



Women and Hijab in the Arms of Media, Popular Culture, and Globalization

Rizky Hafiz Chaniago^{1*}, Sarina Yusuf², Nur Nadia Mubin³, and Mohd Sufiean Hassan⁴

ABSTRACT

In essence, Islam was revealed to elevate the dignity of every woman who was previously oppressed by the tradition of the Jahiliya community before the 6th century AD. In the context of humanities, Islam does not justify discrimination between men and women. One form of anti-discrimination against women is the recommendation to wear the hijab (the use of a veil). The presence of the hijab is intended to safeguard the respect of women but raises another issue, namely the right to freedom. However, the purpose of hijab for Muslim women has almost always been problematic due to their position in two circumstances: benefited or harmed. The hijab is often understood as an attempt to suppress women's lives. The role of hijab in the era of globalization today is still relatively small; the powerlessness of women in the industrial world is influenced by the social construction that tends to represent women who are only suitable for the domestic sector. The influences of the mass media on the image of women who wear the hijab also cover the voices of the group so that public perceptions generally believe that this condition is proper. As a conceptual study, this article examines the position of the hijab in the current era of globalization and its relationship to media and popular culture. This study uses a document analysis method. The data collected are excerpts from document manuscripts, research journals, and scientific articles.

Keywords

women, hijab, media, popular culture, globalization

Wanita dan Jilbab dalam Lilitan Media, Budaya Populer, dan Globalisasi

ABSTRAK

Pada hakikatnya Islam diturunkan untuk meninggikan harkat dan martabat setiap perempuan yang sebelumnya tertindas oleh tradisi masyarakat Jahiliya sebelum abad ke-6 Masehi. Dalam konteks kemanusiaan, Islam tidak membenarkan adanya diskriminasi antara laki-laki dan perempuan. Salah satu bentuk anti diskriminasi terhadap perempuan adalah anjuran berhijab (penggunaan kerudung). Kehadiran hijab dimaksudkan untuk menjaga kehormatan perempuan namun memunculkan persoalan lain yakni hak atas kebebasan. Namun tujuan berhijab bagi muslimah hampir selalu bermasalah karena posisinya dalam dua keadaan: diuntungkan atau dirugikan. Jilbab seringkali dipahami sebagai upaya menekan kehidupan perempuan. Peran hijab di era globalisasi saat ini masih tergolong kecil; ketidakberdayaan perempuan di dunia industri dipengaruhi oleh konstruksi sosial yang cenderung merepresentasikan perempuan yang hanya cocok di sektor domestik. Pengaruh media massa terhadap citra perempuan berhijab juga menutupi suara kelompok sehingga persepsi masyarakat secara umum menilai kondisi tersebut wajar. Sebagai kajian konseptual, artikel ini mengkaji posisi hijab di era globalisasi saat ini dan kaitannya dengan media dan budaya populer. Penelitian ini menggunakan metode analisis dokumen. Data yang dikumpulkan adalah kutipan dari naskah dokumen, jurnal penelitian, dan artikel ilmiah.

Katakunci

wanita, jilbab, media, budaya populer, globalisasi

To cite this article (7th APA style):

Chaniago, R. H., Yusuf, S., Mubin, N. N., & Hassan, M. S. (2022). Women and Hijab in the Arms of Media, Popular Culture, and Globalization. *I-Pop: International Journal of Indonesian Popular Culture and Communication*, 3(1), 1-10. <https://doi.org/10.36782/i-pop.v3i1.159>

INTRODUCTION

Siswanti (2003) menjelaskan bahwa sejarah wacana keadilan gender telah ada sejak awal abad dua puluh di Mesir, golongan wanita pada umumnya terutama di tingkat masyarakat bawah masih mengalami ketidakadilan bahkan penindasan, dari peristiwa inilah gerakan *de-jilbabisasi* dirintis Huda Hanem Sa'rawi sebagai bentuk emansipasi wanita, akan tetapi tidak banyak membuahkan hasil pada tingkat masyarakat kelas bawah. Melalui penjelasan ini dapat dianalisis bahwa perlawanan terhadap dominasi golongan maskulin sudah terjadi dalam kurun masa yang lama, namun hingga sekarang ini secara kasat mata wacana patriarki seperti berjalan di tempat dan masih membelenggu wanita. Dalam menuju era revolusi industri 4.0 sekarang ini pada hakikatnya bisa menghidupkan eksistensi golongan wanita termasuk wanita berhijab. Jika dikaitkan dalam kajian ini, dengan menggeluti sektor industri golongan wanita berhijab akan mampu membentuk suatu identitas baru dan memberikan pengaruh yang bermanfaat bagi orang banyak.

