



## Tren Fesyen Hijab TikTok yang Memotivasi Cara Berpakaian Islami

Yayuh Khufibasyaris\*

*Prodi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, Universitas Islam Bandung, Indonesia.*

### ARTICLE INFO

#### Article history :

Received : 21/5/2024

Revised : 17/6/2024

Published : 18/6/2024



Creative Commons Attribution-  
NonCommercial-ShareAlike 4.0  
International License.

Volume : 4

No. : 1

Halaman : 17 - 24

Terbitan : Juli 2024

### ABSTRAK

Eksistensi tren fesyen hijab TikTok telah merambah di lingkungan kampus. TikTok merupakan salah satu media sosial yang paling sering digunakan oleh Mahasiswi Fakultas Dakwah Unisba Angkatan Tahun 2019. Fenomena tren fesyen hijab di TikTok memengaruhi minat berpakaian Islami mengikuti tren di kalangan pengguna TikTok. Berdasarkan hal tersebut, peneliti melakukan penelitian dengan judul “Tren Fesyen Hijab Tiktok Yang Memotivasi Cara Berpakaian Islami”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tren fesyen hijab di TikTok sudah sesuai dengan *syari'at* Islam atau tidak dan mengetahui motivasi Mahasiswi Unisba Fakultas Dakwah Angkatan Tahun 2019 mengikuti tren fesyen hijab di TikTok dalam berpakaian Islami. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan informan yang berjumlah 7 orang. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, studi pustaka, dan dokumentasi. Hasil yang didapatkan dari penelitian ini: (1) tren fesyen hijab di TikTok ada yang sudah sesuai dengan *syari'at* Islam dan tidak, (2) faktor-faktor motivasi mahasiswi mengikuti tren fesyen hijab yaitu faktor intrinsik dan faktor ekstrinsik.

**Kata Kunci :** Tren Fesyen Hijab; TikTok; Motivasi.

### ABSTRACT

The existence of the hijab fashion trends on TikTok has penetrated in the campus environment. TikTok is one of the social media most often used by The Students Class of 2019, Faculty of Dakwah Unisba. The phenomenon of the hijab fashion trends on TikTok affects the interest in dressing in the Islamic way follows the trend among the TikTok users. Based on this, researchers conducted the study entitled “The Hijab Fashion Trend that Motivated The Islamic Way of Wearing Clothes.” This research aims to know the hijab fashion trend on TikTok is already in accordance with *Syari'at* Islam or not and to find out motivation of The Student Class of 2019, Faculty of Dakwah, Bandung Islamic University follows the hijab fashion trend on TikTok. This research uses qualitative method with 7 people informants. Data obtained from interviews, observations, library studies, and documentation. The results obtained from this study: (1) there are hijab fashion trends exist that appropriate Islamic rules and also there are hijab fashion trends not appropriate Islamic rules, (2) there are the factors of student motivation following the hijab fashion trend on TikTok, intrinsic factors and extrinsic factors.

**Keywords :** Hijab Fashion Trend; TikTok; Motivation.

Copyright© 2024 The Author(s).

## A. Pendahuluan

Hijab mengalami perubahan seiring perkembangan zaman dan mengalami modernisasi (Muthahhari, 2013). Hal ini terlihat dari fenomena tren fesyen hijab dan praktik konsumtif berbagai model busana. Hijab telah menjadi gaya hidup yang menunjukkan kelas sosial tertentu. Penggunaan hijab selain untuk mengungkapkan nilai-nilai religi bagi *Muslimah*, juga untuk menunjukkan nilai estetika dalam berbusana. Estetika adalah pembahasan tentang hakikat keindahan alam yang digambarkan sesuatu yang indah dalam karya seni (Baron & Byrne, 2004).

Perkembangan mode pakaian pun tidak lepas dari budaya luar yang masuk ke negara kita (Hariansyah, 2018). Tren fesyen hijab pun semakin kreatif, desain pakaian *Muslimah* dibuat lebih menarik dan tidak ketinggalan zaman. Sehingga yang melihatnya menjadi tertarik untuk memakainya.

