

---

---

**INTERPRETASI WANITA CADAR PADA TAYANGAN PROPAGANDA  
KELOMPOK ISIS**

<sup>1</sup>Sasha Praditiani  
<sup>1</sup>[Sashapra41@gmail.com](mailto:Sashapra41@gmail.com)

*ABSTRACT: Many terrorist cases that occur in the world or Indonesia in the name of Islam that make Muslims especially veiled women increasingly cornered because people assume that veiled women are radical Muslims and associate them with terrorist groups or ISIS. This research identifies how the process of interpreting veiled women in Tangerang against ISIS through propaganda videos spread in cyberspace. Stuart Hall's theory of reception analysis verbal and non-verbal communication, understanding veils in Islam, understanding of ISIS groups, understanding signs and meanings and psychosocial development. Critical paradigm with descriptive research type, with in-depth interviews with adolescents and adults. Basically the interpretations of the interviewees who have tapered on the same thing, namely the ISIS group is not a reflection of Islam, and does not support it, it can be seen from the results of analysis that three of the four interviewees included in the oppositional category by stating that groups ISIS is a group that carries a cruel and inhuman image. One person entered into the Negotiation Position category in the teen category.*

*Keywords: interpretation, veil, ISIS*

**ABSTRAK:** Banyak kasus teroris yang terjadi di dunia atau Indonesia dengan mengatasnamakan agama Islam yang membuat kaum Islam terlebih kaum wanita bercadar semakin terpojok karena masyarakat beranggapan bahwa kaum wanita bercadar adalah kaum Islam yang radikal dan mengaitkannya dengan kelompok teroris atau ISIS. Penelitian ini mengidentifikasi bagaimana proses interpretasi wanita bercadar di Tangerang terhadap ISIS melalui video propaganda yang disebar di dunia maya. Teori resepsi analisis Stuart Hall komunikasi verbal dan non-verbal, pengertian cadar dalam Islam, pengertian mengenai kelompok ISIS, pemahaman tanda dan makna dan perkembangan psikososial. Paradigma kritis dengan tipe penelitian deskriptif, dengan wawancara mendalam pada remaja dan dewasa. Pada dasarnya interpretasi dari narasumber yang telah peneliti wawancara meruncing pada hal yang sama, yaitu kelompok ISIS bukanlah cerminan dari Islam, dan tidak mendukung hal tersebut, terlihat dari hasil analisis bahwa tiga dari empat narasumber yang peneliti wawancara masuk ke dalam kategori *oppositional* dengan menyatakan bahwa kelompok ISIS merupakan kelompok yang membawa image keji dan tidak manusiawi. Satu orang masuk ke dalam kategori *Negotiation Position* pada kategori remaja.

**Kata Kunci:** interpretasi, cadar, ISIS

## A. Pendahuluan

Cadar merupakan versi lanjutan dari penggunaan jilbab, dalam studi tafsir islam sendiri dalil-dalil yang mengatur mengenai wajib atau tidaknya penggunaan cadar masih diperdebatkan. Banyak stigma yang lekat pada perempuan bercadar yakni aliran islam fundamental yang erat juga kaitannya dengan terorisme. Bagi sebagian umat muslim, bercadar adalah konsekuensi logis dari proses pembelajaran lebih intens mengenai hakikat perempuan. Permasalahannya cadar seringkali diasosiasikan dengan atribut organisasi Islam yang fanatik, fundamental dan garis keras. Hal ini lebih kuat melekat manakala pemberitaan di media massa memberi label baru bagi perempuan bercadar yakni istri teroris<sup>1</sup>

Saat ini kelompok teroris yang sangat menjadi sorotan dunia adalah kelompok ISIS, ISIS dibentuk pada April 2013, kelompok ini menjadi kelompok jihad utama yang memerangi pasukan pemerintah di Suriah dan membangun kekuatan militer di Irak. Huruf 'S' dalam singkatan ISIS berasal dari bahasa arab yaitu 'Al-Sham', yang merujuk ke wilayah Damaskus (Suriah) dan Irak. Tidak hanya di daerah Suriah tetapi ISIS juga mengekspos dirinya agar diakui oleh masyarakat dunia dengan memanfaatkan teknologi yang ada saat ini, contohnya adaah dengan merilis video-video propaganda yang kemudian disebarakan melalui internet. Dalam video yang di publikasi oleh kelompok ISIS menjadi salah satu bentuk 'promosi' yang dilakukan oleh ISIS, dimana kelompok ISIS memberitahukan siapa dan apa orientasi mereka. Video propaganda tersebut membuat masyarakat *aware* atau sadar akan adanya kelompok ISIS ini benar dan nyata adanya. Dalam videonya juga menunjukkan citra diri mereka dimana mereka berusaha menunjukkan bahwa ISIS

tidak takut dengan apapun dan akan melakukan apapun untuk mencapai tujuannya, dalam video atau foto yang dirilis oleh ISIS juga terdapat lambang, simbol yang menjadi ciri identitas ISIS.