Namun kehadiran para wanita berhijab tidak serta merta mudah untuk menaklukkan konsep patriarki karena keberadaannya jauh lebih unggul. Ketika masyarakat berbicara tentang sektor industri maka secara otomatis logika maskulin akan berbicara. Keadaan ini dapat dilihat melalui pekerjaan-pekerjaannya, maupun segala aktivitas yang dilakukan. Contohnya, pekerjaan yang mengutamakan kekuatan otot ketimbang otak seperti arsitek, teknik industri, dan olah raga ekstrem. Namun di sisi lain, bagi Budianta (1999) konsep patriarki memang konsep yang mengagungkan atau memberikan kekuasaan kepada lelaki, akan tetapi patriarki itu sendiri sebagai suatu ideologi disokong oleh semua pihak dan siapa saja dapat menyokong baik itu lelaki maupun wanita. Dengan demikian, dalam mewujudkan relasi yang setara antara

kaum lelaki dengan wanita dalam sektor industri maka perlu diciptakan transformasi dua sisi antara lelaki dan wanita. Demi mewujudkan hal tersebut Hasyim (2009) menerangkan strategi gerakan lelaki pro-wanita untuk membangun citra bahwa isu wanita tidak hanya eksklusif milik wanita, tetapi menjadi persoalan bersama lelaki dan wanita, dengan demikian gerakan kaum wanita tidak dianggap sebagai gerakan wanita melawan lelaki tetapi gerakan wanita dan lelaki melawan sistem sosial yang tidak adil.

Pernyataan ini sekiranya dapat menjawab kritikan tentang pandangan mengenai identitas wanita yang hanya ditandai dengan sifat lembut dan juga pasif. Dalam banyak hal, wanita boleh menjadi patriarki apabila berhubungan dengan bentuk ketidakadilan, seperti perlawanan terhadap hak asasi manusia, kemiskinan dan nilai-nilai dominasi maskulin. Salah satu contohnya adalah pemberontakan kaum wanita terhadap sistem pembangunan di negara-negara Asia. Menurut Matsui (2002) yang mengkaji dampak globalisasi serta ekonomi di Korea abad ke dua puluh satu, melihat bahawa golongan wanita adalah mereka yang paling menderita di bawah pertumbuhan ekonomi yang dicapai lewat kekerasan dan kediktatoran, oleh sebab itu perjuangan untuk demokrasi juga perjuangan bagi martabat wanita. Berdasarkan pandangan serta penelitian para pengkaji kajian gender di atas, adapun tujuan dari kertas kerja ini adalah menguraikan peranan wanita berhijab di era globalisasi sekarang ini dalam bingkai media dan budaya populer.

METHOD

Kajian ini menggunakan penyelidikan kualitatif dengan kaedah deskriptif. Tujuan daripada penggunaan kaedah deskriptif dalam kajian ini adalah untuk mendeskripsikan hasil penelitian dari data yang berasal dari dokumen berupa buku, jurnal penelitian ilmiah dan naskah media

¹ Universiti Kebangsaan Lingkungan Ilmu, 43600 Bangi, Selangor, Malaysia

^{2, 3} Universiti Pendidikan Sultan Idris, 35900 Tanjong Malim, Perak, Malaysia

⁴ Universiti Teknologi MARA, 10 off, Jalan Hang Tuah Melaka, Malaysia

* **Corresponding author:** r_chaniago@hotmail.com

massa. Pada penulisan kajian demikian, penulis dapat menganalisis data secara menyeluruh. Metode ini juga berfungsi untuk memberikan gambaran lengkap tentang eksplorasi. Secara garis besar penyelidikan kualitatif merupakan metode yang tepat dalam meneliti kajian ini sehingga data deskriptif dapat dilihat dari hasil pengamatan terhadap fenomena sosial, kata-kata lisan maupun perilaku manusia.

FINDINGS AND DISCUSSION

Wanita dan Hijab dalam Bingkai Media

Konsep wanita dan media telah menjadi perhatian setelah industri televisi berkembang. Di masa ini juga banyak wanita berhijab bermunculan di layar-layar kaca. Tentunya istilah 'konstruksi sosial' lahir dengan sendirinya ketika banyak wanita baik berhijab dan non-hijab menjadi tontonan oleh kaum lelaki. Jika mengaitkan media dengan wanita, maka tidak dapat lepas dari konsep patriarki. Ketika wanita diharuskan untuk hidup sesuai dengan penilaian masyarakat, media massa terbawa arus ikut menyajikan realitas sosial yang ada. Media mulai membentuk satu konstruksi sosial mengenai bagaimana wanita seharusnya berpenampilan hingga norma-norma yang wajib mereka turuti. Menurut Luviana (2010), di Arab Saudi, televisi sebagai alat kontrol terhadap masyarakat sangat dominan terhadap wanita yaitu harus berbicara sopan dan tampil bercadar.

Dalam menuju era revolusi industri 4.0 sekarang ini pada hakikatnya bisa menghidupkan eksistensi kaum wanita termasuk wanita berhijab. Jika dikaitkan dalam kajian ini, dengan menggeluti sektor industri (media massa) para wanita berhijab akan mampu membentuk suatu identitas baru dan memberikan pengaruh yang bermanfaat bagi orang banyak. Contohnya ajang kontes kecantikan 'World Muslimah'. Menurut Muftiarini (2013), ajang *World Muslimah* fokus kepada pengetahuan umum dan pakaian yang lebih terbuka serta diusung dengan konsep 3S (*Sholeha, Smart, Stylish*), selain itu dalam hal berpakaian lebih tertutup sesuai dengan syariat Islam atau dengan kata lain menutup aurat.

Diharapkan ajang ini dapat mencetak generasi Muslimah yang mampu berprestasi di kehidupan bermasyarakat.

