

BAB III

SAJIAN DATA & PEMBAHASAN

A. Catatan Pembuka

Bagian isi dalam bab III ini, peneliti akan membahas secara mendalam tentang bagaimana khalayak sebagai penonton memaknai konstruksi identitas perempuan muslim yang dibangun dalam film *Hijab*. Penelitian ini menggunakan teori-teori metode analisis resepsi milik Stuart Hall dalam melihat *encoding* serta *decoding* seperti yang telah dijelaskan pada sub-bab metode penelitian dalam bab I. Dalam penelitian ini, peneliti mengerucutkan pada sub-bab yaitu:

1. Peneliti membuat catatan pembuka sebagai penjelasan untuk tempat, hari, dan pelaksanaan *indepth interview*.
2. Peneliti menjelaskan hasil *encoding* pesan yang disampaikan dalam film *Hijab*.
3. Peneliti menjelaskan kembali profil informan secara rinci berdasarkan latar belakang yang dimiliki. Selain itu, pada sub-bab ini peneliti juga akan memaparkan penerimaan penonton terhadap konstruksi identitas perempuan muslim yang dibangun dalam film *Hijab* berikut dengan

analisis posisi penonton sesuai dengan pemahaman serta pendapat yang diberikan.

4. Peneliti membuat catatan penutup yang berisikan hasil temuan dalam penelitian ini.

Pada bagian bab ini, peneliti telah melaksanakan kegiatan *in-depth interview* (wawancara mendalam) bersama dengan sejumlah informan yang telah dipilih sebelumnya. Kegiatan *in-depth interview* dilaksanakan dalam 3 waktu. Yang pertama pada hari Sabtu, 1 Juli 2017 pukul 12.15 WIB dan 21.05 WIB bersama dengan Ibu Hanif Nur Widhianti serta Ibu Anggieya Haris sebagai narasumber. Lalu kegiatan wawancara yang kedua, dilaksanakan pada hari Minggu, 2 Juli 2017 pukul 20.02 WIB bersama dengan Ibu Elly Farhadiah sebagai narasumber. Kemudian kegiatan wawancara mendalam yang ketiga dilaksanakan pada hari Jum'at, 7 Juli 2017 pukul 13.50 WIB dan dilanjutkan pada pukul 16.00 WIB dengan Ibu Yuningsih serta Ibu Irawati sebagai narasumber. Kegiatan wawancara mendalam tersebut dilakukan di Kota Wonosobo dan Kota Yogyakarta. Di Kota Wonosobo, peneliti melaksanakan kegiatan wawancara mendalam di Jalan Pasar I Nomor 59A, Wonosobo. Sedangkan di Kota Jogja, kegiatan wawancara dilakukan di Jalan Ontorejo Nomor 4A, Wirobrajan, Yogyakarta. Peneliti akan mendeskripsikan hasil *in-depth interview* (wawancara mendalam) yang telah dilaksanakan bersama dengan kelima informan, berdasarkan pemahaman dan latar belakang sosial yang berbeda. Kegiatan ini menghasilkan pendapat yang beragam dari masing-masing informan.

B. Analisis *Encoding*

Berbagai pesan yang disampaikan melalui film *Hijab* dapat dengan bebas dimaknai oleh setiap individu selaku penonton. Selaras dengan teori khalayak aktif, yang mana menyebutkan bahwa khalayak sudah tidak lagi menerima pesan dari suatu teks/tayangan secara serta-merta. Melainkan setiap individu bisa memilah mana jenis informasi sesuai dengan kebutuhan. Sehingga pemahaman yang kritis bisa saja memberikan pendapat yang bertolak belakang apabila penonton benar-benar mengamati bagaimana konstruksi identitas perempuan muslim dibangun dalam film *Hijab*. Adanya ragam pesan yang disajikan dalam suatu tayangan pun tak terlepas dari tiga faktor. Sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Stuart Hall mengenai analisis resepsi, bahwa dalam proses penyandian (*encoding*) terdapat tiga hal dasar yang berkaitan dengan pembuat teks/tayangan (dalam hal ini film). Ketiga hal tersebut yakni infrastruktur teknis, hubungan produksi, dan yang terakhir adalah kerangka pengetahuan.

Film *Hijab* sebagai tayangan ber-*genre* komedi, dibuat oleh sutradara kondang asal Indonesia yakni Hanung Bramantyo yang bekerja sama dengan Zaskia Adya Mecca (istrinya) dan Haykal Kamil sebagai produser. Hanung sendiri telah dikenal sebagai *film maker* yang sebagian besar kontennya menggunakan tema religi. Pemilik nama asli Setiawan Hanung Bramantyo ini lahir di Yogyakarta pada tanggal 1 Oktober 1975. Sebagai seorang sutradara, Hanung telah banyak menghasilkan sejumlah film yang mampu menarik minat penonton baik dari dalam

maupun luar negeri. Beberapa di antaranya adalah *Brownies* (2005), *Get Married* (2007), *Ayat-Ayat Cinta* (2008), *Perempuan Berkalung Sorban* (2009), *Sang Pencerah* (2010), *Soekarno* (2013), *Hijab* (2015), *Rudy Habibie* (2016), dan *Kartini* (2017) (sumber: <http://www.imdb.com/name/nm2538739/> diakses pada hari Sabtu 15 Juli 2017 pukul 14.39 WIB).

Dulunya, Hanung sempat mengenyam pendidikan dalam fakultas ekonomi di Universitas Islam Indonesia (UII), namun tak diselesaikan. Selanjutnya ia memilih untuk melanjutkan pendidikannya di Institut Kesenian Jakarta dengan mengambil jurusan film. Selama karirnya dalam memproduksi film untuk disajikan kepada masyarakat, Hanung dikenal sebagai sutradara yang kerap menuai kontroversi melalui film-filmnya. Film *Perempuan Berkalung Sorban* merupakan salah satu contohnya. Film ini dirilis pada tahun 2009 dengan *genre* drama romansa bertema Islam, dan dibintangi oleh Revalina S. Temat, Reza Rahadian, Joshua Pandelaki, Nasya Abigail, Oka Antara, Ida Lema. Sebagai film dengan konten utamanya membahas tentang perempuan, *Perempuan Berkalung Sorban* ternyata menuai kontroversi setelah hari pemutaran perdananya pada tanggal 15 Januari 2009. Dilansir dari laman detiknews, Imam Besar Masjid Istiqlal, Ali Mustafa Yaqub menilai bahwa film ini sangat buruk dalam mencitrakan agama Islam dan juga memberikan fitnah terhadap pesantren.

“Pencitraan tentang pesantren sangat disayangkan sekali, bahkan saya berani mengatakan itu bukan hanya merusak citra saja tapi memfitnah,” kata Ali Mustafa Yakub kepada detikcom di rumahnya di Pisangan,

Ciputat (sumber: <https://m.detik.com/news/wawancara/d-1080518/imam-besar-istiqlal-perempuan-berkalung-sorban-fitnah-terhadap-pesantren>-diakses pada hari Rabu, 9 Agustus 2017 pukul 03.07 WIB).

Contoh film lain yang merupakan karya Hanung dan menuai kontroversi di kalangan masyarakat yaitu *Tanda Tanya (?)* (2011). Film ini dianggap mempertanyakan intoleransi hingga mampu menarik protes dari kalangan Front Pembela Islam (FPI). *Tanda Tanya (?)* juga dianggap merugikan umat Islam oleh pihak Majelis Ulama Indonesia (MUI). Dilansir dari laman kapanlagi.com, film ini dianggap dengan tegas mengampanyekan pluralisme yang jelas telah diharamkan oleh MUI pada tahun 2005 silam.

“Kalau pendapat pribadi saya, di film itu banyak merugikan umat Islam, misalnya ternyata dia mempropagandakan pluralism agama di mana pluralism agama itu sudah diharamkan oleh fatwa MUI 2005. Jadi secara kaca mata tauhid sudah musyrik, syirik modern,” tegas KH. Cholil Ridwan (sumber: <https://m.kapanlagi.com/showbiz/film/indonesia/tanda-tanya--bentuk-syirik-modern-html> diakses pada hari Rabu, 9 Agustus 2017 pukul 03.29 WIB).

Selain kedua film di atas, film selanjutnya yang sempat menarik perhatian lebih dari kalangan masyarakat yaitu *Cinta tapi Beda* (2012). Film ini memiliki durasi sepanjang 01:36:00 menit dengan *genre* drama dan diperankan oleh Ratu Felisha, Nungki Kusumastuti, Reza Nangin, Agni Pratista, dan Choky Sitohang. Ketua Bidang Perdagangan DPP KNPI, M. Rafik memberikan protes terkait beredarnya film *Cinta tapi Beda*. Rafik menilai bahwa dalam film tersebut terdapat indikasi pemutarbalikan fakta. Di dalamnya digambarkan, seorang perempuan

Minang berpacaran dengan seorang lelaki Jawa yang berbeda keyakinan dan hendak menikah. Menurutnya, jika seorang Minang berganti keyakinan, maka orang tersebut akan dianggap bukan orang Minang lagi (sumber: <http://entertainment.kompas.com/read/2013/01/06/07350737/Diprotes.Hanung/Tarik.Film.Cinta.Tapi.Beda> diakses pada hari Rabu, 9 Agustus 2017 pukul 03.39 WIB).

Berdasarkan beberapa contoh di atas, bisa dilihat bahwasanya Hanung Bramantyo sebagai seorang sutradara kerap menciptakan film yang sarat akan nilai agama Islam namun juga mudah mendapatkan protes dari berbagai pihak terkait konten dari film tersebut. Dalam menanggapi sejumlah kontroversi, Hanung sendiri memilih untuk menarik penayangan beberapa filmnya di bioskop. Selain itu Hanung juga merupakan sutradara yang juga dianggap pintar dalam mengambil celah isu-isu maupun fenomena yang tengah terjadi di Indonesia yang kemudian dikemas sedemikian rupa pada film garapannya.

Film *Hijab* sebagai salah satu dari sekian banyak jajaran film yang diproduksi oleh Hanung Bramantyo, mengisahkan tentang kehidupan empat sekawan setelah tiga di antaranya mengarungi bahtera rumah tangga. Mengangkat fenomena berjilbab yang tengah marak terjadi di Indonesia, film ini juga menyisipkan kisah mengenai bisnis *online* milik Zaskia Adya Mecca—atau yang kerap disapa dengan Zaskia Mecca— dari mulai dibentuk hingga tumbuh dan memiliki nama yang cukup banyak diketahui oleh masyarakat. *Meccanism* digambarkan menjadi alat

penghasil uang yang cukup menguntungkan bagi Bia, Sari, Tata, dan Anin selama film *Hijab* berlangsung. *Meccanism* sendiri merupakan bisnis *fashion hijab*, dikelola oleh Zaskia Mecca dan Tasya Nur Medina yang merupakan kakaknya sendiri. Bergerak dalam bidang *fashion hijab* kekinian yang tengah banyak digandrungi oleh masyarakat muslim, *Meccanism* memiliki makna pengikut *fashion hijab* ala Zaskia Mecca. Dalam hal produksi, Zaskia mengaku bahwa produk *Meccanism* dibuat berdasarkan desain yang ia buat.



Gambar 3.1 Logo *Meccanism*

(sumber: www.meccanism.co)

Meccanism mulai didirikan pada bulan Februari 2013 silam, dengan butik yang mula-mula hanya berada di Kota Jakarta. Dikelola oleh kakak-beradik Tasya Nur Medina, Zaskia Adya Mecca, Marsha Natika, dan Haykal Kamil, bisnis ini bergerak dalam bidang *fashion hijab* yang mana menerapkan model pakaian terkini sehingga tidak memiliki kesan *jadul*/ketinggalan zaman. *Meccanism* sendiri

memiliki makna pengikut *fashion hijab* ala Zaskia Mecca. Hal ini selaras dengan penuturan Zaskia, bahwa ia memiliki tugas untuk merancang desain produk serta menjadi ikon lini busana mereka. Sementara ketiga yang lainnya memiliki tugas untuk menangani bagian manajemen *brand* (sumber: <http://www.tribunnews.com/seleb/2016/04/10/keuntungan-pertama-bisnis-baju-diberikan-zaskia-adya-mecca-pada-orangtua> diakses pada Rabu, 9 Agustus 2017 pukul 08.22 WIB).



Gambar 3.2 Contoh produk yang ditawarkan *Meccanism*

(sumber: www.meccanism.co)

Dua gambar di atas merupakan contoh dari hasil produk yang ditawarkan oleh *Meccanism*. Mengikuti perkembangan *fashion* yang cukup diminati oleh masyarakat luas khususnya di Indonesia, Zaskia memadu–padankan jilbab serta model pakaian sehingga mudah diterima oleh kaum muslim. Dalam hal mendesain pakaian sendiri, Zaskia mengaku bahwa hasil rancangan desain mengiblat pada dirinya sendiri sebagai salah seorang pengguna jilbab lantaran ketika ia mulai

mengenakan jilbab pada tahun 2005 silam, belum banyak artis yang berjilbab. Sehingga dirinya tak memiliki kiblat untuk dijadikan sebagai inspirasi dalam berpakaian. Ini kemudian diatasi oleh Zaskia sendiri dengan memutar otak demi menemukan desainnya sendiri dalam hal berpenampilan modis dalam balutan jilbab. Tak ayal apabila sekarang usahanya bersama kakak dan adik dalam bidang *fashion hijab* menggunakan penampilan Zaskia sehari-hari sebagai inspirasi.

“Busana hijab di *clothing line* aku sesuai dengan kondisi dan *mood* aku. Kayak misalnya aku lagi hamil, desainku mengikuti. Kalau nanti lagi menyusui mungkin aku akan *bikin* baju dengan *zipper* di depan,” terang Zaskia (sumber: <http://www.tribunnews.com/seleb/2016/01/22/zaskia-adya-mecca-saat-aku-berhijab-masih-sedikit-artis-pakai-jilbab> diakses pada hari Rabu, 9 Agustus 2017 pukul 08.45 WIB).

Zaskia Mecca sebagai figur selebriti berjilbab yang dikenal mampu menjaga penampilannya tetap modis meski dalam balutan jilbab. Perkembangan budaya Islam populer yang juga memberikan dampak pada cara berpakaian membuat Zaskia dapat melihat peluang bisnis yang cukup digandrungi oleh kaum perempuan muslim. Sehingga dari usaha *clothing line* ini, ia berharap mampu menginspirasi umat muslim khususnya kaum perempuan dalam berpakaian mengikuti aturan agama namun tetap memiliki tampilan modis.

Bisnis *clothing line* yang dijalankan oleh Zaskia Mecca dan ketiga saudara kandungnya itu cukup memiliki keterkaitan dengan perkembangan budaya populer Islam yang tengah terjadi di Indonesia dewasa ini. Disebut sebagai kegiatan

ekonomi Islam, berbagai hal yang dilakukan dengan tujuan untuk jalan lain melaksanakan ibadah sebagai umat muslim. Muncul serta tumbuhnya kegiatan ekonomi Islam menjadikan masyarakat sebagai konsumen meningkatkan kegiatan konsumsi mereka terhadap berbagai hal yang dianggap sebagai konsumsi untuk beribadah. Sokowati menjelaskan dalam tulisannya yang berjudul *Memahami Budaya Konsumsi Islam di Indonesia* bahwa perkembangan ekonomi Islam mendorong munculnya industri yang menggunakan prinsip-prinsip agama Islam dalam praktiknya. Misalnya di bagian industri *fashion* yang mengedepankan tren jilbab atau *hijab style* sebagai salah satu industri Islam yang fenomenal (Sokowati, 2015: 3). Sehingga munculnya bisnis *clothing line* dalam hal ini dianggap sebagai salah satu pendukung perkembangan ekonomi Islam di Indonesia.

Meccanism dalam film *Hijab* menjadi bisnis *fashion hijab* yang dijalankan oleh Bia, Sari, Tata, dan Anin. Penggambaran kisah mengenai berdiri serta berkembangnya bisnis tersebut diungkapkan oleh Hanung merupakan kisah nyata istrinya dalam hal menjalankan *clothing line*. Zaskia yang membuka butik busana muslim lantas digambarkan dalam film, berikut dengan karakter-karakter perempuan yang mengenakan jilbab meskipun modelnya berbeda. Oleh karenanya, peneliti mendapati bahwa film ini dijadikan sebagai salah satu alternatif bagi Zaskia untuk mengenalkan sekaligus merupakan suatu bentuk *branding* bagi *Meccanism* kepada khalayak luas. Selain *clothing line*, baru-baru ini Zaskia meluncurkan produk kosmetik berupa *lip cream* yang telah mendapat label halal

dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) bernama *ZAMeccanism*. Oleh karenanya, usaha yang dijalankan oleh Zaskia bersama dengan saudaranya dapat digolongkan ke dalam bisnis ekonomi berbasis Islam, sehingga konsumsi Islami mulai bermunculan di kalangan masyarakat.

Apabila dilihat dari *track record* Zaskia Mecca sendiri dalam merintis karier sebagai seorang publik figur, ia mulai terjun ke dunia hiburan Indonesia ketika mengikuti ajang pemilihan *Model Kawanku* pada tahun 2001 silam dan berhasil meraih juara II. Berangkat dari prestasinya, Zaskia kemudian dilirik oleh rumah produksi yang menjadikannya pemeran pendukung dalam *Cinta SMU* (2002) dan *Senandung Masa Puber* (2003). Perempuan yang lahir di Jakarta pada tanggal 8 September 1987 ini namanya mulai melejit ketika membintangi sinetron arahan sutradara Deddy Mizwar berjudul *Kiamat sudah Dekat* (2005).

Melalui film *Hijab*, Zaskia memulai debutnya sebagai seorang produser yang juga dibantu oleh adiknya, Haykal Kamil. Alur cerita yang disajikan dikemas menjadi *genre* komedi, yang menggambarkan beberapa karakter perempuan berjilbab khususnya di negara Indonesia. Hal ini disampaikan oleh sang sutradara, Hanung Bramantyo, saat diwawancarai oleh *dream.co.id*:

“Ini film pertama saya yang digarap istri (Zaskia Adya Mecca) sebagai produsernya dan Haykal Kamil jadi tim produksinya. Bisa dibilang ini mengangkat isu wanita yang beredar di masyarakat dan menggambarkan karakter wanita berhijab di Indonesia.”, jelas Hanung saat ditemui *Dream.co.id* di Kantor Dapur Film, Ampera, Jakarta, semalam. (sumber: <https://www.dream.co.id/showbiz/hanung-bramantyo-kemas-isu-wanita->

dalam-film-hijab-140917d.html diakses pada hari Minggu, 16 Juli 2017 pukul 20.23 WIB).

Film *Hijab* mengisahkan tentang kehidupan rumah tangga yang mana suami melarang istrinya untuk bekerja/mencari nafkah. Meski demikian, ketiga karakter istri yang diperankan oleh Carissa Puteri, Tika Bravani, serta Zaskia Mecca tetap bersikeras menjalankan sebuah bisnis yang dimaksudkan untuk mengusir kejenuhan dalam mengerjakan tugas domestik sebagai seorang istri dan juga mencoba membantu keadaan finansial keluarga yang juga dibantu oleh Natasha Rizky dan tergabung ke dalam empat sekawan dengan tiga karakter perempuan yang lain. Keputusan untuk menjalankan bisnis mereka secara diam-diam ini mulanya tak diketahui oleh para suami, namun hingga mencapai suatu titik di mana suami mereka mulai curiga dan pada akhirnya bisnis diam-diam tersebut tercium dan menimbulkan konflik dalam keluarga bahkan memberikan dampak pada hubungan persahabatan keempat karakter perempuan tersebut.

Zaskia menjelaskan bahwa film *Hijab* mencoba untuk menjawab keraguan perempuan yang sudah berkeluarga namun juga tetap menjalani kariernya. Hal itu dikemas melalui sejumlah adegan yang mana merefleksikan bagaimana kelangsungan sebagian besar kehidupan rumah tangga di Indonesia. Dengan memunculkan beberapa konflik yang beragam, peneliti mendapati kesan bahwa film ini masih menekankan kehidupan rumah tangga di bawah budaya patriarki yang kental–selaras dengan sebagian besar masyarakat Indonesia menganut

budaya tersebut. Meski pada akhir cerita, dikisahkan ketiga karakter perempuan yang diperbolehkan kembali bekerja, hal itu seolah belum memuaskan penonton dengan kenyataan karakter Sari yang masih tidak diperbolehkan bekerja. Meski demikian, film *Hijab* dianggap telah menyelesaikan permasalahan serupa dalam kehidupan berumah tangga.

