

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Konteks Penelitian

Dunia mode atau biasa dikenal dengan istilah dunia *fashion*, disadari atau tidak telah mempengaruhi hidup kita baik dalam skala besar maupun kecil. Beberapa orang menganggap kebutuhan untuk tampil menjadi lebih gaya dapat dipenuhi dengan cara yang berbeda-beda, ada yang membeli barang-barang bermerk sehingga harus mengeluarkan biaya yang tidak sedikit, serta apa pula yang lebih memilih membeli barang-barang yang tidak bermerk dengan harga murah, namun tetap terlihat *fashionable*.

Tentu setiap orang memiliki latar belakangnya masing-masing dalam memenuhi kebutuhan tersebut, dan alasan utama yang sering kita gunakan adalah untuk membangun kesan pertama yang baik, sehingga orang lain mampu menilai kita sebagaimana kita ingin dikenal oleh masyarakat. Hal ini agaknya menjadi sangat penting, terutama bagi orang-orang yang bekerja atau sering tampil di hadapan publik, karena dengan berpenampilan secara baik—rapih dan nyaman dipandang, akan membuat diri kita dianggap sebagai komunikator yang kredibel dalam menyampaikan pesannya.

Penampilan memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap kepercayaan masyarakat. Kita akan cenderung lebih mempercayai pesan seorang dokter yang berpenampilan layaknya sebagai dokter—memakai jas putih, memiliki pola hidup yang sehat, selalu terlihat bersih, dibandingkan dengan orang yang berpenampilan urakan yang mengaku lulusan Fakultas Kedokteran, dan memberikan Anda kiat-kiat hidup sehat dan cara menjaga kesehatan diri Anda.

Apabila kita amati bersama contoh yang baru saja kita simak, tidak dipungkiri bahwa dunia *fashion* ternyata mampu memberikan efek yang cukup besar dalam kehidupan masyarakat. *Fashion* memang memiliki erat kaitannya dengan dunia wanita, meskipun sebenarnya tidak. Adiba Musiwa (*Editor In Chief Yess! Magazine*) mengatakan bahwa hal tersebut dikarenakan wanita lebih vokal dalam hal-hal yang berkaitan dengan keapikan penampilan. Pertanyaan seperti “*Pakai baju apa, ya?*” adalah pertanyaan khas perempuan (Tako, 2014:5). Selain itu, hal lainnya yang mempengaruhi anggapan keterkaitan dunia *fashion* dengan wanita adalah dominasi pakaian wanita yang sering kita jumpai di pertokoan atau di mall-mall besar di Kota kita.

Indonesia dikenal sebagai negara yang mayoritas penduduknya menganut agama Islam, dengan itu tidaklah asing jika sebagian besar masyarakatnya menggunakan pakaian yang sesuai dengan norma-norma Islam atau sering kita kenal dengan pakaian yang menutup aurat baik bagi pria maupun wanita. Namun bukan berarti, dengan tingginya nilai keislaman di Indonesia membuat kaum muslimin dan

muslimah tertinggal dalam segi *fashion*, Dian Pelangi yang dikenal sebagai *pioneer* dari pergerakan wanita muslimah berhasil membawa desain-desain baju muslimnya sampai ke perhelatan fashion kelas dunia yang dikenal dengan *London Fashion Week* beberapa waktu yang lalu¹. Cara berpakaianya yang *fashionable* tanpa meninggalkan nilai-nilai Islam membuat dirinya dikenal sebagai *fashion designer* muslimah yang mampu menginspirasi kaum wanita yang mengenakan hijab.

Terlepas dari segala hal tersebut, aturan tentang penggunaan hijab bagi kaum wanita yang memeluk agama Islam tertulis dengan sangat jelas dalam ayat Al-Qur'an surat Al-Ahzab : 59, yang berbunyi “Hai Nabi, katakanlah kepada isteri-isterimu, anak-anak perempuanmu, dan isteri-isteri orang mukmin. “Hendaklah mereka mengulurkan jilbabnya ke seluruh tubuh mereka. Yang demikian itu supaya mereka lebih mudah dikenal, karena itu mereka tidak diganggu. Dan Allah adalah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.”

