

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Fashion muslimah di Indonesia saat ini telah berkembang dengan pesat, hal ini dapat dilihat dari minat para muslimah Indonesia saat ini yang lebih ekspresif dalam hal berpakaian. Lain halnya dengan dulu wanita muslimah memiliki gaya berbusana yang cenderung monoton dengan kerudung, saat ini muslimah di Indonesia bisa lebih berani untuk mengekspresikan diri mereka lewat *fashion* yang mereka kenakan, dan setiap muslimah memiliki gaya berbusana yang berbeda-beda. Perkembangan *fashion* muslimah ini juga dipengaruhi dengan banyaknya *trend setter hijab* dari berbagai kalangan. Banyaknya *trend setter hijab* membuat brand-brand *hijab* mulai bermunculan. Dengan adanya brand *hijab* ini maka para muslimah akan lebih mudah untuk memenuhi kebutuhannya dalam hal berbusana sesuai dengan yang mereka inginkan.

Perkembangan *fashion* muslimah di Indonesia terutama dalam hal industri *hijab* dapat dilihat dari beberapa kota besar di Indonesia. Bandung merupakan salah satu kota yang dikenal sebagai kiblat *fashion* di Indonesia termasuk juga *fashion* muslimah. Di kota Bandung terdapat banyak outlet dan butik - butik yang khusus menjual pakaian *hijab*, seperti di sepanjang jalan buah batu, banyak outlet *hijab* yang berjajar, berbagai macam model dan jenis pakainan *hijab* tersedia dan setiap outlet memiliki model dan tipe pakaian *hijab* yang berbeda.

Variasi model pakaian *hijab* yang tersedia sangat beragam dari mulai baju gamis, *blouse*, aneka kerudung, rok atau celana, serta aksesoris dan berbagai pelengkap tersedia dengan desain yang lebih beragam dan modern. Variasi busana tersebut dapat mempengaruhi semakin bertambahnya peminat *fashion muslimah* di Indonesia. Perkembangan *hijab* di Indonesia seperti sekarang ini telah melalui beberapa proses dan perubahan dari waktu ke waktu, berikut tabel perkembangan *hijab* di Indonesia dari waktu ke waktu:

Tabel 1.1

Perkembangan *Hijab* di Indonesia

TAHUN 80'	<ol style="list-style-type: none">1. Pengguna kerudung masih terbatas2. Terdapat larangan bagi peserta didik untuk menggunakan kerudung di sekolah umum3. Kerudung jarang dipakai di acara keagamaan	 <p>Sumber: www.metalbesar.com (Diakses pada tanggal 7 Oktober 2016, pukul 16:34)</p>
TAHUN 90'	<ol style="list-style-type: none">1. Mulai muncul trend berkerudung2. Kerudung gaya mba Tutut, Yenny Wahid, menjadi trend pada saat itu, dengan selendang yang disematkan di kepala dan rambut masih terlihat3. Gaya berkerudung perempuan sumatra menjadi inspirasi pada saat itu	 <p>Sumber : google.com (Diakses pada tanggal 7 September 2016, pukul 16.23)</p>
TAHUN 2000	<ol style="list-style-type: none">1. <i>Jilbab</i> mulai populer dan diterima masyarakat luas2. Model <i>jilbab</i> Inneke Koeshrawati menjadi trend pada saat itu dengan kerudung segi empat yang diikat ke leher.	 <p>Sumber : http://google-peace.blogspot.co.id/ (Diakses pada tanggal 7 September 2016, pukul 16.10)</p>

<p>TAHUN 2010</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Istilah <i>hijab</i> mulai muncul dan populer 2. Dian Pelangi muncul sebagai pelopor trend <i>hijab fashion</i> di Indonesia 3. <i>Hijab</i> bukan diartikan lagi hanya sekedar penutup kepala saja bagi wanita, namun keseluruhan pakaian dan atribut yang digunakan 4. Unsur warnanya lebih <i>colourfull</i> dengan model yang beragam dengan model gamis 	 <p>Sumber : http://google-peace.blogspot.co.id/ (Diakses pada tanggal 7 September 2016, pukul 16.10)</p>
<p>TAHUN 2016</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Trend <i>hijab syar'i</i> dimana <i>hijab</i> dengan bahan yang longgar dan panjang . 2. Banyak artis yang menjadi trend dari <i>hijab syar'i</i> ini salah satunya Lyra Virna. 3. Banyak bermunculan brand <i>fashion hijab</i> dan desainer <i>hijab</i> 	 <p>Sumber : dwibcc.org (Diakses pada tanggal 7 September 2016, pukul 16.05)</p>

