

Mengenal pengaruh media sosial terhadap perkembangan fashion hijab di kalangan perempuan muslimah

Najwa Aisyah Abdallillah

Program Studi Pendidikan Agama Islam, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
e-mail: emaillnajwaaisyah@gmail.com

Kata Kunci:

hijab; fashion; media sosial;
identitas diri; modern

Keywords:

hijab; fashion; social media;
self-identity; modern

ABSTRAK

Fenomena penggunaan hijab saat ini telah mengalami pergeseran dari makna hijab yang sebenarnya. Hakikatnya hijab itu dikenakan sebagai penutup aurat dalam agama islam bagi kaum perempuan, tetapi sekarang kebanyakan makna hijab itu diartikan sebagai sebuah fashion. Dengan perkembangan media sosial saat ini, akhirnya mempengaruhi mindset seseorang dalam mengenakan hijab sebagai salah satu bentuk identitas diri seorang muslimah. Tatanan hijab pun juga berubah menjadi lebih fashionable dan stylist. Pesatnya perkembangan style hijab melalui media sosial inilah yang mendorong banyak dari kaum perempuan terutama anak muda untuk terus mengekspresikan identitas dirinya dan keagamaannya dalam kehidupan sehari-hari. Tujuan penelitian ini dilakukan adalah untuk melihat peran dari media sosial dalam mempengaruhi fashion hijab yang terjadi saat ini di kalangan kaum perempuan. Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif analisis, yaitu dengan cara meneliti dan mencoba memecahkan permasalahan yang sedang terjadi saat ini. Disamping itu, penulis disini juga mencoba untuk mengambil kesimpulan bahwasannya media sosial merupakan salah satu alat yang sangatlah mempengaruhi sekaligus penyalur bagi para ikon fashion hijab dalam mengekspresikan kreatifitasnya pada tatanan busana hijab yang modern dan sesuai dengan agama islam.

ABSTRACT

The phenomenon of using hijab today has shifted from the true meaning of hijab. The essence of hijab is worn as a cover of aurat in Islam for women, but now most of the meaning of hijab is interpreted as a fashion. With the development of social media today, it finally affects a person's mindset in wearing hijab as a form of self-identity of a Muslim woman. The order of hijab has also changed to be more fashionable and stylist. The rapid development of hijab style through social media has encouraged many women, especially young people, to continue to express their identity and religion in their daily lives. The purpose of this research is to see the role of social media in influencing the current hijab fashion among women. The approach in this research uses a qualitative approach with descriptive analysis method, which is by examining and trying to solve problems that are currently happening. In addition, the author here also tries to conclude that social media is one of the tools that greatly influences as well as a channel for hijab fashion icons in expressing their creativity in modern hijab fashion arrangements and in accordance with Islamic religion.

Pendahuluan

Di Indonesia hijab saat ini telah mengalami pergeseran makna. Salah satu faktornya karena sekarang perkembangan *fashion hijab* lebih bervariasi dan modern tentunya (Alfaini, 2021). Pada awalnya, jumlah peminat yang tertarik untuk mengenakan hijab sangatlah rendah. Dulu mayoritas orang berpendapat kalau seorang perempuan



This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](#) license.

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

memutuskan untuk menggunakan *hijab* maka ia harus mampu menjaga dan mengekspresikan karakter yang sesuai dengan ajaran islam baik dari segi ucapan, sifat ataupun perilaku nya. Selain itu, dulu *hijab* juga dipandang sebagai sesuatu yang kuno, ribet, tradisional, dan sering menganggu aktivitas. Apalagi dulu corak dan model tatanan *hijab* itu lebih monoton dan tidak banyak variasinya (Nourwahida, 2018). Sehingga, tidak heran kalau dulu itu banyak *public figure* yang menolak untuk berhijab karena salah satu faktornya dianggap kuno tadi.