Ayat yang baru saja kita simak bersama tentu harus dipatuhi oleh setiap kaum muslimin dan muslimah yang memeluk agama Islam tanpa sebuah pengecualian. Dan dengan perkembangan zaman yang sangat pesat sekarang, juga dengan perkembangan dunia mode yang semakin besar, setiap kaum muslimah yang menggunakan hijab tentu ingin tampil lebih modern—karena yang kita ketahui bersama, hijab kerap kali diidentikan dengan pakaian yang bersifat kuno. Terlebih

¹ <http://www.antaraneews.com/berita/481899/dian-pelangi-perkenalkan-hijab-fashion-kepada-dunia> (diakses tanggal 3 Maret 2015, pada pukul 08.43 WIB)

kini dengan kemajuan teknologi yang semakin canggih, dan dengan banyaknya media sosial yang mampu menghubungkan satu orang dengan lainnya secara instan, membuat para hijabers (wanita yang menggunakan jilbab) ingin ikut berbagi gayanya di sosial media yang dikenal dengan Instagram.

Instagram merupakan media sosial dimana kita mampu berbagi tentang segala hal dalam bentuk visual dan audio (foto dan video). Diawal kemunculannya Instagram sudah mencuri perhatian para penggunanya, menurut wearsocial.sg pengguna Instagram di Indonesia pada tahun 2014 mencapai 32% dari kurang lebih 284.645.000 penduduk Indonesia.² Hal ini tentu menjadi tolak ukur bagaimana antusiasime masyarakat Indonesia terhadap media sosial Instagram.

Seperti media sosial lainnya, pemilik akun Instagram yang memiliki banyak *followers* (pengikut) akan dikenal dengan sebutan Selebgram, atau Selebritis Instagram. Ada banyak faktor yang mempengaruhi seseorang dikatakan sebagai Selebgram, bisa jadi dari keindahan fotografi yang diunggahnya, kecantikan atau ketampanan dari pemilik akun tersebut, atau bahkan selera dalam memadu padankan pakaian Seleb Instagram dianggap baik dan bagus, sehingga memberikan inspirasi untuk para *followers*-nya.

² <http://sosmedtoday.com/2014/09/pengguna-internet-2014-berapa-data-nielsen/> (diakses tanggal 3 Maret 2015, pada pukul 09.23 WIB)

Seleb Instagram yang dimaksud dalam penelitian ini adalah Seleb Instagram yang menggunakan hijab, sehingga penulis menyebutnya Seleb Instagram Hijabers. Kemunculan Seleb Instagram Hijabers inilah yang membuat penulis ingin mengetahui bagaimana nantinya mereka mempresentasikan diri di akun pribadi Instagram miliknya. Hal ini menjadi penting, karena hijab yang digunakan oleh Seleb Instagram akan menjadi sebuah “batas gerak” dalam berperilaku, terlebih para Seleb Instagram Hijabers dengan *followers* akun yang tidak sedikit akan menjadi *role model* (panutan) bagi siapapun yang mengikuti akun Instagram mereka. Gerak yang lebih sempit tentu didasari pandangan kebanyakan orang yang menuntut mereka untuk tampil lebih bijaksana dalam berperilaku di media sosial akibat dari penggunaan hijab.

Terdapat banyak sekali Seleb Instagram Hijabers yang ada di Indonesia pada saat ini, tak terkecuali Kota Bandung yang dikenal sebagai salah satu kota kreatif di Indonesia. Munculnya Seleb Instagram Hijabers bukan tanpa sebab, acara-acara yang bertemakan hijab yang sering diadakan di Kota Bandung menjadi salah satu faktor mengapa seorang hijabers bisa dikenal oleh semua orang, khususnya bagi mereka yang mengenakan hijab dan aktif di media sosial Instagram.

Salah satu acara tahunan bertemakan hijab yang diadakan di Kota Bandung adalah acara Hijab Fest. Acara tersebut memberikan kesempatan bagi para hijabers untuk dapat berbelanja di ratusan *booths* yang sudah tersedia dan mereka bisa membeli segala kebutuhan hijab, mulai dari kerudung hingga pakaian muslimah.