Munculnya ajang *World Muslimah* sebagai ajang pemilihan Muslimah nyatanya menuai pro dan kontra. Banyak pihak yang mempermasalahkan label "Muslimah" yang melekat pada pemilihan ini. Salah satunya karena dianggap wanita menjadi "konsumsi" laki-laki dengan mempertontonkan kecantikan fisik melalui keikutsertaannya dalam ajang pemilihan tersebut. Di sini posisi wanita selalu dilematis, di mana kaum wanita ingin meraih suara emansipasi dan kesetaraan gender, pada akhirnya tetap masuk dalam lingkaran patriarki. Kehadiran para wanita berhijab tidak serta merta mudah untuk menaklukkan konsep patriarki karena keberadaannya jauh lebih unggul. Ketika masyarakat berbicara tentang media massa maka secara otomatis logika maskulin akan berbicara. Studi kasus tentang ajang *World Muslimah* ini sekiranya paralel dengan konsep budaya populer yang sarat akan motif profit.

Menurut Ananda (2017), ajang *World Muslimah* merupakan salah satu produk media, yang tidak dapat dipungkiri bahwa dalam konsep produk media ini ada muatan kapitalisme dengan konsep utama bahwa pasar adalah tujuan utama sebuah media hidup, maka dalam hal ini, sisi lain *World Muslimah* yang berupaya menawarkan nilai berbeda atas sejumlah ajang kecantikan lainnya, pada akhirnya memberikan angin segar bagi media yang menayangkan guna meraup keuntungan melalui iklan, dan rating televisi. Dapat disimpulkan bahwa keputusan atas pilihan apa saja yang diambil media untuk tayangan yang menampilkan wanita berhijab akan selalu melibatkan ideologi, visi, dan misi media dalam bentuk agenda media yang disatukan dengan selera pasar (baik lelaki dan wanita). Dengan demikian, dalam mewujudkan *image* elegan wanita berhijab dalam bingkai (*frame*) media maka perlu dicipta transformasi dua sisi antara lelaki dan wanita.

Seterusnya, hijab dalam bingkai media populer cukup banyak merepresentasikan

perilaku gaya hidup ketimbang sisi keagamaan. Dapat dicermati dengan munculnya fenomena hijab menjadi budaya konsumen. Menurut Dirjen Industri Kecil Menengah (IKM) Kementerian Perindustrian, Euis Saidah, terdapat 20 juta penduduk Indonesia yang menggunakan hijab, hal ini selaras dengan perkembangan industri fesyen muslim tujuh persen setiap tahun, dari 750 ribu IKM yang di Indonesia 30 persennya merupakan industri fesyen muslim (Johannes et al, 2018). Dari fenomena ini muncul suatu trend baru di mana hijab memicu munculnya komunitas-komunitas hijab. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Nuronyah (2019), salah satu komunitas tersebut adalah Tuneeca Lover Community (Komunitas pengguna Tuneeca – salah satu merk pakaian Muslimah), komunitas ini sudah memiliki banyak anggota dan mereka sering mengadakan berbagai aktifitas seperti pengajian, tutorial hijab, peragaan busana dan penggalangan amal. Konstruksi dari media massa menjadi indikasi yang menunjukkan perubahan pada perilaku konsumsi para wanita Muslim sehingga kalangan *hijabers* menjadi konsumtif yang memandang hijab hanya sebagai sebuah komoditas untuk menaikkan status sosial.

Wanita dan Hijab dalam Tantangan Globalisasi

Perspektif bahwa hijab merupakan salah satu faktor yang mengungkung kebebasan wanita sudah terbentuk dari masa budaya primitif di Timur Tengah. Selain itu, kaum wanita dipinggirkan karena sifat kewanitaan dan bentuk fisik yang lemah berbanding dengan kaum lelaki. Kaum lelaki mempunyai kelebihan pada kekuatan fisik dan kemampuan pada tugas yang berat. Oleh itu, kaum lelaki kekal dengan imej maskulinitas (kejantanan). Pengaruh ideologi patriarki terhadap kedudukan wanita berhijab secara struktural sudah berakar hingga masa sekarang ini. Di Nusantara khususnya, imej wanita berhijab merepresentasikan sebagai kaum wanita yang aktif pada sektor domestik. Realitas sosiologis di masyarakat memaparkan bahwa konteks agama kerap dijadikan alasan untuk tidak mengakui kedudukan kaum wanita, mereka tidak dibolehkan merepresentasikan diri

sendiri, keadaan ini disebabkan oleh tradisi patriarki dan adat istiadat (Mulia, 2007, p. 77). Menurut pandangan Islam, kaum wanita telah diberi hak untuk memperoleh kejayaan dalam segala bidang.

Kedatangan Islam telah menaikkan kedudukan wanita dan memberikan empat hak asasi kepada kaum wanita yaitu: *Pertama*, hak untuk mendapatkan pendidikan dan pembelajaran ilmu pengetahuan karena perintah membaca dan belajar itu meliputi lelaki dan wanita. *Kedua*, hak untuk mendapatkan dan memiliki harta dan hak untuk membeli dan menjual harta secara mutlak. *Ketiga*, hak untuk memegang posisi dan hak untuk melibatkan diri dalam lapangan pekerjaan dan perdagangan. *Keempat*, hak untuk menyumbang bakti kepada bangsa, agama dan tanah air (S. F. A. Rahman 2006: 35). Walau bagaimanapun, dari segi kuantitas, hingga sekarang ini kepemimpinan di berbagai bidang banyak didominasi oleh kaum lelaki. Menurut penelitian di Malaysia, kadar pertumbuhan wanita Nusantara dalam tenaga kerja telah meningkat. Hashim dan Basri (1996) menjelaskan, di Malaysia dalam tahun 1970 hingga tahun 1990, persentase penglibatan wanita di sektor industri naik dari 37.2% ke 46.7%, namun ini masih tertinggal di belakang jika dibandingkan dengan persentase kaum lelaki yang meningkat dari 81.3% hingga 85.6%.