Namun, karena adanya perkembangan jumlah populasi penggunaan *hijab* pun kini kian meningkat. Dengan adanya peran media sosial disini telah merubah banyak tatanan *hijab* yang dulunya itu dipandang sebagai suatu hal yang kuno, tetapi kini berubah menjadi sebuah *fashion hijab* yang terlihat lebih modern dan *stylist* (Rohmah & Prawoto, 2020). Kehadiran media sosial ini menjadi suatu bukti yang nyata dari pengaruhnya perkembangan teknologi informasi yang amat luar biasa. Dari segala bentuk layanan yang tersedia, media sosial telah merubah cara seseorang dalam berpola pikir dan berkomunikasi dengan masyarakat di sekitarnya (Tafsiruddin, 2021). Selain itu, dengan adanya media sosial juga terbukti membawa banyak pengaruh dalam beberapa aspek kehidupan kita sehari-hari, salah satunya yaitu cara dalam berpakaian (Harahap & Adeni, 2020).

Dari media sosial, para pengguna *hijab* dapat terus mengekspresikan kreatifitas dan inovasinya dalam membuat tatanan busana *hijab* menjadi lebih modern. Hal ini dapat mengubah *mindset* pengguna *hijab* yang awalnya dulu menampakkan kesan yang kuno dan tradisional, kini berubah menjadi suatu hal yang memberi kesan lebih menarik dan modern (Alfi'ah et al., 2020). Adanya perubahan ini, tidak sedikit para muslimah yang mulai tertarik untuk mengenakan *hijab* yang sesuai ikon tatanan busana kegemarannya. Dan kini penggunaan *hijab* itu tidaklah hanya sebatas ungkapan rasa takwa perempuan sebagai seorang muslimah. Tetapi, juga mampu menarik kaum perempuan untuk terus mengekspresikan identitas dirinya dan keagamaannya dalam kehidupan sehari-hari (Sabka et al., 2019).

Di Indonesia, perkembangan *fashion hijab* mampu membawa dampak positif bagi wanita muslimah untuk istiqomah menjalankan kewajiban dalam berhijab dan berpakaian yang menutup aurat sesuai apa yang diajarkan dalam agama islam. Menurut Ulama Syafi'iyyah, aurat seorang muslimah itu adalah seluruh badan kecuali kedua telapak tangan dan wajahnya (Sesse, 2016). Dan hukumnya menutup aurat bagi seorang muslimah adalah wajib/fardu 'ain, sebagaimana yang terkandung didalam Q.S. Al-Ahzab ayat 59 yang menerangkan bahwasannya "Perintah Allah SWT. kepada Nabi Muhammad SAW. agar menyeru kepada istri, anak-anak, dan istri orang-orang mukmin untuk menutup auratnya melalui *hijabnya* untuk melindungi hamba-Nya".

Akan tetapi, saat ini banyak tren *fashion hijab* yang melenceng dari syari'at agama islam. Penggunaan *hijab* pun kini juga mengalami pergeseran makna, karena *hijab* disini tidak hanya sebagai kewajiban dalam menutup aurat yang harus dipatuhi oleh para muslimah, tetapi juga dijadikan sebagai sebuah tren bagi para pengguna *hijab* saat ini. Bahkan sudah banyak ditemukan tren *fashion hijab* yang telah melenceng dari syari'at islam dan banyak yang memperlihatkan lekukan tubuhnya (Rohmah & Prawoto, 2020).

Berdasarkan pernyataan diatas, maka fokus penelitian dimaksudkan untuk menganalisis dan membuktikan pengaruh dari keberadaan media sosial terhadap para pengguna *hijab* sebagai identitas dirinya atau keagamaannya dalam kehidupan sehari-hari.