“Tapi kan di dalam Islam, wanita memiliki kesempatan untuk mempelajari berbagai pengetahuan dan berusaha menjadi yang terbaik untuk suami. Nah di film ini dijelaskan cara menyelesaikan permasalahan di rumah tangganya.”, tambah Zaskia. (sumber: <https://www.dream.co.id/showbiz/hanung-bramantyo-kemas-isu-wanita-dalam-film-hijab-140917d.html> diakses pada hari Minggu, 16 Juli 2017 pukul 20.23 WIB).

Kendati demikian, pemikiran yang kritis oleh setiap penonton bisa saja menangkap hal tersebut menjadi suatu hal yang bertolak belakang. Keputusan mutlak dalam keluarga Gamal dan Sari yang menekankan bahwa seorang istri tidak pantas bekerja dengan mudah diingat melalui sejumlah adegan yang diambil bersamaan dengan efek suara maupun pengambilan gambar tertentu sehingga penonton mampu menangkap penolakan keras yang diberikan kepada sang istri ketika memiliki penghasilan sendiri.

Hijab merupakan film produksi Dapur Film yang bekerja sama dengan Ampuh Entertainment serta didukung oleh MVP Pictures. Film ini merupakan film pertama produksi Dapur Film tanpa bekerja sama dengan rumah produksi besar dan disutradarai langsung oleh Hanung Bramantyo. Dapur Film sendiri

merupakan sebuah komunitas film Indonesia merangkap sebagai rumah produksi yang didirikan oleh Hanung pada tanggal 31 Desember 2003 silam. Telah berdiri selama 14 tahun lamanya, rumah produksi ini sudah menciptakan jajaran film yang bekerja sama dengan sejumlah rumah produksi ternama di Indonesia. Beberapa di antaranya adalah *Lentera Merah* (2006) bekerja sama dengan Rapi Film, *Get Married* (2007) bekerja sama dengan Starvision, *Ayat-Ayat Cinta* (2007) bekerja sama dengan MD Pictures, *Ahmad Dahlan* (2010) bekerja sama dengan Multivision Plus, dan lain sebagainya. Film yang diproduksi di bawah Dapur Film sebagian besar disutradarai sendiri oleh pendirinya, yakni Hanung Bramantyo.

Produksi film *Hijab* menghabiskan proses syuting selama 23 hari, terhitung sejak tanggal 17 September hingga 13 November 2014 silam. Film yang menghabiskan dana kurang lebih Rp 5 miliar ini, bisa dikatakan sebagai film keluarga karena sebagian peran karakter dalam *Hijab* diisi oleh keluarga Zaskia. Selain itu kakak serta adiknya, Tasya Nur Medina dan Haykal Kamil, ikut turun tangan membantu dari produksi hingga promosi (sumber: <http://www.beritasatu.com/film/240494-buat-film-hijab-hanung-bramantyo-tak-tidur-3-hari.html#show-hide> diakses pada Rabu, 9 Agustus 2017 pukul 23.10 WIB). Selama kegiatan promosi berlangsung, film ini bekerja sama dengan sejumlah perusahaan dari berbagai kalangan. Mulai dari media cetak hingga elektronik, serta sejumlah perusahaan lain yang telah cukup dikenal di kalangan masyarakat. Mereka adalah Radio Ardan, Bandung Radio, Radio Cakra, Paramuda

Radio, MQMFBandung, Woman Radio, Oz Radio, Sindo, Trijaya FM, V Radio, Jakarta Global Radio, Prambors, Delta FM, dan Rastfm Jakarta. Dari media lain, kegiatan promosi film *Hijab* juga dilakukan oleh KapanLagi.com, Muvila, Dream.co.id, Okezone.com, VIVAnews.com, Liputan6.com, 21 Cineplex, Malesbanget.com, HijUp.com, dan Radarpena. Sementara pada media cetak film ini bekerja sama dengan MNC Koran Sindo, Republika, Wartakota, Hijabella Magazine, Laiqa Magazine Scarf, dan Magazine CINEMAGS. Selain itu *Hijab* juga bekerja sama dengan Wakai, The Little Thing She Need, Optik Seis, I Wear Up, Jadebag, Kekayuan, Najaha Tour and Travel, dan Mokamula (sumber: <https://m.facebook.com/FilmHijab> diakses pada Kamis, 10 Agustus 2017 pukul 01.46 WIB).

Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti kemudian memiliki asumsi dalam film *Hijab* menyisipi pesan-pesan yang disamarkan sehingga dapat diterima dengan bebas maupun tidak oleh khalayak selaku penonton. Sejumlah penggalan cerita dengan balutan komedi yang kuat mampu menyamarkan sisipan pesan tersebut sehingga membuat penonton memiliki pemaknaan yang berbeda antara satu dengan yang lainnya. Sehingga pemahaman setiap penonton bisa saja bertolak belakang, atau bahkan setuju terhadap pesan yang dibangun dalam film tersebut.

Selanjutnya peneliti akan memaparkan pesan-pesan yang disisipkan dalam film *Hijab* sehingga secara keseluruhan membentuk penggambaran makna identitas perempuan muslim menurut Hanung dan beberapa kru lain sebagai *film*

maker. Pesan-pesan ini akan dibagi ke dalam dua poin yaitu komodifikasi dan normalisasi tubuh dengan menggunakan jilbab, serta domestikasi perempuan. Ketiganya merupakan poin yang dikemas sedemikian rupa dengan bubuhan latar belakang suara, efek warna, serta naskah yang diucapkan oleh setiap karakter.

1. Komodifikasi dan Normalisasi Tubuh dengan Menggunakan Jilbab

Jilbab; *veil* (dalam bahasa Inggris); atau *voile* (dalam bahasa Perancis) biasa diartikan sebagai bentuk penutup tradisional untuk kepala, wajah (mata, hidung, atau mulut), atau tubuh perempuan di Timur Tengah dan Asia Selatan. Makna leksikal yang dikandung kata ini adalah “penutup”, dalam arti “menutupi” atau “menyembunyikan atau menyamarkan” (Guindi, 1999: 29). Di Indonesia sendiri jilbab dimaknai sebagai penutup kepala dan memiliki kaitan yang cukup erat dengan perempuan muslim. Jilbab berasal dari bahasa Arab yakni “*jabala*” yang memiliki arti menutup sesuatu dengan sesuatu yang lain sehingga tidak terlihat auratnya (Nurnisya, 2015: 182). Jilbab, selain menjadi bagian dari fenomena perkembangan *fashion* dalam kurun waktu beberapa tahun terakhir juga telah menempati posisi komiditi dengan peluang permintaan yang cukup besar di Indonesia. Melalui perkembangan *fashion*, pengguna jilbab semakin bertambah seiring dengan berjalannya waktu.

Fashion muslimah di Indonesia mengalami perkembangan baru dari makna ideologi yang merebak di tahun 80-an. Dalam perkembangan ini harus diakui adanya perubahan perbedaan identifikasi terhadap cara berpakaian (Santoso, 2015: 299). Jilbab pada awalnya dikenal oleh masyarakat dengan menggunakan istilah kerudung, *tiung* serta penamaan lain sesuai dengan bahasa dari masing-masing daerah. Kerudung dikenakan oleh sebagian besar perempuan muslim selama berkegiatan di luar rumah, berupa kain panjang dan lebar yang ditutupkan ke kepala kemudian dislempangkan ke belakang melalui bahu. Hal tersebut biasa dilakukan oleh sebagian besar anak yang menempuh pendidikan di pesantren. Santoso menjelaskan, bahwasanya mengikuti perkembangan keberhasilan revolusi Iran pada tahun 80-an, agama menjadi dasar gerakan masyarakat. Salah satu cirinya yakni dengan penggunaan tutup kepala yang kemudian dikenal masyarakat dengan istilah kerudung atau jilbab. Pada dekade ini, jilbab merupakan ideologis perlawanan terhadap sikap politik Orde Baru. Perkembangannya diperlihatkan melalui resistensi dan juga perlawanan dalam keteguhan untuk menggunakan jilbab dibawah larangan pemerintah terkait pemakaian jilbab di sekolah-sekolah berbasis negeri (Hamdani dalam Santoso, 2015: 300).

Pesatnya perkembangan budaya Islam di Indonesia cukup memberikan perbedaan yang berarti terhadap pola gaya hidup di zaman sekarang. Dari perkembangan ini, khususnya pada fenomena perkembangan busana muslim,

menjadikan masyarakat dari kelas menengah muslim ingin diakui sebagai masyarakat modern dengan menggunakan simbol-simbol Islam. Namun demikian, modernitas yang simetris dengan adanya liberalisme, hedonisme, dan pengaruh westernisasi memberikan ruang negosiasi bagi muslim kelas menengah supaya mampu berimprovisasi. Hasilnya, mereka memegang nilai *shar'i* sebagai pedoman nilai dan norma. Kelas menengah muslim ini dibedakan oleh kapasitas individu dan rumah tangga untuk menambah pemasukan barang-barang, melebihi keperluan hidup sehari-hari. Dampaknya, menjadikan mereka lebih konsumtif terhadap sejumlah barang yang dipercaya mampu meningkatkan identitas keislaman tanpa perlu merasa khawatir tertinggal.

Peningkatan permintaan pasar yang berkaitan dengan gaya hidup oleh kalangan kelas menengah muslim dewasa ini membawa mereka untuk mengadopsi simbol-simbol Islam sebagai ekspresi budaya modern dalam ruang publik. Hal tersebut membuat peningkatan pula pada tahap produksi oleh pengusaha garmen. Distribusi yang dilakukan secara besar-besaran semakin membuat konsumen merasa dimudahkan untuk mengonsumsi simbol-simbol tersebut. Terlebih lagi ketika seorang figur publik memproduksi sendiri baik busana maupun jilbab dengan menggunakan namanya sebagai *brand*. Maka produknya akan disambut dengan senang hati oleh kalangan kelas menengah muslim.

Berdasarkan perkembangan budaya yang telah terjadi di Indonesia, dalam kurun waktu beberapa tahun terakhir jilbab telah menjadi bagian dari tren *fashion* tersendiri. Sehingga muncul istilah baru yakni hijab yang berarti penghalang. Hijab di masa sekarang diidentikkan dengan jilbab yang lebih terkini, dengan berbagai macam variasi model serta warna sehingga penggunaanya bisa mencocokkan penggunaan jilbab dengan jenis pakaian yang dikenakan selama berkegiatan sehari-hari. Kendati demikian, meski Indonesia merupakan negara dengan pemeluk agama Islam terbesar di dunia, keberadaan Islam tidak serta merta membuat setiap perempuan muslim tidak serta merta mengenakan jilbab (hijab) untuk menunjukkan identitas keagamaan mereka. Apabila perkembangan jilbab dalam dunia *fashion* sudah kian maju, maka tak semua perempuan muslim mengadopsikan perkembangan jilbab tersebut ke dalam cara berpakaian mereka sehari-hari. Dalam hal ini sebagian besar masyarakat di Indonesia mendapatkan kebebasan dalam berpenampilan.

Berkembangnya dunia *fashion hijab* merupakan salah satu bukti bahwa budaya Islam di negara dengan penduduk mayoritas muslim ini juga memiliki perkembangan yang cukup pesat. Perkembangan tersebut tercatat menjadi komodifikasi setelah tahun 1998 (Brenner dalam Santoso, 2015: 299). Komodifikasi sendiri menurut Vincent Moscow diartikan sebagai makna kapitalisme dengan membawa akumulasi tujuan kapital atau mudahnya dapat digambarkan menjadi sebuah perubahan dari nilai guna menjadi sebuah nilai tukar (Moscow dalam Mayaningrum & Triyono, 2016: 212). Di Indonesia

komodifikasi terkait perkembangan dunia *fashion hijab* maupun dalam hal keagamaan merupakan suatu bentuk konstruksi historis dan kultural yang kompleks, meski ciri komersialisasinya begitu nyata. Mereka direproduksi dalam konteks kebudayaan tertentu dan kemudian mempersyaratkan kerangka kultural untuk mempertegas signifikansi simbolik dan sosio-ekonomi (Mayaningrum & Triyono, 2016: 212). Komodifikasi memang tidak bertujuan memproduksi bentuk maupun gerakan baru terkait keagamaan yang berlawanan dengan praktik serta keyakinan sebelumnya, namun dengan adanya proses tersebut agama (dalam hal ini berkaitan dengan perkembangan mode busana muslim) sebagai barang yang sarat akan fungsi spiritual sehingga menjadi layak untuk dikonsumsi oleh masyarakat.

Hadirnya perkembangan dalam dunia *fashion hijab* menjadikan jajaran media baik cetak maupun elektronik berbondong-bondong menyajikan konten berkaitan dengan jilbab untuk masyarakat. Peluang tersebut lantas tidak disia-siakan oleh segenap produsen garmen maupun desainer pakaian muslim supaya bisa menarik perhatian masyarakat dengan langkah seefektif mungkin. Bentuk *branding* menjadi strategi yang banyak digunakan dengan didukung oleh gabungan antara audio serta visual supaya produk mereka terasa lebih dekat dengan masyarakat. Teknologi yang semakin canggih cukup memberikan andil bagi perkembangan budaya Islam khususnya *fashion hijab* yang kemudian digencarkan pemanfaatannya untuk keperluan promosi. Menurut Sokowati, adanya fenomena serupa merupakan awal dari timbulnya

tren konsumsi Islami oleh masyarakat. Tren konsumsi Islam bisa dikaitkan dengan peningkatan permintaan pasar terhadap sejumlah barang yang dipercaya memiliki hubungan erat dengan agama Islam. Fenomena seperti ini tentu saja menimbulkan banyak pertanyaan, mengingat Islam sebagai agama merupakan ranah spiritual serta ruang bagi seseorang untuk bisa selalu berhubungan dengan Tuhan. Agama sebagai ruang spiritual kerap dipertentangkan dengan dunia industri yang identik dengan hedonisme, konsumsi yang sia-sia, berlebihan dan membawa pada keserakahan manusia (Sokowati, 2015: 4).

Selain tren konsumsi yang semakin meningkat, kemasan konten perkembangan *fashion hijab* yang disajikan oleh media menjadikan masyarakat muslim memiliki konsep kecantikannya sendiri. Hal ini tentu saja didukung oleh jajaran figur selebriti yang dianggap sejalan, seperti sama-sama berjilbab, memiliki gaya berpenampilan yang cukup *up to date* sesuai dengan perkembangannya dalam industri *fashion* di Indonesia. Beragam tayangan dengan konten yang dibawakan oleh jajaran selebriti tersebut ditampilkan dalam kurun waktu yang cukup lama, sehingga menanamkan berbagai wacana dalam benak penonton salah satunya tentang makna cantik bagi perempuan muslim. Banyak kajian kritis menganalisis munculnya beragam media baik media konvensional-seperti majalah, buku, TV, radio, dan film- maupun media sosial yang menampilkan perempuan muslimah memakai hijab (jilbab)

modern, *chic*, *trendy*, dan *stylish* nyatanya telah memberikan standar baru bagi muslimah di Indonesia (Nurnisya, 2015: 190).

Perkembangan budaya Islam di Indonesia mau tidak mau memberikan implikasi berupa perubahan pada berbagai aspek. Salah satunya dari sajian tayangan televisi maupun film untuk masyarakat. Para pembuat media dewasa ini telah mulai menunjukkan keahlian mereka dalam mengemas isu maupun fenomena yang bersangkutan ke dalam alur cerita sehingga bisa dinikmati oleh penontonnya. Masyarakat selaku konsumen media pun memiliki kebebasan dalam hal mengonsumsi konten acara yang diinginkan. Kebebasan masyarakat sebagai penonton dalam mengonsumsi berbagai konten media termasuk film tersebut bagaikan sebuah representasi hak otonom publik untuk memilih bentuk sajian media yang mereka sukai. Namun di sisi lain, sebagian besar menjadi lupa dengan adanya “penyeragaman” dalam tayangan yang dikonsumsi yang berakibat pemaksaan penonton untuk mengikuti keinginan dari si pembuat tayangan (Fitryarini, 2009: 119). Bentuk penyeragaman ini disajikan secara berulang, dalam kurun waktu yang lama sehingga masyarakat menjadi terbiasa dengan apa yang ditayangkan oleh media.

Seperti yang kini sering ditemui di Indonesia, film menjadi salah satu produk media yang memiliki kemampuan untuk memberikan pemahaman yang baru bagi penontonnya. Bentuk penyeragaman yang disajikan pada media elektronik seperti televisi dan radio, cetak berupa koran maupun majalah, dan sejumlah *platform* di internet semakin dilengkapi dengan adanya

konten terkait penyeragaman yang dikemas dalam film. *Hijab*, film yang merupakan produksi Hanung Bramantyo ini menjadi salah satu dari banyaknya film bertema religi dengan karakter utama yang mengenakan jilbab dalam berkegiatan sehari-hari. Empat karakter utama dengan latar belakang yang berbeda diceritakan telah menjalin hubungan persahabatan sejak lama. Meski dari keempat karakter tersebut terdapat satu yang belum memutuskan untuk memakai jilbab seperti ketiga sahabatnya, namun hal tersebut tak menjadi halangan dalam terus mempertahankan hubungan tersebut. Diceritakan bahwa keempatnya yakni Bia, Sari, Tata dan Anin merintis sebuah bisnis *fashion hijab* yang kemudian diberi nama *Meccanism*. Seperti yang telah diketahui bahwa *Meccanism* merupakan bisnis *clothing line* milik Zaskia Mecca yang mana merupakan salah satu pemeran dari keempat karakter utama perempuan dalam film *Hijab*.

Secara keseluruhan, film ini menceritakan bagaimana keempat karakter perempuan tersebut menggunakan kemampuan mereka dalam menjalankan suatu bisnis. Bia dengan kemampuannya mendesain pakaian, Anin dan Tata bertugas dalam hal manajemen, sementara Sari dengan *marketing* dan mengelola keuangan. Apabila dilihat secara sekilas, *Hijab* memang nampak sekedar mengisahkan bagaimana kisah perjalanan *Meccanism* dari semenjak mulai didirikan hingga bisa bertahan setelah pendirinya memiliki konflik dan hampir menjual bisnis mereka ke lain pihak bahkan sebelum undangan *Jakarta Fashion Week (JFW)* bisa dipenuhi. Namun, pengamatan yang detail

mampu menangkap bahwa film ini merupakan salah satu alternatif bagi Zaskia untuk mempromosikan usahanya kepada khalayak sebagai penerima serta pembentuk makna atas pesan yang ditawarkan.



Gambar 3.3

Naskah:

Tante Elsa	Bagaimana sayang?
Marsha	<i>Mam, come here. Fotoin aku dong.</i>
Tante Elsa	<i>In this.</i>
Marsha	Ya.. <i>why?</i>
Tante Elsa	<i>Nggak mau dengan hotpant?</i>
Marsha	<i>No.. no mama, this is phenomena.</i>

Potongan gambar 3.3 terdapat pada menit ke 26:18 dengan menggunakan teknik pengambilan gambar *medium shot*. Tante Elsa serta Marsha ditampilkan sedang bercakap-cakap sesuai dengan naskah di atas. Pengambilan gambar menggunakan teknik *medium shot* yang dimaksudkan untuk mengetahui detail percakapan melalui mimik wajah, serta gestur tubuh supaya bisa terlihat lebih jelas. Pada gambar, nampak Marsha tengah meminta tolong ibunya untuk mengambilkan foto dirinya dalam balutan busana muslim serta jilbab sebagai pelengkap. Mengetahui hal tersebut, Tante Elsa merasa terheran-heran. Dari mimik wajah Tante Elsa menggambarkan perasaan kaget serta heran dengan permintaan Marsha. Dikaitkan dengan keseharian Marsha, ia merupakan seorang *fashion blogger* yang telah memiliki kurang lebih 300.000 pengikut pada akun media sosialnya. Dalam berpakaian sehari-hari, Marsha bukanlah seorang pengguna jilbab seperti ketiga karakter perempuan lain dalam film *Hijab*. Sebagian rambutnya di bagian belakang yang diberi warna terang (*blonde*) serta riasan wajah natural dan pemilihan warna merah untuk *lipstick*, telah bisa menampakkan bahwa Marsha merupakan sosok yang cukup *up to date* dengan perkembangan *fashion* di Indonesia, terlebih juga karena ia sebagai seorang *fashion blogger*. *Fashion blogger* sendiri diartikan sebagai orang yang memiliki pengetahuan lebih serta menaruh ketertarikan terhadap bidang *fashion* kemudian dipaparkan pada *website/blog* atau *platform* lain, bisa dengan menggunakan foto-foto maupun tulisan (sumber: <http://www.harpersbazaar.co.uk/fashion/fashion-news/a41898/fashion->

influencer-fashion-blogger-definition/ diakses pada hari Kamis, 10 Agustus 2017 pukul 10.13 WIB).



