

Jurnal Pustaka Ilmiah

Jurnal Ilmiah UPT Perpustakaan UNS

SUSUNAN REDAKSI JURNAL PUSTAKA ILMIAH UPT PERPUSTAKAAN UNS

Penanggung Jawab	: Dr. Muhammad Rohmadi, M.Hum.
Ketua Redaksi	: Dra. Tri Hardiningtyas, M.Si.
Wakil Redaksi	: Haryanto, M.IP.
Sekretaris	: Bambang Hermanto, S.Pd., M.IP., Henny Perwitosari, A.Md.
Penyunting Ahli	: 1. Dr. Muhammad Rohmadi, M.Hum. (Universitas Sebelas Maret); 2. Drs. Widodo, M.Soc.Sc. (Universitas Sebelas Maret); 3. Drs. Harmawan, M.Lib. (Universitas Sebelas Maret).
Penyunting	: Daryono, S.Sos., M.IP.; Riah Wiratningsih, S.S., M.Si., Dinar Puspita Dewi, S.Sos., M.IP.; Sri Utari, S.E.
Bendahara	: Nurul H., A. Md.; Novi Tri Astuti, A.Md.
Sirkulasi	: Aji Hartono, A. Md.; Agus Sriyono, A.Md.; Aris Suprihadi, S.IP.

**DITERBITKAN OLEH
UPT PERPUSTAKAAN UNS**

REDAKSI JURNAL PUSTAKA ILMIAH

Alamat: Jl. Ir. Sutami 36A Ketingan, Surakarta 57126

Telp./Fax.: (0271) 654311; email: jurnal.pustaka.ilmiah@gmail.com

PENGANTAR REDAKSI

Salam Pustaka.

Dengan mengucap rasa syukur Allah SWT. segenap Tim Redaksi Jurnal Pustaka Ilmiah (JPI) mengucapkan banyak terima kasih kepada para penulis yang telah berkontribusi untuk penerbitan JPI volume 4 edisi Juni 2018. Penerbitan volume 4 edisi Juni 2018 kali ini JPI mengetengahkan tema: ***Fenomena Media Sosial***. Kehadiran JPI diharapkan dapat dijadikan sebagai media penulisan bagi para pustakawan, dosen, tenaga kependidikan, guru, dan praktisi untuk menuangkan ide dan gagasan kreatifnya secara tertulis.

Dalam penerbitan JPI volume 4 edisi Juni 2018 ini disajikan sepuluh tulisan antara lain: (1) Analisis Keterkaitan Antara Agama Dan Budaya Pada Masyarakat Virtual Di Indonesia (*Ade Yul Pascasari Katili*), (2) “Kodifikasi Agama Melalui Iklan Televisi (Studi Kasus Iklan Televisi Berlabel Halal)” (*Agustian Bhaskoro Abimana Aryasatya*), (3) “Identitas Diri dalam Politik masyarakat Virtual : Sebuah Tinjauan Tentang Anonimitas (*Dwi Cahyo Prasetyo*), (4) Ria SW dan Arief Muhammad : Vlog Sebagai Medium Diseminasi Informasi dan Kreativitas (*Fitri Kartika Sari*), (5) Instagram Sebagai Media Social Movement (studi kasus @merawatjogja) (*Hafidzatul Wahidah*), (6) Komodifikasi Budaya Islam Dalam Masyarakat Virtual : Fenomena Hijabers” (*Hilda Syaf’aini Harefa*), (7) Mengkomunikasikan secara Kreatif Kebijakan dan Layanan Perpustakaan Melalui Media Sosial (*Isrowiyanti*), (8) E-Resources Sebagai Penyedia Informasi Murah Dan Berkualitas (studi kasus Perpustakaan Nasional Republik Indonesia) (*Lisa Noviani Maghfiroh*), (9) Fenomena Cyberbullying Pada Media Sosial Instagram (*Nurrahma Yanti*), (10) Perilaku Demokratik Masyarakat Virtual (studi kasus pemustaka Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)” (*Shinta Nofita Sari*).

Akhirnya, redaksi JPI mengucapkan banyak terima kasih kepada Kepala UPT Perpustakaan UNS yang telah memberikan dukungan dan memfasilitasi untuk penerbitan JPI. Selain itu, ucapan terima kasih juga disampaikan kepada para penulis, Tim Redaksi, dan Yuma Pressindo, yang telah mempersiapkan dari awal sampai terbitnya JPI. Selamat membaca...

Surakarta, Juni 2018
Tim Redaksi

SAMBUTAN

Dr. Muhammad Rohmadi, M.Hum.
Kepala UPT Perpustakaan UNS

Selamat dan sukses atas diterbitkannya kembali Jurnal Pustaka Ilmiah (JPI). Jurnal ini sebagai media kreativitas dan pengembangan *softs skills* para pustakawan, guru, dosen, dan praktisi untuk menuangkan ide dan gagasan demi layanan perpustakaan yang prima dan unggul. Berbagai isu terkait dengan pengembangan perpustakaan, pelayanan perpustakaan sebagai pusat sumber belajar, pendidikan, penelitian, pelestarian, dan budaya literasi akan menjadi topik-topik yang disajikan dalam jurnal ilmiah ini.

