

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pada bab ini peneliti menyimpulkan hasil penelitian yang telah dilakukan di lapangan. Peneliti memberi kesimpulan apa yang telah ditulis pada bab I hingga bab IV dan menjawab pertanyaan yang ada pada rumusan masalah. Pada bagian akhir peneliti mencoba memberikan saran kepada pengguna hijab dan penjual hijab sebagai berikut :

Kegiatan propaganda adalah kegiatan manipulasi pesan untuk mencapai tujuan tersebut. Pada dasarnya kegiatan propaganda adalah kegiatan komunikasi pragmatis yang bertujuan. Komunikasi pragmatis adalah gambaran yang meliputi sejumlah komponen dengan berkorelasi satu sama lain secara fungsional untuk mencapai tujuan tertentu. Dari gambaran komunikasi tersebut, dapat disimpulkan bahwa kegiatan propaganda ingin mencapai tujuan mengubah sikap, pendapat ataupun perilaku individu dengan menggunakan berbagai macam teknik seperti menggunakan kata-kata bijak, transfer, testimonial dan sebagainya. Sebagai salah satu bentuk propaganda yang sedang terjadi yaitu penggunaan selebritis sebagai propagandis. Selebritis saat ini dijadikan sebagai panutan dalam trend hijab. Banyak selebritis yang menggunakan hijab dan kemudian hijab tersebut menjadi trend baru dalam dunia fashion hijab Indonesia.

Terpengaruhnya masyarakat dari kegiatan propaganda membuat penggunaan hijab saat ini bukan lagi didasari oleh kesadaran seorang perempuan untuk melindungi dirinya dari fitnah. Agama Islam mengajarkan untuk seorang muslimah menggunakan hijab panjang yang menutup dada dengan pakaian yang longgar. Namun seiring perkembangan waktu, banyak perempuan khususnya remaja yang mengenakan hijab sebatas untuk trend semata. Pengguna hijab mengakui trend hijab saat ini jauh lebih beragam dibandingkan dengan pakaian biasa. Hijab yang dulu dinilai kurang gaul sekarang memiliki berbagai pilihan model yang membuat penggunanya bisa tampil lebih modis. Kehadiran selebritis yang semakin banyak menggunakan hijab tentu menjadi daya tarik tersendiri bagi perempuan untuk ikut menggunakan hijab. Banyak yang mengatakan mereka menggunakan hijab karena tertarik dengan model-model hijab yang digunakan oleh artis.

Pelabelan disini sesuai dengan apa yang diungkapkan Becker dimana proses pelabelan itu terjadi saat konsumen melakukan aksinya “membeli produk selebritis”. Masyarakat sekitar melabelkan produk hijab ini dikarenakan produk hijab ini pernah digunakan oleh artis tertentu dimana pengguna hijab mulai mengikuti trend selebriti dalam penggunaan hijab. Masyarakat memberikan label terhadap model-model hijab yang digunakan sesuai dengan produk milik selebritis atau yang sering digunakan selebritis. Pemberian label ini pada akhirnya melekat hingga ke pengguna hijab itu sendiri. Saat pengguna hijab menggunakan trend hijab yang menyerupai maka akan muncul labeling terhadap pengguna hijab tersebut. Gaya hidup yang

ditawarkan kaum selebritis kepada masyarakat adalah hasil pergulatan diri kita dalam pencarian identitas dan sensibilitas dengan lingkungan dimana kita hidup.

Pedagang menggunakan berbagai cara untuk mempromosikan barang dagangannya. Bagi para pedagang di BTC Pangkalpinang, upaya untuk memasarkan dagangannya adalah dengan memajang barang dagangan terbaik mereka didepan toko. Pedagang juga mengikuti perkembangan trend hijab dikalangan selebritis. Banyak dari pembeli yang mencari hijab terbaru karena melihat selebritis yang menggunakan hijab dengan model tersebut. Peningkatan minat pembeli terhadap model-model hijab terbaru juga diikuti oleh para penjual hijab, banyak penjual hijab yang mulai memasarkan produk hijab yang disesuaikan dengan model zaman sekarang. Tentunya hal ini menjadi daya tarik tersendiri bagi pembeli. Penjual juga mengakui omset penjualan meningkat dengan mengikuti trend hijab yang diikuti oleh selebritis.

Saat ini banyak peminat yang mencari hijab seperti yang digunakan Dian Pelangi, Siren Sungkar, Zaskia Sungkar, Oki Setiana Dewi dan lainnya. Sebagai pusat perbelanjaan terbesar di Pangkalpinang, BTC memasarkan produk-produk asli maupun tiruan milik selebritis sehingga masyarakat tidak kesulitan untuk mencari hijab yang mereka inginkan.

Selebritis menarik minat masyarakat dengan berbagai cara. Semakin banyak mereka tampil di televisi dengan pakaian yang mereka gunakan, memposting foto-foto mereka di media sosial atau secara langsung

mempromosikan produk hijab yang mereka gunakan. Para selebritis ini juga mencoba membuat brand sendiri. Banyak fans mereka yang pada akhirnya membeli produk mereka secara langsung atau mencari produk yang hampir menyerupai hijab yang digunakan selebritis tersebut.

