



**PROPAGANDA KELOMPOK HIJAB SYAR'I TERHADAP KELOMPOK HIJAB
STYLE DALAM BUKU "YUK BERHIJAB!"**

Skripsi

Disusun untuk memenuhi persyaratan skripsi

Pendidikan Strata 1

Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

Penyusun

Nama : Zulinda Vidiatama

NIM : D2C009055

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2016

Propaganda Kelompok Hijab Syar'i Terhadap Kelompok Hijab Style dalam Buku "Yuk Berhijab!"

Zulinda Vidiatama

Mahasiswi S1 Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UNDIP

Abstract:

Moslem fashion in Indonesia is growing from year to year. After Hijab Style became famous with Hijabers Community, Hijab Syar'i group rise that aims to counter the movement of Hijab Style group which have opinion that hijab style does not meet the Islamic shariah. In qualitative research with semiotic study, researchers tried to describe the propaganda that is in the book Yuk berhijab!. The results showed that the book Yuk berhijab! generally explain that hijab is not just a fashion and consumerism, but hijab is islamic syiar which must fulfil it's terms. This book is an invitation to women who are still like hijab style trend to gradually use syari hijab in accordance with the guidance of religion. The use of hijab with a variety of accessories that are not in accordance with the rules of guidance, is basically wrong thing. Propaganda technique used by the author in both the writing and the comic are a Name Calling, Glittering generalities, Card Stacking, Plain Folks, and The Band Wagon.

Key Words: *propaganda, hijab syar'i, hijab style, fashion as communication, propaganda technique*

Abstraksi:

Fashion muslimah di Indonesia makin berkembang dari tahun ke tahun. Setelah Hijab Style menjadi terkenal lewat kelompok Hijabers Community-nya muncullah komunitas Hijab Syar'i yang bertujuan untuk meng-*counter* gerakan kelompok Hijab dengan berpendapat bahwa Hijab Style "tidak memenuhi syari'at Islam. Dalam penelitian kualitatif dengan kajian semiotika ini, peneliti mencoba menggambarkan propaganda yang ada di dalam buku Yuk Berhijab!. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Buku Yuk Berhijab! secara umum menjelaskan bahwa hijab bukanlah sekedar fashion dan konsumtivisme, namun hijab merupakan syiar agama yang wajib dipenuhi syarat-syaratnya. Buku ini merupakan ajakan kepada kaum wanita yang saat ini masih menggandrungi tren hijab style untuk secara perlahan menggunakan hijab syari yang sesuai dengan ajaran agama. Penggunaan hijab dengan aneka aksesorisnya yang tidak sesuai dengan aturan syariat, pada dasarnya merupakan hal yang salah. Teknik propaganda yang digunakan penulis baik dalam tulisan maupun komiknya antara lain *Name Calling, Glittering Generalities, Card Stacking, Plain Folks*, dan *Band Wagon*.

Key Words: *propaganda, hijab syar'i, hijab style, fashion as communication, teknik propaganda.*

Pendahuluan

Penelitian tentang makna yang terkait dengan fashion dalam dunia komunikasi telah lama menarik banyak peneliti untuk menelitinya. Hal ini dikarenakan fashion sebagai komunikasi. Pakaian tidak bisa dilepaskan dari perkembangan sejarah kehidupan dan budaya manusia. Berangkat dari pemikiran Barnard tentang fungsi dari fashion. Ia menyebutkan bahwa pakaian dipandang memiliki suatu fungsi komunikatif. Sebagai bentuk komunikasi, pakaian bisa menyampaikan pesan artifaktual yang bersifat non verbal. Selain untuk melindungi kita dari cuaca yang buruk atau kemungkinan cedera dalam olahraga tertentu, pakaian juga membantu kita menyembunyikan bagian-bagian tertentu dari tubuh dan karenanya pakaian memiliki suatu fungsi kesopanan (*modesty function*).

Menurut Simmel, fashion mempunyai dua kecenderungan, yang pertama adalah kebutuhan untuk menyatu, dan yang kedua adalah kebutuhan untuk terisolasi (Simmel dalam Barnard, 2011: 16). Setiap individu yang mengkonsumsi fashion memiliki kebutuhan untuk dapat melebur dengan masyarakat dimana ia berada, dan di lain pihak individu yang mengkonsumsi fashion tersebut juga memiliki kebutuhan untuk menjadi atau tampil beda dalam kelompok masyarakatnya. Orang rupanya perlu menjadi sosial dan individual di saat yang sama, dan fashion serta pakaian merupakan cara dari sejumlah hasrat atau tuntutan yang kompleks yang dinegosiasikan (Barnard, 2011:17).