Diterbitkannya JPI sebagai bukti kepedulian UPT Perpustakaan Universitas Sebelas Maret Surakarta (UNS) dalam rangka turut berpartisipasi mengembangkan dan membudayakan literasi untuk para pustakawan dan civitas akademika di UNS maupun luar UNS. Berbagai model pengembangan *softs skills* menjadi alternatif untuk membekali dan memperkuat jaringan kerja sama penulisan antar kelembagaan. Dengan demikian, kerja sama antar pustakawan dan pemustaka dapat diwujudkan dengan berbagai model dalam bidang literasi.

Penerbitan JPI merupakan sarana untuk memotivasi semua pustakawan agar berkarya di bidang penulisan, baik ilmiah maupun nonilmiah. Para pustakawan harus menjadi pionir dalam bidang penulisan. Hal ini sebagai bentuk kepedulian dan keteladanan para pustakawan yang memroses, menyajikan, dan menikmati bahan-bahan pustaka cetak dan noncetak di perpustakaan. Ketersediaan bahan pustaka akan menjadi bahan paling nyata untuk dikembangkan dalam berbagai model perwujudan teknik penulisan. Hal terpenting yang harus dimiliki oleh para pustakawan adalah semangat untuk berbagai pengetahuan melalui tulisan.

Kepedulian setiap sumber daya manusia kepada kelembagaan dapat dituangkan dalam berbagai model pengabdian, salah satunya adalah melalui tulisan. Berbagai ide dan gagasan dapat direalisasikan dengan berbagai model bentuk artikel jurnal, buku, modul, monograf, dan lain sebagainya. Para civitas akademika, guru, pustakawan, praktisi harus memiliki keterampilan menulis sebagai bentuk perwujudan pengembangan diri secara berkelanjutan. Berbagai tulisan dan referensi sudah disajikan tetapi masih sangat minim untuk diimplementasikan dalam kehidupan. Banyak orang pandai dalam berbicara tetapi masih sedikit yang menuangkan ide dan gagasannya dalam bentuk tulisan.

Akhirnya, keluarga besar UPT Perpustakaan UNS mengucapkan banyak terima kasih kepada Rektor, Wakil Rektor, pengelola JPI, penulis, dan semua pihak yang telah mendukung penerbitan JPI. Semoga dengan diterbitkannya JPI ini dapat menjadi media untuk menulis para pustakawan, dosen, guru, dan praktisi dalam bidang iptek dan seni. Ucapan terima kasih juga diucapkan kepada percetakan Yuma Pressindo yang telah membantu mempersiapkan dari awal sampai terbitnya JPI ini. Akhirnya, semoga JPI dapat memberikan nilai kemaslahatan untuk umat.

Surakarta, Juni 2018

DAFTAR ISI

JURNAL PUSTAKA ILMIAH EDISI KEEMPAT: VOLUME 4 NOMOR 1/ JUNI 2018

Tema: Fenomena Media Sosial

Analisis Keterkaitan Antara Agama dan Budaya pada Masyarakat Virtual Di Indonesia <i>Ade Yul Pascasari Katili</i>	507-514
Komodifikasi Agama Melalui Iklan Televisi (Studi Kasus Iklan Televisi Berlabel Halal) <i>Agustian Bhaskoro Abimana Aryasatya</i>	515-523
Identitas Diri dalam Politik Masyarakat Virtual: Sebuah Tinjauan Tentang Anonimitas <i>Dwi Cahyo Prasetyo</i>	524-531
Ria Sw dan Arief Muhammad : Vlog Sebagai Medium Diseminasi Informasi Dan Kreativitas <i>Fitri Kartika Sari</i>	532-539
Instagram Sebagai media <i>social Movement</i> (Studi Kasus @Merawatjogja) <i>Hafidzatul Wahidah</i>	540-548
Komodifikasi Budaya Islam dalam Masyarakat Virtual : Fenomena Hijabers <i>Hilda Syaf'aini Harefa</i>	549-557
Mengkomunikasikan Secara Kreatif Kebijakan dan Layanan Perpustakaan Melalui Media Sosial <i>Isrowiyanti</i>	558-565
<i>E-Resources</i> sebagai Penyedia Informasi Murah dan Berkualitas (Studi Kasus Perpustakaan Nasional Republik Indonesia) <i>Lisa Noviani Maghfiroh</i>	566-574
Fenomena <i>Cyberbullying</i> pada Media Sosial Instagram <i>Nurrahma Yanti</i>	575-581
Perilaku Demokratik Masyarakat Virtual (Studi Kasus: Pemustaka Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta) <i>Shinta Nofita Sari</i>	582-590

KOMODIFIKASI BUDAYA ISLAM DALAM MASYARAKAT VIRTUAL : FENOMENA HIJABERS

Hilda Syaf'aini Harefa

ABSTRACT

Social media not only makes the user a communicator but can move public space. Social media becomes a forum where fellow users are related and have their own constructions. At this stage social media presents the wearer both individually and in groups. Currently in public spaces, hijab has become an increasingly common sight. Almost no place, circle or institution is not touched by the hijab. The spread of the use of hijab as a fashion trend among young people today is dominated by figures from Dian Pelangi and the Hijabers Community. Hijabers Community, has constructed the meaning of hijab according to their own. There is a shift in the meaning of the veil itself. Headscarves of the past and present have different meanings. In the past wearing a headscarf was a symbol of women's obedience to the teachings of their religion, while now wearing a headscarf became a lifestyle pattern. Muslim fashion is undergoing a very rapid change and the presence of models that are good looking, stylish, and fashionable. This Hijabers phenomenon can not be separated from the use of social media, namely Instagram as a virtual public space. Through the instagram of Muslim women today the dialogue is their identity through their appearance. Appearances on Instagram contribute to interpreting the discourse about beautiful concepts by Muslim women. Through an existing Instagram account, it becomes a space to show someone in the virtual world. Instagram, which is a friend network, has indirectly formed a virtual community.

