

HIJAB DALAM MEDIA TELEVISI

(Analisis Semiotika Hijab Dalam Acara “Assalamu’alaikum Cantik” Trans TV)

Achmad Soefandi

Program Studi S-1 Sosilogi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Surabaya

achmadsoefandi@gmail.com

Martinus Legowo

Program Studi S-1 Sosilogi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Surabaya

m_legowa@yahoo.com

Abstrak

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk membongkar bentuk-bentuk mitos dalam acara TV "Assalamu'alaikum Cantik" yang ditayangkan Trans TV. Artikel ini merupakan penelitian semiologi yang berfokus pada struktur penggunaan bahasa sebagai mitos. Sebelum membongkar mitos dalam acara “Assalamu’alaikum Cantik”, peneliti harus terlebih dahulu mencari penanda dan petanda dalam setiap bagian acara TV ini. Penelitian ini termasuk jenis penelitian *cultural studies*, karena penelitian ini menggunakan berbagai macam teori diantaranya teori marxis, feminis dan posmodern. Selain membongkar mitos, penelitian ini juga memberikan kritik terhadap acara ini.

Kata Kunci: Acara TV, Semiologi, Mitos, Hijab

Abstract

This study has the purpose to describe the myth of forms in the TV show " Assalamu'alaikum Cantik" that presented by Trans TV. This artikel is a semiology research that focused in the language structure uses as a myth. Before describe the myth in " Assalamu'alaikum Cantik", the researcher must first find the signifier and signified in every part of this TV show. This study uses a variety of theories , because the study included the type of cultural studies research. Beside to describe the myth , this study also provides a critique of this TV show.

Keywords: TV shows , semiology , Myth , Hijab

PENDAHULUAN

Media menjadi hal penting dalam masyarakat dewasa ini, hal ini terlihat bahwa media merupakan pilar keempat dalam dunia pendidikan (Syah, 2014: 222). Peran media dalam hal pendidikan memberikan sosialisasi dalam bentuk penyebaran informasi yang dibutuhkan bagi para penikmat media, oleh karena itu disini media sendiri diartikan sebagai perantara dalam menyebarkan informasi. Media dibagi menjadi beberapa bentuk media cetak, visual, dan audio. Media cetak contohnya koran majalah, buku, selebaran, dan pamflet. Media visual contohnya televisi (selanjutnya akan disingkat menjadi TV) dan media audio contohnya adalah radio dan TV. Dalam penelitian ini akan lebih difokuskan kepada media TV sebagai kajiannya. Ini karena TV menjadi salah satu media yang memadukan antara audio dan visual. TV menjadi salah satu media yang efektif dalam melakukan sosialisasi, karena TV menjadi media yang mudah diingat dan yang banyak dinikmati oleh penikmat media (Handoyono, 2014:51).

TV sudah diibaratkan sebuah "dewa" baru dalam kehidupan kita. TV senantiasa memberikan berbagai acuan pada setiap sendi kehidupan bagi pemirsanya. Media TV menggiring penontonya untuk menerima segala informasi yang disampaikan sebagai kebenaran yang bisa digunakan untuk memilih sesuatu, seperti memilih lembaga pendidikan yang bagus, sabun yang bisa memutihkan wajah dalam waktu singkat, sampai obat pemutih dan pembersih alat kelamin.

Guy Debord menyatakan bahwa masyarakat di era kapitalisme lanjut seperti saat ini adalah masyarakat tontonan, artinya masyarakat saat ini sangat tergantung dengan apa yang disuguhkan media TV sebagai acuan dalam menjalankan aktifitas sehari-hari (Aginta Hidayat, 2012: 141). Peran TV dalam masyarakat kapitalisme seperti saat ini sebenarnya merupakan media yang paling ampuh yang digunakan oleh para penumpuk modal untuk meraup untung sebanyak-banyaknya melalui iklan yang membujuk para penontonya untuk membeli produk yang dijualnya. Contohnya iklan sabun pemutih wajah merek A membujuk para penontonya bahwa sabun A merupakan sabun yang paling ampuh memberikan efek

memutihkan wajah lebih cepat dan bersih daripada sabun B dengan cara membandingkan wajah perempuan yang sudah menggunakan sabun A dan sabun B.