Tak terkecuali pakaian muslimah, yang pada awalnya merupakan pakaian wajib bagi muslimah kini telah berkembang menjadi fashion. Pergeseran selera dan gaya hidup muslimah dalam berbusana saat ini menjadikan busana muslimah menjadi fashion muslim dan bisnis yang menguntungkan. Media massa juga semakin banyak mempropagandakan fashion muslimah, baik perkembangan model hijab, berita tentang figure-figur dibalik suksesnya fashion hijabers, hingga iklan kosmetik yang ditujukan untuk muslimah.

Nur Syam dalam bukunya, menjelaskan bahwa gaya berpakaian islami pun telah memasuki paradoks globalisasi. Di satu sisi ingin seseorang ingin menampilkan gaya berpakaian Islam dengan jilbab sebagai tutup kepala, tetapi di sisi lain penonjolan ekspresi tubuh juga tetap kentara dalam hal ini keindahan secara kasat mata. Jilbab modis yang kontemporer telah menjadi tren yang digemari kalangan perempuan pada hakikatnya menjadi contoh bekerjanya sistem Global Paradoks, yang sangat menonjol. Globalisasi akan semakin membawa banyak perubahan, dan kelompok kecil akan lebih lincah bergerak menyiasati perubahan dibanding kelompok besar karena lebih banyak hal yang harus ditangani (Syam, 2005: 25).

Kemunculan komunitas hijabers yang membawa fenomena Hijab Style memunculkan gambar-gambar wanita cantik dengan hijab aneka model dan warna baik di media konvensional maupun *new media* seperti Facebook, Twitter, dan Instagram. Pesona Hijab Style sangat diminati oleh kaum remaja baik yang telah mengenakan jilbab maupun yang belum mengenakan jilbab. Hal ini terbukti oleh semakin banyaknya pengguna hijab style

yang dapat dilihat dari akun social media yang seimbang dengan maraknya merek-merek hijab style serta fashion show yang banyak diadakan oleh para *desainer* Hijab Style.

Perkembangan fashion dan *new media* membuat kaum perempuan menjadi lebih konsumtif dan berkeinginan untuk lebih meningkatkan eksistensinya di dunia maya. Media sosial memiliki peran sebagai penyalur informasi kepada khalayak, ajang menunjukkan eksistensi diri, dan membangun citra diri.

Maraknya penggunaan Hijab Style yang disebut juga Hijab Kontemporer kemudian memunculkan kelompok oposisi yang menentang penggunaan *fashion* dalam berhijab. Kelompok ini ingin mengembalikan opini masyarakat tentang hakikat pemakaian hijab yang sebenarnya. Salah satunya adalah komunitas Hijab Syar'i yang dipelopori oleh Hijab Alila salah satu brand hijab. Selain menggunakan media sosial dengan gambar-gambar menarik dan berisikan cara berhijab syar'i didukung kajian islami secara rutin seperti yang dilakukan akun Instagram AlFatih Studios, Hijab Syar'i diharapkan dapat menarik banyak massa untuk tidak lagi menggunakan hijab style, kelompok ini juga berkolaborasi membuat buku yang berisi propaganda penggunaan hijab syar'i.

Buku yang berjudul Yuk Berhijab! Ini merupakan buku yang berisi ajakan agar muslimah kembali mengenakan hijab yang sesuai dengan aturan syariat. Dalam tiap bab nya buku ini menampilkan komik yang sarat makna. Gambar yang tersaji adalah segala sesuatu yang dikonstruksikan oleh pembuatnya untuk kemudian dikonstruksikan oleh pembaca maupun khalayak, gambar tersebut juga pasti menimbulkan berbagai dampak bagi masyarakat. Misalkan dalam sebuah foto terdapat sebuah ideologi dan edukasi dari fotografer. Sebuah foto dengan keterangan/ *caption* "pertemuan para pengangguran" menunjukkan kepentingan dari sebuah institusi dan *stereotype* terhadap sebuah peristiwa (Alvarado dkk, 2001 :16-17). Stigma, anggapan, dan sudut pandang dari individu ataupun kelompok sangat berpengaruh pada kehadiran sebuah objek yang direpresentasikan. Stigma tersebut bisa menjadi tanda adanya ideologi di dalamnya. Pada contoh kasus perkembangan hijab style, beberapa public figure seperti ustadz televisi dan artis seperti Sarah Vi dan Lyra Virna menampilkan gambar (ilustrasi) di social media yang berisi tentang penggunaan hijab yang sesuai kaidah (syar'i). Hal ini menunjukkan adanya sudut pandang sebuah individu atau kelompok kepada sebuah isu tertentu.

