

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

1. Terdapat 3 gaya hijab di media Instagram, yaitu hijab segi empat La Sabelle, hijab pashmina Lafiye, dan hijab *syar'i* Si.Se.Sa. Gaya yang dimaksud dalam penelitian ini terletak pada *brand* hijab terkenal yang terbagi menjadi 3 bentuk berbeda. Apa yang telah diamati oleh peneliti saat ini menempatkan tiga merek hijab sebagai yang paling diminati dan banyak digunakan di media Instagram. La Sabelle, yang di produksi dengan menciptakan makna dalam sebuah motif, dibersamai dengan katalog-katalog yang diterbitkan di beberapa negara untuk mewujudkan kesan sebagai hijab segi empat Internasional. Lafiye, yang diproduksi dengan konten-konten kreatif, *talent* sebagai perpaduan perempuan Muslim yang memiliki beragam pekerjaan, dua energi kepribadian perempuan, perbedaan kulit warna di motif sedemikian rupa untuk menciptakan bentuk keindahan, menaruh pesan bahwa pashmina Lafiye adalah pashmina milik generasi Z yang penuh keserbagunaan sebagai bentuk *self love*. Terakhir Si.Se.Sa yang diproduksi dengan memprioritaskan hijab dengan berkualitas tinggi yang dijual dengan *quality over price* adalah salah satu *syar'i* dengan nilai *rich money* yang dituangkan pada kristal Swarovski, selain memberikan sensasi saat dikenakan, ketiga brand hijab ini juga akan membawa perkumpulan hijab tersebut menjadi wadah komunitas eksklusif mereka, yang mencerminkan evolusi gaya hidup terkini sebagai perempuan Muslim.

2. Melalui analisis semiotika Roland Barthes ditemukan bahwa 3 gaya hijab mengandung beberapa simbol yaitu, denotasi, konotasi dan mitos. Denotasi sebagai simbol yang bersifat faktual dan tersurat, melihat La Sabelle sebagai hijab dengan pemakaian yang sederhana, namun mengedepankan motif-motif penuh nuansa dengan kesan makna yang bervariasi dan terbuat dari pattern scarf premium, monogram LS yang terletak di ujung sisi hijab menjadi karakter utama dalam pengenalan hijab ini. Lafiye sebagai hijab pashmina berwarna *under* tone dengan kesan kontemporer melalui katalog-katalog yang menarik, pashmina ini telah berhasil memproduksi hijab yang anti bakteri untuk dikenakan tanpa rasa bau walaupun memiliki banyak kegiatan di luar ruangan dan dengan tampilan monogram “Lafiye” berwarna gold sebagai hiasan nama yang tidak tertinggal. Si.Se.Sa sebagai hijab panjang yang sesuai syariat, sering kali dikenakan saat acara-acara tertentu, seperti kajian keagamaan, maulid nabi Muhammad SAW, dan pernikahan. *Syar’i* ini menggunakan kristal Swarovski yang menyerupai berlian sebagai label *brand* untuk memberikan nilai tambah pada hijab *syar’i* ini. Konotasi sebagai simbol yang bersifat lebih abstrak, emosional, dan tersurat, melihat 3 gaya hijab ini melalui nama, *tag line*, dan citra yang ditunjukkan di akun *store* hijab Instagram dengan tambahan *hyperbola quotes*. Salah satu simbol konotasi yang peneliti ambil dari La Sabelle, dapat membawa penggunanya untuk memulai kehidupan yang baru dengan penuh makna hanya dengan menggunakan sebuah hijab bermerek ini, di hari raya idul fitri, La Sabelle “The Memoraya scarf” juga akan membawa penggunanya agar dapat