Peran TV dalam memberikan acuan salah satunya dalam bidang agama. Hal ini bisa dilihat mulai maraknya acara bernuansa agama yang ditayangkan TV. Acara agama yang ditayangkan TV khususnya pada skala nasional didominasi acara agama Islam. Mulai dari ceramah agama Islam seperti acara yang ditayangkan Trans TV "Islam itu Indah" sampai sinetron bertema agama Islam, seperti "Tukang Bubur Naik Haji" yang ditayangkan RCTI. Seiring dengan perkembangan zaman acara TV bernuansa agama Islam tidak hanya didominasi dengan ceramah, akan tetapi baru - baru ini ada acara TV yang mengusung tema gaya hidup kaum urban Islam, khususnya kaum muslimah. Contohnya adalah acara yang ditayangkan Trans TV yaitu "Assalamu'alaikum Cantik", pada hari selasa pukul 08.30 WIB. Acara ini dibagi menjadi lima *scene* atau bagian. Pertama merupakan bagian pembukaan yang isinya bagian awal acara yang menampilkan logo "Assalamu'alaikum Cantik" sebelum acara dimulai, yang kedua pengenalan tema dan bintang tamu, ketiga wawancara bersama bintang tamu, keempat "*fashion hijab*" yang isinya peragaan model busana hijab terbaru, kemudian yang kelima adalah "*Mari Berhijab*".

Hijab memang menjadi salah satu penanda dalam acara TV "Assalamu'alaikum Cantik" hijab telah mengalami perubahan yang semula sebagai suatu penanda identitas agama, menjadi penanda muslimah yang modern dengan mengikuti *trend* hijab. Dalam agama Islam hijab adalah pakaian yang menutupi seluruh anggota tubuh kecuali wajah dan telapak tangan (N. Azmi 2003: 1). Dalam masyarakat kapitalisme lanjut seperti saat ini hijab justru menjadi bagian budaya pop-massa. Budaya pop-massa merupakan bagian dari ekonomi politik kapitalisme yang dituntun oleh prinsip kemajuan, keuntungan dan perluasan produksi (Aginta Hidayat, 2012: 106). Dalam kurun ini, hijab sudah menjadi salah satu komoditas yang menguntungkan bagi pihak kapitalis. Hijab dalam pengertian lainya juga erat dengan isu-isu politik dan merupakan bagian dari pelanggaran budaya patriarki, begitulah ungkapan kaum feminis islam (Mernissi, 1999: 204).

Berdasarkan uraian diatas penelitian ini akan memfokuskan pada ranah bahasa, khususnya peranan media dalam acara "Assalamu'alaikum Cantik" yang ditayangkan di Trans TV dalam menciptakan banyak makna hijab yang sudah terlepas dari makna aslinya atau lebih tepatnya disebut dengan mitos. Dalam ranah bahasa yang dikaji dalam prespektif semiologi, mitos terbentuk dari penandaan (petanda dan penanda) yang mengakar dan sudah diyakini sebagai kebenaran. Proses penandaan

yang akan menjadi mitos tak lepas dari proses sosialisasi yang salah satunya dilakukan oleh media TV.

Berdasarkan paparan diatas, tujuan dari peneliti adalah mencari mitos hijab dan membongkar ideologi dalam acara "Assalamu'alaikum Cantik". Serta menganalisa bentuk bentuk mitos hijab dengan menggunakan semiotika.

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes karena penelitian ini erat dengan ranah bahasa. Penelitian memfokuskan untuk mencari mitos yang dibentuk penanda dan petanda, dalam lima bagian acara "Assalamu'alaikum Cantik" yaitu:

- **Pembukaan:** Bagian awal dari acara ini menampilkan ketiga sosok perempuan berhijab berserta logo acara.
- **Pengenalan bintang tamu dan tema:** Bagian ini pembawa acara memulai dengan memperkenalkan bintang tamu dan tema yang akan dibahas
- **Pembahasan Tema:** Pembahasan tema disini terkait juga dengan bintang tamu yang diundang, contohnya jika bintang tamu tersebut pada awalnya tidak mengenakan hijab kemudian mengenakan hijab, karena dorongan hati nurani, maka tema yang dibahas pada episode tersebut tentang "keutamaan hijab bagi perempuan".
- **"Fashion Hijab":** Bagian ini berisi tentang model hijab terbaru yang diperagakan oleh model perempuan. Pengenalan hijab terbaru dalam acara ini disertai juga dengan merek dan juga harga hijab yang dikenakan oleh model yang memperagakan.
- **"Mari Berhijab":** atau bagian akhir dari acara tersebut tim dari acara ini mengundang ahli tata rias hijab untuk menunjukkan cara mengenakan hijab.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode semiotika Barthes. Penggunaan analisis semiotika ini sesuai dengan tema yang diangkat mengenai mitos hijab dalam acara "Asslamu'alaikum Cantik" yang ditayangkan Trans TV. Penggunaan analisis semiotika ini untuk membongkar penanda dan petanda yang membentuk mitos hijab. Penanda menurut Roland Barthes (2012: 60) adalah segala hal yang sifatnya material. Contoh dari penanda jika kita melihat kucing penanda dari kucing adalah hewan yang memiliki empat kaki, memiliki cakar dan bulu. Sedangkan petanda adalah representasi mental yang melekat pada benda (Barthes, 2012: 36). Contoh dari petanda yaitu seperti kucing petandanya adalah hewan karnivora atau pemakan daging.

Mitos

Mitos menurut Roland Barthes berawal dari kajian linguistik yang diperkenalkan tokoh strukturalis Ferdinand de Saussure (Barthes, 2013: 152). Saussure membagi bahasa sebagai parole dan langue. Langue adalah aturan tanda bahasa yang didasarkan pada mana pembicaraan dan terbentuk dari langue (Ricoeur, 2012: 20). Bahasa menurut Saussure tersusun dari penanda dan petanda yang membentuk tanda. Kajian Saussure hanya berhenti pada tanda pertama atau denotasi. Kemudian dikembangkan lagi oleh Barthes, yang juga dikenal sebagai penemu kajian semiologi. Menurut Barthes bahasa tidak hanya berhenti pada proses terbentuknya tanda, tapi tanda dalam tahap selanjutnya bisa menjadi mitos karena menurut Barthes tanda sifatnya tidak stabil. Mitos adalah sistem semiologis tingkat dua atau konotasi (Barthes, 2013: 161). Semiologis tingkat dua atau mitos ini terjadi jika tanda yang terbentuk sebelumnya pada tingkat selanjutnya menjadi penanda baru dan siap untuk diisi petanda baru. Untuk mempermudah berikut ini penjelasan mitos dalam bentuk tabel:

Mitos {	1. Penanda	2. Petanda
	3. Tanda (Denotasi) I. Penanda	II. Petanda
	III. Tanda (Konotasi)	

Sumber: Roland Barthes, *Mitologi* (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2013), hal. 162.

Secara sederhana contohnya mobil, jika menganalisis dengan kajian Saussure maka mobil hanya dimaknai sebagai sarana transportasi, karena bahasa hanya berhenti pada kajian pembentukan tanda tingkat pertama atau denotasi. Tapi jika menggunakan kajian Barthes mengenai mitos maka mobil tidak hanya merupakan sarana transportasi tapi juga erat dengan *prestise* dan status sosial yang menggunakan mobil tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Media salah satunya TV menduduki peran sentral dalam masyarakat. Peran sentral media ini memiliki dampak, salah satu dampak positif adalah sebagai sarana pendidikan dengan cara memberikan berbagai informasi yang dibutuhkan masyarakat seperti informasi tentang kenaikan upah buruh sampai model hijab terbaru (Syah, 2014: 5). Ibarat dua sisi mata uang yang berbeda media TV juga memberikan dampak negatif, yaitu sebagai sarana penyebar ideologi atau mitos yang menguntungkan segelintir golongan dan merugikan

masyarakat. Ideologi atau mitos ini ditemukan dalam objek penelitian ini, yaitu acara “Assalamu’alaikum Cantik” yang ditayangkan Trans TV. Ideologi atau mitos dalam acara tersebut sebagai berikut:

Mitos Kesetaraan

Definisi setara yang digunakan sebagai denotasi dalam penelitian ini merujuk pada definisi setara menurut KBBI, karena definisi ini banyak dipahami oleh masyarakat. Setara menurut KBBI adalah sejajar antara satu dengan lainnya (<http://kbbi.web.id>). Mengusung tema sebagai acara yang ditujukan untuk kaum perempuan khususnya muslimah acara ini membahas berbagai persoalan kaum muslimah urban dalam menghadapi modernitas tapi harus tetap patuh terhadap ajaran agama. Menurut Handoyono (2014: 51) acara TV saat ini “berjenis kelamin” laki-laki. Artinya media TV secara tersembunyi turut melanggengkan kaum laki-laki yang diidentikan maskulinitas dan meminggirkan kaum perempuan yang diidentikan dengan feminitas.