Dalam kepemimpinan politik di Malaysia, kaum wanita ternyata masih jauh ketinggalan berbanding kaum lelaki. Menurut (Saidon et al, 2017), terdapat delapan faktor yang memperlihatkan kaum wanita kurang mendapat dukungan oleh masyarakat untuk terlibat aktif dalam politik tahun 1980-2013 yaitu budaya patriarki, diskriminasi, persepsi, agama, ekonomi, pendidikan, sosialisasi dan persekitaran. Di sisi lain, Indonesia yang telah merdeka selama 73 tahun, menurut laporan Program Pembangunan PBB (UNDP) 2016, tingkat ketimpangan gender masih relatif tinggi di mana kedudukan wanita ketinggalan dalam pembangunan terutama di bidang sosial dan ekonomi (Harian Kompas 2017). Dapat

dimaknai bahwa budaya patriarki menjadi semacam tradisi, tanpa disadari membentuk suatu dogma dan keyakinan sosial yang sebetulnya tidak harus sepenuhnya diyakini. Menurut Munti (1997) tradisi patriarki telah menjadi satu warisan sebagai kepercayaan masyarakat yang secara turun-temurun dipelihara dan masih dijalankan di masyarakat karena keyakinan tersebut dinilai merupakan cara kehidupan yang sebenarnya. Dalam keadaan ini, kaum wanita berhijab mendapat tekanan yang lebih besar dibandingkan dengan wanita yang tidak berhijab jika dikaitkan dengan nilai patriarki. Latar belakang masalah yang perlu disimak ialah kedudukan hijab sebagai identitas Islam.

Wanita dan Hijab dalam Representasi Budaya Populer

Pada era globalisasi sekarang ini, budaya populer yang berasal dari Barat telah mempengaruhi kebudayaan Timur melalui berbagai aspek salah satunya adalah fesyen. Keadaan ini semakin memprihatinkan ketika citra wanita Barat dalam dunia fesyen ikut mempengaruhi pola pikir wanita Timur dalam meyakini sejumlah mitos tentang tubuh yang menawan. Seiring berkembangnya media massa, wanita Indonesia banyak dikonstruksi oleh wacana budaya populer yang merepresentasikan tubuh yang dipuja dan sempurna. Cara berbusana gaya dunia Barat diyakini sebagai bentuk kekinian dan keindahan. Selanjutnya, gaya fesyen Barat juga mempengaruhi umat Islam wanita sampai pada tingkat ketergantungan sehingga lupa akan kaidah-kaidah berbusana yang Islami. Menurut I. S. Ibrahim (2007), wacana fesyen budaya populer Barat memasarkan ideologi 'keindahan' kepada konsumennya, cukup serupa seperti logika developmentalisme yang mengutamakan bangunan mewah dan megah, namun miskin aura estetika dan etika. Menelaah penjelasan tersebut dapat difahami bahwa industri kebudayaan Barat menciptakan budaya citra (*image culture*) dengan melakukan rekayasa sedemikian rupa agar para pengguna fesyen Barat merasa memiliki tubuh yang indah.

Selain berfungsi sebagai pelindung tubuh, sememangnya pakaian berkaitan juga dengan cita rasa keindahan, akan tetapi sekiranya penting untuk mendiskusikan dalam konteks apa makna keindahan itu. Menurut Shihab (2012) ukuran keindahan berubah-ubah serta berbeda-beda antara satu masyarakat dengan masyarakat yang lain, beliau mencontohkan; wanita Indonesia yang mempunyai perut gemuk tidak akan rela memakai busana sari ala India karena merasa itu tidak indah atau dapat menonjolkan keburukannya, akan tetapi di India sari merupakan busana ciri khas bangsanya yang mencitrakan keindahan. Dari penjelasan tersebut, konteks keindahan dimaknai sesuai dengan kebudayaan masing-masing di suatu peradaban di mana kita hidup. Seiring dengan konstruksi budaya populer yang kian merajalela makna keindahan menjadi semakin rumit, kini banyak wanita-wanita di kota besar berlomba menampakkan bagian tubuh mereka guna menampilkan apa yang mereka anggap sebagai keindahan. Melihat perubahan ini maka diskusi perihal busana dan keindahan menjadi luas dengan menambahkan unsur moral, akan tetapi budaya populer sepertinya lebih mengutamakan unsur keindahan dan menegtepikan sisi moralitas.