merasakan kesan lebaran dengan penuh cinta dan suasana seperti di rumah. Lafiye, dengan *tag line* “menumbuhkan keindahan pada keserbagunaan” yang berarti kain hijab Lafiye dapat menciptakan kesan keindahan dan kecantikan kepada siapapun yang mengenakannya. Para pengguna Lafiye yang kebanyakan adalah perempuan Muslim yang muda sebagai generasi Z menjadikan *reviewer* hijab ini membeli pashmina Lafiye secara gila-gilaan banyaknya, bahkan berlomba-lomba untuk memiliki semua warna hijab ini yang kemudian di unggah di media Instagram, hal ini berujung siapapun yang memiliki pashmina Lafiye dengan jumlah yang banyak, maka ia dapat disebut sebagai seorang *Influencer* di Instagram. Pesan dalam bentuk tulisan “*A mindful thrive*” yang diunggah oleh akun *store @Lafiye* menyampaikan kepada semua pihak bahwa setiap apapun hijab yang diproduksi oleh Lafiye pasti akan menjadi sebuah sorotan dan perhatian sekitarnya. Si.Se.Sa memiliki simbol konotasi sebagai hijab *syar’i* yang dikenakan oleh Muslimah Sosialita yang mampu dan berada dalam hal ekonomi. *Tagline* Si.Se.Sa berkonotasikan sebagai pelopor hijab *syar’i* pertama dan pilihan terdepan di Indonesia. Perempuan Muslim yang mengenakan Si.Se.Sa akan selalu menebarkan senyuman, rasa cinta, peduli, dan kasih sayang kepada sesama Muslim. *Syar’i* yang dijual dengan harga jutaan rupiah ini, dapat mengangkat derajat dan kewibawaan perempuan Muslim dalam ranah sosial. Simbol terakhir, ada pada mitos Barthes, yang merupakan perkembangan makna dari konotasi yang telah menjadi ideologi dan keyakinan masyarakat. Simbol mitos yang ada pada La Sabelle, dengan kesan sebagai hijab segi

empat Internasional, hal ini tentu akan memberikan persepsi siapapun yang mengenakannya adalah perempuan Muslim yang elegan, berkarir, dan independen. Kemudian mitos pada Lafiye, dengan menampilkan bahwa pashmina Lafiye adalah pashmina milik generasi Z yang penuh keserbagunaan sebagai bentuk *self love*, hal ini tentu akan memberikan sensasi perempuan Muslim yang minimalis, *light or bold* feminim sesuai karakter yang ingin mereka tampilkan, dan *Instagrammable* seakan-akan seperti seorang *Influencer* terkenal saat mengenakannya. Adapun mitos yang terkandung dalam Si.Se.Sa, dijual dengan *quality over price* yang dituangkan pada kristal Swarovski. Prioritas dalam penjualan Si.Se.Sa ini sudah pasti akan menggiring penggunanya merasakan sebuah kesan kereligiusan, kemewahan, dan kewibawaan.

## **B. Rekomendasi**

1. Kepada para pemilik *brand* hijab segi empat La Sabelle, pashmina Lafiye, dan syar'i Si.Se.Sa yang telah menghasilkan ide dan produk yang luar biasa dalam mengubah pandangan perempuan Muslim tentang penggunaan hijab menjadi ibadah dan ketaatan akan perintah agama yang menyenangkan, berkarakter, dan nyaman saat dikenakan. Para peneliti menyarankan agar brand hijab ini juga mempertimbangkan untuk menggabungkan bahan, motif, dan tekstur lain dengan produk-produk lokal. Contohnya, hijab-hijab ini bisa dipadukan dengan kain sasingan atau batik. Selain itu, 3 brand hijab yang telah menampilkan katalog-katalog modern sebaiknya juga mencoba untuk menyelipkan nilai-nilai iman dan Islam di dalamnya, seperti

dengan mencantumkan nama-nama Allah atau ayat-ayat Al-Qur'an tentang hijab, serta beberapa koleksi hadis dalam setiap unggahan katalog nya di media Instagram.

2. Khususnya bagi mahasiswa yang tertarik untuk melakukan penelitian tentang hijab, disarankan untuk mengeksplorasi masalah-masalah kontemporer terkait hijab yang sering diabaikan oleh komunitas Muslim, dengan demikian hal ini dapat menjadi area penelitian yang menarik dan relevan. Mahasiswa yang memiliki minat dalam pembahasan tentang hijab dapat melanjutkan penelitian dari apa yang telah peneliti lakukan melalui beberapa pendekatan, seperti dampak mengenakan 3 brand hijab La Sabelle, Lafiye, dan Si.Se.Sa terhadap karir di dalam dunia pekerjaan dan sosial, konsekuensi perempuan Muslim kelas bawah (*lower class*) dalam ketertarikan *brand* hijab yang berkelas. Diluar pada itu, mahasiswa juga dapat menggali beberapa penelitian tentang hijab seperti hijab dalam kesehatan dan kesejahteraan, atau representasi hijab dalam media sosial lainnya, selain Instagram.