

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

Dewasa ini media sebagai salah satu elemen dari perkembangan budaya di Indonesia telah menunjukkan bagaimana kuatnya pesan yang disajikan untuk dikonsumsi oleh masyarakat. Berbagai isu serta fenomena menjadi topik yang menarik untuk diangkat untuk dijadikan sebagai salah satu materi baik dalam tayangan televisi maupun film. Pengemasan sedemikian rupa oleh produsen media dianggap menarik karena mampu meraih begitu banyak perhatian masyarakat untuk menyaksikan hasil karya mereka. Ragam pesan yang disampaikan oleh media dalam hal ini televisi maupun film mampu menanamkan sekaligus membentuk pemahaman baru bagi khalayak sebagai penonton. Konsumen media dewasa ini telah mendapat berbagai kemudahan untuk menikmati segenap tayangan favoritnya di manapun, dan kapan pun.

Dalam penelitian ini, peneliti berfokus pada dua topik permasalahan yang disajikan melalui film *Hijab* yaitu komodifikasi dan normalisasi tubuh dengan penggunaan jilbab, serta domestifikasi perempuan. Peneliti bermaksud mengetahui bagaimana penerimaan masyarakat terkait kedua topik tersebut untuk dijadikan bahan diskusi selama kegiatan wawancara berlangsung bersama dengan masing-masing

informan. Lima orang yang telah dipilih secara purposif merupakan informan yang diseleksi atas dasar kriteria-kriteria tertentu sesuai dengan tujuan penelitian.

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian serta analisis data yang telah dilakukan, peneliti mampu menarik kesimpulan:

1. Sebagian besar produsen media menciptakan tayangannya untuk masyarakat dengan mengemas berbagai jenis isu serta fenomena yang tengah terjadi di Indonesia. Hal tersebut dikemas dengan sedemikian rupa sehingga tanpa disadari ikut dikonsumsi oleh masyarakat yang kemudian mengembangkan dan/atau membentuk pemahaman baru terkait beberapa hal.
2. Salah satunya fungsi jilbab yang kini telah dipercaya sebagai salah satu elemen pembantu masyarakat supaya bisa menjadi pribadi yang lebih baik. Beragam cara untuk menarik perhatian masyarakat yang dilakukan secara berulang itu tanpa disadari telah melakukan bentuk komodifikasi serta penyeragaman melalui jilbab itu sendiri. Bentuk Islamisasi serta jilbabisasi yang dilakukan media ini merupakan sisipan dalam ragam promosi oleh produsen dari produk jilbab itu sendiri. Jilbabisasi telah dianggap sebagai bagian dari fenomena “drama pertaubatan”, karena dipercayai akan memberikan pengaruh pada peningkatan derajat religiusitas dibanding yang tidak menggunakan. Adanya ketertarikan penonton terhadap produk tertentu

setelah menyaksikan suatu tayangan membuat tingkat konsumsi Islami semakin bertambah. Hal tersebut tentu saja akan memberikan keuntungan bagi baik produsen media maupun produsen jilbab itu sendiri.

3. Hadirnya perkembangan *fashion* khususnya pada busana muslim dan jilbab seolah telah membentuk wacana baru atas wujud identifikasi normal dan tidak normal atau wajar dan tidak wajar terhadap seorang perempuan. *Hijab* memaparkan kisah di mana budaya patriarkal masih mendominasi. Diketahui dari sejumlah adegan para ibu rumah tangga yang juga memilih untuk bekerja justru digambarkan merasa bersalah baik terhadap diri sendiri dan juga keluarganya juga disalahkan oleh suami dan juga orang-orang di sekitar mereka karena sudah bekerja. Bukan melihat bagaimana para istri ikut berjuang demi membantu finansial keluarga.
4. Melalui film *Hijab*, peneliti mampu mengetahui pemahaman serta pemaknaan penonton terhadap konstruksi identitas perempuan muslim. Adanya berbagai faktor perbedaan latar belakang, pendidikan, usia, serta pengalaman yang dimiliki oleh setiap informan menjadikan pemahaman mereka memiliki perbedaan pula dalam memaknai pesan yang disajikan dalam film. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilaksanakan bersama kelima informan sebelumnya, peneliti bisa menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