Keywords: *Virtual society, social media, Instagram, the phenomenon of hijabers*

ABSTRAK

Media sosial bukan saja menjadikan pemakainya sebagai komunikator namun dapat menggerakkan ruang publik. Media sosial menjadi wadah dimana sesama pemakainya berhubungan dan mempunyai konstruksi masing-masing. Pada tahapan ini media sosial menampilkan diri pemakainya baik itu secara individu maupun kelompok. Saat ini di ruang-ruang publik, hijab sudah menjadi pemandangan yang semakin umum. Hampir tidak ada satu tempat, kalangan atau lembaga pun tidak tersentuh hijab. Menularnya pemakaian hijab sebagai tren fashion dikalangan kawula muda saat ini didominasi oleh sosok tokoh Dian Pelangi dan komunitas Hijabers Community. Hijabers Community, telah mengkonstruksi makna jilbab menurut mereka sendiri. Ada pergeseran arti dari jilbab itu sendiri. Jilbab zaman dulu dan zaman sekarang sudah berbeda arti. Kalau dulu mengenakan jilbab merupakan lambang ketaatan wanita pada ajaran agama mereka, sedangkan sekarang mengenakan jilbab menjadi suatu pola gaya hidup. Fashion muslimah mengalami perubahan yang sangat pesat serta hadirnya model-model yang good looking, stylish, dan modis. Fenomena Hijabers ini tidak lepas dari pemanfaatan media sosial yaitu instagram sebagai ruang publik virtual. Melalui instagram perempuan muslim masa kini mendialogkan identitasnya melalui penampilan dirinya. Penampilan di instagram berkontribusi menginterpretasi wacana tentang konsep cantik oleh muslimah. Melalui akun istagram yang ada, menjadi ruang untuk menunjukkan seseorang dalam dunia virtual. Instagram yang merupakan jaringan perteman secara tidak langsung telah membentuk sebuah komunitas masyarakat virtual.

Kata kunci : *Masyarakat virtual, media sosial, instagram, fenomena hijabers*

PENDAHULUAN

Sekarang ini, ruang publik mengalami perubahan yang sangat besar, seiring berkembangnya ICT (*Information Communication Technology*) yang melahirkan ruang publik virtual. Ruang ini begitu luar biasa menarik karena merupakan ‘dunia imajiner’ atau ‘dunia maya’ yang bersifat fiktif, karena masing-masing orang dengan mudah mengerjakan apa saja yang menjadi kebiasaannya di dalam kehidupan nyatanya namun dengan hal yang baru.

Pesatnya perkembangan teknologi informasi dimasyarakat berkorelasi dengan adanya perubahan dalam berbagai aspek kehidupan termasuk proses interaksi di ruang publik virtual. Dalam realitas ruang publik virtual, maka kita menemukan istilah masyarakat virtual. Masyarakat ini terbentuk akibat dari kegiatan di ruang publik virtual itu sendiri dimana kegiatan komunikasi terjadi diantara dua orang atau lebih melalui perangkat komunikasi elektronik yang terkoneksi melalui jaringan internet. Sehingga terjadi perubahan paradigma dari masyarakat nyata ke masyarakat virtual.

Salah satu fenomena kehidupan masyarakat yang dikemas teknologi di ruang publik virtual adalah agama salah satunya budaya Islam. Agama yang merupakan bagian dari sebuah realitas sosial yang mengintegrasikan dan melegitimasi sistem sosial. Agama yang menjadi pengendali kehidupan sosial dalam masyarakat. Saat ini agama telah menyatu dengan budaya populer yang berkembang ditengah masyarakat modern masa kini, sehingga agama dikemas dalam bentuk hiburan. Belakangan ini sedang maraknya terbentuk semacam ideologi dikalangan masyarakat Indonesia keinginan untuk beragama namun senantiasa *ngetren* atau biar *religious* tapi tetap tampil modis. Saat ini di ruang-ruang publik, hijab sudah menjadi pemandangan yang semakin umum. Hampir tidak ada satu tempat,

kalangan atau lembaga pun tidak tersentuh hijab. Berbagai jenis dan model hijab yang anggun pun semakin banyak dikreasikan. Budaya hijab *booming* di kalangan perempuan. Interaksi dan perbincangan yang terjadi di ruang publik virtual telah mempengaruhi perempuan-perempuan muslim untuk memakai hijab. Dan menjadikan gaya hijab mereka sebagai sebuah *trend* di kalangan perempuan muslim lainnya. Saat ini hijab telah mengalami pergeseran makna dari hijab sebagai penutup aurat menjadi hijab sebagai *trend fashion*, dimana tren itu merupakan perkembangan jaman yang berjalan beriringan dengan kecanggihan teknologi terutama internet.

Perubahan pola hidup masyarakat modern saat ini tidak dapat dipungkiri adanya peran media sosial. Media sosial sebagai media informasi memiliki peran penting dalam proses pola hidup bagi kalangan masyarakat modern. Media sosial dengan berbagai mediatornya memberi ruang besar bagi perempuan untuk . Media sosial juga dijadikan sebagai tempat mitos kecantikan dapat direproduksi dan dikonsumsi.