Propaganda sendiri, sebenarnya telah mengalami banyak pergeseran makna. Setelah pecahnya Perang Dunia II istilah propaganda dalam benak banyak orang cenderung merujuk pada pengertian negatif yang melibatkan agresi militer, politik kotor, kejahatan publik, dan lain sebagainya. Akan tetapi, sebenarnya propaganda tidak selalu memiliki arti negatif. Saat ini praktik propaganda sudah banyak yang sangat halus sehingga hamper tidak dapat dirasakan. Propagandis, mengusahakan sedapat mungkin khalayak menyetujui gagasan-gagasan yang disampaikan oleh propagandis seakan-akan itu adalah sebuah atas rasionalitas yang wajar. Propagandis dapat menyalurkan pesannya lewat buku, berita, simbol-simbol, jargon, orasi, pamflet, film, dan segala bentuk media massa lainnya.

Propaganda adalah sebuah bentuk komunikasi massa. Artinya, agar pesan dalam komunikasi tersebut tepat sasaran, propagandis harus mempunyai cara atau teknik untuk melakukan propaganda. Propaganda dapat dilakukan dengan berbagai cara. Nuruddin

menyebutkan beberapa teknik propaganda yang biasa digunakan dalam suatu komunikasi antara lain Name Calling, Glittering Generalities, Transfer, testimonials, Plain Folks, Cardstacking, Badwagon Technique, Reputable Mountpiece, dan Using All Forms of Persuasion.

Sehubungan dengan paparan di atas dapat diketahui rumusan masalahnya yaitu, bagaimana gambaran propaganda kelompok hijab syar'i terhadap kelompok Hijab Style diilustrasikan dalam buku *Yuk Berhijab!* (2013)

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan propaganda kelompok hijab syar'i terhadap kelompok hijab style yang diilustrasikan dalam komik dalam buku *Yuk Berhijab!* (2013).

Metodologi Penelitian

Desain penelitian ini merupakan kajian semiotika dengan menggunakan pendekatan kualitatif, dimana dalam penelitian kualitatif makna dijadikan perhatian. Merujuk pada ungkapan dari Roland Barthes dengan mengacu pada bahasan-bahasannya yang membahas tentang aspek *signifiers* dan *signified*. Aspek signifikansi berupa denotasi dan konotasi. Denotasi berarti makna objektif, misalkan bunga mawar berwarna merah. Bunga itu sendirilah yang berarti sebuah signifier. Sementara konotasi adalah makna yang subjektif dari sebuah objek misalkan bunga mawar merah melambangkan kasih sayang, hasrat, atau bisa saja melambangkan sebuah partai buruh. Konotasi bermain dalam level signified, dan bisa berarti sebuah polisemi, yang berarti memiliki banyak kemungkinan makna (Hartley, 2002:209). Pemaknaan akan sebuah konotasi sangat bergantung pada nilai-nilai dan kultur yang dianut oleh individu (O'Sullivan dkk, 2006:286).

Dengan menggunakan pendekatan semiotik dari Roland Barthes yang melibatkan elemen semiotik dan tanda. Aspek-aspek pemaknaan yang digunakan didasari oleh konsep-konsep *signifiers*, *signified*, denotatif, konotatif, dan mitos, untuk mengetahui adanya ideologi dan sudut pandang penulis buku *Yuk Berhijab!* (2013) mengenai suatu kondisi fashion muslimah di Indonesia.

