

BAB V

PENUTUP

V.1 Kesimpulan

Identitas perempuan Muslim Indonesia yang diwacanakan dalam iklan Wardah “Exclusive Series: Dewi Sandra Goes To Paris” dapat dilihat dalam beberapa hal. Pertama, perempuan Muslim dalam iklan ini ditampilkan mengenakan busana Muslim (penutup kepala dan penutup tubuh) yang berkiblat pada *fashion* Barat, khususnya Paris. Melalui *fashion* ini, perempuan Muslim berusaha meraih nilai-nilai modernitas barat yang dianggap lebih maju, lebih ‘keren’ dan lebih beradab. Hibriditas sebagai hasil diaspora dan globalisasi budaya ditampilkan dalam *gaya* berbusananya. Hal ini juga merupakan usaha perempuan Muslim Indonesia yang tak mau dianggap sebagai *other* (yang lain) oleh Barat.

Kedua, perempuan Muslim dalam iklan ini ditampilkan membongkar dependensinya terhadap budaya patriarkhi yang merupakan kekuasaan dominan atas perempuan Muslim. Bersama *Corvette*, sebuah mobil sport pabrikan Amerika Serikat, perempuan Muslim Indonesia juga ditampilkan dengan serangkaian nilai-nilai yang mengukuhkan independensinya yakni individual, bebas, dan otonom. Wacana ideologi feminis Barat pada umumnya memandang perempuan Muslim dan hijab sebagai bentuk ketertundukan terhadap laki-laki dan pengekanan. Dalam iklan ini, perempuan Muslim Indonesia berusaha membongkar hal tersebut.

Ketiga, perempuan Muslim Indonesia ditampilkan dengan identitasnya sebagai seseorang yang berpikiran terbuka dan maju. Hal ini

ditunjukkan dengan dua hal, yakni akses terhadap pendidikan, dan akses terhadap seni dan teknologi. Akses perempuan Muslim Indonesia pada pendidikan menunjukkan pemikiran terbuka sang perempuan Muslim terhadap pengetahuan dan hal-hal baru. Bekal pengetahuan yang ia dapat kemudian memungkinkannya untuk mengakses teknologi dan seni. Kedua hal ini juga menunjukkan bagaimana status ekonomi sosial sang perempuan Muslim dalam iklan ini. Pendidikan adalah aspek yang tidak dapat dilepaskan dari pengetahuan sebagai bagian modernitas Barat.

Keempat, perempuan Muslim Indonesia dalam iklan ini ditampilkan sebagai kaum subaltern. Subalternitas perempuan Muslim Indonesia ini juga ditunjukkan dengan dihadapkannya kelompok-kelompok subaltern yang lain. Kelompok subaltern yang ditampilkan dalam iklan ini diantaranya adalah ras kulit hitam dan *gay*. Perempuan Muslim Indonesia dalam hal ini memikul tiga label subaltern yang tidak dapat terelakkan, yaitu perempuan, Muslim dan Indonesia. Perempuan adalah subaltern dalam sistem nilai patriarkhal. Muslim adalah subaltern dalam dominasi wacana-wacana Kristen Eropa. Sementara Indonesia adalah subaltern sebagai negara bekas jajahan kolonial.

Merujuk pada penjabaran tersebut, perempuan Muslim Indonesia yang ditampilkan dalam iklan Wardah ini adalah seorang perempuan Muslim moderat. Berbeda dengan kaum fundamentalis dan radikal Islam yang sangat ketat dalam menerapkan ajaran dan nilai-nilai Islam serta cenderung menunjukkan perlawanan terhadap nilai-nilai di luar Islam, kaum Muslim moderat lebih terbuka dan modern serta memiliki nilai-nilai toleransi terhadap nilai-nilai dan kebudayaan di luar Islam. Hal-hal inilah yang tampak pada identitas perempuan Muslim yang diwacanakan dalam

iklan ini, sebagaimana ditunjukkan dalam *scene-scene* nya. Implikasi lebih lanjut adalah pada bagaimana perempuan Muslim moderat ini memandang kelompok perempuan Muslim lainnya. Mereka akan cenderung dilihat sebagai yang ketinggalan jaman, yang kuno, “yang kampungan”.