## Identifikasi Masalah

Peneliti mengidentifikasi masalah dari penelitian ini adalah Bagaimana proses interpretasi wanita bercadar di Tangerang terhadap ISIS melalui video propaganda yang disebarakan di dunia maya.

## Tinjauan Pustaka

### Interpretasi

Menurut Stephen W. Little John interpretasi didefinisikan sebagai kondisi aktif seseorang dalam proses berpikir dan kegiatan kreatif pencarian makna. Sementara pesan media tidaklah permanen, makna dikonstruksi oleh khalayak melalui komitmen dengan teks media dalam kegiatan rutin interpretasinya. Artinya, khalayak adalah aktif dalam menginterpretasi dan memaknai teks media.<sup>2</sup>

### Teori Resepsi (*Reception Theory*)

Analisis resepsi merupakan studi yang mendalam terhadap proses actual dimana wacana dalam media diasimilasikan kedalam wacana dan praktik-praktik budaya khalayak. Analisis resepsi mengkaji makna, produksi dan pengalaman audiens saat berinteraksi dengan teks media. Sehingga pengamatan mendalam perlu dilakukan pada proses decoding, interaksi dan "pembacaan" teks oleh audiens.<sup>3</sup>

Menurut Stuart Hall, terdapat dua hal dalam fokus penelitian ilmu komunikasi,

<sup>1</sup> Ratri, Lintang. *Cadar, Media dan Identitas Muslim*. [online] diakses pada 3 maret 2018 pukul 23.48 melalui [www.neliti.com](http://www.neliti.com)

<sup>2</sup>Stephen W. Little John. "*Theories of Human Communication*". (London: Wadsworth Publishing Company). 1999. Hlm 199

<sup>3</sup>Hagen, Ingunn & Jannet Wasko. 2008. *Cosuming Audiences? Production and Reception in Media Research*. New Jersey:Hampton Press, Inc. hal 8

yaitu: pertama, analisis tentang konteks sosial politik dimana isi media diproduksi atau encoding dan kedua, proses konsumsi terhadap isi media itu atau decoding. Isi media adalah sebuah “teks” berstruktur yang terbentuk oleh lambang-lambang (signs) dan saling terhubung dengan cara yang lebih spesifik. Maka untuk memahaminya diperlukan kemampuan dalam mengartikan tanda- tanda dan juga sekaligus strukturnya.

Terdapat tiga kategori yang menjelaskan kemungkinan khalayak melakukan encoding/decoding menurut Hall, yaitu :

- *Dominant – Hegemonic Position* adalah kategori dimana khalayak melakukan interpretasi sesuai dengan apa yang diinginkan oleh produsen pesan media. Artinya adalah ketika penulis menggunakan kode-kode yang bisa diterima umum dan pembaca akan menafsirkan dan membaca pesan tersebut dengan pesan yang sudah diterima umum. Dalam hal ini dapat dikatakan tidak terjadi perbedaan penafsiran antara penulis dan pembaca. Penulis bisa jadi menggunakan kode-kode profesional atau kode-kode budaya, posisi politik yang diyakini dan menjadi kepercayaan pembaca, sehingga ketika pesan dalam bentuk kode-kode itu sampai ditangan pembaca akan terjadi kesesuaian.
- *Negotiated Position* adalah kategori dimana khalayak memahami interpretasi yang diinginkan produser pesan secara kabur dan menegosiasikan makna dengan elemen extratekstual. Disini khalayak mempunyai alternatif

interpretasi, karena mereka bisa saja salah menginterpretasikan atau tidak setuju dengan beberapa aspek yang dimaksudkan penulis pesan. Hal ini terjadi jika penulis juga menggunakan kode atau kepercayaan politik yang dipunyai khalayak, tetapi ketika diterima oleh khalayak tidak dibaca dalam pengertian umum, namun pembaca cenderung menggunakan keyakinannya mengkompromikannya dengan kode yang disediakan penulis.

- *Oppositional Position* adalah model dimana khalayak memahami interpretasi yang diinginkan produsen pesan namun setelah membandingkan teks dengan sumber-sumber extratekstual, khalayak membentuk makna yang bertentangan dengan yang dimaksudkan oleh produser pesan. Khalayak mengembangkan interpretasi yang berbeda sama sekali dengan dominant reading. Pembacaan oposisi ini muncul ketika penulis tidak menggunakan kerangka acuan budaya atau keyakinan politik khalayak pembacanya sehingga pembaca akan menggunakan kerangka budaya atau politik sendiri.