Subyek penelitian ini adalah kartun dalam buku *Yuk Berhijab!* (2013) yang ditulis oleh Felix Y. Siauw berkaitan dengan adanya propaganda oleh kelompok Hijab Syar'i terhadap kelompok Hijab Style, yang dengan tepat menggambarkan kondisi perkembangan tren dunia hijab saat ini dalam semua lapisan masyarakat, baik kalangan artis, maupun masyarakat umum.

Penelitian kualitatif menggunakan data berupa : teks, kata-kata tertulis, frasa-frasa atau simbol-simbol yang menggambarkan atau merepresentasikan orang-orang, tindakan-tindakan dan peristiwa-peristiwa dalam kehidupan sosial. Dalam penelitian kualitatif ini, peneliti menggunakan data secara kualitatif dengan kajian semiotika untuk menggambarkan atau merepresentasikan propaganda pada buku *Yuk Berhijab!*

Penelitian ini mempunyai dua jenis pengumpulan data, yaitu data primer yang diperoleh langsung dari kartun yang terdapat dalam buku *Yuk Berhijab!* (2013) dan data sekunder yang diperoleh dari sumber yang tidak ditemukan di dalam data primer, antara lain:

buku, skripsi, internet, jurnal yang mampu membantu penelitian dan relevan dengan masalah yang diteliti.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis semiotika. Hasil analisis disajikan secara deskriptif kualitatif yang merupakan paparan penulis mengenai makna kartun dalam buku *Yuk Berhijab!* (2013).

Untuk melihat representasi propaganda Hijab Syar'i terhadap Hijab Style pada kartun dalam buku *Yuk Berhijab!* (2013), peneliti akan mencari dan memaknai symbol-simbol yang bisa menjawab pertanyaan peneliti dengan menggunakan kerangka analisis semiotik Roland Barthes.

Roland Barthes membuat sebuah model sistematis dalam menganalisis makna dari tanda-tanda. Melalui analisis semiotik ini, akan dapat diketahui isi pesan yang hendak disampaikan, proses pembuatan pesan, simbol yang digunakan untuk mewakili pesan-pesan melalui kartun yang disusun pada saat disampaikan kepada khalayak.

Teori Barthes memfokuskan pada gagasan tentang signifikasi dua tahap, yaitu denotasi dan konotasi. Denotasi adalah definisi objektif kata tersebut, sedangkan konotasi adalah makna subjektif atau emosionalnya (Alex Sobur, 2003 : 263).

Analisis data dengan menggunakan pendekatan semiotika. Pendekatan semiotika yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan semiotika mitos Roland Barthes.

Adapun cara kerja atau langkah-langkah model Semiotik Roland Barthes dalam menganalisis makna dapat dipetakan sebagai berikut :

Peta cara kerja model semiotik Roland Barthes

1. Signifier (Penanda)	2. Signified (Petanda)	
3. Denotatif Sign (Tanda Denotatif)		
4. Connotatif Signifier (Penanda Konotatif)	5. Connotative Signified (Petanda Konotatif)	
6. Connotative Sign (Tanda Konotatif)		

Hasil Penelitian

Buku *Yuk Berhijab!* ditulis oleh Ustadz muallaf Felix Y. Siauw dan visualis Emeraldal Noor Aini merupakan sebuah buku yang menyasar segmentasi remaja muslimah Indonesia. Oleh karena itu, buku *Yuk Berhijab!* Dibuat dengan desain semenarik mungkin agar inti utama yang terdapat di dalam buku dapat tersampaikan dengan baik pada pembaca.

Salah satu cara pengarang membuat propaganda dalam buku *Yuk Berhijab!* mudah diterima adalah dengan visualisasi yang menarik. Tidak hanya visualisasi cover yang menarik tapi dalam setiap sub bab juga disertai komik strip untuk lebih membantu pembaca memahami maksud yang disampaikan.

Dalam buku *Yuk, Berhijab* peneliti mengamati *cover* buku sebuah wajah yang dibalut dengan kerudung yang lebar dan menutup dada dengan harapan umat muslim khususnya wanita bisa menggunakan hijab yang sesuai dengan syariat agama. Warna cover di dalam buku itu pun berwarna cerah, lebih dominan ke warna yang disukai wanita yaitu ungu terang. Warna yang tidak mecolok sehingga diminati oleh pembacanya. Dan di cover buku itu terdapat tulisan yang ditulis oleh pengarang yaitu misi dalam buku itu “ Hijab Tanpa Nanti Taat Tanpa Tapi”. Yang bertujuan untuk menegaskan propaganda utama dalam buku itu,

sehingga tidak ada alasan untuk tidak berhijab selain karena Allah. Serta didalam buku ini juga terdapat gambar dalam komponen hijab yaitu khimar dan jilbab. Beserta keterangannya yang bukan hanya sebagai hiasan tapi juga sebagai bukti otentik apa yang diucapkan pengarang.