Gambar 3.4 diambil pada menit ke 27:06, di mana menunjukkan Marsha yang tengah mengunggah hasil foto dirinya dengan balutan busana muslim dan jilbab model terkini ke dalam *platform* yang ia gunakan untuk mengulas mode yang sedang dikenakan. Teknik pengambilan gambar tersebut memakai jenis *medium shot*, yang mana menunjukkan hanya sebagian tubuh objek. Pada gambar terlihat pandangannya sedang terpusat pada layar *iPad* di tangannya. Sedangkan visualisasi kegiatan yang ditunjukkan di bagian sudut atas gambar, menampakkan bahwa Marsha sedang mengunggah foto yang kemudian mendapat respon baik dari *followers*-nya. Hal ini bisa diartikan bahwa kegiatan melalui internet di masa sekarang cukup digandrungi oleh

orang-orang dalam rentang usia anak-anak sampai dengan dewasa. Intensitas penggunaan media sosial di internet bisa dikatakan cukup sering terlebih oleh seorang *fashion blogger*, yang mana memiliki pengetahuan serta ketertarikan lebih terhadap dunia *fashion*. Biasanya orang-orang ini sudah memiliki modal salah satunya berupa jumlah *followers* yang lebih banyak dari pengguna media sosial lain, sehingga segala aktivitasnya dalam media sosial tersebut bisa diketahui oleh banyak orang meski hanya dalam waktu singkat. Oleh karenanya, hal tersebut merupakan salah satu kesempatan yang bagus bagi bisnis baru milik Sari, Tata, dan Anin. Di mana hasil produk mereka secara tidak langsung dikenalkan oleh Marsha melalui akun media sosialnya. Ditambah dengan hasil respon yang baik serta dalam jumlah banyak, membuat produk pakaian tersebut mampu menarik perhatian banyak orang terutama dari kalangan *followers* Marsha sendiri.



Gambar 3.5

Naskah:

“80% *population in this country is moslem*. *Hijab* adalah pakaian yang mereka yakini bisa membuat mereka jadi lebih baik. Ya suka *nggak* suka, mau *nggak* mau, kenyataannya *hijab* udah jadi gaya hidup yang *gantiin* sanggul dan konde di zaman orde baru kan? Ya *at least* itu hasil dari riset aku *sih*.”

Gambar 3.5 diambil pada menit ke 27:57, di mana Marsha nampak sedang berbincang bersama ibunya dan seluruh orang yang berada dalam satu ruangan dengan mereka. Latar tempat diambil di ruang tamu rumah, yang mana menjadi tempat berkumpul antara Sari, Tata, dan Anin, serta rekan-rekan ibu Anin. Gambar tersebut diambil dengan menggunakan teknik *medium shot*, sehingga mampu dengan mudah menunjukkan arah pandang Marsha saat sedang berbicara. Melalui arah pandangan matanya, dapat diketahui bahwa Marsha tengah berbicara di depan seluruh individu dalam

ruangan itu. Meski yang mampu tertangkap oleh kamera hanya dua orang yaitu Tante Elsa (Ibu Marsha) dan Marsha sendiri, namun melalui arah pandangan mata tersebut nampak tidak terpaku pada satu tempat melainkan berkeliling seolah sedang menatap semua orang dalam ruangan itu. Dengan kalimat yang menjadi naskah Marsha dalam *scene* tersebut, bisa dipahami bahwasanya di masa sekarang ini, kehadiran jilbab sebagai penutup kepala telah berhasil mengisi posisi pemakaian sanggul di masa lampau. Jilbab bisa dikenakan kemana saja penggunaanya akan pergi. Modelnya yang bisa dikreasikan, mampu menyesuaikan dengan kepentingan seseorang tersebut. Populasi pemeluk agama Islam di negara Indonesia yang sudah mencapai angka 80%, membuat negara ini menjadi salah satu target pasar yang cukup menjanjikan bagi pengusaha garmen busana muslim baik dari dalam maupun luar negeri.



Gambar 3.8	
Naskah:	
Tante Elma	“ <i>Woo, smart girl. Hijab is a new culture, and this is a big market. And.. saya akan tambahkan modal kalian, kalau butiknya lebih berfokus pada hijab.</i> ”
Mama Anin	“ <i>Are you sure?</i> ”
Tante Elma	“ <i>Yes, I’m sure.</i> ”

Menanggapi penjelasan Marsha sebelumnya, Marini Soerjosoemarno sebagai Tante Elma langsung menyetujui hal tersebut. Kalimat naskah dari Tante Elma semakin memperkuat penjelasan Marsha, bahwa jilbab merupakan budaya baru bagi negara Indonesia dan merupakan pangsa pasar yang besar bagi produsen busana muslim seperti Bia, Sari, Tata, dan Anin. Seperti yang ditunjukkan pada gambar 3.6, pengambilan objek dengan teknik *medium shot* juga menunjukkan bahwa penuturan Tante Elma ditujukan kepada seluruh individu dalam ruangan itu. Senyum yang perlahan mulai mengembang pada mimik wajah Tante Elma, menandakan bahwa ia cukup memahami fenomena berjilbab seperti yang diangkat dalam film *Hijab*.

Berdasarkan penjelasan dari keempat gambar di atas, dapat diketahui bahwasanya distribusi akan produk busana muslim semakin mudah dilakukan. Kendati demikian, proses penyeragaman sebagai bentuk dari normalisasi

penampilan perempuan yang dikemas dalam film tersebut seolah menjadi hal yang amat biasa bagi penonton di Indonesia. Sehingga tanpa adanya pengamatan yang mendetail serta pemikiran kritis, proses itu akan tidak terlihat sama sekali. Adanya sisipan penyeragaman identifikasi perempuan dengan label “lebih baik” mau tidak mau memberikan pengaruh terhadap minat akan produk busana muslim menjadi bertambah, terlebih dengan hadirnya fenomena berjilbab yang marak dilakukan baik oleh kaum perempuan di lingkungan sekitar maupun sederet figur publik yang kini mulai memutuskan untuk mengenakan jilbab dalam beraktivitas. Jilbab di zaman sekarang telah menjadi barang yang bisa menghasilkan uang, juga menjadi pangsa pasar yang akan terasa sayang apabila dilewatkan begitu saja. Hal tersebut menjadikan produsen garmen lantas berlomba-lomba untuk meningkatkan hasil produksi mereka. Beragam strategi promosi pun tak segan dilakukan supaya mampu mendapat perhatian masyarakat sehingga mereka tertarik untuk membeli. Salah satu contohnya dengan cara menggunakan popularitas dari jajaran artis maupun figur publik yang lain untuk melakukan *branding* dengan mempromosikan hasil produk mereka supaya bisa dikenal oleh khalayak luas. Ketika tingkat konsumsi akan busana muslim semakin meningkat, maka keuntungan akan diperoleh baik bagi produsen garmen maupun artis serta figur publik yang telah dipilih untuk mempromosikan produk mereka. Sehingga secara tidak langsung jilbab bisa dianggap sebagai suatu barang yang menguntungkan bagi beberapa pihak.

Hal tersebut didukung pula dengan akhir film yang mana menunjukkan keputusan Anin untuk mengenakan jilbab setelah melalui perjalanan yang panjang bersama ketiga sahabatnya.



Gambar 3.7

Naskah:

Anin	<p>“Ya...menurut <i>gue</i> itu hijab bukan hasil, karena menurut <i>gue</i> hijab itu sebuah perjalanan. Ya orang <i>gue</i> <i>ngeliat</i> semua perjalanan <i>lo</i>, mulai dari masalah pribadi, keluarga, <i>sampe</i> berhubungan sama banyak orang. Itu <i>tuh</i> menurut <i>gue</i> sebuah peran, peran yang berusaha untuk jadi yang terbaik. Ya walaupun kadang-kadang kalian ada bikin dosa <i>sih</i>, cuman...kan kalian <i>tetep</i> usaha. Usaha buat jadi yang terbaik. <i>Kayak lo</i> (merangkul Bia), berusaha memperjuangkan hak atas tubuh dalam nyaman</p>
------	---

	berpakaian, <i>lo</i> (menunjuk Tata) berlindung, sama <i>lo</i> (merangkul Sari) berusaha untuk berbakti sama suami.”
Tata	“Terus <i>kalo lo</i> ?”
Bia	“ <i>Lo</i> sendiri?”
Tata	“Kenapa berjilbab?”
Anin	“Kalau <i>gue</i> pilih Chucky. Karena menurut <i>gue</i> yang berhak atas tubuh <i>gue</i> adalah orang yang <i>gue</i> sayangi yang nantinya akan jadi suami <i>gue</i> . Yaitu Chucky, <i>my prince charming</i> .”

Gambar 3.7, diambil pada menit ke 1:29:05 merupakan *scene* di saat kedelapan karakter utama sedang berkumpul bersama. Teknik pengambilan gambar yang digunakan adalah *medium shot*, di mana teknik ini digunakan untuk melihat kejelasan percakapan melalui mimik wajah serta gestur tubuh dari setiap karakter yang tertangkap dalam *frame*. Gambar di atas menunjukkan Anin yang di akhir cerita sudah memutuskan untuk merubah penampilannya menjadi mengenakan jilbab. Model yang dipilihpun terlihat lebih modis dan lebih berwarna dari ketiga karakter perempuan lainnya. Pada *scene* tersebut, Anin menjelaskan alasannya mengenakan jilbab dengan dimulai dari percakapan berikut:

Anin	“Iya...iya.. Chucky itu gara-gara <i>ngeliat gue</i> berjilbab, jadinya <i>gue</i> disuruh <i>dateng</i> belakangan. <i>Gimana? Oke nggak? Oke nggak</i> ”
------	--

	desain <i>gue</i> ?
Tata	“Jadi <i>lo</i> sekarang <i>pake</i> jilbab?”
Sari	“ <i>Lo</i> kenapa <i>pake</i> jilbab?”
Bia	“Iya, Nin?”
Anin	“ <i>Gue</i> kejebak. Kejebak sama kalian semua.”
Sari	“Eh <i>enggak nggak nggak</i> , <i>jelasin</i> alasan yang pasti kenapa <i>lo</i> berjilbab?”
Bia	“Chuck, kenapa Chuck?”

Berdasarkan kedua naskah di atas, telah dijelaskan bahwa jilbab dalam film *Hijab* dianggap sebagai sebuah peran bagi seseorang supaya bisa menjadi lebih baik. Secara tidak langsung, film tersebut juga telah ikut menyeragamkan pemahaman penonton bahwa perempuan cantik serta baik di zaman sekarang ini adalah perempuan yang mengenakan jilbab. Jenis penyeragaman baru oleh media, semakin menanamkan bentuk wacana yang membuat penonton menganggap perempuan akan menjadi lebih cantik serta baik dengan menggunakan jilbab. Film *Hijab* sebagai film ber-*genre* komedi serta mengusung tema religi, baik disadari maupun tidak telah ikut berperan dalam proses penyeragaman terhadap perempuan. Kata sifat “cantik” yang sejatinya merupakan relativitas yang ditentukan oleh masing-masing individu.

Dengan adanya penanaman wacana dari media menjadikan masyarakat merasa seolah mendapat pencerahan dalam menentukan peraturan kehidupan.

Tayangan media memberikan pengaruh yang cukup berarti dalam pembentukan perilaku sosial masyarakat. Mendominasi waktu luang serta menyajikan materi bagi penonton untuk melakukan identifikasi diri. Konten tayangan yang dianggap mencerahkan, justru membuat kesadaran palsu. Alih-alih mencerahkan, tapi justru memerosokkan perempuan dalam kondisi yang serba ditindas karena apa yang mereka peroleh dari budaya media hanya berupa budaya yang dikomersialisasi, distandarisasi, dan dikomodifikasi (Nurnisya, 2015: 191).

Berdasarkan kelima gambar beserta penjelasan yang telah dipaparkan, peneliti mendapati bahwa film *Hijab* selain memberikan alur cerita yang menghibur bagi penontonnya secara tidak langsung juga melakukan proses komodifikasi serta normalisasi tubuh perempuan dengan menggunakan jilbab. Melalui perkembangan *fashion hijab* di Indonesia, film tersebut mengemas dengan sedemikian rupa isu serta fenomena penggunaan jilbab sehingga mengalir dengan normal ketika disaksikan oleh penonton, sama seperti apa yang dilakukan oleh jajaran media lain. Pemahaman yang dikonstruksi oleh media terkait identifikasi perempuan cantik serta baik. Sehingga secara tidak sadar ditanam ke dalam benak masyarakat sehingga mereka akan mengidentifikasi perempuan cantik serta baik merupakan sosok perempuan yang mengenakan jilbab dengan model terbaru (hijab).

2. Domestifikasi Perempuan

Indonesia merupakan negara dengan sebagian besar penduduknya menganut budaya patriarki. Di mana budaya ini menempatkan laki-laki pada kelas superior serta prioritas. Penempatan ini jelas membuat pemahaman bahwa posisi laki-laki di atas perempuan akan terus ada. Kuatnya anggapan sosial bahwa tugas perempuan ialah berputar pada tugas rumah tangga, menjadikan pemahaman akan budaya patriarki seolah semakin ditegaskan. Sehingga hal ini menimbulkan pengklasifikasian tugas bagi perempuan atau yang kerap disebut sebagai domestifikasi perempuan. Domestifikasi perempuan erat kaitannya dengan mitos tentang perempuan yang diidentikkan dengan 3M: *masak* (memasak), *manak* (melahirkan), dan *macak* (merias diri) (Munti, 2005: 99). Mitos ini lagi lagi menempatkan perempuan pada posisi subordinat di bawah laki-laki.

Bias gender yang mengakibatkan beban kerja terhadap perempuan seperti memasak, merawat anak, mengurus rumah, dan segala jenis tugas yang tergolong ke dalam tugas domestik seringkali diperkuat dengan adanya pola pikir masyarakat akan pekerjaan yang dianggap sebagai jenis “pekerjaan perempuan” dinilai lebih rendah dibandingkan jenis pekerjaan yang dianggap “pekerjaan laki-laki”. Sementara itu kaum perempuan, karena anggapan gender ini, sejak dini telah disosialisasikan untuk menekuni peran gender

mereka. Di lain pihak, kaum laki-laki tidak diwajibkan secara kultural untuk menekuni berbagai jenis pekerjaan domestik itu (Fakih, 1996: 22).

Selain mengulas isu penggunaan jilbab di Indonesia, film *Hijab* juga mengangkat isu lain terkait kehidupan rumah tangga. Di mana hal tersebut berkaitan erat dengan budaya patriarki yang dipahami oleh sebagian besar masyarakat Indonesia. Sehingga secara tidak sadar karakter perempuan terdomestifikasi dalam hal pembagian tugas dengan suami mereka setelah memasuki jenjang pernikahan.



Gambar 3.8

Naskah:	
Gamal	“Haram!”
Sari	“ <i>Nyetir</i> mobil haram?”
Gamal	(mengangguk)

Sari	“Belanja?”
Gamal	“Ya untuk sehari-hari, <i>fadhhol</i> . Suami wajib kasih <i>fulus</i> .”
Sari	“Misalnya kalau belanja baju, perhiasan, parfum...”
Gamal	“ <i>Fadhhol.. fadhhol..</i> asal dipakai di depan suami, di luar itu haram.”
Ibu Sari	“Begini <i>aja</i> , Sari kalau belanja baju, perhiasan pakai uangnya sendiri tidak mengganggu uang suami. Jadi Sari harus kerja.”
Gamal	“Haram! Perempuan itu <i>kudu</i> di rumah, <i>nyuci</i> baju, merawat anak, masak, dan patuh dengan suami. Kalau mau keluar rumah harus <i>ijin</i> suami, dan didampingi muhrim. Kalau tidak, haram!”
Gamal	“Oh, satu lagi. Mama dan Sari harus pakai jilbab ya, tapi jilbab yang <i>bener</i> , sesuai dengan aturan agama. Kalau perlu pakai cadar. Wajib <i>hukumnye</i> .”

Cuplikan di atas diambil pada menit ke 05:27, di mana Gamal sedang berkumpul dengan Sari dan kedua orang tua Sari. Pengambilan gambar tersebut diambil dengan menggunakan teknik *medium long shot*, di mana teknik ini dimaksudkan supaya khalayak sebagai penonton mampu melihat penampilan atau pergerakan dari keseluruhan objek dalam *frame*. Dengan

menggunakan teknik jenis ini, maka objek akan terlihat dengan jelas di bagian penampilan, gender, dan juga ekspresi wajah yang ditunjukkan (Thompson & Bowen, 2009: 15-16). Dari gambar 3.8, dapat diketahui bahwa latar tempat yang digunakan adalah rumah Sari dan Gamal, khususnya di ruang tamu. Model pakaian yang dikenakan oleh Sari-pun terlihat seperti ketika ia tidak sedang pergi ke suatu tempat, melainkan sedang bersantai di rumah. Selain itu keempat objek dalam gambar nampak sedang bercakap-cakap sesuai dengan naskah. Sorot mata dari ketiga objek lain yang serempak diarahkan pada Gamal, menunjukkan bahwa ketiganya tengah memperhatikan penuturan suami Sari yang kemudian dilanjutkan dengan negosiasi terhadap aturan itu. Selama Gamal memberikan aturan serta larangan bagi keluarga Sari, dapat dilihat raut wajah ketiga objek lain yang menunjukkan perasaan kaget. Seolah baru saja mendapat/mendengar peraturan seperti yang diungkapkan oleh Gamal dalam adegan tersebut. Meski bisa saja peraturan yang disebutkan telah diketahui kebenarannya oleh keluarga Sari, namun seolah dengan kondisi kehidupan mereka, hal itu bukanlah sesuatu yang biasa untuk dilakukan dalam kehidupan mereka sehari-hari.

Hal tersebut bisa saja dimaknai sebagai posisi laki-laki yang lebih tinggi dari pada perempuan sehingga mampu memberikan perintah apa saja yang seharusnya dipatuhi. Keberadaan ayah Sari-pun seolah tidak memberikan pengaruh apa-apa selama proses negosiasi. Perbincangan yang lebih didominasi oleh Gamal, membuat Sari pada akhirnya menerima apa adanya,

tunduk, dan mematuhi apa yang telah diucapkan tanpa melakukan pembelaan untuk dirinya sendiri. Jika dipahami dengan pemikiran yang kritis, adanya larangan bekerja bagi perempuan tentu kurang bisa diaplikasikan ke dalam kehidupan nyata sebagian besar masyarakat Indonesia yang notabene memiliki status negara berkembang. Dengan angka kemiskinan yang masih tinggi, membuat kalangan kelas menengah ke bawah rasanya sulit apabila hanya mengandalkan pekerjaan suami untuk mengatasi masalah finansial keluarga mereka.



Gambar 3.9

Naskah:

Tata	“Kamu kenapa <i>sih</i> yang?”
Ujul	“Kamu <i>tuh</i> tahu <i>'kan?</i> Aku <i>tuh</i> lagi eksplorasi fotografer studio? Semua tabungan aku <i>invest-in</i> buat beli

	perlengkapan studio yang mewah, yang keren, yang kondusif. Semua <i>kerjaan</i> dari klien-klien aku <i>udah</i> aku <i>tolak-tolakin</i> . Tapi ternyata <i>nggak gampang</i> . Kamu tahu <i>dong</i> imej aku? Imej aku itu terlalu fotografer jurnalis. Itu yang <i>bikin</i> klien baru aku <i>nggak</i> percaya.
Tata	“ <i>Tinggal</i> kamu <i>yakinin</i> aja ‘ <i>kan?</i> ”
Ujul	“Ya merekanya <i>aja</i> yang <i>nggak</i> mau <i>nyoba</i> . Mereka <i>tuh kaya</i> takut ambil resiko. Klien aku yang lama <i>udah dapet</i> pengganti aku yang baru.
Ujul	“Mobil sama rumah, belum dibayar ya cicilannya? Minggu ini ‘ <i>kan?</i> Aduh.. penghasilan kantong <i>nggak</i> ada tiga bulan, kamu lagi.. kamu <i>tuh kalo</i> mau perawatan rambut <i>ngomong</i> dulu <i>dong ama</i> suami. Heh.. diajak <i>ngobrol</i> malah pergi.

