

KONEKSI DAN STRATEGI KOMUNIKASI DALAM TRANSFORMASI JILBAB KONTEMPORER EL-SALMA HIJABERS MOM COMMUNITY BLITAR

Andiwi Meifilina

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Balitar Jl. Majapahit No. 4A Blitar

Email: andiwimeifilina1@yahoo.co.id

Abstrak: Dengan melihat suksesnya Hijabers Community Blitar maka para Muslimah yang ada di Blitar mendirikan El-Salma Hijabers Mom Community Blitar. Dimana anggotanya harus sudah menikah. Komunitas ini dibentuk melalui jaringan media sosial seperti facebook, BBM dan persahabatan yang mempunyai visi dan misi sama. Muslimah yang ingin fashionable dan menggunakan hijab secara syar'i. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, penelitian ini terdiri dari hubungan, komunikasi dan strategi. Teori yang digunakan adalah Teori Persuasi dan Pengaruh Sosial, untuk mengetahui sejauh mana pengaruh audiens untuk belajar informasi baru, merubah emosi dan perilakunya. Koneksi dan strategi yang dilakukan oleh El-Salma Hijabers Mom Community Blitar antara lain membuat event atau kegiatan keagamaan dan sosial. Dengan adanya El-Salma Hijabers Mom Community Blitar dapat melakukan perubahan ke hijab kontemporer dan transformasi budaya Islam. Dan harapan El-Salma Hijabers Mom Community dapat membuat transformasi budaya Islam yang menutamakan kecantikan dari dalam dan kecantikan dari luar.

Kata Kunci : Koneksi, Transformasi, Hijab Kontemporer, EL-Salma Hijabers Mom Community Blitar

Abstract: Seeing the success of Muslimah wearing veils and fashionable clothes at the Hijabers Community, today in Blitar Muslimah forms EL-SALMA Hijabers Mom Community. The members are married Muslimah. They form this community through connection or mass media i.e. facebook, BBM (Blackberry Mesanger) and the friendship that has the same vision and mission. They ask Muslimah to wear fashionable and syar'I veils. The analysis used is kualitatif research, this study found that there is a relationship between communication strategy community. Theory used in this study using theory of persuasion and social influence, which explains how the effort made to persuade the audience to learn a new information, changing emotions and to act in such a way. The connection and the strategies used by EL-SALMA Hijabers Mom Community are through Islamic Events and activities. The existence of EL-SALMA Hijabers Mom Community can change point of view of kontemporer Hijab that becomes and Islamic cultural transformation. And it is hoped that EL-SALMA Hijabers Mom Community can challenge this cultural transformation positively then it can defence the Islamic values that stress on inner beauty not outer beauty.

Keywords: Connection, transformation, Kontemporer veils, Blitar EL-SALMA Hijabers Mom Community

PENDAHULUAN

Melihat suksesnya komunitas wanita muslimah yang berjilbab dan berbusana modis dalam suatu komunitas *Hijabers Community*, pada saat ini para ibu-ibu muslimah juga membentuk komunitas yang serupa yang dinamakan *EL-SALMA Hijabers Mom Community*. Ide awal pembentukan *EL-SALMA Hijabers Mom Community* untuk para ibu-ibu muslimah atau wanita yang sudah menikah dirintis di Bandung dengan menggunakan jaringan atau koneksi melalui media massa yaitu media jejaring sosial mendapatkan banyak dukungan dari ibu-ibu muslimah. Dengan melihat antusiasme para ibu-ibu muslimah maka diresmikan *Hijabers Mom Community* di Jakarta yang merupakan wadah bagi

para wanita muslimah khususnya kaum ibu-ibu atau wanita yang sudah menikah agar tetap tampil cantik, kreatif dan tetap syar'i.

Hijabers berasal dari kata Hijab dan Ers. Hijab adalah berasal dari bahasa Arab yang artinya adalah penutup atau penghalang yang juga bisa dimaknakan sebagai kerudung atau penutup kepala. Sedangkan Ers adalah kata yang merujuk pada perkumpulan atau pengikut suatu komunitas atau kelompok tertentu. Adanya komunitas hijabers yang memiliki trend gaya berbusana tersendiri mampu merubah image bahwa orang berjilbab terkesan kuno dan kolot menjadi terlihat cantik, modern dan trendy dengan cara pemakaian jilbab dengan aneka bentuk dan motif yang cantik tanpa mengesampingkan tujuan utama memakai jilbab itu sendiri yang tetap harus sesuai dengan aturan Islam.

Jilbab adalah salah satu perintah di dalam agama Islam yang diwajibkan untuk para kaum hawa yang sudah ditetapkan dalam Al-Qur'an. Akan tetapi saat ini jilbab menjadi sebuah fenomena sosial, karena ada yang memahami jilbab sebagai perintah di dalam agama Islam dan merupakan sebuah kewajiban dan ada pula yang sebagian menganggap sebagai suatu keharusan. Pemakaian jilbab oleh beberapa sosiolog dipandang sebagai sebuah bagian dari kebudayaan karena agama dianggap sebagai system sosial yang buat oleh para penganutnya. Budaya adalah gaya hidup yang unik suatu kelompok manusia tertentu. Budaya juga merupakan pengetahuan yang dikomunikasikan, sifat-sifat perilaku yang dipelajari pada anggota-anggota dalam suatu kelompok sosial dan berwujud dalam lembaga-lembaga dan artefak-artefak mereka (Deddy Mulyana dan Jallaludin Rahkmad, 2005: 56. Oleh karena itu budaya member identitas kepada sekelompok orang, bagaimana kita dapat mengidentifikasi aspek-aspek budaya yang menjadikan sekelompok orang menjadi berbeda? Salah satu caranya dengan melihat kelompok dan aspek-aspeknya yang termasuk di dalamnya tentang bagaimana cara berbusana.

Intinya agama sebagai system sosial di dalam kandungannya mempunyai tata cara dan perilaku baik lahir atau batin yang harus ditaati atau dijalankan oleh para penganutnya. Agama terkena proses sosial dimana keseluruhan symbol keagamaan tersebut merupakan bagian dari sebuah kebudayaan manusia. Menurut Ensiklopedia Oxford Dunia Islam Modern, sebagai kata yang mengacu pada penutup, bungkus, tirai, layar atau partisi. Woodluck juga menulis definisi jilbab dalam bahasa daerah muslim kontemporer yang merujuk pada: a) Pakaian yang sederhana, b) Keseluruhan penampilan seorang wanita yang tertutupi oleh kain seluruh tubuhnya ketika bertemu dengan bukan saudara kandungnya. Dengan pengecualian wajah, kedua tangan dan untuk sebagaian wanita menampakkan kakinya. Kain yang digunakan bersifat tidak tipis dan longgar, c) Filosofi berpakaian dan bertindak dengan rendah hati.

Dimana jilbab digunakan oleh wanita muslimah dari kelas bawah hingga kelas atas. Adanya perubahan gaya hidup di dalam kehidupan para wanita muslimah terutama untuk persoalan berbusana seseorang merupakan budaya populer kontemporer yang tengah berlangsung di Indonesia saat ini. Budaya populer dalam media massa adalah salah satu cara manusia untuk mengekspresikan diri. Dan media massa ini mencakup sosial media yakni jejaring sosial seperti twitter, youtube, facebook dan lain-lain. Adanya media sosial ini, individu selalu ingin menampilkan diri dan dilihat oleh orang lain. Postmodernisme menguraikan lahirnya suatu tatanan sosial baru dimana kekuatan media massa dan budaya populer kesemuanya mengatur dan membentuk segala macam hubungan sosial. Media mengontruksikan rasa kita akan realitas sosial, maupun rasa kita sebagai bagian dari ini. Lahirnya media massa modern seiring semakin meningkatnya komersialisasi budaya dan hiburan telah menimbulkan berbagai permasalahan, kepentingan, sekaligus perdebatan. Dalam hubungan era komunikasi massa modern serta kaitannya dengan budaya populer, atas kehendak media pula gaya

hijabers ini menjadi gaya nasional masa kini yang kemudian fenomena ini disebut budaya populer untuk fashion.

Pandangan ini menurut Ben Agger (1992,24) dapat dikelompokkan menjadi empat (4) aliran yaitu: (a) Budaya dibangun berdasarkan kesenangan namun tidak substansial dan mengentaskan orang lain dari kejenuhan kerja sepanjang hari (b) Kebudayaan populer menghancurkan nilai budaya tradisional (c) Kebudayaan menjadi masalah besar dalam pandangan ekonomi Marx Kapitalis dan (d) Kebudayaan populer merupakan kebudayaan budaya yang menetes dari atas, kebudayaan populer banyak berkaitan dengan masalah keseharian yang dapat dinikmati oleh semua orang atau kalangan orang tertentu seperti fashion trend. Jilbab Kontemporer yang booming melalui media massa dengan cepat dan mempengaruhi perubahan fashion berjilbab di Indonesia. Para wanita muslimah dalam penggunaan jilbab kontemporer ini memberikan makna dan tanda yang berbeda dalam pemakaian jilbab sebelumnya. Modis dan trendy adalah citra yang ditonjolkan maka terjadi pergeseran makna akan berjilbab. Wanita adalah manusia yang juga tidak lepas dari lingkup sosial karena wanita tidak dapat hidup sendiri.

Dalam strategi komunikasi ada komponen yang harus diperhatikan sehingga dalam proses komunikasi yang berlangsung dengan sukses dan dapat tercapainya tujuan. Hal itu mencakup strategi komunikator, strategi audience, strategi pesan, strategi pemilihan *channel* atau koneksi dan strategi budaya (Syam& sugiana, 2001:121). Adapun masalah dalam penelitian ini adalah bagaimanakah bentuk koneksi dan strategi komunikasi dalam transformasi jilbab kontemporer EL-SALMA Hijabers Mom Community Blitar dan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bentuk koneksi dan strategi komunikasi dalam transformasi jilbab kontemporer EL-SALMA Hijabers Mom Community Blitar.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan menggunakan paradigma Non Positivisme/ Naturalistik/ Interpretatif. Paradigma Interpretatif bertujuan untuk memahami makna perilaku, symbol-simbol, dan fenomena-fenomena. Paradigma ini menekankan hakekat kenyataan sosial yang didasarkan pada definisi subjektif dan penilaiannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Komunitas ini merupakan komunitas yang menggunakan jilbab kontemporer yang cantik, trendy dan syar'i sehingga menyebabkan kaum ibu-ibu muslimah dan wanita yang sudah menikah untuk masuk menjadi anggotanya. Maka pada tanggal 13 Oktober 2013 didirikan EL-SALMA *Hijabers Mom Community* yang diketuai oleh ibu Sari Ratna Widyawati dan untuk sekretariatnya berada di My Moena Muslim Jalan Sultan Hasanudin No. 15 Blitar. EL-SALMA *Hijabers Mom Community* Blitar ini mempunyai visi menjadi suatu wadah atau komunitas untuk ibu-ibu muslimah berfastabiqul khairat atau saling berlomba-lomba dalam ahal kebaikan, sedangkan misinya adalah: 1) Memperluas dan mempererat tali silaturahmi antar sesama umat muslim khususnya para ibu-ibu muslimah sekabupaten/ kota Blitar, 2) memotivasi, mengajak dan menginspirasi wanita muslimah untuk menggunakan jilbab tanpa takut tidak modis, 3) mengadakan kegiatan sosial dalam keIslaman.

Koneksi dan strategi komunikasi di dalam EL-SALMA *Hijabers Mom Community* Blitar ini dilakukan dengan cara membuat *event-event* karena hal tersebut dianggap sebagai cara untuk mempererat hubungan personal sesama kaum ibu-ibu muslimah dengan tetap berdasarkan visi dan misi EL-SALMA *Hijabers Mom Community* Blitar. Event tersebut salah satunya adalah *fashion show* ibu dan anaknya (Bunda dan Ananda) serta Lomba mewarnai yang bertemakan "Bundaku Berbagi" di Gedung

Graha Patria Jalan H.O.S Cokroaminoto Kota Blitar dimana hasil dari kegiatan tersebut digunakan sebagai dana sosial untuk disumbangkan ke panti asuhan. Selain itu juga acara yang digelar rutin adalah Pengajian, Hijab Class, penggalangan dana sosial diantara anggotanya serta dimana hal tersebut akan memberikan daya tarik kepada ibu-ibu muslimah untuk masuk ke dalam komunitas EL-SALMA *Hijabers Mom Community* Blitar. Aktivitas lain yang dilakukn oleh EL-SALMA *Hijabers Mom Community* Blitar adalah arisan setiap bulan secara berurutan di rumah para anggotanya untuk memerat persaudaran dan Ukhuwah Islamiah.

Adanya koneksi dan strategi komunikasi oleh EL-SALMA *Hijabers Mom Community* Blitar dapatn mengubah cara pandang mengenai jilbab kontemporer menjadikan sebuah transformasi budaya Islami yang tentunya mengalami pergeseran nilai karena adanya upaya untuk mengaktualkan identitas Islam itu melalui berbagai tradisi serta cara berpakaian dan *life style*. Jadi bentuk komunikasi yang ingin disampaikan oleh EL-SALMA *Hijabers Mom Community* kepada para ibu-ibu muslimah adalah dengan berjilbab tidak perlu takut kuno atau kolot sehingga terjadi transformasi dari yang berjilbab menjadi berjilbab yang lebih modis dan *fashionable*. “ Seseorang akan berusaha menyesuaikan perasaannya terhadap orang lain, dengan pengertian yang ada pada dirinya sendiri mengenai sikap (senang atau tidak) mereka berdua terhadap seseorang yang merupakan pihak ketiga atau terhadap suatu objek maupun gagasan. Dan tidak adanya persesuaian ini merupakan salah satu kekuatan yang mengarah kepada perubahan” (F. Heider dalam bukunya *The Psychology of Inter Personal Relations*, 1985).

Jilbab modis yang kontemporer telah menjadi trend yang digemari kalangan wanita muslimah hakikatnya menjadi contoh bekerjanya sistem global paradoks yang sangat menonjol. Sosiolog Prancis Pierre Bourdieu (Gidden, 2005) melihat kelompok kelas dapat diidentifikasi menurut tingkat mereka bervariasi dari modal budaya dan ekonomi. Ia menilai bahwa individu atau kelompok saat ini tidak lagi membedakan diri menurut faktor ekonomi saja akan tetapi juga menurut selera budaya dan perburuan kesenangan. Menurut Giddens, hal ini ada kaitannya dengan faktor-faktor budaya seperti *pola gaya hidup* dan *konsumsi*. Identitas disusun untuk tingkat yang lebih besar sekitar pilihan gaya hidup seperti cara berpakaian, yang makan, cara merawat tubuh seseorang dan tempat untuk bersantai. Dengan adanya fenomena komunitas jilbab kontemporer, perlu dijelaskan kepada masyarakat bahwa persepsi dan pemakaian jilbab telah mengalami pergeseran (*Shifting*). Karena ada upaya untuk mengaktualkan identitas islam itu melalui berbagai tradisi serta cara berpakaian, dan gaya hidup ini. Pergeseran ini terjadi karena komunitas jilbab kontemporer lebih menekan pada *komersialisasi* dan *entertaining* semata dengan melupakan sisi religiusitas sebuah *hijab*. Memang bukan hal yang salah ketika wanita muslimah mulai mengedepankan konsep diri dalam hal ini mengenai gaya berjilbab kontemporer karena semua itu adalah upaya perwujudan dari presentasi diri yang merupakan dasar bahwa manusia sebagai makhluk sosial. Budaya populer pada dasarnya dalam lifestyle merupakan pencitraan yang merupakan wujud dari presentasi diri untuk itu wanita harus teliti dalam berbusana dan berjilbab karena budaya populer yang kurang disaring oleh nilai dan pikiran akan berdampak hilangnya identitas diri.

Mengenai karakteristik dan model khas mengenai jilbab kontemporer, Chaney (Ibrahim, 2007) mengatakan tentang lookism yang lain mejadi persoalan untuk selalu tampil lebih menarik tidak hanya dalam dunia fashion akan tetapi juga dalam kehidupan sehari-hari. Maka munculah jilbab kontemporer dikalangan wanita muslimah dimana wanita muslimah ini selalu berupaya untuk selalu tampil maksimal supaya lebih cantik dan trendy dengan berbagai macam kreasi dalam menggunakan jilbabnya. Fashion selalu mengalami perubahan dan bersiklus, biasanya trend fashion terjadi pada kurun waktu tertentu seperti sama halnya trend jilbab kontemporer diikuti juga dengan perubahan

trend gaya berbusana kaum wanita muslimah. Ciri jilbab kontemporer ini salah satunya jilbab dipakai warna-warni penuh gaya dan kreasi dengan menggunakan berbagai macam asesoris atau pernik-pernik modern.

Aksesoris jilbab yang unik dan minimalis seperti ciput ninja (kain sebagai pelapis dalaman sebagai penutup kepala namun terbuka untuk keseluruhan wajah) dalam berbagai warna dan motif menjadi sesuatu yang dapat dipadu padankan, dimana dalam penggunaan jilbab kontemporer ini tetap memperhatikan aturan Agama Islam yaitu menutupi bagian dada. Menurut Ibrahim (2007) yang melihat adanya kekayaan *semiotic* fashion muslimah dengan melihat dari cara, gaya dan corak serta asesoris pakaiannya, ada pergeseran cara berbusana muslimah. Jadi ciri jilbab kontemporer ini lebih unik dan *colourfull*, hal ini dapat dilihat pada pemakaian jilbab sebelumnya pada wanita muslimah yang monoton dengan satu warna dan tidak sekreatif pada pemakaian jilbab kontemporer.

Sekilas pemakaian jilbab kontemporer ini terlihat rumit dari penampakan luar karena tidak segampang dalam pemakaiannya karena menggabungkan ciput ninja dengan shawl, plasmina atau jilbab model kain panjang yang dililitkan beberapa kali diatas kepala dengan berbagai metode tertentu. Bahkan ada beberapa wanita muslimah yang tidak bisa memakai jilbab kontemporer karena menganggap sulit dalam pemakaiannya maka dari itu munculah majalah-majalah jilbab kontemporer lengkap dengan cara pemakaiannya yang disertai dengan gambar. Bahkan kita sekarang juga bisa melihatnya di internet mengenai video cara pemakaian jilbab kontemporer

Berbusana cermin kepribadian atau bentuk komunikasi dari diri seseorang. Jadi dengan adanya jilbab kontemporer ini, komunikasi yang ingin disampaikan kepada para wanita muslimah bahwa dengan berjilbab seseorang tidak perlu takut terlihat kuno sebab adanya dengan adanya jilbab kontemporer yang penuh pilihan dan kreasi ini, wanita muslimah lebih kelihatan cantik dan trendy dengan tetap memperhatikan aspek-aspek Islami bahwa jilbab tetaplah harus digunakan sebagai penutup aurat terhadap bagian tubuh yang dilarang atau ditonjolkan. Berbagai upaya terus dikembangkan dalam membuat desain dan trend berjilbab, hal ini diharapkan agar para wanita muslimah terus berminat dalam berjilbab dan tidak takut lagi akan simbol jilbab sebagai pelengkap penampilan yang tidak mengikuti trend atau dikatakan kuno.

Dalam sosiologi komunikasi tentang teori Interaksionisme simbolik menjelaskan bahwa symbol-symbol yang dibentuk masyarakat akan berpengaruh terhadap perilaku dan tindakan seseorang maka berbagai komunitas wanita berjilbab kontemporer. Adanya fenomena sosial ini maka munculah pergeseran nilai pemakaian jilbab masa kini telah bergeser dari sebuah manifestasi perilaku menjalankan tuntunan agama menuju mode atau fashion. Dalam kaitannya dengan budaya populer dan industri budaya, telah terjadi sebuah pergeseran (*shifting*) dalam pemberlakuan nilai-nilai agama Islam masa kini seiring dengan berkembangnya komunitas Hijabers. Hal ini disebabkan karena ada upaya untuk mengaktualkan identitas Islam itu melalui berbagai tradisi seperti cara berpakaian, penggunaan bahasa dan gaya hidup.

Pergeseran ini terjadi karena jilbab kontemporer lebih menekankan pada *komersialisasi* dan *entertaining* semata dengan melupakan sisi religiusitas sebuah *jilbab*. Maka dari itu setiap wanita muslimah harus menyikapi hal ini dengan adanya jilbab kontemporer ini positif dengan cara selalu tetap memperhatikan nilai-nilai keIslaman, bukan hanya tampil cantik luar saja akan tetapi wawasan tentang keIslaman juga harus bertambah dengan terus meningkatkan kecerdasan spiritual. Karena dua sisi wanita yaitu kecantikan luar atau kecantikan fisik dan kecantikan dari dalam atau sering disebut Inner Beauty harus seimbang dengan meningkatkan wawasan religi keIslaman dan wawasan global sehingga menjadi wanita muslimah modern yang tetap cantik memakai jilbab dan cerdas berwawasan global yang mencerminkan wanita muslimah sejati yang penuh percaya diri akan lebih mampu

menghadapi segala tantangan globalisasi. Yang terpenting dan harus diingat jilbab tetap merupakan penutup aurat bagi para wanita muslimah sesuai dengan apa yang telah diwajibkan dan diajarkan dalam agama Islam.

Jadi di dalam EL-SALMA *Hijabers Mom Community* Blitar ini menimbulkan kesan yang positif atau dalam Teori Hubungan Antar Pribadi (*Interpersonal Relationship*) disebut *Self Disclosure* yaitu proses pengungkapan informasi pribadi kita kepada orang lain dan sebaliknya (Burhan Bungin, 2007: 262). Jadi adanya transformasi jilbab kontemporer ini mengenai cara pandang para ibu-ibu muslimah sehingga mereka bergabung dalam *Hijabers Mom Community* Blitar dalam Teori Persuasif yang dikemukakan oleh Lattimore, (2010:55) dimana persuasif dapat mempengaruhi audience dengan belajar dari informasi yang baru, perubahan emosi dan melakukan suatu tindakan maka dari itu diharapkan agar EL-SALMA *Hijabers Mom Community* Blitar dapat menyusun strategi komunikasi yang tepat dalam memilih komunikator, audience, pemakaian bahasa, symbol pesan dan media sangat mempengaruhi keberhasilannya. Dan ibu-ibu muslimah ini diharapkan dapat menyikapi transformasi budaya Islami dengan positif sehingga ibu-ibu muslimah diharapkan tetap memperhatikan nilai-nilai ke Islaman bukan cantik dari luar tetapi lebih menekankan kecantikan dari dalam (*inner beauty*) dengan selalu meningkatkan kecerdasan spiritual sebagai muslimah yang sejati.

KESIMPULAN

Hasil penelitian yang didapat:

- a. EL-SALMA *Hijabers Mom Community* Blitar telah menggunakan strategi komunikasi dan koneksi (jaringan) dalam menjangkau anggotanya dan untuk mencapai visi dan misinya melalui transformasi jilbab kontemporer.
- b. Adanya Transformasi hijab kontemporer dalam kelompok EL-SALMA *Hijabers Mom Community* Blitar sehingga adanya pergeseran nilai dalam budaya Islam dari jilbab kuno menjadi jilbab kontemporer yang lebih modis dan *trendy*.
- c. Disarankan adanya evaluasi dalam setiap pembuatan strategi komunikasi sehingga tidak terjadi kesalah pahaman oleh masyarakat dalam setiap strategi komunikasi yang dilaksanakan maka EL-SALMA *Hijabers Mom Community* Blitar harus menyusun bentuk koneksi dan strategi komunikasi yang lebih tepat lagi dalam mencapai visi dan misinya dan untuk mengurangi keterbatasan dari yang meliputi strategi komunikasi dan komunitas itu sendiri.
- d. Disarankan dengan adanya transformasi jilbab kontemporer khususnya para ibu-ibu Muslimah di EL-SALMA *Hijabers Mom Community* Blitar harus bijak memandang bahwa kecantikan bukan hanya dari luar tetapi tetap memperhatikan nilai-nilai ke Islaman yang lebih menekankan kecantikan dari dalam (*inner beauty*) dengan selalu meningkatkan kecerdasan spiritual sebagai muslimah yang sejati yang berpegang teguh pada budaya Islami.

DAFTAR PUSTAKA

- Denzin and Lincoln, 2000. *Handbok of Qualitative Research*, London: Sage Publication
- Giddens, Anthony, 2006. *Sociology*, Oxford UK, Backwell Publishing. Ltd
- Bungin, Burhan, 2007, *Sosiologi Komunikasi, Teori Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, Jakarta, Kencana Prenada Media Group
- Hamidi, 2004. *Metode Penelitian Kualitatif*, Penerbit Universitas Muhammadiyah Malang, Malang
- Ibrahim, Idi Subandy, 2007. *Budaya Populer Sebagai Komunikasi (Dinamika Popscape dan Media Scape di Indonesia Kontemporer)* Yogyakarta, Jalasutra
- Moleong, Lexi J, 2000. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung

- Mulyana, Deddy & Rakhmat, Jalaluddin. 2001. *Komunikasi Antar Budaya Panduan Berkomunikasi Dengan Orang-Orang Yang Berbeda Budaya*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung
- Sugiyono, 2011. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*, Bandung, Alfabeta
- Syam, Dr. Nur, 2005. *Bukan Dunia Berbeda Sosiologi Komunitas Islam*, Surabaya, Pustaka Eureka