Pada keadaan seperti ini, peranan agama menjadi sangat bermanfaat guna mengokohkan identitas wanita Muslim agar tidak terlalu hanyut dalam hipnotis budaya populer. Menurut Shihab (2012), di dunia Barat unsur keindahan diutamakan, dan unsur-unsur moral kalau pun seandainya mereka pertimbangkan maka tidak jarang telah mengalami perubahan yang sangat jauh dari tuntutan moral agama sehingga mempengaruhi wanita Timur untuk mengikuti mode walau bertentangan dengan nilai-nilai agama dan budaya masyarakatnya. Dalam kehidupan umat Muslim, mengikuti fesyen seiring perkembangan zaman sebetulnya tidak menjadi permasalahan besar dengan syarat mengikuti syariat-syariat Islam. Menurut Syuqqah (1995), keserasian adalah salah satu ciri Islam, keserasian dalam hal pakaian dan

perhiasan merupakan lawan dari berlebihan dan kelewat batas, tidak ada halangan dalam perbedaan tradisi dari satu negara dengan negara yang lain akan tetapi syarat keserasian mendominasi semua tradisi, wajib atas wanita Islam berpegang pada kadar pakaian dan perhiasan lahir di sepanjang hayatnya, baik dia duduk di rumahnya maupun keluar untuk berpartisipasi dalam kehidupan sosial.

Dalam sudut pandang Islam, alasan umat wanita menjaga keserasian pakaian ialah menjaga agar tidak membangkitkan syahwat laki-laki dan menjadikan mereka seorang yang terhormat. Omar (2001) menjelaskan, pakaian yang sempurna akan membantu menjaga hati wanita, akal wanita dan menumbuhkannya, kemudian membantu pula aktivitas akal dan kreasinya sehingga mereka akan waspada dan penuh dengan kebajikan. Namun pada kenyataannya, wanita Muslim yang hidup pada zaman budaya populer sekarang ini banyak yang telah lumpuh akal dengan pengaruh kebudayaan populer Barat sehingga menggelapkan hati dan menjatuhkan kehormatan. Perubahan keadaan yang sangat fenomenal ini juga dianalisis I. S. Ibrahim (2007), yang melihat bahwa kebudayaan sekarang ini mengalami kekosongan pedoman etika, dan longgarnya batas-batas nilai tabu dalam masyarakat telah diisi oleh para media massa yang menjadi saluran katarsis dan eskapisme di mana masalah tanggung jawab nilai, moral dan agama dianggap sebagai urusan pribadi.

Keadaan ini tentunya menjadi ancaman moral bagi para umat wanita Muslim karena mereka dapat saja mempercayai bahwa memadukan dua dunia yang sangat bertentangan (pakaian erotis/seksi/terbuka dan sekaligus spiritual) merupakan hal-hal yang wajar. Contohnya adalah fesyen 'jilboobs' yaitu gabungan kata jilbab dan *boobs* (payudara) kerana memakai busana ketat sehingga payudara terlihat sangat menonjol. Fesyen tersebut menuai kritikan namun banyak juga wanita yang menggunakan gaya ini dengan alasan eksistensi dan seolah-olah menutup mata atas fenomena negatif yang telah terjadi. Di era kebudayaan

populer ini makna aurat menjadi lebih kompleks untuk didiskusikan, atas nama *trendy* dan ekonomi konsep aurat bisa saja diperdebatkan demi mendapatkan keuntungan materi semata. Menurut Piliang (2003) era postmodern melahirkan manusia yang terkurung di antara realitas-realitas semu karena manusia diperbolehkan melihat, mempertontonkan, atau melakukan yang sebelumnya dianggap tabu, amoral, maupun abnormal sehingga tidak ada lagi rahasia di dalam dunia realitas.

Menjadi pertanyaan besar pastinya mengapa banyak kaum wanita dapat terjerumus ke dalam dunia fatamorgana tersebut. M. D. Ibrahim (2006) menjelaskan wanita budaya masa kini ingin sekali mencapai *instant success* sehingga membawa mereka masuk dalam era pembendaan yang paling puncak, para kaum wanita korban budaya populer menjadi memuja kesenangan sementara dan tidak lagi peduli pada nilai-nilai moral yang didengungkan oleh semua ajaran etis dan agama (dalam M. D. Ibrahim 2006). Dari penjelasan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa budaya yang menyuguhkan kesenangan sementara dapat mempermudah kaum wanita terjerumus dalam dunia yang materialistik.

Menggunakan pakaian bernuansa Islami bukanlah penghalang bagi golongan wanita untuk meraih sukses di kehidupan sosial. Banyak wanita beranggapan bahwa syariat Islam dalam adab berpakaian membuat kehidupan mereka menjadi tidak bebas, padahal batasan ini sebetulnya untuk kebaikan mereka sendiri. S. A. Rahman (2010) menjelaskan, wanita tidak perlu takut dan khawatir tentang penampilan mereka, tidak salah untuk kelihatan anggun dan menarik, namun kesederhanaan dalam tatarias diri dan berpakaian itu lebih penting agar terhindar dari perkara yang tidak baik dengan gkaum lelaki. Di sini dapat diasumsi bahwa berpakaian yang menarik perhatian masyarakat umum memiliki kecenderungan untuk melahirkan perkara-perkara yang buruk. Keadaan ini sungguh mengerikan bagi kaum wanita di kala dunia dilanda dengan kepanikan global berkenaan

dengan konsumsi fesyen yang tidak bermoral. Menurut Piliang (2003), kehidupan dalam masyarakat konsumen sekarang ini adalah satu keadaan yang dipusatkan hanya bagi pelayanan hawa nafsu seperti kebendaan, kecantikan, keindahan dan kesenangan; sementara tidak fokus pada ruang bagi peningkatan kesalehan, dan pencerahan spiritual.

