

**ANALISIS SEMIOTIKA TERHADAP KONSTRUKSI  
MODEL HIJAB RABBANI DI INSTARGAM**

TESIS

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat  
guna Memperoleh Gelar Magister  
dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam



Oleh:  
**LULU AL ANNAFIS**  
NIM. 2201028007

**PROGRAM MAGISTER KOMUNIKASI DAN  
PENYIARAN ISLAM  
PASCASARJANA  
UIN WALISONGO SEMARANG  
2024**

## PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : **Lulu Al Annafis**

NIM : 2201028007

Judul Penelitian : **Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure terhadap Konstruksi Model Hijab Rabbani di Instagram**

Program Studi : Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam

Konsentrasi : Dakwah dan Komunikasi

menyatakan bahwa tesis yang berjudul:

### **ANALISIS SEMIOTIKA FERDINAND DE SAUSSURE TERHADAP KONSTRUKSI MODEL HIJAB RABBANI DI INSTAGRAM**

secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Semarang, 28 November 2024

Pembuat Pernyataan,



**Lulu Al Annafis**

NIM: 2201028007



**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
PASCASARJANA**

Jl. Walisongo, 3-5, Semarang 50185, Indonesia, Telp.- Fax: +62 24 7614454,  
Email: [pascasarjana@walisongo.ac.id](mailto:pascasarjana@walisongo.ac.id), Website:  
<http://pasca.walisongo.ac.id/>

**PENGESAHAN TESIS**



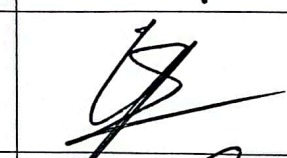
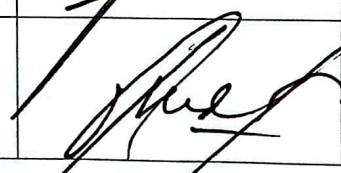
Tesis yang ditulis oleh: **Lulu Al Annafis**

NIM : 2201028007

Judul Penelitian : **Analisis Semiotika terhadap Konstruksi Model Hijab  
Rabbani di Instagram**

telah dilakukan revisi sesuai saran dalam Sidang Ujian Tesis pada tanggal 19 Desember 2024 dan layak dijadikan syarat memperoleh Gelar Magister dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Disahkan oleh :

Nama Lengkap & Jabatan	Tanggal	Tanda Tangan
<b>Dr. Saerozi, S.Ag, M.Pd</b> Ketua Penguji I	31/12-2024	
<b>Dr. H. Najahan Musyafak, MA.</b> Sekretaris Penguji II	3/1 2025	
<b>Dr. Sulistio, S.Ag., M.Si.</b> Penguji III	31/12-2024	
<b>Dr. M. Mudhofi, M.Ag.</b> Penguji IV	31/12-2024	

## NOTA DINAS

Semarang, 28 November 2024

Kepada  
Yth. Direktur Pascasarjana  
UIN Walisongo  
di Semarang

*Assalamu 'alaikum wr. wb.*

Dengan ini diberitahukan bahwa saya telah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap proposal tesis yang ditulis oleh:

Nama : **Lulu Al Annafis**  
NIM : 2201028007  
Konsentrasi : Dakwah dan Komunikasi  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Judul : **Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure terhadap Konstruksi Model Hijab Rabbani di Instagram**

Kami memandang bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Pascasarjana UIN Walisongo untuk diujikan dalam Sidang Ujian Tesis.

*Wassalamu 'alaikum wr. wb.*

Pembimbing,



**Dr. H. Muhammad Sulthon, M.Ag.**

NIP : 196208271992031001

## NOTA DINAS

Semarang, 26 November 2024

Kepada  
Yth. Direktur Pascasarjana  
UIN Walisongo  
di Semarang

*Assalamu 'alaikum wr. wb.*

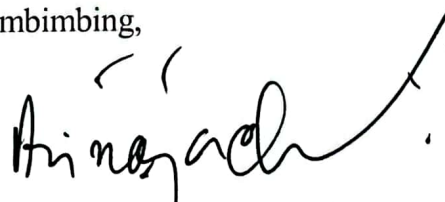
Dengan ini diberitahukan bahwa saya telah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap proposal tesis yang ditulis oleh:

Nama : **Lulu Al Annafis**  
NIM : 2201028007  
Konsentrasi : Dakwah dan Komunikasi  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Judul : **Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure terhadap  
Konstruksi Model Hijab Rabbani di Instagram**

Kami memandang bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Pascasarjana UIN Walisongo untuk diujikan dalam Sidang Ujian Tesis.

*Wassalamu 'alaikum wr. wb.*

Pembimbing,



**Dr. H. Najahan Musyafak, MA**  
NIP : 197010201995031001

## PERSEMBAHAN

Atas izin Allah SWT, dengan penuh syukur saya persembahkan karya ini kepada keluarga tercinta.

## MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

Maka, sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan.

Sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan.

## ABSTRAK

Judul : **Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure terhadap Konstruksi Model Hijab Rabbani di Instagram**

Penulis: Lulu Al Annafis

NIM : 2201028007

Perkembangan kreativitas penggunaan hijab dewasa ini menunjukkan bahwa hijab tidak saja berfungsi sebagai ekspresi ketaatan dalam beragama, tetapi juga sebagai tren yang diikuti banyak perempuan. Transformasi model hijab sejak awal kemunculannya sampai saat ini menjadi topik yang menarik diperbincangkan. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan analisis semiotika. Penelitian ini bertujuan menganalisis makna model hijab Rabbani. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, dokumentasi, dan wawancara. Teori yang digunakan adalah teori semiotika Ferdinand De Saussure dan teori konstruksi sosial Peter L. Berger dan Thomas Luckman.

Hasil penelitian menemukan bahwa hijab instan sering mengandung makna praktis, mudah, dan modern. Bahan yang ringan, desain yang simpel, dan kemasan yang praktis, mengisyaratkan nilai-nilai efisiensi dan kemandirian. Hijab pashmina melambangkan elegansi, keanggunan, dan kemewahan. Bahan yang lembut dan desain yang *flowy* memberikan kesan mewah. Hijab pashmina sering dikaitkan dengan acara-acara formal atau momen-momen spesial. Hijab segi empat mengandung makna sederhana dan fleksibilitas. Modelnya yang sederhana memungkinkan berbagai variasi gaya, sementara bahannya yang beragam memberikan fleksibilitas dalam penggunaan. Makna dari setiap model hijab terus berkembang seiring dengan perubahan sosial,

budaya, dan tren fesyen. Beberapa faktor yang mempengaruhi konstruksi makna model hijab adalah konteks sosial, media sosial, *influencer*, dan komunitas online.

**Kata Kunci: Model Hijab, Semiotika, Konstruksi Sosial**

## **ABSTRACT**

*The development of creativity in the use of the hijab today shows that the hijab not only functions as an expression of religious observance, but also as a trend that many women follow. The transformation of the hijab model from its inception until now has become an interesting topic to discuss. This type of research is qualitative with a semiotic analysis approach. This research aims to analyze the meaning of the Rabbani hijab model. Data collection was carried out through observation, documentation and interviews. The theories used are the semiotic theory of Ferdinand De Saussure and the social construction theory of Peter L. Berger and Thomas Luckman.*

*The research results found that instant hijab often contains practical, easy and modern meanings. Light materials, simple design and practical packaging signal the values of efficiency and independence. Pashmina hijab symbolizes elegance, grace and luxury. Soft material and flowy design give a luxurious impression. The pashmina hijab is often associated with formal events or special moments. The rectangular hijab contains the meaning of simplicity and flexibility. The simple model allows for a wide variety of styles, while the variety of materials provides flexibility in use. The meaning of each hijab model continues to evolve along with changes in social, cultural and fashion trends. Several factors that influence the construction of the meaning of the hijab model are social context, social media, influencers, and online communities.*

**Keywords: Hijab Model, Semiotics, Social Construction**

## خلاصة

إن تطور الإبداع في استخدام الحجاب اليوم يظهر أن الحجاب لا يعمل فقط كتعبير عن الالتزام الديني، ولكن أيضًا كإتجاه تتبعه العديد من النساء. أصبح التحول في نموذج الحجاب منذ بدايته وحتى الآن موضوعًا مثيرًا للمناقشة. هذا النوع من البحث نوعي مع منهج التحليل السيميائي. يهدف هذا البحث إلى تحليل معنى نموذج الحجاب الريابي. وتم جمع البيانات من خلال الملاحظة والتوثيق والمقابلات. النظريات المستخدمة هي النظرية السيميائية لفرديناند دي سوسور ونظرية البناء الاجتماعي لبيترل. بيرغر وتوماس لاكمان.

توصلت نتائج البحث إلى أن الحجاب الفوري غالبًا ما يحتوي على معاني عملية وسهلة وحديثة. تشير المواد الخفيفة والتصميم البسيط والتعبئة العملية إلى قيم الكفاءة والاستقلالية. حجاب الباشمينا يرمز إلى الأناقة والنعمة والرفاهية. مادة ناعمة وتصميم انسيابي يعطي انطباعًا فاخرًا غالبًا ما يرتبط حجاب الباشمينا بالمناسبات الرسمية أو اللحظات الخاصة. الحجاب المستطيل يحمل معنى البساطة والمرونة. يتيح النموذج البسيط مجموعة واسعة من الأساليب، بينما يوفر تنوع المواد مرونة في الاستخدام. يستمر معنى كل نموذج للحجاب في التطور جنبًا

إلى جنب مع التغيرات في الاتجاهات الاجتماعية والثقافية والموضنة  
هناك العديد من العوامل التي تؤثر على بناء معنى نموذج الحجاب وهي  
، السياق الاجتماعي، ووسائل التواصل الاجتماعي، والمؤثرين  
، والمجتمعات عبر الإنترنت

الكلمات المفتاحية: الحجاب النموذجي، السيميائية، البناء الاجتماعي

## TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K  
Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987

### 1. Konsonan

No.	Arab	Latin
1	ا	tidak dilambangkan
2	ب	B
3	ت	T
4	ث	s
5	ج	J
6	ح	H
7	خ	Kh
8	د	D
9	ذ	z
10	ر	R
11	ز	Z
12	س	S
13	ش	Sy
14	ص	S
15	ض	D

No.	Arab	Latin
16	ط	t
17	ظ	Z
18	ع	'
19	غ	G
20	ف	F
21	ق	Q
21	ك	K
22	ل	L
23	م	M
24	ن	N
25	و	W
26	هـ	H
27	ء	'
28	ي	Y

### 2. Vokal Pendek

... - a	كاتب	kataba
... - i	سُئِلَ	su'ila
... - u	يُذْهِبُ	yažhabu

### 3. Vokal Panjang

... - ā	قَالَ	qāla
... - ī	قِيلَ	qīla
... - ū	يَقُولُ	yaqūlu

### 4. Diftong

... - ai	كَيْفَ	kaifu
... - au	حَوْلَ	ħaula

#### Catatan:

Kata sandang [al-] pada bacaan syamsiyah atau qamariyyah ditulis [al-] secara konsisten supaya selaras dengan teks Arabnya.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, serta hidayah-Nya sehingga tesis dengan judul “Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure terhadap Konstruksi Model Hijab Rabbani di Instagram” dapat terselesaikan. Sholawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, Nabi akhir zaman pembawa rahmat bagi seluruh alam. Tesis ini disusun untuk memenuhi syarat memperoleh gelar magister sosial program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Walisongo Semarang. Lahirnya karya ini tidak lepas dari dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada berbagai pihak yang turut andil baik secara langsung maupun tidak. Penulis sampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Nizar, M.Ag selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Bapak Prof. Dr. Muhyar Fanani, M.Ag selaku Direktur Pascasarjana UIN Walisongo Semarang.

3. Bapak Prof. Dr. H. Moh. Fauzi, M.Ag selaku Dekan Fakultas Dakwah.
4. Bapak Dr. Saerozi, S.Ag, M.Pd selaku Ketua Prodi Magister KPI dan Bapak Dr. Hatta Abdul Malik, M.Si. selaku Sekretaris Prodi Magister KPI.
5. Bapak Dr. H. Muhammad Sulthon, M.Ag. dan bapak Dr. H. Najahan Musyafak, MA selaku dosen pembimbing tesis saya.
6. Mamah (Siti Sa'adah, S.Pd.I, M.Pd) dan papah (Rahmat), yang selalu mendoakan dan mendukung dengan penuh kasih sayang. Semoga ini bisa menjadi langkah awal untuk membuat mamah dan papah bangga. Terima kasih atas segalanya.
7. Tante (Siti Ma'unah) dan adik-adik (Nasywa, Akmal, Habibi), terima kasih selalu memberikan doa dan dukungan tiada henti.
8. Teman-teman yang selalu merangkulku, terima kasih selalu ada bahkan ketika dunia sedang tak ramah, terima kasih sudah kebersamai dalam bertumbuh dan berproses.
9. Dokter Ratih Widayati Sp.KJ dan *Coach* Dani Hipnoterapi Palangka Raya, terima kasih telah

membantu saya pulih dari depresi berat, *anxiety disorder*, dan OCD sehingga saya dapat bertahan dan menyelesaikan pendidikan.

10. Diri sendiri, terima kasih selalu mengusahakan yang terbaik. Terima kasih atas segala perjuangan dan proses yang telah dilalui. Terima kasih karena tidak menyerah.

Kepada mereka semua tidak ada yang dapat penulis berikan sebagai imbalan, selain doa semoga Allah SWT membalas kebaikannya dengan balasan yang lebih baik dan lebih banyak. Aamiin. Penulis menyadari bahwa tesis ini jauh dari kata sempurna, karenanya penulis terbuka untuk kritik dan saran yang membangun. Semoga tesis ini bermanfaat baik bagi penulis maupun para pembaca.

Semarang, 10 September 2024



Lulu Al Annafis

NIM: 2201028007

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	ii
<b>PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>NOTA PEMBIMBING</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>TRANSLITERASI</b> .....	ix
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	x
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xiii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
D. Kajian Pustaka.....	7
E. Metode Penelitian.....	14
F. Sistematika Pembahasan.....	23
<b>BAB II TEORI SEMIOTIKA DAN TEORI KONSTRUKSI</b> .....	25
A. Semiotika Ferdinand De Saussure.....	25
B. Konstruksi Model Hijab.....	30

<b>BAB III MODEL HIJAB RABBANI.....</b>	<b>49</b>
A. Gambaran Umum Perusahaan Rabbani.....	49
B. Model Hijab Rabbani di Instagram.....	58
<b>BAB IV ANALISIS SEMIOTIKA FERDINAND DE SAUSSURE DAN KONSTRUKSI SOSIAL PETER L. BERGER DAN THOMAS LUCKMAN..</b>	<b>87</b>
A. Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure.....	87
B. Analisis Konstruksi Sosial Peter L. Berger dan Thomas Luckman.....	96
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>108</b>
A. Kesimpulan.....	108
B. Saran.....	108
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>110</b>
<b>RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>120</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>123</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Hasil Penelitian Model Hijab .....	59
Tabel 2 Analisis Semiotika Model Hijab Instan .....	88
Tabel 3 Analisis Semiotika Model Hijab Pashmina .....	90
Tabel 4 Analisis Semiotika Model Hijab Segi Empat.....	94

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Hijab awalnya identik dengan kesederhanaan, namun saat ini menjadi sebuah tren fesyen yang terus mengalami pembaruan mulai dari bahan sampai dengan model. Perjalanan hijab seiring dengan perkembangan zaman berdampak pada perkembangan mode dan masuknya pengaruh budaya Timur Tengah, China, dan Eropa yang menjadi inspirasi munculnya bentuk baru yang populer saat ini.<sup>1</sup> Dewasa ini, banyak sekali model hijab beserta cara penggunaannya. Mulai dari hijab instan sampai hijab yang diputar, dililit, dijepit sana-sini, dan bentuk-bentuk hijab lainnya.<sup>2</sup>

Semua bentuk hijab ini serta tutorial cara penggunaannya dapat diakses oleh setiap orang dengan sangat mudah melalui media sosial. Perlahan namun pasti, hijab telah menjadi bagian dari gaya hidup. Tidak sedikit

---

<sup>1</sup> Lilly T. Erwin, *30 Gaya Hijab Paduan Busana Denim dengan Kain Nusantara* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014), 5.

<sup>2</sup> Oki Setiana Dewi, *Hijab I'm in Love* (Jakarta: Mizania, 2013), 32.

perempuan memutuskan menjadi *hijabers* sebab dirinya merasa cantik dengan kain warna-warni yang dililitkan di leher dan di kepala. Akhirnya, fenomena buka-tutup kerudung seringkali terjadi dan mulai dianggap biasa oleh masyarakat.

Terlepas dari pergeseran fungsi penutup kepala ini, tidak dapat dipungkiri jika hijab fesyen yang bisa dimaknai sebagai model-model hijab memberikan warna tersendiri bagi Muslimah Indonesia.<sup>3</sup> Pada zaman ini, busana menjadi cerminan identitas dan kondisi sosial ekonomi pemakainya, juga merupakan petunjuk budaya suatu bangsa.<sup>4</sup> Seseorang bisa dengan cepat mengetahui status sosial orang lain dalam satu negara hanya melalui busana yang mereka gunakan, salah satunya adalah bisa dilihat melalui hijab.

Selebgram berhijab seringkali menjadi standar kecantikan bagi perempuan Muslimah. Kemunculan tokoh-tokoh berhijab yang tampak cantik dan menarik tidak hanya menampilkan tubuh dengan atribut-atribut bermuatan agama

---

<sup>3</sup> Raodatul Jannah, *Sudah Benarkah Kita Berhijab: Mengungkap Konsep dan Ragam Kesalahan Berhijab Wanita Muslimah Masa Kini* (Bogor: Guepedia, 2022), 7.

<sup>4</sup> Erwin, *30 Gaya Hijab Paduan Busana Denim dengan Kain Nusantara*, 5.

saja, tetapi juga menonjolkan feminitas, modernitas, dan komersil. Oleh karena itu, di era ini banyak perempuan muda yang memilih menggunakan hijab karena bentuk dan penggunaan hijab itu sendiri yang semakin beragam. Hijab menjadi bagian dari fesyen yang semakin maju mengikuti perkembangan zaman.

Hijab bukan hanya sekedar tuntutan agama, hijab juga bukan merupakan aksesoris kecantikan, hijab bukan sebuah *lifestyle* musiman yang bisa dilepas-pasang sesuka hati. Hijab adalah sesuatu yang memiliki makna yang mendalam. Hijab adalah tentang memuliakan diri sendiri. Hijab adalah tentang perjuangan menjadi pribadi yang lebih baik. Hijab adalah tentang kehormatan. Hijab adalah cara perempuan untuk mengatakan kepada laki-laki manapun untuk bisa menghargainya dan memperlakukannya dengan baik.<sup>5</sup>

Fenomena penggunaan hijab dari tahun ke tahun semakin beragam. Begitupun dengan model hijab itu sendiri yang semakin modern dan tersebar luas di pasaran. Tidak hanya itu, motif pada hijab juga memiliki banyak macam. Semakin kekinian model hijab, maka semakin menarik pula

---

<sup>5</sup> A. S. Tamrin, *Tuhan Tanpa Agama* (Sukabumi: CV Jejak, 2019), 98.

di mata konsumen. Suparno menjelaskan bahwa keputusan pemilihan hijab dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti harga hijab, model (corak, motif, bentuk, dan warna), standar (standar ke-syar'i-an produk hijab), ukuran hijab, dan kenyamanan hijab pada saat dikenakan.<sup>6</sup>

Model hijab seseorang tidak seharusnya menyesuaikan dengan fungsinya sebagai tanda, yang membedakan antara hijab syar'i dengan model-model hijab lainnya seperti hijab untuk kantor, olah raga, liburan, upacara-upacara tertentu, atau bahkan musim-musim tertentu seperti hijab musim dingin, musim semi, musim panas ataupun musim gugur.<sup>7</sup> Quraish Shihab menyebutkan dalam bukunya bahwa unsur keindahan dan moral pada pakaian tidak dapat dilepaskan, tetapi ada masyarakat yang menekankan pada unsur keindahannya.<sup>8</sup> Jika ditinjau dari pernyataan tersebut, terlihat

---

<sup>6</sup> Chandra Suparno, "Analisis Persepsi Dan Sikap Individu Untuk Memilih Produk Hijab," *Media Ekonomi dan Manajemen* 31, no. 1 (2 April 2016): 53–54, <https://doi.org/10.24856/mem.v31i1.284>.

<sup>7</sup> Hamidah dan Ahmad Syadzali, "Analisis Semiotika Roland Barthes Tentang Fenomena Jilboobs," *Jurnal Studia Insania* 4, no. 2 (30 Oktober 2016): 126, <https://doi.org/10.18592/jsi.v4i2.1124>.

<sup>8</sup> M. Quraish Shihab, *Jilbab, Pakaian Wanita Muslimah: Pandangan Ulama Masa Lalu dan Cendekiawan Kontemporer* (Lentera Hati Group, 2012), 39.

sangat jelas bahwa keindahan suatu busana menjadi prioritas utama agar menarik di mata konsumen dan tetap laris di pasaran.

Salah satu perusahaan yang bergerak di industri hijab adalah Rabbani. Rabbani merupakan perusahaan pelopor busana Muslim di Indonesia yang berdiri sejak tahun 1991. Rabbani mempersembahkan wajah baru dalam dunia fesyen Muslimah salah satunya yaitu hijab. Rabbani menjadikan hijab sebagai komoditas utama sejak awal berdirinya. Hal ini juga ditunjukkan melalui media sosialnya yang bernama @rabbaniprofesorkerudung. Media sosial menurut Musyafak dan Ulama'i dapat menjadi alat untuk menyebarkan informasi, kepentingan bisnis, hingga ideologi.<sup>9</sup> Sejalan dengan itu, Rabbani menggunakan media sosial Instagram untuk mengiklankan produk beserta pesan-pesan yang dibawanya.

Terlepas dari praduga yang muncul, fenomena yang layak disorot adalah perkembangan cara mengenakan hijab. Fungsi hijab tidak hanya sebuah ekspresi ketaatan seseorang

---

<sup>9</sup> Najahan Musyafak dan Ahmad Ulama'i, *Agama dan Ujaran Kebencian: Potret Komunikasi Politik Masyarakat* (Semarang: Lawwana, 2020), 21.

dalam beragama, melainkan juga sebagai tren yang diikuti para wanita, tidak terkecuali para produsen hijab. Hijab merupakan bagian dari agama, sosial, dan budaya. Transformasi gaya atau model hijab sejak awal kemunculannya sampai saat ini menjadi topik yang menarik diperbincangkan. Keragaman model hijab inilah yang dibahas dalam penelitian ini.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang, maka rumusan masalah adalah “Apa makna model hijab Rabbani dalam perspektif semiotika Ferdinand De Saussure dan teori konstruksi sosial Peter L. Berger dan Thomas Luckman?”

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis makna model hijab Rabbani dalam perspektif semiotika Ferdinand De Saussure dan teori konstruksi sosial Peter L. Berger dan Thomas Luckman. Manfaat penelitian adalah:

### **1. Manfaat Teoretis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan mendukung pengembangan keilmuan di bidang

Komunikasi dan Penyiaran Islam terutama yang berkaitan dengan semiotika Ferdinand De Saussure dan teori konstruksi sosial Peter L. Berger dan Thomas Luckman. Selain itu juga diharapkan dapat menambah wawasan tentang hijab.

## 2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan akademik dan inspirasi untuk mengembangkan penelitian-penelitian yang akan datang dalam bidang dan perspektif lainnya.

## **D. Kajian Pustaka**

Penelitian ini diawali dengan mengkaji penelitian terdahulu yang relevan dengan topik yang akan diteliti. Penelitian pertama dilakukan oleh Nor Maulida dengan judul “Simbol Gaya Hijab Perempuan di Media Instagram Perspektif Semiotika Roland Barthes”. Penelitian ini fokus pada fenomena hijab sebagai simbol gaya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui simbol gaya hijab perempuan di media sosial Instagram dan hubungan simbol gaya hijab menurut perspektif semiotika Roland Barthes. Jenis

penelitian ini adalah kualitatif deskriptif, dan menggunakan teori semiotika Roland Barthes.<sup>10</sup>

Hasil penelitian menemukan bahwa gaya hijab mengandung berbagai makna simbolik. Pertama, simbol denotasi yaitu makna yang sifatnya tersurat melalui harga dan kualitas. Kedua, simbol konotasi yaitu makna yang sifatnya tersirat melalui nama hijab, *tagline* hijab, dan citra yang dibangun di media sosial Instagram. Ketiga, mitos yaitu makna yang dibangun seperti kesuksesan karir, tidak bergantung, berwibawa, glamor, dan salihah.<sup>11</sup> Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama meneliti hijab menggunakan analisis semiotika. Adapun perbedaannya adalah penelitian terdahulu fokus pada fenomena hijab sebagai simbol gaya di Instagram, sedangkan penelitian ini fokus pada makna model hijab di akun Instagram @rabbaniprofesorkerudung. Selain itu, penelitian terdahulu menggunakan semiotika Roland Barthes,

---

<sup>10</sup> Nor Maulida, “Simbol Gaya Hijab Perempuan di Media Instagram Perspektif Semiotika Roland Barthes” (Skripsi, UIN Antasari Banjarmasin, 2024).

<sup>11</sup> Maulida, “Simbol Gaya Hijab Perempuan di Media Instagram Perspektif Semiotika Roland Barthes.”

sementara penelitian ini menggunakan semiotika Ferdinand De Saussure.

Penelitian selanjutnya ditulis oleh Medita Friska Yusticia dengan judul “Makna Hijab yang Ditampilkan dalam Konteks Budaya pada Official Video Klip “Damainya Indonesia” Karya Fahmy Arsyad di Situs Youtube (Analisis Semiotika Roland Barthes).” Penelitian selanjutnya membahas mengenai makna hijab yang ditampilkan dalam konteks budaya pada video klip Damainya Indonesia karya Fahmy Arsyad di media sosial YouTube. Penelitian ini berfokus pada makna hijab yang ditampilkan dalam konteks budaya. Jenis penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan analisis semiotika Roland Barthes.<sup>12</sup>

Hasil penelitian adalah terdapat lima model penutup kepala yang menggambarkan bahwa hijab dapat digunakan oleh semua usia dan kalangan. Selain itu, menggunakan hijab tidak menghalangi penggunaanya untuk melakukan aktivitas sehari-hari seperti bermain, menekuni seni menari, dan bekerja dengan menggunakan model hijabnya masing-

---

<sup>12</sup> Medita Friska Yusticia, “Makna Hijab yang Ditampilkan dalam Konteks Budaya pada Official Video Klip ‘Damainya Indonesia’ Karya Fahmy Arsyad di Situs Youtube (Analisis Semiotika Roland Barthes)” (Skripsi, Universitas Teknologi Yogyakarta, 2022).

masing.<sup>13</sup> Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama meneliti makna hijab menggunakan analisis semiotika. Adapun perbedaannya adalah penelitian terdahulu fokus mengenai makna hijab yang ditampilkan dalam konteks budaya pada video klip *Damainya Indonesia* karya Fahmy Arsyad di media sosial YouTube, sedangkan penelitian ini fokus pada makna model hijab di akun Instagram @rabbaniprofesorkerudung. Selain itu, penelitian terdahulu menggunakan semiotika Roland Barthes, sementara penelitian ini menggunakan semiotika Ferdinand De Saussure.

Penelitian lainnya ditulis oleh Sheilla Imelda Putri dengan judul “Analisis Semiotika pada Lukisan Wanita Berhijab Karya Ameena Y. Khan” (Makna Tanda Kreatifitas Nonverbal Seni Lukis Mengenai Representasi Identitas Perempuan Berhijab di Amerika Serikat). Penelitian ini fokus pada makna pesan dari lukisan wanita berhijab karya Ameena Khan. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui dan menjelaskan makna pesan dari lukisan wanita berhijab karya

---

<sup>13</sup> Yusticia, “Makna Hijab yang Ditampilkan dalam Konteks Budaya pada Official Video Klip ‘Damainya Indonesia’ Karya Fahmy Arsyad di Situs Youtube (Analisis Semiotika Roland Barthes).”