Tinjauan Pustaka

Hijab

Hijab disini berasal dari kata *hajaban* yang secara luas mengandung arti untuk menutupi atau benda yang tertutup sesuatu. Jika secara terperinci, definisi dari *hijab* dapat diartikan sebagai sesuatu yang dapat menutupi aurat seorang wanita muslimah, dengan kata lain *hijab* merupakan tata cara dalam berpakaian yang pantas bagi seorang wanita sesuai dengan syar'iat islam (Triyana, 2014).

Fashion

Fashion pakaian ialah suatu hal yang tentunya menjadi kebahagiaan bagi setiap kehidupan masyarakat, selain menarik juga unik untuk dibahas. Karena sifat *fashion* pakaian ini mesti berubah-ubah baik dari segi bentuk ataupun bahan dalam setiap tahunnya. Tetapi bukan berarti perubahan pada *fashion* ini senantiasa melahirkan jenis *fashion* yang baru dalam setiap masanya, terkadang *fashion* pakaian yang lama akan muncul kembali dan dengan cepat digantikan oleh *fashion* pakaian yang lain.

Kaum perempuan khususnya para remaja sekarang sangat memperhatikan perkembangan *fashion* pakaian saat ini karena ini mungkin sudah merupakan sifat alami pada seorang perempuan yang menyukai keindahan secara internal maupun eksternal. Keindahan yang ingin diungkapkan oleh perempuan ini biasanya melalui gaya yang mereka kenakan, sekaligus sebagai alat untuk menunjukkan identitas dan perspektifnya kepada kelompok sosial dan masyarakat di sekitarnya.

Media Sosial

Media sosial menurut Utari (2011) didefinisikan sebagai salah satu media online di mana seseorang dapat dengan mudah untuk berpartisipasi. Berpartisipasi disini berarti bahwasannya seseorang dapat dengan mudah untuk berbagi informasi, membuat konten atau isi yang ingin dibagi dengan orang lain, memberi komentar terhadap masukan yang diterima, dan hal-hal lainnya. Semuanya dapat diselesaikan dengan cepat dan dengan jumlah waktu yang tak terbatas. Saat ini, media sosial sudah menjadi bagian dari teknologi informasi dan komunikasi, sekaligus ia juga sangat memengaruhi kehidupan masyarakat modern saat ini.

Identitas Diri

Identitas diri diartikan sebagai suatu kesadaran pada diri kita sendiri yang dihasilkan dari sebuah pengamatan/observasi dan penilaian yang merupakan sintesis dari semua aspek gagasan pada diri sendiri sebagai satu kesatuan yang lengkap dan utuh. Selain itu, Identitas ini mencakup tentang segala hal pada seseorang yang dapat menyatakan status, nama, kepribadian, dan masa lalunya yang dapat dipercaya.

Identitas diri ini dianggap penting karena menjadi suatu gambaran yang dapat dilihat secara nyata atau fisik dari segi karakteristik tampilan yang telah disajikan ke

publik. Seseorang yang memiliki identitas diri yang kuat akan melihat diri mereka ini berbeda dari orang lain. Kemandirian akan muncul dari aspek berharga (aspek diri sendiri), kemampuan, dan penyesuaian pada diri mereka sendiri. Selain itu, seseorang yang mempunyai sifat kemandirian akan muncul sebuah kemampuan untuk mengendalikan dan menerima dirinya sendiri.

Identitas diri ini terus berkembang secara bersamaan dengan konsep diri sejak masa kanak-kanak. Perasaan dan perilaku yang kuat pada identitas diri seseorang dapat ditunjukkan dengan : (a) menganggap dirinya ini unik, (b) menganggap dirinya ini berbeda dari orang lain, (c) merasakan dirinya ini bebas, dapat lebih menghargai diri sendiri, percaya diri, serta berkompeten/mampu, dan (d) memiliki gambaran terkait konsep pada dirinya.