Dari gambar di atas, teknik pengambilan menggunakan jenis *medium close-up*. Penggunaan teknik jenis ini dimaksudkan supaya air muka setiap tokoh dalam *frame* terlihat lebih jelas—di mana arah pandangan mata nampak jelas seperti karakter tersebut mempertunjukkan emosi mereka. Teknik jenis *medium shot* merupakan salah satu teknik yang cukup sering digunakan dalam pembuatan film karena mampu menyediakan banyak informasi mengenai tokoh ketika sedang berbicara, mendengar, atau menunjukkan suatu aksi yang

tidak banyak melibatkan pergerakan tubuh maupun kepala (Thompson & Bowen, 2009: 17).

Melalui cuplikan gambar 3.9 serta percakapan yang terjadi di antara Ujul dan Tata, terasa bahwa suasana dalam *scene* tersebut sedang sedikit lebih tegang daripada biasanya. Tergambar jelas dari raut wajah Ujul yang merasa kecewa dengan keputusan Tata untuk merawat permasalahan rambut rontoknya dengan menggunakan jasa salon tanpa sepengetahuannya, lantas meluapkan hal tersebut. Berdasarkan kalimat Ujul-pun dapat diketahui bahwa kondisi keuangannya sedang menurun akibat dari klien yang memilih untuk berpindah ke fotografer lain, sementara uang simpanannya sudah digunakan untuk mempersiapkan sebuah studio foto untuk mendukung pekerjaannya sebagai seorang fotografer. Terlebih ketika Ujul teringat akan kewajibannya untuk membayar cicilan rumah dan mobil, rasa kecewa tersebut kemudian diungkapkan secara frontal terhadap Tata.



Gambar 3.10
Naskah:
<p>“Mobil <i>udah</i> aku <i>lunasin</i>, cicilan rumah <i>udah</i> aku bayar sampai tiga bulan ke depan, tinggal listrik.. ya.. kita tunggu <i>aja</i> tagihannya minggu depan. Tapi <i>udah</i> aku <i>siapin</i> kok. (sembari terkekeh) Kamu <i>nggak</i> usah khawatir.”</p>

Melanjutkan *scene* sebelumnya, pada gambar 3.10 terlihat Ujul tengah memperhatikan beberapa lembar kertas diikuti dengan Tata di sampingnya. Gambar tersebut diambil dengan menggunakan teknik *medium close-up* sehingga mampu menunjukkan bagaimana detail ekspresi wajah tersenyum yang menggambarkan perasaan senang atas tindakannya kemudian diberi ketika salah satu tokohnya (dalam hal ini Tata) sedang berbicara. Karena lembaran kertas tersebut merupakan bukti pembayaran tagihan bulanan atas rumah dan mobil yang sebelumnya sudah dibayarkan oleh Tata dengan menggunakan keuntungan dari penjualan produk *Meccanism*. Hal itu merupakan suatu kebetulan ketika keadaan finansial Ujul tengah menurun, namun bisa dibantu dengan hasil bisnis Tata bersama ketiga sahabatnya. Sehingga dengan berjalannya bisnis *Meccanism* dalam film *Hijab* mampu membantu meringankan beban Ujul dalam memenuhi kebutuhan finansial keluarganya. Namun yang terjadi selanjutnya, hal tersebut justru ditentang.

Tagihan mereka yang telah dibayar, seolah membuat Ujul merasa gengsi atas bantuan Tata.



Gambar 3.11

Naskah:

Tata	“Kamu <i>tuh ngomong apaan sih? Aku ‘kan cuma pengen ngeringanin</i> beban kamu <i>aja.</i> ”
Ujul	“Nah itu! Itu!”
Tata	“Itu apa?”
Ujul	“Ya itu!”

Alih-alih mendapat apresiasi, Ujul justru merasa tidak setuju dengan keputusan Tata yang membantu meringankan beban suaminya dengan

membayar sejumlah tagihan bulanan mereka. Dimulai dari percakapan singkat di antara Ujul dan Tata seperti berikut:

Ujul	“Aku <i>tuh</i> masih fotografer, ya. Masih <i>kecatet</i> , belum jadi tukang foto <i>kawinan</i> .”
Tata	“Yang bilang kamu tukang foto <i>kawinan</i> siapa?”
Ujul	“Itu merekanya <i>aja</i> yang <i>goblok</i> . Merekanya <i>nggak ngerti seni</i> , <i>nggak ngerti</i> estetik. Mereka itu <i>kejebak</i> dalam kemapanan. <i>Ngerti nggak sih</i> kamu?!”

Dengan menggunakan teknik *medium long shot*, pergerakan tubuh oleh salah satu tokoh dalam *frame* bisa terlihat dengan lebih utuh. Meski ekspresi wajahnya tidak terlihat jelas, namun dari beberapa gestur tubuh yang ditunjukkan mampu membantu penonton dalam memahami situasi yang dibangun dalam cuplikan *scene* di atas. Latar tempat percakapan itu dilakukan adalah di dalam kamar, yang bisa dimaknai sebagai ruang privasi bagi pemiliknya sehingga tak sembarang orang bisa memasuki ruang tersebut dengan bebas. Percakapan yang dilakukan oleh Tata serta Ujul dapat digolongkan ke dalam jenis percakapan pribadi, sehingga orang lain tak memiliki hak untuk mendengar. ‘Orang lain’ di sini tentu merujuk pada pramuniaga dari salon yang sebelumnya diundang oleh Tata untuk melakukan perawatan rambutnya di rumah.

Pada gambar 3.11, terlihat Ujul sedang berada di posisi berdiri dengan tangan kanan yang menunjuk ke arah Tata. Apabila dimaknai secara konotasi, hal tersebut merupakan salah satu bentuk pengungkapan rasa marah atas tindakan lawan bicaranya. Posisi berdiri oleh Ujul, dan duduk oleh Tata seperti pada gambar tersebut dilakukan untuk tujuan mengintimidasi. Sehingga Tata sebagai objek yang ditunjuk menjadi merasa tersudutkan. Namun, jika dipahami dengan pemikiran yang kritis, *scene* tersebut justru cukup jelas menunjukkan kelemahan Ujul ketika mengetahui bahwa istrinya, Tata, memiliki lebih banyak uang. Munculnya rasa gengsi apabila pendapatan Tata lebih besarlah yang membuat Ujul bersikap seperti yang ditunjukkan dalam *scene*.



Gambar 3.12

Naskah:

Matnur	“ <i>Rating Kerdus</i> itu masih bagus ya, sayang. <i>Top 20</i> di tv-tv swasta. Aku itu belum dibuang dari industri.”
Bia	“Aku cuma mau <i>bikin surprise aja</i> buat kamu.”
Marnut	“ <i>Surprise?</i> ”
Bia	“Iya.”
Matnur	“Kamu <i>udah</i> berhasil <i>bikin</i> aku <i>surprise</i> . Wow.. wow.. wow..
Bia	“ <i>Emang</i> salah ya kalau istri mau coba untuk meringankan beban suami? Salah?”

Gambar 3.12, diambil dengan menggunakan teknik *medium close-up* yang mana mampu menunjukkan lebih detail ekspresi wajah seseorang atau dua orang dalam sebuah percakapan. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, bahwa penggunaan teknik jenis ini dikarenakan objek dalam *frame* tak melakukan pergerakan tubuh yang cukup besar, sehingga penonton lebih mudah untuk menangkap inti dari percakapan antara Matnur dan Bia. Adegan seperti yang ditunjukkan pada gambar di atas, tidak memiliki banyak perbedaan dengan adegan Ujul dan Tata yang telah dibahas sebelumnya. Hal tersebut dimulai ketika Matnur hendak membayar tagihan bulanan di sebuah minimarket. Namun setelah kembali, ia malah menunjukkan raut wajah heran sekaligus penasaran. Hal tersebut tergambarkan dalam percakapan berikut ini:

Matnur	“Harusnya tagihan telepon dan kartu kredit bulan ini <i>tuh udah</i> keluar. Kok ini malah <i>udah</i> dibayar.. siapa yang bayar, ya?”
Bia	(Memberikan beberapa lembar kertas) “Aku sayang yang bayar.”

Dari cuplikan gambar serta percakapan di atas, Matnur seolah merasakan hal yang sama seperti Ujul. Di waktu yang hampir bersamaan, Matnur harus rela kehilangan perannya dalam serial televisi yang sebelumnya ia mainkan. Hal tersebut pada awalnya tidak diketahui oleh Bia, justru ia tahu dari bibi yang dipekerjakannya di rumah. Keputusan Matnur yang tidak memberitahukan pada Bia terkait pekerjaannya sesuai dengan cuplikan *scene* di atas, bisa saja diartikan bahwa ia tidak ingin membuat istrinya merasa khawatir akan kondisi pekerjaannya saat itu. Sehingga tidak membuat hubungan rumah tangganya terganggu. Namun jika adegan tadi dipahami dengan menggunakan makna denotasi, keputusan yang dibuat oleh Matnur justru mengungkapkan bahwa seolah ia tidak mau/merasa gengsi apabila pendapatannya lebih rendah daripada yang didapatkan Bia. Selaras dengan apa yang terjadi di Indonesia, bahwa fenomena pendapatan istri yang lebih besar daripada pendapatan suami merupakan isu yang sensitif. Sehingga sebagian besar kaum lelaki di Indonesia merasa malu/gengsi apabila pendapatannya lebih kecil daripada pendapatan istrinya.



Gambar 3.13

Naskah:

Gamal	(menggebrak meja) “Ya salah! Seharusnya suami yang bantu istrinya, bukan istri yang bantu <i>encangnye</i> ! <i>Ente dapet fulus</i> dari mana? Pasti <i>itungan</i> sama <i>temen-temen ente</i> yang di butik itu kan?!”
Sari	“ <i>Eggak.. enggak</i> , orang aku <i>minjem</i> sama mama.”
Gamal	“ <i>Ente minjem? Ente minjem? Wallah!</i> ” (memukul dinding)

Cuplikan gambar 3.13, diambil pada menit ke 53:28 dengan menggunakan teknik *medium long shot*. Pengambilan gambar dengan menggunakan teknik ini ditujukan supaya pergerakan tubuh dari kedua objek dalam *frame* bisa ditampakkan dengan jelas. Umumnya dalam *shot* jenis ini menunjukkan pergerakan yang dilakukan oleh sebagian besar anggota tubuh. Melalui

gambar di atas, terlihat bahwa Gamal mengambil posisi berdiri sedangkan Sari duduk. Cukup berbeda dengan adegan yang dialami oleh Tata dan Bia, adegan kali ini diawali dengan Sari yang membelikan Gamal satu stel jas dengan *brand* terkenal berharga kurang lebih Rp 4 juta, yang mana harga tersebut sebanding dengan separuh dari gaji Gamal sendiri. Hingga ia mengucapkan, “*wallah, buat ganteng aja mesti ngabisin setengah gaji.*” Maka berangkat dari hal tersebut, kemudian Sari ingin memberikan kejutan untuk Gamal dengan membelikan stelan jas yang menjadi bahan perbincangan mereka pada *scene* sebelumnya memakai uangnya sendiri—hasil dari penjualan produk *Meccanism*.

Secara keseluruhan, gambar di atas mampu memberikan petunjuk bahwa suasana dalam ruangan itu merupakan suasana tegang. Di mana Gamal sedang meluapkan rasa amarahnya pada Sari. Posisi Gamal yang sedang berdiri sembari menunjuk sekaligus memberikan tatapan tajam ke arah istrinya pun terlihat mengintimidasi. Dibuktikan pula dengan Sari yang nampak ketakutan dengan apa yang dilakukan oleh suaminya. *Scene* 3.15 menunjukkan bahwa Gamal sebagai seorang suami dan juga kepala keluarga memiliki posisi superior daripada Sari sebagai seorang istri. Dalam keluarganya, pendapat istri seolah tidak terlalu dipertimbangkan oleh suami dan menganggap bahwa keputusannya sudah mutlak serta tidak bisa diganggu-gugat.



Gambar 3.14

Ketika alur memasuki menit-menit akhir, diceritakan bahwa Bia dan Tata berhasil mendapatkan izin untuk terus menjalankan *Meccanism* seperti sedia kala. Begitu juga dengan Anin, yang diceritakan telah merencanakan pernikahan dengan Chucky. Chucky yang sedari awal menjunjung emansipasi perempuan, tidak mempermasalahkan Anin yang memiliki kesibukan mengelola bisnis *fashion hijab* miliknya dengan ketiga sahabatnya. Namun berbeda dengan Sari, yang bahkan sampai akhir cerita ia tetap tidak diizinkan membantu Gamal untuk bekerja meski dengan alasan membantu meringankan beban suaminya. Hal tersebut digambarkan pada cuplikan di atas. Pada gambar 3.14, dapat dilihat kegiatan Sari yang tengah memasak di rumah sembari menonton televisi. *Scene* tersebut diambil dengan menggunakan teknik *medium long shot* yang diidentikkan dengan pengambilan gambar hingga sebatas lutut karakter dalam *frame*. Menurut

Thompson & Bowen dalam bukunya, teknik pengambilan gambar jenis ini ditujukan untuk mengetahui gerakan individual secara keseluruhan oleh karakter dalam *frame*. Sejalan dengan maksud serta tujuan penggunaan teknik jenis *medium long shot*, supaya penonton dapat melihat baik gerak tubuh maupun ekspresi wajah karakter Sari secara bersamaan. Melalui ekspresi wajah serta gerak tubuh Sari, *scene* tersebut menunjukkan perasaan kaget ketika melihat objek lain yang menjadi pusat perhatian dari karakter dalam *frame*. Dalam hal ini objek yang dipandang oleh Sari adalah televisi, yang mana tengah menayangkan acara bincang-bincang dengan Bia serta Matnur sebagai salah satu pemilik bisnis *fashion hijab Meccanism*.



Gambar 3.15

Naskah

“Nah, kalau yang namanya pernikahan itu cuma satu kuncinya, yaitu

komunikasi.”

Gambar 3.15 merupakan *scene* lanjutan yang ditunjukkan oleh gambar 3.14. Cuplikan di atas diambil mulanya dengan menggunakan teknik *medium long shot*, namun kemudian dengan memanfaatkan *zoom in*, objek menjadi terlihat semakin dekat. Sesuai dengan konteks naskah di atas, serta dukungan latar belakang musik yang menggambarkan suasana bahagia adegan tersebut seolah menggambarkan bagaimana awal mula kebahagiaan kehidupan setiap karakter dalam cerita. Naskah yang menyebutkan salah satu kunci kebahagiaan dalam hubungan pernikahan pun dijadikan sebagai jawaban atas keraguan bagi setiap gelisah yang dirasakan oleh suami dan istri dalam rumah tangga. Kendati demikian, apabila dengan dua karakter perempuan lain yakni Bia dan Tata yang melalui komunikasi dengan suami masing-masing mereka diberikan izin untuk bekerja, lain halnya dengan Sari. Komunikasi yang dijunjung dalam keluarga Gamal tersebut justru memberikan akhir cerita yang tidak jauh berbeda dengan konflik sebelumnya. Sari yang sudah dikenalkan memiliki kemampuan dalam hal berdagang, pada akhirnya tetap menjadi ibu rumah tangga seperti pada gambar 3.16.



Gambar 3.16

Kemudian *scene* berlanjut pada gambar 3.16, di mana kamera mengambil gambar wajah Sari dari dekat dengan menggunakan teknik *close up*. Penggunaan teknik jenis ini dimaksudkan untuk menunjukkan detail keseluruhan dari mata dan menyampaikan emosi dari pandangan mata, mulut, dan otot wajah secara halus. Setiap penonton dituntut untuk fokus pada wajah karakter dalam *frame*, khususnya pada mata dan/atau mulut (Thompson & Bowen, 2009: 18). Melalui *scene* pada gambar 3.16, penonton dapat mengetahui perasaan sebenarnya yang dirasakan oleh Sari saat melihat tayangan dari televisi. Bahagia serta bangga atas kesuksesan yang dicapai oleh *Meccanism*, namun juga tersirat kesedihan di sana.

Dari sejumlah gambar serta pemaparan di atas, dapat disimpulkan bahwa film *Hijab* juga masih menjunjung budaya patriarki, sama seperti apa yang terjadi di Indonesia. Ketidak-bebasan istri dalam memperjuangkan pendapat

mereka serta kurangnya komunikasi yang lancar membuat ketiga karakter perempuan sebagai istri berada dalam posisi kedua, di mana mereka harus selalu menuruti perintah dari suami tanpa mendiskusikannya terlebih dahulu meski hal tersebut bertentangan dengan keinginan serta kemampuannya. Adanya domestifikasi terhadap tugas perempuan menjadikan perbedaan gender kian terasa tidak adil. Manifestasi ketidak-adilan yang terjadi di dalam kehidupan rumah tangga berwujud seperti bagaimana proses pengambilan keputusan, pembagian kerja dan interaksi antaranggota keluarga dalam banyak rumah tangga sehari-hari dengan menggunakan asumsi bias gender. Oleh karenanya, menurut Fakih, rumah tangga menjadi tempat kritis dalam mensosialisasikan ketidak-adilan gender (1996: 23).

Subordinasi terhadap salah satu jenis kelamin, umumnya pada kaum perempuan dalam rumah tangga, masyarakat, maupun negara muncul karena banyaknya kebijakan dibuat tanpa ‘menganggap penting’ kaum perempuan. Misalnya anggapan karena perempuan *toh* nantinya akan ke dapur, lalu mengapa harus sekolah tinggi-tinggi? Atau karena stereotip bahwa perempuan memiliki pembawaan “emosional” sehingga dianggap tidak tepat tampil sebagai seorang pemimpin sebuah partai atau manajer suatu perusahaan. Hal tersebut merupakan subordinasi yang dimaksudkan. Fakih menyebutkan bahwa isu tersebut adalah salah satu diskriminasi berdasarkan gender. Berabad-abad lamanya dengan alasan doktrin agama kaum perempuan tidak boleh memimpin apa pun, termasuk masalah keduniaan. Adanya penafsiran

agama serupa dalam lingkungan masyarakat mengakibatkan subordinasi dan marginalisasi kaum perempuan itulah yang dipersoalkan. Padahal dalam Al-Qur'an sebagai rujukan prinsip masyarakat Islam, pada dasarnya mengakui bahwa kedudukan laki-laki dan perempuan adalah sama. Keduanya diciptakan dari satu *nafs (living entity)*, di mana yang satu tidak memiliki keunggulan terhadap yang lainnya. Bahkan Al-Qur'an tidak menjelaskan secara tegas bahwa Hawa diciptakan dari tulang rusuk Nabi Adam a.s kedudukan serta statusnya lebih rendah (Fakih, 1996: 130).

