ataupun persepsi sosial. Persepsi pengguna *jilboobs* dalam memandang dirinya sendiri

akan berbeda dengan persepsi orang lain dalam memandang pengguna *jilboobs* itu tersebut. Jika pengguna *jilboobs* sendiri memandang dirinya dari segi positif dalam mengenakan jilbab, berbeda halnya dengan orang lain yang mungkin bisa memberikan persepsi positif ataupun negatif atas apa yang dikenakannya.

Dahulu banyak orang yang beranggapan bahwa jilbab membatasi ruang gerak seseorang untuk beraktivitas, tetapi sekarang anggapan tersebut sudah tidak berlaku lagi. Hal tersebut dibuktikan dengan banyaknya perempuan berjilbab dapat memasuki dunia profesi apapun meski masih ada beberapa profesi yang masih diperdebatkan boleh tidaknya perempuan mengenakan jilbab, termasuk beberapa perusahaan yang masih melarang karyawan perempuan untuk mengenakan jilbab. Banyaknya mode jilbab saat ini membuat para perempuan muslim bebas memilih jilbab yang sesuai dengan keinginannya termasuk jilbab yang hanya sebatas penutup kepala saja atau disebut busana *jilboobs*. Busana *jilboobs* yang dikenakan mungkin bisa membuat mereka lebih menjadi diri sendiri tanpa adanya aturan yang menuntut mereka berperilaku seperti orang lain, seperti yang diketahui bahwa perempuan dengan jilbab syar'i identik dengan perempuan yang kalem, sopan, dan memperhatikan sikap serta perilakunya. Oleh karena itu, perempuan yang ingin berjilbab namun belum ada kesiapan untuk mengubah perilakunya, maka mereka dengan perlahan hanya menutup bagian kepalanya saja, dengan harapan ke depannya mampu mengenakan pakaian tertutup.

Sekarang ini dengan perkembangan tren jilbab yang semakin menarik dan bervariasi, maka banyak perempuan muslim yang menjadikan jilbab sebagai busana keseharian mereka. Tren jilbab pun juga sudah menjamur dikalangan

selebriti muslim di Indonesia, hal tersebut dibuktikan dengan semakin banyaknya artis-artis yang memutuskan untuk mengenakan jilbab dengan berbagai mode dan dijadikan tren berbusana baik itu yang syar'i atau sebatas penutup kepala yang biasanya dikenakan oleh para artis pemula dalam berjilbab. Tidak hanya para artis, istri para pejabat dan petinggi negara berlomba untuk mengenakan jilbab baik karena kesadaran diri sendiri ataupun demi meningkatkan citra diri.

Di Indonesia sendiri, busana muslim sudah ada sejak lama namun diketahui selama ini hanya tumbuh dan berkembang di lingkungan muslim yang kuat dan paham terhadap ajaran agama Islam. Beberapa tahun terakhir ini, perkembangan busana muslim di Indonesia sedang menanjak drastis. Tren busana muslim banyak melakukan perubahan dari gaya konservatif menjadi lebih kontemporer yang lebih berjiwa muda. Meskipun saat ini jilbab dijadikan sebagai gaya berbusana, namun tidak jarang orang yang mengenakan jilbab memang karena mengerti bahwa islam menganjurkan berpakaian yang baik bagi wanita yakni dengan menutup aurat, bahkan seorang yang mengenakan *jilboobs* tidak semuanya didasari oleh gaya berbusana, beberapa orang mengenakan *jilboobs* sebagai proses untuk bisa belajar mengenakan jilbab dan diharapkan kelak bisa benar-benar mengenakan jilbab disertai busana tertutup yang menutupi lekuk tubuhnya.

Fenomena *jilboobs* terus berkembang apalagi di kalangan mahasiswi di kota Bandung dan salah satunya di Universitas Langlangbuana, disana terdapat masih banyak mahasiswi muslim yang berjilbab namun pakaiannya ketat sehingga menampakan lekuk tubuh. Bahkan sebenarnya di kota Bandung sediri sebelum

dikenal dengan istilah *jilboobs* sempat tenar dengan nama jilbab ‘lepet’. Lepet merupakan makanan sejenis lontong atau arem-arem. Bahannya nasi dibungkus ketat dengan daun pisang. Dari sanalah muncul istilah jilbab lepet. Berjilbab tapi pakaiannya serba ketat. Biasanya jilbab lepet ini berpakaian ketat, kerudungnya diikat tidak menutupi bagian dada.

Sekarang ini banyak yang harus diwaspadai dalam menyikapi fenomena *jilboobs*. Jika seringkali orang mengkhawatirkan perempuan dengan pakaian mini atau seksi saja karena ditakutkan tidak dapat menjaga diri, tetapi sekarang ini perempuan yang mengenakan jilbab pun dikhawatirkan tidak dapat melindungi diri dari yang bukan mahramnya. Hal ini tentu meskipun mengenakan jilbab tetapi mungkin busana yang dikenakannya terlalu ketat atau bisa dikatakan berbusana *jilboobs*. Padahal tujuan utama dari penggunaan jilbab itu sendiri adalah untuk menutupi bagian tubuh agar dapat melindungi diri dari hal yang tidak diinginkan termasuk dari yang bukan mahramnya.

Fenomena *jilboobs* mengundang banyak komentar dari berbagai kalangan. Bahkan diantaranya ada yang beranggapan bahwa perempuan baik-baik tidak bisa hanya dilihat dari penampilan luarnya saja, dalam hal ini adalah apa yang dikenakannya. Seperti yang diketahui ada yang mengatakan bahwa penampilan adalah cerminan diri. Ketika penampilan seseorang baik tentu sifatnya pun baik, namun itu tidak berlaku bagi sebagian orang. Jilbab mampu mengubah sikap seseorang, karena seorang perempuan yang ingin memantapkan diri dalam berjilbab pasti harus ada keyakinan, kesiapan dan keberanian dalam diri. Dalam hal ini tentu dari segi sikap pasti ada perubahan ke arah yang lebih baik.

Perempuan berjilbab cenderung akan lebih terjaga, tetapi tidak demikian dengan yang mengenakan busana *jilboobs* yang tetap memperlihatkan lekukan tubuh meski sudah tertutup tetapi masih tercetak jelas lekuk tubuhnya.

Banyak faktor yang menyebabkan seseorang memutuskan mengenakan jilbab baik faktor internal yang datang dari diri sendiri seperti kesadaran untuk menaati aturan agama hingga ingin meningkatkan citra diri atau bahkan sebagai identitas diri saja, maupun faktor eksternal yang datang dari luar, seperti pengaruh lingkungan. Sekarang ini jilbab memang banyak diminati perempuan muslim, artis-artis sudah banyak yang berhijrah mengenakan jilbab dan terkesan lebih cantik dan anggun. Oleh karena itu, banyak sekali perempuan muslim khususnya para mahasiswi yang mengikuti tren tersebut karena dianggap menarik.

Jilbab adalah sesuatu yang dinilai positif, dapat diharapkan dengan mengenakan jilbab seseorang bisa merubah dirinya menjadi lebih baik meski harus melalui proses untuk bisa mengenakan jilbab yang baik dan benar serta sesuai dengan ajaran agama Islam. Tren jilbab dan busana muslim yang terus berkembang diharapkan mampu memotivasi para perempuan muslim untuk bisa mengenakan jilbab. Peneliti merasa tertarik dan ingin mengkaji lebih dalam mengenai fenomena *jilboobs* terutama berkaitan dengan konsep diri perempuan muslim berbusana *jilboobs* yang di hubungkan dengan komunikasi antarpribadi. Maka dari itu, peneliti mengambil judul “**Konsep Diri Perempuan Muslim Berbusana *Jilboobs***” sebagai bahan penelitian pada skripsi ini.

1.1.1 Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian pada konteks penelitian, maka fokus penelitian adalah **“Bagaimanakah Konsep Diri Perempuan Muslim Berbusana *Jilboobs*?”** (Studi Fenomenologi pada Mahasiswi Muslim Berbusana *Jilboobs* di Universitas Langlangbuana Bandung).

1.1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian dan fokus penelitian, maka pertanyaan penelitian ini adalah:

1. Bagaimana persepsi fisis tentang diri sendiri pada perempuan muslim berbusana *jilboobs*?
2. Bagaimana persepsi psikologis tentang diri perempuan muslim berbusana *jilboobs*?
3. Bagaimana persepsi sosial pada perempuan muslim berbusana *jilboobs*?

1.1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan karena ada beberapa maksud dan tujuan, maksud dan Tujuan penelitian ini meliputi:

1.1.3.1 Maksud Penelitian

Adapun maksud diadakannya penelitian ini, yaitu untuk menjawab fokus penelitian yang dipaparkan sebelumnya, yaitu: “Untuk Mengetahui Konsep Diri

Perempuan Muslim Berbusana *Jilboobs*” (Studi Fenomenologi pada Perempuan Muslim Berbusana *Jilboobs* di Universitas Langlangbuana Bandung).

1.1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan diadakannya penelitian ini, yaitu untuk menjawab pertanyaan penelitian yang dipaparkan sebelumnya, yaitu:

1. Untuk mengetahui persepsi fisis tentang diri sendiri pada perempuan muslim berbusana *jilboobs*.
2. Untuk mengetahui persepsi psikologis tentang diri perempuan muslim berbusana *jilboobs*.
3. Untuk mengetahui persepsi sosial pada perempuan muslim berbusana *jilboobs*.

1.1.4 Jenis Studi

Menurut Alfred Schutz (dalam Kuswarno, 2009: 37-38), ruang lingkup fenomenologi meliputi:

1. Fokus pada sesuatu yang nampak, kembali kepada yang sebenarnya (esensi), keluar dari rutinitas, dan keluar dari apa yang diyakini sebagai kebenaran dan kebiasaan dalam kehidupan sehari-hari.
2. Fenomenologi tertarik dengan keseluruhan, dengan mengamati entitas dari berbagai sudut pandang dan perspektif, sampai didapat pandangan esensi dari pengalaman atau fenomena yang diamati.

3. Fenomenologi mencari makna dan hakikat dari penampakan, dengan intuisi dan refleksi dalam tindakan sadar melalui pengalaman. Makna ini yang pada akhirnya membawa kepada ide, konsep, penilaian dan pemahaman yang hakiki.
4. Fenomenologi mendeskripsikan pengalaman, bukan menjelaskan atau menganalisisnya. Sebuah deskripsi fenomenologi akan sangat dekat dengan kealamiah (tekstur, kualitas, dan sifat-sifat penunjang) dari sesuatu. Sehingga deskripsi akan mempertahankan fenomena ini seperti apa adanya, dan menonjolkan sifat alamiah dan makna dibaliknya. Selain itu, deskripsi juga akan membuat fenomena “hidup” dalam *term* yang akurat dan lengkap. Dengan kata lain “hidup”-nya antara yang tampak dalam kesadaran dengan yang terlihat oleh panca indra.
5. Fenomenologi berakar pada pertanyaan-pertanyaan yang langsung berhubungan dengan makna dari fenomena yang diamati. Dengan demikian peneliti fenomenologi akan sangat dekat dengan fenomena yang diamati. Analoginya peneliti itu menjadi salah satu bagian *puzzle* dari sebuah kisah biografi.
6. Integrasi dari subyek dan obyek. Persepsi penelitian akan sebanding atau sama dengan apa yang dilihatnya atau didengarnya. Pengalaman akan suatu tindakan akan membuat obyek menjadi subjek, dan subjek menjadi objek.
7. Investigasi yang dilakukan dalam rangka intersubjektif, realitas adalah salah satu bagian dari proses secara keseluruhan.

8. Data yang diperoleh (melalui berpikir, intuisi, refleksi, dan penilaian) menjadi bukti-bukti utama dalam pengetahuan ilmiah.
9. Pertanyaan-pertanyaan penelitian harus dirumuskan dengan sangat hati-hati. Setiap orang harus dipilih, dimana kata yang dipilih adalah kata yang paling utama, sehingga dapat menunjukkan makna yang utama pula.

1.1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang terkait dalam penelitian ini serta berbagi pengalaman yang bermakna, manfaat penelitian ini meliputi:

1.1.5.1 Manfaat Filosofis

Secara filosofis penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dalam menyikapi tren dan etika berbusana muslim. Dalam hal ini perempuan muslim bisa memilih dan memperhatikan tren dan etika berbusana muslim yang baik dan sesuai untuk diikuti. Dan bisa memotivasi perempuan muslim untuk mengenakan jilbab.

1.1.5.2 Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai konsep diri mahasiswi muslim berbusana *jilboobs* di Universitas Langlangbuana Bandung dilihat dari tinjauan komunikasi, khususnya komunikasi antarpribadi.

1.1.5.3 Manfaat Praktis

Manfaat secara praktis pada penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan dalam memahami konsep diri perempuan muslim berbusana *jilboobs*, bisa mengetahui cara berpakaian yang sesuai dengan ajaran islam dan yang tidak sesuai atau menyalahi aturan agama islam. Selain itu juga bisa mengetahui mengenai perkembangan tren dan etika berbusana serta mampu menambah pengetahuan mengenai penggunaan jilbab dan jenis-jenis jilbab.

1.2 Kajian Literatur

1.2.1 Review dan Matriks Hasil Penelitian Terdahulu

Tabel 1.1 Matriks Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Fendi R. Widiyanto. 2015. Prodi Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta	<i>Audience Adaptation</i> dalam Gaya Berpakaian (Studi Deskriptif Kualitatif Trend <i>Jilboobs</i> Pada Mahasiswi Yogyakarta)	Kualitatif	Penelitian ini melihat bagaimana remaja muslim di yogyakarta ketika menghadapi <i>Audience Adaptation</i> dari <i>fashion</i> jilbab terutama fenomena <i>jilboobs</i> . Remaja muslim condong untuk mengikuti tren hijab dan tidak memperhatikan aturan agama, sehingga mereka cenderung menggunakan busana jilbab seperti yang mereka ingin. Kebebasan berbusana disebabkan karena fenomena <i>jilboobs</i> dan itu membawa aib dalam membangun interpersonal muslimah Indonesia terutama sebagai orang yang taat beragama.