Pembahasan

Media sosial disebut sebagai generasi ketiga setelah media cetak seperti koran, tabloid, majalah, buku, dan media elektronik yaitu radio, televisi, film, dan video. Media sosial yang sedang tren saat ini seperti Instagram, TikTok, Facebook, Twitter, YouTube, dan LinkedIn belakangan ini telah mengubah panorama jurnalisme di Indonesia terutama dalam hal pengumpulan, pembuatan, dan penyebaran berita (Haryanto, 2014).

Saat ini, media sosial dapat diakses oleh semua orang yang memiliki akses internet dan sangat memudahkan bagi para pengguna untuk menyebarkan maupun saling bertukar konten. Selain itu, media sosial memungkinkan setiap orang untuk terus terkoneksi dan memecahkan masalah terkait kendala jarak dan waktu. Sehingga, fitur yang ada di media sosial ini dapat dianggap sebagai suatu kelebihan. Media sosial disini juga menampilkan suatu aspek kecepatan karena ketika sebuah konten telah diposting atau diunggah, maka otomatis semua orang dapat melihat konten tersebut.

Internet memiliki semua atribut media baik yang termasuk teknologi, cara penggunaannya, lingkup layanan, isi, dan gambarnya sendiri. Dengan kata lain, Internet dapat digambarkan sebagai jaringan komputer yang luas dan besar serta mendunia yang menghubungkan pengguna komputer di seluruh dunia dan menyediakan berbagai sumber daya informasi, baik statis maupun interaktif.

Saat ini, situs jaringan sosial sangat disukai oleh para generasi muda, khususnya bagi para remaja. Mereka menggunakan situs jaringan sosial ini dengan tujuan untuk belajar, tempat mencari berbagai teman, dan ajang untuk memamerkan diri mereka masing-masing. Para remaja tidak lagi ragu ataupun segan untuk mengunggah foto diri mereka sendiri sebagai alat untuk pengekspresian diri mereka sendiri, baik dalam pencarian identitas diri maupun pembelajaran. Termasuk dalam hal pembelajaran tatanan hijab agar dapat dimodifikasi menjadi lebih elegan, cantik, dan menarik.

Berhijab saat ini sudah menjadi fenomena yang luar biasa. Setiap muslimah memiliki kewajiban untuk memakai kerudung yang menutupi dada dan lehernya. Seiring perkembangan zaman, banyak perempuan mulai memperhatikan *hijab* ini. Mereka banyak berbondong-bondong untuk mempelajari cara *berhijab* dan mencari informasi tentang tren *hijab* saat ini. Muslimah yang ingin mengenakan *hijab* dapat tetap terlihat cantik dan sesuai dengan tren saat ini dengan fashion *hijab*. Ini menunjukkan bahwa gaya

hijab yang lama, kemungkinan tidak bisa meningkatkan keindahan dan kecantikan pada para penggunanya. Oleh karena itu, munculnya fashion *hijab* ini merupakan kabar baik untuk kemajuan dalam gerakan menutup aurat di Indonesia. Selain menarik bagi orang yang melihatnya, mereka biasanya juga berusaha untuk membangun citra yang baik melalui media sosial (Latifah, 2015).

Dengan munculnya para ikon fashion *hijab* di media sosial saat ini, *hijab* telah banyak berubah dari yang awalnya menampilkan gaya yang terkesan kuno dan tradisional menjadi gaya yang lebih modern dan stylist. Mengapa hal ini terjadi demikian? Karena para ikon fashion *hijab* saat ini banyak yang menjadi pembicara di media sosial mengenai inovasi mereka dalam mengenakan pakaian *hijab*. Fenomena perubahan gaya *hijab* ini membuat mayoritas wanita muslimah, terutama di Indonesia mulai tertarik untuk mengenakan *hijab* dengan gaya busana yang sesuai dengan ikon yang mereka suka. Dengan demikian, gaya *hijab* yang sedang tren saat ini telah menjadi fenomena besar pada kalangan wanita muslimah di seluruh dunia (Uma, 2014).