a. Pemahaman serta Pemaknaan Informan terhadap Jilbab

Kelima informan yang telah dipilih berdasarkan latar belakang sosial, pendidikan, usia, serta pengalaman yang berbeda antara satu dengan lain nyatanya memiliki pemahaman yang seragam mengenai pemaknaan jilbab bagi perempuan muslim. Hanif, Anggie, Elly, Ning, dan Ira sama-sama menyebutkan bahwasanya jilbab memiliki keterkaitan erat dengan perempuan khususnya muslimah di Indonesia. Perkembangan *fashion hijab* di ranah masyarakat mampu mengembangkan kemampuan para kaum hawa untuk lebih kreatif dalam mengekspresikan penampilan mereka dalam berkegiatan sehari-hari. Meski Ning sebagai salah seorang informan yang belum menggunakan jilbab secara rutin ketika tengah melakukan kegiatan di luar rumah, ia pun mengakui bahwa salah satu dari jenis penutup kepala tersebut merupakan suatu hal yang mampu menunjukkan identitas keberagamaan seorang perempuan.

Melalui proses wawancara yang telah dilaksanakan bersama dengan kelima informan, peneliti kemudian mendapati adanya pendapat yang sedikit lebih beragam mengenai penggambaran ideal sosok perempuan muslim. Bagi Hanif, Anggie, Elly, serta Ira menganggap muslimah yang ideal yakni pertama-tama ditunjukkan melalui penampilan. Pemakaian jilbab yang dipercayai mampu membawa perubahan “lebih baik” bagi perempuan, adalah unsur pertama yang harus dipenuhi. Sedangkan Ning

memberikan pendapatnya dari sudut pandang yang berbeda. Baginya seorang perempuan muslim ideal adalah perempuan yang taat akan agama. Ia menilai dari bagaimana seseorang melakukan kewajibannya sebagai seorang pemeluk agama Islam sehari-hari. Ning menganggap bahwa hanya dengan menggunakan jilbab, muslimah belum bisa dimasukkan ke dalam kategori sosok ideal. Adanya variasi jenis pendapat yang diberikan oleh kelima informan tersebut pada dasarnya dipengaruhi oleh keseharian masing-masing dalam menentukan penampilan serta pemahaman yang berbeda.

b. Pemahaman serta Pemaknaan Informan terhadap Komodifikasi serta Normalisasi Tubuh Perempuan dengan Menggunakan Jilbab

Bagi masing-masing informan film *Hijab* merupakan film dengan *genre* komedi yang mengemas fenomena perkembangan *fashion hijab* di Indonesia secara rapi. Kelimanya nampak cukup menikmati kisah yang disajikan oleh produsen media selama proses menonton tengah berlangsung. Dalam memahami komodifikasi serta normalisasi tubuh dengan menggunakan jilbab yang secara tidak langsung disajikan, mereka memiliki pemaknaan yang berbeda-beda. Hanif, Anggie, serta Ira, ketiganya merupakan perempuan yang cukup aktif dalam mengikuti perkembangan terkini terkait busana muslim di Indonesia. Sehingga seluruh konten mengenai penggunaan jilbab serta ajakannya bagi

penonton seperti yang disajikan dalam film disetujui oleh ketiga informan tersebut. Sedangkan bagi Elly dan Ning, keduanya justru memiliki pemahaman yang lebih kritis sehingga menempati posisi *oppositional code*. Bagi Elly, bukannya mengajak perempuan muslim untuk memakai jilbab, *Hijab* lebih pantas dianggap sebagai produk film Hanung untuk mengenalkan bisnis milik Zaskia Mecca kepada masyarakat. Sedangkan Ning merasa tidak setuju dengan pernyataan dalam film mengenai jilbab yang dipercayai mampu menjadikan seseorang menjadi lebih baik. Menurutnya baik atau buruknya seseorang diukur dari bagaimana seseorang tersebut berperilaku dalam bermasyarakat.