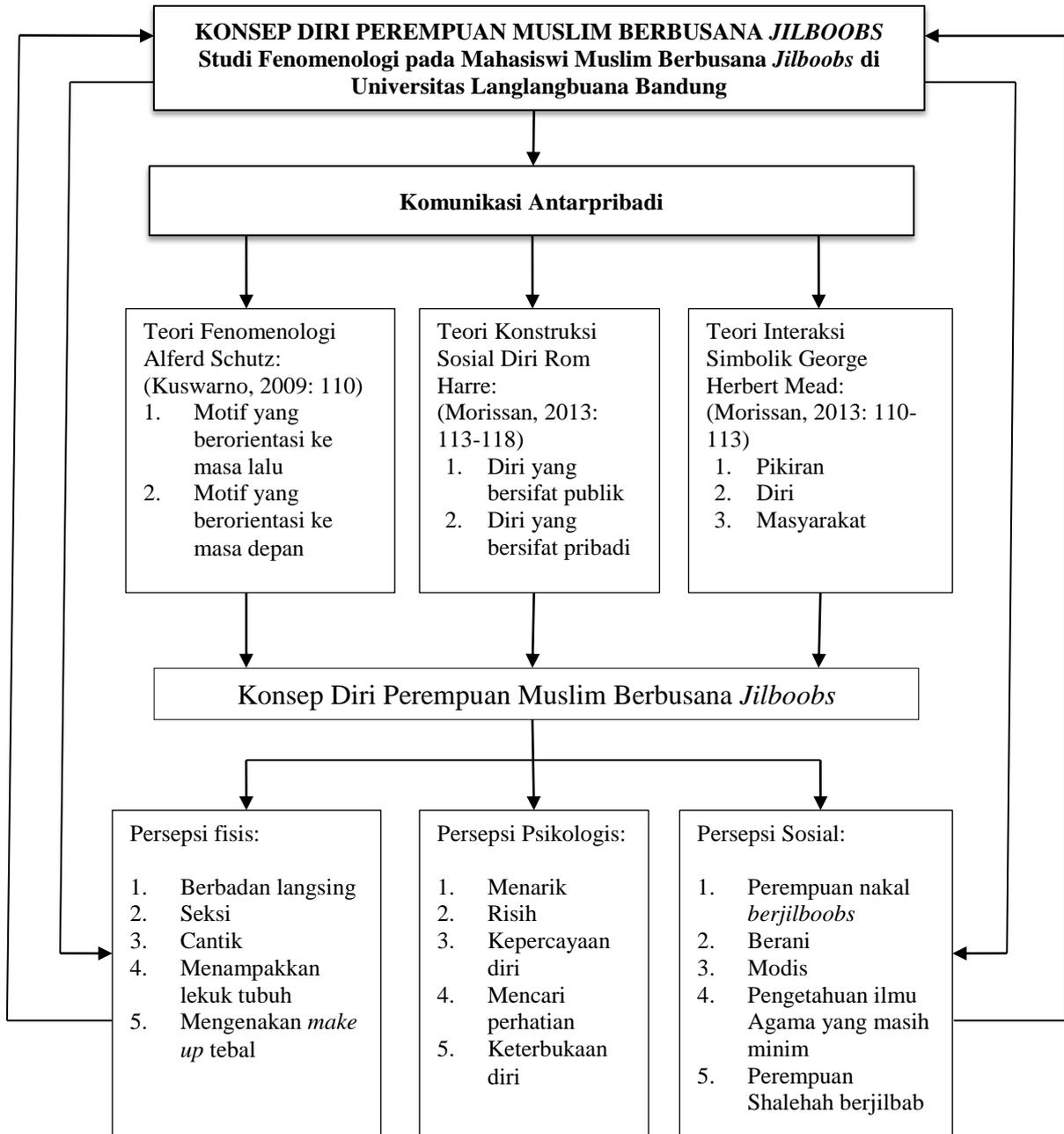
2.	Dianita Asri Universitas. 2015. Prodi Public Relations. Fakultas Ilmu Komunikasi. UIN Sunan Gunung Djati Bandung	Makna Jilbab Bagi Pelaku <i>Jilboobs</i> (Studi Kualitatif dengan Pendekatan Fenomenologi tentang Makna Jilbab bagi Mahasiswa Pelaku <i>Jilboobs</i> di Universitas Islam Bandung)	Kualitatif	Hasil penelitian yang didapat adalah para informan memberikan pernyataan masing-masing dalam memaknai jilbab yang digunakan dengan gaya <i>jilboobs</i> . Dimulai dari motif mereka dalam menggunakan <i>jilboobs</i> yaitu karena mengikuti gaya orang lain, mematuhi amanat orang tua, dan keinginan untuk mendekati diri kepada Allah SWT. Sedangkan untuk makna <i>jilboobs</i> bagi diri mereka yaitu sebagai identitas diri sebagai wanita muslim dan sebagai tahapan bagi dirinya untuk menjadi yang lebih baik. Untuk perilaku <i>jilboobs</i> peneliti mengkategorikan perilaku <i>jilboobs</i> menjadi <i>jilboobs</i> biasa dan <i>jilboobs</i> luar biasa yang terlihat selama penelitian berlangsung
3.	Maria Silvia. 2015. Prodi Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Mulawarman	Dampak Grup <i>Jilboobs</i> di Facebook pada Gaya Berpakaian Perempuan Muslimah di Kota Samarinda (Studi Deskriptif Kualitatif)	Kualitatif	Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat dilihat dari perilaku dalam hal berpakaian mereka yang mengikuti tren yang ada di grup <i>jilboobs</i> , perubahan sikap dari efek media sosial facebook yang menyajikan grup <i>jilboob</i> , menerima pesan yang disampaikan grup <i>jilboobs</i> informan memahami dan terlibat langsung, seperti adanya perilaku meniru gaya berpakaian perempuan muslimah yang berjilbab tapi ingin mengikuti tren masa kini dan modis tidak sesuai syariat Islam seperti ala <i>jilboobs</i> .

4.	Novia Fitriani. 2016. Prodi Ilmu Komunikasi. Universitas Pasundan Bandung	Fenomena “Jilboobs” Dikalangan Mahasiswi Bandung (Studi Fenomenologi “ <i>Jilboobs</i> ” Dikalangan Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan Bandung)	Kualitatif	Hasil penelitian yang didapat adalah para informan memberikan pernyataan masing-masing dalam memaknai jilbab yang digunakannya dengan gaya <i>jilboobs</i> . Dimulai dari motif mereka dalam menggunakan <i>jilboobs</i> yaitu karena mengikuti gaya orang lain, mematuhi amanat orang tua, dan keinginan untuk mendekati diri kepada Allah SWT. Sedangkan untuk makna <i>jilboobs</i> bagi diri mereka yaitu sebagai identitas diri sebagai wanita muslim dan sebagai tahapan dirinya untuk menjadi yang lebih baik.
5.	Ade Nur Istiani. 2015. Prodi Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Lampung.	Konstruksi Makna <i>Hijab Fashion</i> bagi <i>Moslem Fashion Blogger</i> (Studi Fenomenologi)	Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman <i>Moslem Fashion Blogger</i> mengenai <i>Hijab Fashion</i> adalah bahwa perkembangan tren <i>Hijab Fashion</i> di Indonesia merupakan perkembangan yang positif namun terjadi suatu pergeseran makna. Motif dalam menggunakan <i>blog</i> sebagai media komunikasi mengenai <i>Hijab Fashion</i> terbagi atas motif atraksi, motif inspirasi, dan motif eksistensi.

Sumber: Data Hasil Penelitian 2017

1.2.2 Kerangka Pemikiran

Gambar 1.1 Skema Kerangka Pemikiran



Sumber: Hasil Penelitian 2017

1.2.3 Landasan Teoris

1.2.3.1 Teori Fenomenologi Alfred Schutz

Fondasi metodologis di dalam ilmu sosial berdasarkan pemikiran Schutz dikenal dengan studi fenomenologis, yang sebenarnya tiada lain merupakan kritikan Schutz tentang pemikiran-pemikiran Weber, selain Husserl tentang sosiologi. Schutz setuju dengan pemikiran Weber tentang pengalaman dan perilaku manusia (*human being*) dalam dunia sosial keseharian sebagai realitas yang bermakna secara sosial (*socially meaningful reality*). Schutz menyebut manusia yang berperilaku sebagai “aktor”. Ketika seseorang melihat atau mendengar apa yang dikatakan atau diperbuat aktor, dia akan memahami (*understand*) makna dari tindakan tersebut. Dalam dunia sosial hal demikian disebut sebagai sebuah “realitas interpretif” (*interpretive reality*). (Kuswarno, 2013:110)

Bagi Schutz dan pemahaman kaum fenomenologis, tugas utama analisis fenomenologis adalah merekonstruksi dunia kehidupan manusia “sebenarnya” dalam bentuk yang mereka sendiri alami. Realitas dunia tersebut bersifat intersubjektif dalam arti bahwa anggota masyarakat berbagi persepsi dasar mengenai dunia yang mereka internalisasikan melalui sosialisasi dan memungkinkan mereka melakukan interaksi atau komunikasi. (Kuswarno, 2009: 110)

Schutz setuju dengan argumentasi Weber bahwa fenomena sosial dalam bentuknya yang ideal harus dipahami secara tepat. Schutz juga bukan hanya menerima pandangan Weber, bahkan menekankan bahwa ilmu sosial secara

esensial tertarik pada tindakan sosial (*social action*). Konsep “sosial” didefinisikan sebagai hubungan antara dua atau lebih orang, dan konsep “tindakan” didefinisikan sebagai perilaku yang membentuk makna subjektif (*subjective meaning*). Akan tetapi menurut Schutz, makna subjektif tersebut bukan ada pada dunia privat, personal atau individual. Makna subjektif yang terbentuk dalam dunia sosial oleh aktor berupa sebuah “kesamaan” dan “kebersamaan” (*common and shared*) di antara para aktor. Oleh karenanya sebuah makna subjektif disebut sebagai “intersubjektif”. Selain makna “intersubjektif”, dunia sosial harus dilihat secara historis. Oleh karenanya Schutz menyimpulkan bahwa tindakan sosial adalah tindakan yang berorientasi pada perilaku orang atau orang lain pada masa lalu, sekarang dan akan datang. (Kuswarno, 2009: 110)

Schutz menjelaskan bahwa melihat kedepan pada masa yang akan datang (*looking-forward into the future*) merupakan hal yang esensial bagi konsep tindakan atau *action (handeln)*. Tindakan adalah perilaku yang diarahkan untuk mewujudkan tujuan pada masa datang yang telah ditetapkan (*determinate*). Kalimat tersebut sebenarnya mengandung makna juga bahwa seseorang memiliki masa lalu (*pastness*). Dengan demikian, tujuan tindakan memiliki elemen ke masa depan (*futurity*) dan ke masa lalu (*pastness*). Untuk menggambarkan bahwa tujuan suatu tindakan sosial seseorang cukup kompleks, Schutz meminjam istilah tata bahasa, dengan menyebut *in the future perfect tense (modo futuriexacti)*. Sementara itu, suatu tindakan dapat berupa “tindakan yang sedang berlangsung” (*the action in progress*), dan “tindakan yang lengkap” (*the complected act*). Dengan meminjam istilah dari Heidegger, Schutz menyebutkan bahwa “*the*

completed act thus pictured in the future perfect tense as the project (Entwurf) of the action". Apa yang disebut dengan suatu "proyek", Schutz menjelaskan: "*is the act which is the goal of the action and which is brought into being by the action*". (Kuswarno, 2013: 110-111)

Proyek adalah sebuah makna yang rumit atau makna yang kontekstual. Oleh karenanya, untuk menggambarkan keseluruhan tindakan seseorang, perlu diberi fase. Dua fase yang diusulkan Schutz diberi nama tindakan *in-order-to motive (Um-zu-Motiv)*, yang merujuk pada masa lalu. Dia mencontohkan, jika seseorang membukakan payung ketika hujan turun, maka motif pertama ("motif untuk") akan berupa pertanyaan "menjaga baju tetap kering", sedangkan motif kedua ("motif-sebab") dengan melihat pengalaman dan pengetahuan sebelumnya tentang bagaimana akibatnya pada baju jika hujan tanpa payung, misalnya digambarkan sebagai pernyataan "agar baju tidak basah". (Kuswarno, 2009: 111)

Scott dan Lyman menjelaskan bahwa istilah *motives* lebih berkonotasi kajian psikologis, sedangkan sebagai sosiolog mereka mengusulkan istilah yang khas sosiologi: *accounts*. Walaupun penjelasan istilah yang dikemukakan mereka agak berbeda dengan pengertian motif dari Schutz, Scott dan Lyman menyebutkan terdapat dua tipe *accounts*, yaitu pernyataan maaf (*excuses*) dan pembenaran (*justifications*). Tipe pertama adalah pengakuan atas tindakan yang buruk, salah, atau tidak layak. Sedangkan tipe kedua adalah pengakuan tentang tanggung jawab penuh atas tindakan yang dipertanyakan. (Kuswarno, 2009: 111)

1.2.3.2 Teori Konstruksi Sosial Diri Rom Harre

Teori konstruksi sosial realitas merupakan ide atau prinsip utama dalam tradisi sosiokultural. Ide ini menyatakan bahwa dunia sosial kita tercipta karena adanya interaksi antara manusia. Cara bagaimana kita berkomunikasi sepanjang waktu mewujudkan pengertian kita mengenai pengalaman, termasuk ide kita mengenai diri kita sebagai manusia dan sebagai komunikator. Dengan demikian, setiap orang pada dasarnya memiliki teorinya masing-masing mengenai kehidupannya. Teori ini menjadi model bagi manusia untuk memahami pengalaman hidupnya. Teori berkembang dan diperbaiki terus-menerus sepanjang waktu kehidupan manusia melalui berbagai interaksi. (Morissan, 2013: 113-114)