### **Komunikasi verbal**

Komunikasi verbal adalah komunikasi yang menggunakan kata-kata, baik lisan maupun tertulis. Komunikasi ini paling banyak dipakai dalam hubungan antar manusia. Melalui kata-kata, mereka mengungkapkan perasaan, emosi, pemikiran, gagasan atau maksud mereka, menyampaikan fakta, data, dan informasi serta menjelaskannya, saling

bertukar perasaan dan pemikiran, saling berdebat dan bertengkar.<sup>4</sup>

### **Komunikasi non-verbal**

Secara harifiah komunikasi non verbal adalah komunikasi tanpa bahasa atau komunikasi tanpa kata, maka tanda nonverbal berarti tanda minus bahasa atau tanda minus kata.<sup>5</sup>

### **Propaganda**

Propaganda adalah suatu kegiatan komunikasi yang erat kaitannya dengan persuasi. Laswell melihat propanda membawa masyarakat dalam situasi kebingungan, ragu-ragu, dan terpaksa pada sesuatu yang licik yang tampaknya menipu dan menjatuhkan mereka. Propaganda juga dapat diartikan sebagai proses diseminasi informasi untuk mempengaruhi sikap dan tingkah laku seseorang atau kelompok masyarakat dengan motif indoktrinasi ideologi<sup>6</sup>.

### **Tanda dan Makna**

Menurut Yoggi Septian Hardi, tanda adalah segala sesuatu tentang warna, isyarat, kedipan mata, objek, rumus matematika, dan lain-lain yang mempresentasikan sesuatu yang lain selain dirinya.<sup>7</sup> Setiap tanda yang digunakan dalam komunikasi pastilah memiliki makna, baik itu secara lisan maupun tulisan, baik itu perorangan (komunikator) kepada orang lain (komunikan).

<sup>4</sup> Agus M. Hardjana, *Komunikasi intrapersonal & Komunikasi Interpersonal*, Kanisius, Yogyakarta, 2003, hlm 22.

<sup>5</sup> Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, Remaja Rosdakarya, Bandung, 2004, hlm 122.

<sup>6</sup> Prof. Dr. Hafied Cangara, M. Sc. *Komunikasi Politik*. (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2009). Hal.332

<sup>7</sup> Yoggi Septian Hardi, "Pemaknaan VISUAL IKLAN Cetak Layanan Masyarakat Beasiswa Bulutangkis Djarum Di Surat Kabar", Skripsi, Universitas Mercu Buana Jakarta, 2013, hlm 14.

### **Cadar dalam Islam**

Menurut Shihab (dalam Mailani, 2013) cadar dalam Islam adalah jilbab yang tebal dan longgar yang menutup semua aurat termasuk wajah dan telapak tangan. Dasar dari penggunaan cadar adalah untuk menjaga perempuan sehingga tidak menjadi fitnah dan menarik perhatian laki-laki yang bukan mahramnya.

### **ISIS Sebagai Ajaran Yang Disebarkan**

Menurut BBC Indonesia yang dikutip oleh kompas.com ISIS sendiri merupakan kelompok Islam radikal yang anggotanya adalah kaum militan yang menginterpretasi Islam Sunni secara ekstrem. Mereka mengklaim bahwa dasar tindakan brutal adalah ayat Alquran banyak wilayah di Suriah timur serta Irak utara dan barat. ISIS mempunyai strategi yang terbilang brutal, karena melakukan pembunuhan massal dan penculikan anggota kelompok keagamaan dan suku, juga pemenggalan tentara dan wartawan.<sup>8</sup>

### **Perkembangan Psikososial**

Saat seseorang mencapai masa remaja, maka orang tersebut berada dalam masa pencarian identitas diri<sup>9</sup>. Yang dimaksud dengan pencarian identitas diri adalah proses menjadi seorang yang unik dengan peran yang penting dalam hidup<sup>10</sup>. Pencarian identitas diri menurut Erikson sebagai konsepsi tentang diri, penentuan tujuan, nilai, dan keyakinan yang dipegang

<sup>8</sup> Egidius Patnistik, (2017, 23 Oktober), *apa sebenarnya keinginan isis?*, Internasional Kompas [online], diakses pada tanggal 23 Oktober 2017, pukul 20.11, <http://internasional.kompas.com/read/2014/09/05/09231871/Apa.Sebenarnya.Keinginan.ISIS>.

<sup>9</sup> Papalia E. D., Old S.W., Feldman. *Human Development Perkembangan Manusia*. (Jakarta, Salemba humanika. 2009)

<sup>10</sup> Papalia E. D., Old S.W., Feldman & R. D. *Perkembangan Manusia*. (Jakarta : Salemba Humanika. 2001)

teguh oleh seseorang. Usaha remaja untuk memahami diri merupakan proses vital dan sehat yang didasarkan kepada pencapaian tahap sebelumnya.