Selain itu, fakta bahwa saat ini internet membentuk sebagian besar pencitraan seseorang yang nantinya akan berdampak besar pada industri fashion *hijab*. Berita atau majalah online tidak hanya ditayangkan secara tertulis saja, tetapi juga ada video seperti YouTube yang menampilkan tren busana muslim dan instruksi pemakaian *hijab* untuk membuat berita menjadi lebih jelas. Media online memainkan peran penting dalam memberikan informasi dan menghubungkan antara media televisi dan surat kabar. Selain itu, media online membuat kita lebih cepat dalam mendapatkan berbagai informasi apapun dan juga dapat memperluas pengetahuan umum kita seputar fashion *hijab* yang sedang tren di media sosial saat ini.

Teknologi dan remaja ini saling mempengaruhi satu sama lain. Cara remaja dalam berpikir dan berperilaku dipengaruhi oleh teknologi, serta juga mempengaruhi dan membentuk internet itu sendiri (Topscotts, 2009: 53). Hal ini mirip dengan penciptaan Facebook, yang pada awalnya dibuat dengan tujuan untuk komunikasi sosial remaja. Karena Friendster sebelumnya sangat populer dan digandrungi oleh remaja, dan banyak remaja pun menggunakan hanya untuk sekedar berkomunikasi dengan teman-temannya meskipun beda negara dan bahasa.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh pemerintah Jepang pada tahun 2007, sepertiga anak-anak berusia 7-12 tahun menggunakan telepon selular selama kurang lebih 124 menit. Selain itu, sebagian besar orang juga membuka Facebook, chatttingan, dan menggunakan internet lainnya selama lima hingga sepuluh jam setiap harinya. Ini menunjukkan bahwa remaja modern saat ini selalu mengakses internet, bahkan untuk belajar pun juga melalui jejaring sosial seperti YouTube, Instagram, dan sebagainya.

Disisi lain, sebelum islam datang *hijab* juga telah ada di banyak negara kuno. Orang-orang Sasaran Iran lebih mengenakkannya daripada orang-orang di seluruh dunia (Muthahhari, 1997). Saat ini, mayoritas perempuan muslimah banyak yang ter dorong untuk mengenakan *hijab*, bersamaan dengan adanya peningkatan pada niat dalam diri mereka untuk mengubah gayanya dan mengaktualisasi dirinya menjadi lebih baik lagi. Hal inilah yang mendorong banyak perempuan berhijab untuk mencari informasi tentang fashion *hijab* saat ini. Salah satu cara untuk mendapatkan informasi ini adalah

dengan menggunakan media sosial tadi. Dengan demikian, hadirnya media sosial ini membuat banyak para perempuan muslimah maupun para ikon fashion *hijab* dengan berbagai ide kreativitasnya mampu mengkreasikan *hijab* menjadi lebih stylist dan menarik. Selain itu, mereka juga dapat melihat tutorial *hijab* apapun di berbagai situs internet, mendapatkan banyak referensi untuk fashion *hijab* harian, dan mendapatkan informasi tentang fashion *hijab* yang sedang *up to date*.

Kesimpulan dan Saran

Media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap gaya fashion *hijab* fashion muslimah saat ini. Banyak platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube memungkinkan para fashion influencer atau ikon hijab untuk berbagi ide, tren, dan gaya baru penggunaan *hijab* secara global. Informasi yang cepat dan visual menarik dalam berbagai platform media sosial membuat para pengguna media sosial lebih mudah terinspirasi dan terdorong untuk mengikuti tren fashion *hijab* yang sedang *up to date*. Hal ini dapat memberikan dampak positif dalam memperkaya pilihan gaya *berhijab* yang lebih bervariatif dan menarik lagi. Namun, dapat juga menimbulkan dampak negatif seperti timbulnya rasa tekanan untuk selalu mengikuti tren secara terus-menerus yang bisa menimbulkan perasaan tidak percaya diri bagi sebagian wanita muslimah yang sering merasa tidak mampu mengimbangi standar kecantikan atau tren saat ini.