Selain dapat berbelanja, acara tersebut pun memiliki sesi seminar yang biasanya dihadiri oleh *public figure* yang sudah mengenakan hijab lalu berbagi pengalamannya tentang transformasi diri mereka sampai akhirnya mengenakan hijab, *fashion*, hingga produk-produk yang halal, tidak hanya itu Seleb Instagram Hijabers pun turut hadir untuk berbagi pengalamannya serta tak jarang mereka memberikan tutorial menggunakan hijab ala diri mereka masing-masing secara langsung.

Tidak hanya acara Hijab Fest, belum lama ini salah satu restoran di Kota Bandung menggelar suatu acara yang dinamakan “*The Month of Modesty*“, acara tersebut sebenarnya tak jauh berbeda dengan acara Hijab Fest, namun perbedaannya di acara tersebut, terdapat dua Seleb Instagram Hijabers yang sedang digandrungi kaum wanita yang menggunakan hijab yaitu Zahratul Zannah dan Ghaida Tsurayya yang turut hadir meramaikan acara “*The Month of Modesty*“. Selain dapat berbelanja berbagai produk lokal, pengunjung pun dapat membayar sejumlah uang untuk dapat makan malam bersama kedua Seleb Instagram Hijabers tersebut, nantinya pengunjung dapat mengobrol bersama dan berfoto bersama. Acara ini kurang lebih seperti acara *meet and greet* dengan selebriti kebanyakan.

Jika dilihat dari acara tersebut, mungkin kebanyakan dari kita kurang begitu mengenal siapa kedua Seleb Instagram Hijabers tersebut. Namun antusiasme yang diberikan oleh masyarakat—dalam hal ini mereka yang mengenakan hijab, begitu sangat besar. Menurut hasil wawancara penulis dengan *Public Relations* dari acara

“The Month of Modesty”, tiket yang dikeluarkan sudah habis terjual tepat ketika poster pertama di publikasikan di media sosial Instagram.

Antusiasme dari masyarakat terhadap sosok seorang Seleb Instagram Hijaberslah yang menjadi alasan lainnya mengapa penulis mengangkat judul Presentasi Diri Seleb Instagram Hijabers dalam penelitian ini. Penulis ingin mengetahui bagaimana mereka mempresentasikan diri mereka masing-masing di hadapan publiknya dalam hal ini adalah *followers* Instagram, serta melihat bagaimana mereka berinteraksi di kehidupan nyata.

Dalam merampungkan penelitiannya, penulis menggunakan pendekatan dramaturgis milik Erving Goffman, dalam pendekatannya ini Goffman menyebutkan bahwa dalam melakukan interaksi, manusia akan mengelola segala hal yang menempel pada badannya (*impression management*), mulai dari atribut yang dikenakan hingga nada bicara. Pengelolaan tersebut merupakan sebuah kontrol yang ingin diperkenalkan kepada lawan interaksi individu yang bersangkutan.

Goffman pun menilai bahwa konsep dramaturgi tidak jauh berbeda dengan pertunjukan teater yang selalu memiliki panggung depan dan panggung belakang. Dimana ada citra yang coba dibangun saat seseorang menampilkan panggung depannya kepada lawan interaksinya, tanpa harus menunjukkan hal-hal yang terjadi di belakang panggung (Mulyana,2010 : 114).

1.2. Fokus Penelitan dan Pertanyaan Penelitian

1.2.1 Fokus Penelitian

Dari uraian yang telah dikemukakan dalam latar belakang diatas, maka penulis memfokuskan masalahnya menjadi, “Bagaimana Presentasi Diri Seleb Instagram Hijabers?”