Soft Cover buku Yuk Berhijab! juga semakin mendukung propaganda yang diusung, yakni ilustrasi wanita berhijab yang memakai sarung tinju dan memukul kata-kata “fashion”, “trend”, “model”, “style”, “feminisme; dll. Ilustrasi ini memberikan gambaran bahwa penggunaan hijab syar’i tidak seperti penggunaan hijab style yang sangat dekat dengan dunia fashion. Penulis ingin mengembalikan penggunaan hijab yang sekarang menjadi suatu trend fashion menjadi penggunaan yang sesuai syariat.

Pembahasan

Konsumsi atas hijab kini bukan lagi didasarkan atas kegunaan komoditasnya. Pemilihan atas hijab lebih didasarkan pada nilai tanda yang terkandung dalam komoditas hijab tersebut. Muslimah semakin konsumtif dan memandang hijab adalah sebuah komoditas *fashion* yang menyimpan berbagai tanda. Tanda-tanda yang tersimpan dalam komoditas hijab mereka gunakan untuk menaikkan prestise, menunjukkan eksistensi ataupun mengukuhkan kelasnya sebagai muslimah mapan. Selanjutnya belanja hijab merupakan sebuah konsumsi atas tanda, tidak lagi memperhatikan nilai guna dan nilai tukar hijab, tapi lebih pada nilai tanda yang tersimpan dalam komoditas hijab.

Hal ini digambarkan dengan baik oleh penulis buku Yuk Berhijab pada bukunya Bab 05 “Berpakaian tetapi telanjang”, Bab 06 “Tabarruj”, Bab 07 “Hijab Bukan Perhiasan”. Yang menarik dalam buku ini adalah pengemasan pesan yang ingin disampaikan dengan menampilkan komik bersambung dalam setiap bab.

Penggunaan komik “Catatan si Benefiko” dalam buku Yuk Berhijab mengandung pesan yang akan disampaikan kepada pembaca melalui imajinasi sehingga membuat narasi berupa pesan dan propaganda seolah-olah menjadi hidup. Catatan si Benefiko menggunakan kosakata “*slank*” sehingga pembaca mengenal lebih banyak kosa kata dalam komik yang menterjemahkan apa yang biasanya tidak secara gamblang dijelaskan menggunakan bahasa baku dalam narasi, atau paling tidak menggunakan sejumlah kalimat yang panjang untuk menjelaskan satu kosakata. “Catatan si Benefiko” juga mampu mendramatisir ide penulis untuk menggugah para perempuan untuk “bertobat” dan menggunakan hijab. Selain itu komik yang diselipkan di setiap bab mampu menjadi *sequential Art* yang membuat pembaca membaca keseluruhan isi buku atau untuk pembaca yang hanya membaca sekali duduk mampu menangkap keseluruhan isi buku dengan hanya membaca komik di setiap bab.

Penggunaan komik “Catatan si Benefiko” dalam buku Yuk Berhijab mengandung pesan yang akan disampaikan kepada pembaca melalui imajinasi sehingga membuat narasi berupa pesan dan propaganda seolah-olah menjadi hidup. Catatan si Benefiko menggunakan kosakata “*slank*” sehingga pembaca mengenal lebih banyak kosa kata dalam komik yang menterjemahkan apa yang biasanya tidak secara gamblang dijelaskan menggunakan bahasa baku dalam narasi, atau paling tidak menggunakan sejumlah kalimat yang panjang untuk

menjelaskan satu kosakata. “Catatan si Benefiko” juga mampu mendramatisir ide penulis untuk menggugah para perempuan untuk “bertobat” dan menggunakan hijab. Selain itu komik yang diselipkan di setiap bab mampu menjadi *sequential Art* yang membuat pembaca membaca keseluruhan isi buku atau untuk pembaca yang hanya membaca sekali duduk mampu menangkap keseluruhan isi buku dengan hanya membaca komik di setiap bab.