Sejak agama ini diturunkan, Islam pada hakikatnya sudah memprediksi akan gejala 'krisis moral' akibat globalisasi, itu sebabnya mengapa anjuran memakai hijab sangat diutamakan bagi golongan wanita Muslim agar selamat dari komoditi ekstasi. Al-Qasim (1990) menjelaskan, hijab yang digunakan dalam istilah Islam bukanlah hanya konteks untuk menutup aurat saja; tetapi lebih umum meliputi menutup perhiasan, mengadakan tirai atau tutupan antara lelaki dan wanita. Melalui penjelasan ini, makna kata 'menutup' bagi Islam dapat dievaluasi sebagai pemelihara nilai-nilai manusia agar tidak terjerumus ke dalam lembah kehinaan. Jika ditelaah lebih dalam perihal antara hijab dan fesyen Barat dalam konteks budaya populer maka terdapat kaitan antara agama dan seksualitas wanita. Fenomena fesyen Barat yang mengutamakan keterbukaan menjadikan golongan wanita seperti benda dan juga objek seks, oleh sebab itu pakaian hijab dapat menjadi salah satu cara atau strategi simbolik yang dapat dipakai untuk melawan pengaruh budaya populer yang merusak budaya umat Muslim. Selain itu, fesyen hijab dapat juga digunakan untuk menarik segmen-segmen pasar para wanita berhijab yang modern.

Pada kesimpulannya, agama Islam sesungguhnya diturunkan demi membawa kebaikan bagi semua golongan lelaki dan wanita termasuk cara berbusana bagi para golongan wanita, tidak terpaku oleh masa dan kebudayaan tertentu. Hidayana (2013) menjelaskan, agama seringkali dianggap sebagai sesuatu yang normatif dan dogmatik yang seolah-olah tidak dapat berubah dan harus difahami secara tekstual apa yang tercantum dalam kitab suci, sedangkan agama hidup dalam masyarakat yang

dinamis dan yang selalu mengalami perubahan sosial budaya dari masa ke masa hingga era globalisasi ini. Menyimpulkan lebih jauh penjelasan ini dalam konsep fesyen atau pakaian, agama sebetulnya dapat beralkulturasi dengan nilai-nilai kebudayaan lokal manapun sehingga membentuk realitas sosial dan kebudayaan yang berarti, hal-hal yang perlu diperhatikan adalah ketetapan dalam berpakaian yang sopan dan santun demi terjaganya kehormatan kaum lelaki dan wanita.

Hijab dan Pengaruh Postmodernisme

Pada zaman modern sekarang ini, busana hijab sangat kuat mengidentifikasikan suatu ketaatan, kepatuhan dan kesolehan. Melalui tahapan perkembangan zaman yang panjang tentang Islam, dapat dianalisis bahawa konteks kedudukan wanita Muslimah berhijab yang taat dan patuh dijadikan alasan filosofis untuk membuat wanita berhijab sukar bergerak bebas. Menurut pandangan kontemporer, hijab yang bersifat material (pakaian tertutup) atau yang bersifat immaterial (atau keduanya bersama-sama) telah menutup keterlibatan wanita dalam kehidupan, politik, agama, akhlak, dan lain-lain (Shihab, 2012, p. 173). Menelaah dari penjelasan ini, hal yang dapat dianalisis berkaitan dengan permasalahan hijab kesulitan untuk beralkulturasi dengan perkembangan yang ada sekarang ini ialah modernitas. Hijab merupakan busana yang kuat dengan akar tradisi Islam yang bertolak belakang dengan konsep modernitas.

Masyarakat umum beranggapan bahwa era globalisasi sekarang ini disebut dengan modernitas di mana kehidupan manusia diinterpretasi dengan suatu keadaan yang serba maju karena perkembangan teknologi, namun arti 'modern' memunculkan pertanyaan kembali bagi para pengkaji sosial dan kajian budaya. Di zaman yang serba mudah dan cepat ini apakah masih ada relevansinya dengan makna 'modernisme' yang ada pada ratusan tahun kedepan. Sikap kritis ini melahirkan konsep postmodern sebagai analisis untuk menemukan realitas dunia. Strinati (2004) menjelaskan, postmodern sendiri lahir dari suatu tatanan

sosial yang segala macam hubungannya diatur oleh kekuatan media massa dan budaya populer, kini realitas kehidupan umat manusia didominasi oleh kedua cerminan tersebut. Dengan bersandarkan pada logika kapitalisme, persoalan tradisional menjadi hal yang diketepikan.

Jika diamati secara seksama, kelahiran postmodernisme sekiranya telah sukses mengikis identitas diri maupun identitas kolektif dari kelompok wanita berhijab yang juga mengakibatkan hilangnya identitas tradisional (agama). Menurut Strinati (2004), postmodernisme membuat identitas tradisional mengalami kejatuhan akibat dari berbagai pengaruh di dalam kapitalisme modern seperti pesatnya perubahan sosial, di samping itu pengaruh akan globalisasi ekonomi dipandang sebagai sebuah alasan penting bagi terjadinya pengikisan massal identitas tradisional karena tidak ada yang dapat bersaing dan mengganti identitas postmodern. Dari penjelasan tersebut, dapat dianalisis bahwa budaya yang hadir oleh kelahiran postmodern membuat identitas diri maupun kolektif para kelompok wanita berhijab seakan-akan terpisah oleh identitas Islam yang sebenarnya, ditambah dengan minimnya rujukan keagamaan sebagai alternatif untuk konstruksi identitas tradisional mereka. Solusi dari permasalahan ini, maka perlu adanya *counter culture* dari umat Muslim sendiri.