Tak ubahnya kaum elitis yang juga melakukan dominasi atas kaum subaltern, perempuan muslim Indonesia dalam iklan ini kemudian memandang rendah kaum perempuan Muslim yang belum/ tidak mengadopsi nilai-nilai barat, alias mereka (para perempuan Muslim Indonesia radikal atau tradisional) yang tidak mengadopsi *fashion* hijab.

Di belakang maraknya tren ber-hijab *fashion* tersebut bersembunyi kepentingan para industri kapitalis yang berusaha menyediakan akses bagi hasrat para perempuan Muslim Indonesia pada modernitas barat. Bentuk dominasi yang dilancarkan atas kaum subaltern ini salah satunya melalui media massa. Televisi, majalah dan situs-situs video *hosting* mulai marak mempromosikan hijab *fashion* sebagai tren yang menentang hijab tradisional atau radikal yang ketinggalan jaman. Visi menjadi barat, mengenakan pakaian ala barat, berpikiran terbuka, hingga seolah memiliki kehidupan yang lebih beradab, maju dan modern layaknya manusia barat, kemudian diwacanakan sebagai identitas perempuan Muslim Indonesia versi Wardah.

Wardah sebagai salah satu industri kecantikan dalam bidang kosmetik, mengukuhkan identitas perempuan Muslim Indonesia sebagai kelompok subaltern kompleks. Ia (Wardah) berusaha membongkar dominasi wacana-wacana feminis dan wacana-wacana barat yang melihat perempuan Muslim sebagai kelompok subaltern. Melalui Dewi Sandra, ia juga berusaha mendudukan dirinya sebagai subjek yang punya kekuasaan

atas dirinya sendiri (bukan lagi kaum subaltern), melalui penonjolan tampilan identitas perempuan Barat. Dengan demikian ia justru menyatakan ketertundukannya kepada hegemoni nilai-nilai barat.

V.2 Saran

1. Penelitian ini dapat dilakukan dengan metode analisis wacana kritis yang lain, yakni dengan analisis wacana kritis perubahan sosial Norman Fairclough, untuk dapat mengetahui praktek diskursus teks media
2. Penelitian audiens juga dapat dilakukan untuk penelitian lanjutan baik dengan pendekatan kuantitatif maupun kualitatif

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Arimbi, Diah Ariani. (2009). *Reading Contemporary Indonesian Muslim Women Writers: Representation, Identity and Religion of Muslim Women in Indonesian Fiction*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Azra, Azyumardi., Afriyanti. Dina., Hefner. Robert. W. (2007). *Pesantren and Madrasa: Muslim Schools and National Ideals in Indonesia*. Princeton: Princeton University Press.
- Bhabha, Homi K. (1994). *The Location of Culture*. New York: Routledge Classic.
- Birowo, M. Antonius. (2004). *Metode Penelitian Komunikasi, Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Gitanyali.
- Blackburn, Susan. (2004). *Women and the State in Modern Indonesia*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Buckley, Cheryl., Fawcett. Hilary. (2002). *Fashioning the Feminine: Representation and Women's Fashion from Fin De Siecle to the Present*. London: I.B. Tauris Publishers.

- Bulbeck, Chilla. (1998). *Re-Orienting Western Feminism: Women's Diversity in a Postcolonial World*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Cash, Thomas F., Smolak, Linda. (2011). *Body Image, Second Edition: A Handbook of Science, Practice, and Prevention*. New York: The Guildford Press
- Casey, Bernadettel., Casey. Neil., Calvert. Ben., (2008). *Television Studies: The Key Concept*. New York: Routledge.
- El Guindi, Fadwa. (1999). *Veil Modesty Privacy and Resistance*. New York: Berg.
- Eriyanto. (2001). *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LKiS.
- Falconer, Tom. (2003). *The Complete Corvette: A Model-by-Model History of the American Sports Car*. USA: MBI Publishing Company.
- Fiske, John. (2007). *Cultural and communication studies : Sebuah pengantar paling komprehensif* (4th Ed.). Yogyakarta dan Bandung : Jalasutra.
- Gamble, Sarah. (2004). *Feminisme & Postfeminisme*. Yogyakarta: Jalasutra