1.2.2 Pertanyaan Penelitian

Melalui perumusan masalah diatas, maka dalam penelitian ini penulis mengajukan beberapa pertanyaan sebagai masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana panggung depan (*front region*) Seleb Instagram Hijabers?
2. Bagaimana panggung belakang (*back region*) Seleb Instagram Hijabers ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah untuk memperoleh jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dalam pertanyaan penelitian. Terlebih penelitian ini bertujuan untuk mengungkap fenomena “permainan karakter” yang dilakukan oleh subjek penelitian. Sehingga tujuan yang spesifik dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui panggung depan (*front region*) Seleb Instagram Hijabers.
2. Untuk mengetahui panggung belakang (*back region*) Seleb Instagram Hijabers.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu menambah referensi penelitian dalam bidang ilmu komunikasi, khususnya dalam pemahaman mengenai pendekatan dramaturgi Seleb Instagram Hijabers yang memiliki panggung depan dan panggung belakang dalam perannya sebagai seorang muslimam

Selain itu juga penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang sama-sama mengkaji dengan metodologi dan pendekatan yang sama, seperti apa yang dilakukan oleh penulis.

1.4.2 Kegunaan Secara Praktis

Melalui penelitian ini, penulis hendak menyumbangkan pemikiran yang telah dikombinasikan dengan informasi dan teori-teori terdahulu terhadap perkembangan ilmu komunikasi terutama dalam pendekatan dramaturgi.

Selain itu, nantinya pembaca dapat mengetahui presentasi diri dari panggung depan serta panggung belakang seorang Seleb Instagram Hijabers yang akan menjadi narasumber dari penelitian ini.

1.5 Setting Penelitian

Agar penelitian ini lebih fokus terhadap rumusan masalah dan pertanyaan penelitian yang telah dikemukakan diatas, maka penulis hendak memberikan batasan-batasan dalam penelitian sebagai berikut :

1. Informan dalam penelitian ini adalah Seleb Instagram yang menggunakan hijab dan juga memiliki followers (pengikut) akun lebih dari 4.000 pengikut, dan informan berdomisili di Kota Bandung.
2. Informan penelitian yang dipilih dalam penelitian ini adalah Seleb Instagram Hijabers yang secara aktif menggunakan media sosial Instagram.
3. Analisis dalam penelitian ini dibatasi pada metode penelitian komunikasi kualitatif dengan pendekatan dramaturgi.
4. Waktu penelitian ini dilakukan mulai dari bulan Januari 2015.

1.5.1 Pengertian Istilah

1. Presentasi Diri, pengenalan diri kepada orang lain dengan tujuan untuk mendefinisikan situasi dan identitas sosial seseorang. (Mulyana,2010 : 110)
2. Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto (photo-sharing) berbasis iPhone dan Android, yang memungkinkan penggunanya mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial.³
3. Seleb berasal dari kata dasar selebriti orang yang terkenal atau masyhur⁴, dalam hal ini seleb instagram adalah seseorang yang terkenal atau masyhur di jejaring sosial Instagram.

³ <http://www.mrbambang.com/2012/08/instagram-handbook-panduan-komprehensif.html> (diakses tanggal 4 Maret 2015, pada pukul 23.34 WIB)

⁴ Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ke , Departemen Pendidikan dan Kebudayaan

4. Hijabers, berasal dari kata hijab yang berarti seperangkat pakaian yang terdiri dari pakaian rumah (*al-tsaub*) yang meliputi pakaian sehari-hari yang tidak ketat, jilbab yang dimana merupakan pakaian yang merangkapi pakaian rumah, dan *khimar* (kerudung) pakaian yang menutupi kepala, leher, hingga batas dada. (Siauw,2015:83).
5. Dramaturgi adalah suatu pandangan atas kehidupan sosial sebagai serangkaian pertunjukan drama yang mirip dengan pertunjukan drama panggung (Mulyana, 2010: 106).

1.6 Kerangka Pemikiran

Penulis menggunakan pendekatan dramaturgi dari Erving Goffman sebagai landasan dari penelitian ini, dengan menggunakan pendekatan dari Goffman penelitian ini diharapkan memiliki fokus yang jelas dalam memecahkan masalah dari penelitian yang telah dirancang. Erving Goffman menyebutkan bahwa dramaturgi adalah kehidupan sosial sebagai serangkaian pertunjukan drama yang mirip dengan pertunjukan teater (Mulyana, 2010: 106).