(Sumber : Data Olahan Peneliti, 2016)

Perkembangan *trend fashion hijab* di Indonesia dapat berkembang seperti sekarang ini, tidak lain karena peran dari para desainer *hijab* di Indonesia. Bisa dikatakan bahwa para desainer *hijab* inilah yang menjadi tolak ukur *fashion hijab* dan yang dapat menentukan *trend hijab* selanjutnya. Saat ini bukan hanya desainer *hijab* ternama saja seperti Dian Pelangi atau Jenahara yang menjadi kiblat *fashion*, banyak sekali desainer- desainer *hijab* baru yang bermunculan dan membuat berbagai macam *brand hijab* dengan model yang unik dan beragam. Hal ini yang dibutuhkan oleh para muslimah di Indonesia untuk dapat memenuhi kebutuhan dalam hal *fashion* muslimah Indonesia.

Desainer pakaian memiliki peranan yang sangat penting dalam menentukan trend model pakaian *hijab* yang akan dikenakan para wanita muslimah. Seorang desainer merancang model pakaian lalu memprosesnya menjadi sebuah pakaian yang layak digunakan. Konsumen kemudian membeli pakaian tersebut sesuai dengan selera dan model yang ingin mereka kenakan. Saat ini desainer khususnya desainer pakaian muslimah berlomba-lomba dalam merancang pakaian. Setiap desainer menonjolkan keunikan tersendiri dalam setiap rancangannya mulai dari warna, *cutting* pakaian, hingga pemilihan kain yang digunakan. Salah satunya desainer *hijab* Indonesia yang sudah terkenal sampai mancanegara yaitu Dian Pelangi. Setiap pakaian rancangannya memiliki ciri khas tertentu seperti penggunaan warna yang berwarna warni, serta memadukan pakaian rancangannya dengan kain tradisional Indonesia seperti songket, tenun, dan batik. Rancangan dari desainer Dian Pelangi pun memiliki ciri khas tertentu yang seolah mengkomunikasikan sesuatu lewat setiap pakaian yang dia rancang. Oleh karena itu maka tak heran jika pakaian hasil rancangannya dibandrol dengan harga jutaan. Lain halnya dengan desainer *hijab* Jenahara, setiap rancangannya memiliki *cutting* yang unik salah satunya adalah model asimetris, dan memiliki ciri khas warna yang monokrom.

Melihat fenomena tersebut yang mana setiap desainer memiliki desain pakaian masing-masing yang menjadi ciri khas dan pembeda dari desainer lain, hal ini dapat menimbulkan pandangan dan pemahaman konsumen mengenai *hijab* berbeda-beda tergantung dari desain pakaian muslim mana yang dia kenakan. Hal tersebut dapat membuat makna *hijab* itu sendiri menjadi berbeda-beda. Dalam hal ini desainer memiliki andil yang besar dalam membangun makna tersebut, yang mana lewat desain pakaian yang mereka rancang dan memiliki ciri khas yang berbeda tiap desainer dapat membangun pemahaman muslimah mengenai makna *hijab*.

Proses yang dilalui seorang desainer dalam membuat suatu rancangan yang akhirnya diwujudkan dalam sebuah atribut *fashion* tidaklah mudah. Seorang desainer pakaian melewati beberapa proses sebelum akhirnya membuat suatu desain atau rancangan. Proses tersebut secara garis besar diantaranya, menganalisis *trend fashion* saat ini, kemauan konsumen sesuai dengan segmen, sampai pada

proses menyatukan antara *trend fashion*, kemauan konsumen, hingga akhirnya menyantukannya dengan rasa seni desainer itu sendiri. Pada akhirnya komponen tersebut dituangkan kedalam bentuk rancangan. Hal tersebut yang membuat hasil rancangan desainer satu dan lainnya memiliki perbedaan, karena setiap desainer memiliki persepsi tersendiri mengenai desain yang seperti apa yang dirasa bagus dan akan disukai oleh para konsumennya.