Media sosial merupakan wadah untuk berbagi informasi kepada masyarakat. Media sosial mengajak masyarakat untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat (Siagian, 2004). Salah satu media sosial yang sedang marak digunakan oleh masyarakat modern adalah TikTok. Hampir setiap kalangan masyarakat memiliki akun media sosial TikTok, khususnya remaja. Aplikasi TikTok merupakan sebuah jaringan sosial dan platform video musik Tiongkok. TikTok diluncurkan pada September 2016. Para pengguna dapat membuat video musik pendek mereka sendiri menggunakan aplikasi tersebut. Melalui TikTok, pengguna mendapatkan informasi seputar berita, kuliner, *lifestyle*, bisnis, gaya berbusana, dan masih banyak yang lainnya (Meinarno & Sarwono, 2013).

Melalui media sosial TikTok, informasi mengenai tren fesyen hijab telah merajalela dan tidak terbendung. Hal ini terjadi akibat alur penyebaran informasi yang sangat cepat. Mode pakaian berkembang sesuai dengan kondisi lingkungan masyarakat, hingga terdapat berbagai mode pakaian yang berbeda di masing-masing daerah. Namun, media cenderung lebih banyak menyampaikan pakaian *Muslimah* hanya sebagai fesyen, tidak memberikan pemahaman hijab sebagai sebuah ajaran agama Islam yang wajib dilaksanakan oleh seorang *Muslimah* sejak masa balig. Tidak sedikit *influencer* atau artis-artis Indonesia yang terobsesi dengan tren fesyen hijab hanya demi popularitas, seperti *viewers*, *like*, dan *followers*. Fenomena ini pun ikut memengaruhi cara berpakaian *Muslimah*. Contohnya ingin terlihat keren dan modis, hingga memakai pakaian yang dilarang dalam ajaran Islam. Mereka yang memakainya tidak menyadari atau terkesan tidak peduli bahwa apa yang mereka kenakan membentuk lekuk tubuh mereka, bahkan memperlihatkan aurat mereka. Nabi Muhammad SAW dalam sebuah hadis yang bersumber dari Abu Hurairah RA, bersabda:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: صِنْفَانِ مِنَ أَهْلِ النَّارِ لَمْ أَرَهُمَا: قَوْمٌ مَعَهُمْ سِيَّاطٌ كَأَذْنَابِ الْبَقَرِ يَصْنُرُونَ بِهَا النَّاسَ، وَنِسَاءٌ كَاسِيَّاتٍ عَارِيَّاتٍ مُمِيلَاتٍ مَائِلَاتٍ، رُؤُوسُهُنَّ كَأَسْنِمَةِ الْبُخْتِ الْمَائِلَةِ، لَا يَدْخُلْنَ الْجَنَّةَ وَلَا يَجِدْنَ رِيحَهَا، وَإِنَّ رِيحَهَا لَيُوجَدُ مِنْ مَسِيرَةِ كَذَا وَكَذَا

Dari Abu Hurairah Radhiyallahu 'anhu, ia berkata, "Rasûlullâh Shallallahu 'alaihi wa sallam bersabda: Ada dua golongan penghuni Neraka, yang belum pernah aku lihat, yaitu (1) Suatu kaum yang memegang cambuk seperti ekor sapi. Mereka mencambuk manusia dengannya. Dan (2) wanita-wanita yang berpakaian tetapi telanjang, ia berjalan berlenggak-lenggok menggoyangkan (bahu dan punggungnya) dan rambutnya (disasak) seperti punuk unta yang condong. Mereka tidak akan masuk Surga dan tidak akan mencium aroma Surga, padahal sesungguhnya aroma Surga itu tercium sejauh perjalanan sekian dan sekian" (H.R. Muslim).

Maksud dari berpakaian tetapi telanjang adalah pakaian yang tidak berfungsi untuk menutup aurat. Pakaian itu bisa karena tipisnya atau ketatnya pakaian. Sebagai wanita Muslim, agama melarang untuk mengikuti hal-hal seperti itu. Cara berpakaian telah diatur dalam ajaran Islam. Islam tidak melarang estetika pakaian, tetapi standar pakaian sesuai *syari'at* Islam harus diutamakan (Rahmi, 2015).

Saat ini eksistensi tren fesyen hijab tidak hanya terjadi di lingkungan masyarakat saja, tetapi eksistensinya mulai merambah di lingkungan kampus (Kolcaba, 2003). Hal ini terjadi pada Mahasiswi Universitas Islam Bandung Fakultas Dakwah Angkatan Tahun 2019 yang berpakaian mengikuti tren fesyen hijab di media sosial TikTok.