Victor Turner (Thomas & Bryan : 236) menyebutkan bahwa drama sosial merupakan sebuah area struktur sosial yang transparan namun terbatas . Hal ini diakibatkan karena para pelaku dramaturgi menggunakan komunikasi sebagai sebuah pertunjukan. Dalam menjalankan pertunjukannya Ervin Goffman menjelaskan bahwa seseorang akan cenderung memakai berbagai atribut—mulai dari atribut yang bersifat verbal dan atribut yang bersifat nonverbal.

Alasan dari pemakaian atribut tersebut adalah agar aktor yang sedang berperan ini dapat mendefinisikan situasi yang diinginkan, karena ada tujuan tertentu yang ingin dicapai. Dan hal tersebut dikenal dengan istilah *impression management* (pengelolaan kesan), dimana nantinya seorang aktor akan mengatur tata bahasa dan tata busana sehingga dapat merepresentasikan dirinya di hadapan masyarakat. (Mulyana, 2010: 112).

Sebagaimana pertunjukan teater, Goffman menyebutkan bahwa, seseorang memiliki wilayah panggung depan dan panggung belakang. Panggung depan merupakan sebuah ekspektasi dari yang coba dihadirkan oleh seseorang terhadap suatu situasi atau peristiwa sosial yang dihadapinya. Kesan formal akan cenderung nampak di panggung depan ini, karena dengan cara itulah seseorang mampu diterima di suatu situasi atau peristiwa yang dihadapinya.

Biasanya sang aktor akan sangat memperhatikan aspek verbal dan non-verbalnya, mulai dari tata bahasa yang digunakan, intonasi berbicara, hingga tempo berbicara, dan tidak lupa penampilan, mulai dari pakaian yang dikenakan, parfum dan juga gerak-gerik tubuh. Seseorang akan sangat bergantung kepada orang lain, sehingga dirinya mampu menampilkan diri yang ia inginkan.

Berbeda dengan panggung belakang, dinilai sebagai sesuatu yang bersifat kontras dan cenderung tidak formal. Memungkinkan seseorang berlaku kebalikannya dari panggung depan, mulai dari menggunakan kata-kata kasar, komentar komentar

seksual yang terbuka, duduk dan berdiri sembrono, merokok, dan lain-lain (Mulyana,2010 : 115).