C. Analisis Decoding

1. Deskripsi Umum Informan

Penelitian penerimaan penonton perempuan terhadap film *Hijabini* menggunakan lima orang informan dengan latar belakang pendidikan, sosial, pekerjaan, dan umur yang berbeda. Dengan adanya wawancara mendalam yang dilakukan kepada setiap informan, peneliti mengharapkan adanya jawaban serta pendapat yang beragam dari masing-masing informan.

a. Elly Farhadiah

Merupakan ibu dengan 3 orang anak yang 2 di antaranya sudah melangsungkan pernikahan, sedangkan 1 lainnya masih menempuh pendidikan S1 di salah satu universitas swasta di Yogyakarta. Suaminya bernama Lukman Hakim Haris dan telah lebih dulu meninggal pada tanggal 12 Maret 2003 silam. Dalam membiayai ketiga anaknya, Elly berjuang

sendiri dengan menjalankan sebuah toko perlengkapan tidur yang terletak di Pasar Induk Wonosobo. Selain kesibukannya menjadi seorang wiraswasta, Elly juga tergabung ke dalam organisasi bernama Gabungan Organisasi Wanita (GOW). Organisasi tersebut membawahi sejumlah organisasi-organisasi yang lebih kecil, yang mana posisi kepengurusan diisi oleh perempuan. Setiap minggunya, GOW mengadakan kegiatan rutin berupa pengembangan baik dari ilmu pengetahuan maupun bakat untuk ibu-ibu yang tergabung ke dalam organisasi tersebut. Pengetahuannya tentang agama Islam, ia dapatkan dari pengajian mingguan yang diadakan setiap hari Minggu pagi dan dari koleksi buku-bukunya di rumah.

a. 1. Intensitas mengonsumsi media

Saat mengonsumsi media, ia termasuk ke dalam kelompok yang cukup banyak memenuhi kebutuhan informasi melalui tayangan-tayangan berita dari televisi. Ia juga bukan seorang penikmat sinetron yang kerap ditayangkan pada malam hari. Beberapa tayangan yang tergolong ke dalam favoritnya yakni *Kick Andy*, *Mata Najwa*, *Sentilan-Sentilun*. Ketiga tayangan tersebut merupakan program dari MetroTV. Meski kehadiran internet sudah kian canggih serta mampu memberikan tawaran informasi yang lebih lengkap, Elly bukan merupakan penggila gawai. Telepon genggamnya lebih sering ia gunakan sebagai alat komunikasi dengan teman-temannya.

a.2. Penggunaan Jilbab Sehari-hari

Saat melakukan aktivitas sehari-hari, Elly merupakan seorang yang taat dalam memakai jilbab. Meski dalam mengawasi toko yang sudah dijalankan sejak sebelum ia menikah, ia tetap konsisten dalam mengenakan jilbab.

b. Anggieya Haris

Informan kedua ini kerap disapa dengan Anggie. Sudah melangsungkan pernikahan pada tahun 2015 silam, dan telah dikaruniai seorang anak laki-laki. Profesinya semula menjadi seorang karyawati di salah satu cabang Grapari PT. Telekomunikasi Seluler, kini telah mengundurkan diri dan menjadi ibu rumah tangga. Kesehariannya selain mengurus anaknya yang masih berusia 10 bulan, ia juga menjalankan rumah makan kecil yang dirintis bersama sang suami dengan menu ayam geprek sebagai menu yang diunggulkan. Dalam hal ilmu pengetahuan agama, Anggie pernah mendapat kesempatan untuk mengenyam pendidikan di Pondok Pesantren Gontor Putri II (setara dengan SMP), namun memilih untuk keluar kemudian memutuskan melanjutkan pendidikannya dengan pindah sekolah ke SMP Muhammadiyah 1 Wonosobo. Selain itu, ia juga ikut aktif dalam pengajian mingguan di hari Minggu pagi bersama dengan Elly.

b.1. Intensitas Mengonsumsi Media

Dalam mengonsumsi media khususnya televisi, Anggie merupakan seseorang yang menghabiskan hampir setiap waktu sebelum dan setelah menyelesaikan ibadah shalat maghrib dengan menonton televisi. Selain mengonsumsi tayangan berita, ia juga merupakan penikmat serial televisi yang ditayangkan oleh saluran NET. Kendati demikian, informasi yang ia dapatkan seimbang antara televisi dan penggunaan internet.

b.2. Penggunaan Jilbab Sehari-hari

Selama menjalankan aktivitasnya di luar rumah, Anggie juga termasuk ke dalam pengguna jilbab yang konsisten. Bahkan dengan hadirnya tren jilbab dengan ukuran besar, ia mulai memutuskan untuk belajar menggunakan model jilbab tersebut.

c. Hanif Nur Widhianti

Akrab dengan sapaan Hanif. Ia telah melangsungkan pernikahan dan sudah dikaruniai 3 orang anak. Anak pertama sedang mengenyam pendidikan di bangku sekolah menengah atas, sedangkan anak nomor 2 tengah menempuh pendidikan di bangku sekolah dasar, dan yang nomor 3 di bangku taman kanak-kanak. Profesinya sebagai guru Bahasa Arab di Madrasah Aliyah Negeri (MAN) Wonosobo. Selain kesibukannya sebagai seorang tenaga pendidik, Hanif juga mengisi kegiatannya di hari Minggu pagi dengan pengajian rutin mingguan. Pengetahuan keagamaannya didapat

dari buku-buku terkait keagamaan koleksinya serta mengikuti kegiatan pengajian seperti yang telah disebutkan sebelumnya.

c.1. Intensitas Mengonsumsi Media

Dalam mengonsumsi media, ia termasuk ke dalam kelompok sering ketika menghabiskan waktunya dengan menonton televisi setelah menemani ketiga anaknya mempersiapkan pelajaran mereka di sekolah esok hari. Hanif mengaku lebih menyukai program acara yang sarat akan nilai informasi dan edukasi, seperti tayangan berita pada waktu-waktu tertentu. Meski tidak jarang ia juga bisa menikmati program acara hiburan yang ditawarkan oleh setiap saluran televisi.

c.2. Penggunaan Jilbab Sehari-hari

Dimulai dari saat masih kecil, Hanif mengaku telah dibiasakan menggunakan jilbab oleh kedua orang tuanya. Sehingga hal tersebut telah menjadi suatu rutinitas ketika sedang menjalankan aktivitasnya di luar rumah.

d. Yuningsih

Informan keempat ini akrab dengan sapaan Ning. Berasal dari Bandung dan sudah menikah dengan suaminya yang merupakan asli kota Yogyakarta. Telah dikaruniai 2 orang anak yang masih kecil. Putra sulungnya baru saja masuk ke sekolah taman kanak-kanak sedangkan putra bungsunya masih berumur 2 tahun. Kesehariannya diisi dengan menjadi ibu rumah tangga,

mengurus anak, serta menjalankan warung kecil yang dirintis bersama dengan suaminya sebagai sumber pendapatan sehari-hari selain membuka kos-kosan untuk mahasiswa putri.

d.1. Intensitas Mengonsumsi Media

Ning merupakan seorang yang aktif dalam mengonsumsi media. Ia mengaku lebih menyukai tayangan serial televisi dari India daripada program acara buatan dalam negeri, karena menurutnya tayangan dalam negeri kurang menghibur dengan cara yang berkualitas. Namun, dengan hadirnya kedua buah hati, Ning menjadi mengurangi intensitas dalam menonton tayangan televisi yang ia sukai. Salah satu media elektronik tersebut lebih sering digunakan sebagai hiburan untuk anak-anaknya sehingga ia memilih untuk menggunakan saluran televisi berbayar supaya bisa dikonsumsi juga untuk mereka.

d.2. Penggunaan Jilbab Sehari-hari

Dalam menjalankan aktivitasnya sehari-hari seperti melayani pembeli di warung kecil miliknya, Ning terbiasa mengenakan pakaian rumahan biasa tanpa menggunakan jilbab. Begitu pula ketika ia hendak belanja di pasar untuk memenuhi kebutuhan warungnya, menghadiri acara ibu-ibu di wilayah rw maupun rt atau sekedar mengunjungi rumah tetangga. Namun ketika Ning hendak bepergian jauh, ia nampak menggunakan jilbab meski model yang sering dikenakan adalah model jilbab instan.

e. Irawati

Informan terakhir, perempuan ini akrab dengan sapaan Ira. Merupakan ibu dari 2 orang anak, laki-laki dan perempuan. Anaknya yang pertama kini telah duduk di bangku kelas 3 Sekolah Dasar (SD), sedangkan yang kedua masih berumur 2 tahun. Kesehariannya menjadi ibu rumah tangga. Memilih untuk berada di rumah dan menjaga serta mengurus anaknya yang masih kecil.

e.1. Intensitas Mengonsumsi Media

Perihal mengonsumsi media, Ira juga merupakan seseorang yang aktif menonton televisi seperti informan sebelumnya. Ia mengonsumsi tayangan-tayangan di televisi lebih mengutamakan nilai hiburan daripada nilai informasi serta edukasi bagi, sehingga Ira lebih menyukai menonton program acara hiburan maupun serial televisi. Sementara untuk memenuhi kebutuhan informasi serta edukasi, ia lebih sering menggunakan media internet karena menurutnya informasi di sana lebih banyak dan lengkap, meski memang dalam konsumsinya harus dipilah sesuai dengan kebutuhan.

e.2. Penggunaan Jilbab Sehari-hari

Ira juga merupakan seorang pengguna jilbab yang konsisten ketika sedang menjalankan aktivitasnya di luar rumah. Tidak peduli seberapa dekat atau ketika sedang menjamu tamu yang datang ke rumah khususnya lawan jenis, ia akan mengenakan jilbab.

2. Penerimaan dan Pemahaman Informan Terhadap Konstruksi Identitas Perempuan Muslim dalam film *Hijab*

Fenomena penggunaan jilbab dalam film *Hijab* diangkat sesuai dengan apa yang sedang terjadi di Indonesia. Mengambil latar tempat di Kota Jakarta, film ini mengangkat bagaimana kaum urban khususnya pemeluk agama Islam dalam menjalani kehidupan setelah pernikahan mereka. Keempat karakter utama dalam film *Hijab* juga digambarkan berusaha mempertahankan bisnis *fashion hijab online* yang telah mereka dirikan demi meringankan beban finansial keluarga. Meyakinkan suami masing-masing supaya mereka mendapatkan izin untuk menjalankan bisnis tersebut ketika ketiganya mendapat larangan keras untuk bekerja di bawah *syari'at* agama Islam. Sehingga penelitian ini ingin mengetahui bagaimana tanggapan penonton dalam memaknai konstruksi identitas perempuan muslim yang dibangun dalam film *Hijab*.

Poin pembahasan selanjutnya, berisi tentang pemaparan pendapat setiap informan terhadap topik diskusi setelah sesi menonton berlangsung. Hal ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana penonton memaknai (*decoding*) pesan demi pesan yang diberikan dalam film *Hijab* menggunakan analisis resepsi milik Stuart Hall. Analisis ini sendiri mengutamakan pemahaman penonton terhadap pesan dalam suatu tayangan sehingga mampu digunakan untuk melihat dan memahami respon, penerimaan, sikap, dan makna yang diproduksi/dibentuk oleh penonton. Asumsi dasar dari analisis resepsi adalah

konsep khalayak aktif, maka dalam hal ini khalayak mempunyai otonomi untuk memproduksi dan mereproduksi makna yang ada di dalam tayangan sebuah film yang ditontonnya secara aktif (Ida, 2014: 161).

a. Informan dalam Memaknai serta Memahami Jilbab

Hadirnya perkembangan dalam dunia *fashion hijab* di Indonesia seolah telah memberikan pengaruh yang signifikan dalam membantu kaum perempuan terhadap pemilihan model penampilan sehari-hari. Jilbab sebagai salah satu produk busana muslim yang kini telah memiliki sekian banyak ragam model sekaligus warna dimanfaatkan oleh setiap penggunanya sebagai kebebasan berekspresi dalam hal penampilan di dalam ruang publik. Selain itu, jilbab juga dipercayai sebagai salah satu hal yang mampu membawa perubahan baik dalam hidup seseorang. Pemahaman jenis tersebut seakan dikuatkan dengan sejumlah pertanyaan dalam konten media baik elektronik maupun cetak, bahwa jilbab mampu merubah kehidupan seseorang menjadi lebih baik. Pengaruh terpaan media terkait pemakaian jilbab oleh sejumlah figur selebriti berjilbab pun secara tidak sadar semakin menguatkan keyakinan masyarakat, sehingga jumlah perempuan berjilbab semakin menjamur.

Hanif yang telah dibiasakan menggunakan jilbab bahkan dari saat usianya masih belia menganggap bahwa jilbab merupakan peraturan

dalam agama Islam yang dikhususkan bagi perempuan, karena batas aurat mereka meliputi ujung kepala hingga kaki kecuali wajah dan telapak tangan. Tumbuh di bawah didikan orang tua yang cukup mementingkan jilbab dalam hal berpenampilan (bagi kaum perempuan), membuatnya merasa terbiasa dengan keadaan tersebut. Bahkan kini setelah memiliki profesi, lingkungan di sekitarnya juga membuatnya semakin terbiasa dengan perempuan berjilbab.

“Mbak Hanif *udah* pakai jilbab mulai dari masih kecil. Agak lupa kapan pastinya, tapi memang ibu sama bapak udah suruh pakai jilbab dari kecil. Kalau anak-anak *'kan* pakaiannya masih dipakaikan sama ibu, setiap mau pergi keluar rumah ibu selalu pilih pakaian lengan sama celana panjang biar bisa dipakaikan jilbab. Jadi kebiasaan *deh*, sampai sekarang.” (Wawancara dengan Hanif, 1 Juli 2017).

Sejalan dengan Hanif, Anggie juga telah dibiasakan mengenakan jilbab semenjak usianya masih muda. Hal tersebut kemudian didukung dengan sekolah yang dipilih berbasis swasta, yang mana mewajibkan murid perempuannya mengenakan jilbab setiap hari dalam lingkungan sekolah. Sehingga ia menjadi terbiasa dan merasa malu jika tidak memakai jilbab ketika berkegiatan di luar rumah.

“Kalau pertama kali pakai jilbab itu *pas* masih sekolah dasar (SD). Awalnya kan karena itu aturan dari sekolah, waktu di rumah juga ibu *nyuruh* pakai jilbab kalau keluar-keluar. Ya lama-lama jadi kebiasaan.” (wawancara dengan Anggie, 1 Juli 2017)

Berbeda dengan dua informan sebelumnya, Elly mengaku awal mula dirinya memakai jilbab yakni setelah mengikuti kajian keagamaan bersama ketika ia masih duduk di bangku kuliah. Hal tersebut dilakukannya setelah mendapatkan pengetahuan terkait ketentuan berpenampilan seorang perempuan muslim. Proses berjilbab yang dijalani oleh Elly bisa disimpulkan karena keinginan sendiri, bukan dari paksaan lain pihak seperti tuntutan orang tua maupun sekolah.

“Dulu itu mulai pakai jilbab karena ikut pengajian. Waktu pertama kali datang, ibu belum pakai jilbab. *Pas* materinya tentang penampilannya muslimah, besoknya ibu memutuskan untuk coba pakai jilbab, terus diniatkan berjilbab karena Allah SWT. *Alhamdulillah* bisa terus bertahan sampai sekarang.” (wawancara dengan Elly, 2 Juli 2017).

Sementara itu, pada informan keempat yaitu Ning, dirinya mengaku belum secara rutin memakai jilbab. Meski Ning juga merupakan seorang yang beragama Islam, ia menganggap bahwa pemakaian jilbab adalah sebuah tuntutan. Dirinya menganggap penggunaan jilbab oleh seorang muslimah akan dianggap satu paket dengan bentuk perubahan perilaku dalam bermasyarakat. Hal tersebut masih menjadi bahan pertimbangannya dalam kurun waktu beberapa tahun terakhir. Ning mengaku masih belajar. Orang tua Ning pun tidak memberikan paksaan pada putrinya untuk mengenakan jilbab. Keputusan terkait pilihan dalam berpenampilan keduanya serahkan seutuhnya pada Ning, karena

mereka menginginkan putrinya bisa hidup dengan nyaman sehingga tidak hanya berpaku dengan jilbab.

“Ibu menganggap sekarang ini masih mulai belajar pakai jilbab. ‘*Kan* dari kecil *nggak dibiasain* pakai jilbab, jadinya sampai sekarang belum terbiasa. Lihat orang-orang pakai jilbab, terus di televisi perempuan *udah* semakin banyak yang pakai jilbab, ibu jadi *pengen ngikutin* jejak mereka. Ya...walaupun belum sepenuhnya bisa rutin pakai jilbab setiap hari, tapi ibu masih berusaha.” (wawancara dengan Ning, 7 Juli 2017)

Sementara itu, Ira mengaku keputusan untuk mulai rutin memakai jilbab diambilnya ketika ia masih duduk di bangku SMP. Hal tersebut dipengaruhi oleh pelonggaran regulasi pemakaian jilbab setelah era Orde Baru. Perkembangannya yang mulai pesat kemudian menarik perhatiannya sehingga ia memutuskan untuk membalut tubuhnya dalam busana muslim serta jilbab apabila tengah berkegiatan di luar rumah. Sekarang, Ira nampak mengenakan jilbab serta pakaian serba panjang dan besar. Menurutnyanya menggunakan jenis busana muslim tersebut awalnya ingin mencoba lantas dilanjutkan karena ia merasa nyaman.

“Kayaknya Mbak Ira itu mulai pakai jilbab waktu masih SMP. Itu pakai jilbab yang terus *bener-bener* pakai, maksudnya bukan cuma di sekolah *aja*. Waktu itu kan peraturan pakai jilbab *udah* mulai longgar, jadi walaupun masih *nggak* seramai sekarang *udah* mulai banyak yang jual pakaian muslim sama jilbab. Dari situ *sih* terus Mbak Ira jadi *pengen* pakai jilbab awalnya.” (wawancara dengan Ira, 7 Juli 2017)

Tabel 3.1 Penerimaan serta Pemaknaan Informan terhadap Jilbab

No.	Nama	Interpretasi	Posisi Khalayak
1.	Hanif	Menganggap jilbab sebagai salah satu kewajiban seorang muslimah yang harus dipatuhi. Sudah dibiasakan oleh orang tua untuk selalu memakai jilbab semenjak masih berada di usia belia, sehingga membentuk suatu kebiasaan.	<i>Dominant- Hegemonic Position</i>
2.	Anggie	Telah terbiasa menggunakan jilbab sejak dari sekolah dasar. Peraturan sekolah yang mewajibkannya menggunakan jilbab di lingkungan sekolah, membuat Anggie merasa terbiasa bahkan saat sudah berada di luar lingkungan sekolah.	<i>Dominant- Hegemonic Position</i>
3.	Elly	Awal memutuskan memakai	<i>Dominant-</i>

		jilbab karena ingin mencoba setelah mendapatkan materi berasal dari kajian agama bersama saat masih menduduki bangku kuliah. Hingga pada akhirnya ia meniatkan memakai jilbab karena Allah SWT sampai sekarang.	<i>Hegemonic Position</i>
4.	Ning	Meski masih dalam tahap belajar membiasakan diri memakai jilbab, ia tetap menganggap bahwa jilbab merupakan salah satu kewajiban bagi seorang muslimah.	<i>Dominant-Hegemonic Position</i>
5.	Ira	Keputusan awal memakai jilbab didukung oleh perkembangan <i>fashion hijab</i> di lingkungan sekitar. Meski tidak seramai di masa sekarang, ia mengaku perkembangan dunia busana sudah memberikan pengaruh	<i>Dominant-Hegemonic Position</i>

		yang cukup besar dalam mengambil keputusan untuk memakai jilbab.	
--	--	--	--

Berdasarkan pemaparan di atas, peneliti mendapati bahwa masing-masing informan memaknai jilbab menjadi satu kesatuan yang merupakan suatu kewajiban bagi seorang perempuan muslim. Sehingga pendapat kelimanya mampu diposisikan sebagai *dominant-hegemonic*. Peneliti mendapati adanya keyakinan dalam diri masing-masing yang didasari oleh penanaman pemahaman terkait jilbab sebagai suatu kewajiban bagi kaum muslimah. Hal tersebut mereka akui didapat dari pemahaman yang diberi oleh baik bapak-ibu guru di sekolah maupun orang tua di rumah serta kajian bersama di luar lingkungan sekolah, sehingga bagi Hanif, Anggie, Elly, dan Ira mengaku telah terbiasa hingga mengenakan jilbab hingga hari ini. Kendati demikian, satu informan lain yaitu Ning mengaku memang mendapatkan hal serupa saat masih duduk di bangku sekolah dulu. Namun dirinya kala itu belum memiliki keyakinan kuat, lantaran kurangnya dukungan yang menjadikannya hingga kini belum terbiasa memakai jilbab.

Dari pemaparan kelima informan di atas terkait proses masing-masing mengenakan jilbab, peneliti kemudian merasa tertarik untuk

memberikan pertanyaan lanjutan. Hidup di tengah perkembangan dunia *fashion hijab* yang mana hampir setiap harinya mereka dipertemukan dengan baik perempuan berjilbab dengan ragam model yang berbeda, maupun berbagai konten media televisi yang kini terasa lebih berbaur dengan perempuan berjilbab, membuat peneliti ingin mengetahui bagaimana pendapat mereka mengenai penggambaran sosok perempuan muslim yang ideal di masa sekarang.

Ketika diberikan pertanyaan kedua, peneliti melihat Hanif memberikan jawaban berdasarkan spontanitas. Yang mana hal tersebut bisa dimaknai sebagai pemahaman yang mendasar bagi ibu dari tiga anak tersebut. Tanpa berpikir panjang, ia memberikan pendapatnya terkait penggambaran ideal sosok perempuan muslim adalah yang mampu merefleksikan putri Rasulullah SAW yaitu Fatimah Az-Zahra. Baik dari segi penampilan maupun perilaku dalam hal bermasyarakat serta berkomunikasi dengan keluarga, menurut Hanif amat bisa dijadikan sebagai panutan hidup bagi seluruh perempuan muslim di Indonesia.