Objek yang diteliti dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Islam Bandung Fakultas Dakwah Angkatan Tahun 2019, terkhusus perempuan. Karena telah memiliki aturan wajib berkerudung bagi mahasiswi. Universitas Islam Bandung (Unisba) telah menerbitkan aturan baru dan sudah berlaku sejak 1 September 2022. Mahasiswa dan mahasiswi wajib menutup aurat di dalam lingkungan kampus. Khusus bagi perempuan wajib berkerudung. Aturan ini tertuang dalam Peraturan Rektor Unisba NO: 252/F.04/REK/VI/2022 tentang Penggunaan Busana Islami Bagi Mahasiswa di Lingkungan Kampus Unisba (Bagaskara, 2022). Dengan hal ini, sudah dipastikan Mahasiswi Universitas Islam Bandung Fakultas Dakwah menggunakan hijab.

Menurut observasi dan survey awal di lapangan, fenomena tren fesyen hijab di media sosial TikTok memengaruhi minat pengguna media sosial TikTok di kalangan Mahasiswi Unisba Fakultas Dakwah Angkatan Tahun 2019 untuk memakai hijab dan mode pakaian yang sedang tren, sehingga keinginan untuk mengikuti tren semakin tinggi. Mode pakaian *Muslimah* yang semakin beragam dan variatif membuat mereka tertarik dan terdorong untuk memakainya karena membuat penampilan lebih menarik.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah, “Bagaimana memotivasi Mahasiswi Unisba Fakultas Dakwah Angkatan Tahun 2019 mengikuti tren fesyen hijab di media sosial TikTok dalam berpakaian Islami?”. Selanjutnya, tujuan dari penelitian ini 1) Untuk mengetahui tren fesyen hijab di media sosial TikTok yang memotivasi cara berpakaian Islami pengguna TikTok di kalangan Mahasiswi Unisba Fakultas Dakwah Angkatan Tahun 2019 sudah sesuai dengan *syari’at* Islam atau tidak dan 2) Untuk mengetahui motivasi Mahasiswi Unisba Fakultas Dakwah Angkatan Tahun 2019 mengikuti tren fesyen hijab di media sosial TikTok dalam berpakaian Islami.

## **B. Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif. Objek penelitian ini adalah Mahasiswi Unisba Fakultas Dakwah Angkatan Tahun 2019 yang sebanyak 46 orang mahasiswi. Adapun penelitian ini menetapkan 7 orang dari mahasiswi sebagai sampel. Jumlah sampel tersebut diambil dalam jumlah minimum. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi, studi pustaka, dan dokumentasi. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis menurut Miles dan Huberman (1992) yaitu reduksi data (*data reduction*), paparan data (*data display*), dan penarikan kesimpulan dan verifikasi (*conclusion drawing/verifying*).

## **C. Hasil dan Pembahasan**

### **Tren Fesyen Hijab TikTok dan *Syari’at* Islam**

Pakaian yang kita pakai dapat mengungkapkan pesan kepada orang lain, pesan tersebut akan tercermin dari kepribadian kita, seperti dari mana asal kita, berapa usia yang akan kita tunjukkan, jenis kelamin apa yang ingin kita akui, posisi atau jabatan di masyarakat, dan lain-lain, ini adalah hal yang ingin ditekankan melalui penampilan pakaian kita (Santoso, 2010).

Salah satunya, semua ini bisa dilihat dari penampilan seorang *influencer* di bidang fesyen di media sosial TikTok, misi apa yang akan disampaikan yaitu untuk menginspirasi dan memengaruhi pengikutnya atau *followers* dalam hal fesyen. Oleh karena itu, mereka harus menampilkan *outfit* yang kreatif, dan memberikan ide-ide fesyen yang segar kepada pengikutnya. Sebagai seorang *Muslimah* kita harus memperhatikan prinsip-prinsip berpakaian yang sesuai dengan *syari’at* Islam dalam kehidupan sehari-hari, agar apa yang dikenakan

dapat dipertanggungjawabkan di akhirat nanti dan tidak memicu permasalahan yang tidak diinginkan seperti mengenakan hijab sementara bagian dada yang tidak terlindungi oleh hijab dapat membangkitkan hasrat laki-laki, termasuk dalam kehidupan di kampus yang mana kampus merupakan salah satu sarana untuk menghasilkan peserta didik dan pemimpin-pemimpin masa depan yang akan menjadi tokoh dari berbagai latar belakang, baik perkotaan maupun pedesaan dan latar belakang lainnya. Sehingga masalah berpakaian di kampus juga perlu dijaga dan disesuaikan dengan *syari'at* Islam.