Acara ini seolah menjadi antitesis tersendiri di tengah gempuran acara TV dan iklan yang cenderung maskulin seperti iklan rokok dan acara debat politik yang masih banyak kalangan yang menganggap acaranya “laki-laki”. Kemudian yang menjadi pertanyaan, apakah benar secara tersirat acara ini memang mengusung kesetaraan dengan menjadi acara TV yang dikhususkan bagi perempuan ditengah gempuran acara TV saat ini yang sifatnya maskulin? Melalui hasil analisis yang sudah dilakukan acara ini ternyata justru menegaskan posisi perempuan sebagai agen dalam ranah domestik. Hasil ini peneliti simpulkan dari tema-tema dibahas seperti cara mengasuh anak, cara merawat tubuh agar terlihat cantik, menikah muda dan beberapa tema lain yang erat dengan sektor domestik.

Mitos Kecantikan

Kecantikan memiliki definisi yang beragam. Menurut sebegini besar masyarakat, cantik selalu dilihat dari prespektif antropologi. Cantik kajian antropologis tergantung dari beberapa faktor salah satunya adalah kecenderungan melihat kecantikan dari ras. Indonesia yang merupakan Negara bagian benua Asia Tenggara. Konsep kecantikan negara-negara Asia Tenggara mengacu pada ras mongoloid (Sarmini, 2014: 26). Kriteria cantik ras mongoloid menurut negara-negara Asia Tenggara yaitu: bertubuh langsing, kulit kuning langsat, memiliki rambut lurus dan tubuh mungil. Cantik secara denotasi dalam pembahasan ini merujuk pada definisi cantik secara antropologi, karena definisi cantik secara antropologi sudah menjadi konsensus dalam masyarakat saat ini. Menurut Barthes (2012: 43) sifat denotasi cenderung menutupi makna sebenarnya dan dibentuk berdasarkan kesepakatan masyarakat. Seperti

yang sudah dijelaskan sebelumnya denotasi merupakan proses penandaan tingkat pertama sebelum terbentuknya mitos yang tersusun dari penanda dan petanda. Penanda cantik pada tataran denotasi dalam pembahasan ini meliputi kulit putih, rambut hitam, dan mata lebar. Petanda cantik pada tataran denotasi dalam pembahasan ini meliputi pemahaman tentang berbagai penanda cantik tersebut. Cantik yang sudah memiliki patokan dalam masyarakat secara tidak langsung menyebabkan perempuan yang tidak termasuk dalam kriteria cantik merasa harus untuk memenuhi patokan cantik tersebut. Salah satu caranya adalah dengan membeli beragam produk kecantikan.

Dari hasil analisis yang sudah dilakukan telah menentukan patokan cantik dengan menyebarkan mitos kecantikan. Mitos cantik dalam acara “Assalamu’alaikum Cantik” yaitu menurut pandangan agama Islam, khususnya perempuan yang menggunakan hijab. Kesimpulan ini diambil dari penanda logo yang terdiri dari dua suku kata yaitu “Assalamu’alaikum” yang merupakan penanda yang memiliki petanda ucapan salam dalam agama Islam dan “Cantik” ditujukan bagi perempuan. Penanda kata "Cantik" ini memiliki keterkaitan dengan penanda “Assalamu’alaikum” karena kedua suku kata tersebut menjadi logo yang ditampilkan. Hijab yang menjadi penanda bagi sosok perempuan yang cantik dalam acara ini, menyebabkan hijab hanya menjadi pakaian untuk menunjang penampilan fisik dan mendangkalkan nilai-nilai agama.