Namun, sebaiknya para pengguna media sosial saat ini perlu lebih bijak dan selektif lagi dalam menyikapi tren fashion *hijab* agar tidak terjebak dalam siklus konsumtif. Lebih baik diri kita ini hanya fokus pada gaya yang sesuai dengan kepribadian dan kenyamanan pribadi daripada hanya mengikuti tren semata. Dan juga para ikon fashion *hijab* di media sosial diharapkan dalam setiap kontennya selalu menyelipkan pesan-pesan positif, seperti pentingnya memilih fashion *hijab* yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam, serta mempromosikan gaya hidup yang sehat dan tidak berlebihan. Serta yang terakhir, alangkah baiknya juga jika berbagai platform di media sosial dapat bekerja sama dengan para influencer dan organisasi Islam untuk membuat konten edukatif yang menekankan keindahan *hijab* dari segi spiritual juga dan bukan hanya sekedar tampilan di kepala saja, sehingga fashion *hijab* bisa menjadi medium yang tidak hanya stylist tetapi juga bermakna dan membawa makna positif bagi para pemakainya.

Daftar Pustaka

- Alfaini, S. (2021). Perspektif Al-Qur'an tentang konten tarian viral para muslimah pada aplikasi Tik Tok. *Al-Mutsla*, 3(1), 44–53. <https://doi.org/10.46870/jstain.v3i1.45>
- Alfi'ah, F. R., Rahman, A., & Nurcahyono, O. H. (2020). Hiperrealitas konsumsi tanda dan makna pada trending fashion jilbab oleh mahasiswa. *Fikri: Jurnal Kajian Agama, Sosial Dan Budaya*, 5(2), 197–209. <https://doi.org/10.25217/jf.v5i2.1151>
- Harahap, M. A., & Adeni, S. (2020). Tren penggunaan media sosial selama pandemi di Indonesia. *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 7(2), 13–23. <https://jurnal.unived.ac.id/index.php/prof/article/view/1273>

- Latifah, Khusnul. (2014). Hijabers di era informasi (Studi information sharing dan gaya hidup hijabers di komunitas hijabers Surabaya). Skripsi thesis, Universitas Airlangga. <http://repository.unair.ac.id/id/eprint/15788>
- Murtadha, Muthahhari. (1997). Hijab gaya hidup wanita Islam. Bandung: Penerbit Mizan.
- Nourwahida, C. D. (2018). Peran media online terhadap fashion hijab pada mahasiswa Prodi Pendidikan IPS, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. *Sosio Dadikta : Social Science Education Journal*, 5(2), 47-60. <https://doi.org/10.15408/sd.v5i2.10550>
- Rohmah, S. N., & Prawoto, I. (2020). Hijab dan niqab: Kewajiban ataukah anjuran? (Analisis pemikiran Muhammad Ali al-Shabuni dan Muhammad Quraish Shihab Tentang Jilbab dan Niqab). *Mizan: Journal of Islamic Law*, 4(1), 73–82. <https://doi.org/10.32507/mizan.v4i1.599>
- Sabka, F. B., Setyanto, Y., & Winduwati, S. (2019). Pengungkapan identitas diri melalui komunikasi non verbal artifaktual pada Komunitas Crossdress Cosplay Jepang. *Koneksi*, 2(2), 345. <https://doi.org/10.24912/kn.v2i2.3905>
- Tafsiruddin, T. (2021). Pengaruh media sosial terhadap pola pikir masyarakat. *Nathiqiyyah*, 4(2), 104–116. <https://doi.org/10.46781/nathiqiyyah.v4i2.369>
- Uma, Devita Maulida Choiru. (2014). Media sosial dan perkembangan fashion hijab. *Jurnal Komunikasi*, 1-19. <http://jurnalkommas.com/docs/JURNAL%20devita.pdf>