Berdasarkan penjelasan teori yang telah dikemukakan sebelumnya, peneliti menemukan teknik-teknik propaganda yang digambarkan dalam komik benefiko dalam buku *Yuk Berhijab!*

1. Name Calling

Memberi label buruk kepada gagasan, orang, objek atau tujuan agar orang menolak suatu tanpa menguji kenyataannya.

Pada komik *Catatan si Benefiko* bab 04, ada statement **“ternyata benefiko tiap minggu Shopping melulu demi mengejar tampilan berhijab yang fashionable seperti tuntunan di majalah juga internet, ataupun sibuk bongkar-bongkar lemari adik, kakak, mamah, papah, suami, kakek, nenek untuk nodong pakaian dan aksesoris mereka. Konon supaya bias kreasi *mix match* hijab style”**.

Statement tersebut masuk dalam kategori teknik propaganda *name calling* karena terdapat pemberian label buruk pada hijab style dengan menggambarkan bahwa hijab style “shopping melulu” sibuk mengikuti tuntunan majalah dan internet.

Selanjutnya masih dalam komik *Catatan si Benefiko* bab 06, terdapat statement **“Jadi pakaian umrah bukan seperti fashion busana muslimah di Indonesia. Muslimah di Indonesia kalau berhijab kelewat kreatif”**.

Gambar 4.4

Statement tersebut juga masuk dalam kategori teknik propaganda *name calling* karena terdapat pemberian label buruk pada *Hijab Style* dengan sindiran kelewat kreatif.

2. Glittering Generalities

Penggunaan “kata yang baik” untuk melukiskan sesuatu agar mendapat dukungan, lagi-lagi tanpa menyelidiki ketepatan asosiasi itu.

Penggunaan propaganda dengan teknik *Glittering Generalities* sangat banyak ditemui dalam komik *Catatan si Benefiko* untuk mengesankan bahwa *Hijab Syar’i* itu baik dan tidak kuno. Salah satunya pada bab 06 ada kalimat **“ternyata setelah mencoba yang syar’i jauh lebih mudah dan nyaman”**.

Pada bab 08 **“Sesungguhnya syiar berhijab adalah perkara yang mulia yang berpotensi pahala jariyah”**.

3. Card Stacking

Card stacking adalah memilih dengan teliti pernyataan yang akurat dan tidak akurat, logis dan tak logis dan sebagainya untuk membangun suatu kasus.

Pada *Catatan si Benefiko* terdapat kalimat :

“Hijab Bukanlah sebuah *trend fashion* yang modenya disesuaikan dengan zaman dan keinginan, yang harus dibuat rumit sehingga menyusahkan untuk memakainya.”

“Hijab bukanlah pelarian bagi *fashionista* yang tetap ingin disebut islami.”

Penulis sengaja memilih dengan teliti pernyataan yang akurat dan logis untuk efek domino dari pernyataan tersebut. Jika kita jabarkan kalimat tersebut membentuk opini bahwa *Hijab Syar'i* itu mudah, tidak rumit dan tidak susah untuk memakainya. Kalimat kedua mengandung makna bahwa *Hijab Syari* itu islami dan itulah yang diinginkan oleh pengguna *Hijab Style* agar terlihat islami.

4. Plain Folks

Imbauan yang mengatakan bahwa pembicara berpihak kepada *audiens*-nya dalam usaha bersama yang kolaboratif.

Metode ini sangat menyatu dengan komik *Catatan si Benefiko*, penggunaan karakter perempuan sebagai tokoh utama dan ustadzah sebagai penasihatnya membuat penulis yang notabene nya seorang lelaki menjadi kabur. Pembaca seolah-olah berkomunikasi dengan sesama wanita, penggunaan kata ganti KITA semakin mempererat pembaca dan penulis bahwa penulis adalah bagian dari audiens, merasakan dan dalam posisi yang sama dengan audiens.

5. Band wagon

Band wagon merupakan teknik propaganda yang dilakukan dengan menampilkan kesuksesan yang dicapai oleh seseorang, suatu lembaga, atau suatu organisasi.