“Muslimah ideal itu...kalau menurut Mbak Hanif ya seperti cerita-cerita tentang Nabi Muhammad SAW. Idealnya seperti Sayyidah Fatimah Az-Zahra. Kan dia ibu rumah tangga yang taat pada suami, mengurus anak, tapi sosialisasi dengan lingkungan di sekitarnya juga baik. Tentang penampilan, Fatimah Az-Zahra *aja* berjilbab, jadi menurut Mbak Hanif, dasar menjadi sosok muslimah ideal ya berjilbab terlebih

dahulu. Baru nanti langkah-langkah yang lain dijalani.”
(wawancara dengan Hanif, 1 Juli 2017)

Bagi Hanif, dengan keadaan jilbab yang menjadi salah satu komoditi terbesar di Indonesia merupakan suatu bentuk perkembangan yang baik. Ia berpendapat bahwa semakin banyaknya perempuan berjilbab, semakin menunjukkan keseriusan terhadap langkah awal setiap individu demi mencapai *insan kamil* (manusia yang sempurna di mata Allah SWT). Terkait alasan seseorang dalam memakai jilbab, menurutnya merupakan urusan masing-masing dengan Allah SWT.

Selanjutnya, ketika peneliti memberikan pertanyaan serupa dengan Anggie, ia juga memberikan jawaban yang hampir serupa dengan Hanif. Ibu dari satu anak tersebut berpendapat bahwa penggambaran sosok perempuan muslim yang ideal secara keseluruhan mampu mengikuti ajaran Allah, Rasul, dan keluarganya. Selain itu ia juga meyakini bahwa hubungan seseorang dengan dengan lingkungannya itu bergantung pada bagaimana hubungan dengan Allah.

“Perempuan muslim ya yang pastinya mengikuti ajaran Allah, Rasul, sama keluarganya. *Nggak* melanggar peraturan, selalu menjaga supaya tetap ada di dalam norma-norma agama. Kalau dia menuati aturan Allah, Mbak Anggie yakin hubungannya sama manusia bagus juga.” (wawancara dengan Anggie, 1 Juli 2017)

Ketika peneliti tanyai informan kedua ini terkait penggambaran ideal sosok perempuan muslim, Anggie memberikan jawaban yang nyaris

sama dengan yang diberikan oleh Hanif. Dalam penuturannya, ia merasa bahwa sebagai seorang muslim layaknya mampu memakai jilbab secara baik dan benar. Memakai jilbab murni dari lubuk hati yang paling dalam untuk memenuhi perintah agama. Menurutnya peran seorang tokoh agama dalam hal menyadarkan kaum perempuan supaya mengenakan jilbab itu cukup penting. Terlebih dengan banyaknya tayangan televisi yang kini telah mengikutsertakan figur selebri berjilbab serta tokoh agama perempuan, ia berharap perempuan muslim Indonesia semakin tersadar supaya mau mengenakan jilbab untuk mentaati anjuran Allah SWT.

“Kalau dari penampilan, masyarakat muslim itu harusnya disadarkan ya sama perintah-perintah agama yang harus dijalankan. Salah satunya perempuan muslim ya terus pakai jilbab. Menurut Mbak Anggie, ulama-ulama baik yang ketemu langsung atau *udah* punya nama besar terus muncul di televisi sama artis-artis berjilbab itu punya pengaruh yang cukup besar buat menyadarkan masyarakatnya biar mau pakai jilbab.”
(wawancara dengan Anggie 1 Juli 2017)

Seolah mengamini pendapat Anggie, Elly dalam memberikan jawaban terkait penggambaran sosok perempuan muslim yang ideal juga mengungkapkan hal yang hampir sama. Menurutnya perempuan muslim yang ideal itu mampu membangun hubungan yang baik dalam hal sosial maupun agama. Secara umum ia berpendapat bahwa mereka mampu berkomunikasi dengan baik kepada orang tua. Sedangkan dalam hal

penampilan, Elly cukup meyakini bahwa memakai jilbab merupakan salah satu kewajiban bagi setiap perempuan muslim. Hal tersebut ia ungkapkan ketika menanggapi fenomena berjilbab yang hanya dikaitkan dengan gaya hidup. Menurutnya keterkaitan penggunaan jilbab untuk mendukung penampilan sehari-hari oleh seseorang itu bergantung pada tingkat pemahamannya terhadap ilmu keagamaan. Mereka yang sudah sadar bahwa jilbab merupakan perintah agama, maka di situasi apapun ia akan tetap mengenakan jilbab.

“Muslimah yang ideal itu harus tahu bagaimana sikapnya kepada orang tua, mengerti bagaimana seharusnya berperilaku dalam bermasyarakat, dia juga harus tau bagaimana caranya bersikap di hadapan Allah SWT. Orang yang pemahaman agamanya sudah bagus, dia *bakal* selalu pakai jilbab apapun kondisinya kalau sedang di luar rumah atau berhadapan dengan yang bukan muhrim.” (wawancara dengan Elly, 2 Juli 2017)

Berbeda dengan tiga informan sebelumnya, Ning memiliki pendapat yang cukup berbeda terkait penggambaran seorang perempuan muslim yang ideal. Menurutnya faktor utama untuk menjadi sosok muslim yang ideal yaitu selain mampu berperilaku baik di lingkungan bermasyarakat, ia juga dapat menghargai perbedaan yang ada di sekitar lingkungannya. Ning sendiri tidak terlalu menuntut seorang perempuan muslim harus selalu mengenakan jilbab dalam hal berpenampilan, karena ia merasa tidak memiliki hak untuk mengatur yang berkaitan dengan faktor

kenyamanannya. Menurutnya penampilan seseorang ditentukan dari seberapa nyaman orang tersebut dalam hal berpakaian.

“Menurut ibu *mah* muslim yang ideal itu selain *nurut* sama aturan agama, dia juga paham *gimana* caranya jaga perilaku di depan masyarakat. Terus dia juga harus punya sikap toleransi yang tinggi sama perbedaan. *Kalo* penampilan *sih*, ibu *nggak* mau nuntut penampilan muslim itu harus *kayak gimana*. Asalkan dia nyaman sama sopan, menurut ibu *udah cukup*.” (wawancara dengan Ning, 7 Juli 2017)

Sedangkan Ira, memiliki pendapat yang serupa dengan tiga informan sebelumnya. Menurutnya seorang muslim yang ideal itu mampu dibedakan walaupun hanya dari penampilannya saja. Karena melalui penampilan, seseorang mampu dinilai bersahaja oleh orang lain. Ketika ditanyai tentang penampilan, Ira langsung menyebut jilbab sebagai jawaban pertama. Ia beranggapan bahwa jilbab merupakan kewajiban bagi seorang muslim. Kemudian perilaku dalam bersosialisasi ia jadikan sebagai pertimbangan nomor dua.

“Yang pertama berjilbab ya, *wong* kewajiban *to*. Terus pergaulannya yang bagus, maksudnya yang bermanfaat buat diri sendiri, bermanfaat juga buat orang lain.” (wawancara dengan Ira, 7 Juli 2017)

**Tabel 3.2 Pemahaman Informan Terkait Penggambaran Ideal Sosok
Perempuan Muslim**

No.	Nama	Interpretasi	Posisi Khalayak
1.	Hanif	Terkait penampilan, sosok panutannya yakni Sayyidah Fatimah Az-Zahra. Jilbab menjadi faktor nomor satu untuk menjadi muslimah yang ideal. Perihal sikap dan perilaku menjadi nomor dua.	<i>Dominant- Hegemonic Position</i>
2.	Anggie	Mengidentikkan perempuan muslim dengan jilbab. Menurutnya ulama-ulama baik dalam kajian bersama secara langsung maupun melalui televisi, memiliki pengaruh yang besar dalam membantu menyadarkan masyarakat khususnya perempuan muslim untuk memakai jilbabnya.	<i>Dominant- Hegemonic Position</i>

3.	Elly	Orang yang pemahaman agamanya sudah bagus, dia akan selalu pakai jilbab apapun kondisinya kalau sedang di luar rumah atau berhadapan dengan yang bukan muhrim.	<i>Dominant- Hegemonic Position</i>
4.	Ning	Tidak menuntut seseorang memakai jilbab supaya menjadi sosok perempuan muslim yang ideal. Ia lebih mengutamakan kenyamanan seseorang dalam berpakaian, serta kesopanan.	<i>Negotiated Position/Code</i>
5.	Ira	Dalam menggambarkan sosok ideal seorang perempuan muslim, ia menomor-satukan penggunaan jilbab. Kemudian yang selanjutnya baru mementingkan cara seseorang tersebut dalam bersosialisasi di lingkungannya.	<i>Dominant- Hegemonic Positon</i>

Berdasarkan tabel 3.2, dapat diketahui bahwa keempat informan yaitu Hanif, Anggie, Elly, dan Ira menempati posisi yang sama. Keempatnya menempati posisi *dominant-hegemonic* yang masing-masing menjelaskan bahwa jilbab memiliki kaitan yang erat dengan perempuan muslim di Indonesia. Bagi Hanif yang kesehariannya berada di sekitar lingkungan perempuan berjilbab serta telah mendapat didikan dari orang tuanya terkait tata cara berpenampilan sebagai seorang muslimah, ia menganggap bahwa seorang perempuan muslim yang ideal utamanya mampu menjaga penampilan di dalam ruang publik. Baginya, jilbab merupakan salah satu identitas seorang perempuan muslim di hadapan publik.

Sementara itu, Anggie yang berada pada posisi sama dengan Hanif, merupakan seorang lulusan pondok pesantren ketika masih mengenyam pendidikan di bangku Sekolah Menengah Pertama (SMP). Pendapatnya terkait penggambaran sosok ideal seorang perempuan muslim, dipengaruhi oleh didikan dari ilmu-ilmu yang didapat saat semasa sekolah. Hingga ia saat ia duduk di bangku kuliah, Anggie memiliki *track record* lembaga pendidikan yang dipilihnya adalah sekolah berbasis swasta sehingga kesempatannya dalam mendapatkan ilmu agama semasa sekolah lebih banyak daripada keempat informan lainnya. Kendati demikian, ia tetap menganggap bahwa memakai jilbab harus dilakukan oleh seluruh perempuan muslim di Indonesia.

Sedangkan Elly, keputusannya dalam memakai jilbab kali pertama bukan disebabkan oleh paksaan dari kedua orang tuanya, juga dari lingkungan sekolah. Melainkan karena kemauannya sendiri setelah mengikuti kajian keagamaan bersama saat masih duduk di bangku kuliah. Perjuangannya dalam memakai jilbab saat rezim Orde Baru tengah berlangsung, membuatnya mampu terus mempertahankan jilbabnya hingga sekarang. Dalam hal berpendapat, Elly sebenarnya ingin serta berharap bahwa para perempuan muslim mampu tersadar pentingnya jilbab dalam agama Islam bagi seorang muslimah. Karena di zaman yang sudah semakin berkembang ini, keberadaan serta regulasi terkait pemakaian jilbab sudah sangat longgar. Hal tersebut dipengaruhi oleh pengalaman di masa lampau saat dirinya baru memutuskan untuk memakai jilbab.

Ira sebagai informan kelima yang juga menempati posisi *dominant-hegemonic* di mana menurutnya jilbab merupakan suatu hal yang seharusnya diutamakan oleh seorang perempuan muslim. Lamanya kurun waktu Ira dalam memakai jilbab serta perkembangan fenomena berjilbab di Indonesia inilah yang melatarbelakangi ia dalam memberikan pendapatnya. Dalam situasi tersebut, Ira telah terbiasa dengan penampilan sosok perempuan berjilbab, sehingga menurutnya seorang muslimah haruslah menutupi beberapa titik yang dianggap aurat dalam agama Islam dengan balutan busana muslim serta jilbab.

Berbeda dengan keempat informan sebelumnya, pendapat yang Ning berikan menempati posisi *negotiated code*. Dalam berpendapat mengenai sosok perempuan muslim yang ideal ibu dari satu anak ini cukup berbeda. Hal tersebut dilatarbelakangi oleh kesehariannya yang belum secara rutin mengenakan jilbab, serta kebebasan yang diberi oleh keluarganya sedari ia masih remaja bahkan setelah menikah. Komitmennya untuk menggunakan jilbab yang sekarang ini sedang dibangun, tetap tidak memberikan pengaruh pada pendapatnya mengenai penampilan ideal seorang perempuan muslim. Pemahamannya diperkuat dengan anggapan, “*ibu sendiri nggak mau ngatur-ngatur penampilan orang, karena ibu nggak mau orang lain ngatur tentang penampilan ibu. Emang udah hak mereka mau pakai baju apa aja, asal masih dalam taraf yang wajar dan sopan.*”

Berdasarkan pendapat dari kelima informan terkait pemaknaan masing-masing terhadap jilbab serta penggambaran mereka terhadap sosok perempuan muslim yang ideal, peneliti kemudian merasa tertarik untuk menganalisa lebih dalam mengenai fungsi jilbab menurut masing-masing informan. Terkait hal tersebut, peneliti kemudian memberikan pertanyaan ketiga serta melakukan observasi secara langsung terhadap kegiatan kelima informan ketika sedang berada di dalam ruang publik. Melalui pengamatan yang telah dilakukan, peneliti mendapati bahwa variasi kegunaan jilbab itu sendiri untuk masing-masing informan. Bagi

Hanif sebagai salah seorang tenaga pendidik dalam sekolah berbasis swasta, jilbab selain untuk mematuhi peraturan yang diberikan di tempatnya bekerja juga sebagai salah satu pengukuh kemantapan hatinya dalam beragama. Apabila selama berkegiatan baik di luar maupun di dalam rumah yang melibatkan lawan jenis bukan muhrimnya sedangkan ia sendiri tidak memakai jilbab, Hanif akan merasa berdosa karena telah memperlihatkan auratnya kepada selain keluarganya. Hal tersebut dirasakannya lantaran telah terbiasa hidup di dalam aturan penggunaan jilbab di dalam keluarga serta agamanya.

Sejalan dengan Hanif, Angie juga merasakan hal serupa. Adanya pemakaian jilbab yang mulanya dianggap sebagai tuntutan, seiring dengan berjalannya waktu ia telah menganggap pemakaian jilbab merupakan tuntutan agama serta salah satu rutinitas sehingga apabila ditinggalkan akan terasa ganjal. Bagi ibu dari satu anak ini, jilbab telah menjadi bagian dari hidup. Jika dilihat dari penampilan, jilbab yang dikenakan oleh Angie cukup *up to date* dengan perkembangan *fashion hijab* yang kini tengah terjadi di Indonesia. Ia memiliki cukup banyak koleksi jilbab model terkini dengan beragam warna. Menurutnya memadukan warna serta model jilbab merupakan suatu kesenangan tersendiri.

Tak jauh berbeda dengan dua informan sebelumnya, jilbab yang dikenakan oleh Elly cukup nampak mengalami perkembangan sesuai

dengan model yang tengah menjadi “zamannya” di masa sekarang. Kendati demikian, pemilihan jilbab tetap mengedepankan kesederhanaan. Bagi Elly, penggunaan jilbab dalam hidupnya telah menjadi suatu tuntutan bagi kaum muslimah yang tidak boleh ditinggalkan. Begitu pula dengan Ira. Ibu dari dua anak ini menganggap jilbab sebagai salah satu kewajiban yang harus dipenuhi oleh seorang perempuan muslim. Selain itu, bagi Ira, jilbab juga dianggap sebagai suatu kepatuhannya kepada Allah SWT dan juga suami. Hal tersebut ditunjukkan kala ia sedang pergi keluar rumah, tidak peduli seberapa dekat jarak yang ditempuh.

Sementara itu, bagi Ning, jilbab dianggapnya sebagai salah satu aturan yang belum bisa ia penuhi sebagai seorang perempuan muslim. Ning menjadikan jilbab sebagai suatu hal yang perlu dipelajari lebih dari sekadar penutup kepala maupun pendukung penampilan sehari-hari. Ia mengaku hingga hari ini, ibu dari dua anak tersebut masih berusaha mencari alasan yang mampu membuatnya bisa menjadikan jilbab sebagai salah satu rutinitas dalam hidupnya.

b. Informan dalam Memaknai dan Memahami Komodifikasi serta Normalisasi Tubuh Perempuan dengan Menggunakan Jilbab

Dewasa ini, kemudahan memperoleh beragam model busana muslim serta jilbab dari toko-toko bisa didapat oleh sebagian setiap lapisan

masyarakat Indonesia. Tren memadukan jilbab berbagai model serta warna dengan pakaian dalam mendukung kegiatan sehari-hari membuat masyarakat ingin tetap terlihat modis dalam hal berpenampilan. sehingga tak ayal apabila kemudian banyak bermunculan figur publik yang ikut andil dalam hal memajukan perkembangan *fashion hijab* di Indonesia dengan merancang sendiri model busana muslim sesuai dengan selera mereka. Segenap jajaran figur publik baik dari kalangan selebriti maupun *fashion influencer* atau *fashion blogger* mengutamakan prinsip kenyamanan, *up to date* terhadap perkembangan mode, serta tetap mengikuti *syari'at* agama Islam. Berbagai bentuk promosi dilakukan melalui sejumlah *platform* yang dianggap paling efektif dalam membuat masyarakat mampu merasa *aware* akan produk yang mereka hasilkan. Film *Hijab* sebagai salah satu contoh film yang mengemas tren berjilbab dengan membubuhkan bumbu komedi, secara jelas juga menggambarkan adanya fenomena yang cukup berkaitan erat dengan tren berjilbab saat ini. Salah satunya yaitu komodifikasi serta bentuk normalisasi yang dihasilkan sepanjang durasi film.

Sebagai tenaga pendidik yang peka terhadap perkembangan budaya Islam, Hanif menyebutkan salah satu dampak dari adanya tren berjilbab yang tengah terjadi di Indonesia sekarang ini. Ia menganggap, bahwa film *Hijab* mengemas isu jilbab tersebut dengan sedemikian rupa sehingga nampak samar jika tidak diamati dengan teliti. Rutinitasnya

yang membuat ibu dari tiga anak itu harus berinteraksi dengan rekan serta murid perempuan yang sama-sama mengenakan jilbab, membuatnya amat merasakan perkembangan dunia *fashion* khususnya busana muslim di lingkungan sekitarnya. Meski telah di luar sekolah ia juga mengaku kerap bertemu dengan rekan kerja maupun salah satu anak didiknya dalam balutan jilbab, namun dengan model yang lebih beragam daripada saat masih berada di dalam lingkungan sekolah. Warna serta corak setiap jilbab yang dikenakan pun beragam, sehingga menimbulkan efek lebih berwarna.

“Karena Mbak Hanif jadi guru di sekolah swasta, ya, jadi setiap hari mau *nggak* mau *ketemu* sama *temen-temen* atau murid yang pakai jilbab. ‘*Kan* memang *udah* jadi peraturan sekolah. Kalau *ketemu* di luar sekolah juga banyak dari mereka yang *tetep* berjilbab, walaupun model sama warnanya beda-beda. Mbak Hanif *sih litany* mereka itu cukup *up to date* sama model-model baju yang baru. Dari sana, kemudian Mbak Hanif pribadi merasa kalau fungsi utama jilbab *udah* mulai geser. Ya...meskipun *nggak* seluruhnya. Tapi menurut Mbak Hanif, apapun alasan seseorang pakai jilbab itu sah-sah *aja*. Karena niat awal untuk berjilbab ‘*kan* terserah masing-masing. Urusan dengan Allah itu biar jadi urusan masing-masing. Pada akhirnya juga kita sama-sama berproses.” (wawancara dengan Hanif, 1 Juli 2017)

Hanif juga menambahkan, bahwa dalam film *Hijab* perbedaan penampilan dari karakter Bia, Sari, dan Tata dengan menggunakan jilbab masing-masing merupakan salah satu bagian dari proses untuk menjadi lebih baik. Baginya hal tersebut tidak ia jadikan sebagai

masalah, melainkan sebagai salah satu contoh untuk penonton supaya menggunakan jilbab mereka dalam berkegiatan. Bahkan ia menganggap proses pertemuan ketiga karakter dengan jilbab mereka merupakan suatu poin yang menarik dari film *Hijab*.