Instagram yang merupakan salah satu mediator media sosial yang mempunyai *interface* untuk berbagi foto, video, dan kegiatan lainnya. Melalui akun instagram yang dimiliki perempuan muslim saat ini mendialogkan identitasnya melalui akun instagram pribadi miliknya. Penampilan di instagram berkontribusi mengkonstruksikan diskusi tentang ide cantik menurut perempuan muslim masa kini. Melalui instagram, perempuan muslim masa kini dapat *men-sharing* foto atau videonya ke media sosial sebagai presentasi dirinya. Berdasarkan ini, instagram dipilih sebagai sumber inspirasi model *fashion* oleh komunitas perempuan muslim yang menarik minat dengan *trend* hijab zaman sekarang yang terkoneksi dengan aplikasi instagram. Melalui akun istagram yang ada, terbukalah tempat untuk menunjukkan diri seorang dalam dunia virtual. Instagram yang

merupakan jaringan pertemanan secara tidak langsung telah membentuk sebuah komunitas masyarakat virtual.

A. LANDASAN TEORI

1. Media Sosial Sebagai Ruang Publik Masyarakat Virtual

Tidak dapat dipungkiri media publik merupakan sisi terpenting di dalam suatu negara demokrasi. Demokrasi akan berlangsung dengan baik apabila sebuah Negara memiliki suatu wadah publik yang seimbang, dimana masing-masing orang mempunyai kesempatan yang sama untuk berperan aktif dalam menyuarakan idenya. Ruang publik sendiri dipopulerkan oleh Jurgen Habermas, seorang filsuf dan sosiologi dari Jerman. Menurut Habermas ruang publik dapat didefinisikan sebagai tempat yang terdapat di antara masyarakat ekonomi dan negara tempat masyarakat melakukan wacana yang rasional, membentuk pendapat mereka, serta melaksanakan kontrol atas pemerintah.

Keberadaan media sosial di zaman milenial ini semakin tidak dapat dipisahkan begitu saja dari kehidupan manusia. Ini disebabkan oleh faedah media sosial yang mengubah aktivitas manusia menjadi serba cepat, efektif, dan efisien. Media sosial dapat dikelompokkan sebagai ruang publik yang dimanfaatkan manusia untuk melakukan berbagai hubungan komunikasi. Ruang publik dapat dikatakan sebagai tempat yang demokratis dalam menciptakan interaksi dengan berbagai macam pandangan baik yang pro ataupun kontra.

Menurut P.N. Howard dan M.R. Parks menyebutkan media sosial adalah wadah yang terbagi atas tiga faktor, yaitu : (1) infrastruktur informasi dan perangkat yang berfungsi untuk menghasilkan dan menyebarkan informasi, (2) informasi bisa saja berisikan pesan-pesan pribadi, berita,

ide pokok, dan komoditas budaya yang berbentuk digital, dan (3) Menghasilkan dan mengkomsumsi isi media dalam bentuk digital adalah perorangan, kelompok, dan industri.

Instagram merupakan satu dari sekian banyak *peron* wadah sosial yang awalnya merupakan *peron* untuk mendokumentasikan dan *sharing* foto, namun seiring pembaharuannya dengan kemajuan aplikasi pada *Instagram* bukan saja hanya sampai berbagi foto dan *Liking*, *Instagram* bertransformasi dengan memfasilitasi aplikasi untuk menulis status (*write Caption*) yang bisa dikoneksikan dengan media sosial lainnya seperti *Facebook*, *Twiter*, *Tumblr*, dan *flickr*. Fitur kolom komentar dan bahkan fitur *tagging* yang bisa dihubungkan kepada siapa pemilik akun yang diinginkan.

Melalui akun *instagram* yang ada, terbukalah tempat untuk menampilkan diri seseorang didalam dunia virtual. *Instagram* yang merupakan jaringan pertemanna secara tidak langsung telah membentuk sebuah komunitas masyarakat virtual di ruang publik virtual.

2. Landasan Hukum Berhijab

Berdasarkan *point of view* agama Islam, hijab merupakan sandang yang harus digunakan oleh semua perempuan muslim. Menurut Abdul Halim abu Suqqah, hijab adalah pemisah antara laki-laki dan perempuan supaya kebersihan hati dapat terpelihara. Hijab juga sebagai alat pengontrol jarak didalam pertemanan diantara laki-laki dan perempuan, yang bermakna sudah memelihara kebersihan hati dari rayuan-rayuan yang mengajak kepada perbuatan maksiat antara laki-laki dan perempuan.

Hijab dimaknai sebagai alat untuk menutupi. Modelnya seperti helaian kain penutup, dinding pembatas, tembok,

dan lain-lain. Apabila diperhatikan tren sekarang, belakangan ini hijab acap kali didefenisikan dengan jilbab. Dapat dibuktikan dengan merebaknya butik-butik muslimah, kelompok muslimah yang melabeli namanya dengan hijabers daripada jilbabers.