Di antara para ahli sosial kontemporer yang membuat banyak asumsi mengenai konstruksi sosial adalah Rom Harre. Ia mengakui bahwa manusia memiliki aspek individual dan sosial. Dan seperti pengalaman lainnya, diri manusia dibentuk oleh teori pribadinya. Orang pada dasarnya mencoba untuk memahami dirinya dengan menggunakan ide atau teori mengenai manusia (*personhood*) dan teori mengenai diri (*selfhood*). (Morissan, 2013: 114)

Menurut harre, manusia adalah makhluk yang terlihat atau diketahui secara publik serta memiliki sejumlah atribut dan sifat yang terbentuk di dalam kelompok budaya dan sosial. Adapun diri adalah ide atau pandangan pribadi yang bersangkutan sebagai manusia. Dengan demikian terdapat dua ide dalam hal ini, yaitu ide “saya sebagai manusia” yang bersifat publik dan ide mengenai “diri” yang bersifat pribadi atau privat. (Morissan, 2013: 114)

Menurut pandangan ini, sifat manusia diatur oleh kebudayaan sedangkan sifat diri diatur oleh teori yang dimiliki orang bersangkutan mengenai dirinya sendiri sebagai salah satu anggota suatu kebudayaan. Dengan demikian manusia sebagai makhluk pribadi (*personal being*), memiliki dua sisi yaitu sisi sebagai makhluk sosial dan sisi lainnya sebagai makhluk pribadi (diri). (Morissan, 2013: 114)

Banyak masyarakat di dunia dengan kebudayaan tradisionalnya memiliki konsep tersendiri mengenai manusia yang dipandang sebagai perwujudan dari perannya dalam masyarakat, seperti: ibu, ayah, pendeta, petani, dan dukun. Manusia secara umum dipandang sebagai manifestasi dari peran-peran tersebut. Sedangkan setiap orang akan memberikan sifat, perasaan dan karakter tertentu terhadap dirinya, sebagai individu di dalam suatu peran. (Morissan, 2013: 115)

Teori mengenai diri dipelajari melalui pengalaman berinteraksi dengan orang lain. Seluruh pemikiran, keinginan dan emosi dipelajari melalui interaksi sosial. Namun teori mengenai diri ini berbeda-beda antara satu masyarakat dengan masyarakat lainnya yang disebabkan kondisi sosial dan kebudayaan yang juga berbeda. Misalnya, pada budaya masyarakat barat terdapat teori mengenai diri yang menekankan pada keseluruhan, tidak terbagi serta independen. Sebaliknya, orang Jawa melihat diri mereka menjadi dua bagian yang independen yaitu perasaan yang berbeda di dalam diri serta tingkah laku luar yang dapat diamati. Orang Moroko di Afrika utara memiliki teori berbeda mengenai diri yaitu perwujudan dari tempat dan situasi. Dengan demikian, identitas mereka selalu terikat kepada situasi dimana mereka berada. (Morissan, 2013: 115)

Menurut teori ini, “diri” terdiri atas seperangkat elemen yang dapat ditinjau kedalam tiga dimensi. Dimensi pertama adalah “dimensi pertunjukan” (*display*) yaitu, apakah aspek dari diri itu dapat ditunjukkan kepada pihak luar (*public*) atau merupakan sesuatu yang pribadi atau privat. Misalnya, orang yang dapat menganggap emosinya sebagai sesuatu yang pribadi sementara kepribadiannya (*personality*) adalah berdimensi publik. Pada kebudayaan lain, emosi dapat dinilai sebagai memiliki dimensi publik. (Morissan, 2013: 115)

Dimensi kedua adalah realitas atau sumber, yaitu tingkatan atau drajat pada bagian atau wilayah tertentu dari “diri” yang dipercaya berasal dari dalam individu sendiri atau berasal dari luar. Dengan demikian terdapat elemen pada diri yang berasal dari internal ataupun eksternal. Elemen diri dipercaya berasal dari internal disebut dengan istilah *individually realized* atau “disadari sendiri” sedangkan elemen diri yang dipercaya berasal dari hubungan orang itu dengan kelompoknya disebut dengan *collectively realized* atau “disadari bersama”. (Morissan, 2013: 116)

Dimensi ketiga disebut dengan “agen” (*agency*) yaitu derajat atau tingkatan dari kekuatan aktif yang ditimbulkan oleh diri. Elemen aktif merupakan tindakan yang dilakukan orang seperti “berbicara” atau “mengendarai kendaraan”. Kebalikan dari elemen aktif adalah elemen pasif seperti “mendengarkan radio” atau “menonton televisi”. Diri seseorang bisa berbeda dengan diri orang lain karena berbagai aspek yang berbeda seperti emosi, kepribadian, tujuan, dan kerja sama yang diberi makna secara berbeda di dalam tiga skema dimensi tadi. (Morissan, 2013: 116)

Seluruh teori mengenai diri yang kita bahas tersebut memiliki tiga elemen yang sama. Pertama, semua teori itu membahas mengenai kesadaran diri (*self-consciousness*), ini berarti bahwa orang memikirkan dirinya sebagai objek. Jika orang memikirkan mengenai dirinya atau berbicara mengenai dirinya maka ia menunjukkan kesadaran dirinya. Dengan demikian terdapat dua hal dari kata “saya” yang harus diketahui yaitu “saya” sebagai diri yang “mengetahui” dan “saya” sebagai diri yang “diketahui” (*know about*). Perhatikan pertanyaan berikut: “Saya¹ tahu bahwa saya² takut.” Saya yang pertama menunjukkan rasa menyadari (*sense of being aware*) dan saya kedua menunjukkan rasa menjadi orang yang takut. (Morissan, 2013: 117)

Bagian penting dari konsepsi kita mengenai diri adalah konsistensi yang kita gunakan untuk menentukan dan menjalankan Saya¹ dan Saya² sebagaimana yang dicontohkan sebelumnya. Hare menamakan hal ini sebagai “prinsip singularitas ganda” (*double singularity principle*). Teori-teori mengenai diri harus memperlakukan masing-masing “saya” sebagai suatu unit yang konsisten. Anda harus memiliki kesadaran diri terus-menerus sebagai manusia yang satu karena jika tidak Anda akan dinilai abnormal atau sakit jiwa. Dengan kata lain, Anda harus melihat diri Anda sebagai “Anda”. Anda juga harus memiliki rasa yang menyatu atau koheran (*sense of coherence*) serta konsistensi di antara berbagai atribusi diri yang Anda miliki. Kegagalan melakukan hal tersebut akan menciptakan masalah bagi Anda dan orang lain. (Morissan, 2013: 117)

Hal lain yang perlu ditambahkan mengenai ide tentang kesadaran diri atau *self-consciousness* ini adalah mengenai bagaian diri yang terdiri atas dua bagian

yang disebut dengan “agen” dan “autobiografi”. Diri selalu dilihat memiliki kekuatan tertentu untuk melakukan berbagai hal. Manusia memandang diri mereka sebagai agen yang memiliki keinginan dan dapat melakukan tindakan. Autobiografi adalah suatu rasa memiliki pengalaman sejarah dan masa depan. Agen berperan ketika seseorang merencanakan sesuatu, dan autobiografi berperan ketika orang itu menceritakan mengenai dirinya kepada orang lain. (Morissan, 2013: 117)

1.2.3.3 Teori Interaksi Simbolis George Hebert Mead

Paham mengenai interaksi simbolis (*symbolic interactionism*) adalah suatu cara berpikir mengenai pikiran (*mind*), diri dan masyarakat yang telah memberikan banyak kontribusi kepada tradisi sosiokultural dalam membangun teori komunikasi. Dengan menggunakan sosiologi sebagai fondasi, paham ini mengajarkan bahwa ketika manusia berinteraksi satu sama lainnya, mereka saling membagi makna untuk jangka waktu tertentu dan untuk tindakan tertentu. (Morissan, 2013: 110)

George Hebert Mead dipandang sebagai pembangun paham interaksi simbolis ini. Ia mengajarkan bahwa makna muncul sebagai hasil interaksi di antara manusia baik secara verbal maupun nonverbal. Melalui aksi dan respons yang terjadi, kita memberikan makna ke dalam kata-kata atau tindakan, dan karenanya kita dapat memahami suatu peristiwa dengan cara-cara tertentu. (Morissan, 2013: 111)

Manford Kuhn menempatkan peran diri sebagai pusat kehidupan sosial. Menurut nya, rasa diri seseorang merupakan jantung komunikasi. diri merupakan hal yang penting dalam interaksi. Seorang anak bersosialisasi melalui interaksi dengan orang tua, saudara, dan masyarakat sekitarnya. Orang memahami dan berhubungan dengan berbagai hal atau objek melalui interaksi sosial. (Morissan, 2013: 111)

Suatu objek dapat berupa aspek tertentu dari realitas individu apakah itu suatu benda, kualitas, peristiwa, situasi, atau keadaan. Satu-satunya syarat agar sesuatu menjadi objek adalah dengan cara memberikannya nama dan menunjukkannya secara simbolis. Dengan demikian suatu objek memiliki nilai sosial sehingga merupakan objek sosial dari seorang individu. Bagi Kuhn, penanaman objek adalah penting guna menyampaikan makna suatu objek. (Morissan, 2013: 111)

Menurut Kuhn, komunikator melakukan percakapan dengan dirinya sendiri sebagai bagian dari proses interaksi. Dengan kata lain, kita berbicara dengan diri kita sendiri di dalam pikiran kita guna membuat perbedaan di antara benda-benda dan orang. Ketika seseorang membuat keputusan bagaimana bertingkah laku terhadap suatu objek sosial maka orang itu menciptakan apa yang disebut Kuhn “suatu rencana tindakan” (*a plan of action*) yang dipandu dengan sikap dan pernyataan verbal yang menunjukkan nilai-nilai terhadap mana tindakan itu akan diarahkan. (Morissan, 2013: 111-112)

Menurut pandangan interaksi simbolis, makna suatu objek sosial serta sikap dan rencana tindakan tidak merupakan sesuatu yang terisolasi satu sama

lain. Seluruh ide paham interaksi simbolis menyatakan bahwa makna muncul melalui interaksi. Orang-orang terdekat memberikan pengaruh besar dalam kehidupan kita. Mereka adalah orang-orang dengan siapa kita memiliki hubungan dan ikatan emosional seperti orang tua dan saudara. Mereka memperkenalkan kita dengan kata-kata baru, konsep-konsep tertentu atau kategori-kategori tertentu yang kesemuanya memberikan pengaruh kepada kita dalam melihat realita. Orang terdekat membantu kita belajar membedakan antara diri kita dan orang lain sehingga kita terus memiliki *sense of self*. (Morissan, 2013: 112)

Konsep diri merupakan objek sosial yang penting yang didefinisikan dan dipahami berdasarkan jangka waktu tertentu selama interaksi antara kita dengan orang-orang terdekat. Konsep diri Anda tidak lebih dari rencana tindakan Anda terhadap diri Anda, identitas Anda, ketertarikan, kebencian, tujuan, ideologi, serta evaluasi diri Anda. Konsep diri memberikan acuan dalam menilai objek lain seluruh rencana tindakan ini berawal dari konsep diri. (Morissan, 2013: 112)

1.2.4 Landasan Konseptual

1.2.4.1 Tinjauan Umum Tentang Ilmu Komunikasi

Kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin *communis* yang berarti “sama,” *communico*, *communicatio*, atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*). Istilah pertama (*communis*) paling sering disebut sebagai asal kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama. Akan tetapi

defiinisi-definisi kontemporer menyarankan bahwa komunikasi merujuk pada cara berbagai hal-hal tersebut, seperti dalam kalimat “Kita berbagi pikiran,” “Kita mendiskusikan makna,” dan “Kita mengirimkan pesan.” (Mulyana, 2011: 46)

Pemahaman komunikasi sebagai proses searah ini oleh Michael Burgoon disebut “definisi berorientasi-sumber” (*source-oriented definition*). Definisi ini mengisyaratkan komunikasi sebagai semua kegiatan yang secara sengaja dilakukan seseorang untuk menyampaikan rangsangan untuk membangkitkan respon orang lain. Dalam konteks ini, komunikasi dianggap tindakan yang disengaja (*intentional act*) untuk menyampaikan pesan demi memenuhi kebutuhan komunikator, seperti menjelaskan sesuatu kepada orang lain atau membujuknya untuk melakukan sesuatu. Definisi-definisi komunikasi demikian mengabaikan komunikasi yang tidak disengaja, seperti pesan tidak direncanakan yang terkandung dalam nada suara atau ekspresi wajah, atau isyarat lain yang spontan. Definisi-definisi berorientasi sumber ini juga mengabaikan sifat prososial interaksi –memberi dan menerima- yang menimbulkan pengaruh timbal balik antara pembicara dan pendengar. Pendek kata, konseptualisasi komunikasi sebagai tindakan satu arah menyoroti penyampaian pesan yang efektif dan mengisyaratkan bahwa semua kegiatan komunikasi bersifat instrumental dan persuasif. Beberapa definisi yang sesuai dengan konsep ini adalah sebagai berikut:

1. Bernard Berelson dan Gary A. Steiner :

"Komunikasi: transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan. dan sebagainya, dengan menggunakan simbol-simbol, kata-kata, gambar, figur, grafik, dan sebagainya. Tindakan atau proses transmisi itulah yang

biasanya disebut komunikasi.”

2. Theodore M. Newcomb :

"Setiap tindakan komunikasi dipandang sebagai suatu transmisi informasi, terdiri dari rangsangan yang diskriminatif, dari sumber kepada penerima.”

3. Carl I Hovland :

"Komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain (komunikate).”

4. Gerald R. Miller :

“Komunikasi terjadi ketika suatu sumber menyampaikan suatu pesan kepada penerima dengan niat yang disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima.”

5. Everett M. Rogers :

“Komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.”

6. Raymond S. Ross :

“Komunikasi (intensional) adalah suatu proses menyortir, memilih, dan mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respons dari pikirannya yang serupa dengan yang dimaksudkan komunikator.”