Fakultas Dakwah merupakan lembaga pendidikan yang berfokus pada dakwah Islam, menjadikan Fakultas Dakwah mendorong mahasiswanya untuk memperhatikan penggunaan pakaian yang sesuai dengan aturan berpakaian *syar'i*. Sebagai calon seorang *da'i* yang akan mengajak kepada kebaikan, mendorong untuk mengikuti serta mengamalkan ajaran Islam, maka hendaknya dapat menjadi contoh yang baik dalam menyebarkan ajaran Islam kepada masyarakat dengan berpakaian sesuai *syari'at* Islam.

Salah satu media sosial yang paling sering digunakan oleh Mahasiswi Fakultas Dakwah Unisba Angkatan Tahun 2019 adalah TikTok. Hampir setiap kalangan mahasiswi memiliki akun media sosial TikTok. Berkaitan dengan pengaruh TikTok, platform tersebut telah menjadi tempat di mana banyak orang berbagi gaya hidup, mode, dan tren terkini, termasuk menampilkan berbagai referensi tentang cara mengenakan hijab dengan gaya yang berbeda. Banyak pengguna TikTok, termasuk mahasiswi, menggunakan platform ini untuk berbagi pengalaman pribadi, ide fesyen, dan inspirasi mengenai hijab.

Dalam konteks ini, beberapa referensi hijab di TikTok mungkin tidak memenuhi standar hijab yang *syar'i*. Ini bisa termasuk penggunaan hijab yang tidak menutupi aurat dengan baik, atau menggunakan hijab dengan gaya yang bertentangan dengan ajaran Islam. Seperti pernyataan dari beberapa informan yang mengatakan banyak tren pakaian *Muslimah* yang cocok dipakai untuk pergi ke kampus dari referensi TikTok, namun masih terlihat Mahasiswi Fakultas Dakwah Unisba Angkatan Tahun 2019 lebih memilih memakai pakaian yang sedang tren, yang mana tidak sesuai dengan *syari'at* Islam.

Salah satu informan berpendapat, pandangan mengenai tren pakaian *Muslimah* di media sosial TikTok sudah sesuai dengan *syari'at* Islam atau belum dapat berbeda-beda tergantung pemahaman individu. Bagi individu yang memiliki pemahaman mengenai bagaimana cara berpakaian yang sesuai dengan *syari'at* Islam tentu akan berpendapat tren fesyen hijab di TikTok tidak semuanya sudah sesuai dengan *syari'at* Islam.

Terdapat pendapat lain menurut sebagian besar informan. Sebagian besar informan berpendapat bahwa beberapa tren pakaian *Muslimah* di media sosial TikTok sudah sesuai dengan *syari'at* Islam tetapi lebih banyak yang belum sesuai dengan *syari'at* Islam. Contoh tren pakaian yang sedang ramai di media sosial TikTok adalah kerudung yang dipakai dengan cara mengikatnya ke belakang leher dan tidak menutupi dada, baju atasan ketat, *dress* ketat yang memperlihatkan lekukan tubuh, rok span, pakaian dengan potongan pendek yang biasa disebut dengan istilah '*crop-top*', kerudung instan pendek, dan lain-lain.

Sebagian Mahasiswi Fakultas Dakwah Unisba Angkatan Tahun 2019 telah memiliki pemahaman yang cukup tentang cara berpakaian menurut *syari'at* Islam. Meskipun sudah memahaminya, terdapat mahasiswi yang belum mengaplikasikan pemahaman tersebut sepenuhnya dalam kehidupan sehari-hari dan lebih memilih untuk berpakaian sebagaimana tren pakaian *Muslimah* yang belum memenuhi standar pakaian *syar'i*.

Perpaduan antara baju, rok, dan hijab dengan tetap menutupi aurat merupakan bagian dari keindahan pakaian. Pakaian diperuntukkan untuk melindungi tubuh dan untuk mempercantik penampilan di hadapan Allah dan manusia. Manusia memiliki kebebasan untuk merancang pakaian yang indah sekreatif mungkin selama tidak melanggar norma-norma yang ada. Meskipun kita diberi kebebasan untuk merancang pakaian yang indah, kita tidak diperbolehkan untuk menyombongkan diri dan berlebih-lebihan. Tampil modis bukan berarti melanggar aturan cara berpakaian Islami yang baik dan benar. Maka dari itu, selain mengamalkan pengetahuan tentang berpakaian *syar'i*, bisa sekaligus mengajak kepada orang lain cara berpakaian yang tidak hanya *syar'i* tetapi juga *fashionable* yang membuat penampilan terlihat lebih cantik.