Selain kedua mitos tersebut, dalam acara ini hijab sudah menjadi komoditas dan menjadi bagian budaya pop-massa. Hijab yang sudah menjadi komoditas ini terdapat dalam salah satu bagian pada acara ini, yaitu “*Fashion Hijab*”. Pada bagian ini, hijab yang diperagakan oleh model cantik dijual dengan harga mencapai jutaan rupiah, hal ini terlihat dalam bagian ini selain mempertontonkan model hijab terbaru, harga hijab yang mencapai Rp. 500.000 sampai Rp. 3000.000 beserta merk hijab juga dicantumkan. Dengan memperlihatkan hargadan merk hijab yang diperagakan oleh model cantik yang menggunakan hijab tersebut, acara ini membujuk penontonya agar membeli hijab tersebut jika ingin terlihat cantik. Menjadi paradoks ketika acara ini seolah menjadi sarana untuk mengajak kaum perempuan Islam untuk mengikuti ajaran Islam dengan menggunakan hijab, tapi di sisi lain ada maksud untuk meraup keuntungan melalui ajakan untuk membeli hijab dengan harga yang cukup mahal. Selain menjadi komoditas, acara ini juga menegaskan bahwa hijab telah menjadi bagian dari budaya pop-massa. Hijab yang menjadi bagian budaya pop-massa memiliki dampak positif dan negatif. Dampak positifnya adalah hijab sudah mulai banyak dikenal oleh semua kalangan dan digunakan dari

berbagai usia. Hijab yang semula menjadi pakaian yang tidak menarik digunakan, sekarang sudah banyak digunakan kalangan remaja perempuan, contohnya bisa dilihat di *mall*, kampus, dan tempat umum lainnya. Banyak remaja perempuan dengan bangga menggunakan beragam model hijab terbaru. Dampak negatif yang ditimbulkan adalah hijab sudah menjadi bagian dari budaya pop-massa adalah mulai berkurangnya nilai-nilai filosofi dan agama dari hijab karena salah satu ciri dari budaya pop-massa adalah pendangkalan kedua nilai tersebut.

SIMPULAN

Berdasarkan penjabaran diatas acara “Assalamu’alaikum Cantik” yang ditampilkan Trans TV telah menyebarkan berbagai mitos bagi penontonya, seperti mitos kecantikan dan kesetaraan perempuan. Selain menyebarkan berbagai mitos tersebut, acara TV “Assalamu’alaikum Cantik” juga turut menegaskan posisi perempuan sebagai agen dalam ranah domestik, seperti yang sudah dijelaskan diatas. Hijab yang juga merupakan bagian penanda dalam acara ini sudah mulai mengalami pendangkalan makna dan sudah lepas dari petanda awal yang sebenarnya berhubungan dengan agama. Hijab dalam acara ini hanya dijadikan sebagai komoditas yang menguntungkan pihak kapitalis.

DAFTAR PUSTAKA

- Aginta Hidayat, Medhy. 2012. *Menggugat Modernisme*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Barthes, Roland. 2013. *Mitologi*. Penerj. Nuhadi A. Sihabul Millah. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- , 2012. *Elemen Elemen Semiologi*. Penerj. Nuhadi A. Sihabul Millah Yogyakarta: Jalasutra.
- Handoyono, Pambudi. 2014. *Menonton Godaan Perempuan di Layar Kaca*, dalam jurnal *Arena Pengetahuan*. 2014. Surabaya: UNESA Pers.
- Mernissi, Fatima. 1999. *Pemberontakan Wanita*. Bandung: Mizan.
- Ricoeur, Paul. 2012. *Teori Interpretasi*. Penerj. Masnur Henry. Yogyakarta: IRCiSoD.
- Sarmini. 2014. *Antropobiologi Perempuan Asia Tenggara*, dalam jurnal *Arena Pengetahuan*. 2014. Surabaya: UNESA Pers.
- Syah, Sirikit. 2014. *Membincangkan Pers, Kepala Negara dan Etika Media*. Jakarta: PT Elex MediaKomputindo.

Situs Internet:

- Azmi. N. *Hijab atau Jilbab*. Diakses melalui: <http://jatim.kemenag.go.id/file/file/mimbar323/s>

frp1376504750.pdf. Diakses tanggal 31-Maret -
2015.

<http://kbbi.web.id>. Diakses tanggal 19-Desember-2015.

