

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Modernisasi mampu menggeserkan makna mengenai hijab yang tadinya sebagai kebutuhan dan simbol keagamaan, justru kini lebih mencerminkan unsur fesyen. Media massa dalam hal ini majalah menjadi salah satu wadah dimana memberikan informasi yang terbaru mengenai tren perkembangan jaman khususnya mode hijab. Hal ini tentu membuat muslimah untuk dapat mengaktualisasikan diri. Halaman Fashion tepatnya rubrik Mode dalam majalah Dewi Juli 2014 mencoba menggambarkan kepada masyarakat bagaimana tren fesyen hijab yang sedang berkembang sekarang ini, dimana mitos-mitos pada hijab yang selama ini identik dengan keagamaan dan perempuan Islam.

V.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil representasi terhadap hijab dalam majalah Dewi edisi Juli 2014, dimana representasi ini dilakukan berdasarkan tataran makna denotasi dan konotasi, maka didapat kesimpulan sebagai berikut. Pertama, majalah ini menunjukkan bagaimana hijab digunakan sebagai kebutuhan fesyen bukan lagi sebagai bagian dari keagamaan. Kedua, menjadi muslimah modern dengan mengikuti perkembangan mode dapat menunjukkan eksistensi diri. Ketiga, hijab bukan lagi sekedar kebutuhan dan simbol keagamaan, bukan

sekedar fesyen yang dikenakan, bukan hanya dapat mengaktualisasi diri bagi penggunanya. Melainkan hijab juga menjadi bagian dari sebuah gaya hidup.

Bentuk pertama dibahas dalam Hijab sebagai Fesyen, yang menjelaskan bagaimana sekarang ini hijab digunakan. Bukan lagi memandang hijab menjadi bagian dari sekedar beribadah atau menutup tubuh melainkan hijab dibuat semenarik mungkin dengan mengikuti tren yang sedang berkembang. Tatanan hijab juga tak sekedar dikenakan menutupi kepala melainkan memiliki beraneka ragam model yang dapat disesuaikan dengan pakaian dan kondisi. Tak ketiunggalan riasan wajah yang melengkapi tren fesyen hijab menjadi semakin menarik karena membuat penggunanya menjadi terlihat lebih cantik, segar, bahkan elegan.

Bentuk kedua dibahas pada bagian hijab sebagai komoditas yang menjelaskan mengenai tren fesyen hijab yang semakin banyak diminati dan semakin memiliki nilai jual. Dimana nilai guna dari busana muslim dan hijab sendiri kini semakin diperhitungkan lagi dengan meningkatnya peminat sehingga bergeser menjadi nilai tukar, yang mana disebut sebagai proses komoditas. Penawaran harga yang tinggi tak mengurungkan niat untuk dapat tetap berpenampilan dan mengikuti tren fesyen yang sedang berkembang. Sebab apa yang dikenakan dan menempel pada tubuh lebih dapat memperlihatkan kelas dan identitas seseorang.

V.2. Saran

Adapun saran bagi penelitian selanjutnya adalah lebih mengkaji fenomena fesyen dalam komunikasi khususnya yang melekat dengan unsur keagamaan, karena dengan mengkaji fenomena mengenai fesyen dalam komunikasi yang melekat dengan unsur keagamaan, diharapkan dapat membuka bagaimana media menggambarkan hal terkait kepada masyarakat luas sehingga dapat dipahami secara sosial. Penggunaan metode analisis semiotika Roland Barthes hendaknya lebih digali dan diterapkan dalam berbagai produk media massa lainnya seperti teks berita tertulis, sinetron, film, talk show, dsb. Penelitian ini perlu dilanjutkan secara mendetail dengan literatur tambahan agar hasil penelitian ini lebih sempurna dalam memandang representasi hijab dalam suatu media massa.

