

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kata “*hijab*” cenderung diasosiasikan sebagai kerudung yang digunakan sebagai tutup kepala oleh para muslimah. Namun dalam Islam, hijab lebih tepat merujuk kepada tata cara berpakaian yang sesuai dengan tuntutan agama menurut Subhan.¹ Hijab seorang perempuan secara syar’i dapat menutupinya dari penglihatan laki laki yang belum mahramnya. Hijab harus bisa menutup semua anggota badan dan perhiasan. Dalam QS. An-Nur ayat 31 Allah SWT berfirman bahwasannya;

“Dan katakanlah kepada para perempuan yang beriman, agar mereka menjaga pandangannya, dan memelihara kemaluannya, dan janganlah menampakkan perhiasannya (auratnya) kecuali yang (biasa) terlihat. Dan hendaklah mereka menutup kerudung ke dadanya, dan janganlah menampakkan perhiasan (auratnya), kecuali kepada suami mereka, atau ayah mereka, atau ayah suami mereka, atau putra-putra mereka, atau putra-putra suami mereka, atau saudara-saudara laki-laki mereka, atau putra-putra saudara laki-laki mereka, atau putra-putra saudara perempuan mereka, atau para perempuan (sesame Islam) mereka, atau hamba sahaya yang mereka miliki, atau pelayan laki-laki (tua) yang tidak mempunyai keinginan (terhadap perempuan), atau anak-anak yang belum mengerti tentang aurat perempuan. Dan janganlah mereka menghentakkan kakinya agar diketahui perhiasan yang mereka sembunyikan. Dan bertaubatlah kamu semua kepada Allah, wahai orang-orang yang beriman, agar kamu beruntung.”²

¹ Zaitunah Subhan, *Al-Qur’an Dan Perempuan*, ed. Artani Hasbi, pertama (Jakarta: Kencana, 2015), <https://books.google.co.id/books?id=fd1UDwAAQBAJ>, 343.

² Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur’an Al-Karim Dan Terjemahnya* (Surabaya: Kencana, 2015).353.

Allah menjadikan perhiasan itu menjadi dua macam; perhiasan yang tampak (*zhahir*) dan tersembunyi (*ghairu zhahir*). Kemudian Allah memperbolehkan bagi perempuan untuk menampakkan perhiasannya. Penampakan ini hanya boleh dilakukan untuk dilihat oleh suami atau mahramnya.

Berpijak kepada firman Allah SWT, di atas dapat dipahami bahwa hakikat hijab bagi seorang perempuan memiliki makna yang sangat istimewa dalam pandangan agama. Keberadaan ini menjadi aset yang sangat berharga untuk mengemas sebagai keadaan yang memiliki nilai ekonomi sangat tinggi.

Upaya menjadikan hijab sebagai lahan ekonomi di antaranya bisa dilihat dalam iklan Sunsilk hijab.³ Melalui visualisasi perempuan pada iklan shampo Sunsilk hijab, Muslimah ditampilkan sebagai sosok dengan kepala tertutup hijab yang melakukan berbagai aktivitas. Tampilan ini merupakan brand terbaru dari iklan shampo Sunsilk hijab. Laudya Cynthia Bella merupakan *Brand Ambassador* Sunsilk hijab yang sering digambarkan dalam iklan dengan wajah cantik dan menawan dengan balutan hijabnya. Secara tidak langsung keberadaannya mengajak untuk menjadikan brand Sunsilk sebagai daya tarik sebuah produk shampo yang berkualitas. Iklan ini tidak hanya memasarkan produk shampo tapi juga menyampaikan pesan dakwah tentang pentingnya menutup aurat bagi perempuan. Iklan ini pun menunjukkan bahwa model berjilbab pun bisa menjadi brand produk citra perempuan saat ini.

Keberadaan iklan dalam dunia industri menjadi barang yang sangat bernilai tinggi. Sebagai alasannya, calon konsumen yang kurang mengetahui nilai produk barang secara rinci dapat mengakibatkan minat beli mereka rendah. Untuk itulah, perlu adanya pengembangan media promosi yang lebih intensif baik dengan pembuatan video iklan dan sejenisnya. Media yang berbasis video iklan bisa mempercepat penyampaian pesan iklan kepada konsumen.

Melalui fenomena iklan di Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama Islam, kemasan periklanan dengan nuansa atribusi agama dapat menarik banyak perhatian.

³ <https://youtu.be/SpFRCc2zh8I>

Banyak produk yang diiklankan dalam mengangkat isu agama sebagai media persuasi untuk produk yang ditawarkan. Untuk itu, seiring dengan perkembangan industri di Indonesia dapat memberikan dampak pada produksi iklan yang mengenyampingkan larangan siaran iklan. Terdapat dalam UU Nomor 32 Tahun 2002 mengenai siaran iklan pada Pasal 46 Ayat (3a) menjelaskan untuk tidak merendahkan martabat agama lain, serta promosi yang dihubungkan dengan ajaran suatu agama.⁴

