

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1. Latar Belakang

Perkembangan jilbab yang terjadi di Indonesia memberikan dampak yang cukup besar terhadap citra jilbab yang sebelumnya dipandang sebagai busana kuno dan tidak modis. Sebelumnya masyarakat belum bisa menerima jilbab sebagai busana yang dapat digunakan dalam kegiatan mereka sehari-hari. Padahal jilbab merupakan pakaian yang hukumnya wajib dikenakan oleh wanita muslim di manapun yang telah memasuki usia baligh sebagai penutup aurat tubuh. Namun seiring dengan perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan serta pola pikir masyarakat yang semakin terbuka, jilbab pun turut mengalami perkembangan dengan munculnya gaya berjilbab yang lebih menarik dan beragam. Hal tersebut mengubah pandangan masyarakat luas terhadap jilbab, yang sebelumnya melihat jilbab sebagai pakaian yang akan sangat membatasi diri wanita muslim, nyatanya tidak demikian. Kini justru banyak wanita muslim bahkan juga remaja-remajanya berbondong-bondong menggunakan jilbab. Menurut hasil survey kualitatif yang dilakukan oleh Yuswohady, dkk (2014), secara umum alasan mereka yang menjadi responden dalam survey tersebut yakni memutuskan untuk berjilbab dikarenakan perubahan gaya jilbab yang lebih modern dan trendi. Sehingga mereka tidak perlu khawatir untuk tetap dapat mengekspresikan diri dalam berbusana dan memiliki sisi religiusitas. Perkembangan gaya berjilbab telah berhasil menarik minat wanita-wanita muslim untuk menutup aurat. Berjilbab dengan gaya modis dan trendi membuat mereka lebih percaya diri.

Meningkatnya minat wanita-wanita muslim untuk berhijab diiringi dengan munculnya berbagai merek busana muslim lokal karya anak bangsa yang menjadi salah satu faktor sehingga menjadikan hijab sebagai tren *fashion* di kalangan wanita muslim. Berdasarkan data dari Kemenparekraf yang dirilis tahun 2012, dari 14 sektor ekonomi, *fashion* dan kerajinan memiliki pertumbuhan paling pesat. Setiap tahun, pertumbuhannya mencapai tujuh persen. Hampir tujuh milyar dollar yang disumbangkan oleh industry *fashion*, dan mengalami peningkatan dua sampai tiga persen dari sisi ekspor, dan busana muslim menjadi salah satu

penyumbang terbesar untuk pertumbuhan ekonomi (Hadi, 2015). Di samping itu, ternyata gaya busana muslim Indonesia kini menjadi trend setter di Asia Tenggara. Hal tersebut dibuktikan dengan banyaknya pesanan dari beberapa negara di Asia Tenggara untuk buku tutorial hijab kepada Indonesia. Nana Lystiani, editor PT. Gramedia Pustaka Utama, mengatakan bahwa di tahun 2013, ada 30 judul buku diterbitkan. Angka tersebut terus meningkat sejak tahun 2004 meskipun tidak signifikan. Tingginya permintaan pasar ditandai dengan buku tutorial berhijab yang dicetak ulang hingga enam kali oleh Gramedia dengan rata-rata produksi empat ribu hingga dua puluh ribu eksemplar. Pimpinan redaksi SCRAF Magazine, Temi Sumarlin, yakin jika Indonesia nantinya dapat menjadi kiblat *fashion* muslim dunia. (Kusuma, 2014).

Perkembangan *fashion* busana muslim memberikan dampak yang sangat besar terhadap jilbab dan patut mendapat apresiasi. Namun dalam perkembangan tersebut juga tetap harus memperhatikan cara berpakaian dalam Islam. Seperti penuturan dari Ma'ruf Amin bahwa sudah ada fatwa MUI mengenai pornografi. Termasuk di dalamnya adalah tidak boleh memperlihatkan lekuk/ bentuk tubuh, berjilbab tapi dengan pakaian ketat. MUI secara tegas melarang hal itu. Dikutip dari artikel Agung Sasongko berjudul 3 Prinsip Dasar Berhijab (2016), bahwa menurut direktur *World Muslimah Foundation*, Eka Shanty, jilbab bukan sekadar mode akan tetapi jilbab adalah cara menunjukkan karakter muslimah. Jilbab dalam Islam memiliki ketentuan yang telah ditetapkan oleh para ulama, yang secara umum yakni menutup seluruh tubuh kecuali muka dan telapak tangan, tidak transparan, tidak ketat atau membentuk lekuk tubuh, dan tidak mencolok. Adapun ketentuan tersebut perlu diketahui oleh setiap muslimah agar dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan gaya berjilbab muslimah tetap memperhatikan syarat-syarat yang telah ada.