7. Mary B. Cassata dan Molefi K. Asante :

“Komunikasi adalah transmisi informasi dengan tujuan mempengaruhi khalayak.”

8. Harold D. Lasswell :

“(Cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut) *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*” Atau Siapa Mengatakan Apa Dengan Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Pengaruh Bagaimana?

(Mulyana, 2011: 68-69)

Deddy Mulyana (2011: 76) mengatakan bahwa konseptualisasi komunikasi sebagai transaksi tidak membatasi kita pada komunikasi yang disengaja atau respons yang dapat diamati. Dalam komunikasi transaksional, komunikasi dianggap telah berlangsung bila seseorang telah menafsirkan perilaku orang lain, baik perilaku verbal maupun perilaku nonverbal. Berdasarkan pandangan ini, orang-orang yang berkomunikasi adalah komunikator-komunikator yang aktif mengirimkan dan menafsirkan pesan. Beberapa definisi yang sesuai dengan konsep ini adalah :

1. John R. Wenburg dan William W. Wilmot :

“Komunikasi adalah usaha untuk memperoleh makna.”

2. Donald Byker dan Loren J. Anderson :

“Komunikasi (manusia) adalah berbagi informasi antara dua orang atau lebih.”

3. William I. Gordon :

"Komunikasi secara ringkas dapat didefinisikan sebagai transaksi dinamis yang melibatkan gagasan dan perasaan."

4. Judy C. Pearson dan Paul E. Nelson :

"Komunikasi adalah proses memahami dan berbagi makna."

5. Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss :

"Komunikasi adalah proses pembentukan makna di antara dua orang atau lebih."

6. Diana K. Ivy dan Phil Backlund :

"Komunikasi adalah proses yang terus berlangsung dan dinamis menerima dan mengirim pesan dengan tujuan berbagi makna."

7. Karl Erik Rosengren :

"Komunikasi adalah interaksi subjektif purposif melalui bahasa manusia yang berartikulasi ganda berdasarkan simbol-simbol."

1.2.4.2 Tinjauan umum Tentang Komunikasi Interpersonal

Komunikasi antarpribadi merupakan bentuk lain dari komunikasi seperti komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok dan komunikasi massa. Istilah lain dari komunikasi antarpribadi yaitu komunikasi interpersonal. Definisi tentang komunikasi antarpribadi terus berkembang. Komunikasi yang terjadi diantara 2 orang yang mempunyai hubungan yang jelas antara mereka. DeVito (1976). Komunikasi antarpribadi merupakan pengiriman pesan dari seseorang dan diterima oleh orang lain dengan efek dan *feedback* yang langsung. Barnlund

(1968). Pertemuan antara dua orang atau mungkin empat orang yang terjadi spontan dan tidak berstruktur. (Hidayat, 2012: 41)

Sementara Deddy Mulyana (2011, 81) mendefinisikan komunikasi antarpribadi (*internasional communication*) sebagai komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal ataupun nonverbal. Bentuk khusus dari komunikasi antarpribadi ini adalah komunikasi diadik (*dyadic communication*) yang melibatkan hanya dua orang, seperti suami-istri, dua sejawat, dua sahabat dekat, guru-murid, dan sebagainya. Ciri-ciri komunikasi diadik adalah: pihak-pihak yang berkomunikasi berada dalam jarak yang dekat, pihak-pihak yang berkomunikasi mengirim dan menerima pesan secara simultan dan spontan, baik secara verbal maupun nonverbal.

Komunikasi antarpribadi mempunyai keunikan karena selalu dimulai dari proses hubungan yang bersifat psikologis dan proses psikologis selalu mengakibatkan keterpengaruhannya. Komunikasi antarpribadi merupakan pengiriman pesan dari seseorang dan diterima oleh orang lain dengan efek dan umpan balik yang langsung. Pada hakikatnya, komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antara seorang komunikator dengan komunikan. Jenis komunikasi tersebut dianggap paling efektif untuk mengubah sikap, pendapat atau perilaku manusia berhubung prosesnya yang dialogis. (Hidayat, 2012: 42)

Definisi lain diungkapkan Barnlund (1968) bahwa komunikasi antarpribadi selalu dihubungkan dengan pertemuan antara dua, tiga atau mungkin empat orang yang terjadi secara spontan dan tidak berstruktur. Rogers dalam

Depri (1988) mengemukakan pula, komunikasi antarpribadi merupakan komunikasi dari mulut ke mulut yang terjadi dalam interaksi tatap muka antara beberapa pribadi. Tan (1981) mengemukakan bahwa komunikasi antarpribadi adalah komunikasi tatap muka antara dua orang atau lebih. (Hidayat, 2012: 42)

Barnlund (1968) menyimpulkan bahwa ada beberapa karakteristik komunikasi antarpribadi, yaitu terjadi secara spontan, tidak mempunyai struktur yang teratur dan diatur, terjadi secara kebetulan, tidak mengejar tujuan yang telah direncanakan terlebih dahulu, dilakukan oleh orang-orang yang identitas keanggotaannya kadang-kadang kurang jelas, dan bisa terjadi sambil lalu. Sedangkan Reardon (1987) memiliki pendapat lain tentang karakteristik komunikasi antarpribadi yaitu dilaksanakan atas dorongan berbagai faktor, mengakibatkan dampak yang disengaja dan yang tidak disengaja, kerap berbalas-balasan, mengisyaratkan hubungan antarpribadi antara paling sedikit dua orang, berlangsung dalam suasana bebas, bervariasi dan berpengaruh, dan menggunakan pelbagai lambang dan makna. (Hidayat, 2012: 43)

Devito (1976) mengemukakan bahwa komunikasi antarpribadi mengandung lima karakteristik berikut ini, keterbukaan, empati, dukungan, perasaan positif dan kesamaan. Evert M. Rogers dalam Depari (1988) menyebutkan beberapa karakteristik komunikasi antarpribadi yaitu arus pesan cenderung dua arah, konteks komunikasi adalah tatap muka, tingkat umpan balik yang tinggi, kemampuan untuk mengatasi tingkat selektivitas sangat tinggi, kecepatan untuk menjangkau sasaran yang besar sangat lambat dan efek yang terjadi antara lain perubahan sikap. (Hidayat, 2012: 43)

Dasrun Hidayat (2012, 44-45) mengemukakan karakteristik komunikasi antarpribadi, diantaranya yaitu:

1. Komunikasi antarpribadi bersifat dialogis, dalam arti arus balik antara komunikator dengan komunikan terjadi langsung (*face to face*) atau tatap muka sehingga pada saat itu juga komunikator dapat mengetahui secara langsung tanggapan dari komunikan dan secara pasti akan mengetahui apakah komunikasinya positif, negatif dan berhasil atau tidak.
2. Komunikasi antarpribadi melibatkan jumlah orang terbatas. Artinya bahwa komunikasi antarpribadi hanya melibatkan dua orang atau tiga orang lebih dalam berkomunikasi. Jumlah yang terbatas ini mendorong terjadinya komunikasi ikatan secara intima atau dekat dengan lawan komunikasi.
3. Komunikasi antarpribadi terjadi secara spontan. Terjadinya komunikasi antarpribadi sering tanpa ada perencanaan atau direncanakan. Sebaliknya komunikasi sering terjadi secara tiba-tiba, sambil lalu, tanpa terstruktur dan mengalir secara dinamis.
4. Komunikasi antarpribadi menggunakan media dan nirmedia. Secara sadar atau tidak, sering kita beranggapan bahwa komunikasi antarpribadi berlangsung secara tatap muka dan langsung, itu harus selalu berhadapan fisik, padahal dalam pelaksanaannya yang dimaksud langsung dan tatap muka tersebut bisa saja melalui atau menggunakan saluran yaitu media.
5. Komunikasi antarpribadi bersifat keterbukaan (*openness*), yaitu kemampuan menanggapi dengan senang hati informasi yang diterima di dalam menghadapi hubungan antarpribadi. Keterbukaan atau sikap terbuka

sangat berpengaruh dalam menumbuhkan komunikasi yang efektif. Keterbukaan adalah pengungkapan reaksi atau tanggapan kita terhadap situasi yang sedang dihadapi serta memberikan informasi tentang masa lalu yang relevan untuk memberikan tanggapan kita di masa kini tersebut.

6. Komunikasi antarpribadi bersifat empati (*empathy*), yaitu merasakan apa yang dirasakan orang lain. komunikasi antarpribadi dapat berlangsung kondusif apabila komunikator (pengirim pesan) menunjukkan rasa empati pada komunikan (penerima pesan).
7. Komunikasi antarpribadi bersifat dukungan (*supportiveness*), yaitu situasi yang terbuka untuk mendukung komunikasi komunikasi berlangsung efektif. Dalam komunikasi antarpribadi diperlukan sikap memberi dukungan dari pihak komunikator agar komunikan mau berpartisipasi dalam komunikasi.
8. Komunikasi antarpribadi bersifat positif (*positiveness*), seseorang harus memiliki perasaan positif terhadap dirinya, mendorong orang lain lebih aktif berpartisipasi, dan menciptakan situasi komunikasi kondusif untuk interaksi yang efektif.
9. Komunikasi antarpribadi bersifat kesetaraan atau kesamaan (*Equality*), yaitu pengakuan secara diam-diam bahwa kedua belah pihak menghargai, berguna, dan mempunyai sesuatu yang penting untuk disumbangkan.

Selanjutnya, Fisher (dalam Hidayat, 2012: 50) juga mengungkapkan bahwa dalam komunikasi antarpribadi atau interpersonal, masing-masing individu

secara simultan akan menggunakan tiga tataran yang berbeda:

1. Pandangan kita mengenai diri kita sendiri disebut persepsi.
2. Pandangan kita mengenai diri orang lain disebut metapersepsi
3. Pandangan kita mengenai pandangan orang lain tentang kita disebut metametapersepsi.

1.2.4.3 Tinjauan Umum tentang Konsep Diri

Konsep diri dapat didefinisikan secara umum sebagai keyakinan, pandangan atau penilaian seseorang terhadap dirinya. Definisi yang lebih terperinci lagi adalah sebagai berikut: Konsep diri adalah keyakinan yang dimiliki individu tentang atribut (ciri-ciri, sifat) yang dimiliki (Brehm & Kassir, 1993). Atau juga diartikan sebagai pengetahuan dan keyakinan yang dimiliki individu tentang karakteristik dan ciri-ciri pribadinya (Worchel, 2000). Definisi lain menyebutkan bahwa konsep diri merupakan semua perasaan dan pemikiran seseorang mengenai dirinya sendiri. Konsep diri meliputi kemampuan, karakter diri, sikap, tujuan hidup, kebutuhan dan penampilan diri. *Those physical, social, and psychological perceptions of ourselves that we have derived from experiences and our interaction with others* (Brooks, 1974: 61). (Syam, 2012: 55)

Sedangkan Dasrun Hidayat (2012, 25) menjelaskan bahwa konsep diri adalah pandangan kita mengenai siapa diri kita dan itu hanya bisa kita peroleh lewat informasi yang diberikan orang lain kepada kita. Manusia yang tidak pernah berkomunikasi dengan manusia lainnya tidak mungkin mempunyai kesadaran bahwa dirinya adalah manusia. Kita sadar bahwa kita manusia karena orang-orang

di sekeliling kita menunjukkan kepada kita melalui perilaku verbal dan nonverbal mereka bahwa kita manusia.

Jalaluddin Rakhmat dalam bukunya yang berjudul Psikologi Komunikasi (2011: 99-102) menyebutkan faktor-faktor yang mempengaruhi konsep diri, diantaranya yaitu:

1. Orang lain

Gabriel Marcel, filsof eksistensialis, yang mencoba menjawab misteri keberadaan, *The Mystery of Being*, menulis tentang peranan orang lain dalam memahami diri kita, "*The Fact is that we can understand ourselves by starting from the others, or from the others, and only by starting from them.*" Kita mengenal diri kita dengan mengenal orang lain terlebih dahulu. Harry Stack Sullivan (1953) menjelaskan bahwa jika kita diterima orang lain, dihormati, dan disenangi karena keadaan diri kita, kita akan cenderung bersikap menghormati dan menerima diri kita. Sebaliknya, bila orang lain selalu meremehkan kita, menyalahkan kita, dan menolak kita, kita akan cenderung tidak akan menyenangi diri kita. Frank Miyamoto dan Sanford M. Dornbusch (1956) mencoba mengorelasikan penilaian orang lain terhadap dirinya sendiri dengan skala lima angka dari yang paling jelek hingga yang paling baik. Yang dinilai adalah kecerdasan, kepercayaan diri, dan daya tarik fisik, dan kesuksesan orang lain pada dirinya. Dengan skala yang sama mereka juga menilai orang lain. Ternyata, orang-orang yang dinilai baik oleh orang lain, cenderung memberikan skor yang tinggi juga dalam menilai dirinya. Artinya, harga

dirinya sesuai dengan penilaian orang lain terhadap dirinya. Tidak semua orang lain mempunyai pengaruh yang sama terhadap diri kita. Ada yang paling berpengaruh, yaitu orang yang paling dekat dengan diri kita. George Herbert Mead (1934) menyebut mereka *significant others* –orang lain yang sangat penting. Ketika kita masih kecil, mereka adalah orang tua kita, saudara-saudara kita, dan orang yang tinggal satu rumah dengan kita. Ricard Dewey dan W.J. Humber (1966: 105) menamainya *affective others* –orang lain yang dengan mereka kita mempunyai ikatan emosional. Dari merekalah, secara perlahan lahan kita membentuk konsep diri kita.

Dalam perkembangannya, *significant others* meliputi semua orang yang mempengaruhi perilaku, pikiran, dan perasaan kita. Mereka mengarahkan tindakan kita, membentuk pikiran kita dan menyentuh kita secara emosional. Pandangan diri Anda tentang keseluruhan pandangan orang lain terhadap Anda disebut *generalized others*. Konsep ini juga berasal dari George Herbert Mead. Memandang diri kita seperti orang lain memandangnya, berarti mencoba menempatkan diri kita sebagai orang lain. Bila saya seorang ibu, bagaimanakah ibu memandang saya. jika saya seorang guru. Mengambil peran sebagai ibu, sebagai guru, atau sebagai *generalized others* disebut *role taking*. *Role taking* amat penting artinya dalam pembentukan konsep diri.