c. Pemahaman serta Pemaknaan Informan terhadap Domestifikasi Perempuan

Berdasarkan ragam pendapat yang telah diberikan selama proses wawancara berlangsung, peneliti mendapati bahwa kelima informan menempati posisi hipotekal khalayak yang berbeda. Hanif dan Ira memiliki pendapat yang mampu diposisikan ke dalam *dominant-hegemonic*, di mana mereka menerima serta menyetujui pesan yang disajikan dalam film *Hijab* terkait tugas-tugas seorang istri yang telah terdomestifikasi. Hanif memberikan pendapatnya bahwa selama bekerja di luar mendapat izin dari suami, maka hal tersebut boleh dilakukan.

Selain itu ia juga berpendapat bahwa seorang istri yang juga bekerja di luar rumah sejatinya harus mampu membagi waktu mereka untuk menjalankan tugas utamanya di dalam rumah. Ira sebagai seorang perempuan yang berperan penuh sebagai ibu rumah tangga mengaku lebih setuju dengan perempuan yang memilih untuk tetap melakukan tugasnya di dalam rumah sebagai seorang istri, meski ia juga tidak sepenuhnya kontra terhadap perempuan yang juga bekerja di luar sana. Sedang satu informan yakni Ning menempati posisi *negotiated code* yang mana ia menerima pesan yang disampaikan. Namun ia tidak semata-mata langsung menyetujui, melainkan baginya masih terdapat jalan alternatif yang bisa dilakukan oleh seorang istri ketika tidak diizinkan bekerja. Sedangkan Anggie dan Elly menempati posisi *oppositional code* di mana mereka sama-sama menerima pesan yang disampaikan namun merasa tidak setuju. Elly yang merupakan seorang *single parent* semenjak tahun 2003 silam, merasa tidak setuju jika tugas domestik di limpahkan sepenuhnya kepada perempuan. Dalam hal ini ia beranggapan bahwa baik suami maupun istri memiliki hak serta kewajiban yang seimbang dalam melakukan tugas berumah tangga. Baginya mencari nafkah tidak mutlak harus dilakukan oleh suami, begitu pula dengan menjalankan tugas domestik yang juga tidak mutlak merupakan tugas seorang istri. Sementara itu, Anggie mengungkapkan ketidak-setujuannya dengan memaparkan pengalamannya

sebagai seorang istri dan juga pengalaman teman dekatnya. Ia memaparkan bahwa dalam rumah tangga, tugas-tugas di dalamnya haruslah dipikul bersama dengan saling membantu satu sama lain. Hal tersebut dikaitkan dengan pengalaman hidup keduanya yang sama-sama dirasa tidak cocok untuk mengaplikasikan pesan yang diberikan dalam film *Hijab*. Adanya pendapat yang beragam oleh kelima informan ini dipengaruhi oleh pengalaman masing-masing yang berbeda sehingga melahirkan pula pemahaman yang berbeda mengenai pembagian tugas antara laki-laki dan perempuan dalam kehidupan rumah tangga.