Oleh karena itu seorang desainer haruslah memiliki kemampuan untuk berkomunikasi secara terarah dan bertujuan terutama pada konsumennya, komunikasi tersebut dikenal dengan komunikasi interpersonal. Dalam membuat suatu rancangan, seorang desainer harus memperhatikan faktor kebutuhan dan selera konsumen agar produknya diminati. Selain itu, dengan melakukan komunikasi interpersonal memungkinkan seorang desainer untuk menjelaskan dan memberikan pemahaman mengenai produk rancangannya dan maksud dari rancangan tersebut kepada konsumennya. Seorang desainer *hijab* tentunya memiliki desain rancangan pakaian sebelum diproses menjadi pakaian. Desain itulah yang mengandung pesan dari desainer kepada konsumennya. Melalui perantara desain itulah seorang desainer dapat mengkomunikasikan sesuatu kepada para konsumennya. Pesan yang terkandung dalam desain itulah yang dapat merubah pandangan seorang muslimah terhadap makna *hijab*. *Hijab* yang awalnya merupakan sebuah identitas seorang muslimah berubah menjadi sebuah *lifestyle* muslimah Indonesia

Dalam penelitian ini penulis akan menggunakan Teori Konstruksi Sosial untuk mengetahui bagaimana proses konstruksi tersebut terjadi berdasarkan momen dialektika menurut Frans M. Parera yang akhirnya memunculkan suatu proses konstruksi sosial yang dilihat dari segi asal mulanya merupakan hasil ciptaan manusia, yaitu buatan interaksi-interaksi subyektif (Bungin, 2008:15). Penelitian ini peneliti juga akan mengupas bagaimana proses yang dilakukan seseorang desainer dalam melakukan interaksi dengan lingkungannya yang pada akhirnya membuat para desainer mendapatkan ide dalam merancang. Dalam komunikasi interpersonal dapat terlihat interaksi dengan siapa saja, dan bagaimana komunikasi itu berlangsung dalam proses mendesain. Selanjutnya adalah untuk menggali seberapa penting komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh seorang desainer dalam

merancang hingga menciptakan sebuah produk *fashion* rancangannya. Pakaian yang merupakan salah satu artifak komunikasi dalam ranah komunikasi non verbal akan menguraikan bagaimana seorang desainer dapat mengkomunikasikan sesuatu lewat desain rancangannya kepada konsumen dan khalayak. Hal tersebut yang akhirnya dapat mengkonstruksi pemikiran dan pandangan para konsumen dan masyarakat secara sosial mengenai makna dari *hijab* yang dibangun oleh desainer *hijab*. Oleh karena itu dalam penelitian ini penulis ingin mengetahui bagaimana desainer busana muslimah memaknai *hijab*, seperti apa konsep diri dan interaksi yang mereka lakukan selama proses perancangan hingga desain itu terbentuk, dan seperti apa proses konstruksi sosial itu terjadi melalui 3 momen dialektika yang diungkapkan oleh Frans M. Parera.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang dijabarkan di atas, dalam penelitian ini difokuskan masalah agar tidak meluas. Peneliti memfokuskan pada “Proses konstruksi sosial yang terjadi melalui proses perancangan yang dilakukan desainer *hijab*, sehingga membangun makna *hijab* melalui desain pakaian” Dari fokus penelitian tersebut, maka dibuat pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana proses konstruksi sosial yang terjadi melalui proses perancangan yang dilakukan desainer *hijab*?
2. Makna apakah yang dibangun oleh desainer *hijab* kepada konsumennya melalui desain pakaian tersebut?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini yaitu :

1. Mengetahui proses konstruksi sosial yang dilakukan oleh desainer *hijab* melalui desain pakaian rancangannya
2. Mengetahui makna *hijab* yang dibangun oleh desainer *hijab* melalui desain pakaian rancangannya

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun penelitian ini diharapkan memberi banyak manfaat dalam bidang akademis dan bidang praktis.