2. Kelompok Rujukan (*Reference Group*)

Dalam pergaulan bermasyarakat, kita pasti menjadi anggota berbagai kelompok: RT, Persatuan Bulu Tangkis, Ikatan Warga Bojongkaso, atau

ikatan Sarjana Ilmu Komunikasi. Setiap kelompok mempunyai norma-norma tertentu. Ada kelompok yang secara emosional mengikat kita, dan berpengaruh terhadap pembentukan konsep diri kita. Ini disebut dengan kelompok rujukan. Dengan melihat kelompok ini orang mengarahkan perilakunya dan menyesuaikan dirinya dengan ciri-ciri kelompoknya.

Selain itu juga, Jalaluddin Rakhmat menyebutkan pengaruh konsep diri pada komunikasi interpersonal, diantaranya adalah:

1. Nubuat yang Dipenuhi Sendiri

Konsep diri merupakan faktor yang sangat menentukan dalam komunikasi interpersonal, karena setiap orang bertindak laku sedapat mungkin sesuai dengan konsep dirinya. Kecenderungan bertindak laku sesuai dengan konsep diri disebut sebagai nubuat yang dipenuhi sendiri. Sukses komunikasi interpersonal banyak bergantung pada kualitas konsep diri Anda; positif atau negatif. Sebagai peminat komunikasi, sebaiknya kita mampu mengidentifikasi tanda-tanda konsep diri yang positif dan negatif. Menurut Williard D. Brooks dan Philip Emert (1976: 42-43) ada empat tanda orang yang memiliki konsep diri negatif. Pertama, ia peka pada kritik. Orang ini sangat tidak tahan terhadap kritik yang diterimanya, dan mudah marah atau naik pitam. Bagi orang ini, koreksi seringkali dipersepsi sebagai usaha untuk menjatuhkan harga dirinya. Dalam komunikasi, orang yang memiliki konsep diri negatif cenderung menghindari dialog yang terbuka, dan bersikeras mempertahankan

pendapatnya dengan berbagai justifikasi atau logika yang keliru. Kedua, orang yang memiliki konsep diri negatif, responsif sekali terhadap pujian. Walaupun ia mungkin berpura-pura menghindari pujian, ia tidak dapat menyembunyikan antusiasmenya pada waktu menerima pujian. Buat orang-orang seperti ini, segala macam embel-embel yang menunjang harga dirinya menjadi pusat perhatiannya. Bersamaan terhadap kesenangan akan pujian, merekapun bersikap hiperkritis terhadap orang lain. Ia selalu mengeluh, mencela, atau meremehkan apa pun dan siapa pun. Mereka tidak pandai dan tidak sanggup mengungkapkan penghargaan atau pengakuan pada kelebihan orang lain. Inilah sifat yang ketiga, sikap hiperkritis. Keempat, orang yang konsep dirinya negatif cenderung merasa tidak disenangi orang lain. ia merasa tidak diperhatikan. Karena itulah ia bereaksi pada orang lain sebagai musuh, sehingga tidak dapat melahirkan kehangatan dan keakraban persahabatan. Ia tidak akan pernah mempersalahkan dirinya, tetapi akan menganggap dirinya sebagai korban dari sistem sosial yang tidak beres. Kelima, orang yang konsep dirinya negatif, bersikap pesimis terhadap kompetisi seperti terungkap dalam keengganannya untuk bersaing dengan orang lain dalam membuat prestasi. Ia menganggap tidak berdaya melawan persaingan yang merugikan dirinya.

Sebaliknya orang yang memiliki konsep diri positif ditandai dengan lima hal:

- a. Ia yakin akan kemampuannya mengatasi masalah;

- b. Ia merasa setara dengan orang lain;
- c. Ia menerima pujian tanpa rasa malu;
- d. Ia menyadari, bahwa setiap orang mempunyai berbagai perasaan, keinginan dan perilaku yang tidak seluruhnya disetujui masyarakat;
- e. Ia mampu memperbaiki dirinya karena ia sanggup mengungkapkan aspek-aspek kepribadian yang tidak disenanginya dan berusaha mengubahnya.

Dari konsep diri positif lahir pola komunikasi interpersonal yang positif pula, yakni melakukan persepsi yang lebih cermat, dan mengungkapkan petunjuk-petunjuk yang membuat orang lain menafsirkan dengan cermat pula. Komunikasi yang berkonsep diri positif adalah orang yang menurut istilah Sidney M. Jourard –“tembus pandang” (*transparent*), terbuka kepada orang lain. (Jourard, 1971).

2. Membuka Diri

Pengetahuan tentang diri akan meningkatkan komunikasi, dan pada saat yang sama, berkomunikasi dengan orang lain akan meningkatkan pengetahuan tentang diri kita. Dengan membuka diri, konsep diri menjadi lebih dekat pada kenyataan. Bila konsep diri sesuai dengan pengalaman kita, kita akan lebih terbuka untuk menerima pengalaman-pengalaman dan gagasan baru, lebih cenderung menghindari sikap defensif, dan lebih cermat memandang diri kita dan orang lain.

3. Percaya Diri (*Self Confidence*)

Keinginan untuk menutup diri, selain karena konsep diri yang negatif,

timbul dari kurangnya kepercayaan kepada kemampuan sendiri. Orang yang tidak menyenangi dirinya merasa bahwa dirinya tidak akan mampu mengatasi persoalan. Ketakutan untuk melakukan komunikasi dikenal sebagai *communication apprehension*. Orang yang aprehensif dalam komunikasi, atau menarik diri dari pergaulan, berusaha sekecil mungkin berkomunikasi, sering pembicaraannya tidak relevan tentu akan mengundang reaksi orang lain, dan ia akan dituntut berbicara lagi. Tentu tidak semua aprehensi komunikasi disebabkan kurangnya percaya diri; tetapi di antara berbagai faktor, percaya diri adalah yang paling menentukan. “ Konsep diri memengaruhi perilaku komunikasi kita karena konsep diri memengaruhi kepada pesan apa Anda bersedia membuka diri, bagaimana kita memersepsi pesan itu, dan apa yang kita ingat,” tulis Anita Taylor *et al.* (1977: 122). Dengan singkat, konsep diri menyebabkan terapan selektif (*selective exposure*), persepsi selektif (*selective perception*), dan ingatan selektif (*selective attention*). (Rakhmat, 2011: 102-108)

1.2.4.4 Fetisisme *Fashion* Jilbab

Fetisisme adalah kondisi yang di dalamnya sebuah objek mempunyai makna yang tidak sesuai dengan realitas objek itu sesungguhnya, istilah *fetish* sendiri berasal dari bahasa Portugis *fetico*, yang berarti pesona, daya pikat atau sihir. Marx menggunakan istilah ini untuk menjelaskan segala sesuatu yang dipuja tanpa alasan akal sehat. Termasuk kedalamnya adalah pemujaan terhadap ikon-

ikon modern, seperti rambut Elvis Presley, jaket Michael Jackson atau tas Madonna, yang dianggap mempunyai kekuatan atau pesona tertentu, sehingga untuk memperolehnya orang mau membeli dengan harga yang sangat mahal. (Piliang, 2012: 332)

Pada fenomena komoditi-dan peran iklan di dalam komunikasinya- istilah fetisisme komoditi digunakan untuk menjelaskan situasi memuat sesuatu dengan kekuatan dan daya pesona, yang sesungguhnya tidak dimilikinya. Kita dianggap mempunyai sebuah produk mempunyai kekuatan dan daya pesona, padahal sesungguhnya tidak. Sebotol bir dianggap mempunyai kekuatan untuk menjadikan seorang pria menjadi jantan, perkasa atau bebas, meskipun pada kenyataannya tidak ada substansi apapun yang ada produk tersebut yang dapat menciptakan kualitas-kualitas tertentu. (Piliang, 2012: 332)

Singkatnya, fetisisme komoditi adalah sebuah fenomena, yang di dalamnya seseorang melihat makna sesuatu sebagai bagian inheren dari eksistensi fisiknya, padahal pada kenyataannya makna tersebut semata diciptakan lewat integrasinya ke dalam sistem makna. Seperti yang dikatakan oleh Marx, fetisisme komoditi adalah fenomena melihat sesuatu sebagai mempunyai nilai inheren pada dirinya, padahal nilai tersebut diciptakan oleh manusia. Analisis Marx ini sangat penting dalam pemahaman kita mengenai bagaimana sebuah produk atau barang mengkomunikasikan relasi atau sosial (kelas, status, kondisi, peran, tingkat, prestise) yang beroperasi di dalam sebuah konteks sosial Marx menggunakan istilah mistifikasi untuk menjelaskan tampil palsu dalam sebuah

produk, yang sebenarnya tidak mempunyai makna tertentu (yang otentik) di dalam masyarakat. (Piliang, 2012: 333)

Rokok dikatakan membangun pria jantan, padahal dalam masyarakat rokok dianggap sebagai salah satu penyebab kematian. Inheren di dalam fetisisme komoditi adalah proses menampilkan makna palsu sebuah produk yang sebagai, sementara menyembunyikan makna sesungguhnya (*disavowal*). Fetisisme dalam hal ini dengan mudah mengiring setiap orang pada apa yang disebut Marx sebagai kesadaran palsu, yang sebagaimana meliputi:

1. Personifikasi produk: analogi produk dengan kualitas manusia (bir yang seksi).
2. Tugas dilakukan dengan efisien, cepat tanpa tenaga, rasional, ilmiah (*vacuum cleaner* yang membersihkan secepat mengkilat).
3. Melakukan keadaan akhir, hasil, ciri-ciri akhir (berkilau, bersih, halus, bersinar).
4. *White Magic*: kontrol yang diupayakan oleh kekuatan sebuah produk atas unsur atau kekuatan alam untuk digunakan (menghadirkan nuansa laut, meninggalkan aroma lemon, membawa kesejukan alam pegunungan).
5. *Black Magic*: kontrol yang diupayakan oleh kekuatan sebuah produk atas orang lain: daya pikat, pengaruh, kedudukan sosial, kesukaan, penilaian sosial.
6. Transformasi diri: produk mempunyai kekuatan untuk mengubah diri, mengurangi kecemasan, mengubah efektivitas pribadi, menjadi seperti orang lain yang ideal, menjadi anggota sebuah kelompok atau kelas.

7. Uraian mengenai keputusan emosional atau hubungan personal dengan produk secara langsung (teman yang baik dalam memasak).
8. Uraian mengenai reaksi atau kepuasan emosional atas produk berdasarkan penggunaannya (tidak pernah mengeluh, selalu puas).

Bentuk komunikasi iklan, yang merayakan permainan realitas ini, telah mengiring komunikasi ke arah kondisi yang melampaui alam komunikasi itu sendiri. Jean Baudrillard, menggunakan istilah hiper-realitas komunikasi, kesemuan dikondisikan sebagai kenyataan; kepalsuan dikondisikan sebagai kebenaran; dikondisikan sebagai informasi. (Piliang, 2012: 334)

1.2.4.5 Tinjauan Umum Jilbab

Jilbab berasal dari bahasa Arab *jalaba*, berarti menghimpun. Dalam kamus besar bahasa Arab, jilbab dimaknai sebagai busana lebar untuk menutup aurat, kepala, leher, hingga ke bawahnya. Menurut Al-Qurthubi, jilbab adalah pakaian yang menutupi seluruh tubuh kecuali wajah dan telapak tangan. Hal ini seperti termaktub dalam Surat Al-Ahzab ayat 59,

“Hai Nabi, katakanlah kepada istri-istrimu, anak-anak perempuanmu, dan istri-istri orang mukmin, hendaklah mereka mengulurkan jilbab ke seluruh tubuh mereka. Yang demikian itu supaya mereka lebih mudah untuk dikenal, karena itu mereka tidak diganggu. Dan Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.”

Istilah jilbab juga berlaku di negeri-negeri berpenduduk Islam, tetapi dengan sebutan yang berbeda-beda. Di Pakistan disebut *pardah*, di Libya *milayat*, di Iran disebut *chador*, di Irak *abaya*, di negara Arab-Afrika dinamakan *hijab*, di Turki

charshaf, sedangkan di Malaysia disebut *tudung*. Meskipun ada perbedaan teks secara lisan, secara konteks maknanya adalah menutup aurat secara benar sesuai dengan tuntunan syariat. (Hasan, 2013:12-13)

Jilbab sebenarnya berbeda makna dengan kerudung. Kerudung atau disebut juga dengan *khimar*, adalah penutup kepala, leher, dan dada. Adapun jilbab adalah kain yang menutupi seluruh tubuh, dari kepala sampai kaki. Ada istilah lain lagi, yaitu hijab. Hijab artinya pembatas. Makna hijab yang pertama adalah seperti tabir pembatas antara wanita dan laki-laki yang bukan mahram. Jika istri-istri Nabi SAW. harus berbicara di balik tabir. Maka laki-laki yang bukan mahram itu tidak dapat melihat istri-istri Nabi SAW. secara langsung. Makna hijab yang kedua adalah pembatas yang menempel pada tubuh sebagai pengganti tabir yang biasanya digunakan dalam ruangan, jika istri-istri Nabi SAW. hendak pergi keluar, maka harus menutup wajah dan seluruh tubuhnya. Hal itu dilakukan untuk mencagah istri-istri nabi SAW. dari penglihatan kaum laki-laki. (Partic, 2009: 2-3)

Sudah jelas bahwa perempuan muslim wajib menutup aurat dengan mengenakan busana yang tertutup serta kerudung yang menutupi bagian dada guna melindungi diri dari yang bukan mahramnya. Hal ini termaktub dalam QS. An-Nur [24]: 31:

“Dan katakanlah kepada para perempuan yang beriman, agar mereka menjaga pandangannya, dan menjaga kemaluannya, dan janganlah menampakan perhiasan (auratnya), kecuali yang (biasa) terlihat. Dan hendaklah mereka menutupkan kain kerudung ke dadanya, dan janganlah menampakkan perhiasan (auratnya), kecuali kepada suami mereka, atau ayah mereka, atau ayah suami mereka, atau putra-putra mereka, atau saudara laki-laki mereka, atau putra-putra saudara laki-laki mereka, atau putra-putra saudara perempuan mereka, atau para perempuan (sesama

Islam) mereka, atau hamba sahaya yang mereka miliki, atau para pelayan laki-laki (tua) yang tidak mempunyai keinginan (terhadap perempuan), atau anak-anak yang belum mengerti tentang aurat perempuan. Dan janganlah mereka menghentakan kakinya agar diketahui perhiasan yang mereka sembunyikan. Dan bertobatlah kamu kepada Allah, wahai orang-orang yang beirman, agar kamu beruntung.”