Landasan hukum mengenai kewajiban muslimah memakai hijab telah ditentukan Allah di dalam Q.S. Al-Ahzab : 59 : *“Hai Nabi katakan kepada isteri-isterimu, anak-anak perempuanmu, dan isteri-isteri orang-orang beriman, hendaklah mereka mengulurkan jilbabnya ke seluruh tubuh mereka. Yang demikian itu supaya mereka lebih mudah untuk dikenalm, karena itu mereka tidak diganggu,.. Dan Allah adalah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.* Hal ini diperjelas lagi dalam Q.S. An-Nur : 31, yaitu *“ ... dan hendaklah mereka menutup kain kerudung ke dadanya...”*

Dari keterangan diatas disimpulkan bahwa hijab bukanlah jilbab yang disampirkan dileher, tidak juga jilbab tipis yang terlihat helaian rambutnya atau jilbab yang semata-mata tertutup separuh rambut belakangnya, tidak juga jilbab sejenis songkok yang terlihat lehernya atau jilbab yang semata-mata menutupi ujung kepala sebelah atas seperti ibu suster wanita Nasrani atau jilbab yang kelihatan dadanya, dan tidak pula sejenis syal kecil yang dililitkan di bahu kanannya.

Jika dilihat kembali sejarah perkembangan agama, konsep hijab pada hakikatnya bukanlah kepunyaan Islam, karena di dalam kitab terdahulunya yaitu kitab Taurat maupun kitab suci agama Yahudi, diketahui dengan istilah yang sepengertian dengan hijab yaitu *tif’eret*. Demikian pula dalam kitab injil ditemukan istilah semakna, dengan sebutan *Zammah*, *re’alah*, *zaif* dan *mithapat*. Hijab memiliki defenisi antara busana wanita (aspek tubuh) dan lintas budaya.

3. Pengertian Komodifikasi

Komodifikasi merupakan defenisi baru yang mulai hadir dan diketahui oleh para ilmuwan sosial. Komodifikasi merupakan suatu perkembangan dari korelasi, yang pada mulu terbebas dari faktor yang sifatnya diperjual-belikan, menjadi korelasi yang sifatnya komersil.

Komodifikasi merupakan kata kunci yang dikemukakan Karl Marx sebagai ideologi. Menurutnya, istilah itu bisa diartikan sebagai usaha mengedepankan pendapatan laba dibandingkan target-target lain. Pandangan Marx adalah bahwa pada hubungan mereka dengan alam dan dengan para pemeran lainnya, para produsen menghasilkan sasaran-sasaran yang mereka inginkan untuk kelangsungan hidup. sasaran-sasaran ini diproduksi untuk dipakai oleh dirinya sendiri atau orang lain di dalam lingkungannya. Inilah yang dinamakan dengan aspek nilai guna komoditas. Mekanisme ini pada kapitalis merupakan model baru sekalian komoditas. Para pemeran tidaklah menghasilkan untuk dirinya atau kelompok mereka, namun untuk orang lain (kapitalis). Komoditas yang dihasilkan mempunyai nilai tukar yang tidak langsung digunakan, melainkan melakukan pertukaran di pasar demi sejumlah uang atau demi sasaran-sasaran lainnya.

Komodifikasi merupakan pendayagunaan isi media dapat dilihat dari manfaatnya sebagai komoditas yang dapat diperdagangkan. Komodifikasi bisa dianggap sebagai mekanisme perubahan barang dan jasa dari nilai kegunaannya menjadi barang yang berorientasi pada nilai tukarnya di pasar, karena nilai tukar berhubungan dengan pasar dan pemakai, maka mekanisme komodifikasi *basic*-nya adalah mengalihkan barang/jasa agar sinkron dengan kemauan dan keperluan pemakai. Pada mekanisme perubahan dari

nilai guna menjadi nilai tukar, pada *mass media* acap kali dilibatkan para awak media, khalayak ramai, pasar, dan negara apabila tiap-tiap dari mereka mempunyai kepentingan pribadi.

Komodifikasi diketahui sebagai mekanisme ranah sosial dan institusi yang melaksanakan penghasil komoditas untuk mendapatkan laba kapital/ekonomi dalam jumlah besar dengan mewujudkan satu rancangan/ide pembuatan, penyaluran dan pemakaian.

Dapat disimpulkan komodifikasi adalah perubahan suatu bentuk benda untuk menjadi komoditas yang bernilai ekonomis

B. Pembahasan

1. Hijab Menjadi Budaya Identitas dan Tren Fashion

Sekarang ini, pakaian bukan hanya digunakan sebagai penutup atau member kenyamanan pada tubuh, namun juga menjadi tanda pengenal seseorang. Pakaian yang merupakan produk budaya, sekaligus tuntunan agama dan moral. Kemajuan mode *fashion* selalu saja digilai beraneka ragam golongan masyarakat sebagai simbol individualitas gaya hidup moderen. Mode pakaian saat ini bukan saja meliputi pakaian *casual* saja namun menjalar ke gaya berpakaian muslim yaitu hijab.

Saat ini di ruang-ruang publik, hijab sudah menjadi pemandangan yang semakin umum. Hampir tidak ada satu tempat, kalangan atau lembaga pun tidak tersentuh hijab. Berbagai jenis dan model hijab yang anggun pun semakin banyak dikreasikan. Budaya hijab meledak di kalangan perempuan. Berdasarkan latar belakang zaman sekarang, hijab tidak hanya sebagai lambang individualitas pemeluk agama Islam namun demikian hijab sebagai lambang prestise. Fenomena hijabers sebutan bagi orang yang menggunakan

hijab secara *trendy/stylish* merujuk adanya keterlibatan perspektif agama Islam yang diciptakan dalam kegiatan keseharian seseorang yaitu bentuk perilaku berhijab. Atau dapat dikatakan bahwa seseorang yang berhijab berarti menempatkan kepercayaan kepada agama Islam. Hijab dalam latar belakang kekinian, tidak saja menjadi lambang identitas penganut agama Islam namun hijab juga menjadi lambang status. Hijab yang mulanya dilihat sebagai sesuatu yang membatasi mereka untuk berpenampilan menarik sudah mengalami perubahan yang sangat drastis. Dengan menggunakan hijab desain tertentu, membuat mereka tetap tampil trendi tanpa harus mengabaikan kewajibannya menggunakan hijab.