Hal ini tergambar dari cerita komik *Catatan si Benefiko* yang akhirnya berhasil mengenakan *Hijab Syari* dan *istiqomah* yang ia sebut lebih nyaman dan lebih mudah dan ia lebih tenang karena hanya mengharap ridho Allah pada bab 08.

Penutup

Simpulan

Buku Yuk Berhijab! secara umum menjelaskan bahwa hijab bukanlah sekedar fashion dan konsumtivisme, namun hijab merupakan syiar agama yang wajib dipenuhi syarat-syaratnya. Buku ini merupakan ajakan kepada kaum wanita yang saat ini masih menggandrungi tren hijab style untuk secara perlahan menggunakan hijab syari yang sesuai dengan ajaran agama.

Selain hal diatas, kesan yang diberikan buku ini yaitu penggunaan hijab yang paling benar adalah sesuai yang dijabarkan dalam buku. Penggunaan hijab dengan aneka aksesorisnya yang tidak sesuai dengan aturan syariat, pada dasarnya merupakan halm yang salah

Buku ini melalui pembahasannya yang ringan disertai ilustrasi dan komik yang menarik menjelaskan menggunakan teknik-teknik propaganda agar pembaca tidak hanya mendapatkan ilmu tetapi juga mengubah pola pikir yang mempengaruhi pengambilan keputusan untuk segera menggunakan hijab syar'i dan meninggalkan hijab style. Teknik propaganda yang digunakan penulis baik dalam tulisan maupun komiknya antara lain *Name Calling, Glittering Generalities, Card Stacking, Plain Folks, dan Band Wagon.*

Saran

Buku Yuk Berhijab! menjadi salah satu buku best seller terbukti dengan adanya cetak ulang hingga beberapa kali hingga saat ini. Buku yang berisi propaganda ini disampaikan dengan cara yang sangat menarik yang memungkinkan pembacanya untuk tidak bosan dan dapat mencerna maksud dari penulis dengan baik. Buku ini juga didesain dengan sangat baik menggunakan visualisasi yang banyak dalam setiap bab nya. Melalui penelitian ini, penulis berharap agar para penulis buku agama dapat menghasilkan buku dengan pembahsan yang berat yang dapat diterima khalayak yang disasar. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pemikiran dan gagasan ilmiah. Penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya pengetahuan dalam mengetahui propaganda dalam media massa mengenai suatu fenomena.

Dengan adanya penelitian ini, penulis berharap agar masyarakat dapat lebih kritis dalam memahami fenomena yang terjadi di sekitar saat ini, sehingga pengambilan keputusan akan menjadi lebih objektif. Seperti penggunaan hijab syar'I dan hijab style yang seharusnya didasarkan pada hasil pemikiran sendiri dan bukan karena mengikuti trend semata.

Daftar Pustaka

- Barnard, Malcolm. (2011). *Fashion sebagai Komunikasi: Cara Mengomunikasikan Identitas Sosial, Seksual, Kelas, dan Gender*. Diterjemahkan oleh Idy Subandi Ibrahim & Drs. Yosali Iriantara, Ms. Yogyakarta: Jalasutra.
- Chandler, Daniel. (2007). *Semiotics. The Basic*. Abingdon: Routledge.
- Danesi, Marcel. (2009). *Pesan, Tanda, dan Makna*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Denzin, Norman K. dan Yvonna S. Lincoln. (2009). *Handbook of Qualitative Research*. Jogjakarta: Pustaka Pelajar.
- Hall, Stuart. (1997). The Work of Representation. Dalam Stuart Hall (eds.), *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices* (13-69). New Delhi : Sage Publication.
- Hartley, John. (2010). *Communication, Cultural, and Media Studies: Konsep Kunci*. Yogyakarta: Jalasutra.

- Lurie, Alison. (1992). *The Language of Clothes*. London: Cornell University Press.
- McCloud, Scott. 1933. *Understanding Comics: The Invisible Art*. New York: Harper Collins Publishers Inc.
- McCloud, Scott. 2006. *Making Comics: Storytelling Secrets of Comics, Manga, and Graphic Novels*. New York: HarperCollins Publishers.
- Nuruddin. (2001). *Komunikasi Propaganda*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Syam, Nur. (2005). *Bukan Dunia Berbeda: Sosiologi Komunitas Islam*. Pustaka Eureka: Surabaya.