Partic dalam bukunya yang berjudul *Jilbab Bukan Jilboob* (2009: 11-14) mengatakan bahwa jilbab bukan hanya selembar kain tanpa makna. Akan tetapi, begitu banyak berkah dan manfaat jilbab bagi orang yang memakainya, diantaranya yaitu:

1. Mendapat Pahala yang Sempurna

Berjilbab adalah bentuk ketaatan seorang muslimah terhadap perintah Allah yang telah ditegaskan dalam surah Al-Ahzab ayat 59, dan tentu saja akan membuahkan pahala. Dengan menaati-Nya, berarti kita telah beribadah mendekatkan diri kepada-Nya. Setiap kali kita memakai jilbab untuk menutup seluruh tubuh tanpa terlihat sedikitpun bagian yang dilarang terlihat, maka kita sedang mempraktikkan ketaatan. Dengan demikian, pahala akan bertambah, dan sebaliknya, jika perintah-Nya kita lalaikan, akan mengurangi pahala.

2. Pahala Sabar yang Luar Biasa

Allah berjanji akan memberikan pahala kepada orang yang senantiasa sabar, sama halnya sabar dalam hal mengenakan jilbab. Sebagaimana firman Allah, yang artinya:

“Dan Allah membalas mereka dengan sebab kesabaran mereka dengan surga dan kain sutra.” (QS. Al-Insan [76]: 12)

“Kecuali orang-orang yang bersabar dan mengerjakan amal saleh, mereka itu mendapatkan ampunan dan pahala yang besar.” (QS. Hud [11]: 11)

3. Melindungi Diri dari Fitnah dan Perbuatan Zina

Saat memakai jilbab, kesan pertama yang didapat adalah rasa aman. Seseorang yang berjilbab secara sempurna akan terjauhkan dari fitnah. Dalam jilbab yang syar'i terkandung perlindungan terhadap diri dari berbagai kelemahan, penguasaan hawa nafsu, dan setan. Jika menghindari *tabarruj* (berlebih-lebihan menghias diri) serta baju-baju ketat nan pendek, kita akan jauh dari fitnah. Siapa yang mendekati fitnah, maka fitnah tersebut akan menghanyutkannya.

4. Mencegah Zina

Selain menghindari fitnah, ternyata jilbab mencegah zina. Tentunya dimulai dari sarana pendorong terjadinya zina, yaitu memandang, berbicara, dan melakukan perbuatan dosa lainnya yang menjerumuskan orang pada perzinaan, sebelum zina itu terjadi.

5. Mendapat Kedudukan Tinggi di Dunia dan Akhirat

Jika niat berjilbab mengharap keridaan Allah dengan menaati perintah-Nya, Allah menjanjikan derajat yang tinggi di dunia dan di akhirat. Allah berfirman, "Dan barang siapa yang menaati Allah dan Rasul-Nya, mereka itu akan bersama-sama dengan orang yang dianugrahi nikmat oleh Allah. Yaitu nabi-nabi, para shiddiqin (orang yang jujur dalam imannya), orang-orang yang mati syahid, dan orang-orang saleh. Dan mereka itulah teman yang sebaik-baiknya. (QS. An-Nisa' [4]: 69)

6. Jilbab Adalah Pakaian Takwa

Jilbab tidak lain merupakan simbol ketaatan wanita muslimah. Jilbab syar'i inilah yang merupakan pakaian taqwa. Allah berfirman,

“Hai anak Adam, sesungguhnya Kami telah menurunkan kepadamu pakaian indah untuk perhiasan dan pakaian takwa itulah yang paling baik.” (QS. Al-A'raf [7]: 26)

7. Mencegah Kanker Kulit dan Penuaan Dini

Menurut para ahli, wanita lebih rentan terkena kanker dibanding pria. Pemicunya adalah radikal bebas yang terdapat pada sinar ultraviolet. Selain itu sinar ultraviolet menyebabkan kulit lebih gelap, terbakar, solar *keratoris*, solar *urticarial*, *photosensitivity*, dan memicu terjadinya penuaan dini. Jilbab mampu menutupi tubuh dan melindungi kulit dari sengatan sinar ultraviolet.

8. Gampang Melakukan Shalat

Ketika mengenakan pakaian longgar dan jilbab tertutup serta kaus kaki seseorang bisa dengan mudah melakukan shalat tanpa mengenakan mukena, dan tangan bisa disembunyikan di balik kerudung. Sehingga perempuan tidak perlu disulitkan untuk shalat ketika tidak membawa mukena.

9. Aman Saat Menyusui

Panjang kerudung syar'i minimal sampai dada. Hal itu akan sangat bermanfaat bagi seorang ibu menyusui dan bayinya ketika berada di tempat umum. Saat si bayi menangis atau rewel, sang ibu bisa langsung

menyusui dengan praktis tanpa perlu mencari-cari apron atau celemek untuk menyusui.

Partic (2009: 26-35) juga mengungkapkan aturan berjilbab sesuai dengan syariat islam, diantaranya yakni:

1. Menutup Seluruh Tubuh

Kewajiban sebagai wanita muslimah adalah menutup seluruh aurat dengan sempurna. Seluruh tubuh, termasuk perhiasan, wajib ditutupi, kecuali tangan dan wajah. Bahkan ada wanita yang sangat mencintai Allah sehingga menutup tubuhnya secara keseluruhan, termasuk bagian wajah. Dia sangat berhati-hati dan takut auratnya tersingkap, walaupun sedikit. Dia takut kecantikan wajahnya menjadi fitnah.

2. Longgar, Tidak Ketat

Pakaian yang longgar serta tidak ketat dimaksudkan agar tidak menampakan bagian dan lekuk tubuh wanita. Hindari pakaian ketat, jangan berani memakai manset atau *legging* saja tanpa baju luar. Tujuan berjilbab adalah tidak menampakan aurat, termasuk bentuk tubuh. Jadi berjilbab adalah menutup aurat, bukan membalut aurat.

3. Kain Tebal

Waspada penggunaan pakaian yang masih memperlihatkan tubuh seperti masih telanjang. Hindari pakaian transparan atau tipis sehingga aurat masih terlihat dibalik kain itu. Pilihlah pakaian berkain tebal untuk dikenakan. Kain yang tipis sebenarnya sekedar membungkus badan, tetapi

tidak mampu menutup apa yang seharusnya ditutupi. Bahkan diketahui bahan yang tipis terkadang lebih mudah mengikuti lekuk tubuh. Sekalipun tidak transparan, bentuk tubuh seorang wanita menjadi mudah terlihat.

4. Terulur sampai Dada

Berdasarkan surah An-Nur ayat 31, kain kerudung yang dipakai harus menutupi kepala dan memanjang sampai dada. Ketika berjilbab, usahakan kerudung tetap menutupi bahu, bukan sampai di atasnya atau sampai leher saja, tidak diikat ke belakang, atau dimasukkan ke dalam baju. Lebih baik lagi jika kerudung sampai menutupi perut, bahkan sangat aman bila sampai lutut.

5. Tidak Memakai Wewangian dan Kosmetik yang Berlebihan

Al-Haitsami menyebut bahwa seorang perempuan yang keluar dari rumahnya dengan memakai wangi-wangian dan bersolek termasuk melakukan dosa besar, meskipun diizinkan oleh suaminya. Satu lagi yang terkait dengan kecantikan wanita adalah pemakaian kosmetik. Pemakaian kosmetik berlebihan cenderung tergolong *tabarruj* yang dilarang dalam agama.

6. Tidak Menyerupai Laki-laki

Larangan Rasulullah SAW. agar wanita tidak meniru laki-laki dan juga sebaliknya tidak sebatas untuk tingkah laku. Hal-hal yang meliputi gaya, perhiasan, ataupun pakaian yang merupakan ciri khas laki-laki juga dilarang dikenakan oleh wanita, dan sebaliknya.

7. Bukan Popularitas

Jilbab bukanlah pakaian yang digunakan sebagai untuk menyombongkan diri, pamer, atau mencari popularitas (gengsi). Pakaian yang dikenakan dengan tujuan mencari perhatian orang banyak bisa berwujud busana yang mahal untuk pamer harta dengan segala hiasannya, bisa juga dengan pakaian yang murah untuk menampakkan kezuhudannya dan bertujuan ria. Pakaian dengan warna yang mencolok juga bisa digunakan untuk mencari popularitas. Untuk menghindarinya, kenakanlah pakaian dengan warna kalem agar tidak tampil terlalu mencolok dan menjadi perhatian orang.

8. Tidak Menyerupai Orang Kafir

Jilbab disyariatkan tidak menyerupai orang kafir. Sebab, Islam telah menetapkan orang muslim dilarang *tasyabbuh* (menyerupai) orang kafir, baik dalam hal ucapan, ibadah, perayaan hari besar, maupun pakaian yang menjadi ciri khas mereka. Larangan *tasyabbuh* menyangkut perihal ibadah ataupun sesuatu yang mencirikan jati diri mereka. Muslim akan terlihat muslim berdasarkan ritual dan atribut keagamaannya.

Ada dua jenis pakaian. Yang pertama, pakaian yang dikenakan oleh seluruh bangsa, umat, dan penganut agama tertentu, yang bukan bagian dari syiar salah satu agama serta penganut agama tertentu sehingga tidak dipakai oleh petunjuk agama lain. Apa pun bentuk dan dari mana pun asal pakaian jenis itu boleh digunakan oleh kaum muslim. Yang kedua, pakaian yang menjadi syiar sebagian orang kafir, dan mereka membedakan diri dengan umat lain. maka seorang muslim tidak boleh mengikuti dan

menyerupai mereka dengan pakaian seperti itu karena dapat melemahkan kekuatan kaum muslim dengan menampakkan jumlah mereka yang sedikit dalam penampilan dan menguatkan posisi musuh dengan pakaian tersebut.

9. Tidak Berfungsi sebagai Perhiasan

Syarat terakhir pemakaian jilbab sebagai pakaian wanita muslimah yang sesuai dengan syariat adalah tidak berfungsi sebagai perhiasan atau tidak termasuk bagian dari perhiasan. Perintah berjilbab bertujuan menutupi keindahan wanita dari penglihatan kaum laki-laki. Jika jilbab itu sendiri dihias sedemikian rupa sehingga termasuk bagian dari keindahan, hal tersebut tidak dibenarkan.

1.2.4.6 Tinjauan Umum *Jilboobs*

Jilboobs merupakan istilah yang ditujukan bagi muslimah yang menutup seluruh tubuhnya, termasuk kepala, tetapi berpakaian ketat yang menonjolkan bentuk tubuhnya, sehingga bisa menimbulkan hawa nafsu bagi yang melihatnya (partic, 2014: 9). *Jilboobs* biasanya dicirikan oleh pengguna jilbab yang pendek, baju atasan dan celana yang ketat, legging, dan pakaian transparan. *Jilboobs* diadopsi dari gabungan kata jilbab (disini diartikan kerudung/penutup kepala) dan *boobs* (payudara). Istilah *Jilboobs* muncul pada 2014, namun fenomena wanita yang mengenakan jilbab tapi ketat sudah muncul beberapa tahun sebelumnya. Di Bandung, sejak tahun 2000an muncul istilah jilbab lepet untuk menyebut tren ini, diambil dari kata lepet (Sd.: *leupeut*) atau lepat, makanan sejenis lontong atau arem-arem berbahan nasi ketan yang dibungkus ketat dengan daun kelapa.

Biasanya pemakai jilbab lepet ini mengenakan celana atau baju ketat dengan kerudung yang diikat sehingga tak menutupi dada).

Fenomena *jilbobs* seolah menjadi pukulan gaya penampilan wanita muslim. Jilbab yang diniatkan menutup aurat ternyata malah menjadi *blunder* bagi para muslimah ketika baju yang mereka kenakan terlalu ketat. Berikut 10 fakta dibalik fenomena *jilboobs*, yakni:

1. Sempat Didahului Istilah Jilbab Lepet

Ditengah ketenaran istilah *jilboobs* dikalangan masyarakat saat ini, sebenarnya ada salah satu istilah terkait penggunaan jilbab seksi yang terlebih dahulu dikenal masyarakat. yakni jilbab lepet. Jika *jilboobs* lebih menyoroti bentuk baju ketat yang dikenakan para *jilboobsers*, jilbab lepet menyoroti celananya. Banyak pengguna jilbab yang mengenakan celana jin ketat, wajar jika masyarakat menyebutnya dengan jilbab *lepet*. Merujuk pada kata *lepeut* (dalam bahasa sunda) atau *lepet* (dalam bahasa jawa). *Lepet* merupakan salah satu kue tradisional yang terbuat dari beras ketan.

2. Memancing Komentar dari KPAI

Fenomena jilbab membuat ketua KPAI Asrorun Niam angkat bicara. Dalam sebuah komentar yang diposting Detik (6/8), Asrorun Niam menghimbau supaya pelaku industri terkait tidak membuka pintu kriminalitas dengan lahirnya *style* jilbab ala *jilboobs*.

3. Ramai Dibicarakan *Desainer* Baju

Para desainer angkat bicara mengenai fenomena *jilboobs*, beberapa diantaranya menyayangkan model berpakaian *jilboobs* yang berusaha tampil modis tapi justru menodai prinsip dasar islam.