Istilah hijab dalam perkembangannya fenomena hijab mengusung amanah yang beragam tidak saja pada usaha perumusan istilahnya, namun juga pada pemberian arti dan pelaksanaannya di masyarakat yang membawa lambang sosial keagamaan dan identitas sosial.

Dinamika masyarakat yang berkembang dengan cepat berdampak signifikan terhadap gaya berhijab. Hijab bukan lagi sesederhana Al-qur'an namun sudah berubah menjadi model fashion di kalangan dunia mode menyebabkan perempuan berhijab bisa tampil modis, *trendy* dan bergaya sesuai dengan model yang sedang meledak di kalangan masyarakat. Inspirasi berpakaian timbul dan menghasilkan berbagai model hijab yang moderen. Kalangan pengguna hijab pun merebak, bukan saja dari kalangan perempuan yang hidup di pesantren dan perempuan penggerak lembaga Islam, juga masyarakat awam, artis, pejabat negara hingga perempuan yang terjerat tindakan kriminal juga memakai hijab sebagai alat menutupi wajah untuk menjauhi *blitz* kamera media massa.

Fashion ataupun penampilan untuk seseorang perempuan memang memiliki pengaruh yang sangat besar. Hal ini berhubungan dengan kepuasan, kepercayaan diri di hadapan khalayak ramai serta gambaran individualitas seseorang. Inspirasi berpakaian muslim moderen, membuat perempuan lebih bergairah mendesain model hijab.

Hijab fashion di Indonesia telah terjadi pergeseran makna, kalau dulu hanya untuk menutupi aurat namun kini dianggap sebagai tren dan arti yang terdapat pada *hijab* itu sendiri sedikit memudar. Saat ini telah menyatu menjadi sebuah gaya hidup bagi masyarakat muslimah moderen yang menciptakan hijab sebagai sisi untuk mempresentasikan identitas diri dan kehidupan sosial.

Selain menjadi bagian dari fashion, hijab juga berguna sebagai tanda individualitas diri sebagai muslim, serta menjadi bagian dari ungkapan diri dalam menggunakan pakaian. Ekpresi ini terlihat dari pilihan jenis hijab yang digunakan setiap perempuan muslim. Hijab modifikasi yang jadi *mode fashion* sekarang ini, murni sebagai potret ungkapan diri dari penggunaannya.

2. Hijab Sebagai Komodifikasi

Masyarakat moderen tidak bisa lepas dari gaya hidupnya. Saat ini pakaian merupakan salah satu bagian dari gaya hidup. Khususnya perempuan bersaing memakai pakaian yang terbaik dan cocok dengan dirinya. Hijab yang merupakan pakaian identik dengan perempuan muslimah. Pada hakikatnya, dalam ajaran agama Islam perempuan muslim diwajibkan menutupi auratnya dengan hijab. Dulu hijab digunakan identik sekali dengan agama yang sangat kental, namun dengan perkembangan zaman terjadi pergeseran makna dari hujab tersebut. Sekarang hijab

sudah menjadi bagian dari pola hidup yang tidak dapat dihilangkan dalam keseharian penggunaannya.

Perempuan berhijab memiliki kapasitas untuk masuk dikalangan masyarakat terhadap perkembangan budaya, dan bertepatan dengan perubahan waktu pemakaian hijab beralih menjadi suatu fashion. Perkembangan ini tidak bisa lepas dari kondisi kapitalisme yang dianggap keseluruhan bentuk produk yang dijadikan menjadi sebuah produk dagangan, kemudian mekanisme komodifikasi tersebut, mengarahkan kita terhadap istilah yang menjadi kata kunci yakni nilai guna dan nilai tukar.

Karl Marx pernah mengemukakan bahwa ideologi, seyogyanya agama merupakan candu masyarakat. Perihal yang sama juga berperan terhadap budaya populer. berkurangnya arti sebuah objek dituju oleh nilai tukar adalah ketentuan dalam kondisi kapitalisme. Merebaknya hijab ke dalam budaya populer dapat diartikan menyibakkan ruang terhadap objektifikasi hijab dimana objektifikasi adalah mekanisme materialisasi nilai. Berbagai pola objektifikasi seperti hijab yang semula dipakai untuk menutup aurat, kini dipakai menjadi aksesoris mempercantik diri, saat ini dipakai sebagai spesifikasi individualitas diri yang menjadi bagian dari mekanisme komodifikasi. Perempuan dengan bersolek tertutup dalam hal ini perempuan berhijab tanpa disadari tidak dapat menghindari dari mekanisme komodifikasi. Dimulai dari hijab, baju, celana, sepatu serta yang lainnya sudah telah menjadi bagian dari mode fashion. Menutup keseluruhan aurat perempuan pada kenyataannya dapat dilihat sebagai pertentangan terhadap usaha menjadikan tubuh perempuan menjadi target komoditas yang sangat menggiurkan.