## **Motivasi Mahasiswi Mengikuti Tren Fesyen Hijab TikTok dalam Cara Berpakaian Islami**

Terdapat faktor-faktor yang memotivasi Mahasiswi Fakultas Dakwah Unisba Angkatan Tahun 2019 mengikuti hijab modern seperti fesyen hijab yang sedang tren di media sosial TikTok, yaitu faktor intrinsik dan faktor ekstrinsik. Faktor intrinsik merupakan faktor yang bersumber dari dalam individu, yaitu sebagai kebutuhan referensi pakaian dari TikTok dan adanya rasa nyaman ketika memakai pakaian yang sedang tren. Faktor ekstrinsik merupakan faktor yang bersumber dari luar individu, yaitu peraturan Universitas Islam Bandung dan Fakultas Dakwah tentang berpakaian Islami, konformitas, banyaknya model pakaian yang bervariasi yang sedang tren, dan kebebasan dari orang tua untuk memilih model pakaian.

### **Faktor Intrinsik**

Sebagai kebutuhan referensi pakaian dari TikTok. Informan ANN menyukai berbagai jenis model pakaian, tidak terpaku pada satu jenis pakaian. Pemilihan model pakaian disesuaikan berdasarkan situasi, cuaca, aktivitas, dan norma sosial, sehingga informan memakai pakaian sesuai dengan kebutuhan. Informan akan menyesuaikan dengan keperluan seperti menyesuaikan dengan acara yang akan dihadiri: formal atau nonformal, dan cuaca. Pendapat yang sama juga dikatakan oleh informan ANZ, ia biasa menggunakan pakaian sesuai kebutuhan. Beberapa pakaian tersebut merupakan referensi yang didapatkan informan dari media sosial TikTok.

Hal tersebut sesuai dengan Teori “ERG” yang dikembangkan oleh Clayton Alderfer. Menurut teori ini, “*Existense*” yaitu mempertahankan eksistensi merupakan kebutuhan yang sangat mendasar. Setiap orang memiliki kebutuhan untuk mempertahankan eksistensinya secara terhormat, yaitu dengan terpenuhinya kebutuhan dasar manusia seperti kebutuhan primer, termasuk di dalamnya kebutuhan sandang.

Adanya rasa nyaman ketika memakai pakaian yang sedang tren. Perasaan nyaman timbul ketika memakai pakaian *Muslimah* trendi. Informan ANZ dan SU merasa nyaman mengenakan hijab trendi yang cenderung pendek karena tidak merasa gerah. Informan ANZ memutuskan untuk memakai pakaian dengan jenis kain yang berbahan jatuh, dikarenakan bahan tersebut nyaman dan sejuk ketika dipakai. Ia juga menganggap bahwa pakaian yang dipakai tidak terlalu ketat. Informan ANZ dan SU berpendapat bahwa pakaian *Muslimah* yang dikenakan cukup sopan dan menutup tubuh sehingga merasa nyaman.

Rasa nyaman dapat menimbulkan rasa percaya diri dalam diri informan. Informan AG, AKD, FA, dan SU menyatakan ketika mengenakan pakaian yang disukai akan menimbulkan rasa percaya diri. Seperti halnya informan SU menyukai pakaian berwarna merah muda serta aksesoris berwarna merah muda juga dan informan FA menyukai pakaian berwarna *nude* dengan model feminin seperti *blouse*.

Informan AG mengatakan menggunakan pakaian *Muslimah* yang sedang tren di media sosial TikTok selain dapat meningkatkan rasa percaya diri, juga membuat penampilannya terlihat lebih rapi, cantik, dan enak dipandang. Ketika bertemu seseorang akan memberikan kesan telah mempersiapkan diri dengan baik serta menghargai diri sendiri dan orang lain yang akan ditemui. Hal ini dapat memengaruhi bagaimana informan berinteraksi dengan orang lain dan menghadapi berbagai situasi. Pendapat yang sama juga dikatakan oleh informan FA dan AKD, informan merasa bisa berpenampilan dengan baik dan enak dipandang.