“Poin menarik dari film *Hijab* itu salah satunya tentang cerita mereka ketemu sama jilbab. Bagaimana awalnya, lalu bisa bertahan sama jilbab itu sendiri. Bahkan dengan kekompakan mereka bisa mengajak masyarakat lain di film buat pakai jilbab juga. Proses muslimah *pake* jilbab ‘*kan macemnya* banyak, beberapa contohnya ya yang *diceritain* di film.” (wawancara dengan Hanif, 1 Juli 2017)

Sementara itu, Angie mengungkapkan hal yang sedikit berbeda dengan pendapat sebelumnya. Perempuan yang telah biasa mengenakan jilbab sejak ia duduk di bangku sekolah dasar ini menganggap bahwa adanya fenomena berjilbab justru lebih memudahkan masyarakat termasuk dirinya dalam memperoleh jilbab. Perempuan yang mengenakan jilbab di zaman sekarang ini sudah dibebaskan untuk berekspresi. Sehingga banyaknya ragam model yang diperjual-belikan mampu membuat perempuan bisa bebas memilih supaya merasa lebih senang dan nyaman dalam hal berjilbab.

“Perkembangan *fashion emang* pengaruhnya besar *banget* buat masyarakat muslim. Jadi model jilbab yang dulu kesannya *monotone* sekarang *udah* punya lebih banyak varian. Banyak desainer busana muslim yang juga jual produknya biar bisa *dipake* sama masyarakat. Jadi semacam *ngasih* kita kesempatan biar lebih berkespresi *pake* busana muslim sama jilbab biar

cocok. Walaupun beberapa orang jilbab cuma buat *ngedukung* penampilan, mereka bisa jadi *istiqomah*, jadi bisa bertahan untuk selalu pakai jilbab di depan umum.” (wawancara dengan Anggie, 2 Juli 2017)

Sejalan dengan Hanif, Anggie juga menganggap bahwa penggunaan jilbab oleh keempat karakter perempuan menjadi salah satu poin menarik meski dengan alasan “*kepepet*” (terpaksa). Yang menurutnya lebih menarik adalah ketika ketiga karakter tersebut mampu bertahan dalam komitmennya untuk selalu mengenakan jilbab.

Film *Hijab*, menurut Elly justru lebih banyak mempromosikan bisnis *Meccanism* yang dimiliki oleh Zaskia Mecca di dunia nyata. Alih-alih beranggapan bahwa film ini dibuat untuk mengajak kaum perempuan supaya memakai jilbab, Elly malah berpikiran bahwa *Hijab* sengaja dibuat untuk lebih mengenalkan bisnis *clothing line* yang dibangun oleh Zaskia Mecca dan beberapa saudara kandungnya tersebut. Meski baru kali pertama bagi ibu dari tiga anak itu menyaksikan film *Hijab*, namun ia mampu menilai bahwa film tersebut merupakan salah satu bentuk *branding* yang dilakukan oleh Zaskia supaya masyarakat menjadi tertarik untuk membeli salah satu produk yang ditawarkan oleh *Meccanism*. Kendati demikian, Elly juga menganggap bahwa salah satu poin menarik yang dipaparkan melalui alur cerita film yakni penggunaan jilbab oleh keempat karakter perempuan tersebut.

“Film ini rasanya cukup banyak lebih mempromosikan produk *Meccanism* sendiri daripada *ngajak* penonton untuk pakai jilbab. Ibu malah *nggak nangkap* ada ajakan yang dibicarakan langsung untuk pakai jilbab. Tapi ya...tokoh utamanya pakai jilbab itu menurut ibu jadi salah satu poin yang menarik.”
(wawancara dengan Elly, 2 Juli 2017)

Seperti mengamini pendapat Elly, Ning sebagai salah satu informan juga berpendapat bahwa *Meccanism* sebagai salah satu *brand* yang bergerak dalam lini pakaian muslim memang sengaja banyak dimunculkan karena memiliki keterkaitan erat dengan salah satu pemeran utamanya, yakni Zaskia Mecca. Ibu dari dua anak ini merupakan seorang ibu rumah tangga namun juga menjalankan warung kecil sebagai sumber pendapatan sehari-hari selain menyediakan jasa sewa kamar untuk mahasiswa di kota Jogja. Sebelum memutuskan untuk menikah dengan suaminya di tahun 2010, Ning memiliki profesi sebagai salah satu pegawai toko sepatu di kota Bandung. Sehingga ia memiliki lebih banyak pengalaman serta tahu trik dan tips berdagang daripada warga lain di tempat tinggalnya saat ini. Hal tersebut kemudian diaplikasikan pada warung kecilnya. Meski hanya menjual barang-barang kebutuhan sehari-hari, pendapatan yang diperoleh setiap harinya cukup menguntungkan.

“Orang-orang yang suka sama Zaskia mungkin *bakal ngerasa pengen banget* beli produk-produk yang dijual *Meccanism* setelah nonton *Hijab*. Menurut ibu wajar *aja sih* kalau film *Hijab* menggunakan produk salah satu pemainnya. Penonton

jadi lebih punya bayangan tentang ceritanya *Meccanism*. *Kayaknya* jatuh-bangun yang dialami mereka secara garis besar bisa menjelaskan apa yang dirasakan sama pemilik butik busana muslim lain di Indonesia.” (wawancara dengan Ning, 7 Juli 2017)

Selain berpendapat bahwa film *Hijab* merupakan salah satu bentuk promosi yang dilakukan oleh Zaskia Mecca, Ning juga menggaris-bawahi pernyataan jilbab mampu dipercayai sebagai suatu hal yang bisa membawa seseorang ke dalam keadaan yang lebih baik. Hal tersebut ia rasakan tidak cukup sesuai dengan pemahamannya selama ini. Saat diskusi tengah berlangsung, ia bahkan sempat mempertanyakan fungsi jilbab yang bisa menjadikan seseorang lebih baik sementara nilai baik dan tidak diukur dari sifat serta tingkah laku sehari-hari bukan dari penampilan semata.

“Tbu justru ragu sama jilbab yang malah orang-orang percayai sebagai hal yang *bikin* mereka jadi lebih baik. Lebih baik dalam hal apa? Kalau penampilan...masih ada kok orang-orang yang *pake* jilbab tapi *nggak* modis kayak artis-artis. Kalo jadi lebih baik dalam hal perilaku, *'kan* merubah perilaku itu *nggak* sedetik langsung jadi. *Lagian* banyak bukannya yang bilang, kalau menilai orang itu jangan semata-mata dari penampilannya. Katanya *don't judge a book by cover...*” (wawancara dengan Ning, 7 Juli 2017)

Sementara itu, Ira memiliki pendapat yang cukup berbeda dengan Ning. Mulanya ia mengaku senang dengan arus tren yang sedang terjadi di Indonesia sekarang ini. Melalui film *Hijab*, ia mendapati bahwa

penggambaran semakin banyaknya perempuan yang kemudian memutuskan untuk memakai jilbab memang selaras dengan kenyataannya. Terlepas dari niatan awal, hal tersebut telah membuat hatinya ikut merasa senang dengan fakta bahwa kini pengguna jilbab telah semakin menjamur. Meski belum semua kaum perempuan Indonesia yang memeluk agama Islam memutuskan untuk memakai jilbab, dengan adanya film-film yang sejenis dengan film *Hijab* maka secara tidak langsung mengajak muslimah untuk memakai jilbab.

“Pengalaman setiap karakter dalam film *Hijab* ini menurut Mbak Ira *udah* cukup mengajak perempuan Indonesia khususnya yang beragama Islam untuk memakai jilbab. Kemudian didukung dengan butik yang didirikan Sari sama *temen-temennya*, jadi merasa semakin menyemangati perempuan untuk memakai jilbab. Bertambahnya perempuan berjilbab seperti ini, Mbak Ira *ngerasa senang*. Pergi kemana sebentar lihat perempuan *udah* pakai jilbab di luar rumah. Tapi kadang-kadang sedih juga kalau misalnya walau *udah* berjilbab, tapi dia masih digoda laki-laki yang sedang *nongkrong* di jalan. Apalagi kalau *malem-malem*.” (wawancara dengan Ira, 7 Juli 2017)

Kesehariannya, Ira mengisi kegiatan di rumah dengan menemani kedua anaknya belajar serta bermain. Ketika salah satunya tengah pergi menuntut ilmu di sekolah, ia menyelesaikan sebagian besar tugas rumah tangganya dengan ditemani oleh televisi. Ira pun mengaku, ia cukup tertarik menyaksikan film-film Indonesia khususnya dengan tema religi yang ditayangkan oleh salah satu saluran televisi Indonesia. Sebagai

seorang perempuan yang memiliki cukup banyak waktu di rumah, ibu dari dua anak tersebut menganggap televisi menjadi salah satu alat hiburan yang dikonsumsi paling banyak.

Dalam memberikan pendapat pun terkait penggunaan jilbab pun Ira tidak menggunakan waktu yang lama. Pendapatnya dipaparkan dengan mudah, seolah telah menjadikan hal tersebut sebagai salah satu pengetahuan dasar. Ia juga mengaku, telah menyaksikan film *Hijab* sebanyak dua kali. Pertama ketika film tersebut diputar di salah satu saluran televisi swasta, kemudian yang kedua pada saat hendak melaksanakan diskusi bersama peneliti. Meski begitu, penilaiannya mengenai film *Hijab* tetaplah sama. Menurutnya film ini mampu menggambarkan tren yang sedang marak terjadi di Indonesia dan mengemasnya dengan alur kisah dari setiap penokohan. Hal tersebut bisa ia tangkap dengan mudah dari sejak menit pertama film dimulai, di mana ketika *scene* setiap karakter perempuan mengenalkan para pemainnya dalam balutan busana muslim serta jilbab yang terlihat trendi.

Tabel 3.3 Posisi Penerimaan Informan terhadap Komodifikasi dan Normalisasi Tubuh Perempuan dengan Jilbab

No.	Nama	Interpretasi	Posisi Khalayak
1.	Hanif	Proses pertemuan empat karakter utama dengan jilbab dianggap sebagai poin menarik. Menurutnya ragam cerita itu merupakan contoh yang banyak ditemui oleh masyarakat saat pertama kali memakai jilbab.	<i>Dominant-Hegemonic Position</i>
2.	Anggie	Perkembangan <i>fashion</i> memang memiliki pengaruh yang besar untuk masyarakat khususnya kaum muslimin. Model jilbab yang mulanya memiliki sedikit varian model, kini menjadi semakin beragam. Hal itu seperti memberikan masyarakat kebebasan untuk lebih berkreasi dengan penampilannya.	<i>Dominant-Hegemonic Position</i>

3.	Elly	Film ini dianggap hanya untuk mempromosikan produk <i>Meccanism</i> sendiri daripada mengajak penonton untuk memakai jilbab. Ibu malah <i>nggak nangkap</i> ada ajakan yang dibicarakan langsung untuk pakai jilbab.	<i>Oppositional Code</i>
4.	Ning	Selain menganggap film <i>Hijab</i> merupakan bentuk <i>branding</i> yang dilakukan oleh Zaskia Mecca, ia juga mempertanyakan kembali kalimat “ <i>jilbab dipercayai mampu menjadikan orang lebih baik</i> ”. Menurutnya baik atau tidaknya seseorang itu diukur dari sifat serta perilaku seseorang tersebut dalam bermasyarakat.	<i>Oppositional Code</i>
5.	Ira	Pengalaman setiap karakter perempuan dalam film <i>Hijab</i>	<i>Dominant-Hegemonic</i>

		<p>sudah dianggap merupakan salah satu bentuk mengajak perempuan Indonesia untuk memakai jilbab. Semakin didorong dengan butik yang dirintis oleh Bia dan ketiga sahabatnya. Ia juga merasa senang dengan meningkatnya jumlah perempuan berjilbab di Indonesia.</p>	<i>Position</i>
--	--	---	-----------------

Tabel 3.3 telah dapat menunjukkan bagaimana kelima informan memaknai jilbab dalam tayangan film *Hijab*. Melalui kegiatan wawancara dengan pokok bahasan komodifikasi serta normalisasi tubuh dengan menggunakan jilbab, peneliti mendapati adanya pemahaman yang beragam dari setiap informan berdasarkan pola pikirnya masing-masing. Hanif, Anggie, serta Ira sama-sama menempati posisi *dominant-hegemonic*. Ketiganya sama-sama merasa senang dengan jumlah pengguna jilbab yang semakin meningkat seiring berjalannya waktu. Mereka merasa bahwa perkembangan dunia *fashion* khususnya

busana muslim, merupakan kemudahan yang bisa didapat oleh siapapun supaya bisa memperbaiki penampilan mereka.

Hanif, seorang ibu yang telah terbiasa menggunakan jilbab sejak ia masih belia merasa amat setuju dengan perkembangan yang ada dewasa ini. Film *Hijab* dianggapnya sebagai salah satu bentuk ajakan untuk perempuan muslim di Indonesia supaya mau menggunakan jilbab. Dalam hal ini maka telah bisa diartikan, bahwasanya Hanif memiliki pemahaman berupa jilbab yang berkaitan erat dengan perempuan muslim. Pendapatnya didasari pada nasihat-nasihat yang sudah pernah diberikan oleh kedua orang tuanya bahkan dari saat ia masih kanak-kanak. Sehingga merupakan suatu hal yang wajar serta normal apabila ia beranggapan bahwa jilbab mampu membawa dampak positif bagi perempuan muslim.

Pola pikir Anggie ternyata cukup sejalan dengan pemahaman Hanif. Pendapatnya yang menempati posisi *dominant-hegemonic* menunjukkan bahwa ia sendiri merasa senang dengan adanya perkembangan *fashion hijab* di Indonesia. Bahkan ia sempat menyebutkan bahwa dengan berkembangnya dunia *fashion* khususnya busana muslim, mampu memberikan kesempatan yang lebih besar terhadap kaum perempuan supaya lebih merasa percaya diri untuk menggunakan jilbab di dalam ruang publik. Sama halnya dengan alur cerita film *Hijab* yang mengisahkan penggunaan jilbab oleh keempat karakter utama

perempuan. Hal tersebut didukung oleh pemahaman yang telah menjadi prinsip dasar bagi Anggie sendiri, bahwa jilbab merupakan suatu kewajiban bagi kaum perempuan muslim untuk menutupi rambutnya. Prinsip itu sendiri telah dibangun dalam dirinya sejak ia masih duduk di bangku sekolah dasar, dibantu dengan guru-guru di sekolah serta ajakan orang tuanya supaya Anggie menggunakan jilbab apabila tengah melakukan kegiatan di luar rumah.

Pendapat Ira memiliki garis besar seragam dengan dua informan sebelumnya. Ibu dari dua anak ini mengisi posisi *dominant-hegemonic* yang mana menjelaskan bahwa ia menerima lantas menanggapi dengan persetujuan atas pesan yang disampaikan dalam film *Hijab*. Pemahamannya sebagian besar dipengaruhi oleh lingkungan sekitar yang cukup memperhitungkan jilbab sebagai salah satu bagian dalam penampilan seorang muslimah. Selain itu Ira sebagai konsumen yang cukup sering menghabiskan waktu untuk menonton televisi rupanya tidak mendapati adanya komodifikasi serta bentuk penyeragaman yang dilakukan oleh media. Sehingga menganggap wajar terhadap bentuk *branding* yang dilakukan dalam film *Hijab*.

Namun, dua informan lain memiliki pendapat yang bersimpangan dengan ketiga informan sebelumnya. Elly dan Ning memiliki pemahaman serta pendapat yang bisa diposisikan ke dalam *oppositional code*. Di mana keduanya memiliki pandangan lain terhadap film *Hijab*

yang cenderung memiliki kesan lebih kritis daripada tiga informan sebelumnya. Alih-alih mendapati poin ajakan untuk berjilbab dari alur film tersebut, Elly dan Ning justru menangkap hal yang berbeda.

Elly merupakan seorang aktivis perempuan yang waktu sehari-harinya lebih banyak dihabiskan untuk berfokus pada sebuah organisasi pemberdayaan perempuan. Selain itu, ia juga menjadi seorang wirausahawati yang mana menjalankan bisnis turun-temurun dari orang tuanya berupa sebuah toko kecil di kota tempat tinggalnya. Dalam mengisi waktu luang saat seluruh kegiatan sudah selesai, ibu dari tiga orang anak itu terbiasa untuk mengonsumsi media khususnya televisi dengan program acara kesukaannya yang sebagian besar ditayangkan oleh satu saluran televisi yang sama. Meski menonton film *Hijab* bersama dengan peneliti kemarin merupakan kali pertama, Elly mampu mencium kegiatan *branding* yang dilakukan oleh si pembuat film.

Hal tersebut juga dirasakan oleh Ning. Film yang baru ia tonton pertama kali dianggapnya sebagai salah satu bentuk promosi kepada penonton akan *Meccanism* yang merupakan bisnis lini pakaian milik Zaskia Mecca. Selain itu, sebagai salah seorang yang belum rutin menggunakan jilbab dalam berkegiatan, Ning memiliki pandangannya sendiri terkait jilbab. Meski ia mengetahui bahwa jilbab merupakan salah satu kebutuhan perempuan muslim, namun ia kurang menjamin jilbab mampu memberikan efek yang lebih baik dalam kehidupan

masyarakat. Hal tersebut diakuinya karena Ning belum merasakan perbedaan yang signifikan saat berkegiatan di luar rumah dengan menggunakan jilbab dan juga tidak.

c. Informan dalam Memaknai dan Memahami Domestifikasi Perempuan

Indonesia merupakan salah satu negara dengan sebagian besar masyarakatnya menganut pemahaman budaya patriarki dalam menjalankan kehidupan. Patriarki sendiri berasal dari kata *patriarkat*, berarti struktur yang menempatkan peran laki-laki sebagai penguasa tunggal, sentral dari segala-galanya (Rokhmansyah, 2016: 32). Adanya pemahaman akan budaya patriarki dalam pola pikir masyarakat, membuat timbul perbedaan gender bagi kaum laki-laki dan perempuan. Menurut Fakih, gender diartikan sebagai suatu sifat yang melekat pada kaum laki-laki maupun perempuan yang dikonstruksikan secara sosial maupun kultural (1996: 8). Hal tersebut jelas berbeda dengan arti kata jenis kelamin, yang mana merupakan pensifatan atau pembagian dua jenis kelamin manusia yang ditentukan secara biologis sejak lahir. Sehingga perbedaan gender yang timbul dari adanya budaya patriarki akan melahirkan ketidakadilan, baik baik kaum laki-laki dan terutama terhadap kaum perempuan.

Berbagai wacana yang dikonsumsi oleh masyarakat pada umumnya menyebutkan bahwa dalam kehidupan rumah tangga, laki-lakilah yang menjadi kepala keluarga sehingga tugas mencari nafkah dianggap sebagai tugas seorang suami. Sementara tugas domestik seperti memasak, merawat anak, membersihkan rumah dilimpahkan kepada perempuan sebagai seorang istri. Domestifikasi terhadap tugas perempuan sebagai istri kemudian diperkokoh dengan adanya beragam tayangan di televisi yang secara tidak langsung baik disadari maupun tidak menekankan hal tersebut sehingga semakin tertanam dalam benak masyarakat.

Selama kegiatan diskusi berlangsung bersama dengan Hanif, setelah menonton film *Hijabi* ia mengaku mendapati adanya perbedaan tugas yang mencolok antara laki-laki dan perempuan dalam kehidupan rumah tangga. Ibu dari tiga orang anak itu berpendapat bahwa kurangnya keterbukaan dalam hal berkomunikasi merupakan alasan terkuat sebuah hubungan suami istri bisa menjadi retak. Perempuan sebagai seorang istri yang digambarkan tidak diizinkan bekerja oleh suaminya, nampak kurang selaras dengan kesehariannya sebagai seorang guru pada salah satu sekolah berbasis agama Islam di kota Wonosobo. Kendati demikian, secara tidak langsung ia menyetujui bahwa tugas utama seorang istri merupakan tugas domestik dalam kehidupan rumah tangga.

Namun bukan berarti hal tersebut menjadikan istri tidak diperbolehkan bekerja di luar rumah.