Walaupun belum ada sejarah pasti, tetapi fenomena *jilboobs* mulai *booming* setelah bulan Ramadhan tahun 2014.

4. Biasa Dipakai Para *Newbi*

Jilboobs menjadi jembatan bagi kaum muslimah yang ingin belajar mengenakan jilbab. Karena dorongan ingin tetap tampil modis, para *newbi* belum bisa berjilbab dengan mengenakan baju-baju longgar.

5. Dampak Maraknya Modifikasi Baju Muslimah

Modifikasi busana muslim akhir-akhir ini membawa banyak nilai positif. Salah satunya adalah semakin dekatnya wanita muslim dengan jilbab. Dari yang semula enggan memakai jilbab, akhirnya bersedia mengenakannya. Akan tetapi ditengah perkembangan busana muslimah, muncul bentuk *jilboobs*. Kreativitas dalam membuat model-model baru kadang mengarah pada salah kaprah arti menutup aurat bagi muslimah.

6. Para Artis Turut Mengenakan *Jilboobs*

Tidak hanya masyarakat umum yang mengenakan busana *jilboobs*. Namun, banyak artis tanah air juga terlihat mengenakan jilbab dengan busana ketat di bagian dada.

7. Aa Gym Turut Berbicara Tentang *Jilboobs*

Dalam sebuah ceramah di kantor inilah.com, Selasa (12/8), Aa Gym memberikan perhatian terhadap fenomena berjilbab saat ini. tuturnya saat itu:

“Kerudung bukan hanya sekedar untuk menutupi kepala, tapi kalau bawahnya masih ketat ini sama saja. Ini bukan cara berpakaian yang dianjurkan Islam, yang dikehendaki Allah.”

8. Fatwa Haram MUI

Mempertegas komentar-komentar tokoh agama terkait *jilboobs*, MUI mengeluarkan larangan berjilbab namun tetap menggunakan pakaian yang tidak sopan.

9. Yang *jilboobs* yang *selfie*

Biasanya, para muslimah yang menggunakan pakaian *jilboobs* rajin mengunggah fotonya di media sosial. Mereka ingin memamerkan busana muslimah mereka kepada khalayak. Selebritis tanah air juga sering mengunggah fotonya saat mencoba-coba untuk berjilbab.

1.3 Metode Penelitian Kualitatif

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yang menurut N. Abererombie bertujuan untuk memahami gejala-gejala yang sedemikian rupa tidak memerlukan kuantifikasi, atau karena gejala-gejala tersebut tidak memungkinkan untuk diukur secara tepat (Garna, 1999: 32), sedangkan menurut Nasution (1996: 5) penelitian kualitatif pada hakekatnya mengamati orang dalam lingkungan hidupnya, berinteraksi dengan mereka, berusaha memahami bahas dan

tafsiran mereka tentang dunia sekitarnya.

Penelitian kualitatif menurut Creswell (2002: 19) adalah proses penelitian untuk memahami yang didasarkan pada tradisi penelitian dengan metode yang khas meneliti masalah manusia atau masyarakat. Peneliti membangun gambaran yang kompleks dan holistik, menganalisis kata-kata, melaporkan pandangan informan secara terperinci dan melakukan penelitian dalam seting alamiah.

Menurut Sugiono yang dikutip pada bukunya yang berjudul “Memahami Penelitian Kualitatif”, metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi. (2007:1)

Menurut Deddy Mulyana yang di kutip dari bukunya “Metodologi Penelitian Kualitatif”. Metode penelitian kualitatif dalam arti penelitian kualitatif tidak mengandalkan bukti berdasarkan logika matematis, prinsip angka, atau metode statistik. Penelitian kualitatif bertujuan mempertahankan bentuk dan isi perilaku manusia dan menganalisis kualitas-kualitasnya, alih-alih mengubah menjadi entitas-entitas kuantitatif. (Mulyana, 2003:150).

Untuk meneliti fenomena ini menggunakan pendekatan kualitatif metode deskriptif (*descriptive research*) yaitu suatu metode yang dilakukan untuk mendeskripsikan suatu situasi atau area populasi tertentu yang bersifat faktual, secara sistematis dan akurat. Penelitian deskriptif dapat di artikan sebagai

penelitian yang dimaksudkan memotret fenomena individual, situasi atau kelompok yang terjadi secara kekinian. Penelitian deskriptif juga berarti penelitian yang dimaksudkan untuk menjelaskan fenomena atau pun karakteristik individual, situasi, atau kelompok tertentu secara akurat.

Alasan menggunakan pendekatan kualitatif dalam penelitian ini adalah:

1. Konsep diri pada perempuan muslim berbusana *jilboobs* bersifat subyektif dan majemuk sebagaimana terlihat dari para mahasiswi muslim di Universitas Langlangbuana (UNLA) Bandung banyak yang mengenakan busana *jilboobs*.
2. Data bersifat emik yaitu berdasarkan sudut pandang *jilboobsers*.
3. Peneliti harus menjadi bagian dari *jilboobsers*.
4. Proses penarikan sampel bersifat purposif.

1.3.1 Paradigma Penelitian Konstruktivisme

Konstruktivisme menolak pandangan positivisme yang memisahkan subjek dan objek komunikasi. dalam pandangan konstruktivisme, bahasa tidak lagi hanya dilihat sebagai alat untuk memahami realitas objektif belaka dan dipisahkan dari subjek sebagai penyimpanan pesan. Konstruktivisme justru menganggap subjek sebagai faktor sentral dalam kegiatan komunikasi serta hubungan-hubungan sosialnya. Subjek melakukan kemampuan melakukan kontrol terhadap maksud-maksud tertentu dalam setiap wacana. Komunikasi dipahami diatur dan dihidupkan oleh pertanyaan-pertanyaan yang bertujuan. Setiap pernyataan pada dasarnya adalah tindakan penciptaan makna, yakni tindakan

pembentukan diri serta pengungkapan jati diri snag pembicara. Oleh karena itu analisis dapat dilakukan demi membongkar maksud dan makna-makna tertentu dari komunikasi. (Ardianto dan Q-Anees, 2010: 151)

Konstruktivisme berpendapat bahwa semesta secara epistemologi merupakan hasil konstruksi sosial. Pengetahuan manusia adalah konstruksi yang dibangun dari proses kognitif dengan interaksinya dengan dunia objek material. Pengalaman manusia terdiri dari interpretasi bermakna terhadap kenyataan dan bukan reproduksi kenyataan. Dengan demikian dunia muncul dalam pengalaman manusia secara terorganisasi dan bermakna. Keberagaman pola konstektual /kognitif merupakan hasil dari lingkungan historis, kultural, dan personal yang digali secara terus-menerus. (Ardianto dan Q-Anees, 2010:151-152)

Jadi tidak ada pengetahuan yang koheran, sepenuhnya transparan dan independen dari subyek yang mengamati. Manusia ikut berperan, ia menentukan pilihan perencanaan yang lengkap dan memutuskan tujuannya di dunia. Pilihan-pilihan yang mereka buat dalam kehidupan sehari-hari lebih sering didasarkan pada pengalaman sebelumnya, bukan pada prediksi secara ilmiah teoritis . (Ardianto dan Q-Anees, 2010: 152)

Bagi kaum konstruktivis, semesta adalah suatu konstruksi, artinya bahwa semesta bukan dimengerti sebagai semesta otonom, akan tetapi dikonstruksi secara sosial dan karenanya plural. Konstruktivisme menolak pengertian ilmu sebagai yang “terberi” dari objek pada subjek yang mengetahui. Unsur subjek dan objek sama-sama berperan dalam mengkonstruksikan ilmu pengetahuan. Konstruksi membuat cakrawala baru dengan mengakui hubungan pikiran yang membentuk ilmu pengetahuan dengan objek atau eksistensi manusia. Dengan

demikian paradigma konstruktivis mencoba menjembatani dualism objektivisme-subjektivisme dengan mengafirmasi peran subjek dan objek dalam konstruksi ilmu pengetahuan. (Ardianto dan Q-Anees, 2010: 152)

Padangan konstruktivis mengakui adanya interaksi antara ilmuan dengan fenomena yang dapat memayungi berbagai pendekatan atau paradigma dalam ilmu pengetahuan, bahkan bukan hanya pada ilmu-ilmu alam, seperti yang ditunjukkan pada fisika kuantum. Penerimaan adanya berbagai paradigma, kerangka konseptual, perspektif dalam mengkonstruksi ilmu sebagaimana dikemukakan diatas, mengakibatkan pengakuan adanya pluralitas kebenaran ilmiah. Kebenaran teori lebih dilihat bersifat lokal dan kontekstual, artinya sesuai dengan paradigma, kerangka konseptual, dan perspektif yang dipilih. Tambahan bagi kebenaran teori selalu dilihat tentatif. Sifat tentatif teori ini seiring dengan asumsi bahwa paradigma, kerangka konseptual kita dapat berubah dalam melihat fenomena alam (atom, cahaya, dan lain-lain). Asumsi ini membawa ilmu pengetahuan pada pengakuan keterkaitan pada konteks sosial-historis. (Ardianto dan Q-Anees, 2010: 152)

Konsekuensinya, kaum konstruktivis menganggap bahwa tidak ada makna yang mandiri, tidak ada deskripsi yang murni objektif. Kita tidak dapat secara transparan melihat “apa yang ada disana” atau “yang ada disini” tanpa termediasi oleh teori, kerangka konseptual atau bahasa yang disepakati secara sosial. Sementara yang ada dihadapan kita bukan suatu yang ditemukan, melainkan selalu termediasi oleh paradigma, kerangka konseptual, dan bahasa yang dipakai. Karena itu, pendapatan yang aprioristik terhadap semesta menjadi tidak mungkin. Ide tentang tidak adanya suatu representasi dan ketersembunyian semesta

membuka peluang pluralism metodologi, karena itu tidak adanya suatu representasi yang memiliki akses istimewa terhadap semesta. (Ardianto dan Q-Anees, 2010: 152-153)

Bahasa bukan cerminan semesta akan tetapi sebaliknya semesta akan berperan membentuk semesta. Setiap bahasa mengonstruksi aspek-aspek spesifik dari semesta dengan caranya sendiri (bahas puisi/sastra, bahasa sehari-hari, bahasa ilmiah). Bahasa merupakan hasil kesepakatan sosial serta memiliki sifat yang tidak permanen, sehingga terbuka dan mengalami proses evolusi. Berbagai versi tentang objek-objek dan tentang dunia muncul dari berbagai komunitas sebagai respon terhadap masalah tertentu. Masalah kebenaran dalam konteks konstruktivis bukan lagi permasalahan fondasi atau representasi, melainkan masalah kesepakatan pada komunitas tertentu. (Ardianto dan Q-Qnees, 2010: 153)

1.3.2 Pendekatan Penelitian Studi Fenomenologi

Dalam pandangan fenomenologi, peneliti berusaha memahami arti peristiwa dan kaitan-kaitannya terhadap orang-orang biasa dalam situasi-situasi tertentu. Sosiologi fenomenologis pada dasarnya sangat dipengaruhi oleh filsuf Edmund Husserl dan Alfred Schutz. Pengaruh lainnya berasal dari Weber yang memberi tekanan pada *verstehen*, yaitu pengertian interpretasi terhadap pemahaman manusia. Fenomenologi tidak berasumsi bahwa peneliti mengetahui arti sesuatu bagi orang-orang yang sedang diteliti oleh mereka. Inkuiri fenomenologis dimulai dengan diam. Diam merupakan tindakan untuk menangkap pengertian sesuatu yang sedang diteliti. Yang ditekankan oleh

fenomenologi ialah aspek subjektif dari perilaku orang. Mereka berusaha masuk ke dalam dunia konseptual para subjek yang ditelitinya sedemikian rupa sehingga mereka mengerti apa dan bagaimana suatu pengertian yang dikembangkan oleh merek di sekitar peristiwa dalam kehidupannya sehari-hari. Para fenomenolog percaya bahwa makhluk hidup memiliki berbagai cara untuk menginterpretasikan pengalaman melalui interaksi dengan orang lain, dan bahwa pengertian pengalaman kita yang membentuk kenyataan. (Ardianto, 2010: 65)

Peneliti kualitatif cenderung berorientasi fenomenologi, namun sebagian besar diantaranya tidak radikal, tetapi pandangannya idealis. Mereka memberi tekanan pada segi subjektif, tetapi mereka tidak perlu menolak kenyataan adanya “di tempat sana”. Artinya, mereka tidak perlu mendesak atau menentang pandangan orang yang mampu menolak tindakan itu. Sebagai gambaran, misalnya guru mungkin percaya bahwa ia dapat berjalan menembus dinding bata, tetapi untuk mencapainya memerlukan pemikiran. Hakikatnya, batu itu keras ditembus, namun guru tidak perlu merasakan bahwa ia tidak mampu berjalan menembus dinding itu. Peneliti kualitatif menekankan berfikir subjektif karena sebagai yang mereka lihat, dunia di dominasi oleh objek yang kurang keras dibandingkan dengan batu. Manusia kurang lebih sama dengan ‘mesin kecil’ yang dapat melakukan sesuatu. Kita hidup dalam imajinasi kita, lebih banyak interaksi simbolik daripada yang konkret. (Moleong dalam Ardianto, 2010: 66)

Fenomenologi adalah filosofi sekaligus pendekatan metodologis yang mencakup berbagai metode. Sebagai sebuah filosofi, fenomenologi adalah salah satu tradisi intelektual utama yang telah mempengaruhi riset kualitatif. Poin kunci

kekuatan fenomenologi terletak pada kemampuan membantu peneliti memasuki bidang persepsi orang lain guna memandang kehidupan sebagaimana dilihat oleh orang-orang tersebut. fenomenologi membantu anda memasuki sudut pandang orang lain, dan berupaya memahami mengapa mereka menjalani hidupnya dengan cara seperti itu. Fenomenologi bukan hanya memungkinkan Anda untuk melihat dari perspektif partisipan; metode ini juga menawarkan semacam cara untuk memahami kerangka yang telah dikembangkan oleh tiap-tiap individu, dari waktu ke waktu hingga membentuk tanggapan mereka terhadap peristiwa dan pengalaman dalam kehidupannya. (Daymon dan Holloway dalam Ardianto, 2010: 66)