## B. Metode Penelitian

Paradigma yang peneliti gunakan ialah paradigma kritis dimana paradigma kritis mengutamakan analisis komperhensif, kontekstual dan *multy level analysis* yang bisa dilakukan melalui penempatan diri sebagai partisipan dalam proses transformasi sosial, dan memiliki kriteria kualitas penelitian yaitu *histrical siluatedness* sejauh mana peneliti memperhatikan situasi historis, sosial, budaya dan politik.

Tipe penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah satu acara penelitian dengan menggambarkan serta menginterpretasi suatu objek sesuai dengan kenyataan yang ada, tanpa dilebih-lebihkan. Penelitian deskriptif sering dikatakan sebagai penelitian non-eksperimen, karena dalam penelitian ini seorang peneliti tidak melakukan manipulasi data dan juga selalu mengutamakan fakta, sehingga peneliti ini menjelaskan dan menggambarkan keadaan yang sebenarnya.

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Dengan pendekatan ini dapat diperoleh hasil penggambaran penelitian berupa deskripsi risalah penelitian dalam bentuk kata-kata. Bogdan dan Taylor mendefinisikan pendekatan kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati<sup>11</sup>.

Dalam studi ini peneliti menspesifikasikan penelitian dengan membatasi informan sebanyak 4 orang yaitu wanita bercadar usia mulai dari 16

tahun hingga 25 tahun yang pernah melihat tayangan propaganda ISIS baik di media sosial ataupun televisi sekurang-kurangnya satu kali dan tinggal di kawasan Tangerang.

Teknik pengumpulan data yang digunakan menggunakan wawancara mendalam sebagai data primer dan data sekunder yang bersumber dari buku, jurnal, laporan tahunan, literature, dan dokumen lain yang berhubungan dengan masalah penelitian<sup>12</sup>. Peneliti juga memperoleh informasi tambahan melalui dokumentasi berupa video-video, foto dan berita propaganda ISIS yang didapat dari hasil penelusuran di internet dan media sosial youtube.

## C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Menurut BBC Indonesia yang dikutip oleh kompas.com ISIS sendiri merupakan kelompok Islam radikal yang anggotanya adalah kaum militan yang menginterpretasi Islam Sunni secara ekstrem. Mereka mengklaim bahwa dasar tindakan brutal adalah ayat Alquran banyak wilayah di Suriah timur serta Irak utara dan barat. ISIS mempunyai strategi yang terbilang brutal, karena melakukan pembunuhan massal dan penculikan anggota kelompok keagamaan dan suku, juga pemenggalan tentara dan wartawan.<sup>13</sup>

ISIS merupakan gerakan atau kelompok ekstremis Muslim yang dibentuk pada 9 April 2013 di bawah pimpinan Abu Bakar al-Baghdadi. Cita-citanya adalah untuk mendirikan negara Islam dan menegakkan kekhilafahan Islam di Irak dan Suriah. Kalla dalam tulisannya di Harian *Kompas* menyebut bahwa kemunculan ISIS

<sup>11</sup>Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif*. (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya). 2006. Hlm 186

<sup>12</sup> Pawiti, Penelitian Komunikasi Kualitatif, 2007, Hal. 62

<sup>13</sup>Egidius Patnistik, (2017,23 Oktober), *apa sebenarnya keinginan isis?*,Internasional Kompas [online], diakses pada tanggal 23 Oktober 2017, pukul 20.11, <http://internasional.kompas.com/read/2014/09/05/09231871/Apa.Sebenarnya.Keinginan.ISIS>.

pada dasarnya hampir sama dengan lahirnya al-Qaida<sup>14</sup>

Dalam strategi komunikasi yang dilakukan oleh ISIS, ISIS menggunakan media sosial sebagaimana jaman berkembang, dengan memanfaatkan propaganda yang kejam untuk menarik perhatian masyarakat luas, tetapi tidak hanya melalui sosial media isis juga bergerak melalui media tradisional untuk menunjukkan kepada masyarakat yang berada di daerah kawasannya dan juga daerah-daerah yang tidak terlalu terpengaruh oleh terpaan sosial media. Menurut Mah-Rukh Ali dalam papernya yang berjudul "ISIS And Propaganda: How Isis Exploits Women" bahwa ada beberapa metode yang digunakan untuk memastikan cakupan media tradisional di dunia diantaranya