Hijab berkembang menjadi trendnya sendiri dikalangan industri fashion, hijab juga membuka bisnis industri fashion dikalangan masyarakat agar membuka peluang bisnis busana muslim dan membantu desainer-desainer untuk menjajakan produknya. Hijab dalam pemakaiannya sehari-hari bisa membentuk identitas seorang individu yang menggunakannya. Hijab menunjukkan seorang individu siapa sebenarnya individu tersebut dari model hijab yang dikenakannya tersebut kita bisa mengetahuinya identitas individu itu seperti apa. Telah diketahui dari hasil wawancara peneliti diatas tentang hijab syar'i yang tertutup dari ujung rambut hingga ujung kepala menunjukkan bahwa perempuan ini memang perempuan islam tapi dominannya dia menunjukkan hijab yang sesuai dengan agamanya islam itu sendiri.

B. Implikasi Teori

Dalam menganalisis fenomena propaganda yang dilakukan artis di BTC Pangkalpinang maka pada penelitian ini peneliti menggunakan teori Howard S. Backer mengungkapkan teori labeling. Backer mengungkapkan labeling lebih menekankan kepada dua aspek yaitu: Pertama; menjelaskan tentang mengapa dan bagaimana orang-orang tertentu diberi cap atau label. Kedua; pengaruh atau efek dari label sebagai suatu konsekuensi penyimpangan tingkah laku.

Mengenai penjelasan Backer diatas jika dikaitkan dengan propaganda tentang bagaimana dan mengapa orang tertentu diberi label. Pertama proses pelabelan yang dijelaskan ini tidak mengindikasikan tentang penyimpangan perilaku tetapi lebih menekankan kepada proses labelingnya saja. Seperti kenapa konsumen diberi label oleh masyarakat bukan karena penyimpangan perilaku tetapi karena semakin banyak konsumen yang berani mengenakan busana hijab dengan gaya terbaru dari selebritis. Pemanfaatan peran selebritis sebagai *icon* dari produknya dengan mudah memasarkannya ke konsumen. Proses terjadinya pelabelan ini terjadi saat melakukan aksi, siapa yang melakukan dan siapa korbannya. Saat ini yang melakukan aksi pelabelan adalah masyarakat sekitar yang terus menerus memperhatikan orang yang diberi label tersebut.

Kedua pengaruh dari label sebagai suatu konsekuensi penyimpangan tingkah laku, karena masyarakat yang sering melabelkan seorang individu sebagai konsumen dengan gaya paling trend. Adanya pelabelan menimbulkan perhatian masyarakat terhadap orang yang diberi label, hal ini menyebabkan masyarakat sekitar terus menerus memperhatikan orang yang diberi label tersebut. Pelabelan ini mungkin akan diterima oleh individu tersebut dan berusaha untuk menjalankan sebagaimana label itu diidentikkan pada dirinya. Para konsumen yang dilabelkan ini tetap memposisikan dirinya sesuai dimana dia akan berada agar tidak terkesan terlalu norak di pandang. Busana hijab yang modis sekarang sudah dikondisikan sesuai suasana dan tempat yang di kunjungi.

Selanjutnya untuk memperkuat teori ini peneliti menggunakan teori dari Horkheimer dan Adorno dari konsep industri budaya tentang penipuan massa. Budaya pop dalam hal ini menjadi mode ideologi kapitalis akhir yang tidak menawarkan doktrin yang terbantahkan. Kaum kapitalis hanya menyediakan efek candu jangka pendek yang mengalihkan perhatian orang dari masalah riil mereka dan mengidealisasikan masa kini dengan menjadikan pengalaman representasinya menyenangkan.

Busana hijab direpresentasikan sebagai fashion yang menyenangkan, karena dipadukan dengan gaya fashion yang semakin modis. Penggunaan penipuan massa dalam hal ini mengkonstruksi konsumen untuk terus menerus menggunakan produk dari selebritis. Adanya kesenangan yang mudah diraih melalui konsumsi budaya populer, orang menjadi nyaman dan senang tidak peduli betapapun keadaan ekonomi mereka sedang sulit. Seperti prinsip quantifikasi dan pertukaran dalam budaya komoditas memasuki ranah pikiran manusia.

C. Saran

Seharusnya perempuan yang menggunakan hijab saat ini bukan dikarena pengaruh modisnya model-model hijab yang trendi pada zaman sekarang ini, Bukan juga dikarena faktor ikut-ikutan dari para pengguna lain ataupun karena propaganda yang dilakukan artis. Perempuan sesungguhnya dalam menggunakan hijab didasarkan atas kesadaran akan kewajiban seorang perempuan muslim diwajibkan untuk menutup auratnya. Kewajiban yang

sudah tertulis dalam Al-Quran ini tidak semestinya di salah artikan dengan membuat gaya hijab dengan gaya yang menimbulkan lekuk tubuh perempuan.

Harus ada pemahaman yang menerangkan kegunaan dari hijab itu sendiri, jika terus menerus memiliki pemahaman yang dimana penggunaan hijab hanya diaplikasikan pada saat-saat tertentu saja maka yang ada adalah hijab hanya sekedar fashion belaka. Yang akan terjadi dalam perkembangan hijab dari segi spiritual hanya menimbulkan sebatas perkembangan intelektual berupa pengetahuan dalam mengkombinasikan atau mengkreasikan gaya berhijab, maka hijab modis yang telah dikenal saat ini bukanlah hijab syar'i. Bimbingan dari orang sekitar mempengaruhi penggunaan hijab yang sebagaimana dianjurkan oleh agama bila salah konteks pemakaian dan penggunaannya akan menimbulkan pandangan yang negatif bagi pemakai.