Berikut ini, sifat-sifat dasar penelitian kualitatif yang relevan menggambarkan posisi metodologis fenomenologi dan membedakannya dengan metode-metode penelitian kualitatif yang lain: (a) menggali nilai-nilai dalam pengalaman dan kehidupan manusia; (b) fokus penelitiannya adalah seluruh bagian, bukan perbagian yang membentuk keseluruhan; (c) tujuan penelitiannya adalah menemukan makna dan hakikat dari pengalaman, bukan sekedar mencari penjelasan atau mencari ukuran-ukuran dari realitas; (d) memperoleh gambaran kehidupan dari sudut pandang orang pertama melalui wawancara formal dan informal; (e) data yang diperoleh adalah dasar bagi pengetahuan ilmiah untuk memahami perilaku manusia; (f) pertanyaan yang dibuat merefleksikan kepentingan, keterlibatan dan komitmen pribadi dari peneliti; (g) melihat pengalaman dan perilaku sebagai suatu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan,

baik itu kesatuan antara subjek dan objek, maupun antara bagian dan keseluruhannya (Kuswarno dalam Ardianto, 2010: 66-67)

Sebagai suatu istilah, fenomenologi sudah ada sejak Immanuel Kant mencoba memikirkan dan memilih unsur mana yang berasal dari pengalaman dan unsur mana yang terdapat dalam akal. Fenomenologi sebagai aliran filsafat dan sekaligus sebagai metode berpikir diperkenalkan oleh Husserl, yang beranjak dari kebenaran fenomena, seperti tampak apa adanya. Menurut Ferguson, suatu fenomena yang tampak, sebenarnya refleksi realitas yang tidak berdiri sendiri karena yang tampak itu adalah objek yang penuh dengan makna yang *transcendental*. Oleh karena itu, untuk mendapatkan hakikat kebenaran harus menerobos melampaui fenomena yang tampak. (Basrowi dan Sukidin dalam Ardianto, 2010: 67)

Fenomenologi harus menggunakan metode kualitatif dengan melakukan pengamatan partisipan, wawancara yang intensif (agar mampu menyibak orientasi subjek atau 'dunia kehidupannya'), melakukan analisis dari kelompok kecil, dan memahami keadaan sosial. (Ardianto, 2010: 67)

Menurut Orleans (Dimiyati, 2000: 30), fenomenologi adalah instrument untuk memahami lebih jauh hubungan antara kesadaran individu dan kehidupan sosialnya. Fenomenologi berupaya mengungkap bagaimana aksi sosial, situasi sosial, dan masyarakat sebagai produk kesadaran manusia. Fenomenologi beranggapan bahwa masyarakat adalah hasil konstruksi manusia. Fenomenologi menekankan bahwa keunikan spirit manusia membutuhkan beberapa metode

khusus sehingga seseorang mampu memahaminya secara autentik. (Ardianto, 2010: 67)

1.3.2.1 Penentuan Sumber Data Penelitian

Pemilihan informan dilakukan dengan strategi *purposive*. Strategi ini menghendaki informan dipilih berdasarkan pertimbangan peneliti dengan tujuan tertentu. Dijadikan informan dengan pertimbangan bahwa merekalah yang paling mengetahui informasi yang akan diteliti. Informan dalam penelitian ini adalah mahasiswi muslim berbusana *jilboobs* di Universitas Langlangbuana Bandung.

1.3.2.2 Proses Pendekatan Terhadap Informan

Proses pendekatan terhadap informan dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Pendekatan struktural, dimana peneliti melakukan kontak guna meminta izin kesediannya untuk diteliti dan bertemu di tempat yang nyaman seperti ruang café atau tempat makan juga di rumah untuk melakukan wawancara dengan informan.
2. Pendekatan personal (*rapport*), dimana peneliti berkenalan dengan seorang yang mengetahui tren berbusana *jilboobs* dan juga terlibat langsung dalam penggunaan busana *jilboobs* yang akan dijadikan sebagai informan.

1.3.3. Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian

1.3.3.1. Lokasi Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti melakukan penelitian di Universitas Langlangbuana, yang bertempat di Jalan Karapitan No.116 Bandung, karena masih banyak terdapat banyak mahasiswi berbusana *jilboobs* yang merupakan fokus penelitian.

1.3.3.2. Waktu Penelitian

Penelitian ini direncanakan selama 6 (enam) bulan yaitu dimulai dari Mei 2017 sampai dengan Oktober 2017, seperti terlihat pada tabel berikut:

Tabel 1.2 Jadwal Penelitian

No.	Kegiatan	JADWAL KEGIATAN PENELITIAN TAHUN 2017					
		Mei	Jun	Jul	Ags	Sep	Okt
1.	Observasi Awal	X					
2.	Penyusunan proposal Skripsi	X					
3.	Bimbingan Proposal Skripsi	X					
4.	Seminar Proposal Skripsi		X				
5.	Perbaikan Proposal Skripsi			X			
6.	Pelaksanaan Peneletian			X			
7.	Analisis Data				X		
8.	Penulisan Laporan				X		
9.	Konsultasi				X		
10.	Seminar Draft Skripsi					X	
11.	Sidang Skripsi					X	
12.	Perbaikan Skripsi						X

1.3.4. Teknik Pengumpulan Data

Creswell dalam Kuswarno (2013: 47), mengemukakan tiga teknik utama pengumpulan data yang dapat digunakan dalam studi fenomenologi yaitu: partisipan observasi, wawancara mendalam dan telaah dokumen. Peneliti dalam pengumpulan data melakukan proses observasi seperti yang disarankan oleh Creswell (2013: 10), sebagai berikut:

1. Memasuki tempat yang akan diobservasi, hal ini membantu peneliti untuk mendapatkan banyak data dan informasi yang diperlukan.
2. Memasuki tempat penelitian secara perlahan-lahan untuk mengenali lingkungan penelitian, kemudian mencatat seperlunya.
3. Di tempat penelitian, peneliti berusaha mengenali apa dan siapa yang akan diamati, kapan dan dimana, serta berapa lama akan melakukan observasi. Peneliti menempatkan diri sebagai peneliti, bukan sebagai informan atau subjek penelitian, meskipun observasinya bersifat partisipan.
4. Peneliti menggunakan pola pengamatan beragam guna memperoleh pemahaman yang komprehensif tentang keberadaan tempat penelitian.
5. Peneliti menggunakan alat rekaman selama melakukan observasi, cara perekaman dilakukan secara tersembunyi.
6. Tidak semua hal yang direkam, tetapi peneliti mempertimbangkan apa saja yang akan direkam.
7. Peneliti tidak melakukan intervensi terhadap partisipan, tetapi cenderung pasif dan membiarkan partisipan yang mengungkapkan perspektif sendiri secara lepas dan bebas.

8. Setelah selesai observasi, peneliti segera keluar dari lapangan kemudian menyusun hasil observasi, supaya tidak lupa.

Teknik diatas peneliti lakukan sepanjang observasi, baik pada awal observasi maupun pada observasi lanjutan dengan sejumlah informan. Teknik ini digunakan peneliti sebagai alat pengumpulan data selain wawancara mendalam.

1.3.4.1. Teknik Observasi Terlibat

Teknik ini digunakan untuk memperoleh pengetahuan yang tidak terbahasakan yang tidak didapat hanya dari wawancara. Seperti yang dinyatakan Denzin (dalam Mulyana, 2006: 163), pengamatan berperan serta adalah strategi lapangan yang secara simultan memadukan analisis dokumen, wawancara, partisipasi dan observasi langsung sekaligus dengan introspeksi. Sehubungan dengan hal ini, maka dalam penelitian lapangan peneliti turut terlibat langsung ke dalam berbagai aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh *jilboobers* di Bandung. Peneliti tinggal di lokasi penelitian yakni di Bandung untuk melihat dari dekat atau mengamati secara langsung bagaimana remaja menggunakan busana *jilboobs* dalam kehidupan sehari-hari ketika mengkonstruksi makna pengenalan jilbab pada perempuan muslim di Universitas Langlangbuana Bandung.

Melalui teknik observasi terlibat ini, peneliti berupaya untuk masuk dalam konsep diri remaja berbusana *jilboobs* dalam menghadapi fenomena *jilboobs*.

1. Peneliti memasuki tempat penelitian dan melakukan pengamatan pada remaja berbusana *jilboobs* yang sudah dihubungi.

2. Setiap berbaur ditempat penelitian, peneliti selalu mengupayakan untuk mencatat apapun yang berhubungan dengan fokus penelitian.
3. Di tempat penelitian, peneliti juga berusaha mengenali segala sesuatu yang ada kaitannya dengan konteks penelitian ini, yakni seputar konsep diri perempuan muslim berbusana *jilboobs*.
4. Peneliti juga membuat kesepakatan dengan sejumlah informan untuk melakukan dialog atau diskusi terkait konsep diri perempuan muslim berbusana *jilboobs* dan juga segala yang berhubungan dengan busana *jilboobs*.
5. Peneliti berusaha menggali selengkap mungkin informasi yang diperlukan terkait dengan fokus penelitian ini.

1.3.4.2. Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam dilakukan dengan tujuan mengumpulkan keterangan atau data mengenai objek penelitian. Wawancara mendalam bersifat terbuka dan tidak terstruktur secara tidak formal. Sifat terbuka dan terstruktur ini maksudnya adalah pertanyaan-pertanyaan dalam wawancara tidak bersifat kaku, namun bisa mengalami perubahan sesuai situasi dan kondisi dilapangan (fleksibel) dan ini hanya digunakan sebagai *guidance*.

Langkah-langkah umum yang digunakan peneliti dalam proses observasi dan juga wawancara adalah sebagai berikut:

1. Peneliti memasuki tempat penelitian dan melakukan pengamatan pada mahasiswi muslim berbusana *jilboobs*.

2. Setiap berburu di tempat penelitian, peneliti selalu mengupayakan untuk mencatat apapun yang berhubungan dengan fokus penelitian
3. Di tempat penelitian, peneliti juga berusaha menggali segala sesuatu yang ada kaitannya dengan konteks penelitian ini, yakni seputar busana *jilboobs*.
4. Peneliti juga membuat kesepakatan dengan sejumlah informan untuk melakukan dialog atau diskusi terkait busana *jilboobs*.
5. Penelitian berusaha menggali selengkap mungkin informasi yang diperlukan terkait dengan fokus penelitian ini.

1.3.5. Teknik Analisis Data

Analisis dan kualitatif menurut Bogdan dan Biklen (1982) yang dikutip Moleong (2005: 248) merupakan upaya “mengorganisasi data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensistensikannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain”.

Data yang terkumpul dianalisis melalui tahap-tahap berikut:

Tahap I : Mentranskripsikan Data

Pada tahap ini dilakukan pengalihan data rekaman kedalam bentuk skripsi dan menerjemahkan hasil transkripsi. Dalam hal ini peneliti dibantu oleh tim dosen pembimbing.

Tahap II : Kategorisasi

Pada tahap ini, peneliti melakukan klasifikasi data berdasarkan

item-item masalah yang diamati dan diteliti, kemudian melakukan kategorisasi data sekunder dan data lapangan. Selanjutnya menghubungkan sekumpulan data dengan tujuan mendapatkan makna yang relevan.

Tahap III : Verifikasi

Pada tahap ini data dicek kembali untuk mendapatkan akurasi dan validitas data sesuai dengan yang dibutuhkan dalam penelitian. Sejumlah data, terutama data yang berhubungan dengan konsep diri perempuan muslim berbusana *jilboobs* dan juga segala yang berhubungan dengan tren *jilboobs*.

Tahap IV : Interpretasi dan Deskripsi

Pada tahap ini data yang telah diverifikasi diinterpretasikan dan dideskripsikan. Peneliti berusaha mengkoneksikan sejumlah data untuk mendapatkan makna dari hubungan data tersebut. Peneliti menetapkan pola dan menemukan korespondensi antara dua atau lebih kategori data.

1.3.6. Validitas Data

Dalam menggali, mengumpulkan, mengolah, dan menganalisis data hasil penelitian, peneliti melakukan triangulasi. Triangulasi adalah mengecek kebenaran data tertentu dengan membandingkannya dengan data yang diperoleh dari sumber lain, pada berbagai fase penelitian lapangan. Triangulasi dapat dilakukan dengan membandingkan antara hasil peneliti, serta dengan

menggunakan teknik yang berbeda, misalnya observasi wawancara dan dokumen. (Ardianto, 2014: 197). Guna mengatasi penyimpangan dalam menggali, mengumpulkan, mengolah, dan menganalisis data hasil penelitian, peneliti melakukan triangulasi data baik dari segi sumber data maupun triangulasi metode yaitu:

1. Triangulasi Data:

Data yang dikumpulkan diperiksa kembali bersama-sama dengan informan. Langkah ini memungkinkan dilihat kembali akan kebenaran informasi yang dikumpulkan diperiksa kembali bersama-sama dengan informan. Langkah ini memungkinkan dilihat kembali akan kebenaran informasi yang dikumpulkan selain itu, juga dilakukan *cross check* data kepada narasumber lain yang dianggap paham terhadap masalah yang diteliti.

2. Triangulasi Metode:

Mencocokkan informasi yang diperoleh dari satu teknik pengumpulan data (wawancara mendalam) dengan teknik observasi berperan serta. Penggunaan teori aplikatif juga merupakan atau bisa dianggap sebagai triangulasi metode, seperti menggunakan teori fenomenologi juga pada dasarnya adalah praktik triangulasi dalam penelitian ini. Penggunaan triangulasi mencerminkan upaya untuk mengamankan pemahaman mendalam tentang unit analisis. Unit analisis dalam penelitian ini adalah konsep diri perempuan muslim berbusana *jilboobs*.