“Mengikuti prinsip yang *udah* dibangun ketika akan memasuki jenjang rumah tangga *aja*. Kita sebelum menikah tentu *'kan* mempelajari banyak hal dari buku atau pengajian mengenai kehidupan setelah menikah. Dari sana kita jadi tahu bahwa dalam rumah tangga, kita sebagai istri punya prinsip-prinsip sosial yang harus dijalani. Selama pekerjaan tidak meulapak tugas pokok di rumah, mampu mengatur waktu dengan baik, kemudian dikomunikasikan dengan baik bersama suami, menurut Mbak Hanif hasilnya akan baik-baik *aja*.” (wawancara dengan Hanif, 1 Juli 2017)

Melengkapi pendapat Hanif, Angie sebagai salah satu ibu yang baru-baru ini telah melepas profesinya sebagai seorang karyawan memiliki pandangan yang lebih kritis terhadap pembagian tugas antara suami dan istri seperti yang disajikan dalam film *Hijab*. Ia mengaku setuju dengan perempuan/istri yang memilih bekerja di luar rumah demi membantu keadaan finansial keluarga. Dalam hal ini, Angie menjelaskan apabila seorang suami sebagai pemimpin keluarga tak bisa menjamin mampu memenuhi kebutuhan istri serta anaknya kelak. Pendapatnya dipengaruhi oleh pengalaman salah seorang teman dekat, yang mana segala bentuk pekerjaan dalam kehidupan rumah tangga diselesaikan oleh istri. Selain itu ia juga beranggapan bahwa jenis kelamin perempuan tak bisa membatasi setinggi apa pendidikan yang hendak ditempuh oleh seseorang. Karena perempuan akan menjadi ibu,

dan ibu merupakan tempat belajar pertama bagi seorang anak ketika telah terlahir ke dunia.

“Soal wanita karier, Mbak Anggie setuju *aja*. Soalnya wanita karier itu *'kan* selain biar sosialnya semakin luas, dia juga bantu suaminya. Justru sekarang malah banyak perempuan yang bekerja, sementara suaminya *males-malesan*, cuma *diem* di rumah. Apa *aja* yang *ngerjain* si istri. *Kayak temennya* Mbak Anggie, suaminya *astaghfirullah hal adzim* cuma *males-malesan* di rumah, baca koran, minum kopi. Yang *pontang-panting* cari uang istrinya. Kalau ceritanya *gitu*, tapi *ngikutin* seperti yang di film, dan si sitri *nggak* kerja apa-apa ya mereka *nggak* bisa makan sekeluarga, *nggak* bisa membiayai anaknya sekolah. Jadi istri itu *mesti pinter*, soalnya ibu adalah madrasah pertamanya si anak.” (wawancara dengan Anggie, 1 Juli 2017)

Sebagaimana dengan Anggie, Elly juga memiliki pendapat yang hampir sama dengan informan sebelumnya. Sebagai orang tua tunggal setelah suaminya meninggal pada tahun 2003 silam, Elly berperan sebagai pemimpin keluarga sekaligus ibu bagi anak-anaknya. Hal tersebut membuatnya melakukan berbagai hal yang dianggap sebagai “pekerjaan suami” dan “pekerjaan istri” ia lakukan seorang diri. Kendati demikian, Elly berhasil membiayai ketiga anaknya bahkan hingga ke jenjang pendidikan tertinggi. Hal tersebut tentu bertolak belakang dengan apa yang dipaparkan dalam film *Hijab*. Baginya tindakan suami yang melarang istri seperti dalam film merupakan suatu hal yang berlebihan. Meski *Hijab* menggambarkan sosok seorang istri secara

umum, mengkhhususkan pendapat pada keluarga Sari, Elly beranggapan bahwa peraturan yang dibuat Gamal untuk istrinya itu terlalu berlebihan.

“Film *Hijab* ini menggambarkan sosok istri secara umum, *nggak* ada kekhususan. Kecuali ya keluarganya Sari yang kesannya *nggak pas*. Kalau masih sendiri (belum menikah), bebas ya mau kerja atau tidak. Tapi kalau *udah* nikah, dia harus minta izin dulu sama suami. Harus dibicarakan dengan suami. Kemudian pembagian tugas antara suami dan istri tentang kewajiban dalam kehidupan rumah tangga itu harus seimbang, apalagi kalau *udah* punya anak. Tugas mengurus anak *nggak* bisa sepenuhnya dilimpahkan ke istri. *Mentang-mentang* suaminya *udah* kerja, terus *nggak* mau ikut merawat anak? *Mosok* suaminya mau terima anaknya langsung *gede* tanpa ikut *ngurus*. ‘*Kan yo* lucu. Intinya ya itu, harus ada komunikasi yang lancar antara suami dan istri.” (wawancara dengan Elly, 2 Juli 2017)

Dalam menanggapi isu serupa, Ning memiliki pemikiran yang peneliti anggap cukup kritis. Hal tersebut hampir sejalan dengan apa yang diungkapkan oleh dua informan sebelumnya. Meski pada kenyataannya, ibu dari dua anak itu memiliki banyak waktu di rumah untuk mengurus buah hatinya. Kendati demikian, Ning mengaku setuju dengan perempuan yang juga memilih untuk berkarier. Hal itu tentu saja setelah dikomunikasikan dengan suami serta diberikan izin untuk bekerja di luar rumah.

“Perempuan yang *udah* jadi istri orang itu tugasnya *nggak* cuma *ngurus* anak sama masak. *Nggak* cuma itu *aja*. Mereka juga bisa cari uang sendiri untuk bantu suami tanpa *ninggalin* kewajiban lainnya. ‘*Kan* di luar rumah kerjanya yang halal. Jangan *mentang-mentang* jadi istri, terus kerjanya cuma *ngurus*

anak sama *ngurus* rumah *doang*. Kalau ternyata istrinya yang bisa lebih berkreasi, kenapa *nggak*? Dikomunikasikan dulu sama suami kalau mau kerja di luar rumah, kalau *nggak* diizinkan ya dibujuk. Menurut ibu itu bukan titik harga mati kalau istri *nggak* boleh kerja. Karena suami sama istri itu harusnya saling mengerti dan memahami. Kalau dia melarang istrinya bekerja, ya dia harus bisa jamin sekaligus meyakinkan istrinya kalau seluruh kebtuuhan keluarga yang perlu biaya-biaya itu bisa dipenuhi. Dari cerita di film, ibu *nankep* kalau ternyata setelah suaminya melarang istri mereka kerja, kerjaan para suami jadi bermasalah sampai buat keadaan finansial keluarga ikut menurun. Ya kalau *udah gitu* 'kan kasihan juga dia sama istrinya. Pendapatan jadi menipis. Ibu setuju sama istri yang mau coba mandiri dengan kerja di luar rumah. Setuju banget.” (wawancara dengan Ning, 7 Juli 2017)

Sementara itu, Ira berpendapat bahwa ternyata ia merasa setuju dengan adanya domestifikasi terhadap tugas seorang istri dalam kehidupan rumah tangga. Hal ini tentu memiliki perbedaan dengan pendapat dari ketiga informan sebelumnya. Ira sendiri merupakan ibu rumah tangga dengan dua orang anak yang usianya masih tergolong dini, sehingga ia memutuskan untuk tinggal di rumah dan tidak menggunakan jasa asisten rumah tangga. Meski ia mengaku setuju dengan keputusan seorang istri yang memiliki karier untuk membantu keadaan finansial keluarga, ia tetap merasa lebih setuju dengan tugas domestik yang dilimpahkan kepada seorang perempuan.

“Mbak Ira *seneng* kalau lihat wanita yang *udah* menikah tapi juga tetap mempertahankan kariernya tanpa ada konflik di dalam keluarga khususnya dengan suami. Kalau *udah* pilih bekerja di luar rumah, itu berarti dia juga *udah* bisa memastikan

bisa bagi waktu yang adil untuk dua tugasnya tadi. Tugas di rumah sebagai istri, terus tugas di luar yang menyangkut pekerjaannya. Tentang istri yang pantasnya di rumah, Mbak Ira juga setuju. Suami *'kan udah* cari nafkah di luar, kita sebagai istri ya percayakan *aja* hal itu sama suami. *'Kan* pilihan itu kembali lagi ke kita (istri), pasti punya alasan sendiri-sendiri untuk mempertahankan pilihannya.” (wawancara dengan Ira, 7 Juli 2017)

Mengetahui jawaban yang seimbang antara istri sebagai ibu rumah tangga maupun bekerja di luar rumah, peneliti kemudian merasa tertarik untuk menanyakan kepada Ira terkait penggambaran ideal sosok seorang istri menurutnya. Hal tersebut peneliti lakukan guna mengetahui Ira berpihak pada posisi mana ketika di hadapkan dengan dua pilihan antara ibu rumah tangga atau ibu yang juga bekerja di luar rumah. Dari pertanyaan tersebut, ibu dari dua anak itu berpendapat bahwa menurutnya penggambaran sosok ideal seorang istri itu mereka yang menomor-satukan tugas di rumah.

“Kalau ditanya tentang penggambaran istri yang ideal itu...ya istrinya patuh sama suami, menomorsatukan tugas di rumah baru di luar. Kita juga kan menghindari kemungkinan terburuk *to*, misalnya nanti kalau kerja anaknya jadi kurang perhatian. Kasihan juga sama anaknya.” (wawancara dengan Ira, 7 Juli 2017)

**Tabel 3.4 Posisi Informan terhadap Domestifikasi Perempuan
dalam Film *Hijab***

No.	Nama	Interpretasi	Posisi Khalayak
1.	Hanif	Sebelum menikah tentu kan mempelajari banyak hal dari buku atau pengajian tentang kehidupan setelah menjadi seorang istri. Dari sana kita mengetahui bahwa dalam rumah tangga, bahwa istri memiliki prinsip-prinsip sosial yang harus dijalani. Selama pekerjaan tidak melupakan tugas pokok di rumah, mampu mengatur waktu dengan baik, kemudian dikomunikasikan dengan baik bersama suami, menurutnya akan baik-baik saja.	<i>Dominant- Hegemonic Position</i>
2.	Anggie	Menurutnya menjadi seorang wanita karier itu mampu	<i>Oppositional Code</i>

		<p>membuat jaringan sosial semakin meluas, selain itu ia juga mampu membantu suaminya dalam hal meringankan beban finansial keluarga. Bahkan ia beranggapan bahwa dewasa ini fenomena yang sedang terjadi adalah istri yang bekerja mencari nafkah, sedangkan suami berada di rumah.</p>	
3.	Elly	<p><i>Hijab</i> menggambarkan sosok istri secara umum. Terkecuali bagi keluarga Sari yang dirasa kurang selaras dengan kenyataannya. Larangan dari para suami supaya istri mereka tidak bekerja juga dianggap sebagai suatu hal yang berlebihan.</p>	<p><i>Oppositional Code</i></p>
4.	Ning	<p>Baginya, tugas seorang istri</p>	<p><i>Negotiated</i></p>

		<p>bukan hanya merawat anak dan memasak di rumah. Mereka bisa mencari uang sendiri untuk membantu suami. Meski begitu, komunikasi tetap dianggap sebagai suatu hal yang amat penting dalam menjalin suatu hubungan. Apabila setelah dikomunikasikan, istri tetap tidak diizinkan bekerja, maka perlu adanya negosiasi terlebih dahulu sebelum menyerah.</p>	<i>Code/Position</i>
5.	Ira	<p>Memilih untuk mempercayakan tugas mencari uang kepada suami. Sedangkan istri menurutnya memiliki peran penting untuk melakukan tugas domestik di dalam hubungan rumah tangga.</p>	<i>Dominant-Hegemonic Position</i>

Pada tabel 3.4 telah dipaparkan pemahaman kelima informan mengenai adanya domestifikasi terhadap perempuan dalam film *Hijab* yang cukup beragam. Di mana dua informan di antaranya, yakni Hanif serta Ira menempati posisi *dominant-hegemonic*, sebagai tanda bahwa mereka cukup setuju dengan pesan yang disampaikan dalam film tersebut. Hanif, sebagai informan pertama yang memberikan pendapat sejalan dengan pesan yang dikemas dalam film *Hijab*, terlihat merasa mudah dalam menjelaskan pendapatnya. Hal tersebut memiliki kemiripan dengan kegiatan sehari-harinya sebagai seorang guru saat berada di luar rumah, dan sebagai seorang ibu rumah tangga setelah selesai bekerja.

Pendapat dari Ira yang menempati posisi *dominant-hegemonic*, cukup menerima adanya pesan terkait domestifikasi terhadap tugas seorang istri seperti yang dipaparkan dalam film *Hijab*. Bagi Ira, seorang suami dan istri memiliki peran masing-masing dalam usahanya saling bekerja sama mewujudkan kehidupan rumah tangga yang bahagia. Hal tersebut dipengaruhi oleh rutinitasnya sebagai ibu rumah tangga. Kegiatan yang telah sering dilakukan menjadikan pemahaman tersendiri dalam pola pikirnya, sehingga memacu Ira untuk menjawab sesuai dengan apa yang telah terbentuk dalam pola pikir ketika diberikan pertanyaan yang berkaitan.

Sementara itu Anggie serta Elly menempatkan pendapat mereka pada *negotiated code/position*. Anggie memiliki pendapat tersendiri terkait domestifikasi tugas perempuan. Menurutnya seorang istri perlu ikut membantu suami dalam hal mencari uang untuk memenuhi kebutuhan finansial keluarga. Pendapatnya didasari pada pengalaman seorang temannya yang secara kebetulan memiliki suami pengangguran. Sehingga pekerjaan mencari nafkah untuk keluarga digantikan oleh istrinya. Namun hal tersebut justru membuat si lelaki menjadi seorang yang pemalas.

Sedangkan Elly, pendapatnya dipengaruhi oleh pengalaman pribadi sebagai orang tua tunggal dalam keluarganya. Menjadi pemimpin keluarga sekaligus ibu dalam waktu bersamaan, membuat ibu dari tiga orang anak itu memiliki pola pikir yang cukup berbeda daripada keempat informan lain. Meski baginya menonton *Hijab* bersama dengan peneliti merupakan kali pertama, hal tersebut tidak menjadikannya semata-mata menerima pesan yang diberikan terkait tugas seorang istri dalam kehidupan berumah tangga.

Informan terakhir, yakni Ning, menempati posisi *negotiated code/position*. Berdasarkan pendapat yang telah dipaparkan, peneliti mendapati bahwa ia menyetujui tugas perempuan sebagai seorang istri adalah berupa tugas domestik di dalam rumah. Kendati demikian, ibu dari dua anak tersebut memiliki jalan alternatif berupa tahap komunikasi

serta negosiasi kepada suami apabila seorang istri hendak meminta izin untuk bekerja. Hal tersebut semakin diperkuat dengan kalimatnya, “*jangan mentang-mentang jadi istri, terus kerjanya cuma mengurus anak sama rumah doang. Kalau ternyata istrinya yang bisa lebih kreatif, gimana?*”

Tabel 3.5 Penerimaan Penonton terhadap Konstruksi Identitas Perempuan Muslim dalam Film *Hijab*

No.	Nama	Pemahaman serta Pemahaman terhadap Komodifikasi dan Normalisasi Tubuh	Pemaknaan serta Pemahaman terhadap Domestifikasi Perempuan
1.	Hanif	<i>Dominant-Hegemonic Position</i>	<i>Dominant-Hegemonic Position</i>
2.	Anggie	<i>Dominant-Hegemonic Position</i>	<i>Oppositional Code</i>
3.	Elly	<i>Oppositional Code</i>	<i>Oppositional Code</i>
4.	Ning	<i>Oppositional Code</i>	<i>Negotiated Code/Position</i>
5.	Ira	<i>Dominant-Hegemonic Position</i>	<i>Dominant-Hegemonic Position</i>

D. Catatan Penutup

Peneliti telah menganalisis penerimaan penonton terhadap konstruksi identitas perempuan muslim dalam film *Hijab* yang dibagi ke dalam tiga kategori poin. Ketiga poin tersebut adalah kesalehan simbolik, jilbab sebagai komoditas, dan domestifikasi perempuan. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh hasil bahwasanya kelima orang informan yang telah dipilih masing-masing memiliki pendapat yang berbeda sehingga menempati posisi yang berbeda pula dalam klasifikasi penerimaan khalayak seperti yang telah dirumuskan oleh Stuart Hall. Posisi penerimaan khalayak menurut Hall meliputi *dominant-hegemonic position*, *negotiated code/position*, dan *oppositionalcode*.

Kedudukan posisi pemaknaan oleh khalayak terhadap ketiga kategori poin pun bersifat tidak tetap dan bisa berubah sesuai dengan pemaknaan (*decoding*) yang dilakukan terhadap setiap adegan. Pemaknaan yang beragam pada hakikatnya dilatar-belakangi oleh perbedaan latar belakang seperti pekerjaan, pendidikan, pengalaman, dan usia dari setiap informan. Hal ini sekaligus membuktikan konsep khalayak aktif. Bahwa di masa sekarang penonton telah dianggap sebagai khalayak yang aktif. Mereka bisa memilah sendiri informasi mana saja yang ingin dikonsumsi dari suatu tayangan. Seperti yang dituliskan Williams dalam bukunya yang berjudul *Understanding Media Theory* bahwa teori mengenai media saat ini tengah berfokus pada bagaimana audiens sebagai penonton memaknai suatu pesan, dan penyelidikan pada efek media telah

digantikan oleh kemampuan audiens yang dianggap kreatif dalam memaknai pesan (William, 2003: 190).

Melalui wawancara serta hasil analisa yang telah dilakukan, peneliti mendapati adanya perbedaan jawaban dengan asumsi yang sebelumnya telah dibangun. Lima informan yang telah dipilih terdiri dari satu ibu yang memilih bekerja di luar rumah, tiga ibu menjalankan usahanya sendiri di rumah, kemudian satu lainnya memilih untuk lebih memfokuskan diri sebagai ibu rumah tangga. Asumsi peneliti terkait Hanif yang juga memiliki profesi di luar rumah ternyata tidak terbukti berdasarkan pendapat yang diberikan mengenai domestifikasi perempuan selama kegiatan diskusi berlangsung. Pendapat yang diberikan membuat peneliti melihat bagaimana informan tersebut sebenarnya mengakui bahwa tugas-tugas seorang istri yang secara tidak langsung telah didomestifikasi.

Sedangkan bagi Ning yang mulanya peneliti anggap asumsikan memiliki pemahaman standar menganggap bahwa tugas-tugas domestik dalam kehidupan rumah tangga sejatinya bukan murni merupakan tugas seorang istri melainkan juga seorang suami. Adanya pemahaman tersebut dipengaruhi oleh kegiatan yang sudah dilakukan dari semenjak mereka belum menempuh jenjang pernikahan. Meski setelah menikah ia memilih lebih dulu memberikan sebagian besar waktunya untuk kedua anaknya di rumah, Ning telah terbiasa untuk bersikap mandiri bahkan dari semenjak ia masih duduk di bangku kuliah. Ibu dari dua anak tersebut telah dibiasakan untuk mencari uang sendiri serta tidak bergantung kepada orang tua dalam hal bekerja untuk mencari penghasilannya sendiri.

Munculnya standar baru di kalangan masyarakat berupa wajar dan tidak wajar maupun normal dan tidak normal cukup didukung dengan pemahaman yang ditanam baik melalui pengalaman pribadi maupun sejumlah tayangan dari media cetak atau elektronik hingga membuat suatu pola pikir terhadap individu itu sendiri. Semakin menjamurnya perempuan berjilbab dewasa ini menjadikan anggapan baru bahwa seseorang dengan menggunakan jilbab akan terlihat normal serta wajar. Namun, bagi perempuan yang tidak kemudian dianggap menjadi tidak normal atau tidak wajar. Hal tersebut didukung pula dengan sejumlah tayangan melalui televisi maupun film yang kerap dikonsumsi oleh masyarakat. Produsen media memanfaatkan kehadiran fenomena *fashion hijab* di kalangan masyarakat untuk meraup keuntungan sebesar-besarnya.

Hal ini pula berlaku bagi topik domestifikasi perempuan. Di mana melalui film *Hijab*, penonton disajikan berbagai adegan yang menekankan bahwa tugas seorang perempuan dalam kehidupan rumah tangga telah terdomestifikasi. Tugas-tugas di domestik seperti memasak, membersihkan rumah, merawat anak, dan lain sebagainya dilimpahkan kepada kaum perempuan sebagai seorang istri. Sementara laki-laki dilimpahkan tugas berupa mencari nafkah untuk menghidupi keluarganya. Klasifikasi wajar atau normal kemudian diberi kepada figur istri yang menerima sepenuhnya bahwasanya tugas domestik dalam kehidupan rumah tangga memang benar-benar merupakan tugas mereka. Sementara klasifikasi tidak wajar atau tidak normal diberikan kepada mereka yang melakukan

negosiasi dengan suami, di mana tugas domestik bukanlah sepenuhnya merupakan tugas seorang istri. Dengan demikian tugas baik di dalam maupun di luar rumah tetap dibagi dengan imbang kepada suami serta istri.