Hijab (antara fesyen dan perilaku)

Penting kiranya untuk menafsirkan konsep hijab dari dua sisi yaitu konteks pakaian dan perilaku agar makna yang terkandung dapat difahami secara menyeluruh. Hijab bukan saja sepenuhnya dimaknakan sebagai fesyen atau adab berpakaian, akan tetapi hijab juga mencakup perilaku moral, sikap dan niat daripada pemakainya. Menurut Ahmad (2004), fesyen pakaian yang digariskan Islam adalah bertujuan menawarkan perlindungan yang terbaik untuk kaum wanita bagi menjaga kehormatan mereka. Lebih jauh lagi, Ismail (2007) menjelaskan manfaat apabila wanita memakai hijab yaitu mereka akan dikenal sebagai sosok wanita yang solehah dan terhormat,

dengan demikian orang jahat akan menjauhi mereka dan mereka tidak diganggu. Dari penjelasan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa dalam konteks fesyen atau berpakaian, hijab (menutup aurat) yang sempurna akan menyelamatkan para wanita dari terjadinya suatu hal yang buruk.

Selanjutnya, hijab dalam konteks perilaku menurut Ismail (2007) adalah ajaran-ajaran kepada wanita tentang adab ketika berbicara dengan lelaki yang bukan mahram, untuk tetap tinggal di rumah-rumah mereka, mendirikan sembahyang, membayar zakat dan mentaati perintah Allah dan Rasul-Nya. Ajaran tersebut dapat difahami dengan tujuan untuk melahirkan ketenteraman dan kerukunan hidup dalam persekitaran masyarakat. Dapat disimpulkan bahwa tujuan hijab adalah memuliakan harkat dan martabat wanita bukan untuk merampas hak kemerdekaan wanita. Mulia (2007) kembali menjelaskan, teks-teks keagamaan dalam wujud Al-qur'an dan Sunnah sarat dengan muatan nilai-nilai luhur dan ideal, hanya saja ketika nilai-nilai itu berinteraksi dengan beragam budaya manusia, pemahaman, penafsiran, dan pelaksanaan mereka menjadi distortif yang muncul kerana perbedaan tingkat intelektualitas dan pengaruh latar belakang sosio-kultural dan sosio-historis manusia yang menafsirkannya. Jika mengaitkannya kepada konteks patriarki dan postmodernisme, hijab menjadi salah satu wilayah berlangsungnya pertarungan terus-menerus atas makna di mana hijab sebagai kelompok *subordinate* akan selalu bertentangan ideologi dengan kelompok dominan.

Terminologi modern dan postmodern sepertinya telah ditakdirkan untuk saling berlawanan dengan aspek agama walaupun pada awalnya menjanjikan pertumbuhan positif bagi seluruh umat manusia. Piliang (2003) menjelaskan bahawa kebudayaan postmodern berupaya untuk menyatukan umat manusia melalui universalisme nilai-nilai dan gaya yang diciptakan, sayangnya postmodern pada masa yang bersamaan sekaligus menghancurkan nilai-nilai etnisiti, kelas, nationaliti, agama, atau

ideologi sehingga yang dihasilkan tidak lebih dari kesatuan paradoks. Sekalipun hijab berada di posisi melawan postmodern, pada kenyataannya tertelan dalam arus gaya hidup ini. Habermas (1987) merumuskan bahwa *postmodernism* tidak lebih dari *(Post)modernism*, tanda kurung ini dapat dibubuhkan untuk memperlihatkan bahwa *post* adalah sebuah awalan yang problematik, postmodern merupakan simtom suatu krisis dalam sebuah paradigma yang secara sempit dimutlakan dalam proyek-proyek modernisasi. Dari keterangan ini, maka dapat dipahami bahwa masalah yang dihadapi dalam era postmodern sekarang ini mencakup persoalan sosial konstruksi beserta ideologinya juga.

CONCLUSION

Pada kesimpulannya, bahwa agama Islam sesungguhnya diturunkan untuk membawa kebaikan bagi semua golongan lelaki dan wanita termasuk cara berbusana bagi para golongan wanita, tidak terpaku oleh masa dan kebudayaan tertentu. Hidayana (2013) menjelaskan, agama seringkali dianggap sebagai sesuatu yang normatif dan dogmatik yang seolah-olah tidak dapat berubah dan harus difahami secara tekstual apa yang tercantum dalam kitab suci, sedangkan agama hidup dalam masyarakat yang dinamis dan yang selalu mengalami perubahan sosial budaya dari masa ke masa hingga era globalisasi ini. Menyimpulkan lebih jauh penjelasan ini dalam konsep budaya populer, agama sebenarnya dapat beralkulturasi dengan nilai kebudayaan lokal manapun sehingga membentuk realitas sosial dan kebudayaan yang berarti, hal-hal yang perlu diperhatikan adalah ketetapan dalam berpakaian yang sopan dan santun demi terjaganya kehormatan kaum lelaki dan wanita. Media massa bukanlah wadah yang dijadikan sumber masalah, namun faktor identitas kekirian yang perlu diperkuat supaya tidak terjerumus dalam pola-pola gaya hidup berhijab yang destruktif.