- Gandhi, Leela. (1988). *Postcolonial Theory, A Critical Introduction*. Australia: Allen & Udwin.
- Gillespie, Marie. (2006). *Analysing Media Text*. United Kingdom: British Library.
- Gulevich, Tanya. (2004), *Understanding Islam and Muslim Tradition*. United States: Omnigraphics, Ins.
- Habermas, Jurgen. (1991). *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*.
- Hall, Stuart. (1992). *Understanding Modern Societies: Formations of Modernity*. London: The Open University
- Hall, Stuart. (1997). *Cultural Representations and Signifying Practices (Culture, Media, and Identity)*. London: Sage Publication.
- Hardiman, F. Budi. (2010). *Ruang Publik, Melacak "Partisipasi Demokratis" dari Polis Sampai Cyberspace*. Yogyakarta: Kanisius.
- Harter, Susan. (2012). *The Construction of the Self: Development and Sociocultural Foundations*. New York: The Guildford Press.

Holland, Samantha. (2004). *Alternative Feminities: Body, Age and Identity*. New York: Berg Publishers.

Sibalis, Michael D., Higgs, David (ed). (1999). *Queer Sites, Gay Urban Histories Since 1600*. New York: Routledge.

Kawamura, Yuniya. (2004). *The Japanese Revolution in Paris Fashion*. New York: Berg.

_____. (2005). *Fashion-ology: an Introduction To Fashion Studies*. New York: Berg.

Littlejohn, Stephen W., Foss. Karen A. (2009) *Teori Komunikasi, Theories of Human Communication*. Jakarta: Salemba Humanika

Littlejohn, Stephen., Foss, Karen A. (2009). *Encyclopedia of Communication Theory*. California: Sage Publication.

Loomba, Ania. (1998). *Colonialism / Postcolonialism*. New York. Routledge.

Matheson, Donald. (2005). *Media Discourses: Analysing Media Text*. New York: Open University Press.

McQuail, Dennis. (1987). *Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

- Mercer, Jeremy. (2005). *Time Was Soft There: A Paris Sojourn at Shakespeare & Co.* New York: St. Martin's Press.
- Morton, Stephan. (2003). *Gayatri Chakravorty Spivak*. London: Routledge Critical Thinkers.
- Mooney, Annabele., Evans, Betsy. (2007). *Globalization: The Key Concepts*. London: Routledge Taylor & Francis Group.
- Mujiburahman. (2008). *Mengindonesiakan Islam: Representasi dan Ideologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Nugroho, Riant. (2008). *Gender dan Strategi Pengarus Utamaannya di Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Passon, Jerry W. (1995). *The Corvette in Literature and Culture: Symbolic Dimensions of America's Culture Sports Car*. North Carolina: McFarland & Company, Inc., Publishers
- Pawito. (2007). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LKiS.
- Prabasmoro, Aquarini Priyanta. (2003). *Becoming White: Representasi Ras, Kelas, Feminitas, dan Globalitas dalam Iklan Sabun*. Bandung: Jalasutra.

- Robinson, Kathryn. (2009). *Gender, Islam and Democracy in Indonesia*. New York: Routledge
- Robinson, Mike., Picard, David. (2009). *The Framed World: Tourism, Tourist and Photography*.
- Rocamora, Agnes. (2009). *Fashioning The City, Paris, Fashion and The Media*. New York: JCS Publishing.
- Said, Edward. (2010). *Orientalisme: Menggugat Hegemoni Barat dan Mendudukkan Timur Sebagai Subjek*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sutrisno, Mudji., Putranto, Hendar. (2004). *Hermeneutika Pascakolonial: Soal Identitas*. Yogyakarta: Kanisius.
- Taylor, Jean Gelman. Nordholt, Henk Schulte (ed). (1997). *Outward Appearances: Dressing State and Society in Indonesia, Outward Appearances: Tren, Identitas dan Kepentingan* Terj. M. Imam Azis (2005). Yogyakarta: LKIS
- Thwaites, Tony., Davis, Lloyd., Mules, Warwick. (1994). *Tools For Cultural Studies, An Introduction*. South Yarra: Macmillan Educaton Australia PTY LTD.
- Ting-Tommey, Stela. (1999). *Communicating Across Culture*. New York: The Guildford Press.