Perkembangan teknologi dan media komunikasi yang semakin inovatif juga mempengaruhi perkembangan gaya berjilbab. Adanya perkembangan media komunikasi tentu membuat informasi yang disampaikan menjadi semakin menarik dan lebih cepat dimengerti. Seperti media *motion graphic* yang saat ini sangat populer digunakan dalam kampanye-kampanye sosial. Misalnya seperti yang telah dilakukan oleh pemerintah kota Bandung dalam mensosialisasikan program-

programnya menggunakan *motion graphic* yang dipublikasi melalui situs *Youtube*. Hal tersebut akan memudahkan masyarakat untuk memperoleh informasi kapan pun dan dimana pun. Begitupun dengan informasi mengenai jilbab. Media *motion graphic* ini juga dapat dijadikan sarana untuk mengkomunikasikan syarat berjilbab.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik melakukan sebuah perancangan *motion graphic* untuk mengkomunikasikan syarat berjilbab yang ditujukan kepadapara remaja usia 19-21 tahun.

## **1.2. Permasalahan**

### **1.2.1. Identifikasi Masalah**

Hasil identifikasi masalah yang penulis dapatkan dari latar belakang di atas antara lain:

1. Gaya berjilbab yang semakin beragam menarik minat perempuan muslim untuk berjilbab.
2. Munculnya berbagai merek busana muslim lokal menjadi salah satu faktor jilbab sebagai tren *fashion* di kalangan wanita muslim.
3. Berjilbab dalam Islam berdasarkan syariat, bukan berdasarkan *fashion/ mode*.
4. *Motion graphic* populer digunakan sebagai media penyampai informasi.

### **1.2.2 Rumusan Masalah**

Dari identifikasi masalah di atas, dalam perancangan ini penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang *motion graphic* yang dapat menyampaikan syarat berjilbab untuk remaja usia 19-21 tahun?
2. Bagaimana konsep visual *motion graphic* tentang syarat berjilbab untuk remaja usia 19-21 tahun?

## **1.3. Ruang Lingkup**

Berikut ini merupakan ruang lingkup permasalahan agar pembahasan lebih terarah, diantaranya:

1. Apa  
Menyampaikan syarat berjilbab kepada remaja usia 19-21 tahun.
2. Siapa

Target audiens yang dituju adalah remaja perempuan, usia 19-21 tahun.

3. Kapan  
Penelitian dan perancangan akan dilakukan dalam periode tahun ajaran 2015-2016.
4. Dimana  
Penulis akan melakukan penelitian dengan lingkup wilayah kota Bandung sebagai kota yang dikenal sebagai *trend center*.
5. Mengapa  
Dalam menentukan gaya berjilbab, muslimah hendaknya tetap memperhatikan syarat-syarat yang telah ada, tidak hanya berdasarkan *fashion* yang sedang berkembang.
6. Bagaimana  
Penulis merancang *motion graphic* sebagai media untuk menyampaikan syarat berjilbab kepada remaja 19-21 tahun.

#### **1.4. Tujuan Perancangan**

Adapun tujuan kegiatan perancangan ini adalah:

1. Menghasilkan *motion graphic* yang dapat menyampaikan syarat berjilbab kepada remaja usia 19-21 agar lebih mempertimbangkan pemilihan gaya dalam berjilbab.
2. Menghasilkan *motion graphic* yang sesuai dengan karakter remaja 19-21 tahun (perempuan) agar secara visual menarik dan mudah dipahami.

#### **1.5. Metode Pengumpulan Data dan Analisis**

Dalam perancangan ini Penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi yakni merupakan strategi penelitian di mana di dalamnya peneliti mengidentifikasi hakikat pengalaman manusia tentang suatu fenomena tertentu (Creswell, 2014: 20).

##### **1.5.1. Metode Pengumpulan Data**

1. Studi Literatur  
Melakukan pengumpulan data melalui buku, berita, jurnal penelitian baik *offline* maupun *online* mengenai jilbab, psikologi remaja, *motion graphic*, warna, gaya visual, tipografi, dan narasi.

## 2. Wawancara

Melakukan pengumpulan data melalui teknik wawancara terstruktur dan tidak terstruktur sebagai data pendukung untuk memperoleh data kepadapsikolog mengenai psikologi remaja, kepada MUI untuk mengetahui kriteria jilbab yang baik, kemudian dengan studio yang bergerak dalam bidang *motion graphic* untuk memperoleh informasi mengenai *pipe line* atau alur dalam pembuatan *motion graphic* dan juga melakukan wawancara terhadap target audiens untuk mengetahui persepsi dan wawasan dari pengalaman mereka terhadap jilbab.

## 3. Dokumentasi

Pengumpulan data melalui dokumen baik berupa hasil *screenshot* atau foto-foto yang didapat dari hasil observasi.