Penghasil pakaian hijab dengan menghadirkan model berhijab kini aktif membidik pangsa pasar yang baru seperti konsumen perempuan muslim. Perempuan muslim diprovokasi untuk menjadi cantik, cantik ditanamkan sebagai sebuah keharusan dan kemudian dengan mudahnya para wanita Indonesia terprovokasi untuk menjadi cantik. Dengan dalih menutup aurat, iklan disetting sedemikian rupa sehingga sasarannya terpengaruhi, tidak hanya itu, konsekuensi cantik mereka sandingkan dengan gaya dan *fashion*. *Fashion* dalam hal ini berkaitan dengan model hijab yang bervariasi, yang memberi dampak pada perempuan untuk mewujudkan suatu budaya yang baru dengan cita-cita ketika menunjukkan hijab sebagai suatu komoditas, akan lebih diminati di pasaran dan menghasilkan keuntungan. Salah-satu keuntungan yang didapat adalah sebagai bagian dari objek komoditas yang dapat menunjukkan konsep cantik perempuan muslimah yang berbeda satu dengan yang lainnya. Dampak inilah yang kemudian menjadi *titik* penting bagi para pebisnis, setelah mereka mem-*brandstorming* targetnya. Tanpa disadari, makna yang menyatu pada agama inilah yang pada akhirnya menjadi sebuah komodifikasi oleh para pebisnis, mereka menerima alasan yang sangat kuat dalam memperdagangkan produk mereka, walaupun pada akhirnya masih belum dapat jelaskan apa yang menjadi tujuan utama mereka dakwah dengan menutup aurat ? atau untuk menggenggam pasar demi laba semata (kapitalis) ?.

3. Komodifikasi Budaya Islam Dalam Masyarakat Virtual: Fenomena Hijabers

Fenomena hijabers yang terjadi saat ini dapat dikatakan sebagai isu kontemporer, karena sebelumnya model jilbab yang seperti itu belum ada, gaya

dan *fashion* dalam berbusana muslimah belum ada kreasinya. Gaya dan busana muslimah dulunya bergaya monoton, modelnya begitu-begitu saja belum tersentuh trend fashion. Namun kini bisa dengan mudahnya kita menemukan gaya berbusana muslimah yang trendy. Gaya berpakaian ala hijabers banyak menuai pro dan kontra di masyarakat. Disatu sisi fenomena hijabers memiliki nilai positif karena menggerakkan pakaian tertutup namun tetap tampil modis. Namun disisi lain dinilai memiliki nilai negatif dimana fenomena hijaber merupakan usaha untuk mengenyampingkan aturan baku dalam berhijab itu sendiri. Aturan-aturan tidak boleh ketat, dan bukan digunakan sebagai perhiasan ditepis oleh para hijabers ini lalu diganti dengan aturan yang mereka buat sendiri. Perempuan cantik, ber-*makeup*, menggunakan kerudung dengan aneka gaya menjadi citra dari hijabers itu sendiri.

Kehadiran teknologi internet melalui media online dan media sosial dengan berbagai pilihan peronnya telah menyediakan ruang baru untuk perempuan khususnya perempuan Muslim untuk menunjukkan identitas dan ekspresinya di dalam masyarakat. Media sosial tersebut menjadi ruang bagi perempuan muslim untuk menguak ideologi, identitas, dan mitos yang ditampilkan, dihasilkan, dan dikonsumsi.

Instagram merupakan salah satu media sosial yang digunakan sebagai tempat untuk berhubungan, berkomunikasi dan juga melakukan *self promotion*. Instagram sebagai media sosial yang memiliki aturan naratif dan koneksinya menjadikan langkah bagi perempuan muslim untuk membentuk dan menunjukkan identitasnya. Di dalam instagram perempuan muslim bisa menunjukkan ideologinya yang berhubungan *Hijab Style* pada teks dan

gambar terdapat pada *interface* instagram tersebut.

Instagram memiliki peranan penting dalam perkembangan tren hijab style yang berkembang saat ini. Maraknya penggunaan media sosial yang satu ini menjadi fasilitas media baru yang lebih efektif dan efisien. Saat ini instagram dianggap bisa menyingkirkan peran media konvensional dan dianggap dapat membagikan informasi secara lebih rinci dibanding dengan media konvensional lainnya.

Instagram sebagai sosial media yang telah sukses mengusung sebuah hijab menjadi sebuah benda yang berisi ideologi dan sifatnya sudah tidak netral lagi. Dalam artian sebuah fashion, pakaian dapat saja netral namun pemakainya, fungsi yang dijalankannya tidak lagi netral karena nilai guna dan fungsi fashion adalah sosial kultural sehingga ada usaha untuk diperbaharui oleh pihak tertentu salah satunya follower dan pembaca.

Pemilik akun instagram oleh perempuan muslim oleh *public figure* yang membuat semakin ramainya follower menjadikan akun istagram si Public figure sebagai rekomendasi dan *guideline* untuk menjadi muslimah yang idaman.