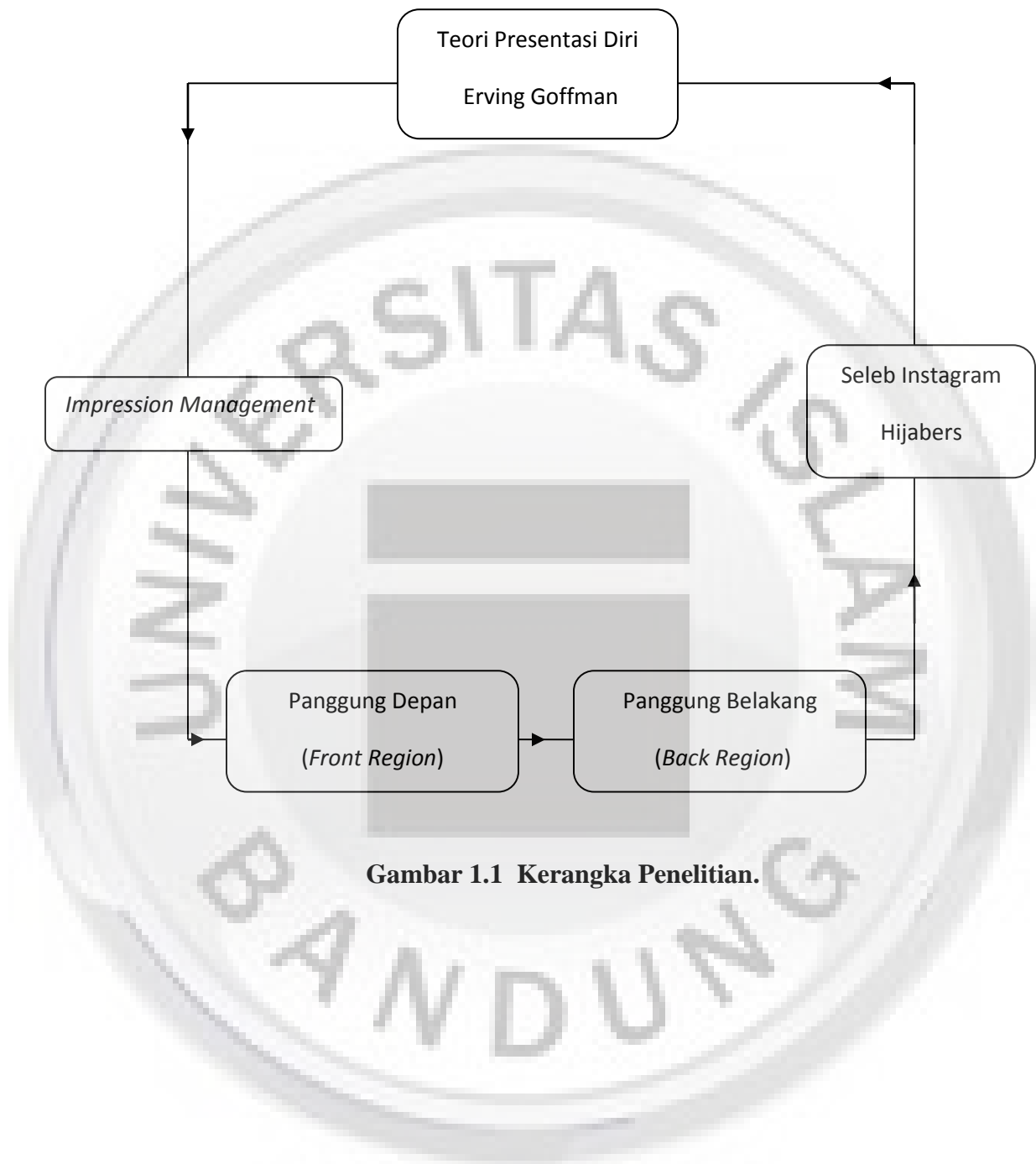
Meski panggung depan dan panggung belakang terlihat kontras, bukan berarti dalam penelitian ini dapat dengan mudah ditemukan panggung depan dan panggung belakang yang dimiliki oleh Seleb Instagram Hijabers. *Many performances are so detailed and complex that they cannot be carried out without rehearsal. In such cases, even if the rehearsal is not observed and its exact nature is not known, it is not backstage to the performance* (Laurer and Handel, 1977 :136). Banyak pertunjukan yang sangat detail dan rumit sehingga tidak bisa dilanjutkan tanpa adanya latihan. Dalam beberapa kasus, meski latihannya tidak diketahui oleh orang lain, hal tersebut tidak dikategorikan sebagai panggung belakang dari sebuah pertunjukan.

Artinya, panggung belakang bisa menjadi panggung depan seseorang. Sebagai contoh pencuci piring di sebuah restoran tidak dapat dikategorikan sebagai panggung belakang dari bagian penyajian suatu hidangan. Karena pencuci piring—orang yang mencuci piring, di restoran merupakan seseorang yang sedang melakukan pertunjukannya di panggung depan, sehingga kita harus melakukan observasi langsung untuk mengetahui panggung belakang dari pencuci piring ini.

Hal yang serupa pun terjadi dalam penelitian yang akan dilakukan penulis, saat ini penulis belum bisa memutuskan panggung belakang yang dimaksud. Karena nantinya hal tersebut akan muncul ketika observasi dan wawancara sudah berjalan,

mengingat Seleb Instagram Hijabers dalam penelitian ini memiliki pekerjaan yang beragam, beberapa menjadi model, ibu rumah tangga, wirausahawan, dan lainnya. Sehingga nilai yang akan ditekankan sebagai panggung belakang adalah cara mereka berkomunikasi di kehidupan sosial yang nyata, di luar dari media sosial yang digunakan.

Sehingga pola yang tergambar dalam penelitian ini dari mulai presentasi diri hingga kepada Seleb Instagram Hijabers itu sendiri akan melingkar. Karena masing-masing dari komponen yang terdapat dalam penelitian ini akan saling mempengaruhi. Dan terutama akan terus berulang secara terus menerus, sehingga penulis memberikan gambaran sebagai berikut



Gambar 1.1 Kerangka Penelitian.