Ameena Khan menggunakan metode analisis semiotika Charles Sanders Peirce.<sup>14</sup>

Hasil penelitian menunjukkan bahwa model hijab yang dikenakan seorang wanita dalam lukisan Ameena Y. Khan mirip dengan model hijab di Aljazair, Pakistan, dan Afrika yang bermakna fleksibilitas dan kesederhanaan. Ide tersebut digunakan sebagai salah satu bentuk demokrasi untuk meminimalisir kasus islamophobia yang sedang marak di Amerika Serikat.<sup>15</sup> Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama meneliti makna hijab menggunakan analisis semiotika.

Adapun perbedaannya adalah penelitian terdahulu fokus pada makna pesan dari lukisan wanita berhijab karya Ameena Khan, sedangkan penelitian ini fokus pada makna model hijab di akun Instagram

---

<sup>14</sup> Sheilla Imelda Putri, "Analisis Semiotika Pada Lukisan Wanita Berhijab Karya Ameena Y. Khan' (Makna Tanda Kreatifitas Non Verbal Seni Lukis Mengenai Representasi Identitas Perempuan Berhijab Di Amerika Serikat)" (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah, 2018), <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/43877>.

<sup>15</sup> Putri, "Analisis Semiotika Pada Lukisan Wanita Berhijab Karya Ameena Y. Khan' (Makna Tanda Kreatifitas Non Verbal Seni Lukis Mengenai Representasi Identitas Perempuan Berhijab Di Amerika Serikat)."

@rabbaniprofesorkerudung. Selain itu, penelitian terdahulu menggunakan semiotika Charles Sanders Peirce, sementara penelitian ini menggunakan semiotika Ferdinand De Saussure.

Berikutnya, penelitian Bayu Tria Firwansyah Putra dengan judul “Fenomena *Jilboobs* di Media Sosial (Analisis Semiologi tentang Makna Visual pada Fenomena Busana Hijab *Jilboobs* di Media Sosial Instagram)”. Penelitian ini fokus pada suatu fenomena dimana wanita dijadikan komiditi di akun Instagram @share.jilboobs. Tujuan penelitian ini adalah menemukan dan membongkar konstruksi pemaknaan jilbab melalui denotasi, konotasi, dan mitos yang dibangun dari kumpulan foto dalam media sosial khususnya di Instagram. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif pendekatan analisis semiotika mitologi Roland Barthes.<sup>16</sup>

Hasil penelitian menemukan dan membongkar makna dibalik kumpulan foto di akun @share.jilboobs bahwa

---

<sup>16</sup> Bayu Tria Firwansyah Putra, “Fenomena *Jilboobs* di Media Sosial (Analisis Semiologi Tentang Makna Visual Pada Fenomena Busana Hijab '*Jilboobs*' di Media Sosial Instagram)” 2016, <https://digilib.uns.ac.id/dokumen/56675/Fenomena-Jilboobs-di-Media-Sosial-Analisis-Semiologi-Tentang-Makna-Visual-Pada-Fenomena-Busana-Hijab-Jilboobsdi-Media-Sosial-Instagram>.

melalui fesyen, wanita mampu mempresentasikan kecantikannya sebagai upaya pembentuk identitas sosial, seksual, dan kelas karena adanya pengaruh modernisasi dalam proses sosial. Ada pergeseran nilai dari hijab itu sendiri. Dahulu kerudung merupakan simbol ketaatan wanita pada ajaran agama, sedangkan sekarang mengenakan hijab sudah menjadi suatu gaya hidup.<sup>17</sup> Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama meneliti hijab menggunakan teori semiotika. Adapun perbedaannya adalah penelitian terdahulu fokus pada fenomena *jilboobs* di akun @share.jilboobs, sedangkan penelitian ini fokus pada makna model hijab di akun Instagram @rabbaniprofesorkerudung. Selain itu, penelitian terdahulu menggunakan analisis semiotika Roland Barthes, sementara penelitian ini menggunakan analisis semiotika Ferdinand De Saussure.

Berdasarkan beberapa penelitian di atas, maka dapat diidentifikasi bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini. Penelitian terdahulu menggunakan analisis semiotika Roland Barthes

---

<sup>17</sup> Putra, "Fenomena Jilboobs di Media Sosial (Analisis Semiologi Tentang Makna Visual Pada Fenomena Busana Hijab "Jilboobs" di Media Sosial Instagram)."

dan semiotika Charles Sanders Peirce. Adapun penelitian ini menggunakan semiotika Ferdinand De Saussure. Fokus penelitian ini juga berbeda dengan penelitian terdahulu. Penelitian terdahulu fokus pada fenomena hijab sebagai simbol gaya di Instagram, kemudian tentang makna hijab yang ditampilkan dalam konteks budaya pada video klip Damainya Indonesia karya Fahmy Arsyad di media sosial YouTube, berikutnya terkait makna pesan dari lukisan wanita berhijab karya Ameena Khan, dan mengenai fenomena *jilboobs* di akun @share.jilboobs. Sedangkan penelitian ini fokus pada konstruksi makna model hijab di akun Instagram @rabbaniprofesorkerudung.

## **E. Metode Penelitian**

### **1. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis semiotika. Semiotika merupakan sebuah ilmu pengetahuan dalam memahami dunia sebagai sistem hubungan yang memiliki unit dasar yang disebut “tanda”.<sup>18</sup> Fenomena sosial dan kebudayaan

---

<sup>18</sup> Akhmad Muzakki, *Kontribusi Semiotika dalam Memahami Bahasa Agama* (Malang: UIN-Maliki Press, 2007), 9.

dalam ilmu semiotika merupakan kumpulan tanda-tanda. Oleh karena itu, semiotika dianggap sebagai sebuah ilmu yang mempelajari sistem-sistem, aturan-aturan, atau konvensi-konvensi yang memungkinkan suatu tanda menjadi berarti.<sup>19</sup>

Penelitian kualitatif merupakan suatu proses penyelidikan guna memahami fenomena sosial atau tentang manusia berdasarkan penciptaan gambar holistik yang disusun dari kata-kata, dilaporkan secara terperinci, dan dibangun secara ilmiah.<sup>20</sup> Penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang diamati.<sup>21</sup> Pada penelitian ini dilakukan analisis tentang model hijab Rabbani di Instagram menggunakan teori semiotika Ferdinand De Saussure dengan cara mencari penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*) dari setiap tanda (*sign*). Kemudian,

---

<sup>19</sup> Ali Imron, *Semiotika Al-Qur'an Metode dan Aplikasi terhadap Kisah Yusuf* (Yogyakarta: Teras, 2011), 9.

<sup>20</sup> Hamid Patilima, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabet, 2013), 3.

<sup>21</sup> Rahmadi, *Pengantar Metodologi Penelitian*, 1 ed. (Banjarmasin: Antasari Press, 2011), 14.

mengkombinasikan hasil analisis tersebut dengan teori konstruksi sosial Peter L. Berger dan Thomas Luckman melalui proses eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi.

## 2. Sumber Data

Sumber data adalah subjek dari mana data diperoleh, dan dapat pula didefinisikan sebagai benda atau orang tempat peneliti mengamati, membaca, atau bertanya mengenai informasi tertentu yang berkaitan dengan masalah penelitian. Sumber data dalam penelitian ini adalah akun Instagram resmi Rabbani yaitu @rabbaniprofesorkerudung. Adapun informasi yang diperoleh dari sumber data disebut dengan data. Data terbagi menjadi dua, yaitu:

### a. Data primer

Menurut Bungin, data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian.<sup>22</sup>

Menurut Amirin, data primer yaitu yang diperoleh dari

---

<sup>22</sup> Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Kencana, 2005), 122.

sumber-sumber primer atau sumber asli yang memuat informasi atau data penelitian.<sup>23</sup> Sumber asli yang dimaksud Amirin adalah sumber pertama sebagaimana yang dikatakan oleh Bungin. Data primer pada penelitian ini adalah unggahan berupa foto-foto hijab Rabbani yang diperoleh dari akun Instagram @rabbaniprofesorkerudung periode 1 Januari 2024–31 Agustus 2024.

b. Data sekunder

Menurut Bungin, data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang dibutuhkan.<sup>24</sup> Menurut Amirin, data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber yang bukan asli memuat informasi atau data penelitian.<sup>25</sup> Sumber yang bukan asli yang dimaksud Amirin di sini sebenarnya adalah sumber kedua sebagaimana yang disebut oleh Bungin. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh

---

<sup>23</sup> Tatang M. Amirin, *Menyusun Rencana Penelitian* (Rajawali Press, 1986), 132, <https://digilib.fisipol.ugm.ac.id/handle/15717717/10853>.

<sup>24</sup> Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu Sosial Lainnya*, 122.

<sup>25</sup> Amirin, *Menyusun Rencana Penelitian*, 132.

dari hasil wawancara, internet, buku, dan penelitian-penelitian terdahulu yang relevan.

### 3. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah konstruksi model hijab Rabbani di Instagram.

### 4. Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan tiga teknik pengumpulan data, yaitu observasi, dokumentasi, dan wawancara.

#### a. Observasi

Observasi atau pengamatan langsung dilakukan dengan mencatat dengan teratur gejala-gejala yang sedang diteliti. Observasi meliputi kegiatan pemusatan perhatian terhadap suatu objek dengan menggunakan seluruh alat indera.<sup>26</sup> Peneliti melakukan observasi dengan mengamati gambar model hijab yang diunggah di akun Instagram Rabbani.

#### b. Dokumentasi

Teknik dokumentasi atau teknik dokumenter adalah teknik pengumpulan data penelitian melalui

---

<sup>26</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, 5 ed. (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2002), 133.

sejumlah dokumen (informasi yang didokumentasikan), baik berupa dokumen tertulis maupun dokumen terekam. Dokumen tertulis dapat berupa surat, autobiografi, arsip, memorial, buku harian, kliping, dan sebagainya. Sedangkan dokumen terekam dapat berupa foto, film, kaset, mikrofilm, dan sejenisnya.<sup>27</sup> Kredibilitas hasil penelitian kualitatif dikatakan semakin tinggi apabila melibatkan studi dokumen.<sup>28</sup> Penelitian ini menggunakan dokumen terekam berupa foto yang dikumpulkan dari akun Instagram @rabbaniprosesorkerudung.

c. Wawancara

Pada penelitian ini juga dilakukan teknik wawancara untuk mengumpulkan data pendukung. Pertanyaan yang ditanyakan ketika wawancara ditentukan oleh peneliti. Teknik wawancara digunakan dalam mengumpulkan data untuk menjawab pertanyaan berdasarkan kebutuhan penelitian. Wawancara pada

---

<sup>27</sup> Natalina Nilamsari, “Memahami Studi Dokumen dalam Penelitian Kualitatif,” 2014, 181; Rahmadi, *Pengantar Metodologi Penelitian*, 1 ed. (Banjarasin: Antasari Press, 2011), 85.

<sup>28</sup> Albi Anggito Setiawan Johan, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Sukabumi: Cv Jejak (Jejak Publisher), 2018).

penelitian ini dilakukan secara tatap muka dan melalui pesan WhatsApp.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Melakukan observasi.
- b. Mengumpulkan dokumen berupa foto model hijab.
- c. Mengelompokkan foto menjadi beberapa kategori.
- d. Melakukan wawancara.

## 5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Analisis data dilakukan dengan cara mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam pola, kategori, dan satuan dasar, dilanjutkan dengan penafsiran (interpretasi) data. Pada proses analisis data, peneliti melakukan pengelompokan, kategorisasi, melihat hubungan antarbagian, atau melihat perbedaan dan persamaan.<sup>29</sup>

Menurut Bungin, ada dua hal yang dilakukan dalam analisis data kualitatif. Pertama, menganalisis

---

<sup>29</sup> Rahmadi, *Pengantar Metodologi Penelitian*, 92–93.

berlangsungnya suatu fenomena sosial dan memperoleh suatu gambaran yang tuntas terhadap proses tersebut. Kedua, menganalisis makna yang terkandung dalam informasi, data, dan proses suatu fenomena sosial tersebut.<sup>30</sup> Teknik analisis data pada penelitian ini adalah analisis isi (*content analysis*). Analisis isi digunakan untuk memahami tema dan atau kategori yang tertuang dalam pesan pada suatu teks, transkrip, atau narasi.<sup>31</sup>

Analisis isi merupakan teknik analisis data yang berasal dari suatu konten dalam sebuah teks media. Teks media yang dimaksud adalah segala sesuatu yang ditulis, digambar, dan diucapkan seperti buku, majalah, koran, iklan, fotografi, film, pidato, dan sebagainya.<sup>32</sup> Dalam penelitian kualitatif, analisis isi ditekankan pada bagaimana memaknai isi dari komunikasi, membaca

---

<sup>30</sup> Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu Sosial Lainnya*, 153.

<sup>31</sup> Tjipto Subadi, *Metode Penelitian Kualitatif* (Muhammadiyah University Press, 2006), 13, <http://publikasiilmiah.ums.ac.id/handle/11617/9298>.

<sup>32</sup> W. Lawrence Neuman, *Basic of Social Research Qualitative and Quantitative Approaches*, 2 ed. (Boston: Pearson Education, 2007), 227.

simbol-simbol, serta menafsirkan isi interaksi simbolis yang terjadi dalam proses komunikasi.<sup>33</sup>

Penelitian ini menganalisis model hijab di akun Instagram @rabbaniprofesorkerudung. Seluruh data yang telah dikumpulkan berupa foto-foto hijab yang dipasarkan oleh Rabbani di akun Instagram @rabbaniprofesorkerudung selanjutnya dianalisis melalui tahap-tahap sebagai berikut:

1. Melakukan analisis semiotika Ferdinand De Saussure dengan cara mencari penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*) dari setiap tanda (*sign*). Indikatornya yaitu penanda (*signifier*) merupakan bunyi atau coretan yang bermakna (aspek material), yakni apa yang dikatakan, ditulis, atau dibaca. Adapun petanda (*signified*) merupakan gambaran mental, yaitu pikiran atau konsep dari penanda.
2. Melihat tanda (*sign*), penanda (*signifier*), dan petanda (*signified*) dengan realitas sosial.
3. Mengkombinasikan hasil analisis semiotika Ferdinand De Saussure dengan teori konstruksi sosial Peter L.

---

<sup>33</sup> Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu Sosial Lainnya*, 156.

Berger dan Thomas Luckman melalui proses eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi.

4. Menarik kesimpulan berdasarkan hasil analisis yang dilakukan.<sup>34</sup>

## **F. Sistematika Pembahasan**

Penelitian ini berisi lima bab pembahasan, dan disusun menjadi sebuah laporan yang sistematis sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan. Bab pertama berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, metode penelitian, serta sistematika pembahasan.

Bab II Teori Semiotika dan Teori Konstruksi. Sub bab pertama secara umum menjelaskan teori semiotika, dan secara khusus teori semiotika Ferdinand De Saussure. Sub bab kedua membahas konstruksi model hijab, berisi teori

---

<sup>34</sup> Alex Sobur, *Analisis Teks Media Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006), 125; Moch. Choiruddin, "Analisis Semiotik Film *Ku Kira Kau Rumah* (Semiotika Model Ferdinand De Saussure)" (Disertasi, Universitas 17 Agustus, 2022), repository.untag-sby.ac.id; Ayun Masfufah, "Konstruksi Nilai-Nilai Nasionalisme Dalam Lirik Lagu (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure Pada Lirik Lagu 'Menoleh' Oleh Pandji Pragiwaksono)," *AL MUNIR: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, no. 0 (1 Oktober 2020): 143, <https://doi.org/10.15548/amj-kpi.v0i0.2080>.

konstruksi sosial Peter L. Berger dan Thomas Luckman, definisi hijab, serta dinamika hijab.

Bab III Model Hijab Rabbani. Sub bab pertama berisi tentang gambaran umum perusahaan Rabbani, seperti profil dan sejarah berdirinya. Sub bab kedua memaparkan hasil penelitian model hijab Rabbani di Instagram.

Bab IV Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure dan Konstruksi Sosial Peter L. Berger dan Thomas Luckman. Sub bab pertama membahas analisis semiotika Ferdinand De Saussure, sementara sub bab kedua membahas analisis konstruksi sosial Peter L. Berger dan Thomas Luckman.

Bab V Penutup. Bab terakhir ini berisi tiga sub bab, yaitu kesimpulan, implikasi hasil penelitian, dan saran.

## **BAB II**

### **TEORI SEMIOTIKA DAN TEORI KONSTRUKSI**

#### **A. Semiotika Ferdinand De Saussure**

##### **1. Pengertian dan Ruang Lingkup**

Semiotika adalah sebuah ilmu yang memahami dunia sebagai sistem hubungan yang memiliki unit dasar, yaitu tanda.<sup>35</sup> Semiotika berasal dari Bahasa Yunani yaitu “*seme*” atau “*semeion*” yang artinya penafsiran tanda. Oleh sebab itu, semiotika kerap dikatakan sebagai ilmu yang mengkaji tentang tanda. Semiotika menganggap bahwa fenomena sosial dan budaya merupakan sekumpulan tanda, dengan demikian semiotika dianggap ilmu yang mempelajari sistem-sistem, aturan-aturan, atau konvensi-konvensi yang memungkinkan suatu tanda memiliki arti.<sup>36</sup>

Tanda merupakan sesuatu apapun yang dapat digunakan sebagai pengganti sesuatu lainnya secara

---

<sup>35</sup> Muzakki, *Kontribusi Semiotika dalam Memahami Bahasa Agama*, 9.

<sup>36</sup> Imron, *Semiotika Al-Qur'an Metode dan Aplikasi terhadap Kisah Yusuf*, 9.

signifikan. Sesuatu yang lain tersebut tidak harus eksis secara aktual sehingga tanda dapat menggantikannya.<sup>37</sup> Tanda berada di mana saja. Kata atau kalimat adalah tanda. Demikian juga gerak isyarat, lampu lalu lintas, bendera dan sebagainya. Bahkan bahasa Tuhan pun dapat dikatakan sebagai “tanda” (*al-ayat*), baik itu yang ada di alam (*al-kauniyah*) maupun tanda yang ada dalam kitab suci (*al-qauliyyah*). Struktur karya sastra, struktur film, bangunan, artefak, nyanyian, mode pakaian, atau sejarah dapat dianggap sebagai tanda. Segala sesuatu dapat menjadi tanda.<sup>38</sup>

## 2. Sejarah Perkembangan

Penyebab langsung munculnya semiotika adalah formalisme dan strukturalisme. Kelahiran strukturalisme di awal abad ke-20 yang disusul semiotika merupakan akibat dari stagnasi strukturalisme sendiri. Pemikiran tentang tanda sejatinya sudah ada sejak zaman Yunani. Para ahli filsafat Yunani sudah memikirkan fungsi tanda.

---

<sup>37</sup> Imron, *Semiotika Al-Qur'an Metode dan Aplikasi terhadap Kisah Yusuf*, 25.

<sup>38</sup> Asep Ahmad Hidayat, *Filsafat Bahasa Mengungkap Hakikat Bahasa, Makna, dan Tanda* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006), 130.

Selain itu, pada abad pertengahan era filsafat Yunani, pengertian dan penggunaan tentang tanda juga telah disinggung. Pada abad ke-18, istilah semiotika baru mulai digunakan oleh Lambert (ahli filsafat Jerman) sebagai sinonim kata logika. Selanjutnya, orang-orang baru memikirkan secara sistematis mengenai penggunaan tanda, kemudian menjadi ramai dibahas pada abad ke-20.<sup>39</sup>

Berdasarkan perkembangan sejak zaman Yunani sampai zaman modern, strukturalisme dan semiotika berakar dalam kondisi yang berbeda-beda sesuai konteks sosial yang melahirkannya. Strukturalisme memusatkan perhatiannya pada struktur karya sastra, sedangkan semiotika memusatkan perhatiannya pada tanda.<sup>40</sup> Asal-usul kemunculan semiotika tidak dapat dilepaskan dari dua tokoh yang dikenal sebagai bapak semiotika, yaitu Ferdinand De Saussure (1857-1913) dan Charles Sanders Peirce (1839-1914).

---

<sup>39</sup> Imron, *Semiotika Al-Qur'an Metode dan Aplikasi terhadap Kisah Yusuf*, 10.

<sup>40</sup> Imron, *Semiotika Al-Qur'an Metode dan Aplikasi terhadap Kisah Yusuf*, 10.

Kedua tokoh ini tidak saling mengenal. Mereka juga mengembangkan teori semiotika di daerah yang berbeda. Ferdinand De Saussure mengembangkan teori semiotika di Perancis, sedangkan Charles Sanders Peirce mengembangkan teori semiotika di Amerika. Teori yang dihasilkan oleh keduanya memiliki perbedaan-perbedaan, terutama mengenai penerapan konsep. Perbedaan tersebut disebabkan oleh latar belakang masing-masing yang berbeda. Saussure merupakan ahli bahasa dan menjadi cikal bakal linguistik umum, sedangkan Peirce merupakan ahli logika dan filsafat.<sup>41</sup>

### 3. Semiotika Ferdinand De Saussure

Ferdinand De Saussure mengatakan bahwa akan muncul sebuah ilmu tentang tanda yang diberinya nama semiologi. Saussure tidak membuat teori tanda yang mencakup tanda-tanda nonlinguistik. Walaupun demikian, Saussure memiliki pengaruh yang sangat kuat terutama dalam tradisi penelitian semiologi-strukturalis. Hal ini dikarenakan gagasannya tentang penelitian linguistik dapat menjadi pola semiologi. Berkat Saussure, para ahli

---

<sup>41</sup> Imron, *Semiotika Al-Qur'an Metode dan Aplikasi terhadap Kisah Yusuf*, 11.

semiologi menyadari perlunya sistem tanda. Konsep struktural Saussure menggunakan mazhab diadik. Salah satu penemuan terpenting Saussure adalah tentang tanda bahasa. Ia menampilkan tiga istilah yaitu tanda (*sign*), penanda (*signifier*), dan petanda (*signified*). Menurut pendapatnya, tanda bahasa terdiri dari dua sisi. Pertama, sisi penanda yang berupa imaji bunyi. Kedua, petanda yang berupa konsep.<sup>42</sup>

Penanda merupakan aspek material seperti gambar, suara, gerak, huruf, dan bentuk. Sementara itu, petanda merupakan aspek mental atau konseptual yang ditunjuk oleh aspek material. Penanda dan petanda selanjutnya disebut dengan komponen tanda. Sebagai contoh, suara yang muncul dari sebuah kata yang diucapkan merupakan penanda dan konsepnya adalah petanda, sehingga keberadaan kedua unsur ini tidak dapat dipisahkan. Apabila dipisahkan, maka dapat mengaburkan pengertian kata itu sendiri.

---

<sup>42</sup> Okke K. S. Zaimar, *Semiotik dan penerapannya dalam Karya Sastra* (Jakarta: Pusat Bahasa, Departemen Pendidikan Nasional, 2008), 8–9, <https://repository.kemdikbud.go.id/16144/>.

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa penanda merupakan bunyi atau coretan yang bermakna. Artinya, penanda ialah aspek material dari bahasa, apa yang dikatakan, didengar, ditulis, atau dibaca. Sedangkan petanda adalah gambaran mental, pikiran, atau konsep. Artinya, petanda merupakan aspek mental dari bahasa.<sup>43</sup>

## **B. Konstruksi Model Hijab**

### 1. Teori Konstruksi Sosial Peter L. Berger dan Thomas Luckman

Teori konstruksi sosial adalah teori sosiologi kontemporer yang menyatakan bahwa manusia berada dalam dua kenyataan, yaitu objektif dan subjektif. Manusia dalam kenyataan objektif secara struktural dipengaruhi oleh lingkungan tempat tinggalnya. Arah perkembangan manusia ditetapkan secara sosial, sejak lahir, tumbuh dewasa, dan menua. Terdapat hubungan timbal balik antara manusia dengan konteks sosial yang membentuk identitas dirinya sehingga menjadi sebuah habituaisasi.

---

<sup>43</sup> Muzakki, *Kontribusi Semiotika dalam Memahami Bahasa Agama*, 17–18.

Sedangkan dalam kenyataan subjektif, manusia adalah organisme yang memiliki suatu kecenderungan dan mengambil alih dunia sosial yang membentuknya sesuai dengan kapasitas pengetahuan yang dimiliki. Realitas sosial merupakan konstruksi sosial yang diciptakan individu. Pada konteks ini, individu menjadi penentu dalam dunia sosial yang dikonstruksi berdasarkan kehendaknya. Individu berperan sebagai media produksi dan juga reproduksi yang kreatif dalam mengkonstruksi dunia sosial.<sup>44</sup>

Konstruksi sosial atas realitas merupakan proses interaksi dalam kehidupan sosial, di mana melalui komunikasi maka dunia sosial dapat terbentuk dan terjadi pemahaman yang sama mengenai dunia sosial tersebut. Berger berpendapat bahwa realitas sosial secara objektif memang ada, tetapi maknanya berasal dari dan oleh hubungan subjektif (individu) dengan dunia objektif.<sup>45</sup>

---

<sup>44</sup> Basrowi Sukidin, *Metode Penelitian Perspektif Mikro: Grounded Theory, Fenomenologi, Etnometodologi, Etnografi, Dramaturgi, Interaksi Simbolik, Hermeneutik, Konstruksi Sosial, Analisis Wacana, dan Metodologi Refleksi* (Surabaya: Insan Cendekia, 2002), 194.

<sup>45</sup> M. M. Poloma, *Sosiologi Kontemporer* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), 298.

Menurut Berger dan Luckman, dalam teori konstruksi sosial atas realitas telah terjadi dialektika antara individu menciptakan masyarakat dan masyarakat menciptakan individu. Dialektika tersebut berlangsung di dalam kehidupan masyarakat secara simultan atau terjadi dalam rentang waktu yang bersamaan dengan cara membentuk pengetahuan masyarakat.<sup>46</sup>

Akar teori ini terdapat dalam paradigma konstruktivis yang memandang realitas sosial merupakan sebuah konstruksi sosial yang diciptakan oleh individu sebagai manusia yang bebas. Manusia memiliki kebebasan bertindak dengan memberikan respon terhadap setiap stimulus dalam dunia kognitif. Individu dilihat sebagai pencipta sebuah realitas sosial yang bebas.<sup>47</sup> Peter L. Berger dan Thomas Luckman berusaha menampilkan peran sentral sosiologi pengetahuan agar menjadi

---

<sup>46</sup> Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kualitatif Aktualisasi Metodologis ke Arah Ragam Varian Kontemporer*. (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2001), 7; Ade Nur Istiani, "Konstruksi Makna Hijab Fashion bagi Moslem Fashion Blogger," *Jurnal Kajian Komunikasi* 3, no. 1 (2015): 52.

<sup>47</sup> Ilyas Ba-Yunus dan Farid Ahmad, *Sosiologi Islam dan Masyarakat Kontemporer* (Jakarta: Mizan, 1988), 43.

instrumen penting dalam membangun teori sosiologi.<sup>48</sup> Teori konstruksi sosial yang digagas Berger dan Luckman adalah suatu usaha dalam memahami konstruksi sosial dengan mendefinisikan maksud kenyataan dan pengetahuan.<sup>49</sup>

Kenyataan sosial bermakna sebagai sesuatu yang tersirat dalam pergaulan sosial melalui komunikasi dan kerjasama dalam organisasi sosial. Kenyataan sosial adalah bentuk penghayatan kehidupan masyarakat dengan berbagai aspek kognitif, psikomotoris, emosional dan intuitif. Berger kemudian meneliti sesuatu yang dianggap intersubjektif karena ia menganggap bahwa dalam kehidupan manusia dan masyarakat terdapat subjektivitas dan objektivitas.<sup>50</sup> Teori sosiologi atas kenyataan dan pengetahuan ini adalah upaya dalam menjelaskan

---

<sup>48</sup> Peter L. Berger dan Thomas Luckman, *Tafsir Sosial atas Kenyataan: Risalah tentang Sosiologi Pengetahuan*, terj. Hasan Basari, 1 ed. (Jakarta: LP3ES, 1990), xii.

<sup>49</sup> La Husni Buton, Susiati Susiati, dan Taufik Taufik, “Konstruksi Sosial Masyarakat Namlea Atas Pola Hidup Bertoleransi Antara Umat Beragama,” *Sang Pencerah: Jurnal Ilmiah Universitas Muhammadiyah Buton* 7, no. 4 (29 November 2021): 621, <https://doi.org/10.35326/pencerah.v7i4.1554>.

<sup>50</sup> Nur Syam, *Islam Pesisir* (Lkis Pelangi Aksara, 2005), 37.

bagaimana kehidupan masyarakat terbentuk secara terus-menerus.

Berger menyatakan bahwa masyarakat adalah fenomena dialektik. Artinya, masyarakat merupakan produk manusia yang akan selalu memberi timbal balik. Masyarakat sebagai hasil dari proses sosial dan individu menjadi pribadi yang berpegang pada identitas yang dilakukan dalam kehidupannya.<sup>51</sup> Proses dialektika fundamental masyarakat terdiri dari tiga momen. Ketiganya adalah eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi.<sup>52</sup>

a. Proses Eksternalisasi

Menurut Berger, proses eksternalisasi merupakan suatu momen keluarnya manusia secara terus-menerus ke dalam dunia, baik secara fisik maupun mental.<sup>53</sup> Pada dasarnya adalah bagian dari sifat manusia untuk mencurahkan diri, di mana pun orang tinggal. Proses

---

<sup>51</sup> Peter L. Berger, *Langit Suci: Agama sebagai Realitas Sosial*, terj. Hartono (Jakarta: LP3ES, 1991), 3–4.

<sup>52</sup> Peter L. Berger, *The Sacred Canopy: Elements of a Sociological Theory of Religion* (New York: Open Road Media, 2011), 10.

<sup>53</sup> Berger, *Langit Suci: Agama sebagai Realitas Sosial*, 4.

eksternalisasi menjadi suatu keniscayaan antropologis. Eksternalisasi melibatkan adaptasi terhadap produk dari lingkungan sosial yang dikenal. Produk-produk yang terdapat dalam lingkungan sosial tersebut merupakan hasil sosialisasi dan interaksi dalam masyarakat yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari. Produk sosial, sebaliknya, merupakan hasil sosialisasi dan interaksi komunitas.

Uraian Berger tentang realitas kehidupan manusia dalam tatanan sosial tertentu. Setiap orang dapat menawarkan perspektif yang unik dan berpotensi berbeda mengenai realitas ini. Kehidupan nyata ini berjalan dengan baik ketika orang dapat terus bereksplorasi dan berinteraksi dalam kehidupan mereka, yang mengarah pada interaksi sosial dan komunikasi. Pembahasan berikut ini menyangkut interaksi sehari-hari yang tidak dapat dipisahkan dari identitas pribadi. Identitas ini berfungsi membentuk kehadiran individu dalam ruang-ruang di mana ia berperilaku dalam setiap perjumpaan dan beraktivitas dalam lingkungan sosialnya.

Eksternalisasi merupakan sifat manusia yang lahir sebagai individu dan belum sempurna serta memerlukan serangkaian proses dalam setiap kehidupannya. Proses menjadi individu seutuhnya memerlukan pengembangan kepribadian dan budaya secara terus-menerus. Pada prinsipnya, agar manusia dapat berintegrasi ke dalam masyarakat, mereka harus mampu membentuk dunianya sendiri. Proses eksternalisasi merepresentasikan individu sebagai agen yang menerapkan kembali nilai dan pengetahuan yang diperoleh. Manusia pada dasarnya selalu berkomitmen dimanapun berada. Arus keluar yang terus menerus menurut pola tertentu menimbulkan pembiasaan terhadap realitas sosial di masyarakat.

b. Proses Objektivasi

Objektifikasi adalah proses tercapainya hasil eksternalisasi secara fisik ataupun mental. Hasil ini merupakan awal dari kenyataan bahwa terjadi eksternalisasi terhadap sesuatu selain diri sendiri.<sup>54</sup> Masyarakat adalah realitas obyektif yang dibentuk oleh

---

<sup>54</sup> Berger, *The Sacred Canopy: Elements of a Sociological Theory of Religion*, 10.

proses kelembagaan dan legitimasi. Proses pelebagaan merupakan suatu aktivitas di mana individu berupaya mengkonstruksi dunianya sendiri. Arti lainnya adalah interaksi yang memadukan dua realitas subyektif dan sosiokultural untuk menciptakan suatu pola baku melalui eksternalisasi.

Objektifikasi adalah proses pembedaan antara realitas personal dengan apa yang ada di luarnya, sehingga realitas menjadi realitas objektif. Realitas tersebut adalah interaksi sosial melalui pelebagaan dan legitimasi. Pelebagaan terjadi ketika terdapat pemahaman intersubjektif.<sup>55</sup> Ketika realitas yang dipahami berulang kali dan terus menerus diwariskan kepada generasi mendatang atau secara kolektif, maka hal itu membentuk kesadaran individu. Pengetahuan muncul dari kenyataan ketika ia dilebaggakan secara kuat dan tidak terlupakan dalam kesadaran individu.

#### c. Proses Internalisasi

---

<sup>55</sup> Peter L. Berger dan Thomas Luckman, *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge* (USA: Penguin Books, 1996), 85.

Internalisasi diartikan Berger sebagai momen ketika seorang individu mampu memahami dan menafsirkan peristiwa sosial secara objektif. Proses ini merupakan bentuk identifikasi terhadap berbagai institusi dan organisasi sosial dimana individu berada. Pada saat ini, individu diserap kembali dan pada saat yang sama mengalami proses transformasi ulang realitas obyektif dan ditransplantasikan secara subyektif. Dalam proses internalisasi, manusia adalah produk masyarakat.<sup>56</sup>

Individu menginternalisasikan hal ini sepanjang hidup mereka dengan melakukan sosialisasi diri. Contoh penerapannya adalah individu melakukan hal ini dengan cara yang berbeda. Dalam menafsirkan realitas sosial dengan caranya sendiri, dapat bersifat eksternal dan internal, karena setiap individu memiliki pengalaman, preferensi, pendidikan, dan lingkungan sosial yang berbeda. Internalisasi inilah yang menjadi landasan bagi individu untuk memahami orang lain dan memahami realitas sosial.

---

<sup>56</sup> Berger, *The Sacred Canopy: Elements of a Sociological Theory of Religion*, 10.

Internalisasi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) diartikan sebagai penghayatan dan penguasaan mendalam yang terjadi melalui pembinaan, bimbingan, penyuluhan dan sebagainya.<sup>57</sup> Menurut Berger, internalisasi berarti memahami atau menafsirkan peristiwa-peristiwa objektif sebagai ungkapan makna.<sup>58</sup> Internalisasi dalam arti kompleks berarti tidak hanya memahami orang lain secara subjektif, tetapi juga menciptakan sesuatu yang dapat dirasakan dalam diri sehingga seseorang memahami orang lain dan dari situlah muncul hubungan timbal balik yang berkesinambungan.

Proses internalisasi merupakan upaya pendalaman dan penetapan nilai-nilai dalam diri individu. Upaya tersebut konsisten dengan apa yang dipahami selama ini. Ahmad Tafsir menjelaskan internalisasi nilai merupakan upaya mengintegrasikan

---

<sup>57</sup> Redaksi Pusat Bahasa Depdiknas, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008), 273.

<sup>58</sup> Berger dan Luckman, *Tafsir Sosial atas Kenyataan: Sebuah Risalah tentang Sosiologi Pengetahuan*, 177.

pengetahuan dan keterampilan dalam diri seseorang guna mencapai eksistensi.<sup>59</sup>

## 2. Definisi Hijab

Secara etimologi, kata “hijab” berasal dari bahasa Arab, memiliki akar kata “h-j-b” yang bentuk verbalnya (*fi'ilnya*) adalah *hajaba*. *Hajaba* memiliki arti menutup, menyendirikan, memasang tirai, menyembunyikan, membentuk pemisahan, hingga memakai topeng. *Al-hijab* berarti benda yang menutupi sesuatu. Sementara di dalam Al-Qur'an, hijab bisa berarti tirai atau pemisah (*saatir* atau *faasil*).<sup>60</sup> Kata hijab di Indonesia sudah digunakan secara luas sebagai busana yang menutupi kepala dan leher.<sup>61</sup>

Kewajiban menutup aurat bagi umat Islam merupakan perintah Allah SWT, sebagaimana firman-Nya dalam Al-Qur'an surah Al-Ahzab ayat 59:

---

<sup>59</sup> Ahmad Tafsir, *Ilmu Pendidikan dalam Perspektif Islam* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1992), 125.

<sup>60</sup> Jannah, *Sudah Benarkah Kita Berhijab: Menguak Konsep dan Ragam Kesalahan Berhijab Wanita Muslimah Masa Kini*, 14.

<sup>61</sup> Hafidz Muftisany, *Saat Buka Jilbab* (Jakarta: Intera, 2021), 4.

يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ قُلْ لِّأَزْوَاجِكَ وَبَنَاتِكَ وَنِسَاءِ الْمُؤْمِنِينَ يُدْنِينَ  
 عَلَيْنَهُنَّ مِنْ جَلَابِيبِهِنَّ ذَٰلِكَ أَدْنَىٰ أَنْ يُعْرَفْنَ فَلَا يُؤْذَيْنَ وَكَانَ  
 اللَّهُ غَفُورًا رَّحِيمًا

Terjemahan: “Wahai Nabi (Muhammad), katakanlah kepada istri-istrimu, anak-anak perempuanmu dan istri-istri orang mukmin supaya mereka mengulurkan jilbabnya) ke seluruh tubuh mereka. Yang demikian itu agar mereka lebih mudah untuk dikenali sehingga mereka tidak diganggu. Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.”

Hijab atau pakaian wanita Muslimah di dalam Al-Qur’an dan hadis diartikan sebagai pakaian yang wajib dikenakan untuk menutup aurat, dan telah diatur oleh syariat. Maka dari itu, tujuan hijab bagi wanita dan masyarakat pada umumnya memiliki banyak manfaat, yaitu menjadi pelindung dan sebagai identitas Muslimah, dan merupakan wujud dari ketaatan seorang hamba terhadap Sang Pencipta.<sup>62</sup> Allah SWT berfirman dalam surah Al-A’raf ayat 26:

---

<sup>62</sup> Halim Setiawan, *Wanita, Jilbab, dan Akhlak* (Sukabumi: CV Jejak, 2019), 57–60.

يَبْنِيَّ آدَمَ قَدْ أَنْزَلْنَا عَلَيْكَ لِبَاسًا يُؤَارِي سَوْءَتِكُمْ وَرِيثًا  
وَلِبَاسَ التَّقْوَىٰ ذَٰلِكَ خَيْرٌ ذَٰلِكَ مِنْ آيَاتِ اللَّهِ لَعَلَّهُمْ يَذَكَّرُونَ

Terjemahan: “Wahai anak cucu Adam, sungguh Kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutupi auratmu dan bulu (sebagai bahan pakaian untuk menghias diri). (Akan tetapi,) pakaian takwa itulah yang paling baik. Yang demikian itu merupakan sebagian tanda-tanda (kekuasaan) Allah agar mereka selalu ingat.”

Ayat di atas memerintahkan kepada seluruh umat Islam agar dapat menjaga auratnya dengan mengenakan pakaian takwa sebagaimana yang diperintahkan oleh Allah SWT. Pakaian takwa ini bukan sekadar salah satu syariat Islam, tetapi merupakan bentuk penjagaan dari Allah SWT. Selain itu, perintah menutup aurat terdapat pula pada surah An-Nur ayat 31:

وَقُلْ لِلْمُؤْمِنَاتِ يَغْضُضْنَ مِنْ أَبْصَارِهِنَّ وَيَحْفَظْنَ فُرُوجَهُنَّ وَلَا  
يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا مَا ظَهَرَ مِنْهَا وَلْيَضْرِبْنَ بِخُمُرِهِنَّ عَلَىٰ  
جُيُوبِهِنَّ وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا لِبُعُولَتِهِنَّ أَوْ آبَائِهِنَّ أَوْ  
بُعُولَتِهِنَّ أَوْ آبَائِهِنَّ أَوْ أَبْنَائِهِنَّ أَوْ إِخْوَانِهِنَّ أَوْ بَنِيَّ

إِخْوَانِهِنَّ أَوْ بَنِي أَخَوَاتِهِنَّ أَوْ نِسَائِهِنَّ أَوْ مَا مَلَكَتْ أَيْمَانُهُنَّ أَوْ  
 التَّبَعِينَ غَيْرِ أَوْلَى الْإِرْبَةِ مِنَ الرِّجَالِ أَوْ الطِّفْلِ الَّذِينَ لَمْ  
 يَظْهَرُوا عَلَى عَوْرَتِ النِّسَاءِ وَلَا يَضْرِبْنَ بِأَرْجُلِهِنَّ لِيُعْلَمَ مَا  
 يُخْفِينَ مِنْ زِينَتِهِنَّ وَتُوبُوا إِلَى اللَّهِ جَمِيعًا أَيُّهُ الْمُؤْمِنُونَ لَعَلَّكُمْ  
 تَفْلِحُونَ

Terjemahan: “Katakanlah kepada para perempuan yang beriman hendaklah mereka menjaga pandangannya, memelihara kemaluannya, dan janganlah menampakkan perhiasannya (bagian tubuhnya), kecuali yang (biasa) terlihat. Hendaklah mereka menutupkan kain kerudung ke dadanya. Hendaklah pula mereka tidak menampakkan perhiasannya (auratnya), kecuali kepada suami mereka, ayah mereka, ayah suami mereka, putra-putra mereka, putra-putra suami mereka, saudara-saudara laki-laki mereka, putra-putra saudara laki-laki mereka, putra-putra saudara perempuan mereka, para perempuan (sesama Muslim), hamba sahaya yang mereka miliki, para pelayan laki-laki (tua) yang tidak mempunyai keinginan (terhadap perempuan), atau anak-anak yang belum mengerti tentang aurat perempuan. Hendaklah pula mereka tidak mengentakkan kakinya agar diketahui perhiasan yang mereka sembunyikan. Bertobatlah kamu semua kepada Allah, wahai orang-orang yang beriman, agar kamu beruntung.”

Surah An-Nur ayat 31 menegaskan kepada kaum wanita agar menahan pandangan, menjaga kemaluan dan memerintahkan kepadanya agar menutup kerudung ke dada.<sup>63</sup> Semula hijab hanyalah aksesori, namun setelah turun surah An-Nur ayat 31, fungsinya berubah menjadi pakaian wajib untuk menutup aurat. Implikasi keberadaan perintah menutup aurat dalam surah An-Nur ayat 31 semakin menguatkan aspek pemikiran dan kepribadian Muslimah. Muslimah mendapatkan manfaat dari cara baru berpakaian sehingga memantapkan ilmu dan iman.<sup>64</sup>

Hijab bukan merupakan aksesori kecantikan, bukan pula sebuah *lifestyle* musiman yang bisa dilepas-pasang sesuka hati. Hijab juga bukan pasangan bagi baju dan celana ketat. Hijab adalah sesuatu yang memiliki makna yang mendalam, memuliakan diri sendiri, tentang perjuangan menjadi pribadi yang lebih baik. Hijab merupakan cara perempuan untuk mengatakan kepada

---

<sup>63</sup> Aris Kristianto, "Pesan Dakwah Perintah Menutup Aurat Surat An-Nūr Ayat 31 Perspektif Antropologi Quran," *Bil Hikmah: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 1, no. 1 (29 Juli 2023): 223, <https://doi.org/10.55372/bilhikmahjkpi.v1i1.18>; Mardani, *Tafsir Ahkam* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014), 352.

<sup>64</sup> Kristianto, "Pesan Dakwah Perintah Menutup Aurat Surat An-Nūr Ayat 31 Perspektif Antropologi Quran," 229.

laki-laki manapun untuk menghargainya dan memperlakukannya dengan baik.<sup>65</sup> Menurut Ayatullah Muthahari dalam buku karangan Husein Shahab, pokok permasalahan mengenai hijab sebetulnya bukan tentang apakah wanita sebaiknya berhijab dalam pergaulannya dengan masyarakat, melainkan apakah laki-laki hanya diizinkan mencari kenikmatan dalam memandang wanita.<sup>66</sup>

Meskipun perintah menutup aurat sudah sering didakwahkan, namun tidak sedikit yang meragukan bahkan menuduhnya sebagai pakaian budaya Arab yang bersifat kondisional dan temporal. Di lain sisi, meskipun mayoritas Muslimah zaman sekarang sudah mengetahui kewajiban menutupi aurat dan konsekuensinya, kesimpulan penelitian Asmawati Suhid dalam Kristianto masih terdapat Muslimah menutupi auratnya karena mengikuti tren dan menganggapnya perkara ringan.<sup>67</sup>

---

<sup>65</sup> Tamrin, *Tuhan Tanpa Agama*, 97–98.

<sup>66</sup> Husein Shahab, *Hijab Menurut Al-Quran dan As-Sunnah: Pandangan Muthahari dan Al-Maududi* (Bandung: Mizan, 2013), 14.

<sup>67</sup> Kristianto, “Pesan Dakwah Perintah Menutup Aurat,” 213.

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa berhijab merupakan kewajiban bagi setiap Muslimah. Hijab bertujuan melindungi diri dari gangguan kaum lelaki dan aktivitasnya yang menjerumuskan pada dosa-dosa.<sup>68</sup> Para ulama semua mazhab sependapat bahwa aturan wajib bagi perempuan adalah tidak mengenakan pakaian yang ketat dan tipis sehingga dapat memperlihatkan warna kulit dan lekuk tubuh.<sup>69</sup>

### 3. Dinamika Hijab

Terdapat polemik yang rumit terkait konsep hijab. Hal ini ditandai dengan munculnya istilah seperti jilbab syar`i, hijab, kerudung, cadar, dan lain-lain yang masih tumpang tindih penafsirannya. Kemunculan istilah-istilah tersebut memicu pertanyaan yang kerap muncul di kalangan perempuan, misalnya apakah hijab atau kerudung yang ia kenakan tidak syar`i? Sebagian muslimah di Indonesia menilai bahwa mengenakan hijab berukuran kecil sama dengan tidak mengenakan hijab.

---

<sup>68</sup> Li Partic, *Jilbab Bukan Jilboob* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014), 4.

<sup>69</sup> Misbahul Munir, *Hijab Mahkota Muslimah: Antara Syariat dan Fitrah* (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2021), 87.

Selain itu, istilah hijab dan jilbab syar`i dalam perspektif ekonomi seharusnya tidak hanya difungsikan sebagai *branding* pakaian belaka, sebagai strategi marketing di tengah meningkatnya semangat berhijab.<sup>70</sup>

Pada era saat ini, penerima (audiens) Al-Qur'an tidak lagi Rasulullah SAW dan para sahabatnya, melainkan umat Islam yang hidup di era modern. Hal ini menjadi salah satu penyebab jilbab, hijab, atau kerudung dan kaitannya dengan batasan aurat terus ditafsirkan dalam bentuk model-model hijab yang kekinian.<sup>71</sup> Di beberapa negara Islam, pakaian sejenis hijab dikenal dalam banyak istilah, seperti *chador* di Iran, *pardeh* di India dan Pakistan, *milayat* di Libya, *abaya* di Irak, *charshaf* di Turki, dan hijab di beberapa negara Arab-Afrika seperti di Mesir, Sudan, dan Yaman. Hijab berarti kain penutup kepala dan kain yang menjulur hingga dada. Islam pada abad ke-9 sampai abad ke-12 mengalami perkembangan

---

<sup>70</sup> Nur Faizin dkk., "Fenomena Penggunaan Hijab Syar'i di Indonesia: Analisis Kontekstualisasi Ayat Jilbab Perspektif Teori Penafsiran Abdullah Saeed," *Al-Bayan: Jurnal Studi Al-Qur'an dan Tafsir* 7, no. 1 (4 Desember 2022): 2, <https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/Al-Bayan/article/view/18929>.

<sup>71</sup> Faizin dkk., "Fenomena penggunaan hijab syar'i di Indonesia," 3.

dan persebaran yang mengalami akulturasi dengan kebudayaan lainnya. Di sebagian negara timur-tengah berkembang model hijab dengan cadar, burqa, niqab, dan masker. Pada abad ke-19, di nusantara atau Melayu ada hijab yang tidak menutupi penuh kepala, dan hanya diselampirkan.<sup>72</sup>

Pada kawasan timur juga berkembang hijab dengan motif hiasan tertentu sesuai dengan konteks lingkungannya, tidak hanya sebatas polos tanpa motif, atau lain sebagainya. Hal ini menggambarkan bahwa ada sebuah perkembangan dalam upaya untuk menafsirkan hijab. Beberapa faktor yang memengaruhi hal tersebut diantaranya seperti kondisi sosial budaya, lingkungan, dan pemahaman atas dalil agama. Contoh di dalam konteks kondisi lingkungan alam misalnya pada masyarakat di Melayu, yang memakai hijab dengan bahan dan motif yang lebih bervariasi. Hal ini menggambarkan kondisi bahan baku hijab yang sesuai dengan kondisi sumber daya alam masyarakat pendukungnya. Contoh lainnya adalah

---

<sup>72</sup> Anisa Ryasti, "Makna Hijab dalam Film Hijab Karya Hanung Bramantyo (Kontroversi Hijab dalam Film Hijab Karya Hanung Bramantyo)" (Skripsi, Universitas Lampung, 2016), 33.

perubahan hijab karena pemahaman dalil agama yang menyebabkan berubahnya hijab. Misalnya, cadar yang masih menjadi perdebatan para ulama dalam hal keharusannya memakai.<sup>73</sup>

Ayat Al-Qur'an yang kerap menjadi acuan dalam topik tentang jilbab atau hijab adalah surah An-Nur ayat 31, surah Al-Ahzab ayat 53 dan 59. Dari segi kronologi turunnya, surah Al-Ahzab turun lebih dahulu dibandingkan surah An-Nur. Surah Al-Ahzab ayat 53 turun pada waktu Rasulullah SAW menikah dengan Zainab. Ketika walimah selesai, terdapat sebagian sahabat yang belum beranjak dari tempat walimah tersebut. Rasulullah kemudian meletakkan hijab (penghalang) antara beliau dan sahabat. Gambaran yang dapat diambil dari beberapa riwayat lain adalah ayat tersebut turun saat ada acara yang mengumpulkan banyak orang dan ada perempuan, maka harus ada hijab atau tabir yang menghalangi pandangan laki-laki dan perempuan.<sup>74</sup>

---

<sup>73</sup> Ryasti, "Makna Hijab dalam Film Hijab Karya Hanung Bramantyo (Kontroversi Hijab dalam Film Hijab Karya Hanung Bramantyo," 33–34.

<sup>74</sup> Faizin dkk., "Fenomena penggunaan hijab syar'i di Indonesia," 3–4.

Jadi, hijab dalam konteks ayat ini bukanlah sebuah pakaian yang melekat pada tubuh perempuan, melainkan sebuah benda, bisa jadi berupa kain, kayu, atau sejenisnya yang dipakai untuk memisahkan antara laki-laki dan perempuan saat ada acara yang dihadiri oleh banyak orang. Fakhruddin Al-Razi memberikan gambaran lebih jelas terkait konteks turunnya ayat ini. Menurutnya, ayat ini berkaitan dengan rumah-rumah para istri Rasulullah yang berdekatan dengan masjid Nabawi saat itu sehingga para sahabat yang salat di masjid sangat mungkin melihat istri-istri Rasulullah yang berada di dalam rumahnya. Maka dapat disimpulkan bahwa latar belakang ayat ini adalah zaman di mana rumah-rumah hanya memiliki kamar yang tidak memiliki daun pintu, melainkan hanya tertutup oleh hijab atau tirai.<sup>75</sup>

Umar dalam Faizin menyebut pergeseran kata “hijab” yang semula berarti tirai atau tabir menjadi pakaian perempuan terjadi sejak abad 4 Hijriyah. Pandangan ini didasarkan pada penafsiran yang mengaitkan surah Al-Ahzab ayat 53 dengan aurat perempuan. Dijelaskan bahwa

---

<sup>75</sup> Faizin dkk., “Fenomena penggunaan hijab syar’i di Indonesia,”  
4.

ayat tersebut turun berkaitan dengan perkataan Umar bin Khathab tentang istri-istri Rasulullah SAW yang menurutnya harus berhijab, sehingga muncul anggapan bahwa hijab berkaitan dengan pakaian yang wajib dikenakan oleh perempuan. Selain itu, Al-Tabari menafsirkan surah Al-Ahzab ayat 53 juga mengutip penafsiran bahwa hijab merupakan perintah Allah SWT kepada perempuan. Dengan kata lain, pemaknaan hijab sebagai pakaian perempuan muncul karena anggapan bahwa ayat yang turun berkaitan dengan perkataan Umar bin Khathab itu adalah surah Al-Ahzab ayat 53 yang di dalamnya disebutkan kata “hijab.”<sup>76</sup>

Jilbab yang belakangan juga disebut dengan istilah hijab menjadi tren dalam dunia fesyen, bahkan hijab dinilai berperan dalam meningkatkan sektor ekonomi dan bisnis. Jilbab atau hijab kini telah ditafsirkan sebagai komoditas kesalihan perempuan dan sekaligus komoditas perdagangan yang berdimensi ekonomi berbalut ajaran agama, kecantikan, dan kesopanan. Bucar dalam Faizin mengenai penelitiannya tentang hijab, jilbab, atau tesettur

---

<sup>76</sup> Faizin dkk., “Fenomena penggunaan hijab syar’i di Indonesia,”

di tiga negara menyimpulkan bahwa perempuan di tiga wilayah negara tersebut menjadi target pemasaran pakaian perempuan yang sangat menjanjikan dengan beragam desain dan warna warna yang sangat memikat.<sup>77</sup>

Jilbab atau hijab saat ini juga ditafsirkan sebagai identitas budaya keislaman perempuan. Di masa kini, penggunaan jilbab atau hijab dengan berbagai model dan desainnya menandakan kelas-kelas dan status sosial di masyarakat sebagaimana teori sosiologi yang berkembang. Melalui media sosial, konstruksi identitas kaum perempuan yang ideal dijadikan sebagai penafsiran dan penggambaran visual yang menarik dengan balutan jilbab atau hijab fesyen mereka. Fenomena tersebut mereka sebut sebagai dakwah atau mengajak kepada ajaran Islam. Mereka membentuk komunitas berhijab (*hijabers community*) yang bertujuan menunjukkan eksistensi di era post-feminisme sekaligus sebagai dakwah yang dilakukan melalui media sosial.<sup>78</sup> Akan tetapi, fenomena *hijabers*

---

<sup>77</sup> Faizin dkk., “Fenomena penggunaan hijab syar’i di Indonesia,” 9–10.

<sup>78</sup> Faizin dkk., “Fenomena penggunaan hijab syar’i di Indonesia,” 10.

kemudian memunculkan penafsiran berlawanan yang lebih dikenal dengan konsep jilbab gaul dan istilah “*jilboobs*”. *Jilboobs* adalah istilah untuk jilbab yang dipadukan dengan baju dan celana yang ketat.<sup>79</sup>

Model-model baru hijab tidak hanya telah memberikan sejumlah alternatif gaya berbusana bagi para muslimah, tetapi juga telah mengubah cara pandang masyarakat tentang hijab dalam skala lebih luas dan mentransformasi konsep diri perempuan sebagai muslimah modern. Melalui model dan gaya berhijab, perempuan dapat mendefinisikan diri mereka sebagai perempuan berkelas apa dan berstatus apa. Dengan demikian, apabila di zaman turunnya surah Al-Ahzab ayat 59 berfungsi membedakan kelas sosial, isu keamanan, dan kelas sosial (perempuan merdeka dan budak), maka penafsiran masa kini (*meaning for the present*) dalam konteks Indonesia, fungsi tersebut juga berlaku. Hijab menjadi pakaian yang membedakan kelas sosial Muslimah

---

<sup>79</sup> Emma Baulch dan Alila Pramiyanti, “Hijabers on Instagram: Using Visual Social Media to Construct the Ideal Muslim Woman,” *Social Media + Society* 4, no. 4 (1 Oktober 2018): 2056305118800308, <https://doi.org/10.1177/2056305118800308>.

di zaman sekarang.<sup>80</sup> Hijab di Indonesia penuh makna dan memiliki beragam nuansa. Hijab dianggap sebagai tradisi, budaya, bahkan identitas tertentu yang dapat menyampaikan makna atau pesan yang bersifat sosial maupun kultural.<sup>81</sup>

---

<sup>80</sup> Faizin dkk., “Fenomena penggunaan hijab syar’i di Indonesia,” 10.

<sup>81</sup> Farida Nur‘ Afifah dan Siswoyo Aris Munandar, “Konsep Jilbab Masa Klasik-Kontemporer (Studi Komparatif Kitab Tafsir Al-Misbah dan Kitab Tafsir Al-Kabir),” *Refleksi* 19, no. 1 (2020).

## **BAB III**

### **MODEL HIJAB RABBANI**

#### **A. Gambaran Umum Perusahaan Rabbani**

##### **1. Profil dan Visi Misi Perusahaan**

Rabbani didirikan oleh pasangan suami istri yang bernama H. Amry Gunawan dan istrinya Hj. Nia Kurnia pada tahun 1994. Rabbani merupakan perusahaan yang bergerak di bidang retail busana Muslim dengan *tagline* Profesor Kerudung Indonesia. Rabbani adalah perusahaan hijab instan pertama dan terbesar di Indonesia dengan mengeluarkan produk andalan berupa hijab instan. Terdapat produk lainnya yang telah dikembangkan yaitu busana Muslim diantaranya gamis, sarung, sajadah, mukena, kemeja, tunik, celana, kaos kaki, serta perlengkapan lain seperti ciput dan aksesoris.<sup>82</sup>

Awal mula berdirinya Rabbani hanya sebuah kios kecil di Jl. Teuku Umar Bandung yang mempunyai bisnis berjualan buku. H. Amry Gunawan dan istrinya berinisiatif untuk beralih ke dunia fesyen dan menggeluti bisnis fesyen

---

<sup>82</sup> Rabbani, "Rabbani Company Profile," diakses 27 Agustus 2024, <http://www.rabbani.co.id/>.

Muslim. Saat pertama kali merintis kegiatan pemasaran hanya dilakukan dari mulut ke mulut, brosur, dan belum memiliki karyawan. Seiring dengan perkembangannya yang sangat pesat, Rabbani mulai dikenal banyak orang sehingga pada tahun 1995 Rabbani pindah ke Jl. Dipatiukur Bandung. Pada tahun 2000 mulai adanya agen-agen penjualan dan bermunculan *outlet* busana Muslim lain yang menjadi pesaing, maka Rabbani mulai beriklan di majalah Sabili dan Ummi.<sup>83</sup>

Pada tahun 2001, Rabbani pindah ke Jl. Hasanudin yang dijadikan sebagai outlet utama. Kemudian sejak tahun 2002 Rabbani menjadi sponsor acara-acara televisi dengan meminjamkan baju-baju produksi Rabbani untuk digunakan di beberapa acara. Pada tahun 2005 Rabbani memiliki website dengan alamat [www.rabbani.co.id](http://www.rabbani.co.id). Saat awal didirikan, Rabbani ingin merubah paradigma sebagian besar masyarakat yang memandang bahwa wanita yang memakai busana Muslim itu kurang modis.

---

<sup>83</sup> Amanda Sukma Wardhani, “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Gaya Hidup Hedonis terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim Rabbani di Kabupaten Semarang” (Universitas Darul Ulum Centre Sudirman Guppi, 2024), 57, <http://repository.undaris.ac.id/id/eprint/1775/1/20.%20manda.pdf>.

Oleh karena itu, Rabbani ingin menunjukkan bahwa wanita yang memakai busana Muslim itu modern dan terhormat serta trendi yang syar'i. Namun di sisi lain, Rabbani juga menghadapi tantangan yang besar. Hal tersebut dikarenakan pada waktu itu wanita yang memakai busana Muslim masih jarang dan belum menjadi tren seperti sekarang.<sup>84</sup>

Asal kata Rabbani terilhami dari salah satu surah di kitab suci Al-Qur'an yaitu surah Ali 'Imran ayat 79 yang artinya adalah para pengabdikan Allah yang bersedia mengajarkan dan diajarkan kitab Allah.<sup>85</sup>

مَا كَانَ لِبَشَرٍ أَنْ يُؤْتِيَهُ اللَّهُ الْكِتَابَ وَالْحُكْمَ وَالنُّبُوَّةَ ثُمَّ يَقُولَ  
لِلنَّاسِ كُونُوا عِبَادًا لِي مِنْ دُونِ اللَّهِ وَلَكِنْ كُونُوا رَبَّانِينَ بِمَا  
كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ الْكِتَابَ وَبِمَا كُنْتُمْ تَدْرُسُونَ<sup>٧</sup>

Terjemahan: *Tidak sepatutnya seseorang diberi Alkitab, hukum, dan kenabian oleh Allah, kemudian dia berkata kepada manusia, "Jadilah kamu para penyembahku, bukan (penyembah) Allah," tetapi (hendaknya dia berkata), "Jadilah kamu para pengabdikan"*

---

<sup>84</sup> Rabbani, "Rabbani Company Profile."

<sup>85</sup> Rabbani, "Rabbani Company Profile."

*Allah karena kamu selalu mengajarkan kitab dan mempelajarinya!”*

Rabbani memiliki 141 cabang yang tersebar di seluruh Indonesia dan luar negeri. Kantor pusat Rabbani berlokasi di Jl. Citarum no 20 A Kota Bandung, dengan nomor telepon 022-7234254. Rabbani aktif melakukan promosi di media sosial. Rabbani juga mendirikan *official store* di beberapa *marketplace*. Selain itu, saat ini telah memiliki aplikasi untuk memudahkan para konsumen dalam belanja online. Adapun visi misi Rabbani yaitu:

a. Visi

1) Visi Global:

Visi jangka panjang: Berjumpa dengan Allah di surga Firdaus. Visi jangka menengah: Membangun peradaban kerudung 2024. Visi jangka pendek: Menjadi seorang mujahid profesional.

2) Visi Spesifik: Menjadi perusahaan kerudung terbaik dan terbesar di dunia tahun 2024.

b. Misi: Menshibghoh fesyen dunia dengan syariah.<sup>86</sup>

2. Budaya Perusahaan

---

<sup>86</sup> Rabbani, “Rabbani Company Profile.”

a. Fokus Konsumen

Tujuan kami adalah menjadi retailer terpercaya dimanapun kami berada dengan memberikan standar yang tinggi untuk produk, jasa pelayanan dan sikap kami kepada seluruh pelanggan.

b. Fokus Kualitas

Seluruh karyawan Rabbani *holding* mendukung sepenuhnya pengembangan dan pemeliharaan budaya kualitas produk, untuk terus menerus meningkatkan standard kualitas produk, untuk meminimalisasi kegagalan dalam proses produksi dengan menitikberatkan pada pencegahan dengan memproduksi dengan baik dari awal dan untuk meningkatkan kepuasan konsumen dengan mengurangi pengembalian produk ke perusahaan.

c. Fokus Karyawan

Kami menganggap bahwa karyawan adalah aset yang paling berharga bagi perusahaan, sehingga kami menganggap karyawan harus kami kembangkan dan kami tingkatkan nilai kompetensinya secara terus-menerus, baik keterampilan, pengetahuan dan perilaku

sehingga terbentuk karyawan yang kuat aqidahnya, kuat ruhiyahnya dan kuat jasadnya.<sup>87</sup>

### 3. Nilai Inti Rabbani

#### a. Selalu bersyukur

- 1) Totalitas dalam pekerjaan.
- 2) Berfikir positif.
- 3) Mencintai pekerjaan.
- 4) Memberikan pelayanan terbaik bagi *stake holder*.
- 5) Bersikap ihsan dalam bekerja.

#### b. Semangat pantang menyerah

- 1) Selalu memiliki jalan keluar dari setiap masalah dalam pekerjaan.
- 2) Berani menghadapi masalah dan tidak menghindari masalah.
- 3) Memiliki semangat berkompetisi dalam pekerjaan.
- 4) Tidak ada pekerjaan yang tidak bisa diselesaikan.
- 5) Berpihak kepada perusahaan.

#### c. Perbaikan berkesinambungan

- 1) Selalu berfikir kreatif dan inovatif.
- 2) Berorientasi *zero defect*.

---

<sup>87</sup> Rabbani, "Rabbani Company Profile."

- 3) Selalu ada terobosan baru.
  - 4) Menjalankan Standar Operasional Prosedur (SOP) perusahaan sepenuh hati.
  - 5) Semua pekerjaan yang dilakukan harus *by design* dan barometer yang jelas.
  - 6) Berbicara dengan fakta dan data sesuai dengan ratifikasi perusahaan (pengesahan).
- d. Peduli dalam setiap keadaan
- 1) Menjaga aset perusahaan.
  - 2) Peduli dengan tempat bekerja dan lingkungannya.
  - 3) Selalu berusaha untuk mencegah kerugian perusahaan.
  - 4) Sekecil apapun masalah tidak dianggap sepele apalagi diremehkan.
- e. Memiliki tanggung jawab yang tinggi
- 1) Bertanggung jawab untuk menyelesaikan pekerjaan sampai tuntas.
  - 2) Berani mengambil resiko baik material maupun non material.
  - 3) Memberikan kemampuan yang terbaik untuk perusahaan.

- 4) Membela (advokasi) perusahaan dalam kondisi apapun selama tidak bermaksiat kepada Allah SWT.<sup>88</sup>

#### 4. Struktur Organisasi Perusahaan

Secara umum, struktur perusahaan Rabbani terdiri dari direktur dan wakil direktur yang menjalankan perusahaan, dibantu oleh empat manajer fungsional yaitu manajer pemasaran, manajer *human general*, manajer *finance and accounting*, dan manajer produksi. Setiap manajer dalam menjalankan tugasnya dibantu oleh masing-masing departemen. Adapun deskripsi dari masing-masing jabatan diuraikan sebagai berikut:

- a. *President Director*

*President Director* merupakan direktur tertinggi di dalam perusahaan yang memiliki tanggung jawab dalam memimpin dan mengarahkan perusahaan.

- b. *Vice President Director*

*Vice President Director* memiliki tugas untuk menandatangani setiap pencatatan atas perubahan daftar pemegang saham dan daftar khusus.

---

<sup>88</sup> Rabbani, "Rabbani Company Profile."

c. *IT Director*

*IT director* memiliki tugas yang berhubungan dengan teknologi komputerisasi, seperti perangkat keras, perangkat lunak, internet, jaringan atau orang yang bekerja dengan adanya teknologi.

d. *Operational Director*

*Operational director* memiliki tanggung jawab atas pengadaan barang dan jasa yang mendukung seluruh aktivitas operasional kantor.

e. *General Manager*

*General manager* memiliki tugas untuk memastikan berjalannya peraturan perusahaan serta kesesuaiannya dengan objektif dan strategi perusahaan sesuai target bisnis perusahaan secara menyeluruh.

f. Manajer Produksi

Manajer produksi memiliki tanggung jawab dalam mengawasi dan mengorganisir seluruh kegiatan produksi dan membuat Laporan produksi.

g. *Corporate Secretaris*

*Corporate secretaris* memiliki tugas yang berkaitan dengan semua administrasi dan pengarsipan

rapat-rapat, termasuk undangan, surat peminjaman tempat dan alat.

h. *Quality Control* dan Administrasi Gudang

*Quality control* dan administrasi gudang memiliki tugas untuk mengecek apakah barang sudah sesuai dengan standar mutu yang ditetapkan atau belum dan mencatat segala sesuatu yang berkaitan dengan administrasi di gudang.

i. *Creative Manager*

*Creative manager* memiliki tugas yang berkaitan atas seluruh desain dan membuat sesuatu yang berbeda dan unik untuk selanjutnya diserahkan kepada divisi *setting* dan desain agar dibuatkan *layout*.

j. Manajemen Pemasaran

Manajemen Pemasaran memiliki tugas atas menentukan kebijakan pemasaran dan mengontrol aktivitas pemasaran.

## **B. Model Hijab Rabbani di Instagram**

Setelah dilakukan pengumpulan data mengenai model hijab Rabbani, ditemukan sebanyak 38 macam hijab yang diunggah pada akun Instagram @rabbaniprofesorkerudung

sejak tanggal 1 Januari 2024–31 Agustus 2024. Hasil temuan ini kemudian dipaparkan ke dalam tabel sebagai berikut:

**Tabel 1**  
**Hasil Penelitian Model Hijab**

No.	Gambar	Nama	Model
1		<p><b>KRD Hemy</b> Hijab instan berbahan poliester yang sangat lembut. Tidak mudah kusut dan memiliki tali serut sebagai aksesoris di bagian kepala seperti <i>headband</i>. Hijab ini dirancang simpel, praktis, dan multifungsi untuk memudahkan aktivitas. Tersedia ukuran XS-XL berbagai warna.<sup>89</sup></p>	<p><b>Hijab Instan</b> Hijab instan adalah hijab yang sudah dijahit pada bagian tertentu dengan membentuk wajah dan dapat langsung dikenakan. Model hijab instan banyak ditemukan di pasaran.<sup>90</sup> Modelnya yang simpel dan mudah dikenakan membuat hijab ini sangat diminati.<sup>91</sup></p>

<sup>89</sup> Rabbani, “Katalog Rabbani,” diakses 15 November 2024, <https://katalog.rabbani.id/katalog/93>.

<sup>90</sup> Rahayu Purnama dan Vivi Radiona, “Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan Membuat Hijab Instan bagi Siswi SMP Madinatul Ilmi Muara Gembong Kabupaten Bekasi,” *IKRA-ITH ABDIMAS* 9, no. 1 (1 Maret 2024): 36, <https://doi.org/10.37817/ikra-ithabdimas.v9i1.4126>.


<sup>91</sup> Wawancara dengan Dayah, Arum, Halimatussadiyah, dan Endang, 3 Desember 2024.

2		<p><b>KRD Kalia</b> Hijab instan berbahan poliester yang sangat lembut. Tidak mudah kusut dan memiliki pita di bagian dada sebagai aksesoris. Hijab ini dirancang simpel, praktis, dan multifungsi untuk memudahkan aktivitas. Tersedia ukuran XS-XL berbagai warna.<sup>92</sup></p>	<p><b>Hijab Instan</b> Hijab instan adalah hijab yang sudah dijahit pada bagian tertentu dengan membentuk wajah dan dapat langsung dikenakan. Model hijab instan banyak ditemukan di pasaran.<sup>93</sup> Modelnya yang simpel dan mudah dikenakan membuat hijab ini sangat diminati.<sup>94</sup></p>
3		<p><b>KRD Elvi</b> Hijab instan berbahan poliester yang sangat lembut. Tidak mudah kusut dan memiliki tali hidup. Hijab ini dirancang simpel, praktis, dan multifungsi untuk</p>	<p><b>Hijab Instan</b> Hijab instan adalah hijab yang sudah dijahit pada bagian tertentu dengan membentuk wajah dan dapat langsung dikenakan. Model hijab instan banyak</p>

<sup>92</sup> Rabbani, "Katalog Rabbani," diakses 15 November 2024, <https://katalog.rabbani.id/katalog/93>.

<sup>93</sup> Purnama dan Radiona, "Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan Membuat Hijab Instan," 36.

<sup>94</sup> Wawancara dengan Dayah, Arum, Halimatussadiyah, dan Endang, 3 Desember 2024.

		memudahkan aktivitas. Tersedia ukuran XS-XL berbagai warna. <sup>95</sup>	ditemukan di pasaran. <sup>96</sup> Modelnya yang simpel dan mudah dikenakan membuat hijab ini sangat diminati. <sup>97</sup>
4		<p><b>KRD Innova</b> Hijab instan berbahan poliester yang sangat lembut. Tidak mudah kusut dan memiliki tali serut. Hijab ini dirancang simpel, praktis, dan multifungsi untuk memudahkan aktivitas. Tersedia ukuran XS-XL berbagai warna.<sup>98</sup></p>	<p><b>Hijab Instan</b> Hijab instan adalah hijab yang sudah dijahit pada bagian tertentu dengan membentuk wajah dan dapat langsung dikenakan. Model hijab instan banyak ditemukan di pasaran.<sup>99</sup> Modelnya yang simpel dan mudah dikenakan</p>

<sup>95</sup> Rabbani, “Katalog Rabbani,” diakses 15 November 2024, <https://katalog.rabbani.id/katalog/93>.

<sup>96</sup> Purnama dan Radiona, “Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan Membuat Hijab Instan,” 36.

<sup>97</sup> Wawancara dengan Dayah, Arum, Halimatussadiyah, dan Endang, 3 Desember 2024.

<sup>98</sup> Rabbani, “Katalog Rabbani,” diakses 15 November 2024, <https://katalog.rabbani.id/katalog/93>.

<sup>99</sup> Purnama dan Radiona, “Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan Membuat Hijab Instan,” 36.

			membuat hijab ini sangat diminati. <sup>100</sup>
5		<p><b>KRD Karimun</b> Hijab instan berbahan poliester yang sangat lembut. Tidak mudah kusut dan mudah dirapikan. Hijab ini dirancang simpel, praktis, dan multifungsi untuk memudahkan aktivitas. Tersedia ukuran XS-XL berbagai warna.<sup>101</sup></p>	<p><b>Hijab Instan</b> Hijab instan adalah hijab yang sudah dijahit pada bagian tertentu dengan membentuk wajah dan dapat langsung dikenakan. Model hijab instan banyak ditemukan di pasaran.<sup>102</sup> Modelnya yang simpel dan mudah dikenakan membuat hijab ini sangat diminati.<sup>103</sup></p>

<sup>100</sup> Wawancara dengan Dayah, Arum, Halimatussadiyah, dan Endang, 3 Desember 2024.

<sup>101</sup> Rabbani, “Katalog Rabbani,” diakses 15 November 2024, <https://katalog.rabbani.id/katalog/93>.

<sup>102</sup> Purnama dan Radiona, “Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan Membuat Hijab Instan,” 36.

<sup>103</sup> Wawancara dengan Dayah, Arum, Halimatussadiyah, dan Endang, 3 Desember 2024.

6		<p><b>KRD Amira</b> Hijab instan berbahan poliester yang sangat lembut. Tidak mudah kusut dan memiliki pita serut melintang miring di bagian dada. Hijab ini dirancang simpel dan praktis. Tersedia ukuran XS-XL berbagai warna.<sup>104</sup></p>	<p><b>Hijab Instan</b> Hijab instan adalah hijab yang sudah dijahit pada bagian tertentu dengan membentuk wajah dan dapat langsung dikenakan. Model hijab instan banyak ditemukan di pasaran.<sup>105</sup> Modelnya yang simpel dan mudah dikenakan membuat hijab ini sangat diminati.<sup>106</sup></p>
7		<p><b>KRD Pony</b> Hijab instan berbahan poliester yang sangat lembut. Memiliki detail kerut di bagian kiri. Hijab ini dirancang simpel, praktis, dan multifungsi untuk memudahkan</p>	<p><b>Hijab Instan</b> Hijab instan adalah hijab yang sudah dijahit pada bagian tertentu dengan membentuk wajah dan dapat langsung dikenakan. Model hijab instan banyak ditemukan di</p>

<sup>104</sup> Rabbani, “Katalog Rabbani,” diakses 15 November 2024, <https://katalog.rabbani.id/katalog/93>.

<sup>105</sup> Purnama dan Radiona, “Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan Membuat Hijab Instan,” 36.

<sup>106</sup> Wawancara dengan Dayah, Arum, Halimatussadiyah, dan Endang, 3 Desember 2024.

		aktivitas. Tersedia ukuran XS-XL berbagai warna. <sup>107</sup>	pasaran. <sup>108</sup> Modelnya yang simpel dan mudah dikenakan membuat hijab ini sangat diminati. <sup>109</sup>
8		<b>KRD Altis</b> Hijab instan berbahan poliester yang sangat lembut. Tidak mudah kusut, memiliki tali di bagian leher, dan sablon di bagian kepala sebagai <i>headband</i> . Hijab ini dirancang simpel dan praktis. Tersedia ukuran XS-XL berbagai warna.	<b>Hijab Instan</b> Hijab instan adalah hijab yang sudah dijahit pada bagian tertentu dengan membentuk wajah dan dapat langsung dikenakan. Model hijab instan banyak ditemukan di pasaran. <sup>110</sup> Modelnya yang simpel dan mudah dikenakan membuat hijab ini sangat diminati. <sup>111</sup>

<sup>107</sup> Rabbani, “Katalog Rabbani,” diakses 15 November 2024, <https://katalog.rabbani.id/katalog/93>.

<sup>108</sup> Purnama dan Radiona, “Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan Membuat Hijab Instan,” 36.

<sup>109</sup> Wawancara dengan Dayah, Arum, Halimatussadiyah, dan Endang, 3 Desember 2024.

<sup>110</sup> Purnama dan Radiona, “Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan Membuat Hijab Instan,” 36.

<sup>111</sup> Wawancara dengan Dayah, Arum, Halimatussadiyah, dan Endang, 3 Desember 2024.

9		<p><b>KRD Zenvo</b> Hijab berbahan finex yang memiliki tampilan cantik dengan pita di bagian bahu kiri dan desain <i>layer</i> di bagian depan. Dirancang simpel, praktis, dan multifungsi untuk memudahkan aktivitas. Tersedia warna <i>khaki</i> dan <i>navy</i>.<sup>112</sup></p>	<p><b>Hijab Instan</b> Hijab instan adalah hijab yang sudah dijahit pada bagian tertentu dengan membentuk wajah dan dapat langsung dikenakan. Model hijab instan banyak ditemukan di pasaran.<sup>113</sup> Modelnya yang simpel dan mudah dikenakan membuat hijab ini sangat diminati.<sup>114</sup></p>
10		<p><b>KRD Cabrio</b> Dibuat lebih syar'i dengan model hijab oval. Hijab ini tidak lagi menggunakan bordir logo Rabbani biasa, tetapi memiliki logo Rabbani berlapis emas di <i>pad</i>-nya.</p>	<p><b>Hijab Instan</b> Hijab instan adalah hijab yang sudah dijahit pada bagian tertentu dengan membentuk wajah dan dapat langsung dikenakan. Model hijab instan banyak ditemukan di</p>

<sup>112</sup> Rabbani, “Katalog Rabbani,” diakses 15 November 2024, <https://katalog.rabbani.id/katalog/93>.

<sup>113</sup> Purnama dan Radiona, “Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan Membuat Hijab Instan,” 36.

<sup>114</sup> Wawancara dengan Dayah, Arum, Halimatussadiyah, dan Endang, 3 Desember 2024.

		Tersedia ukuran XS-XL berbagai warna. <sup>115</sup>	pasaran. <sup>116</sup> Modelnya yang simpel dan mudah dikenakan membuat hijab ini sangat diminati. <sup>117</sup>
11		<p><b>KRD Neo Karimun</b></p> <p>Versi baru dari seri Karimun. Hijab instan berbahan poliester yang sangat lembut. Tidak mudah kusut dan memiliki <i>pad</i> anti tembem. Hijab ini dirancang simpel dan praktis. Tersedia ukuran XS-XL berbagai warna.<sup>118</sup></p>	<p><b>Hijab Instan</b></p> <p>Hijab instan adalah hijab yang sudah dijahit pada bagian tertentu dengan membentuk wajah dan dapat langsung dikenakan. Model hijab instan banyak ditemukan di pasaran.<sup>119</sup> Modelnya yang simpel dan mudah dikenakan</p>

<sup>115</sup> Rabbani, “Katalog Rabbani,” diakses 15 November 2024, <https://katalog.rabbani.id/katalog/93>.

<sup>116</sup> Purnama dan Radiona, “Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan Membuat Hijab Instan,” 36.

<sup>117</sup> Wawancara dengan Dayah, Arum, Halimatussadiyah, dan Endang, 3 Desember 2024.

<sup>118</sup> Rabbani, “Katalog Rabbani,” diakses 15 November 2024, <https://katalog.rabbani.id/katalog/93>.

<sup>119</sup> Purnama dan Radiona, “Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan Membuat Hijab Instan,” 36.

			membuat hijab ini sangat diminati. <sup>120</sup>
12		<p><b>KRD Ioniq</b> Hijab dengan <i>pad</i> anti tembem berbahan poliester, menyerap keringat, dan tidak menerawang. Memiliki aksesoris bisban dan skoder hidup multifungsi sebagai tempat menggantung masker. Tersedia ukuran XS-XL berbagai warna.<sup>121</sup></p>	<p><b>Hijab Instan</b> Hijab instan adalah hijab yang sudah dijahit pada bagian tertentu dengan membentuk wajah dan dapat langsung dikenakan. Model hijab instan banyak ditemukan di pasaran.<sup>122</sup> Modelnya yang simpel dan mudah dikenakan membuat hijab ini sangat diminati.<sup>123</sup></p>

<sup>120</sup> Wawancara dengan Dayah, Arum, Halimatussadiyah, dan Endang, 3 Desember 2024.

<sup>121</sup> Rabbani, “Katalog Rabbani,” diakses 15 November 2024, <https://katalog.rabbani.id/katalog/93>.

<sup>122</sup> Purnama dan Radiona, “Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan Membuat Hijab Instan,” 36.

<sup>123</sup> Wawancara dengan Dayah, Arum, Halimatussadiyah, dan Endang, 3 Desember 2024.

13		<p><b>KRD Berlinetta</b> Hijab instan berbahan spandek balon yang nyaman dikenakan. Memiliki aksesoris <i>layer</i> di bagian dada. Hijab ini dirancang simpel, praktis, dan multifungsi untuk memudahkan aktivitas. Tersedia berbagai warna.<sup>124</sup></p>	<p><b>Hijab Instan</b> Hijab instan adalah hijab yang sudah dijahit pada bagian tertentu dengan membentuk wajah dan dapat langsung dikenakan. Model hijab instan banyak ditemukan di pasaran.<sup>125</sup> Modelnya yang simpel dan mudah dikenakan membuat hijab ini sangat diminati.<sup>126</sup></p>
14		<p><b>KRD Zagato</b> Hijab instan berbahan finex yang nyaman dikenakan. Memiliki tampilan yang cantik dengan desain <i>layer</i> di bagian depan. Hijab ini dirancang</p>	<p><b>Hijab Instan</b> Hijab instan adalah hijab yang sudah dijahit pada bagian tertentu dengan membentuk wajah dan dapat langsung dikenakan. Model hijab instan banyak ditemukan di</p>

<sup>124</sup> Rabbani, “Katalog Rabbani,” diakses 15 November 2024, <https://katalog.rabbani.id/katalog/93>.

<sup>125</sup> Purnama dan Radiona, “Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan Membuat Hijab Instan,” 36.

<sup>126</sup> Wawancara dengan Dayah, Arum, Halimatussadiyah, dan Endang, 3 Desember 2024.

		<p>simpel, praktis, dan multifungsi untuk memudahkan aktivitas. Tersedia berbagai warna.<sup>127</sup></p>	<p>pasaran.<sup>128</sup> Modelnya yang simpel dan mudah dikenakan membuat hijab ini sangat diminati.<sup>129</sup></p>
15		<p><b>KRD ZR-V</b> Hijab instan berbahan spandek balon yang nyaman dikenakan. Memiliki aksesoris rempel membentuk pola oval. Hijab ini dirancang simpel, praktis, dan multifungsi untuk memudahkan aktivitas. Tersedia ukuran XS-XL berbagai warna.<sup>130</sup></p>	<p><b>Hijab Instan</b> Hijab instan adalah hijab yang sudah dijahit pada bagian tertentu dengan membentuk wajah dan dapat langsung dikenakan. Model hijab instan banyak ditemukan di pasaran.<sup>131</sup> Modelnya yang simpel dan mudah dikenakan</p>

<sup>127</sup> Rabbani, “Katalog Rabbani,” diakses 15 November 2024, <https://katalog.rabbani.id/katalog/93>.

<sup>128</sup> Purnama dan Radiona, “Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan Membuat Hijab Instan,” 36.

<sup>129</sup> Wawancara dengan Dayah, Arum, Halimatussadiyah, dan Endang, 3 Desember 2024.

<sup>130</sup> Rabbani, “Katalog Rabbani,” diakses 15 November 2024, <https://katalog.rabbani.id/katalog/93>.

<sup>131</sup> Purnama dan Radiona, “Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan Membuat Hijab Instan,” 36.

			membuat hijab ini sangat diminati. <sup>132</sup>
16		<p><b>KRD Picanto</b> Hijab instan berbahan poliester yang sangat lembut. Tidak mudah kusut, memiliki aksesoris tali dan bunga. Hijab ini dirancang simpel, praktis, dan multifungsi untuk memudahkan aktivitas. Tersedia ukuran XS-XL berbagai warna.<sup>133</sup></p>	<p><b>Hijab Instan</b> Hijab instan adalah hijab yang sudah dijahit pada bagian tertentu dengan membentuk wajah dan dapat langsung dikenakan. Model hijab instan banyak ditemukan di pasaran.<sup>134</sup> Modelnya yang simpel dan mudah dikenakan membuat hijab ini sangat diminati.<sup>135</sup></p>

<sup>132</sup> Wawancara dengan Dayah, Arum, Halimatussadiyah, dan Endang, 3 Desember 2024.

<sup>133</sup> Rabbani, "Katalog Rabbani," diakses 15 November 2024, <https://katalog.rabbani.id/katalog/93>.

<sup>134</sup> Purnama dan Radiona, "Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan Membuat Hijab Instan," 36.

<sup>135</sup> Wawancara dengan Dayah, Arum, Halimatussadiyah, dan Endang, 3 Desember 2024.

17		<p><b>KRD Raize</b> Hijab instan berbahan poliester yang sangat lembut. Tidak mudah kusut, memiliki detail tali <i>ruffle</i> dan aksesoris <i>ruffle</i> di bagian <i>cutting</i> bawah. Hijab ini dirancang simpel, praktis, dan multifungsi untuk memudahkan aktivitas. Tersedia ukuran XS-XL berbagai warna.<sup>136</sup></p>	<p><b>Hijab Instan</b> Hijab instan adalah hijab yang sudah dijahit pada bagian tertentu dengan membentuk wajah dan dapat langsung dikenakan. Model hijab instan banyak ditemukan di pasaran.<sup>137</sup> Modelnya yang simpel dan mudah dikenakan membuat hijab ini sangat diminati.<sup>138</sup></p>
18		<p><b>Pashmina Saleen</b> Hijab ini sangat cocok untuk mengeksplorasi fesyen. Dibuat dengan bahan sifon bertekstur sehingga tidak licin namun tetap jatuh.</p>	<p><b>Hijab Pashmina</b> Pashmina merupakan hijab yang memiliki model persegi panjang. Hijab pashmina sering digunakan untuk acara tertentu karena memberi kesan elegan</p>

<sup>136</sup> Rabbani, “Katalog Rabbani,” diakses 15 November 2024, <https://katalog.rabbani.id/katalog/93>.

<sup>137</sup> Purnama dan Radiona, “Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan Membuat Hijab Instan,” 36.

<sup>138</sup> Wawancara dengan Dayah, Arum, Halimatussadiyah, dan Endang, 3 Desember 2024.

		Berukuran 170x65 cm dan tersedia berbagai warna. <sup>139</sup>	bagi penggunanya. <sup>140</sup> Pashmina berasal dari bahasa Persia “pashmineh.” <sup>141</sup>
19		<b>Zahira Dagadu</b> Hijab dengan variasi laser <i>cutting</i> berbentuk kotak, dilengkapi logo Rabbani pada bagian depan. Cocok digunakan sehari-hari. Berukuran 115x115	<b>Hijab Segi Empat</b> Sesuai namanya, model hijab ini adalah segi empat. Hijab segi empat dapat digunakan pada aktivitas sehari-hari. <sup>143</sup> Model hijab ini kerap menjadi pilhan saat acara baik acara

<sup>139</sup> Rabbani, “Katalog Rabbani,” diakses 15 November 2024, <https://katalog.rabbani.id/katalog/93>.

<sup>140</sup> Wawancara dengan Halimatussadiyah, 3 Desember 2024.

<sup>141</sup> Lestari Wahyu dan Alfin Julianto, “Persepsi Mahasiswa Dalam Menggunakan Style Hijab Di Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Al-Quraniyah Manna Bengkulu Selatan,” *Jurnal Pendidikan Islam Al-Affan* 4, no. 1 (1 Oktober 2023): 41, <https://doi.org/10.69775/jpia.v4i1.141>.

<sup>143</sup> Sartika Dewi dan Dini Lestari, “Strategi Bisnis dalam Mengembangkan Trend Hijab di Kalangan Remaja,” *Revenue Manuscript* 1, no. 1 (4 September 2023): 80, <https://revenue Manuscript.org/index.php/revenue/article/view/2>; Halimar dan Yusmar Yusuf, “Wanita Berhijab di Kawasan Kampus (Studi Kasus Fashion Hijab Temporer di Kalangan Mahasiswi Kampus Bina Widya Universitas Riau Kota Pekanbaru),” *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* 4, no. 1 (31 Maret 2017): 6, <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/13746>.

		cm dan tersedia berbagai warna. <sup>142</sup>	resmi maupun tidak resmi. <sup>144</sup>
20		<b>Zanan Bentley</b> Dibuat dari bahan sifon, tidak mudah kusut, dan nyaman dikenakan. Ada desain <i>layer</i> dan pita yang menarik. Berukuran 115x115 cm dan tersedia berbagai warna. <sup>145</sup>	<b>Hijab Segi Empat</b> Sesuai namanya, model hijab ini adalah segi empat. Hijab segi empat dapat digunakan pada aktivitas sehari-hari. <sup>146</sup> Model hijab ini kerap menjadi pilihan saat acara resmi maupun tidak resmi. <sup>147</sup>

<sup>142</sup> Rabbani, “Katalog Rabbani,” diakses 15 November 2024, <https://katalog.rabbani.id/katalog/93>.

<sup>144</sup> Wawancara dengan Arum dan Halimatussadiyah, 3 Desember 2024.

<sup>145</sup> Rabbani, “Katalog Rabbani,” diakses 15 November 2024, <https://katalog.rabbani.id/katalog/93>.

<sup>146</sup> Halimar dan Yusuf, “Wanita Berhijab di Kawasan Kampus,” 6; Dewi dan Lestari, “Strategi Bisnis Mengembangkan Trend Hijab,” 80.

<sup>147</sup> Wawancara dengan Arum dan Halimatussadiyah, 3 Desember 2024.

21		<p><b>Zahira Solder</b>  Hijab segi empat dengan variasi gelombang di setiap sisinya memberikan kesan minimalis dan simpel. Berukuran 115x115 cm dan tersedia berbagai warna.<sup>148</sup></p>	<p><b>Hijab Segi Empat</b>  Sesuai namanya, model hijab ini adalah segi empat. Hijab segi empat dapat digunakan pada aktivitas sehari-hari.<sup>149</sup> Model hijab ini kerap menjadi pilihan saat acara baik acara resmi maupun tidak resmi.<sup>150</sup></p>
22		<p><b>Tetra Veyla</b>  Hijab berdesain polos dengan ujung aset berbahan finex yang mudah diatur, tidak mudah kusut dan nyaman digunakan. Berukuran 110x110</p>	<p><b>Hijab Segi Empat</b>  Sesuai namanya, model hijab ini adalah segi empat. Hijab segi empat dapat digunakan pada aktivitas sehari-hari.<sup>152</sup> Model hijab ini kerap menjadi pilihan saat acara baik acara</p>

<sup>148</sup> Rabbani, “Katalog Rabbani,” diakses 15 November 2024, <https://katalog.rabbani.id/katalog/93>.

<sup>149</sup> Halimar dan Yusuf, “Wanita Berhijab di Kawasan Kampus,” 6; Dewi dan Lestari, “Strategi Bisnis Mengembangkan Trend Hijab,” 80.

<sup>150</sup> Wawancara dengan Arum dan Halimatussadiyah, 3 Desember 2024.

<sup>152</sup> Halimar dan Yusuf, “Wanita Berhijab di Kawasan Kampus,” 6; Dewi dan Lestari, “Strategi Bisnis Mengembangkan Trend Hijab,” 80.

		cm dan tersedia berbagai warna. <sup>151</sup>	resmi maupun tidak resmi. <sup>153</sup>
23		<b>Tetra Zarina</b> Terinspirasi dari tekstur yang kasar sebelum dipoles, memiliki gradasi warna yang variatif desain bunga astor. Berukuran 115x115 cm dan tersedia berbagai warna. <sup>154</sup>	<b>Hijab Segi Empat</b> Sesuai namanya, model hijab ini adalah segi empat, dapat digunakan pada aktivitas sehari-hari. <sup>155</sup> Model hijab ini kerap menjadi pilihan saat acara resmi maupun tidak resmi. <sup>156</sup>

<sup>151</sup> Rabbani, “Katalog Rabbani,” diakses 15 November 2024, <https://katalog.rabbani.id/katalog/93>.

<sup>153</sup> Wawancara dengan Arum dan Halimatussadiyah, 3 Desember 2024.

<sup>154</sup> Rabbani, “Katalog Rabbani,” diakses 15 November 2024, <https://katalog.rabbani.id/katalog/93>.

<sup>155</sup> Halimar dan Yusuf, “Wanita Berhijab di Kawasan Kampus,” 6; Dewi dan Lestari, “Strategi Bisnis Mengembangkan Trend Hijab,” 80.

<sup>156</sup> Wawancara dengan Arum dan Halimatussadiyah, 3 Desember 2024.

24		<p><b>Tetra Nahla</b> Hijab dengan <i>full</i> motif bunga lili dan desain minimalis yang mengadaptasi <i>embossed texture</i>, memberikan kesan simpel dan elegan. Berukuran 110x110 cm dan tersedia berbagai warna.<sup>157</sup></p>	<p><b>Hijab Segi Empat</b> Sesuai namanya, model hijab ini adalah segi empat. Hijab segi empat dapat digunakan pada aktivitas sehari-hari.<sup>158</sup> Model hijab ini kerap menjadi pilihan saat acara baik acara resmi maupun tidak resmi.<sup>159</sup></p>
25		<p><b>Arabia</b> Hijab segi empat polos dengan variasi rawis di bagian tepi kerudung dan berbahan voal katun. Selain cocok digunakan untuk sekolah, dapat juga digunakan untuk aktivitas sehari-</p>	<p><b>Hijab Segi Empat</b> Sesuai namanya, model hijab ini adalah segi empat. Hijab segi empat dapat digunakan pada aktivitas sehari-hari.<sup>161</sup> Model hijab ini kerap menjadi pilihan saat acara baik acara</p>

<sup>157</sup> Rabbani, “Katalog Rabbani,” diakses 15 November 2024, <https://kitalog.rabbani.id/katalog/93>.

<sup>158</sup> Halimar dan Yusuf, “Wanita Berhijab di Kawasan Kampus,” 6; Dewi dan Lestari, “Strategi Bisnis Mengembangkan Trend Hijab,” 80.

<sup>159</sup> Wawancara dengan Arum dan Halimatussadiyah, 3 Desember 2024.

<sup>161</sup> Halimar dan Yusuf, “Wanita Berhijab di Kawasan Kampus,” 6; Dewi dan Lestari, “Strategi Bisnis Mengembangkan Trend Hijab,” 80.

		hari. Berukuran 115x115 cm dan tersedia berbagai warna. <sup>160</sup>	resmi maupun tidak resmi. <sup>162</sup>
26		<b>Zahira Kaila</b> Terinspirasi oleh daya tarik teka-teki, hijab ini menampilkan visual teka-teki yang menyenangkan bagi para pecinta mode. Berukuran 110x110 cm dan tersedia berbagai warna. <sup>163</sup>	<b>Hijab Segi Empat</b> Sesuai namanya, model hijab ini adalah segi empat. Hijab segi empat dapat digunakan pada aktivitas sehari-hari. <sup>164</sup> Model hijab ini kerap menjadi pilhan saat acara baik acara resmi maupun tidak resmi. <sup>165</sup>

<sup>160</sup> Rabbani, “Katalog Rabbani,” diakses 15 November 2024, <https://katalog.rabbani.id/katalog/93>.

<sup>162</sup> Wawancara dengan Arum dan Halimatussadiyah, 3 Desember 2024.

<sup>163</sup> Rabbani, “Katalog Rabbani,” diakses 15 November 2024, <https://katalog.rabbani.id/katalog/93>.

<sup>164</sup> Halimar dan Yusuf, “Wanita Berhijab di Kawasan Kampus,” 6; Dewi dan Lestari, “Strategi Bisnis Mengembangkan Trend Hijab,” 80.

<sup>165</sup> Wawancara dengan Arum dan Halimatussadiyah, 3 Desember 2024.

27		<p><b>Tetra Lanadey</b> Terinspirasi dari bentuk dan garis yang membentuk motif kotak-kotak. Logo “Dluha” dengan gaya <i>doodle</i> memberikan kesan unik dan sederhana. Berukuran 113x113 cm dan tersedia berbagai warna.<sup>166</sup></p>	<p><b>Hijab Segi Empat</b> Sesuai namanya, model hijab ini adalah segi empat. Hijab segi empat dapat digunakan pada aktivitas sehari-hari.<sup>167</sup> Model hijab ini kerap menjadi pilhan saat acara baik acara resmi maupun tidak resmi.<sup>168</sup></p>
28		<p><b>Zahira Fathin</b> Terinspirasi dari gaya <i>vintage</i> klasik dipadukan dengan bunga daisy dan logo “Ro”. Dibuat dengan teknik berulang untuk memberikan tampilan desain yang tampak</p>	<p><b>Hijab Segi Empat</b> Sesuai namanya, model hijab ini adalah segi empat. Hijab segi empat dapat digunakan pada aktivitas sehari-hari.<sup>170</sup> Model hijab ini kerap menjadi pilhan saat acara baik acara</p>

<sup>166</sup> Rabbani, “Katalog Rabbani,” diakses 15 November 2024, <https://katalog.rabbani.id/katalog/93>.

<sup>167</sup> Halimar dan Yusuf, “Wanita Berhijab di Kawasan Kampus,” 6; Dewi dan Lestari, “Strategi Bisnis Mengembangkan Trend Hijab,” 80.

<sup>168</sup> Wawancara dengan Arum dan Halimatussadiyah, 3 Desember 2024.

<sup>170</sup> Halimar dan Yusuf, “Wanita Berhijab di Kawasan Kampus,” 6; Dewi dan Lestari, “Strategi Bisnis Mengembangkan Trend Hijab,” 80.

		elegan, klasik, dan modern. Berukuran 115x115 cm dan tersedia berbagai warna. <sup>169</sup>	resmi maupun tidak resmi. <sup>171</sup>
29		<b>Zahira Melanie</b> Perpaduan antara kontemporer dan klasik memberi ciri khas lebih rapi dan bersih. Bingkai pada hijab ini dibuat kontras agar terlihat lebih berani. Berukuran 110x110 cm dan tersedia berbagai warna. <sup>172</sup>	<b>Hijab Segi Empat</b> Sesuai namanya, model hijab ini adalah segi empat. Hijab segi empat dapat digunakan pada aktivitas sehari-hari. <sup>173</sup> Model hijab ini kerap menjadi pilhan saat acara baik acara resmi maupun tidak resmi. <sup>174</sup>

<sup>169</sup> Rabbani, “Katalog Rabbani,” diakses 15 November 2024, <https://katalog.rabbani.id/katalog/93>.

<sup>171</sup> Wawancara dengan Arum dan Halimatussadiyah, 3 Desember 2024.

<sup>172</sup> Rabbani, “Katalog Rabbani,” diakses 15 November 2024, <https://katalog.rabbani.id/katalog/93>.

<sup>173</sup> Halimar dan Yusuf, “Wanita Berhijab di Kawasan Kampus,” 6; Dewi dan Lestari, “Strategi Bisnis Mengembangkan Trend Hijab,” 80.

<sup>174</sup> Wawancara dengan Arum dan Halimatussadiyah, 3 Desember 2024.

30		<p><b>Tetra Faiha</b> Terinspirasi dari Masjid Nabawi, Raudhah, payung lipat Madinah, dan bunga tulip. Desain dan komposisinya membuat hijab ini unik, elegan, dan modern. Berukuran 115x115 cm dan berbagai warna.<sup>175</sup></p>	<p><b>Hijab Segi Empat</b> Sesuai namanya, model hijab ini adalah segi empat. Hijab segi empat dapat digunakan pada aktivitas sehari-hari.<sup>176</sup> Model hijab ini kerap menjadi pilihan saat acara baik acara resmi maupun tidak resmi.<sup>177</sup></p>
31		<p><b>Tetra Naula</b> Ilustrasi bunga simpel berpadu mandala yang tersusun abstrak. Ditampilkan dalam warna <i>earth tone</i>, menginterpretasikan karakter wanita cantik, hangat, dan elegan. Berukuran</p>	<p><b>Hijab Segi Empat</b> Sesuai namanya, model hijab ini adalah segi empat. Hijab segi empat dapat digunakan pada aktivitas sehari-hari.<sup>179</sup> Model hijab ini kerap menjadi pilihan saat acara baik acara</p>

<sup>175</sup> Rabbani, “Katalog Rabbani,” diakses 15 November 2024, <https://katalog.rabbani.id/katalog/93>.

<sup>176</sup> Halimar dan Yusuf, “Wanita Berhijab di Kawasan Kampus,” 6; Dewi dan Lestari, “Strategi Bisnis Mengembangkan Trend Hijab,” 80.

<sup>177</sup> Wawancara dengan Arum dan Halimatussadiyah, 3 Desember 2024.

<sup>179</sup> Halimar dan Yusuf, “Wanita Berhijab di Kawasan Kampus,” 6; Dewi dan Lestari, “Strategi Bisnis Mengembangkan Trend Hijab,” 80.

		115x115 cm dan berbagai warna. <sup>178</sup>	resmi maupun tidak resmi. <sup>180</sup>
32		<p><b>Tetra Halia</b> Hijab ini memiliki gaya kontemporer yang estetik, berpadu motif bunga dengan elemen geometris yang disusun secara acak. Komposisi desain membuat kesan dinamis. Berukuran 115x115 cm dan tersedia berbagai warna.<sup>181</sup></p>	<p><b>Hijab Segi Empat</b> Sesuai namanya, model hijab ini adalah segi empat. Hijab segi empat dapat digunakan pada aktivitas sehari-hari.<sup>182</sup> Model hijab ini kerap menjadi pilhan saat acara baik acara resmi maupun tidak resmi.<sup>183</sup></p>

<sup>178</sup> Rabbani, “Katalog Rabbani,” diakses 15 November 2024, <https://katalog.rabbani.id/katalog/93>.

<sup>180</sup> Wawancara dengan Arum dan Halimatussadiyah, 3 Desember 2024.

<sup>181</sup> Rabbani, “Katalog Rabbani,” diakses 15 November 2024, <https://katalog.rabbani.id/katalog/93>.

<sup>182</sup> Halimar dan Yusuf, “Wanita Berhijab di Kawasan Kampus,” 6; Dewi dan Lestari, “Strategi Bisnis Mengembangkan Trend Hijab,” 80.

<sup>183</sup> Wawancara dengan Arum dan Halimatussadiyah, 3 Desember 2024.

33		<p><b>Tetra Biani</b>  Terinspirasi dari motif kotak-kotak Gingham.  Perpaduan motif garis dan tipografi merek Rabbani yang dibuat dengan teknik <i>liquify</i> menjadikan hijab ini memiliki tampilan yang unik. Berukuran 115x115 cm dan tersedia berbagai warna.<sup>184</sup></p>	<p><b>Hijab Segi Empat</b>  Sesuai namanya, model hijab ini adalah segi empat. Hijab segi empat dapat digunakan pada aktivitas sehari-hari.<sup>185</sup> Model hijab ini kerap menjadi pilihan saat acara baik acara resmi maupun tidak resmi.<sup>186</sup></p>
34		<p><b>Tetra Atari</b>  Terinspirasi dari gaya <i>vintage</i> klasik dan bunga daisy. Berpadu dengan motif geometris sebagai dengan komposisi abstrak dan detail unik serta stilisasi logo</p>	<p><b>Hijab Segi Empat</b>  Sesuai namanya, model hijab ini adalah segi empat. Hijab segi empat dapat digunakan pada aktivitas sehari-</p>

<sup>184</sup> Rabbani, “Katalog Rabbani,” diakses 15 November 2024, <https://katalog.rabbani.id/katalog/93>.

<sup>185</sup> Halimar dan Yusuf, “Wanita Berhijab di Kawasan Kampus,” 6; Dewi dan Lestari, “Strategi Bisnis Mengembangkan Trend Hijab,” 80.

<sup>186</sup> Wawancara dengan Arum dan Halimatussadiah, 3 Desember 2024.

		<p>“Ro” sebagai identitas merek. Berukuran 115x115 cm dan tersedia berbagai warna.<sup>187</sup></p>	<p>hari.<sup>188</sup> Model hijab ini kerap menjadi pilhan saat acara baik acara resmi maupun tidak resmi.<sup>189</sup></p>
35		<p><b>Tetra Lidya</b> Hijab dengan motif yang memadukan unsur dua dimensi, memberi kesan <i>artsy</i> dengan bunga yang memiliki sisi feminin. Hijab ini cocok untuk wanita yang menyukai gaya feminin yang kasual. Berukuran 113x113 cm dan</p>	<p><b>Hijab Segi Empat</b> Sesuai namanya, model hijab ini adalah segi empat. Hijab segi empat dapat digunakan pada aktivitas sehari-hari.<sup>191</sup> Model hijab ini kerap menjadi pilhan saat acara baik acara resmi maupun tidak resmi.<sup>192</sup></p>

<sup>187</sup> Rabbani, “Katalog Rabbani,” diakses 15 November 2024, <https://katalog.rabbani.id/katalog/93>.

<sup>188</sup> Halimar dan Yusuf, “Wanita Berhijab di Kawasan Kampus,” 6; Dewi dan Lestari, “Strategi Bisnis Mengembangkan Trend Hijab,” 80.

<sup>189</sup> Wawancara dengan Arum dan Halimatussadiyah, 3 Desember 2024.

<sup>191</sup> Halimar dan Yusuf, “Wanita Berhijab di Kawasan Kampus,” 6; Dewi dan Lestari, “Strategi Bisnis Mengembangkan Trend Hijab,” 80.

<sup>192</sup> Wawancara dengan Arum dan Halimatussadiyah, 3 Desember 2024.

		tersedia berbagai warna. <sup>190</sup>	
36		<p><b>Tetra Binara</b> Terinspirasi oleh gaya klasik, dipadukan dengan gaya khas "Ro" untuk identitas merek. Dirancang dengan komposisi abstrak, memberikan kesan berkelas, glamor, dan berbudaya. Berukuran 113x113 cm dan tersedia berbagai warna.<sup>193</sup></p>	<p><b>Hijab Segi Empat</b> Sesuai namanya, model hijab ini adalah segi empat. Hijab segi empat dapat digunakan pada aktivitas sehari-hari.<sup>194</sup> Model hijab ini kerap menjadi pilihan saat acara baik acara resmi maupun tidak resmi.<sup>195</sup></p>

<sup>190</sup> Rabbani, "Katalog Rabbani," diakses 15 November 2024, <https://katalog.rabbani.id/katalog/93>.

<sup>193</sup> Rabbani, "Katalog Rabbani," diakses 15 November 2024, <https://katalog.rabbani.id/katalog/93>.

<sup>194</sup> Halimar dan Yusuf, "Wanita Berhijab di Kawasan Kampus," 6; Dewi dan Lestari, "Strategi Bisnis Mengembangkan Trend Hijab," 80.

<sup>195</sup> Wawancara dengan Arum dan Halimatussadiah, 3 Desember 2024.

37		<p><b>Tetra Fahla</b> Berpada dengan motif bunga dan warna pastel, hijab ini memberikan kesan manis dan feminin. Sentuhan efek kuas pada bagian tepi antar motifnya memberikan kesan artistik. Berukuran 113x113 cm dan tersedia berbagai warna.<sup>196</sup></p>	<p><b>Hijab Segi Empat</b> Sesuai namanya, model hijab ini adalah segi empat. Hijab segi empat dapat digunakan pada aktivitas sehari-hari.<sup>197</sup> Model hijab ini kerap menjadi pilihan saat acara baik acara resmi maupun tidak resmi.<sup>198</sup></p>
38		<p><b>Zahira Amaya</b> Berpada dengan motif dedaunan, bunga, dan warna pastel, hijab ini memberikan kesan manis dan feminin. Berukuran 110x110</p>	<p><b>Hijab Segi Empat</b> Sesuai namanya, model hijab ini adalah segi empat. Hijab segi empat dapat digunakan pada aktivitas sehari-</p>

<sup>196</sup> Rabbani, “Katalog Rabbani,” diakses 15 November 2024, <https://katalog.rabbani.id/katalog/93>.

<sup>197</sup> Halimar dan Yusuf, “Wanita Berhijab di Kawasan Kampus,” 6; Dewi dan Lestari, “Strategi Bisnis Mengembangkan Trend Hijab,” 80.

<sup>198</sup> Wawancara dengan Arum dan Halimatussadiyah, 3 Desember 2024.

		cm dan tersedia berbagai warna. <sup>199</sup>	hari. <sup>200</sup> Model hijab ini kerap menjadi pilhan saat acara baik acara resmi maupun tidak resmi. <sup>201</sup>
--	--	--	--

Dari hasil penelitian model hijab Rabbani di Instagram, ditemukan sebanyak 17 hijab instan, 1 hijab pashmina, dan 20 hijab segi empat dengan total keseluruhan adalah 38 hijab. Selanjutnya, hasil penelitian dikelompokkan menjadi tiga kategori berdasarkan modelnya yaitu model hijab segi tiga (hijab instan), model hijab persegi panjang (hijab pashmina), dan model hijab segi empat (hijab segi empat). Ketiga kategori ini kemudian dianalisis menggunakan semiotika Ferdinand De Saussure dan teori konstruksi Sosial Peter L. Berger dan Thomas Luckman. Adapun bagian yang dianalisis dari tabel di atas adalah model hijab.

---

<sup>199</sup> Rabbani, “Katalog Rabbani,” diakses 15 November 2024, <https://katalog.rabbani.id/katalog/93>.

<sup>200</sup> Halimar dan Yusuf, “Wanita Berhijab di Kawasan Kampus,” 6; Dewi dan Lestari, “Strategi Bisnis Mengembangkan Trend Hijab,” 80.

<sup>201</sup> Wawancara dengan Arum dan Halimatussadiyah, 3 Desember 2024.

**BAB IV**  
**ANALISIS SEMIOTIKA FERDINAND DE SAUSSURE**  
**DAN KONSTRUKSI SOSIAL PETER L. BERGER**  
**DAN THOMAS LUCKMAN**

**A. Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure**

Penelitian ini menggunakan teori semiotika Ferdinand De Saussure dan teori konstruksi sosial Peter L. Berger dan Thomas Luckman. Kedua teori tersebut digunakan untuk menganalisis model hijab Rabbani di Instagram. Hasil penelitian tentang model hijab Rabbani di Instagram selanjutnya dianalisis dengan langkah-langkah sebagai berikut:


1. Melakukan analisis semiotika Ferdinand De Saussure dengan cara mencari penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*) dari setiap tanda (*sign*). Indikatornya yaitu penanda (*signifier*) merupakan bunyi atau coretan yang bermakna (aspek material), yakni apa yang dikatakan, ditulis, atau dibaca. Adapun petanda (*signified*) merupakan gambaran mental, yaitu pikiran atau konsep dari penanda.
2. Melihat tanda (*sign*), penanda (*signifier*), dan petanda (*signified*) dengan realitas sosial.

3. Mengkombinasikan hasil analisis semiotika Ferdinand De Saussure dengan teori konstruksi sosial Peter L. Berger dan Thomas Luckman melalui proses eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi.
4. Menarik kesimpulan berdasarkan hasil analisis.<sup>202</sup>

Berikut ini adalah hasil analisis semiotika Ferdinand De Saussure tentang model hijab Rabbani di Instagram:

1. Model Hijab Segi Tiga (Hijab Instan)

**Tabel 2**  
**Analisis Semiotika Model Hijab Instan**

<b>Tanda (<i>Sign</i>)</b>	<b>Penanda (<i>Signifier</i>)</b>	<b>Petanda (<i>Signified</i>)</b>
	Hijab Instan	Model hijab segi tiga dengan berbagai warna, dibuat dari bahan poliester. Segi tiga merupakan bangun datar yang dibatasi oleh tiga ruas garis yang ujungnya

---

<sup>202</sup> Alex Sobur, *Analisis Teks Media Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006), 125; Moch. Choiruddin, “Analisis Semiotik Film *Ku Kira Kau Rumah* (Semiotika Model Ferdinand De Saussure)” Disertasi, Universitas 17 Agustus, 2022, repository.untag-sby.ac.id; Ayun Masfufah, “Konstruksi Nilai-Nilai Nasionalisme dalam Lirik Lagu (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure pada Lirik Lagu ‘Menoleh’ oleh Pandji Pragiwaksono),” *AL MUNIR: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, no. 0 (1 Oktober 2020): 143, <https://doi.org/10.15548/amj-kpi.v0i0.2080>.

		<p>saling bertemu dan membentuk sudut.<sup>203</sup> Secara umum, segi tiga terbagi menjadi tiga, yaitu segi tiga sama sisi, segitiga sama kaki, dan segitiga siku-siku. Segi tiga memiliki makna keseimbangan hidup, artinya manusia senantiasa menjaga hubungan antar manusia, hubungan dengan alam, dan hubungan dengan Sang Pencipta.<sup>204</sup> Segi tiga juga mengandung makna bahwa kekuasaan tertinggi ada di tangan Tuhan yang dilambangkan pada puncak segitiga.<sup>205</sup></p>
--	--	---

---

<sup>203</sup> Febriani Mita Bili, A. A. Sujadi, dan Tri Astuti Arigiyati, "Identifikasi Etnomatematika pada Motif Kain Tenun Sumba Barat Daya," *UNION: Jurnal Ilmiah Pendidikan Matematika* 7, no. 1 (1 Juni 2019): 122, <https://doi.org/10.30738/union.v7i1.3984>.

<sup>204</sup> Ryopanintama Yuniar Putra, Zainnur Wijayanto, dan Sri Adi Widodo, "Etnomatematika: Masjid Soko Tunggal Dalam Pembelajaran Geometri 2D," *Jurnal Riset Pendidikan Dan Inovasi Pembelajaran Matematika* 4, no. 1 (30 September 2020): 14–15, <https://doi.org/10.26740/jrpipm.v4n1.p10-22>.

<sup>205</sup> Nurbaeti dkk., "Ethnomathematics on Woven Fabric (Tembe Nggoli) of Mbojo Tribe Society," *Journal of Physics: Conference Series*

		<p>Poliester adalah serat sintetis yang terbuat dari bahan dasar minyak bumi. Jika dibandingkan dengan kain alami seperti katun atau sutra, bahan poliester memiliki karakteristik yang berbeda karena berasal dari proses kimia. Poliester pertama kali diproduksi pada tahun 1940 dan semakin populer di industri fesyen karena daya tahannya dan harganya yang lebih terjangkau. Bahan poliester terdiri dari serat plastik yang fleksibel dan ringan. Inilah yang membuat kain poliester tidak mudah kusut dan tahan lama.<sup>206</sup> Merah termasuk dalam golongan warna primer. Warna melambangkan cinta,</p>
--	--	--

---

1280, no. 2 (November 2019): 4, <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1280/2/022049>.

<sup>206</sup> Kamila Zahra, “Apa Itu Polyester? Pengertian, Jenis, Kelebihan, dan Penggunaannya dalam Dunia Fashion,” *SI Kriya Tekstil & Fashion Telkom University*, 28 November 2024, <https://bcaf.telkomuniversity.ac.id/apa-itu-polyester-pengertian-jenis-kelebihan-dan-penggunaannya-dalam-dunia-fashion/>.

		<p>semangat, atau kemarahan. Warna merah dalam psikologi berkaitan dengan energi, gairah, dan kegembiraan. Warna ini memiliki ciri khas yang berbahaya dan dapat memengaruhi perasaan seseorang menjadi negatif seperti meningkatkan kecemasan seseorang. Warna merah juga sering dikaitkan dengan ketakutan dan kekerasan.<sup>207</sup> Warna biru tua memiliki makna ketenteraman, ketenangan, kedamaian, dan kenyamanan.<sup>208</sup> Abu-abu merupakan golongan warna turunan.<sup>209</sup> Warna abu-abu memiliki makna</p>
--	--	---

---

<sup>207</sup> Fanthony Everell dan Santi Delliana, “Makna Warna Merah Dan Putih Dalam Video Klip Hingga Tua Bersama Rizky Febian,” *KALBISIANA Jurnal Sains, Bisnis Dan Teknologi* 10, no. 2 (26 Juni 2024): 187, <https://doi.org/10.53008/kalbisiana.v10i2.2650>.

<sup>208</sup> Panji Raditya dan Purwanto, “Analisis Bentuk Estetik Dan Makna Simbolik Motif Batik Khas Wonosobo Sebagai Busana Identitas Daerah,” *Eduarts: Jurnal Pendidikan Seni* 12, no. 3 (1 September 2023): 172, <https://journal.unnes.ac.id/sju/eduart/article/view/76628>.

<sup>209</sup> Aziz, “Representasi Semiotika Al-Qur’an (Analisis Simbol Warna Putih),” 60–61.

		pengetahuan, berwawasan luas, damai, sejuk, tenang, dingin, sedih, suram, berpikir, dan intelektual. <sup>210</sup>
--	--	---

Model hijab segi tiga atau hijab instan adalah hijab yang sudah dijahit pada bagian tertentu dengan membentuk wajah dan dapat langsung dikenakan. Modelnya yang simpel dan mudah dikenakan (langsung masuk kepala tanpa dijepit dengan menggunakan pentul atau peniti) membuat hijab instan menjadi favorit di kalangan masyarakat.<sup>211</sup> Hijab instan cocok digunakan dalam aktivitas sehari-hari seperti bersekolah, ke pasar, pergi mengaji, dan sebagainya. Hijab instan menjadi pilihan banyak wanita karena cara penggunaannya sangat mudah, tidak memerlukan jarum atau peniti, dan dapat langsung dikenakan.<sup>212</sup>

---

<sup>210</sup> Karja, "Makna Warna," 115.

<sup>211</sup> Purnama dan Radiona, "Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan Membuat Hijab Instan," 36.

<sup>212</sup> Wawancara dengan Dayah, Arum, Halimatussadiah, dan Endang.

Hijab instan tersedia berbagai warna. Walaupun tampil Muslimah, pengguna dapat tetap *fashionable* dan memudahkan aktifitas walaupun berhijab. Model hijab instan memiliki beragam ukuran yang dapat menutupi bahu sampai tangan. Hijab instan yang pendek biasanya digunakan untuk berolahraga sehingga sering disebut dengan *sporty* hijab. Sementara itu, hijab instan berukuran sedang biasanya digunakan untuk aktivitas sehari-hari. Adapun hijab instan yang lebar lebih cenderung digunakan pada kegiatan keagamaan seperti pengajian, meskipun banyak pula yang mengenakannya dalam aktivitas sehari-hari. Hijab instan yang lebar memiliki tampilan yang menutupi lengan sehingga terkadang dimanfaatkan oleh wanita yang memakai baju lengan pendek untuk menutupi auratnya. Dengan demikian, dianggap tidak perlu mengenakan jaket atau pakaian lengan panjang lagi.

2. Model Hijab Persegi Panjang (Hijab Pashmina)

**Tabel 3**  
**Analisis Semiotika Model Hijab Pashmina**

<b>Tanda (<i>Sign</i>)</b>	<b>Penanda (<i>Signifier</i>)</b>	<b>Petanda (<i>Signified</i>)</b>
----------------------------	-----------------------------------	-----------------------------------

	<p>Hijab Pashmina</p>	<p>Model hijab persegi panjang berwarna putih dengan bahan sifon. Sifon adalah kain yang memiliki sifat ringan dan <i>flowy</i>.<sup>213</sup> Tekstur sifon sedikit lebih redup dan transparan daripada bahan lainnya.<sup>214</sup> Persegi panjang memiliki makna kesederhanaan.<sup>215</sup> Persegi panjang sering diartikan sebagai simbol keseimbangan. Bentuk persegi panjang yang simetris mencerminkan keselarasan dan harmoni antara berbagai aspek kehidupan, seperti hubungan antara manusia</p>
---	-----------------------	--

---

<sup>213</sup> Christabel Annora Paramita Parung, Dewa Ayu Sarastia Devi Suwasnita, dan Ninik Juniati, “Penerapan Textile Manipulation Fabric Twisting pada Koleksi Inspirasi Kisah Ramayana Rama dan Sinta Citywear Autumn/Winter 2023/2024,” *CALYPTRA* 12, no. 1 (26 Agustus 2024): 3, <https://journal.ubaya.ac.id/index.php/jimus/article/view/6793>.

<sup>214</sup> Dina Maryu Leha dan Enny Zuhni Khayati, “Penggunaan Fiksator Alam pada Ecoprint Daun Mindi (*Melia Azedarach L.*) Kain Satin dan Sifon,” *Prosiding Pendidikan Teknik Boga Busana* 17, no. 1 (2022): 2, <http://journal.uny.ac.id/index.php/ptbb/article/view/59326>.

<sup>215</sup> Fatharisa Azzahrawani dkk., “Etnomatematika Kearifan Lokal Khas Sumatera Utara: Eksplorasi Bentuk-Bentuk Geometri Dan Makna Budaya,” *Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara* 1, no. 5 (5 Oktober 2024): 6349, <https://jicnusanantara.com/index.php/jicn/article/view/1052>.

	<p>dan alam, individu dan komunitas, serta spiritualitas dan kehidupan sehari-hari. Simetri persegi panjang diinterpretasikan sebagai pengingat akan pentingnya menjaga keseimbangan hidup, simbol kebersamaan, kerjasama, dan persatuan yang kuat. Bentuk persegi panjang mencerminkan struktur yang berimbang dan harmonis. Persegi panjang juga dapat diartikan sebagai simbol ketetapan atau kepastian.<sup>216</sup> Putih merupakan warna primer.<sup>217</sup> Warna putih memiliki karakter positif dan simpel. Warna ini memiliki makna kedamaian, kebenaran, kesopanan, warna para ulama, dan simbol</p>
--	--

---

<sup>216</sup> Carlia Demasari Sirait dkk., “Makna Filosofis Simetri Dalam Seni Ulos Batak: Analisis Etnomatematikageometri Sumatera Utara,” *Jurnal Pendidikan Tambusai* 7, no. 3 (16 Desember 2023): 5–6, <https://doi.org/10.31004/jptam.v7i3.11558>.

<sup>217</sup> Abd Aziz, “Representasi Semiotika Al-Qur’an (Analisis Simbol Warna Putih),” *Mumtaz: Jurnal Studi Al-Quran dan Keislaman* 5, no. 01 (30 Juni 2021): 61, <https://doi.org/10.36671/mumtaz.v5i01.173>.

	<p>kejujuran.<sup>218</sup> Warna putih memiliki makna kesucian, permulaan, kejelasan, ketiadaan, kasih sayang, ketulusan, dan kebersihan. Warna putih memberi efek keheningan yang agung.<sup>219</sup> Secara psikologis warna putih dapat memberi efek menenangkan pada jiwa manusia.<sup>220</sup> Warna putih kerap digunakan pada gaun pernikahan untuk menunjukkan kebahagiaan.<sup>221</sup> Wanita surga direpresentasikan</p>
--	---

---

<sup>218</sup> Armelia Dafrina dkk., “Kajian Makna Ornamen dan Makna Warna Ornamen Umah Pitu Ruang (Studi Kasus Umah Pitu Ruang di Desa Kemili, Aceh Tengah),” *Arsitekno* 9, no. 1 (6 April 2022): 12, <https://doi.org/10.29103/arj.v9i1.6262>.

<sup>219</sup> I. Wayan Karja, “Makna Warna,” *Prosiding Bali Dwipantara Waskita: Seminar Nasional Republik Seni Nusantara* 1, no. 1 (8 November 2021): 115, <https://eproceeding.isi-dps.ac.id/index.php/bdw/article/view/260>.

<sup>220</sup> Lilis Masyufah dkk., “Evaluasi Kenyamanan Mahasiswa terhadap Penggunaan Seragam STIKES Yayasan RS Dr. Soetomo,” *Jurnal Syntax Admiration* 1, no. 2 (22 Juni 2020): 54, <https://doi.org/10.46799/jsa.v1i2.24>.

<sup>221</sup> Ika Rama Suhandra, “Studi Komparatif Makna Konotasi Warna dalam Budaya Masyarakat Barat dan Masyarakat Suku Sasak Lombok Indonesia,” *Cordova Journal: Languages and Culture Studies* 9, no. 1 (30 Juni 2019): 19, <https://doi.org/10.20414/cordova.v9i1.1774>.

	<p>dengan warna putih (kulitnya seperti warna telur) dalam surah Al-Saffat ayat 49. Makna positif dari warna putih ini, terkadang diasumsikan konotasi negatif, yakni ketika rambut seseorang sudah beruban, atau warna kain kafan, yang memuat simbolisme kematian. Kalimat ‘bendera putih berkibar,’ itu artinya tanda menyerah, ketaatan, dan melambangkan pesimisme.<sup>222</sup></p>
--	--

Pashmina merupakan hijab dengan model persegi panjang seperti selendang. Pashmina berasal dari bahasa Persia “pashmineh” dan terbuat dari wol. Wol tersebut berasal dari *changthangi* (kambing Pashmina) yang berasal dari dataran tinggi Himalaya di India, Nepal, dan Pakistan. Saat ini, pashmina tidak hanya terbuat dari bahan wol, tetapi juga diproduksi dari berbagai jenis kain.

---

<sup>222</sup> Aziz, “Representasi Semiotika Al-Qur’an (Analisis Simbol Warna Putih),” 62.

Pashmina adalah model hijab yang digemari kalangan anak muda.<sup>223</sup>

Model hijab pashmina dapat digunakan baik dalam acara resmi maupun tidak resmi karena mudah divariasikan. Penggemar hijab pashmina didominasi oleh anak-anak muda hingga dewasa yang suka tampil *fashionable*. Hijab pashmina biasanya dipilih ketika menghadiri acara tertentu karena memberi kesan elegan bagi penggunanya.<sup>224</sup> Meskipun demikian, tidak sedikit yang menggunakan pashmina untuk sekadar jalan-jalan seperti ke mall, tidak dalam rangka acara apapun.

Terkait cara mengenakan hijab atau yang sering disebut sebagai tutorial, model hijab pashmina memiliki banyak tutorial yang tersedia di berbagai media sosial. Model hijab pashmina dapat divariasikan sesuai kehendak penggunanya dengan berbagai macam gaya, seperti model syar'i yang diulurkan menutupi dada, atau justru disampirkan ke bahu sehingga hanya menutupi kepala dan

---

<sup>223</sup> Lestari Wahyu dan Alfin Julianto, "Persepsi Mahasiswa dalam Menggunakan Style Hijab di Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Al-Quraniyah Manna Bengkulu Selatan," *Jurnal Pendidikan Islam Al-Affan* 4, no. 1 (1 Oktober 2023): 41, <https://doi.org/10.69775/jpia.v4i1.141>.

<sup>224</sup> Wawancara dengan Halimatussadiyah, 3 Desember 2024.

leher. Namun, variasi yang kedua ini tidak sesuai dengan syariat. Berikut beberapa variasi hijab pashmina yang banyak digunakan:

a. Hijab pashmina menutup dada

Salah satu hal yang biasanya membuat ragu untuk mengenakan hijab pashmina adalah karena khawatir tidak bisa menutup dada. Padahal, hijab pashmina dapat divariasikan menjadi hijab yang menutup dada. Caranya mudah dan bisa menggunakan berbagai jenis bahan.

b. Hijab pashmina syar'i

Ketika menggunakan variasi ini, hijab yang dikenakan dapat menutupi hampir seluruh tubuh bagian atas. Namun, harus dipastikan pashmina yang dipilih berukuran lebar dan tidak menerawang agar bisa tetap tampil syar'i.

c. Hijab pashmina yang kokoh

Gaya hijab pashmina yang pertama ini dapat dipilih apabila ingin memakai hijab yang kokoh. Banyak yang mengira jika memakai pashmina terlalu rumit dan mudah bergeser. Padahal, hijab pashmina dapat kokoh dengan pemilihan bahan dan cara pemakaian yang tepat seperti bahan sifon atau ceruti.

d. Hijab pashmina tanpa jarum

Variasi hijab pashmina tanpa jarum dapat dibuat dengan menggunakan pashmina bahan jersey. Bahan jersey dapat menempel ke kulit sehingga tidak mudah goyah. Bahan ini juga nyaman dikenakan.

e. Hijab pashmina simpel

Variasi yang simpel dan dapat menggunakan pashmina berbahan apa saja.

f. Hijab pashmina melayu

Variasi ini bisa diterapkan untuk pashmina yang berbahan sedikit kaku seperti ceruti atau *diamond*.

g. Hijab pashmina yang anggun

hijab pashmina kali ini akan membuat penampilanmu tampak begitu anggun. Variasi hijab pashmina ini akan menutup sebagian sisi wajah dan menampakkan bagian sisi wajah satunya.

3. Model Hijab Persegi (Hijab Segi Empat)

**Tabel 4**  
**Analisis Semiotika Model Hijab Segi Empat**

<b>Tanda (<i>Sign</i>)</b>	<b>Penanda (<i>Signifier</i>)</b>	<b>Petanda (<i>Signified</i>)</b>
	<p>Hijab Segi Empat</p>	<p>Model hijab segi empat dengan berbagai warna, dibuat dari bahan finex. Finex yang merupakan kependekan dari ‘Fibre Next’ adalah serat selulosa inovatif generasi baru yang mengandung konten daur ulang. Inovasi dan teknologi telah memungkinkan daur ulang serat tekstil selulosa dan finex menggambarkan bagaimana alam tidak hanya memperbarui dirinya sendiri tetapi juga bahwa produk yang terbuat dari alam juga dapat diregenerasi. Finex memiliki karakter lembut, jatuh, dan mudah diatur. Bahan finex kerap diaplikasikan pada kain tekstil dan kain <i>nonwoven</i> seperti tisu basah, masker wajah, dan perlengkapan</p>

		<p>kebersihan lainnya.<sup>225</sup> Segi empat terdiri dari persegi, persegi panjang, jajar genjang, belah ketupat, layang-layang, dan trapesium.<sup>226</sup> Segi empat pada model hijab ini adalah persegi. Persegi mencerminkan makna keseimbangan.<sup>227</sup> Persegi juga bermakna kesetaraan kedamaian, solidaritas, dan keamanan.<sup>228</sup> Warna hijab pada gambar adalah ungu, abu-abu, hitam, oranye, dan biru dengan sedikit warna putih di setiap hijab. Ungu</p>
--	--	---

---

<sup>225</sup> Sateri, “Recycled Fibre Finex,” *Sateri* (blog), diakses 26 Desember 2024, <https://www.sateri.com/products/recycled-fibre-finex/>.

<sup>226</sup> Sirait dkk., “Makna Filosofis Simetri dalam Seni Ulos Batak,” 4.

<sup>227</sup> I. Wayan Dedy Prayatna, “Analisa Makna pada Estetika Kain Tenun Gotia di Desa Adat Tenganan Pageringsingan,” *Jurnal Dimensi Seni Rupa dan Desain* 16, no. 2 (1 Februari 2020): 134, <https://doi.org/10.25105/dim.v16i2.7054>.

<sup>228</sup> Elsy Andriani Delfi, I. Wayan Mudra, dan I. Wayan Swandi, “Analisis Makna dan Bentuk Busana Adat Daha dan Truna Desa Bungaya Karangasem,” *Ars: Jurnal Seni Rupa dan Desain* 23, no. 3 (31 Desember 2020): 134, <https://doi.org/10.24821/ars.v23i3.4473>.

		<p>termasuk dalam golongan warna sekunder dan memiliki karakter dingin.<sup>229</sup> Warna ungu menggambarkan makna kekuasaan, kekuatan, keberanian, keagungan, futuristik, dan misterius. Warna ungu juga identik dengan kebangsawanan, keindahan, ambisi, kebijaksanaan, spiritual, kreativitas, kemewahan, dan arogan.<sup>230</sup> Abu-abu merupakan golongan warna turunan.<sup>231</sup> Warna abu-abu memiliki makna pengetahuan, berwawasan luas, damai, sejuk, tenang, dingin, sedih, suram, berpikir, dan intelektual.<sup>232</sup> Hitam termasuk dalam golongan</p>
--	--	--

---

<sup>229</sup> Karja, “Makna Warna,” 110.

<sup>230</sup> Kusumodewi dan Kristiana, “Interpretasi Warna Ungu pada Seri Skin Mobile Legends Bang Bang Tahun 2019,” 137.

<sup>231</sup> Aziz, “Representasi Semiotika Al-Qur’an (Analisis Simbol Warna Putih),” 60–61.

<sup>232</sup> Karja, “Makna Warna,” 115.

		<p>warna monokrom.<sup>233</sup> Warna hitam memiliki makna tegas, menekan, dan mendalam.<sup>234</sup> Warna hitam identik dengan perasaan duka, sehingga ketika takziah masyarakat umumnya mengenakan pakaian berwarna hitam.<sup>235</sup> Warna hitam juga merupakan warna panji Rasulullah. Pada tahun 622 di kota</p>
--	--	---

---

<sup>233</sup> Monokrom diambil dari kata *mono* dan *chrome* yang berarti satu warna atau warna tunggal. Warna monokrom adalah suatu warna dasar yang tidak bercampur dengan warna dasar lainnya.

<sup>234</sup> Dafrina dkk., “Kajian Makna Ornamen dan Makna Warna Ornamen Umah Pitu Ruang (Studi Kasus Umah Pitu Ruang di Desa Kemili, Aceh Tengah),” 3.

<sup>235</sup> Khairunnas Jamal, Najamuddin Siraj Harahap, dan Derhana Bulan Dalimunthe, “Warna dalam Al-Qur’an Perspektif Fakhri Al-Din Al-Razi,” *Aqlam: Journal of Islam and Plurality* 5, no. 2 (4 Desember 2020): 159, <https://doi.org/10.30984/ajip.v5i2.1368>; Avni Amelia Putri Krisna dan Hidayah Budi Qur’ani, “Kritik Sosial dalam Puisi ‘Karangan Bunga’ Karya Taufik Ismail,” *Jurnal Edukasi Khatulistiwa: Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia* 4, no. 2 (11 Oktober 2021): 117, <https://doi.org/10.26418/ekha.v4i2.44480>; Nadia Diandra Putri, “Kajian Semiotik Poster ‘Bali Tolak Reklamasi’ Karya Alit Ambara,” *Journal of Contemporary Indonesian Art* 5, no. 1 (9 April 2019): 36, <https://doi.org/10.24821/jocia.v5i1.2522>; Ilham Akbar, Ernida Kadir, dan Yusfil Yusfil, “Pergelaran Tor-Tor Sombah pada Upacara Adat Kematian Saur Matua dalam Tinjauan Semiotika Peirce,” *Bercadik: Jurnal Pengkajian dan Penciptaan Seni* 5, no. 2 (3 April 2022): 100, <https://doi.org/10.26887/bcdk.v5i2.2488>.

		<p>Madinah Rasulullah memerintahkan penggunaan <i>liwa</i> (bendera) dan <i>rayah</i> yang berarti panji keislaman. <i>Liwa</i> yang berwarna putih dan <i>rayah</i> berwarna hitam.<sup>236</sup> Oranye merupakan golongan warna sekunder.<sup>237</sup> Warna oranye memiliki makna kehangatan, kenyamanan, keceriaan, kecerdasan, penyayang, dan tangguh.<sup>238</sup> Warna biru</p>
--	--	--

<sup>236</sup> M. Dani Habibi, “Interpretasi Semiotika Ferdinand De Saussure dalam Hadis Liwa dan Rayah,” *Mashdar: Jurnal Studi Al-Qur’an dan Hadis* 1, no. 2 (12 Desember 2019): 118, <https://doi.org/10.15548/mashdar.v1i2.612>; M. Dani Habibi, “Simbol Agama Dan Organisasi Transnasional: Liwa’ Dan Rayah Dalam Bendera Hizbut Tahrir Indonesia,” *Fikri: Jurnal Kajian Agama, Sosial dan Budaya* 4, no. 1 (15 Juni 2019): 63, <https://doi.org/10.25217/jf.v4i1.404>; Cahya Suryani, “Disinformasi Pembakaran Bendera Kalimat Tauhid,” *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi* 9, no. 2 (30 Desember 2020): 79, <https://doi.org/10.14710/interaksi.9.2.76-86>; Muhyiddin Sholeh dan Achmad Farid, “Simbolisasi Dakwah HTI pada Al-Ra’yah Dan Al-Liwa (Analisis Semiotika Roland Barthes),” *Dakwatuna: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam* 6, no. 2 (25 Agustus 2020): 263, <https://doi.org/10.36835/dakwatuna.v6i2.634>.

<sup>237</sup> Karja, “Makna Warna,” 110.

<sup>238</sup> Arif Johari, Elca Nurosita, dan Aan Setiawati, “Makna Simbol Motif Batik Pancasona di Pondok Batik Sukabumi,” *Jurnal Rekayasa Teknologi Nusa Putra* 8, no. 1 (27 Februari 2022): 70,

		<p>tua memiliki makna ketenteraman, ketenangan, kedamaian, dan kenyamanan.<sup>239</sup> Putih merupakan warna primer.<sup>240</sup> Warna putih memiliki karakter positif dan simpel. Warna ini memiliki makna kedamaian, kebenaran, kesopanan, warna para ulama, dan simbol kejujuran.<sup>241</sup> Warna putih memiliki makna kesucian, permulaan, kejelasan, ketiadaan, kasih sayang, ketulusan, dan kebersihan. Warna putih memberi efek</p>
--	--	--

<https://doi.org/10.52005/rekayasa.v8i2.212>; I. Wayan Karja, “Makna Warna,” 115.

<sup>239</sup> Panji Raditya dan Purwanto, “Analisis Bentuk Estetik dan Makna Simbolik Motif Batik Khas Wonosobo sebagai Busana Identitas Daerah,” *Eduarts: Jurnal Pendidikan Seni* 12, no. 3 (1 September 2023): 172, <https://journal.unnes.ac.id/sju/eduart/article/view/76628>.

<sup>240</sup> Abd Aziz, “Representasi Semiotika Al-Qur’an (Analisis Simbol Warna Putih),” *Mumtaz: Jurnal Studi Al-Quran dan Keislaman* 5, no. 01 (30 Juni 2021): 61, <https://doi.org/10.36671/mumtaz.v5i01.173>.

<sup>241</sup> Armelia Dafrina dkk., “Kajian Makna Ornamen dan Makna Warna Ornamen Umah Pitu Ruang (Studi Kasus Umah Pitu Ruang di Desa Kemili, Aceh Tengah),” *Arsitekno* 9, no. 1 (6 April 2022): 12, <https://doi.org/10.29103/arj.v9i1.6262>.

		<p>keheningan yang agung.<sup>242</sup> Secara psikologis warna putih dapat memberi efek menenangkan pada jiwa manusia.<sup>243</sup> Warna putih kerap digunakan pada gaun pernikahan untuk menunjukkan kebahagiaan.<sup>244</sup> Wanita surga direpresentasikan dengan warna putih (kulitnya seperti warna telur) dalam surah Al-Saffat ayat 49. Makna positif dari warna putih ini, terkadang diasumsikan konotasi negatif, yakni ketika rambut seseorang sudah</p>
--	--	---

---

<sup>242</sup> I. Wayan Karja, “Makna Warna,” *Prosiding Bali Dwipantara Waskita: Seminar Nasional Republik Seni Nusantara 1*, no. 1 (8 November 2021): 115, <https://eproceeding.isi-dps.ac.id/index.php/bdw/article/view/260>.

<sup>243</sup> Lilis Masyfufah dkk., “Evaluasi Kenyamanan Mahasiswa terhadap Penggunaan Seragam STIKES Yayasan RS Dr. Soetomo,” *Jurnal Syntax Admiration 1*, no. 2 (22 Juni 2020): 54, <https://doi.org/10.46799/jsa.v1i2.24>.

<sup>244</sup> Ika Rama Suhandra, “Studi Komparatif Makna Konotasi Warna dalam Budaya Masyarakat Barat dan Masyarakat Suku Sasak Lombok Indonesia,” *Cordova Journal: Languages and Culture Studies 9*, no. 1 (30 Juni 2019): 19, <https://doi.org/10.20414/cordova.v9i1.1774>.

		beruban, atau warna kain kafan, yang memuat simbolisme kematian. Kalimat ‘bendera putih berkibar,’ itu artinya tanda menyerah, ketaatan, dan melambangkan pesimisme. <sup>245</sup>
--	--	---

Model hijab segi empat cukup banyak diminati karena cocok digunakan untuk berbagai kegiatan. Hijab ini nyaman digunakan baik dalam aktivitas sehari-hari maupun acara tertentu.<sup>246</sup> Contohnya pada acara formal seperti wisuda dan pernikahan, banyak yang memilih untuk menggunakan hijab segi empat karena mudah dipadu-padankan dengan berbagai busana.<sup>247</sup>

Hijab segi empat memiliki kemiripan dengan hijab pashmina, yaitu dapat divariasikan menjadi beragam gaya.

---

<sup>245</sup> Aziz, “Representasi Semiotika Al-Qur’an (Analisis Simbol Warna Putih),” 62.

<sup>246</sup> Sartika Dewi dan Dini Lestari, “Strategi Bisnis Mengembangkan Trend Hijab,” 80; Halimar dan Yusmar Yusuf, “Wanita Berhijab di Kawasan Kampus,” 6.

<sup>247</sup> Wawancara dengan Arum dan Halimatussadiyah, 3 Desember 2024.

Mulai dari gaya hijab simpel sampai dengan gaya hijab syar'i. Beberapa variasi hijab segi empat yang sering digunakan antara lain:

a. Hiab segi empat tanpa jarum

Variasi hijab segi empat yang paling simpel tanpa jarum pentul bisa didapat hanya dengan mengikat kedua ujung hijab ke belakang. Pastikan memilih ciput dan bahan hijab yang tidak licin agar mendapatkan hasil akhir yang rapi. Rekomendasikan hijab yang digunakan adalah bahan voil dengan ciput berbahan kaos rayon.

b. Hijab segi empat pendek

Variasi hijab segi empat pendek dapat diterapkan pada hijab berbahan apa saja. Variasi ini sangat mudah dilakukan, cukup dengan cara mengikat kedua ujung hijab ke belakang atau menyampirkan kedua ujung hijab ke bahu. Caranya sama dengan variasi hijab tanpa jarum, bedanya adalah variasi ini menggunakan jarum.

c. Hijab segi empat syar'i

Ciri khas yang menutupi dada dan menjuntai panjang memberikan kesan lebih tertutup namun tetap modis. Penggunaan ciput ninja bisa membantu merapikan rambut dan menjaga hijab tetap rapi tanpa

kusut. Ukuran hijab harus lebar untuk memberikan tampilan elegan dan tetap sesuai dengan aturan berpakaian dalam Islam.

d. Hijab segi empat lilit

Variasi hijab segi empat lilit mudah dibuat dan nyaman dikenakan sepanjang hari. Variasi ini menjadi pilihan tepat bagi yang ingin tampil modis tanpa perlu mengorbankan kenyamanan.

## **B. Analisis Konstruksi Sosial Peter L. Berger dan Thomas Luckman**

### 1. Model Hijab Segi Tiga (Hijab Instan)

a. Eksternalisasi

Eksternalisasi dalam konteks model hijab instan merujuk pada proses ketika Rabbani sebagai produsen hijab secara aktif menciptakan dan memperkenalkan tren baru ke masyarakat. Tujuan eksternalisasi adalah meningkatkan penjualan produk. Melalui tren hijab, Rabbani dapat menarik minat konsumen dan membedakan produk mereka dari pesaing. Rabbani membuat koleksi eksklusif yang *limited edition* untuk menarik minat konsumen dan berusaha membentuk

persepsi masyarakat bahwa produk mereka adalah solusi terbaik untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup. Rabbani menciptakan model hijab instan yang inovatif, seperti menambahkan fitur-fitur seperti tempat menggantung masker dan tali yang dapat diatur. Rabbani juga memperhatikan aspek teknis seperti daya serap keringat, warna yang tidak mudah luntur, dan bahan yang memberikan kenyamanan serta fleksibilitas bagi pengguna.<sup>248</sup>

#### b. Objektivasi

Proses objektivasi dalam konteks tren hijab instan terjadi ketika Rabbani menggunakan berbagai strategi dalam mempromosikan produk hijab instan untuk membentuk opini publik dan tren fesyen, seperti bekerja sama dengan *influencer*, mengadakan kampanye promosi di media sosial, dan berpartisipasi dalam pameran fesyen.<sup>249</sup> Rabbani juga membuat

---

<sup>248</sup> Rabbani, “Katalog Rabbani.”

<sup>249</sup> Abdul Manan, “Agama, Busana dan Modernitas (Studi Kasus Pengaruh Elzatta dan Rabbani terhadap Perkembangan Fashion Muslimah Indonesia)” (Jakarta, UIN Syarif Hidayatullah, 2022), 95, [https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/66094/1/ABDUL%20MANAN\\_SPs.pdf](https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/66094/1/ABDUL%20MANAN_SPs.pdf).

*hashtag* dan *challenge* yang unik untuk pengguna media sosial dengan cara berbagi foto dan video menggunakan hijab Rabbani. Hal ini membuat para pengguna hijab merasa perlu mengikuti *challenge* agar dianggap cantik, modis, dan mengikuti tren.<sup>250</sup>

c. Internalisasi

Internalisasi dalam konteks tren hijab instan terjadi ketika konsumen mengadopsi model hijab yang ditawarkan Rabbani dan menjadikannya bagian dari identitas diri. Rabbani kerap memanfaatkan media sosial untuk menampilkan gaya hidup yang inspiratif terkait dengan produk mereka. Melalui media sosial inilah masyarakat terpapar tren hijab dan mulai mengidentifikasi diri dengan model-model hijab tersebut. Rabbani menerapkan berbagai strategi untuk memfasilitasi internalisasi, seperti mengadakan event dan *workshop*, serta menghadirkan narasi yang menarik di setiap produk. Misalnya, hijab instan dikaitkan dengan konsep kesederhanaan, kecantikan alami, dan gaya hidup yang aktif. Konsumen yang telah

---

<sup>250</sup> Rabbani, "Hijab Instan Challenge," Instagram, 11 Oktober 2020, <https://www.instagram.com/tv/CGL0ZB7JQzj/>.

menginternalisasi nilai-nilai terkait hijab instan cenderung melakukan pembelian ulang dan mengikuti tren terbaru.<sup>251</sup>

## 2. Model Hijab Persegi Panjang (Hijab Pashmina)

### a. Eksternalisasi

Proses eksternalisasi dalam konteks hijab pashmina adalah ketika Rabbani telah memahami apa yang diinginkan oleh konsumen dan memenuhi keinginan tersebut. Produksi massal hijab pashmina membuat model hijab ini mudah diakses oleh masyarakat. Rabbani sebagai produsen hijab mengeksternalisasikan ide-ide tentang gaya yang elegan, feminin, dan kenyamanan dalam bentuk produk hijab. Rabbani menciptakan berbagai hijab pashmina dengan desain inovatif mulai dari motif yang unik sampai permainan warna yang cantik, dan menggunakan bahan yang lebih nyaman seperti sifon. Rabbani dan para *influencer* hijab kemudian

---

<sup>251</sup> Rafidah Haris dan Mila Dewi Lasika, "Pengaruh Kepercayaan Merek, Kualitas Pelayanan Islami dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Outlet Rabbani di Kota Jambi," *ILTIZAM Journal of Shariah Economics Research* 3, no. 2 (22 Desember 2019): 78, <https://doi.org/10.30631/iltizam.v3i2.535>.

mempromosikannya melalui berbagai media sosial, dan menciptakan tren baru.

b. Objektivasi

Pada tahap objektivasi, model hijab pashmina dianggap sebagai sesuatu yang objektif dan nyata, seolah-olah memiliki keberadaan sendiri di luar individu. Tren hijab pashmina menjadi standar kecantikan dan gaya di kalangan perempuan. Model hijab pashmina menjadi norma sosial yang dianggap sebagai sesuatu yang harus dilakukan atau sesuatu yang sedang populer. Rabbani membangun *brand image* yang kuat dan eksklusif untuk produk hijab pashmina melalui media sosial dan *influencer*. Media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook menciptakan ruang bagi pengguna hijab untuk berbagi informasi dan inspirasi. Komunitas online ini mempercepat penyebaran tren dan memperkuat identitas kelompok.<sup>252</sup>

c. Internalisasi

---

<sup>252</sup> Vistaufa Wardhatul Chomairha dkk., “Kontruksi Sosial terhadap Fenomena Remaja Berhijab di Media Sosial Tiktok,” *Jurnal Ilmu Sosial, Humaniora dan Seni* 2, no. 4 (4 Juni 2024): 379, <https://www.jurnal.minartis.com/index.php/jishs/article/view/1700>.

Selanjutnya, pada proses internalisasi individu mengadopsi norma sosial tersebut dan menjadikannya bagian dari diri mereka sendiri. Para Muslimah merasa terdorong untuk mengikuti tren hijab pashmina. Mereka merasa bahwa dengan mengenakan pashmina akan terlihat lebih bergaya dan berkelas. Maka terjadilah internalisasi nilai-nilai yang terkandung di dalamnya, seperti keinginan untuk tampil modis, kekinian, dan merasa menjadi bagian dari komunitas.<sup>253</sup> Di lain sisi, *influencer* hijab juga memiliki andil dalam proses internalisasi. Mereka menjadi *role model* bagi pengikutnya dan terinspirasi melakukan hal yang sama.<sup>254</sup>

### 3. Model Hijab Persegi (Hijab Segi Empat)

#### a. Eksternalisasi

Proses eksternalisasi terjadi ketika ide atau nilai-nilai sosial diwujudkan dalam tindakan nyata. Pada konteks ini, Rabbani sebagai produsen hijab membuat

---

<sup>253</sup> Yayuh Khufibasyaris, “Tren Fesyen Hijab Tiktok yang Memotivasi Cara Berpakaian Islami,” *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 18 Juni 2024, 21, <https://doi.org/10.29313/jrkpi.v4i1.3742>.

<sup>254</sup> Khufibasyaris, “Tren Fesyen Hijab Tiktok yang Memotivasi Cara Berpakaian Islami,” 18.

produk hijab segi empat dan mengeksternalisasikan nilai-nilai tentang kesederhanaan, keanggunan, dan fleksibilitas dalam model hijab segi empat. Rabbani menciptakan desain-desain inovatif dengan berbagai bahan, warna, dan motif. Rabbani menggunakan berbagai strategi pemasaran, seperti iklan di media sosial, diskon, dan program loyalitas untuk menarik minat konsumen.<sup>255</sup> Selain itu, banyaknya *influencer* dan selebriti yang mengenakan pashmina dengan gaya kekinian menginspirasi banyak orang untuk mengikuti tren tersebut.<sup>256</sup>

#### b. Objektivasi

Objektivasi merupakan sebuah momen tercapainya hasil eksternalisasi berupa fisik maupun mental.<sup>257</sup> Pada proses objektivasi, tren hijab segi empat terjadi ketika industri fesyen termasuk Rabbani

---

<sup>255</sup> Rabbani, "Member Digital Rabbani," diakses 30 Desember 2024, <https://member.rabbani.id/#>.

<sup>256</sup> Nabilla Rachma Arrusdi, "Personal Branding Ratu Cariissa sebagai Fashion Hijab Influencer di Instagram" (skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2024), 5, <https://repository.uin-suska.ac.id/81583/>.

<sup>257</sup> Berger, *The Sacred Canopy: Elements of a Sociological Theory of Religion*, 10.

merespon tren ini dengan memproduksi model hijab segi empat dalam jumlah besar dengan beragam variasi. Ketersediaan produk yang banyak semakin memperkuat posisi hijab segi empat sebagai pilihan yang populer. Model hijab segi empat diperkenalkan ke publik melalui berbagai saluran, seperti pameran mode, media sosial, dan toko-toko online. Media massa kemudian mengangkat tren ini sebagai sesuatu yang menarik dan patut diikuti. Model hijab segi empat pada akhirnya menjadi standar atau norma yang dianggap benar dan pantas digunakan. Norma ini kemudian menjadi acuan banyak orang dalam memilih gaya berhijab.

c. Internalisasi

Para Muslimah mengadopsi model hijab segi empat dan menganggapnya sebagai bagian dari identitas mereka. Internalisasi dapat mendorong konsumen untuk terus membeli produk-produk baru untuk mempertahankan identitas dan gaya mereka. Muslimah yang mengikuti tren hijab segi empat menginternalisasi nilai-nilai yang terkandung di dalamnya, seperti keinginan untuk tampil sederhana,

anggun, dan merasa bagian dari komunitas. Mereka lebih percaya diri ketika mengenakan hijab segi empat karena mengikuti perkembangan mode.<sup>258</sup>

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa tren model hijab instan, model hijab pashmina, dan model hijab segi empat di tahun 2024 adalah hasil dari konstruksi sosial yang kompleks. Melalui proses eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi, tren ini menjadi bagian dari kehidupan sosial. Fenomena ini tidak terlepas dari globalisasi, yaitu konsep *fast fashion*. Tren baru muncul dengan cepat dan diikuti oleh para produsen hijab. Setiap model hijab memberikan ruang bagi perempuan untuk mengekspresikan identitas diri dan komunitas, tetapi juga mendorong konsumerisme. Pengguna hijab terus membeli produk baru untuk mengikuti perkembangan mode. Di sisi lain, tren hijab dapat memberikan rasa percaya diri dan pemberdayaan bagi perempuan. Tren hijab juga

---

<sup>258</sup> Rudi Sojali dkk., “Pengaruh Trend Hijab terhadap Minat Beli Kaum Wanita Muslimah,” *Media Mahardhika* 19, no. 3 (31 Mei 2021): 612, <https://doi.org/10.29062/mahardhika.v19i3.285>.

dipengaruhi oleh penyebaran informasi di berbagai media seperti media sosial, media cetak, dan media online.<sup>259</sup>

Tren busana Muslim saat ini bukan hanya tentang menyebarkan ajaran agama, melainkan juga bertujuan untuk membuat wanita merasa lebih cantik dengan mendorong mereka untuk berpakaian sesuai dengan syariat Islam namun tetap menjaga estetika kontemporer. Keunikan industri busana terletak pada kenyataan bahwa pesertanya tidak hanya diharapkan untuk beradaptasi dengan kemajuan teknologi dan preferensi konsumen yang berubah, tetapi juga bertindak secara etis dan moral dalam semua aspek pekerjaan mereka, termasuk desain produk. Ketika mengembangkan produk baru, sebagai umat Islam hendaknya mematuhi pedoman. Tidak hanya memperhitungkan permintaan pasar tetapi juga kebutuhan untuk menjunjung tinggi standar moral. Oleh karena itu, produsen harus menghasilkan produk yang bermanfaat bagi konsumen agar dunia dan masa depan sejahtera.<sup>260</sup>

---

<sup>259</sup> Rr. Suhartini, *Pemuda Kini dan Akan Datang* (Surabaya: CV Dimar Jaya, 2021), 118.

<sup>260</sup> Vera Ayu Ningsih Ritonga, Sriwahyuni *Sriwahyuni*, dan Dini Lestari, “Strategi Bisnis dalam Mengembangkan Tren Baju *Dresscode* Muslim di Kalangan Remaja,” *Journal of Management and Creative*

Menurut Syaikh Muhammad Nashiudin Al-Albani, ciri-ciri berikut diperlukan untuk pengembangan produk Muslim halal sesuai dengan hukum Islam, yaitu berdasarkan Al-Qur'an dan Sunnah:

- a. Menutupi seluruh tubuh seperti yang dipersyaratkan oleh hukum Islam.
- b. Menggunakan warna yang tidak menimbulkan gangguan.
- c. Menggunakan kain yang tidak tembus pandang.
- d. Memastikan pakaian tidak terlalu ketat.
- e. Menggunakan bentuk yang tidak terlalu terbuka.

Perusahaan Rabbani dalam hal ini sedang mengembangkan produk dari pandangan dunia Islam dan memproduksi dagangan mereka dari nol, mulai dari konsep produk sampai dengan distribusi.<sup>261</sup> Hijab Rabbani tidak banyak melakukan perubahan dari tahun ke tahun, namun berupaya tetap mengikuti tren terkini di industri fesyen. Ciri khas produk terletak pada manipulasi motif

---

*Business* 1, no. 1 (1 Januari 2023): 1, <https://doi.org/10.30640/jmcbus.v1i1.485>.

<sup>261</sup> Ritonga, Sriwahyuni, dan Lestari, "Strategi Bisnis dalam Mengembangkan Tren Baju *Dresscode* Muslim di Kalangan Remaja," 73.

dan warna desainnya selama proses desain sehingga dapat disesuaikan dengan selera pengguna dan terlihat berkelas. Nilai suatu produk meningkat apabila dibuat dengan hati-hati dan memperhatikan detail, menggunakan bahan berkualitas tinggi, dan sesuai dengan kebutuhan konsumen dalam hal ukuran. Produk berkualitas tinggi menggunakan bahan baku premium untuk memastikan kualitas yang konsisten, seperti kain yang kuat dan tahan lama.

Perkembangan hijab yang menjadi tren saat ini tentunya tidak luput akan kreativitas anak-anak generasi milenial. Bahkan saat ini dengan menggunakan hijab seseorang dapat terlihat berkesan, tidak hanya sebagai penutup aurat saja namun juga mempercantik dan melindungi diri. Para pengguna hijab sudah tidak asing lagi untuk ditemukan baik di lingkungan rumah, sekolah, tempat kerja, olahraga, dan lain sebagainya. Sudah banyak dari kalangan ibu-ibu, mahasiswi, anak-anak, bahkan para wanita lanjut usia juga sudah menggunakan hijab untuk berpakaian dalam kesehariannya baik di rumah maupun di luar rumah ketika menghadiri acara. Bagi mereka dengan menggunakan hijab penampilan mereka jauh lebih rapi dan juga terlihat lebih cantik. Jenis hijab yang mereka gunakan

juga tidak monoton, terdapat motif dan model yang berbeda-beda dan tidak lupa tambahan aksesoris agar hijab mereka terlihat lebih mengikuti jaman dan elegan.<sup>262</sup>

Hijab masuk ke dalam dunia fesyen dengan gaya dan model yang kekinian di kalangan masyarakat, khususnya perempuan muda generasi milenial. Berbagai kreasi terbaru muncul secara bersamaan dengan tren busana umum yang juga sedang berkembang. Semakin hari tren tersebut berjalan dan berkembang melalui media massa yang pada akhirnya hal ini menjadi suatu budaya populer di masa sekarang. Pengaruh kepopuleran ini tentunya adalah banyaknya pergeseran tentang gaya berbusana pada umat Muslim. Meskipun melahirkan banyak pro dan kontra terhadap wanita Muslimah yang dianggap memakai hijab hanya untuk mengikuti tren yang sedang berkembang saat ini, namun berhijab tetap merupakan perintah dan kewajiban dari Allah SWT yang harus dilaksanakan. Walaupun banyak beberapa kalangan memang

---

<sup>262</sup> Amanda Rohmah Widyanita, Shofi Rizq Najmah Shabrina, dan Fransiscus Xaverius Sri Sadewo, "Analisis Trend Fashion Hijab dalam Kajian Budaya Populer di Kalangan Generasi Milenial," *Majalah Ilmiah Tabuah: Ta'limat, Budaya, Agama dan Humaniora* 26, no. 2 (28 Desember 2022): 74–75, <https://www.rjfahuinib.org/index.php/tabuah/article/view/734>.

mengenakan hijab hanya sebagai wujud mengikuti tren, tetapi juga tidak sedikit pula para wanita Muslim yang mengenakan hijab sebagai wujud ketaatannya untuk menutup aurat.<sup>263</sup>

Tatanan sistem kehidupan dalam masyarakat Muslim yang semakin lama semakin berubah tentu memberikan dampak dan pengaruh yang sangat signifikan mengenai model hijab. Hal tersebut terbukti dari fenomena yang sering terjadi saat ini, perempuan Muslim tidak lagi mengenakan hijab secara sederhana seperti yang telah dijelaskan dalam Al-Qur'an, melainkan berkembang mengikuti tren fesyen. Dunia mode yang semakin modern membuat perempuan berhijab dapat tampil semakin *fashionable*, kekinian, dan tidak ketinggalan zaman. Masyarakat dengan antusias dan semangat berbondong-bondong meniru berbagai perkembangan fesyen hijab tersebut. Selain itu, tidak dapat dipungkiri bahwa sekarang pemakainya bukan hanya dari kalangan perempuan pesantren atau organisasi Islam saja, tetapi juga berasal

---

<sup>263</sup> Widyanita, Shabrina, dan Sadewo, "Analisis Trend Fashion Hijab dalam Kajian Budaya Populer di Kalangan Generasi Milenial," 75.

dari masyarakat biasa, artis, para pejabat, dan lain sebagainya.<sup>264</sup>

---

<sup>264</sup> Widyanita, Shabrina, dan Sadewo, “Analisis Trend Fashion Hijab dalam Kajian Budaya Populer di Kalangan Generasi Milenial,” 76.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis semiotika terhadap konstruksi model hijab Rabbani di Instagram, dapat disimpulkan bahwa hijab instan sering mengandung makna praktis, mudah, dan modern. Bahan yang ringan, desain yang simpel, dan kemasan yang praktis, mengisyaratkan nilai-nilai efisiensi dan kemandirian. Hijab pashmina melambangkan elegansi, keanggunan, dan kemewahan. Bahan yang lembut dan desain yang *flowy* memberikan kesan mewah. Hijab pashmina sering dikaitkan dengan acara-acara formal atau momen-momen spesial. Hijab segi empat mengandung makna sederhana dan fleksibilitas. Modelnya yang sederhana memungkinkan berbagai variasi gaya, sementara bahannya yang beragam memberikan fleksibilitas dalam penggunaan. Makna dari setiap model hijab terus berkembang seiring dengan perubahan sosial, budaya, dan tren fesyen. Beberapa faktor yang mempengaruhi konstruksi makna model hijab adalah konteks sosial, media sosial, *influencer*, dan komunitas online.

## **B. Implikasi Hasil Penelitian**

Penelitian ini memberikan pijakan interpretatif tentang model hijab. Produsen hijab dapat memanfaatkan pemahaman tentang semiotika untuk menciptakan kampanye pemasaran yang lebih efektif. Melalui pemahaman makna yang terkandung dalam setiap model hijab, produsen dapat menasar target pasar yang tepat. Sementara itu, masyarakat dapat membuat pilihan yang lebih sadar dalam memilih model hijab. Ketika masyarakat memahami makna di balik setiap model, maka dapat dengan mudah memilih hijab yang sesuai dengan identitas dan gaya hidup mereka.

## **C. Saran**

Peneliti menyadari dalam penulisan tesis di atas masih terdapat banyak kesalahan dan jauh dari hasil yang sempurna. Pembaca diharapkan memberikan saran dan kritik yang membangun untuk perbaikan ke depannya. Penelitian semiotika pada hijab dapat membuka peluang untuk penelitian lebih lanjut, misalnya tentang hubungan antara model hijab dan identitas gender, atau tentang pengaruh globalisasi terhadap tren hijab.

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku dan Jurnal

Adipura, Wisnu Marta. *Metodologi Riset Komunikasi: Panduan untuk Melakukan Penelitian Komunikasi*. Yogyakarta: Balai Kajian dan Pengembangan Informasi Yogyakarta dan Pusat Kajian Media dan Budaya Populer, 2008.

Akbar, Ilham, Ernida Kadir, dan Yusfil Yusfil. “Pergelaran Tor-Tor Sombah pada Upacara Adat Kematian Saur Matua dalam Tinjauan Semiotika Peirce.” *Bercadik: Jurnal Pengkajian dan Penciptaan Seni* 5, no. 2 (3 April 2022): 98–104.  
<https://doi.org/10.26887/bcdk.v5i2.2488>.

Amirin, Tatang M. *Menyusun Rencana Penelitian*. Rajawali Press, 1986.  
<https://digilib.fisipol.ugm.ac.id/handle/15717717/10853>.

Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. 5 ed. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2002.

Aziz, Abd. “Representasi Semiotika Al-Qur’an (Analisis Simbol Warna Putih).” *Mumtaz: Jurnal Studi Al-Quran dan Keislaman* 5, no. 01 (30 Juni 2021): 58–68.  
<https://doi.org/10.36671/mumtaz.v5i01.173>.

Azzahrawani, Fatharisa, Elvi Mailani, Mardhiyah Kharismayanda, Maymunah Pos Pos, Raisty Khaitami,

dan Shyailah Fadillah. “Etnomatematika Kearifan Lokal Khas Sumatera Utara: Eksplorasi Bentuk-Bentuk Geometri Dan Makna Budaya.” *Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara* 1, no. 5 (5 Oktober 2024): 6345–55.  
<https://jicnusantara.com/index.php/jicn/article/view/1052>.

Ba-Yunus, Ilyas, dan Farid Ahmad. *Sosiologi Islam dan Masyarakat Kontemporer*. Jakarta: Mizan, 1988.

Baulch, Emma, dan Alila Pramiyanti. “Hijabers on Instagram: Using Visual Social Media to Construct the Ideal Muslim Woman.” *Social Media + Society* 4, no. 4 (1 Oktober 2018).  
<https://doi.org/10.1177/2056305118800308>.

Berger, Peter L. *Langit Suci : Agama sebagai Realitas Sosial*. Disunting oleh Hartono. Jakarta: LP3ES, 1991.

———. *The Sacred Canopy: Elements of a Sociological Theory of Religion*. New York: Open Road Media, 2011.

Berger, Peter L., dan Thomas Luckman. *Tafsir Sosial atas Kenyataan: Sebuah Risalah tentang Sosiologi Pengetahuan*. Jakarta: LP3ES, 1990.

———. *The Social Construction of Reality : A Treatise in the Sociology of Knowledge*. USA: Penguin Books, 1996.

Bili, Febriani Mita, A. A. Sujadi, dan Tri Astuti Arigiyati. “Identifikasi Etnomatematika pada Motif Kain Tenun Sumba Barat Daya.” *UNION: Jurnal Ilmiah*

*Pendidikan Matematika* 7, no. 1 (1 Juni 2019): 115–24.  
<https://doi.org/10.30738/union.v7i1.3984>.

Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Kualitatif Aktualisasi Metodologis ke Arah Ragam Varian Kontemporer*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2001.

———. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana, 2005.

Buton, La Husni, Susiati Susiati, dan Taufik Taufik. “Konstruksi Sosial Masyarakat Namlea Atas Pola Hidup Bertoleransi Antara Umat Beragama.” Sang Pencerah: *Jurnal Ilmiah Universitas Muhammadiyah Buton* 7, no. 4 (29 November 2021).  
<https://doi.org/10.35326/pencerah.v7i4.1554>.

Chomairha, Vistaufa Wardhatul, Ririn Dwi Prabandari, Muhammad Ilham Fudholi, dan Pia Khoirotnun Nisa. “Kontruksi Sosial Terhadap Fenomena Remaja Berhijab Di Media Sosial Tiktok.” *Jurnal Ilmu Sosial, Humaniora Dan Seni* 2, no. 4 (4 Juni 2024): 378–84.  
<https://www.jurnal.minartis.com/index.php/jishs/article/view/1700>.

Dafrina, Armelia, Fidyati Fidyati, Firda Abadi, dan Nova Purnama Lisa. “Kajian Makna Ornamen dan Makna Warna Ornamen Umah Pitu Ruang (Studi Kasus Umah Pitu Ruang di Desa Kemili, Aceh Tengah).” *Arsitekno* 9, no. 1 (6 April 2022): 1–13.  
<https://doi.org/10.29103/arj.v9i1.6262>.

- Delfi, Elsy Andriani, I. Wayan Mudra, dan I. Wayan Swandi. “Analisis Makna Dan Bentuk Busana Adat Daha Dan Truna Desa Bungaya Karangasem.” *Ars: Jurnal Seni Rupa Dan Desain* 23, no. 3 (31 Desember 2020): 128–35.  
<https://doi.org/10.24821/ars.v23i3.4473>.
- Depdiknas, Redaksi Pusat Bahasa. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008.
- Dewi, Oki Setiana. *Hijab I’m in Love*. Jakarta: Mizania, 2013.
- Dewi, Sartika dan Dini Lestari. “Strategi Bisnis dalam Mengembangkan Tren Hijab di Kalangan Remaja.” *Revenue Manuscript 1*, no. 1 (4 September 2023).  
<https://revenuemanuscript.org/index.php/revenue/article/view/2>
- Efendi, A. “Eksistensi Wanita dalam Perspektif Islam.” Muwazah: *Jurnal Kajian Gender* 5, no. 2 (2013).
- Erwin, Lilly T. *30 Gaya Hijab Paduan Busana Denim dengan Kain Nusantara*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014.
- Everell, Fanthony, dan Santi Delliana. “Makna Warna Merah Dan Putih Dalam Video Klip Hingga Tua Bersama Rizky Febian.” *KALBISIANA Jurnal Sains, Bisnis Dan Teknologi* 10, no. 2 (26 Juni 2024): 186–95.  
<https://doi.org/10.53008/kalbisiana.v10i2.2650>.

Fadhilah, Chusnul, dan Robi'ah Machtumah Malayati. "Konstruksi Makna Hijab Dalam Film Merindu Cahaya De Amstel Karya Arumi e." *Menara Tebuireng : Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman* 19, no. 1 (5 September 2023). <https://doi.org/10.33752/menaratebuireng.v19i1.5136>.

Faizin, Nur, Moh Toriquuddin, Abul Ma'ali, dan Abdul Basid. "Fenomena Penggunaan Hijab Syar'i di Indonesia: Analisis Kontekstualisasi Ayat Jilbab Perspektif Teori Penafsiran Abdullah Saeed." *Al-Bayan: Jurnal Studi Al-Qur'an dan Tafsir* 7, no. 1 (4 Desember 2022): 1–13. <https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/Al-Bayan/article/view/18929>.

Habibi, M. Dani. "Interpretasi Semiotika Ferdinand De Saussure Dalam Hadis Liwa Dan Rayah." *Mashdar: Jurnal Studi Al-Qur'an Dan Hadis* 1, no. 2 (12 Desember 2019): 115–24. <https://doi.org/10.15548/mashdar.v1i2.612>.

———. "Simbol Agama Dan Organisasi Transnasional: Liwa' Dan Rayah Dalam Bendera Hizbut Tahrir Indonesia." *Fikri : Jurnal Kajian Agama, Sosial Dan Budaya* 4, no. 1 (15 Juni 2019): 57–68. <https://doi.org/10.25217/jf.v4i1.404>.

Halimar dan Yusmar Yusuf. "Wanita Berhijab di Kawasan Kampus (Studi Kasus Fashion Hijab Temporer di Kalangan Mahasiswi Kampus Bina Widya Universitas Riau Kota Pekanbaru)." *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik* 4, no. 1 (31 Maret 2017).

<https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/13746>.

Hamidah, dan Ahmad Syadzali. “Analisis Semiotika Roland Barthes Tentang Fenomena Jilboobs.” *Jurnal Studia Insania* 4, no. 2 (30 Oktober 2016). <https://doi.org/10.18592/jsi.v4i2.1124>.

Haris, Rafidah, dan Mila Dewi Lasika. “Pengaruh Kepercayaan Merek, Kualitas Pelayanan Islami Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Outlet Rabbani Di Kota Jambi.” *ILTIZAM Journal of Shariah Economics Research* 3, no. 2 (22 Desember 2019): 57–80. <https://doi.org/10.30631/iltizam.v3i2.535>.

Hidayat, Asep Ahmad. *Filsafat Bahasa Mengungkap Hakikat Bahasa, Makna, dan Tanda*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006.

Imron, Ali. *Semiotika Al-Qur’an Metode dan Aplikasi terhadap Kisah Yusuf*. Yogyakarta: Teras, 2011.

Irwanto, Radita Gora. *Hukum, Etika, dan Kebijakan Media (Regulasi, Praktik, dan Teori)*. Yogyakarta: Deepublish, 2015.

Istiani, Ade Nur. “Konstruksi Makna Hijab Fashion bagi Moslem Fashion Blogger.” *Jurnal Kajian Komunikasi* 3, no. 1 (2015).

Jamal, Khairunnas, Najamuddin Siraj Harahap, dan Derhana Bulan Dalimunthe. “Warna Dalam Al-Qur’an Perspektif Fakh Al-Din Al-Razi.” *Aqlam: Journal of*

*Islam and Plurality* 5, no. 2 (4 Desember 2020).  
<https://doi.org/10.30984/ajip.v5i2.1368>.

Jannah, Raodatul. *Sudah Benarkah Kita Berhijab: Menguak Konsep dan Ragam Kesalahan Berhijab Wanita Muslimah Masa Kini*. Bogor: Guepedia, 2022.

Johari, Arif, Elca Nurosit, dan Aan Setiawati. “Makna Simbol Motif Batik Pancasona Di Pondok Batik Sukabumi.” *Jurnal Rekayasa Teknologi Nusa Putra* 8, no. 1 (27 Februari 2022): 59–73.  
<https://doi.org/10.52005/rekayasa.v8i2.212>.

Karja, I. Wayan. “Makna Warna.” *Prosiding Bali Dwipantara Waskita: Seminar Nasional Republik Seni Nusantara* 1, no. 1 (8 November 2021).  
<https://e proceeding.isi-dps.ac.id/index.php/bdw/article/view/260>.

Khufibasyaris, Yayuh. “Tren Fesyen Hijab Tiktok Yang Memotivasi Cara Berpakaian Islami.” *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 18 Juni 2024, 17–24.  
<https://doi.org/10.29313/jrkpi.v4i1.3742>.

Krisna, Avni Amelia Putri, dan Hidayah Budi Qur’ani. “Kritik Sosial Dalam Puisi ‘Karangan Bunga’ Karya Taufik Ismail.” *Jurnal Edukasi Khatulistiwa : Pembelajaran Bahasa Dan Sastra Indonesia* 4, no. 2 (11 Oktober 2021): 109–19.  
<https://doi.org/10.26418/ekha.v4i2.44480>.

Kristianto, Aris. “Pesan Dakwah Perintah Menutup Aurat Surat An-Nūr Ayat 31 Perspektif Antropologi Quran.”

*Bil Hikmah: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 1, no. 1 (29 Juli 2023): 211–32. <https://doi.org/10.55372/bilhikmahjkpi.v1i1.18>.

Kusumodewi, Prasetyaning Tyas, dan Nova Kristiana. “Interpretasi Warna Ungu pada Seri Skin Mobile Legends Bang Bang Tahun 2019.” *Barik: Jurnal Desain Komunikasi Visual* 4, no. 1 (2022). <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/article/view/48580>.

Leha, Dina Maryu, dan Enny Zuhni Khayati. “Penggunaan Fiksator Alam pada Ecoprint Daun Mindi (*Melia Azedarach* L.) Kain Satin dan Sifon.” *Prosiding Pendidikan Teknik Boga Busana* 17, no. 1 (2022). <http://journal.uny.ac.id/index.php/ptbb/article/view/59326>.

Mardani. *Tafsir Ahkam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014.

Masfufah, Ayun. “Konstruksi Nilai-Nilai Nasionalisme dalam Lirik Lagu (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure pada Lirik Lagu ‘Menoleh’ oleh Pandji Pragiwaksono).” *AL MUNIR: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, no. 0 (1 Oktober 2020). <https://doi.org/10.15548/amj-kpi.v0i0.2080>.

Masyfufah, Lilis, Aprilia Rose Mawati, Dyah Novitasari, dan Devi Indah Puspitasari. “Evaluasi Kenyamanan Mahasiswa Terhadap Penggunaan Seragam STIKES Yayasan RS Dr. Soetomo.” *Jurnal Syntax Admiration* 1, no. 2 (22 Juni 2020): 53–60. <https://doi.org/10.46799/jsa.v1i2.24>.

- Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007.
- Muftisany, Hafidz. *Saat Buka Jilbab*. Jakarta: Intera, 2021.
- Munir, Misbahul. *Hijab Mahkota Muslimah: Antara Syariat dan Fitrah*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2021.
- Musyafak, Najahan, dan Ahmad Ulama'i. *Agama dan Ujaran Kebencian: Potret Komunikasi Politik Masyarakat*. Semarang: Lawwana, 2020.
- Muzakki, Akhmad. *Kontribusi Semiotika dalam Memahami Bahasa Agama*. Malang: UIN-Maliki Press, 2007.
- Neuman, W. Lawrence. *Basic of Social Research Qualitative and Quantitative Approaches*. 2 ed. Boston: Pearson Education, 2007.
- Nilamsari, Natalina. "Memahami Studi Dokumen dalam Penelitian Kualitatif," 2014.
- Noviana, Ratna. *Jalan Tengah Memahami Iklan: Antara Realitas, Representasi, dan Simulasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007.
- Nur' Afifah, Farida, dan Siswoyo Aris Munandar. "Konsep Jilbab Masa Klasik-Kontemporer (Studi Komparatif Kitab Tafsir Al-Misbah dan Kitab Tafsir Al-Kabir)." *Refleksi* 19, no. 1 (2020).
- Nurbaeti, Sowanto, Mikrayanti, Sarbudin, dan Edison. "Ethnomathematics on Woven Fabric (Tembe Nggoli)

of Mbojo Tribe Society.” *Journal of Physics: Conference Series* 1280, no. 2 (November 2019): 022049. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1280/2/022049>.

Partic, Li. *Jilbab Bukan Jilboob*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014.

Parung, Christabel Annora Paramita, Dewa Ayu Sarastia Devi Suwasnita, dan Ninik Juniati. “Penerapan Textile Manipulation Fabric Twisting Pada Koleksi Inspirasi Kisah Ramayana Rama Dan Sinta Citywear Autumn/Winter 2023/2024.” *CALYPTRA* 12, no. 1 (26 Agustus 2024). <https://journal.ubaya.ac.id/index.php/jimus/article/view/6793>.

Patilima, Hamid. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabet, 2013.

Poloma, M. M. *Sosiologi Kontemporer*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004.

Prayatna, I. Wayan Dedy. “Analisa Makna Pada Estetika Kain Tenun Gotia Di Desa Adat Tenganan Pageringsingan.” *Jurnal Dimensi Seni Rupa Dan Desain* 16, no. 2 (1 Februari 2020): 129–38. <https://doi.org/10.25105/dim.v16i2.7054>.

Purnama, Rahayu dan Vivi Radiona. “Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan Membuat Hijab Instan bagi Siswi SMP Madinatul Ilmi Muara Gembong Kabupaten Bekasi.” *IKRA-ITH ABDIMAS* 9, no. 1 (1

Maret 2024). <https://doi.org/10.37817/ikra-ithabdimas.v9i1.4126>.

Putra, Ryopanintama Yuniar, Zainnur Wijayanto, dan Sri Adi Widodo. “Etnomatematika: Masjid Soko Tunggal Dalam Pembelajaran Geometri 2D.” *Jurnal Riset Pendidikan Dan Inovasi Pembelajaran Matematika* 4, no. 1 (30 September 2020): 10–22. <https://doi.org/10.26740/jrpiipm.v4n1.p10-22>.

Putri, Nadia Diandra. “Kajian Semiotik Poster ‘Bali Tolak Reklamasi’ Karya Alit Ambara.” *Journal of Contemporary Indonesian Art* 5, no. 1 (9 April 2019): 24–41. <https://doi.org/10.24821/jocia.v5i1.2522>.

Raditya, Panji, dan Purwanto. “Analisis Bentuk Estetik Dan Makna Simbolik Motif Batik Khas Wonosobo Sebagai Busana Identitas Daerah.” *Eduarts: Jurnal Pendidikan Seni* 12, no. 3 (1 September 2023): 68–77. <https://journal.unnes.ac.id/sju/eduart/article/view/76628>.

Rahmadi. *Pengantar Metodologi Penelitian*. 1 ed. Banjarmasin: Antasari Press, 2011.

Rifaannudin, Mahmud. “Relevansi Berhijab Terhadap Pembentukan Perilaku Muslimah.” *Studia Quranika* 7, no. 2 (13 Juni 2023). <https://ejournal.unida.gontor.ac.id/index.php/quranika/index>.

Ritonga, Vera Ayu Ningsih, Sriwahyuni Sriwahyuni, dan Dini Lestari. “Strategi Bisnis Dalam Mengembangkan

Tren Baju Dresscode Muslim Di Kalangan Remaja.” *Journal of Management and Creative Business 1*, no. 1 (1 Januari 2023).  
<https://doi.org/10.30640/jmcbus.v1i1.485>.

Sesse, Muhammad Sudirman. “Aurat Wanita Dan Hukum Menutupnya Menurut Hukum Islam.” *Al-Maiyyah: Media Transformasi Gender Dalam Paradigma Sosial Keagamaan 9*, no. 2 (1 Desember 2016): 315–31. <https://ejurnal.iainpare.ac.id/index.php/almaiyyah/article/view/354>.

Setiawan, Albi Anggito, Johan. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak (Jejak Publisher), 2018.

Setiawan, Halim. *Wanita, Jilbab, dan Akhlak*. Sukabumi: CV Jejak, 2019.

Shahab, Husein. *Hijab Menurut Al-Quran dan As-Sunnah: Pandangan Muthahari dan Al-Maududi*. Bandung: Mizan, 2013.

Shihab, M. Quraish. *Jilbab, Pakaian Wanita Muslimah: Pandangan Ulama Masa Lalu dan Cendekiawan Kontemporer*. Lentera Hati Group, 2012.

Sholeh, Muhyiddin, dan Achmad Farid. “Simbolisasi Dakwah HTI Pada Al-Ra’yah Dan Al-Liwa (Analisis Semiotologi Roland Barthes).” *Dakwatuna: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam 6*, no. 2 (25 Agustus 2020): 256–80.  
<https://doi.org/10.36835/dakwatuna.v6i2.634>.

- Sirait, Carlia Demasari, Cindy Aulia Br Ginting, Septi Lusiana Hutabarat, Eka Putri Shakila, dan Tiorina Sigalingging. “Makna Filosofis Simetri Dalam Seni Ulos Batak: Analisis Etnomatematikageometri Sumatera Utara.” *Jurnal Pendidikan Tambusai* 7, no. 3 (16 Desember 2023): 28669–75. <https://doi.org/10.31004/jptam.v7i3.11558>.
- Sobur, Alex. *Analisis Teks Media Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006.
- . *Semiotika Komunikasi*. 6 ed. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016.
- Sojali, Rudi, Riza Rizki Iffani, Luvita Tulus, Dewi Noviyanti, Adelia Ermawanti, dan Rismawati BR Sitepu. “Pengaruh Trend Hijab Terhadap Minat Beli Kaum Wanita Muslimah.” *Media Mahardhika* 19, no. 3 (31 Mei 2021): 608–17. <https://doi.org/10.29062/mahardika.v19i3.285>.
- Subadi, Tjipto. *Metode Penelitian Kualitatif*. Muhammadiyah University Press, 2006. <http://publikasiilmiah.ums.ac.id/handle/11617/9298>.
- Suhandra, Ika Rama. “Studi Komparatif Makna Konotasi Warna Dalam Budaya Masyarakat Barat Dan Masyarakat Suku Sasak Lombok Indonesia.” *Cordova Journal: Languages and Culture Studies* 9, no. 1 (30 Juni 2019): 17–38. <https://doi.org/10.20414/cordova.v9i1.1774>.

- Suhartini, Rr. *Pemuda Kini dan Akan Datang*. Surabaya: Cv Dimar Jaya, 2021.
- Sugiono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2005.
- Sukidin, Basrowi. *Metode Penelitian Perspektif Mikro: Grounded Theory, Fenomenologi, Etnometodologi, Etnografi, Dramaturgi, Interaksi Simbolik, Hermeneutik, Konstruksi Sosial, Analisis Wacana, dan Metodologi Refleksi*. Surabaya: Insan Cendekia, 2002.
- Suparno, Chandra. “Analisis Persepsi Dan Sikap Individu Untuk Memilih Produk Hijab.” *Media Ekonomi dan Manajemen* 31, no. 1 (2 April 2016). <https://doi.org/10.24856/mem.v31i1.284>.
- Suryani, Cahya. “Disinformasi Pembakaran Bendera Kalimat Tauhid.” *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi* 9, no. 2 (30 Desember 2020): 76–86. <https://doi.org/10.14710/interaksi.9.2.76-86>.
- Syam, Nur. *Islam Pesisir*. Lkis Pelangi Aksara, 2005.
- Tafsir, Ahmad. *Ilmu Pendidikan dalam Perspektif Islam*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 1992.
- Tamrin, A. S. *Tuhan Tanpa Agama*. Sukabumi. CV Jejak, 2019.
- Tania, Adelia Septiani Restanti, Aulia Fitria, Liliannisa Damayanti, M. Nurin Fajarudin, Adin Damayanti, Almas Fariq Mahadib, Dewi Novita Arlianti, dkk. *Media Sosial, Identitas, Transformasi, dan*

*Tantangannya*. Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang: Intrans Publishing Group, 2020.

Wahyu, Lestari dan Alfin Julianto. “Persepsi Mahasiswa dalam Menggunakan *Style* Hijab di Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Al-Quraniyah Manna Bengkulu Selatan.” *Jurnal Pendidikan Islam Al-Affan* 4, no. 1 (1 Oktober 2023). <https://doi.org/10.69775/jpia.v4i1.141>.

Wardhani, Amanda Sukma. “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Gaya Hidup Hedonis terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim Rabbani di Kabupaten Semarang.” Universitas Darul Ulum Centre Sudirman Guppi, 2024. <http://repository.undaris.ac.id/id/eprint/1775/1/20.%20manda.pdf>.

Widyanita, Amanda Rohmah, Shofi Rizq Najmah Shabrina, dan Fransiscus Xaverius Sri Sadewo. “Analisis Trend Fesyen Hijab Dalam Kajian Budaya Populer Di Kalangan Generasi Milenial.” *Majalah Ilmiah Tabuah: Ta`limat, Budaya, Agama Dan Humaniora* 26, no. 2 (28 Desember 2022). <https://www.rjfahuinib.org/index.php/tabuah/article/view/734>.

Zaimar, Okke K. S. *Semiotik dan Penerapannya dalam Karya Sastra*. Jakarta: Pusat Bahasa, Departemen Pendidikan Nasional, 2008. <https://repository.kemdikbud.go.id/16144/>.

## Sumber Lain

- Afifah, Mega. “Peran Akun Instagram @kebunrefugiamagetan Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Wisata Kebun Refugia Magetan.” Diploma, IAIN Ponorogo, 2021. <http://etheses.iainponorogo.ac.id/13721/>.
- Arrusdi, Nabilla Rachma. “Personal Branding Ratu Cariissa sebagai Fashion Hijab Influencer di Instagram.” Skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2024. <https://repository.uin-suska.ac.id/81583/>.
- Choiruddin, Moch. “Analisis Semiotik Film Ku Kira Kau Rumah (Semiotika Model Ferdinand De Saussure).” Disertasi, Universitas 17 Agustus, 2022. [repository.untag-sby.ac.id](https://repository.untag-sby.ac.id).
- Firasikha, Lintang Achta Nur. “Komodifikasi Agama Islam dalam Konten Instagram Aishadern.” Skripsi, UIN Sunan Kalijaga, 2019. <https://shorturl.at/ndXwR>.
- Manan, Abdul. “Agama, Busana dan Modernitas (Studi Kasus Pengaruh Elzatta dan Rabbani terhadap Perkembangan Fashion Muslimah Indonesia).” Tesis, UIN Syarif Hidayatullah, 2022. <https://shorturl.at/IZ7Cq>.
- Maulida, Nor. “Simbol Gaya Hijab Perempuan di Media Instagram Perspektif Semiotika Roland Barthes.” Skripsi, UIN Antasari Banjarmasin, 2024.
- Putra, Bayu Tria Firwansyah. “Fenomena Jilboobs di Media Sosial (Analisis Semiologi Tentang Makna Visual Pada

Fenomena Busana Hijab “Jilboobs’ di Media Sosial Instagram),” 2016. <https://shorturl.at/NT7II>.

Putri, Sheilla Imelda. “Analisis Semiotika Pada Lukisan Wanita Berhijab Karya Ameena Y. Khan’ (Makna Tanda Kreatifitas Non Verbal Seni Lukis Mengenai Representasi Identitas Perempuan Berhijab Di Amerika Serikat).” Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah, 2018. <https://shorturl.at/5vdf0>.

Ryasti, Anisa. “Makna Hijab Dalam Film Hijab Karya Hanung Bramantyo (Kontroversi Hijab dalam Film Hijab Karya Hanung Bramantyo).” Skripsi, Universitas Lampung, 2016.

Yusticia, Medita Friska. “Makna Hijab yang Ditampilkan dalam Konteks Budaya pada Official Video Klip ‘Damainya Indonesia’ Karya Fahmy Arsyad di Situs Youtube (Analisis Semiotika Roland Barthes).” Skripsi, Universitas Teknologi Yogyakarta, 2022.

### **Sumber Website**

Rabbani. “Hijab Instan Challenge.” Instagram, 11 Oktober 2020. <https://www.instagram.com/tv/CGL0ZB7JQzj/>.

———. “Katalog Rabbani.” Diakses 15 November 2024. <https://katalog.rabbani.id/katalog/93>.

———. “Member Digital Rabbani.” Diakses 30 Desember 2024. <https://member.rabbani.id/#>.

———. “Rabbani Company Profile.” Diakses 27 Agustus 2024. <http://www.rabbani.co.id/>.

Sateri. “Recycled Fibre Finex.” *Sateri* (blog). Diakses 26 Desember 2024. <https://www.sateri.com/products/recycled-fibre-finex/>.

Zahra, Kamila. “Apa Itu Polyester? Pengertian, Jenis, Kelebihan, dan Penggunaannya dalam Dunia Fashion.” *S1 Kriya Tekstil & Fashion Telkom University* (blog), 28 November 2024. <https://shorturl.at/L8i5j>.

# LAMPIRAN

## A. Bukti Wawancara

### 1. Wawancara dengan Ibu Endang

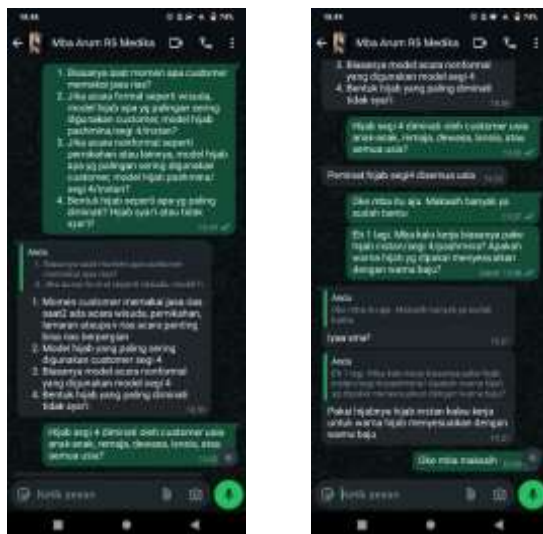


### 2. Wawancara dengan Dayah melalui WhatsApp





#### 4. Wawancara dengan Arum melalui WhatsApp



### B. Pertanyaan Wawancara

1. Pada aktivitas sehari-hari Anda menggunakan model hijab apa?
2. Mengapa menggunakan model hijab tersebut?
3. Apa yang dirasakan saat menggunakan model hijab tersebut?
4. Apakah pada aktivitas lain seperti menghadiri acara formal menggunakan model hijab yang berbeda dengan yang digunakan untuk aktivitas sehari-hari?
5. Bagaimana Anda menentukan model hijab yang akan digunakan?
6. Mengapa Anda menentukan demikian?
7. Model hijab apa yang paling banyak digunakan *customer* ketika acara formal?

8. Model hijab apa yang paling banyak digunakan *customer* ketika acara nonformal?
9. Gaya hijab seperti apa yang paling diminati *customer*?

## RIWAYAT HIDUP

### A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Lulu Al Annafis
2. Tempat & Tanggal Lahir : Martapura, 20 Agustus 2000
3. Alamat Rumah : Jl. Purwoyoso VA  
RT.4/RW.12 Purwoyoso,  
Ngaliyan, Semarang, 50184
4. HP : 082256108026
5. E-Mail : lulu.annafis20@gmail.com

### B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
  - a. Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Jurusan Dakwah dan Komunikasi Islam IAIN  
Palangka Raya
  - b. SMAN 1 Katingan Hilir
  - c. SMPN 2 Katingan Hilir
  - d. SDN 3 Telangkah
  - e. TK Darussalam Palangka Raya
2. Pendidikan Non-Formal
  - a. Pondok Pesantren Ibtida'ussalam Kereng Pangsi
  - b. Kelas Menulis Komunitas Menulis Online (KMO)  
Indonesia
  - c. Kelas *Content Writer Career* Impactful Writing
  - d. Kelas *Copywriting & Content Writing* Dibimbing
  - e. Kelas Menulis Teman Menulis
  - f. Pelatihan Tembus Scopus Riviera Publishing
  - g. Pelatihan Kader Dasar PMII se-Kota Palangka Raya
  - h. Kelas Menulis NARA

- i. Sekolah Islam dan Gender Kopri PC PMII Palangka Raya
- j. *School Management Organization* Senat Mahasiswa IAIN Palangka Raya
- k. Tahfidz Al-Qur'an Ma'had Asy-Syafi'i Palangka Raya
- l. *Writing Class & Public Speaking* Sinar Production
- m. Pelatihan Jurnalistik Tingkat Dasar LPM Al-Mumtaz
- n. *Workshop Public Speaking* Dewan Eksekutif Mahasiswa IAIN Palangka Raya
- o. *WAVE Training* Exzellenz Institut
- p. *Global English Course* Kampung Inggris Pare
- q. Lembaga Kursus dan Pelatihan (LKP) Universal Komputer
- r. Bimbingan Tahfidz dan Tahsin Al-Qur'an IAIN Palangka Raya
- s. Bimbingan Moral dan Akhlak IAIN Palangka Raya

### **C. Prestasi**

- 1. Wisudawan Terbaik Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Wisuda IAIN Palangka Raya
- 2. Lulusan Terbaik I Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Yudisium Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah IAIN Palangka Raya
- 3. *Awardee* Mahasiswa Berprestasi Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah IAIN Palangka Raya
- 4. Penulis Terbaik Lomba Cipta Puisi dan *Quote* Tingkat Nasional
- 5. Naskah Terbaik 2 dan *Best Writer* Buku Antologi "Perbanyak Bersyukur Kurangi *Insecure*"

6. Naskah Terbaik 3 Buku Antologi “Ramadhan, Jadikan Aku Lebih Baik”
7. *Best Writer* Buku Antologi “Tetap Salihah di Zaman yang Serba Salah”
8. *Best Writer* Buku Antologi “Tentang Sebuah Rasa Ikhlas”
9. Juara I Lomba Penyuluhan Hari Anak Nasional Tingkat Sekolah
10. Juara II Lomba Penyuluhan Ajang Kreativitas GenRe Tingkat Kabupaten
11. Penulis Buku Antologi “Jurnalistik dalam Komunikasi dan Penyiaran Islam”
12. Penulis Buku Antologi “Jalan Dakwahku”
13. Penulis Artikel “*Ngaji Tapi Gaul: Metode Dakwah Komunitas Anakmesjid Kota Palangka Raya*” *International Conference on Islamic Communications* UIN Antasari

#### **D. Karya Ilmiah**

1. Iklan Madu HNI di Instagram dalam Pasar Komodifikasi Islam

Semarang, 10 September 2024



**Lulu Al'Annafis**  
NIM: 2201028007