Dengan mengisolasi daerah-daerah di bawah kendali ISIS. ISIS telah menyatakan bahwa wartawan adalah musuh, dan mencegah mereka mengunjungi atau mengamati situasi di lapangan. Kemungkinan besar bahwa "penyusup" atau wartawan yang berusaha mencari informasi mengenai ISIS akan diculik dan digunakan sebagai alat propaganda, atau diculik oleh kelompok lain dan dijual ke ISIS. Hal ini dibuktikan dengan adanya eksekusi wartawan Steven Sotloff, juga relawan David Haines, warga Prancis Hervé Gourdel, relawan Inggris Alan Henning, petenis Amerika Peter Kassig, Haruna Yukawa Jepang dan Kenji Goto. ISIS menggunakan penculikan ini untuk publisitas untuk mendukung citra mereka sebagai kelompok yang brutal dan dapat mencapai tujuannya. Dan juga banyak sekali wartawan irak suriah yang telah terbunuh, hanya saja tidak banyak mendapatkan sorotan media global. Namun

tidak sama dengan wartawan yang berasal dari perusahaan media besar, isis akan memanfaatkannya dengan mengontrol arus informasi. Membuat kerja sama dengan wartawan dan media tersebut sehingga sang jurnalis menulis karya bagus sambil memanfaatkan kesempatan untuk memanipulasi informasi demi keuntungan mereka sendiri dalam sebuah cerita.

ISIS memprofilkan teknik propaganda mereka sendiri. Mereka menyediakan materi yang dikemas dan siap dipublikasikan dengan kualitas tinggi. Mereka menulis dan menawarkan laporan dari kehidupan sehari-hari di dalam area ISIS, wawancara dan gambar eksklusif, dan memastikan penyebaran informasi ini melalui media sosial. Sebuah laporan AS baru-baru ini menyimpulkan bahwa ISIS memenangkan perang media sosial. Departemen Luar Negeri AS melukiskan gambaran suram tentang upaya pemerintahan Obama dan sekutu asingnya untuk memerangi mesin fotokopi Islamic State. Setiap hari, pendukung ISIS mengirimkan hingga 90.000 tweet untuk mempublikasikan tujuan mereka dan memperdebatkan alasan mereka. Twitter, Facebook dan perusahaan media sosial lainnya menghadapi dilema karena kampanye online pro-ISIS. Situasi ini sangat berbahaya karena kelompok teror menggunakan media sosial dalam usaha perekrutan mereka dari negara-negara Barat.<sup>15</sup>

## Pembahasan

### Alasan Menggunakan Cadar

Cadar merupakan atribut dalam islam yang terpisah dengan jilbab berupa kain yang diikatkan ke bagian belakang kepala dengan menutupi dari hidung hingga dada. Cadar digunakan dengan

<sup>14</sup> Jusuf Kalla, "NIIS dan Janji Surga," *Kompas*, 24 April 2015, hal. 6. Tulisan tersebut disadur dari pidato pembukaan seminar internasional tentang Perkembangan NIIS di Indonesia dan Penanggulangannya pada 23 Maret 2015

<sup>15</sup> Mah-Rukh Ali. "ISIS AND PROPAGANDA: HOW ISIS EXPLOITS WOMEN". (England. Reuters Institute Fellowship Paper University of Oxford. 2015)

maksud untuk menutupi aurat wanita sehingga dapat terhindar dari zinah dan orang-orang yang iseng atau berniat jahat.

Hal ini pun di ungkapkan oleh Mafaza yang merasa lebih aman dan tidak diganggu oleh orang-orang iseng ketika mengenakan cadar di tempat umum.

*“Awalnya gue tuh disuruh orang tua, tapi setelah pake cadar gue tuh ngerasa lebih aman aja kayak lebih nyaman. Apalagi kalo ke pasar gitu kan biasanya suka ada yang jail gitu, tapi ini gak ada yang jail, gak ada yang ngeliatin, pokonya gak ada yang ngehirauinlah”*

Sedangkan Kina merasa tertarik untuk memakai cadar, karena terinspirasi dari istri Rasulullah SAW yaitu aisyah, dimana sosok aisyah adalah merupakan sosok istri yang sholehah yang menemani Rasulullah saat menemui ajalnya. dan juga ia merasa mendapatkan dampak positif dari memakai cadar tersebut.

*“Alasan aku pertama karna tertarik ya, kedua juga percobaan dulu karena pernah liat temen pake cadar di kajian. Alhamdulillah setelah pake cadar aku nyaman gitu secara gak langsung cadar itu bisa menahan aku, biasanya kan kalo lagi gosip gitu pengen ikutan juga Cuma karnapake cadar jadi kayak ada tameng sendiri secara langsung. Ketiga, aku tuh suka banget sama aisyah setelah dipelajari ternyata istrinya rasulullah pake cadar juga gitu.”*

### **Reaksi Keluarga**

Respon keluarga pada pemakai cadar yang memang berawal karena ketertarikan akan cadar itu sendiri seperti Kina, sempat mendapatkan respon yang kurang baik dari keluarga. Dimana Kina menjelaskan bahwa orang tuanya sempat memberikan nasihat untuk menghindari kelompok islam radikal yang akan memberikan dampak negatif untuk Kina.

*“Ortu si hanya sekedar tau karna belum pernah liat langsung aku pake cadar. Reaksi mereka si agak sedikit khawatir, apalagi takut aku masuk ke dalam kelompok radikal gitu kayak ISIS. Mereka cuma menasehati. Apalagi kakakku agak sedikit mewanti-wanti banget”*

### **Pengaruh Lingkungan**

Lingkungan merupakan tempat setiap manusia melakukan interaksi di kesehariannya. Tidak heran jika terkadang lingkungan kita membawa pengaruh bagi kehidupan kita. Dengan adanya pemberitaan media mengenai ISIS, juga akan membawa dampak bagi pengguna cadar. Hal ini diungkapkan oleh narasumber Kina yang menjelaskan bahwa ia kerap mendapatkan pertanyaan dari orang-orang dilingkungannya

*“Tidak mempengaruhi banget, tetapi kalau untuk sindiran atau saran atau nasehat pasti ada. Seperti pertanyaan “kamu ikut kelompok apa? kenapa kamu pake kerudung item terus? Atau kamu ikut kelompok radikal ya?” Lebih ke arah sana si. Tapi kalo untuk intimidasi si engga”*

### **Perlakuan Diskriminasi**

Pemakai cadar juga terkadang mendapatkan perlakuan diskriminasi dari orang-orang sekitar, dimana biasanya masyarakat akan lebih menghindari atau bahkan mencemooh pemakai cadar. Apalagi di Indonesia sendiri tidak sedikit masyarakat yang mempunyai pikiran bahwa pemakai cadar adalah orang yang berasal dari kelompok islam radikal. Seperti halnya yang dikemukakan oleh Mafaza dimana sering mendapatkan

*“Hampir sering sih gua kayak diliatin, dan biasanya yang paling sering itu anak-anak kayak kaget ngeliat gua, atau orang yang bukan muslim kayak menghindar gitu si. Waktu itu gua pernah naik lift sekeluarga yang pake*

*cadar semua, trus ada orang chinese gitu mau naik lift itu trus gak jadi”*

### **Pemahaman Verbal, Non-Verbal Pada Kelompok ISIS**

Dalam penyebaran kelompoknya, ISIS menggunakan komunikasi verbal dan non-verbal. Dimana diantaranya dengan menyebarkan video-video propaganda yang mereka buat sendiri atau dengan video berupa ajakan untuk bergabung dengan kelompok ISIS itu sendiri. Tetapi pada kasus ke-empat narasumber yang penulis wawancara, keempatnya belum pernah melihat video ISIS itu sendiri.

*“Kalo kajian lewat video youtube sering atau perkembangan islam di luar negeri, tentang dakwah dakwah islam gitu. Tapi kalo video ISIS gak sesering aku liat video kajian”*

Begitu sama halnya dengan narasumber Mafaza yang juga belum pernah melihat video ISIS sebelumnya.

*“tentang ISIS? Pernah si beberapa kali, tapi Cuma tau aja gitu”*

Sedangkan komunikasi verbal yang digunakan oleh kelompok ISIS ini sendiri adalah dengan menggunakan atribut-atribut pakaian yang bernuansa ‘keislaman’ seperti sorban, cadar, dan kerudung panjang, juga mengenakan pakaian yang berwarna netral seperti hitam atau putih. ISIS juga mempunyai lambang bendera yang menjadi ciri khas dari kelompok itu sendiri. Narasumber Malida mengetahui mengenai lambang-lambang yang digunakan oleh ISIS ini

*“Lambang benderanya?...tau, Laillahailallah kan?”*

Tetapi tiga narasumber lainnya mengaku tidak mengetahui mengenai lambang bendera ISIS ini. Narasumber Kina mengungkapkan kalau ia tidak terlalu

memperhatikan secara detail mengenai branding dari ISIS, tetapi lebih melihat pesan yang disampaikan oleh ISIS

### **Interpretasi Terhadap Video Propaganda ISIS**

ISIS seringkali memposting video-video propaganda yang menunjukkan kekejamannya pada publik melalui akun-akun ‘bodong’ di media sosial dan juga menyebarkannya melalui media elektronik lain. Salah satunya adalah video propaganda yang menjadi acuan penulis dalam penelitian ini dimana video tersebut menjelaskan kekejaman ISIS dalam membunuh manusia secara terang-terangan bahkan didepan publik dengan cara yang kejam. Menanggapi video tersebut narasumber Kina mengaku sedih karena melakukan kekerasan, dan hal tersebut dapat berdampak pada agama islam

*“Sedih si, sedih karena tujuan mereka tuh menunjukkan identitas mereka dan mereka tuh mampu melakukan kekerasan seperti itu yang sebenarnya berdampak besar bagi islam itu sendiri. Padahal perbuatan mereka itu tidak mencerminkan islam itu sendiri jadi sedih si.”*

Narasumber Mafaza pun merasa kasihan melihat video tersebut karena melakukan pembantaian di depan umum

*“Gimana ya, ya kasian si yang dibantai itu.”*

### **Analisis Kategori Dominant Hegemonic Position**

Pada kategori *Hegemonic* ini, khalayak dapat menerima maksud dan isi dari tayangan propaganda yang dibuat oleh Kelompok ISIS, dimana khalayak akan mengemukakan pandangan yang sama dan setuju dengan apa yang kelompok ISIS coba utarakan pada tayangan propaganda tersebut. Pada posisi ini tidak ada perlawanan dari



penonton karena mereka memaknai video sesuai dengan yang ditawarkan oleh pembuat. Setelah dilakukan analisis, peneliti tidak menemukan narasumber yang masuk ke dalam kategori *Hegemonic Position*

#### **Analisis Kategori Negotiation Position**

Pada kategori *Negotiation*, khalayak tidak akan memihak pada tayangan propaganda ISIS apakah tayangan tersebut benar atau salah. Karena khalayak dapat menerima maksud dari tayangan propaganda kelompok ISIS, namun mereka mencoba bernegosiasi dengan maksud-maksud lain dibalik makna utama yang dibuat oleh kelompok ISIS tersebut. Setelah melakukan analisis narasumber wanita yang termasuk ke dalam kategori *Negotiated Position* adalah narasumber dari kategori remaja dimana ia mengatakan bahwa selama kelompok ISIS masih melakukan tindakan yang positif itu tidak menjadi masalah. Tetapi terdapat negosiasi yang dilakukan oleh narasumber Malida dimana bahwa cara yang dilakukan oleh ISIS itu sendiri kurang tepat, dimana kelompok ISIS tidak menggambarkan perilaku yang baik, dan bahkan memperlihatkan perilaku yang keji.

#### **Analisis Kategori Oppositional Position**

Pada posisi *Oppositional Position* penonton mengerti makna yang ingin ditampilkan oleh kelompok ISIS, tetapi mereka menolak makna tersebut serta memaknai dengan cara sebaliknya. Pada posisi ini, ideologi penonton berlawanan dengan pembuat tayangan video. Dalam model ini, khalayak sebenarnya sadar akan penayangan makna utama yang ada dalam sebuah tayangan video namun mereka mencoba memaknai dengan berlawanan. Penonton oposisi pada umumnya ditandai dengan rasa ketidaksukaan dan ketidakcocokan terhadap konteks yang dikonsumsi. Tiga

dari empat narasumber yang peneliti wawancarai masuk ke dalam kategori ini dimana mereka tidak menyetujui atas perilaku yang dilakukan oleh kelompok ISIS karena bertentangan dari syariat agama Islam.

#### **D. Simpulan dan Saram**

##### **Kesimpulan**

Pada bab ini peneliti akan menarik kesimpulan berdasarkan uraian yang telah dibahas dalam konsep dan teori, terutama teori analisis resepsi, dan hal-hal yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan serta mengacu pada tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui interpretasi dari wanita bercadar pada video propaganda kelompok ISIS. Pada dasarnya interpretasi dari narasumber yang telah peneliti wawancara meruncing pada hal yang sama, yaitu kelompok ISIS bukanlah cerminan dari Islam, dan tidak mendukung hal tersebut, terlihat dari hasil analisis bahwa tiga dari empat narasumber yang peneliti wawancara masuk ke dalam kategori *oppositional* dengan menyatakan bahwa kelompok ISIS merupakan kelompok yang membawa image keji dan tidak manusiawi. Karena cara dan pengertian jihad pada kelompok ISIS yang jauh berbeda dari pemahaman jihad menurut Islam itu sendiri. Terlebih lagi, dalam video propaganda tersebut ISIS menunjukkan cara yang keji dan tidak manusiawi dalam menghukum mata-mata atau penghianat dalam kelompok ISIS tersebut. Hal ini dapat diperkuat dengan adanya pernyataan fatwa Al-Azhar yang mengatakan “padahal apa yang mereka (ISIS) lakukan tak ada hubungannya dengan Islam sama sekali. Bahkan perbuatan mereka yang rela membunuh, menjarah, dan mengusir orang lain dari tempat tinggalnya justru bertentangan dengan Islam karena tidak pernah dilakukan oleh Nabi Muhammad Shallallahu ‘alaihi wa Sallam”<sup>16</sup> Namun ada Narasumber yang juga tidak terlalu acuh terhadap kelompok

<sup>16</sup> Ikhwanul Kiram Mashuri. *ISIS Jihad atau Petualangan*. (Jakarta : Republik. 2014) hal. 27