Menyeruaknya pemakaian jilbab sebagai fashion dikalangan kawula muda masa kini sepertinya lebih dipengaruhi oleh sosok Dian Pelangi dan *Hijabers Community*. *Hijabers Community* , telah mengkonstruksi nilai-nilai jilbab menurut mereka sendiri. Ada peralihan makna dari jilbab itu sendiri. Jilbab dahulu dan sekarang sudah berbeda makna. Kalau dulu menggunakan jilbab merupakan lambang ketaatan wanita pada ajaran agama mereka, sedangkan sekarang memakai jilbab telah

menjadi suatu gaya hidup tersendiri. Fashion muslimah berkembang dengan pesat dan menghadirkan model-model yang cantik, *stylish*, dan modis. Disini Dian Pelangi memiliki misi mempromosikan jilbab/kerudung yang trendy kepada kawula muda dan ingin merubah pola pikir bahwa pemakai jilbab adalah orang-orang kuno. Meningkatnya jumlah wanita muslimah yang menggunakan hijab tidak dapat lepas dari cara seorang Dian Pelangi mengekspresikan dan mempresentasikan arti sebuah hijab dari segi fashion hijab style yang Ia promosikan. Dian Pelangi menjadi sosok yang memiliki pengaruh besar dalam perkembangan hijab style di Indonesia. Bisa terlihat dari akun instagramnya memiliki follower sebanyak 4,8 juta follower.

C. KESIMPULAN

Media sosial tidak saja menjadikan penggunaannya sebagai komunikator namun dapat menggerakkan massa. Media sosial menjadi ruang dimana sesama penggunaannya berhubungan dan mempunyai konstruksi masing-masing. Pada tahapan inilah media sosial menunjukkan individualitas penggunaannya baik secara individu atau kelompok.

Fenomena hijaber tidak dapat lepas dari penggunaan media sosial yang digunakan oleh penggunaannya. Instagram sebagai media sosial yang telah sukses mengusung sebuah hijab sebagai sebuah benda yang berisikan ideologi dan sifatnya sudah tidak netral lagi. Dalam artian sebuah fashion, pakaian dapat saja netral namun pemakainya, fungsi yang dijalankannya tidak lagi netral karena nilai guna dan fungsi fashion adalah sosial kultural sehingga ada usaha untuk diperbaharui oleh pihak tertentu salah satunya follower dan pembaca.

DAFTAR PUSTAKA

- Amini, Ibrahim. 2007. *Bangga Menjadi Muslimah*. Jakarta : Al-Huda, 2007
- Asma Nadia, 2013. *La Tahzan For Hijabers*. Depok: Asma Nadia Publishing House
- Bahtiar, Deni Sutan. 2009. *Berjilbab dan Trend Buka Aurat*. Yogyakarta : Mitra Pustaka
- Budiastuti. 2012. *Jilbab dalam Perspektif Sosiologis : Studi Pemaknaan Jilbab di Lingkungan Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Jakarta* . Tesis Tidak Diterbitkan. Jakarta : FISIP Program Pascasarjana Sosiologi
- Departemen Agama RI. 2009. *Al-Qur'an dan Terjemahan*. Jakarta : Pustaka Al- Fatih
- Evans,D, S. 2004. *Das Capital untuk Pemula* ,Terj. Ugoran Prasad. Jakarta : Resist Book
- Fairclough,N. 1995. *Discourse and Social Change*. Cambridge : Blackwell Publishers
- Guindi, F. E. 2003. *Jilbab : Antara Kesalehan, Kesopanan dan Perlawanan*. Jakarta : Serambi
- Habsari, Sinung Utami Hasri. 2015. Fashion Hijab Dalam Kajian Budaya Populer, *Jurnal PPKM II*, Vol. Semarang : Universitas Pandanaran Semarang
- Hermawati, Yessi. Et.al. 2016. Instagram dan Mitos Kecantikan Perempuan Muslim, *Rika Bahasa*. Vol. 2, No. 2. Bandung : Universitas Padjajaran
- Istiani, Ade Nur. 2015. Konstruksi Makna Hijab Fashion Bagi Moslem Fashion Blogger. *Jurnal Kajian Komunikasian*. Vo. 3 No. 1
- Latief, Zulkifli Abdul & Fatin Nur Sofia Z.A. 2013. The Role of Media in Influencing Women Wearing Hijab : An Analysis. *Journal of Images and Graphics* Vol. 1 No. 1
- Littlejohn,S.W dan Foss, K.A. 2009. *Encyclopedia of Communication Theory*. California : Sage Publications
- Mosco, Vincent. 1996. *The Political Economy of Communication : Rethinking and Renewal*. London : Sage Publications
- Padukana, Hatim Budu. 2013. *Etika Berbusana*. Yogyakarta : Mahameru
- Pals, Daniel L. 2012. *Seven Theories of Religion*. Yogyakarta : IRCiSoD
- Riski Indah Purwati .2017 .“ Komodifikasi Penggunaan Jilbab di Kalangan Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Hasanuddin” (Skripsi Universitas Hasanuddin)
- Saleh, R. 2004. Potensi Media sebagai Ruang Publik. *Jurnal Penelitian Ilmu Komunikais Departemen Ilmu Komunikasi UI*. Jurnal Thesis Vol. 3 No. 2
- Salman. 2017. Media Sosial Sebagai Ruang Publik. *Jurnal Bisnis dan Komunikasi (KALBISocio)* Vol. 4 No.2
- Tazri,M. *Fenomena Syar'I dan Isu Komodifikasi*. <https://tajridomo.wordpress.com/2015/09/28/fenomena-syari-dan-isu-komodifikasi/> Akses : 13 Mei 2018
- Yudha, Desiani. Fenomena Hijabers, “Hijabers” Sebagai Identitas Baru Muslimah. <https://desianiyudha.wordpress.com/2013/11/27/fenomena-hijabers-hijabers-sebagai-identitas-baru-muslimah/> Diakses 13 Mei 2018