Berdasarkan pemaparan pemaknaan kelima informan atas temuan *encoding* yang telah dijelaskan pada sub-bab sebelumnya mengenai konstruksi identitas perempuan muslim dalam film *Hijab* menempati posisi *dominant-hegemonic*, *negotiated code*, serta *oppositional code*. Sehingga dapat dikatakan bahwa kelima informan memiliki pemahaman yang beragam terkait konteks diskusi yang telah dilakukan. Hasil temuan yang didapat dalam penelitian ini adalah, **pertama**, pesan yang disajikan dalam tahap *encoding* oleh produsen media kepada penontonnya dapat diterima dengan cara yang beragam. Hal ini sejalan dengan konsep khalayak aktif yang dikatakan sebagai teori media baru. **Kedua**, penempatan posisi hipotekal yang beragam dilatarbelakangi oleh perbedaan lingkungan tempat tinggal informan dan beberapa faktor lain seperti usia, pendidikan, pekerjaan, pengetahuan, serta pengalaman pribadi dari setiap informan. Selain itu posisi hipotekal yang sama tidak bisa dimaknai sebagai

penonton yang memiliki pemikiran sama, karena masing-masing individu bebas memproduksi serta mereproduksi makna atas suatu tayangan. **Ketiga**, objek yang digunakan dalam penelitian ini yaitu film *Hijab* berhasil memberikan pengaruh pada khalayak yang menyaksikan melalui struktur *encoding* (kerangka pengetahuan, hubungan produksi, dan infrastruktur teknis) yang disajikan. Hal ini bisa dibuktikan dari perolehan data hasil penelitian yang menempatkan sebagian besar pendapat penonton ke dalam posisi *dominant-hegemonic*.

## **B. Saran**

Studi resepsi atau kajian khalayak ini merupakan suatu pendekatan yang mengutamakan proses pembentukan makna oleh khalayak sebagai audien akan suatu teks (dalam hal ini tayangan dan/atau film) berupa pemahaman, tanggapan maupun sikap yang muncul selama mengonsumsi media. Penelitian ini kemudian memilih lima orang untuk dijadikan informan dengan memiliki beberapa perbedaan seperti latar belakang keluarga, pengalaman, serta usia untuk menggali penerimaan khalayak dari sudut pandang yang berbeda dari masing-masing individu. Maka melalui penelitian ini diharapkan pembaca sebagai konsumen media tidak menerima secara serta merta isi dari suatu teks dan/atau tayangan melainkan mampu memahaminya menjadi hal yang perlu dicermati serta dipilah. Karena penonton sebagai khalayak memiliki otoritasnya dalam “membaca” sebuah pesan. Selain itu, penelitian tentang penerimaan penonton terhadap

konstruksi identitas perempuan muslim dalam film *Hijab* di dalam dunia perfilman mampu memberi gambaran mengenai proses pemaknaan dan interpretasi penonton atas interaksinya dengan teks media dalam film. Penelitian ini juga diharapkan mampu menjadi pembuktian bahwa khalayak sebagai konsumen media tidak menerima pesan yang menerpa secara pasif. Namun, justru dapat menciptakan makna baru dengan memroses teks media.

Pemilihan informan yang memiliki latar belakang beragam mampu menghasilkan jawaban yang beragam pula. Adanya ketertarikan serta keingintahuan peneliti terhadap informan yang memiliki kesamaan latar belakang menjadi tantangan tersendiri bagi penelitian selanjutnya. Sementara itu penggunaan metode analisis data kualitatif yang digunakan pada penelitian ini nyatanya mampu memberikan jawaban lingkup jawaban yang cukup luas sehingga memerlukan kecermatan dan kreativitas dalam memberi pertanyaan supaya mendapatkan jawaban yang mendetail. Dengan penelitian ini, peneliti berharap adanya penelitian lanjutan mengenai studi khalayak dengan menggunakan metode analisis data kuantitatif untuk memperkaya studi khalayak media khususnya di Indonesia.

Penelitian selanjutnya yang menggunakan metode resepsi terhadap pesan dalam film diharapkan mampu menganalisa peran khalayak lebih dalam. Peneliti berharap setelah penelitian ini akan ada lebih banyak lagi penelitian lanjutan, pertama, mengenai film sebagai salah satu *platform* untuk melakukan strategi pemasaran, dan kedua, tentang fenomena-fenomena lain yang tengah terjadi di

Indonesia. Peneliti juga berharap bahwa penelitian ini mampu dijadikan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya.