

MAKNA KAOS ISLAMI DISTRO KALAM BANDUNG

Oleh : Adi Muhammad Ramadhan, M.I.Kom.

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji tentang makna kaos islami distro Kalam Bandung. Komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan baik melalui sebuah media ataupun secara langsung. Komunikasi dapat dilakukan melalui verbal atau nonverbal. Komunikasi nonverbal merupakan proses komunikasi atau penyampaian pesan melalui lambang, gambar dan hal lainnya. Desain dalam kaos merupakan salah satu komunikasi nonverbal, dimana ada maksud atau ada pesan yang ingin disampaikan oleh pembuat kepada pembeli atau pemakai. Terlebih lagi khususnya untuk kaos islami dimana pasti ada suatu maksud yang baik yang diharapkan atau diinginkan pembuat kaos kepada pemakainya. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai Makna Kaos Islami Distro Kalam Bandung di Kalangan Pemakai.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan studi fenomenologi. Studi Fenomenologi digunakan agar peneliti dapat menggali pengalaman para pemakai kaos dalam memaknai kaos islami distro Kalam Bandung baik dalam kehidupan sehari-hari di kehidupan pribadinya ataupun di sosialnya. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan observasi, studi kepustakaan, studi dokumentasi, dan wawancara mendalam.

Kata kunci: Makna, Kaos Islami, Distro Kalam

PENDAHULUAN

Agama yang paling banyak dianut oleh masyarakat Indonesia adalah agama Islam. Hal ini karena penyebaran agama Islam tersebut menjalar begitu cepatnya pada jaman dahulu di masa perdagangan. Ada yang menggunakan media wayang kulit seperti dakwah yang dilakukan oleh walisongo. Ada juga yang secara sembunyi-sembunyi dan hal lainnya. Namun kini dengan adanya teknologi membuat semuanya menjadi terbuka dan bersifat luas. Seiring dengan perkembangan jaman, teknologi juga ikut berkembang dari tahun ke tahun.

Seorang muslim dan muslimah wajib mengetahui aturan berpakaian agar dalam berpakaian dan berpenampilan ia akan mendapatkan ridha Allah, bukan sebaliknya mendapatkan murka Allah. Bagi seorang laki-laki muslim sendiri mempunyai beberapa syarat yang dihalalkan dalam penggunaan pakaian seperti: (1) Menutup aurat; (2) Tidak terbuat dari emas atau sutera; (3) Tidak menyerupai pakaian wanita; (4) Tidak menyerupai orang-orang kafir.

Sedangkan untuk seorang perempuan atau akhwat sendiri mempunyai beberapa syarat yang lebih banyak, yaitu: (1) Menutup aurat; (2) Menetapi jenis dan model yang ditetapkan syara' (memakai jilbab, khumur, mihnah dan memenuhi kriteria irkha'); (3) Tidak tembus pandang; (4) Tidak menunjukkan bentuk dan lekuk tubuhnya; (5) Tidak tabarruj; (6) Tidak menyerupai pakaian laki-laki; (7) Tidak tasyabbuh terhadap orang kafir.

Distro Kalam merupakan salah satu penggiat bisnis di bidang distro dari sekian banyaknya merek distro yang ada di kota Bandung. Distro Kalam sendiri masih dibidang anak baru di dunia bisnis distro yakni baru dibentuk pada tahun 2015. Distro kalam memiliki karakteristik sendiri yang khas yaitu membuat desain kaos distro yang berasaskan atau bernuansa Islami baik dalam bentuk tulisan-tulisan, gambar-gambar ataupun campuran dari keduanya sehingga akan menghasilkan suatu identitas tersendiri bagi pemakainya.

Teori Fenomenologi

Fenomenologi ingin mengungkap pengalaman sadar yang dialami oleh individu-individu. Seperti yang dipaparkan bahwa “teori-teori fenomenologis melihat interpretasi sebagai sebuah proses pemahaman yang sadar dan hati-hati. Fenomenologi secara harfiah berarti penelitian tentang pengalaman sadar, dimana interpretasi mengambil peranan yang penting” (Litlejohn dan Foss, 2009:192-193).

“Bagi Schutz, dan pemahaman kaum fenomenologis, tugas utama analisis fenomenologis adalah merekonstruksi dunia kehidupan manusia “sebenarnya”

dalam bentuk yang mereka sendiri alami” (Schutz dalam Kuswarno, 2009:110). Jadi dari penjelasan tersebut, peneliti dapat mengetahui dan memahami makna dari kaos Islami distro Kalam Bandung sesuai dengan apa yang mereka alami.

Kajian Pustaka

Komunikasi

Paradigma Lasswell di atas menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu, yaitu:

1. Komunikator (siapa yang mengatakan?)
2. Pesan (mengatakan apa?)
3. Media (melalui saluran/ channel/media apa?)
4. Komunikan (kepada siapa?)
5. Efek (dengan dampak/efek apa?).

Jadi berdasarkan paradigma Lasswell tersebut, secara sederhana proses komunikasi adalah pihak komunikator membentuk (encode) pesan dan menyampaikannya melalui suatu saluran tertentu kepada pihak penerima yang menimbulkan efek tertentu.

Proses Komunikasi

Berangkat dari paradigma Lasswell, **Effendy (1994:11-19)** membedakan proses komunikasi menjadi dua tahap, yaitu:

1. Proses komunikasi secara primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (symbol) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi

adalah pesan verbal (bahasa), dan pesan nonverbal (kial/gesture, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya) yang secara langsung dapat/mampu menerjemahkan pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan.

Seperti disinggung di muka, komunikasi berlangsung apabila terjadi kesamaan makna dalam pesan yang diterima oleh komunikan. Dengan kata lain, komunikasi adalah proses membuat pesan yang setela bagi komunikator dan komunikan. Prosesnya sebagai berikut, pertama-tama komunikator menyandi (encode) pesan yang akan disampaikan disampaikan kepada komunikan. Ini berarti komunikator memformulasikan pikiran dan atau perasaannya ke dalam lambang (bahasa) yang diperkirakan akan dimengerti oleh komunikan. Kemudian giliran komunikan untuk menterjemahkan (decode) pesan dari komunikator. Ini berarti ia menafsirkan lambang yang mengandung pikiran dan atau perasaan komunikator tadi dalam konteks pengertian. Yang penting dalam proses penyandian (coding) adalah komunikator dapat menyandi dan komunikan dapat menerjemahkan sandi tersebut (terdapat kesamaan makna).

2. Proses komunikasi sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama.

Seorang komunikator menggunakan media ke dua dalam menyampaikan komunikasike karena komunikan sebagai sasaran berada di tempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak. Surat, telepon, teleks, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dsb adalah media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi. Proses komunikasi secara sekunder itu menggunakan media yang dapat diklasifikasikan sebagai media massa (surat kabar, televisi, radio, dsb.) dan media nirmassa (telepon, surat, megapon, dsb.).

Komunikasi Nonverbal

Komunikasi nonverbal adalah proses komunikasi dimana pesan disampaikan tidak menggunakan kata-kata. Contoh komunikasi nonverbal ialah menggunakan gerak isyarat, bahasa tubuh, ekspresi wajah dan kontak mata, penggunaan objek seperti pakaian, potongan rambut, dan sebagainya, simbol- simbol, serta cara berbicara seperti intonasi, penekanan, kualitas suara, gaya emosi, dan gaya berbicara.

Makna

Istilah makna (*meaning*) merupakan kata dan istilah yang membingungkan. Bentuk makna diperhitungkan sebagai istilah, sebab bentuk ini mempunyai konsep dalam bidang ilmu tertentu, yakni dalam bidang linguistik. Istilah makna walaupun membingungkan, sebenarnya lebih dekat dengan kata. Sering kita berkata, apa artinya kata ini, apakah artinya kalimat ini?

Umumnya orang menanggapi bahwa "arti" dan "makna" itu adalah sama. Padahal tidak demikian. Kedua istilah itu mengandung pengertian yang berbeda. Arti adalah denotasi. Sedangkan makna adalah konotasi. Kadang- kadang "makna" itu selaras dengan "arti" dan kadang tidak selaras.

Makna adalah hubungan antara lambang bunyi dengan acuannya. Makna merupakan bentuk responsi dari stimulus yang diperoleh pemeran dalam komunikasi sesuai dengan asosiasi maupun hasil belajar yang dimiliki. Dalam kamus linguistik, pengertian makna dijabarkan menjadi:

1. Maksud pembicara.
2. Pengaruh penerapan bahasa dalam pemakaian persepsi atau perilaku manusia atau kelompok manusia.

3. Hubungan dalam arti kesepadanan atau ketidaksepadanan antara bahasa atau antara ujaran dan semua hal yang ditunjukkannya.
4. Cara menggunakan lambang-lambang bahasa. (Harimurti Kridalaksana, 2001: 132)

Ujaran manusia itu mengandung makna yang utuh. Keutuhan makna itu merupakan perpaduan dari empat aspek, yakni pengertian (sense), perasaan (feeling), nada (tone), dan amanat (intension). Memahami aspek itu dalam seluruh konteks adalah bagian dari usaha untuk memahami makna dalam komunikasi.

Di dalam buku *The Meaning* (Ogden dan Richards, 1972: 186-187) telah dikumpulkan ada 16 dari batasan mengenai makna. Bagi orang awam, untuk memahami makna kata tertentu ia dapat mencari kamus sebab di dalam kamus terdapat makna yang disebut makna leksikal. Dalam kehidupan sehari-hari orang sulit menerapkan makna yang terdapat di dalam kamus sebab makna sebuah kata sering bergeser jika berada dalam satuan kalimat. Dengan kata lain, setiap kata kadang-kadang mempunyai makna yang luas. Itu sebabnya orang-orang kadang tidak puas dengan makna kata yang terdapat di dalam kamus. Hal ini muncul jika orang bertemu atau berhadapan dengan idiom, gaya bahasa, metafora, peribahasa dan ungkapan.

Pengertian makna menurut para ahli Saussure (Chaer, 2007: 286) mengungkapkan pengertian makna sebagai pengertian atau konsep yang dimiliki atau terdapat pada suatu tanda linguistik.

Saussure (1994: 286) mengungkapkan bahwa makna adalah pengertian atau konsep yang dimiliki atau terdapat pada suatu tanda linguistik.

Shipley (1962: 261) berpendapat bahwa, jika seseorang menafsirkan makna sebuah lambang, berarti ia memikirkan sebagaimana mestinya

tentang lambang tersebut; yakni suatu keinginan untuk menghasilkan jawaban tertentu dengan kondisi-kondisi tertentu pula.

Dari pengertian para ahli bahasa diatas, dapat dikatakan bahwa batasan tentang pengertian makna sangat sulit ditentukan karena setiap pemakai bahasa memiliki kemampuan dan cara pandang yang berbeda dalam memaknai sesuatu.

Para ahli di bidang komunikasi nonverbal biasanya menggunakan definisi "tidak menggunakan kata" dengan ketat, dan tidak menyamakan komunikasi non- verbal dengan komunikasi nonlisan. Contohnya, bahasa isyarat dan tulisan tidak dianggap sebagai komunikasi nonverbal karena menggunakan kata, sedangkan intonasi dan gaya berbicara tergolong sebagai komunikasi nonverbal. Komunikasi nonverbal juga berbeda dengan komunikasi bawah sadar, yang dapat berupa komunikasi verbal ataupun nonverbal.

Motif Pemakai Kaos Islami Distro Kalam Bandung

1. Motif Peningat Dan Pembatas Diri

Dalam hasil penelitian ini, peneliti berhasil mendapatkan motif pemakai dalam memakai kaos Islami distro Kalam Bandung. Semua informan yang diwawancara memberikan jawaban yang sama mengenai motif yang paling utama yaitu sebagai peningat dan pembatas diri baik dari sikap dan hal lainnya.

Soni Sonjaya yang selaku pemilik dan pemakai kaos kalam yang frekuensi pemakaiannya sering dalam berbagai tempat dan acara yang diikuti atau dilaluinya menerangkan bahwa motif utama dalam menggunakan kaos Islami distro Kalam ini adalah sebagai peningat yang secara khusus dimaksudkan sebagai peningat untuk dirinya pribadi. Kenapa secara khusus peningat untuk pribadi, hal ini disampaikan oleh Soni Sonjaya karena sebelum ke orang lain kita harus bisa membatasi sikap dan perbuatan kita sendiri.

2. Motif Syiar atau Dakwah Secara Tidak Langsung

Dari empat orang informan yang peneliti wawancara berkenaan dengan penelitian ini, semua informan yaitu Soni Sonjaya, Heri Firmansyah, Agus Purwanto dan Sendi Gumilang Trianjaya mengatakan hal yang sama mengenai motif syiar atau dakwah secara tidak langsung dengan mengenakan kaos Kalam ini.

Dengan orang lain melihat kaos Kalam ini maka secara otomatis orang lain pun minimal akan membaca apa yang ada di kaos Kalam ini. Dengan membaca minimal hatinya sedikit banyak terketuk mengenai arti atau makna dari desain yang disajikan dalam kaos Kalam ini. Terlepas apakah orang lain yang membaca itu menjadi terjaga sikap dan akhlakunya itu kembali lagi kepada keinginan atau hati dari orang yang melihat desain kaos Kalam itu sendiri.

Agus Purwanto menambahkan bahwa saat ini orang-orang akan merasa terajak kepada kebenaran yang berasal dari keyakinan yang timbul dari dalam hatinya sendiri. Oleh karena itulah kaos Kalam ini hadir sebagai penyebab timbulnya bahan pemikiran dan perenungan bagi diri sendiri dan umumnya bagi orang lain yang melihat desain dari kaos Kalam ini. Ditambah dengan sajian desain yang *simple* serta elegan dan mengena serta lebih kepada ajakan yang secara halus merupakan strategi yang tepat karena mencerminkan agama Islam itu indah dan cinta damai.

3. Motif Presentasi Diri

Seperti yang diutarakan lewat wawancara kepada Heri Firmansyah, Heri menuturkan bahwa salah satu alasan beliau sering memakai kaos Kalam adalah karena sebagai identitas bahwa dirinya adalah muslim dan beliau sangat bangga akan hal itu dan senantiasa ingin menunjukkannya kepada orang lain.

Tidak hanya dengan baju koko dan peci saja yang mencerminkan bahwa dirinya muslim tapi kaos yang memiliki desain nilai-nilai Islami seperti kaos kalam juga dapat mencerminkan identitas seorang muslim. Nilai tambahnya adalah karena kaos Kalam bisa dipakai kemana pun selama kegiatannya yang bersifat informal dan tidak terlihat *viral* oleh kalangan publik lainnya.

Makna Kaos Kalam

1. Makna Kaos Islami Distro Kalam Bagi Soni Sonjaya

Soni Sonjaya yang merupakan pendiri dan pemilik distro Kalam ini memang benar-benar memikirkannya dengan matang pada saat akan membentuk *brand* ini, karena walaupun ini bisnis tapi bisnis yang memang harus hati-hati dan dipertanggungjawabkan secara penuh dan penuh pertimbangan apalagi dalam hal desainnya yang dimaksudkan agar pemakai tidak hanya sekedar memakai kaosnya saja tetapi lebih kepada pemahaman dan makna yang didapat dari kaos Kalam ini.

Makna Kalam sendiri menurut Soni adalah khususnya sebagai pengingat serta pembatasan untuk diri sendiri, baik dalam sikap kita ataupun dari hati atau niatan kita. Menghindarkan diri dari perbuatan yang buruk serta tercela, karena merasa malu pada kaos yang kita pakai sendiri sehingga niatan atau sikap kita yang buruk itu tidak jadi kita lakukan. Syiar Islam pun menjadi salah satu makna yang hadir dalam kaos kalam ini karena melalui desain yang ada pada kaos ini setidaknya juga dapat terlihat dan terbaca oleh orang-orang yang ada di sekitar kita, apakah itu mempengaruhi orang lain ataupun tidak itu tidak jadi masalah, karena hanya Allah SWT lah yang dapat membolak-balikkan hati manusia.

Menyikapi kaos Kalam ini, Soni juga mempunyai harapan agar kaos Kalam ini khususnya dan umumnya kaos-kaos yang lainnya yang sama-sama menghadirkan nilai-nilai Islami pada desainnya lebih hebat lagi, dan dapat menjadi *trend* di kalangan masyarakat agar saling mengingatkan satu sama lain kepada kebaikan. Sehingga semakin banyak yang memakai kaos Islami maka semakin banyak juga pengingat yang akan terlihat oleh mata kita sehingga sikap dan hati kita dapat selalu terjaga.

2. Makna Kaos Islami Distro Kalam Bagi Heri Firmansyah

Heri Firmansyah yang menjadi pelanggan serta pemakai sejati kaos Kalam ini memaknai kaos kalam ini sebagai wujud kecintaan dan kebanggan dirinya sebagai identitas muslim yang dinilainya bahwa selain sikap dan hati

kita yang sebagai identitas kita sebagai muslim juga perwujudan melalui pakaian yang dikenakan.

Banyak orang yang merasa malu atau bahkan menyembunyikan identitas muslimnya, agama Islam menurut Heri hanya tercantum di KTP saja tapi belum masuk ke dalam pergaulan sosial kehidupan bermasyarakat. Tidak hanya baju koko dan peci saja yang dijadikan identitas muslim tapi memakai kaos Islami seperti Kalam juga merupakan pembuktian bahwa tidak hanya mencirikan sebagai seorang muslim tapi juga unsur pengingat atau syiar.

Selain itu juga, selain pemaknaan sebagai suatu identitas sebagai seorang muslim. Heri Firmansyah memaknai kaos Kalam ini sebagai sarana dakwah secara tidak langsung, karena dakwah ini merupakan tugas muslim semua sebagai umat Nabi Muhammad SAW untuk menyebarkan nilai-nilai Islami di kehidupan baik khusus kepada pribadi individu ataupun kepada umum atau publik.

Selama ini dakwah yang sering ditemui memakai jalan secara langsung dan verbal kepada publik, namun dengan seperti itu dan kembali lagi mengacu kepada karakter dan sifat setiap orang yang berbeda maka ada yang merasa suka dan tidak suka serta menghindari dari sikap sombong dimana seakan menggurui orang lain. Dengan memakai kaos Kalam ini, maka dakwah yang dilakukan bersifat halus tanpa menyinggung satu atau pihak lain.

3. Makna Kaos Islami Distro Kalam Bagi Agus Purwanto

Pemaknaan kaos Islami distro Kalam menurut Agus Purwanto merupakan sebagai sarana syiar atau dakwah Islam dimana hal ini dilakukan tanpa menyinggung pihak-pihak yang kadang tidak sedikit banyak terjadi dan terlihat dalam kehidupan sehari-hari. Sama halnya dengan yang

dituturkan oleh Heri Firmansyah, dakwah melalui kaos Kalam ini merupakan jawaban dan strategi yang tepat dalam situasi dan kondisi dalam perkembangan sosial masyarakat pada saat ini.

Penyampaikaian syiar atau pengingat yang disalurkan melalui non verbal ini apakah disadari atau dipahami oleh orang lain atau tidak disadari bukanlah masalah utama menurut Agus Purwanto, karena yang berkuasa terhadap pemberian hidayah itu hanyalah Allah SWT. Sebagai manusia hanya berusaha tanpa mengganggu atau memaksakan kehendak, Islam itu damai dan tidak memaksa jadi jangan menjadi hal seperti itu.

Selain sebagai syiar atau dakwah secara tidak langsung, Agus Purwanto juga menuturkan mengenai suatu pembelajaran dirinya. Agus Purwanto merasa masih harus belajar dan salah satu pembelajarannya adalah melalui Kalam ini.

“Kita belajar masih berjalan dan karena saya berpikir pemahaman ilmu saya kurang makanya saya dengan memakai kaos ini sekalian belajar. Dibalik pake baju ini saya tidak ada untuk merasa sombong atau hal lainnya, justru karena kekurangan ilmu itu saya sedikit demi sedikit belajar lewat kalam ini salah satunya. Hanya sekedar mengingatkan, syiar itu perlu tapi kan kalau secara tidak langsung lewat kaos kalam ini, orang pasti membacanya, terserah mereka mau menerima atau tidak pengingat ini. Banyak yang melihat dan banyak yang tersenyum ketika saya pake kaos kalam itu. Saya pake kaos itu maksudnya iya mengingatkan lah, sedikit dari syiar yang bisa saya lakukan.”

4. Makna Kaos Islami Distro Kalam Bagi Sendi Gumilang Trianjaya

Sendi Gumilang Trianjaya memaknai kaos Islami distro Kalam ini sebagai pengingat secara khususnya untuk diri sendiri dan umumnya untuk publik yang kebetulan melihat isi desain kaos Kalam ini. Sendi menuturkan

lebih memaknai sebagai pengingat untuk diri sendiri karena dengan memakai kaos Kalam tersebut sebagai tameng atau penahan dari penjagaan hal-hal yang tidak sesuai dengan agama Islam.

Semua berawal dari dalam diri terlebih dahulu karena Sendi menuturkan belum memiliki kapasitas dan ilmu secara khusus untuk lebih memberikan pengingat untuk orang lain, walaupun orang lain bisa menganggap atau merasa teringatkan setelah melihat kaos Kalam yang sedang dipakainya ini. Menjadi lebih menjaga diri dari hal-hal yang jelek ketika memakai kaos Islami dan membuat hal yang lainnya menjadi ikut terdorong kepada kebaikan seperti bahan obrolan bersama teman-teman yang asalnya membahas apapun baik itu yang positif ataupun hal yang berbau negatif. Namun ketika memakai kaos Kalam ini menjadi obrolan yang disajikan baik dari dalam pribadi ataupun lingkungan menjadi hal-hal yang baik saja bahkan membahas seputar agama yang memiliki nilai manfaat yang besar.

Kesimpulan Dan Saran

Kesimpulan

Dalam penelitian ini terungkap bahwa motif pemakai kaos Islami distro

Kalam terbagi menjadi 3, yaitu:

1. **Motif Pengingat dan Pembatas Diri**

Dari serangkaian wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada para pemakai kaos Islami distro Kalam Bandung ini terungkap bahwa motif mereka memakai kaos Kalam adalah pengingat dan pembatas diri. Kaos Kalam dirasakan oleh pemakai sebagai suatu sarana pengingat dan pembatas diri yang sesuai untuk sikap dan akhlakunya. Kaos Kalam menjadi sarana pengingat dan pembatas diri karena selalu dipakai oleh pemakai

kemana pun pemakai pergi sehingga dengan dikenakannya menjadi terasa mengingatkan diri pemakai untuk bersikap yang dianjurkan atau setidaknya jauh dari hal-hal yang tidak baik.

Tidak hanya menjadi pembatas diri, pemakaian kaos Kalam ini juga menjadi pengingat secara khusus untuk dirinya sendiri dan secara umumnya untuk orang lain yang melihat kaos Kalam tersebut. Pemakai merasa bertanggung jawab memakai kaos Islami distro Kalam sehingga diaplikasikan rasa tanggung jawab tersebut dengan aplikasi sikap-sikap yang membatasi dari perbuatan yang tercela dan hal lainnya yang serupa. Ucapan juga menjadi teratur hanya dengan mengucapkan yang baik-baik saja dan dirasakan juga dengan kebiasaan yang baru dimana bahan obrolan menjadi sesuatu yang baik-baik dan terjaga serta lebih kepada membicarakan seputar hal-hal agama.

2. Motif Syiar atau Dakwah Secara Tidak Langsung

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan para informan mengungkapkan bahwa motif dalam pemakaian kaos Kalam ini adalah syiar atau dakwah secara tidak langsung. Pemakai merasa sadar bahwa tugas dakwah pasca meninggalnya Nabi Muhammad SAW adalah menjadi tugas para umatnya di akhir zaman ini sehingga hal tersebutlah yang menjadi bahan pemikiran untuk mencari cara dakwah yang dapat dengan tepat diterima oleh publik. Melalui pemakaian kaos Islami distro Kalam ini pemakai merasa terwakilkan bagaimana mengemban tugas tersebut tetapi dengan tidak cara yang dapat membuat orang lain merasa digurui atau merasa diceramahi karena karakter atau sifat setiap orang berbeda dan mengantisipasi hal tersebutlah dengan cara memakai kaos Kalam ini menjadi terwakilkan.

Orang sekitar yang melihat kaos Kalam merasa tidak sedang didakwahi karena proses berlangsungnya dakwah ini secara tidak langsung. Orang kadang tidak menganggap cara ini sebagai dakwah tapi justru inilah cara yang ampuh dan lembut dengan menuangkan nilai-nilai Islami atau pengingat lainnya melalui desain kaos Kalam ini. Yang merasa terilhami atau merasa diingatkan dengan kaos Kalam ini maka itulah tujuannya sedangkan yang tidak pun tidak akan merasa terganggu.

3. Motif Presentasi Diri

Merasa bangga terhadap keIslamannya walaupun tingkat iman yang masih dirasa belum maksimal dalam melakukan hal yang dianjurkan oleh Allah SWT tersebutlah yang menjadikan dengan memakai kaos Islami distro Kalam ini menjadi salah satu cara merasa bangga menjadi seorang muslim. Biasanya memakai baju koko dan peci adalah yang paling mencirikan hal tersebut, namun pada jaman sekarang memakai kaos dengan desain nilai-nilai Islami ataupun sebagai pengingat menjadi ciri yang menunjukkan bahwa dirinya adalah seorang muslim dan merasa bangga serta menunjukkannya walaupun di seluruh dunia sedang dilanda Islamophobia dimana khususnya di negara-negara barat menjadi anti atau bahkan langsung mencurigai hal-hal yang mencirikan muslim. Bahkan di kota Bandung Indonesia inipun yang merupakan mayoritasnya beragama Islam masih ada Islamophobia yang dilakukan oleh muslim sendiri dengan pengalaman yang diceritakan oleh informan Heri Firmansyah yang telah dibahas sebelumnya.

Hasil dari penelitian ini menemukan dan mengungkap bagaimana pemakai kaos memaknai pemakaian kaos Islami distro Kalam ini pada dirinya. Informan sepakat bahwa makna yang dimunculkan dalam pemakaian kaos Islami distro Kalam ini adalah sebagai sarana pemulihan

sikap dan hati yang dicerminkan dalam pemakaian kaos Kalam. Rasa malu yang timbul jika hendak melakukan hal yang kurang baik ketika memakai kaos Kalam karena selain itu juga menjaga tanggung jawab pada diri sendiri dengan apa yang sedang dipakai.

Makna syiar Islam serta merasa ikut mengerjakan tugas kedakwaan yang dahulu dilakukan oleh Nabi Muhammad SAW. Melakukan tugas dakwah dengan cara halus dan tanpa seperti menggurui atau bahkan menasihati orang lain. Bahkan orang lain tidak merasa sedang didakwahi oleh pemakai namun kesadaran diri dari melihat desain dengan nilai Islami itulah dan ridho Allah SWT yang Maha membolak-balikkan hati manusia dengan kehendaknya.

Saran

Adapun saran yang ingin diberikan adalah:

1. Masih sedikit jumlah distro yang mengembangkan atau mengaplikasikan nilai-nilai Islami pada desain di kaosnya masing-masing, sehingga disini peneliti memberikan saran khususnya kepada pelaku bisnis distro dan secara umumnya kepada masyarakat luas untuk lebih mengembangkan dan menciptakan desain distro yang di dalamnya dituangkan nilai-nilai Islami yang dapat dipertanggung jawabkan isi dan desain serta maknanya. Berbisnis sekaligus berdakwah serta membatasi sikap dan memberikan pengingat bagi diri sendiri dan umumnya orang lain dengan memakai kaos Islami merupakan hal yang sangat baik dari segi bisnis dan juga dari segi nilai Islami yang membantu dalam penyebaran nilai-nilai Islam yang saat ini mulai pudar meski di kalangan muslim sendiri. Tidak hanya diaplikasikan dalam desain kaos tetapi juga dapat mengembangkannya dalam produk yang lain sehingga akan lebih banyak variasi yang hadir.

2. Peneliti juga memberikan saran kepada pelaku bisnis yang sama-sama menciptakan atau menghadirkan desain distro dengan nilai-nilai Islami seperti distro Kalam ini untuk lebih memperbanyak desain-desainnya yang bersifat pengingat serta dengan tampilan desain yang *simple* tetapi mendalam terhadap makna yang dikandungnya.
3. Peneliti ingin memberikan saran kepada Pemerintah Kota Bandung dan kepada semua pihak yang dapat memberikan sarana kepada penggiat distro Islami seperti Kalam dan lainnya ini untuk lebih dikenal serta di publikasikan baik di lokal kota Bandung ataupun secara nasional serta membuat kaos Islami seperti ini menjadi tren untuk fashion lokal dan nasional karena mengandung banyak kebaikan selain faktor bisnis semata.
4. Bagi peneliti lain yang tertarik untuk mendalami penelitian yang hampir sama seputar pemaknaan kaos islami, peneliti memberikan saran untuk lebih menggalinya pada hal keefektifan dakwah secara tidak langsung melalui pemakaian kaos islami.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2007. *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Bandung: Alfabeta.
- Basrowi, dan Suwandi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bungin, Burhan. 2009. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Kencana.
- Burgoon, Judee K., and Thomas Saine. 2003. *Introduction to Nonverbal Communication*. Boston: Houghton Mifflin School
- Chaer, Abdul. 2007. *Linguistik Umum*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Danim, Sudarwan. 2002. *Menjadi Peneliti Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia.
- Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010)
- Denzin, dan Lincoln. 2009. *Handbook Of Qualitative Research*. terjemahan: Dariyanto, Badrus Samsul Fata, Abi, John Rinaldi. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ekman, dan Friesen. 1969. *Emotions in The Human Face*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ekman, Friesen, Ellsworth. 1972. *Emotions in The Human Face*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Effendy, Onong Uchyana. 1994. *Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung.
- Effendy, Onong Uchyana. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009)
- Durkheim, Emile. 1915. *The Elementary Forms of the Religious Life*. London: George Allen & Unwin.
- Goffman, Erving. 1967. *Interaction Ritual*.
- Hamid, Farid. 2010. *Disertasi Jilbab Sebagai Identitas Diri Dalam Kajian Komunikasi Artifaktual*. Bandung: Universitas Padjadjaran.
- Joseph T. Shipley, *Dictionary Of World Literature*, (New York: Littlefield, Adams & Co, 1962)
- Judy Pearson, *Human Communication*, (New York: Mc Graw Hill Companies, 2003)

- Kant, Immanuel (2001). *Religion and Rational Theology*. Cambridge University Press.
- Keraf, Gorys. 1994. *Komposisi*. Jakarta: Nusa Indah.
- Knapp, Mark. 1978. *Nonverbal Communication In Human Interaction*. NY: Holt, Rinehart & Winston. Editions with Hall.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran (Edisi Kedua Belas)*, Cetakan Ketiga, PT. Indeks, Jakarta, 2008.
- Kridalaksana, Harimurti. 2001. *Kamus Linguistik*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Kuswarno, Engkus. 2009. *Metodologi Penelitian Komunikasi Fenomenologi Konsepsi, Pedoman, dan Contoh Penelitian*. Bandung: widya Padjadjaran.
- Lasswell, Harold. 1994. *The Structure and Function of Communication in Society*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Leathers, Dale. 1986. *Successful Nonverbal Communication*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Littlejohn, Stephan W, dan Foss, Karen A. 2009. *Teori Komunikasi*. Terjemahan: Daud, Afrianto dan Iva Izzati Putri. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mansoer Pateda, *Semantik Leksikal*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2001).
- Moleong, Lexy. 1991. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Moleong, Lexy. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: RemajaRosdakarya.
- Mulyana , Dedy. 2001. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy dan Solatun. 2007. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nasution. 2003. *Metode Research*, Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- Nugroho, Riant. 2004. *Komunikasi Pemerintahan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

- Nurhayati, Siti. 2011. Tesis Konstruksi Makna Kerudung. Bandung: Pascasarjana Universitas Padjadjaran
- Ogden, and Richards. 1972. *The Meaning*. London: Routledge & Kegan
- Rakhmat, Jalaluddin. 2009. Psikologi Komunikasi. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ruben, Brent D, Stewart, Lea P. 1998. *Communication and Human Behaviour*. USA: Alyn and Bacon.
- Ruslan, Rosadi. 2003. Metode Penelitian PR dan Komunikasi. Jakarta : PT. Raja. Grafindo Persada
- Saussure, Ferdinand de. 1994. Pengantar Linguistik Umum. Yogyakarta: Gadjah.
- Sendjaja, S. Djuarsa. 1994. Teori Komunikasi. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Shovmayanti, Noor Afy. 2012. Konstruksi Makna Batik Sebagai *Fashion*. Bandung: Universitas Padjadjaran.
- Sugiyono. 2005. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif. Bandung: Alfabeta.
- Widyosiswoyo, Hariwijaya Soewandi (1991). Ilmu Alamiah Dasar. Ghalia Indonesia, Jakarta Timur.
- Wiryanto. 2004. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: PT. Grasindo.
- _____. 2007. Islam Basics: About Islam and American Muslim, Council on American-Islamic Relations (CAIR).
adinfopuri.blogspot.com/2010/11peluang-bisnis-clothing-distro.html