ISIS, karena mereka merasa tidak terlalu berkaitan dengan ISIS dan selama kelompok ISIS tidak mengganggu mereka dan lingkungan mereka, mereka baik-baik saja dengan kelompok ISIS tersebut. Hal ini dibuktikan karena satu orang narasumber masuk ke dalam kategori *Negotiation Position* dari kategori remaja dimana ia menyatakan bahwa ia tidak masalah dengan kelompok ISIS selama kelompok ISIS masih melakukan sesuatu yang benar menurut islam, namun narasumber tersebut melakukan negosiasi setelah melihat perilaku kelompok ISIS yang kurang baik dan tidak terpuji. Dan dengan adanya persepsi masyarakat mengenai keterkaitan ISIS dengan wanita bercadar ini berawal dari media yang mengungkapkan bahwa kelompok ISIS mengharuskan anggota wanitanya untuk bercadar dan mengungkapkan bahwa istri-istri dari anggota teroris atau kelompok ISIS menggunakan cadar sehingga hal ini memunculkan persepsi yang negative pada wanita bercadar, dan berdasarkan wawancara dengan narasumber peneliti melihat adanya rasa cuek terhadap berita tersebut karena mereka menganggap orang yang mempunyai pikiran seperti itu hanyalah orang yang belum mengetahui ilmu dan makna yang sesungguhnya mengenai cadar. Dan orang-orang yang bercadar akan tetap menjalankan apa yang mereka yakini benar adanya.

### Saran

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai acuan dan pembanding untuk penelitian selanjutnya khususnya berkaitan dengan kajian analisis resepsi. Penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan sumbangan pemikiran bagi ilmu komunikasi khususnya pada bidang periklanan dan marketing communication.

Peneliti berharap media massa bisa lebih cermat dalam memberikan berita-berita yang memiliki konten sensitif seperti ras dan agama, jangan mudah terpengaruh

terhadap ancaman-ancaman yang diterima dari suatu kelompok yang tertentu, karena hal ini terkait dengan kesenjangan sosial. Penyampaian berita yang kurang tepat juga dapat membentuk karakter khalayak yang berfikir tidak kritis dan tidak *open minded* dan dapat memberikan dampak buruk bagi kelompok yang mendapatkan terpaan berita yang salah. Peneliti juga menyarankan agar wanita bercadar lebih percaya diri dan tidak lagi menutup diri pada lingkungan meskipun masyarakat umum masih memberikan pandangan yang berbeda terhadap wanita bercadar, juga tidak terlalu menerima terpaan media secara terbuka, tetapi kita harus mengkaji suatu berita sebelum menyimpulkan sesuatu.

### Daftar Pustaka

- Cangara, Hafied. *Komunikasi Politik*. (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2009).
- Hagen, Ingunn & Jannet Wasko. 2008. *Cosuming Audiences? Production and Reception in Media Research*. New Jersey:Hampton Press, Inc.
- Hardjana, Agus M., *Komunikasi intrapersonal & Komunikasi Interpersonal*, Kanisius, Yogyakarta, 2003.
- John, Stephen W. Little. *Theories of Human Communication*. (London: Wadsworth Publishing Company). 1999. Hlm 199
- Kalla, Jusuf. "NIIS dan Janji Surga," *Kompas*, 24 April 2015, hal. 6. Tulisan tersebut disadur dari pidato pembukaan seminar internasional tentang Perkembangan NIIS di Indonesia dan Penanggulangannya pada 23 Maret 2015
- Mashuri, Ikhwanul Kiram. *ISIS Jihad atau Petualangan*. (Jakarta : Republika. 2014)

- Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif*. (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya). 2006. Hlm 186
- Papalia E. D., Old S.W., Feldman. *Human Development Perkembangan Manusia*. (Jakarta, Salemba humanika. 2009)
- Papalia E. D., Old S.W., Feldman & R. D. *Perkembangan Manusia*. (Jakarta : Salemba Humanika. 2001)
- Pawiti, Penelitian Komunikasi Kualitatif, 2007, Hal. 62
- Ratri, Lintang. *Cadar, Media dan Identitas Muslim*. [online] diakses pada 3 maret 2018 pukul 23.48 melalui [www.neliti.com](http://www.neliti.com)
- Sobur, Alex. *Semiotika Komunikasi*. Remaja Rosdakarya. Bandung, 2004
- Yoggi Septian Hardi, “Pemaknaan VISUAL IKLAN Cetak Layanan Masyarakat Beasiswa Bulutangkis Djarum Di Surat Kabar”, Skripsi, Universitas Mercu Buana Jakarta, 2013, hlm 14.
- Egidius Patnistik, (2017,23 Oktober), *apa sebenarnya keinginan isis?*,Internasional Kompas [online], diakses pada tanggal 23 Oktober 2017, pukul 20.11, <http://internasional.kompas.com/read/2014/09/05/09231871/Apa.Sebenarnya.Keinginan.ISIS>.