1.4.1 Bidang Akademis

Secara akademis, penelitian ini memiliki kegunaan sebagai sumbangan ilmu pengetahuan bagi kajian ilmu komunikasi, khususnya kajian komunikasi dalam komunikasi interpersonal dan konstruksi makna *fashion hijab* melalui desain rancangan.

1.4.2 Bidang Praktis

1. Sebagai sarana penerapan pengetahuan dan wawasan dalam membuat penelitian.
2. Sebagai sarana untuk melatih kemampuan menganalisis fenomena dan kasus yang terjadi di lingkungan sekitar.
3. Sebagai sarana untuk mengetahui dan menambah wawasan mengenai proses konstruksi makna dari *hijab* oleh para desainer *hijab* di Bandung.

1.5 Tahap Penelitian

Tahap penelitian merupakan proses yang dilakukan oleh peneliti untuk melakukan sebuah penelitian kualitatif. Dalam menyusun penelitian ini penulis telah melakukan observasi, mencari teori dan penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian, selanjutnya peneliti mencari informan sebagai tambahan informasi untuk penelitian ini. Menurut Lexy J. Moleong dalam Almashur (2012:144) tahap penelitian terdiri dari tahap pra-lapangan, tahap pekerjaan lapangan, dan tahap analisis data. Tahap penelitian fenomenologi menurut Kuswarno (2009:58-73) terdiri dari :

1. Tahap Perencanaan Penelitian

Tahap perencanaan ini peneliti menentukan untuk memilih fenomena mengenai konstruksi makna *hijab* yang dibentuk melalui desain rancangan desainer *hijab*, yang sebelumnya telah dijelaskan didalam latar belakang penelitian. Tahap selanjutnya peneliti membuat daftar pertanyaan, memilih informan, dan memperhatikan dokumen.

2. Tahap Pengumpulan Data

Data yang dibutuhkan peneliti untuk mengembangkan fenomena ini dimulai dari observasi kecil dengan terjun langsung ke lapangan, yaitu lokasi-lokasi bazar, pusat perbelanjaan, atau butik yang menyediakan produk *hijab*.

Mengumpulkan informasi dari para pelaku bisnis *hijab*, bahkan desainer *hijab* untuk mengetahui kondisi secara langsung dilapangan.

3. Tahap Analisis Data

Setelah semua data yang dibutuhkan sudah didapat selanjutnya adalah menganalisis data-data tersebut untuk dijadikan pembahasan apakah terdapat konstruksi makna *hijab* melalui desain rancangan desainer *hijab* dengan menggunakan analisis fenomenologi.

4. Tahap Membuat Simpulan, Dampak dan Manfaat Penelitian, tahapan tersebut diantaranya:

- a. Membuat rangkuman dan intisari dari keseluruhan penelitian.
- b. Menegaskan hasil penelitian dengan mengatakan perbedaan-perbedaan dari penelitian terdahulu.
- c. Menjelaskan hasil penelitian dengan kemungkinan penelitian selanjutnya.
- d. Melihat korelasi hasil penelitian dengan manfaat penelitian.
- e. Menghubungkan hasil penelitian dengan makna-makna dan realitas sosial.
- f. Memberikan saran dan arah tujuan untuk penelitian selanjutnya.

1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di empat lokasi berbeda sesuai kesepakatan dengan informan yaitu empat orang desainer *hijab* yang berada di Bandung. Lokasi ini menjadi tempat peneliti melakukan pengamatan dan wawancara mendalam pada informan.

1.6.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dibutuhkan rentang waktu dari mulai bulan Oktober 2015 sampai dengan bulan Desember 2016.

Tabel 1.2 Waktu Penelitian

No.	Tahapan	Bulan																			
		Septemb er 2016				Oktober 2016				Novembe r 2016				Desembe r 2016				Januari 2016			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Persiapan penyusunan proposal skripsi BAB I sampai BAB III	■	■	■	■	■															
2.	Pengumpulan data dari observasi awal					■	■														
3.	Pengumpulan data dari wawancara mendalam							■	■	■											
4.	Analisis data berdasarkan indikator yang telah ditentukan										■	■	■								
5.	Penyelesaian data meliputi kesimpulan dan saran													■	■						

(Sumber : Olahan Peneliti, 2016)