References

- Ahmad, S. (2004). *Aurat: Kod pakaian Islam*. Utusan Publications.
- Al-Qaasim, A. Y. (1990). *Hukum berhijab dan tarbiyyahnya menurut Al-Quran*. Pustaka Asa.
- Ananda, I. P. (2017). World muslimah sebagai budaya populer dalam bingkai media online Islam. *al-Balagh: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 2(2), 165-190. <https://doi.org/10.22515/balagh.v2i2.983>
- Budianta, M. (1999). Perempuan pun bisa sangat patriarkis. *Journal Perempuan: Untuk Pencerahan dan Kesetaraan*, 4(4), 14-16.
- Habermas, J. (1987). *The philosophical discourse of modernity: Twelve lectures*. MIT Press.
- Harian Kompas. (2017, August 31). Libatkan Perempuan: Satuan Tugas Pemajuan Perempuan Dinanti. *Harian Kompas*, p. 12.
- Hashim, R., & Basri, F. K. H. (1996). *Wanita dalam organisasi media cetak*. Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Hasyim, N. (2009). Laki-laki sebagai sekutu gerakan perempuan. *Jurnal Perempuan: Untuk Pencerahan dan Kesetaraan*, 14(3), 53-65.
- Hidayana, I. M. (2013). Budaya seksual dan dominasi laki-laki dalam perikehidupan seksual perempuan. *Jurnal Perempuan: Untuk Pencerahan dan Kesetaraan*, 18(2), 57-68.
- Ibrahim, I. S. (2007). Kata Pengantar: "Kamu bergaya maka kamu ada" Masyarakat pesolek dan ladang persemaian gaya hidup. In D. Chaney (Ed.), *Lifestyles: Sebuah pengantar komprehensif*. Jelasutra.
- Ibrahim, M. D. (2006). Citra perempuan dalam media: Seksplorasi dan sensasi sadistik. In I. S. Ibrahim (Ed.), *Ecstasy, Gaya hidup: Kebudayaan pop dalam masyarakat komoditas Indonesia* (pp. 143-155). Mizan.
- Ismail, M. (2007). *Hijab: Menjaga kesucian wanita muslimah*. Pustaka Azhar.
- Johannes, Ekasari, N., & Lestari, E. (2018). Analisis motif belanja hedonis wanita berbusana hijab produk Zoya. *Jurnal Digest Marketing*, 3(1), 23-30. <https://online-journal.unja.ac.id/digest/article/view/4397>
- Luviana. (2010). Perempuan dan Cerita (Kuisa) Televisi. *Jurnal Perempuan: Untuk Pencerahan dan Kesetaraan*, 15(3), 65-76.
- Matsui, Y. (2002). *Perempuan Asia: Dari Penderitaan menjadi Kekuatan*. Pustaka Obor Indonesia.
- Muftiarini, A. F. (2014, July 13). *World muslimah bukti kesetaraan wanita muslim*. Okezone - Lifestyle. <https://lifestyle.okezone.com/read/2013/06/30/19>

5/829638/world-Muslimah-bukti-kesetaraan-wanita-muslim

- Mulia, S. M. (2007). Benarkah agama melawan perempuan? *Jurnal Perempuan: Untuk Pencerahan dan Kesetaraan*, 12(2), 77-89.
- Nuroniya, W. (2019). Rethinking hijab in contemporary Indonesia: A study of hijab community "Tuneeca lover community". *Wawasan: Jurnal Ilmiah Agama dan Sosial Budaya*, 4(2), 214-221. <https://doi.org/10.15575/jw.v4i2.5643>
- Omar, F. H. (2001). *Hijab: Antara adat & tuntutan syariah*. Crescent News (KL) Sdn. Bhd.
- Piliang, Y. A. (2003). *Hipersemiotika: Tafsir cultural studies atas matinya makna*. Jalasutra.
- Rahman, S. A. (2010). *Wanita dan cabaran zaman*. Yayasan Dakwah Islamiah Malaysia.
- Rahman, S. F. A. (2006). *Memahami kedudukan wanita berjaya dari perspektif Islam*. MPH Publishing.
- Saidon, N. R., Daud, S., & Samsudin, M. (2017). Faktor kepemimpinan dan gender dalam penglibatan politik wanita di Malaysia (1980-2013). *Akademika*, 87(3), 63-75. <https://doi.org/10.17576/akad-2017-8703-05>
- Shihab, M. Q. (2012). *Jilbab, pakaian wanita muslimah: Pandangan ulama masa lalu dan cendekiawan kontemporer*. Lentera Hati.
- Siswanti, E. D. (2003). Perempuan di titik nol: perlawanan perempuan melawan tatanan konservatif. *Jurnal Perempuan: Untuk Pencerahan dan Kesetaraan*, 8(4), 21-33.
- Strinati, D. (2004). *An introduction to theories of popular culture* (2nd ed.). Routledge.
- Syuaqah, A. (1995). *Busana dan perhiasan wanita menurut Al-Qur'an dan Hadis*. Al-Bayan.