DAFTAR PUSTAKA

- Barnard, Malcolm. (2011). *Fashion sebagai Komunikasi: Cara Mengkomunikasikan Identitas, Sosial, Seksual, Kelas, dan Gender*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Campbell, Richard., Christopher, Bettina. (2008) *Media & Culture an Introduction to Mass Communication 6th Edition*. Boston, New York: Bedford/St. Martins.
- Danesi, Marcel. (2004). *Pesan, Tanda, dan Makna: Buku Teks Dasar Mengenai Semiotika dan Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Jalasutra.
- El Guindi, Fadwa. (1999). *Veil Modesty Privacy and Resistance*. New York: Berg.
- Gulevich, Tanya. (2004). *Understanding Muslim and Islam Traditions*. United States: Omnigraphics.
- Griffin, EM. (2012). *A First Look at Communication Theory 8th Edition*. New York: McGraw Hill.
- Hall, Stuart., Jessica, Sean. (2013). *Representation*. UK: Sage.
- Kawaimura, Yuniya. (2005). *Fashion-ology: An Introduction to Fashion Studies*. New York: Berg.

- Kriyantono, Rachmat. (2006). *Tekhnik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- McQuail, Denis. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mosco, Vincent. (196). *The Political Economy Of Communication*. London: Sage Publications Ltd.
- Seto, Indriawan. (2011). *Semiotika Komunikasi – Aplikasi Praktis bagi Peneliti dan Skripsi Komunikasi*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Singarimbun, Masri, Sofian Efendi. (1982). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES
- Sobur, Alex. (2013). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Rosda.

Situs Online

<http://feminagroup.com/media.kit/001/8>, diakses pada 02/01/2015, 20:37

<http://www.kemenperin.go.id/artikel/4051/Mimpi-Indonesia:-Kiblat-Fashion-Muslim-Dunia>, diakses pada 06/02/2015. 00:07

<http://blog.dianpelangi.com>, diakses pada 08/02/2015, 09:15

<http://jenahara.com/hijabers-community>, diakses pada 08/02/2015, 09:45

<http://instagram.com/hijabfashion>, diakses pada 27/02/2015, 08:07

<http://Instagram.com/dinatokio>, diakses pada 27/02/2015, 08.:10

<http://m.vemale.com>, diakses pada 19/05/2015, 23:40

<http://jenahara.blogspot.com>, diakses pada 24/05/2015, 10:40

<http://www.anneahira.com/hijab.htm>, diakses pada 13/06/2015, 21:50

<http://trendterbaru.com/2015/02/trend-model-busana-hijab-casual-remaja.html?m=1>, diakses pada 13/06/2015, 22:00

<http://dream.co.id>, diakses pada 16/06/2015, 5:19

<http://jenahara.com>, diakses pada 17/06/2015, 09:27

<http://gallerieslaffayete.co.id>, diakses pada 17/06/2015, 10:15

<http://www.amazine.co/21738/sphinx-mesir-kuno-sejarah-deskripsi-sphinx-agung-giza>, diakses pada 14/07/2015, 23:27

<http://www.unc.edu/courses/2005fall/art/080a/001/EGYPT%20INTRO%20&%20MISC/royal%20headaddresses/nemes.htm>, diakses pada 15/07/2015, 02:27

<http://egyptian-gods.org/egyptian-symbols-nemes/>, diakses pada 15/07/2015, 03:08

<http://m.okezone.com/read/2012/07/24/195/667660/bersinar-saat-ramadhan-dengan-glowing-make-up/>, diakses pada 22/07/2015, 21:10

<http://kbbi.web.id>, diakses pada 23/07/2015, 02:25

<http://m.republika.co.id/berita/gaya-hidup/trend/12/03/13/m0stsu-busana-muslim-kaftan-seperti-apakah>, diakses pada 23/07/2015, 04:09

<http://theactualstyle.com/irna-la-perle-menyiasati-batas-busana-muslim/>, diakses pada 23/07/2015, 18:25

<http://theactualstyle.com/jenahara-kemegahan-arsitektur-timur-tengah/>, diakses pada 23/07/2015, 19:00

Majalah dan Koran

Majalah *Dewi* Edisi Juli 2014

Majalah Muslimah *Annisa, Hijabella, Laiqa, Moshaict, Noor, Scarf*