### 1.5.2. Metode Analisis

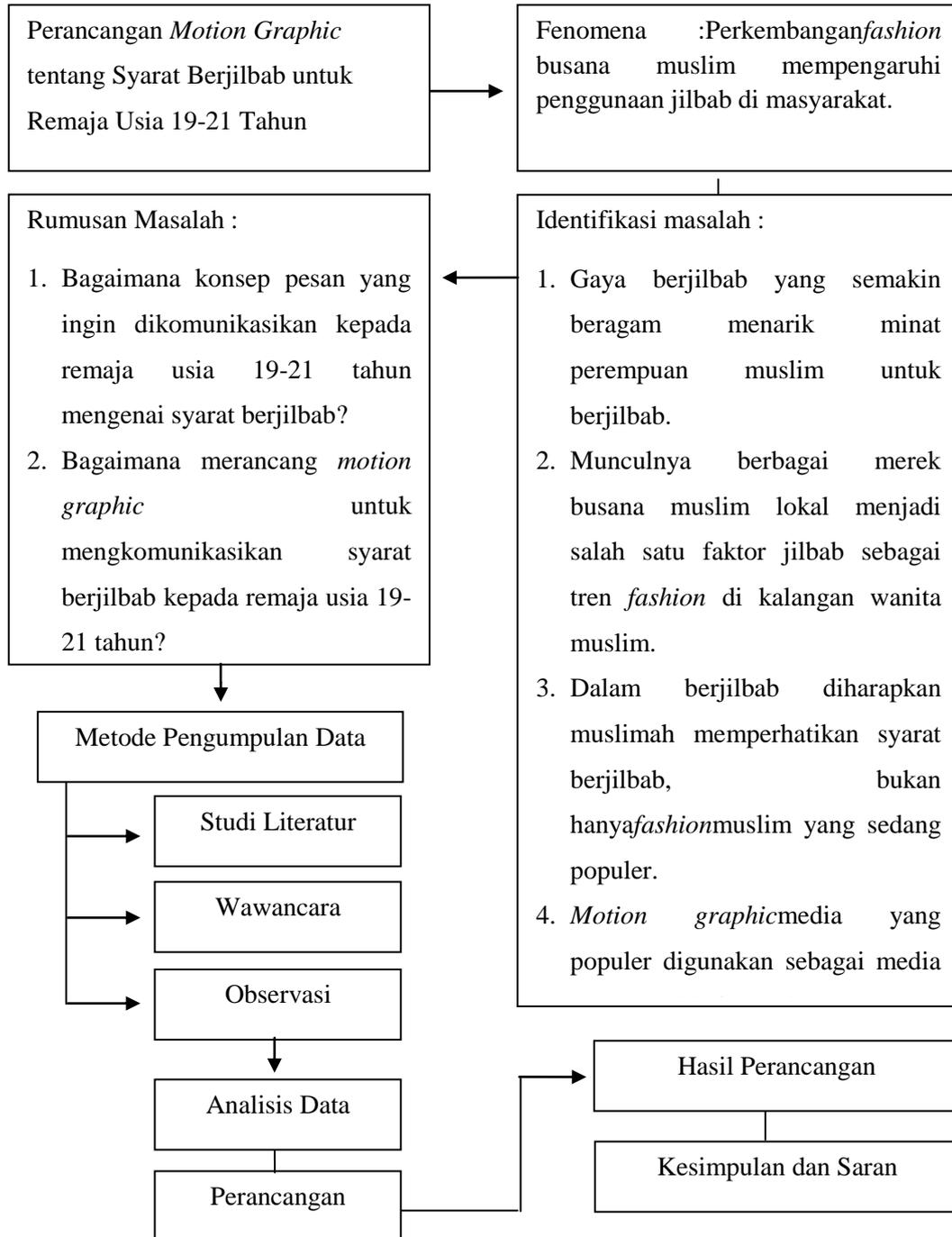
Dalam perancangan ini penulis melakukan analisis terhadap proyek yang pernah ada sebelumnya dengan menggunakan analisis matriks (analisis perbandingan) dengan mengacu kepada teori dan objek analisis dari beberapa karya sejenis.

Pendekatan yang digunakan untuk perancangan ini memakai pendekatan fenomenologi. Menurut Moustakas (1994) ada enam poin tahap dalam analisis. Berikut adalah langkah-langkah yang dilakukan untuk menganalisis data.

1. Mendeskripsikan pengalaman personal dengan fenomena.
2. Membuat daftar pertanyaan dan melakukan wawancara
3. Mengklasifikasikan informasi.
4. Menulis deskripsi tekstural.
5. Menulis deskripsi struktural.
6. Menulis deskripsi penggabungan tekstural dan struktural.

## 1.6. Kerangka Perancangan

Kerangka Perancangan akan dijelaskan melalui skema sebagai berikut:



Tabel 1.6 Kerangka Perancangan

### **1.7. Pembabakan**

1. BAB I : Pendahuluan yang berisi latar belakang masalah, permasalahan yang berisi identifikasi masalah dan rumusan masalah, ruang lingkup, tujuan perancangan, cara pengumpulan data dan analisis, kerangka perancangan serta pembabakan.
2. BAB II : Menjelaskan dasar pemikiran dari teori-teori yang relevan untuk digunakan sebagai pijakan untuk merancang.
3. BAB III : Data mengenai produk yang akan dibahas, data khalayak sasaran, data proyek sejenis yang pernah dilakukan dan penilaiannya, data hasil observasi, wawancara, kuesioner, dan lain-lain.
4. BAB IV : Berisi konsep dan hasil perancangan. Konsep: konsep pesan (ide besar), konsep media, konsep bisnis atau marketing dan hasil akhir perancangan.
5. BAB V : Berisi kesimpulan dan saran pada waktu sidang
6. DAFTAR PUSTAKA
7. LAMPIRAN