Van Leuween, Theo. (2008). *Discourse and Practice, New Tools for Critical Discourse Analysis*. United States: Oxford University Press

Van Dijk, Kees., Nordholt, Henk Schulte (ed). (1997). *Outward Appearances: Tren, Identitas dan Kepentingan* Terj. M. Imam Azis (2005). Yogyakarta: LKIS

Disertasi

O'connor, Kelly Ann, "The Fashionable Life: Fashion Imagery and the Construction of Masculinity in America, 1960-2000" (2014). *Dissertations*. Paper 907. http://ecommons.luc.edu/luc_diss/907

Jurnal

Adamson, Clarissa. 2007. Gendered Anxieties: Women's Rights, and Moral Hierarchy in Java. *Anthropological Quarterly*, Vol 80, No.1. Hal 5-37.

Astuti, Tri Marhaeni Pudji Astuti. (2007). Bias Gender Dalam Ilmu Pengetahuan dan Teknologi. *INFOKAM*, Nomor II Th. III September 2007, 63-68.

Dewi, Kurniawati H. (2012). Javanese Women and Islam: Identity Formation since the Twentieth Century. *Southeast Asian Studies*, Vol 1, No. 1, 109-140.

Kull, Ann. (2009). At the Forefront of a Post-patriarchal Islamic Education: Female Teachers in Indonesia. *Journal of International Women's Studies*, 25-35.

Nurmila, Nila. (2011). The Influence of Global Muslim Feminism On Indonesian Muslim Feminist Discourse. *Al-Jami'ah*, Vol 49, No. 1, 33-64.

Ricklefs, Merle C. (2008). Religious Reform & Polarization in Java. *ISIM Review*, 21, 34-35.

Smith, E.O. (1999). High Heels and Evolution: Natural Selection, Sexual Selection and High Heels. *Psychology, Evolution & Gender*, Vol. 1, No. 3, 245-277.

Sungkar, Lubna. (2007). Peranan Golongan Borjuis Pada Revolusi Perancis Tahun 1789. *Jurnal Sejarah CITRA LEKHA*, Vol. XI, Ni. 1, 59-67.

Sumber Online

Are You a Bourgeois Bohemian?. (2000. 28 Mei). Diakses pada tanggal 17 November 20014 dari

<http://www.theguardian.com/theobserver/2000/may/28/focus.news>

1

Gates, Anita. (2005, 10 Oktober). What's On Tonight. Diakses pada 10 November 2014 dari

<http://query.nytimes.com/gst/fullpage.html?res=9E02E6D61F30F933A25753C1A9639C8B63>

Hills, Suzannah. (2014, 9 Januari). Revealed: How Muslims Really Think Women Should Dress, and Most Don't Want The Face Covered. Diakses pada 12 Oktober 2013 dari

<http://www.dailymail.co.uk/news/article-2536381/How-women-dress-according-different-Muslim-countries.html>

Map of Paris Districts & Neighborhood. Diakses pada 2 November 2014 dari <http://www.parisnet.com/parismap.html>

Noorastuti, Pipiet Tri. (2011, 2 Agustus). Wawancara Khusus, Berjilbab Bukan Berarti Kampungan. Diakses pada tanggal 21 Oktober 2014 dari <http://analisis.news.viva.co.id/news/read/237510--berjilbab-bukan-berarti-kampungan>

Orchard, Jessica. (2012, 16 November). Shakespeare and Company. Diakses pada 10 Oktober 2014 dari

<http://www.timeout.com/paris/en/shopping/shakespeare-company>

Prirahayanto, Kelik. (2009, 10 Oktober). Gerak Merayap Penutupan Aurat: Catatan dari Foto-foto Masa Lalu. Diakses pada tanggal 13 Mei 2014 dari <http://srinthal.org/510/gerak-merayap-penutupan-aurat-catatan-dari-foto-foto-masa-lalu/>

Spivak, Gayatri. (1985). Can The Subaltern Speak?. Diakses pada tanggal 22 Oktober 2014 dari http://www.mcgill.ca/files/crclaw-discourse/Can_the_subaltern_speak.pdf

Stereotip Halangi Perempuan Jadi Ilmuwan. (2012, 21 November). Diakses pada 17 November 2014 dari <http://www.voaindonesia.com/content/stereotip-halangi-perempuan-jadi-ilmuwan/1550125.html>

Wardah Hadirkan Konsep “Parisian Style: Bohemian Bougeois” di IFF 2013. (2013, 1 Juni). Diakses pada 2 November 2014 dari <http://www.vemale.com/fashion/berita/22462-wardah-hadirkan-konsep-parisian-style-bohemian-bourgeois-di-indonesia-islamic-fashion-fair-20.html>