Untuk itu, beberapa iklan menggunakan perempuan sebagai sosok penarik utama pada brand yang dipromosikan. Bahkan sebagian iklan saat ini, banyak memanfaatkan trend hijab guna menarik minat konsumen atas penggunaan produksi. Seperti halnya iklan brand shampo Sunsilk yang dikemas dalam bentuk video berdurasi 0.46 detik. Video tersebut diunggah di kanal youtube pada tanggal 20 April 2021 pada akun sunsilk indonesia. Iklan shampo Sunsilk Hijab Ice Tea ini sudah ditonton sebanyak 11,116,840 kali penonton dalam pertahunnya, jika dilihat dari perbulan tayangan ditonton sebanyak 926.403, sedangkan dilihat dari perhari 30.880 tayangan iklan ditonton dan dilihat dari perjam sebanyak 1.286 kali penonton. Terdapat pula 50 komentar yang sebagian besar bernilai positif. Iklan shampo Sunsilk Hijab Ice Tea adalah representasi hijab dengan makna yang menarik untuk digali. Berdasarkan latar belakang tersebut maka tema penelitian ini diangkat untuk mengkaji makna pesan dakwah pada video iklan Shampo Sunsilk Hijab Ice Tea. Secara spesifik kajian ini akan mengangkat judul *Makna Hijab dalam Video “Sunsilk Hijab Ice Tea dengan Sensasi Dingin” di Kanal Youtube Sunsilk Indonesia*.

B. Fokus Penelitian

Agar penelitian ini tidak meluas, maka peneliti membatasi permasalahan penelitian pada video iklan komersial yang ada di Youtube yakni pesan dakwah dalam hijab pada

⁴ Perpres, “Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 46 Tahun 2021 Tentang Pos, Telekomunikasi, Dan Penyiaran,” *Perpu Republik Indonesia* No 46, no. 08637 (2021), https://jdih.setkab.go.id/PUUdoc/176342/PP_Nomor_46_Tahun_2021.pdf.

iklan *Shampo Sunsilk Hijab Ice Tea*. Fokus penelitian dan ruang lingkup yang akan dibahas peneliti adalah pada tampilan visual hijab dalam iklan. Selanjutnya adalah makna yang muncul dari tampilan hijab tersebut.

C. Rumusan Masalah

- a. Bagaimana hijab ditampilkan pada video iklan “Sunsilk Hijab ice Tea dengan Sensasi dingin” di kanal Youtube Sunsilk Indonesia?
- b. Apa makna hijab pada video iklan “Sunsilk Hijab Ice Tea dengan Sensasi Dingin” di kanal Youtube Sunsilk Indonesia?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan diatas yang harus diteliti, ada beberapa tujuan peneliti yang akan dicapai yaitu:

- a. Mendeskripsikan tampilan hijab pada video iklan “Sunsilk Hijab Ice Tea dengan Sensasi Dingin” di kanal Youtube Sunsilk Indonesia.
- b. Memaknai tampilan hijab pada video iklan “Sunsilk Hijab Ice Tea dengan Sensasi Dingin” di kanal Youtube Sunsilk Indonesia.

E. Manfaat Penelitian

- a. Manfaat Akademis
 Penelitian ini bermanfaat dari aspek akademis sebagai bentuk pengembangan kajian Komunikasi dan Penyiaran Islam khususnya tentang makna. Teori makna dalam tradisi semiotik menjadi semakin bermanfaat untuk dikaji dalam penelitian ini.
- b. Manfaat Praktis
 Manfaat praktis penelitian ini adalah memberikan wacana kepada khalayak tentang makna hijab dalam video iklan Shampo Sunsilk. Salah satu cara memaknainya adalah dengan kajian seperti ini. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi rujukan penelitian berikutnya atau penelitian lainnya tentang makna hijab.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan menjelaskan rangkaian setiap bab dalam penyusunan skripsi, Berikut ini adalah sistematika penulisan proposal skripsi yang akan penulis susun:

1. Bagian Awal

Bagian awal ini, terdiri dari: halaman judul, persetujuan pembimbing, pengesahan kelulusan, pernyataan, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, halaman abstraksi, halaman daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, dan daftar lampiran.

2. Bagian Isi

Pada bagian ini memuat garis besar yang terdiri dari lima bab, antara bab 1 dengan bab lainnya saling berhubungan karena merupakan satu kesatuan yang utuh, kelima bab itu adalah sebagai berikut:

Bab I adalah Pendahuluan. Bab ini meliputi latar belakang masalah, perumusan masalah, fokus penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

Bab II adalah Landasan Teori. Bab ini berisi tentang kajian pustaka yang berisi tentang teori teori yang digunakan sebagai landasan permasalahan penelitian yang berkaitan dengan judul, penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran.

Bab III adalah Metode Penelitian. Bab ini berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian, sumber data, Teknik pengumpulan data, uji keabsahan data, dan analisis data.

Bab IV adalah Hasil Penelitian dan Pembahasan. Bab ini berisikan tentang analisis dari hasil pemngelolaan data, gambaran umum objek penelitian, deskripsi data penelitian mengenai makna hijab pada video iklan “Sunsilk Hijab Ice Tea dengan Sensasi Dingin” di kanal Youtube Sunsilk Indonesia.

Bab V adalah Penutup. Bab ini berisi tentang rangkuman hasil penelitian yang ditarik kesimpulan dari analisis data dan pembahasan. Saran berisi perbaikan yang berkaitan dengan penelitian.

3. Bagian Akhir

Pada bagian akhir meliputi: Daftar Pustaka, Daftar Riwayat Pendidikan, dan Lampiran-Lampiran.