Menurut informan SPA berpenampilan mengikuti tren dapat meningkatkan suasana hati ketika memakainya. Perasaan ini mendorong untuk berperilaku memakai tren fesyen hijab. Kenyamanan merupakan sebagai suatu keadaan telah terpenuhinya kebutuhan dasar manusia yang bersifat individual dan holistik. Menurut Katharine Kolcaba, salah satu aspek kenyamanan yaitu kenyamanan fisik berkenaan dengan sensasi tubuh yang dirasakan oleh individu itu sendiri. Hal ini berkaitan dengan pemaparan Theodore yang menjelaskan bahwa faktor *affect*/perasaan berpengaruh pada pemberian motivasi ditinjau dari penerima motivasi; yaitu perasaan tidak mewakili bagian terpisah dari tingkah laku tetapi satu asumsi di mana perbuatan, persepsi, dan pemikiran berlangsung. Ketika informan mengenakan pakaian, motivasi berasal dari rangsangan terhadap indera peraba melalui sistem saraf yang memberi persepsi bahwa pakaian tersebut tidak membuat gerah dan cukup menutupi tubuh, sehingga muncul rasa nyaman dalam diri informan. Ketika informan merasa

nyaman menggunakan pakaian *Muslimah* trendi, muncul rasa percaya diri. Hal tersebut mendorong informan untuk mengenakan tren fesyen hijab.

### **Faktor Ekstrinsik**

Peraturan Universitas Islam Bandung dan Fakultas Dakwah tentang berpakaian Islami. Informan SU mulai memakai hijab ketika awal memasuki universitas karena adanya peraturan dari pihak universitas yang mewajibkan seluruh mahasiswi untuk memakai pakaian hijab ketika melakukan kegiatan di kampus. Informan AKD, ANN, dan ANZ menggunakan pakaian Islami karena menyesuaikan dengan kondisi lingkungan Fakultas Dakwah dan adanya kontrak belajar dari dosen. Informan ANZ mengatakan, informan juga mendapat dorongan dari orang tua untuk berpakaian Islami. Informan AG, ANN, dan ANZ mengaku sudah berpakaian *syar'i* untuk pergi ke kampus, tetapi di luar itu terkadang masih tidak berpakaian sesuai dengan aturan Islam.

Sedangkan, informan SPA dan FA menggunakan pakaian *Muslimah* yang sedang tren di media sosial TikTok untuk pergi ke kampus. Berdasarkan pemaparan informan, keinginan untuk memakai hijab tidak berasal dari dalam diri informan secara pribadi namun niat awal memakai hijab dipengaruhi oleh peraturan universitas.

Hal ini berkaitan dengan pemaparan Theodore yang menjelaskan bahwa faktor *perception*/pengamatan berpengaruh pada pemberian motivasi ditinjau dari penerima motivasi; yaitu menyusun lingkungan sebagai bagian dari proses mengerjakan sesuatu tentang hal itu. Kondisi lingkungan ini menimbulkan persepsi pada mahasiswi untuk berpakaian Islami. Pihak universitas telah menetapkan peraturan yang disepakati dengan calon mahasiswa sebelum memasuki universitas sehingga calon mahasiswa yang telah diterima wajib mematuhi peraturan yang telah disepakati tersebut, termasuk tentang berpakaian yang sesuai dengan norma kesopanan, kesusilaan, dan agama. Mengikuti peraturan tidak terlepas dari adanya tekanan-tekanan untuk berperilaku sesuai dengan peraturan. Hal ini sesuai dengan mahasiswi yang diharuskan menggunakan hijab saat berkegiatan di kampus, ketika mahasiswi tidak mengikuti aturan tersebut, maka akan muncul tekanan dari sekitarnya, contohnya diberi peringatan oleh dosen. Tekanan-tekanan tersebut mendorong informan untuk menghindari situasi tidak menyenangkan tersebut, sehingga informan mematuhi peraturan untuk berpakaian Islami ketika berada di lingkungan kampus, meskipun pakaian tersebut merupakan fesyen hijab yang belum *syar'i* yang sedang tren.

Konformitas. Pakaian hijab yang menjadi tren cenderung menampilkan model-model terbaru dan menarik sehingga membuat informan tertarik untuk membeli dan memakainya. Mengikuti tren merupakan bentuk dari konformitas. Konformitas adalah suatu bentuk pengaruh sosial di mana individu mengubah sikap dan tingkah laku mereka agar sesuai dengan norma sosial. Mengikuti tren pakaian agar terlihat tidak ketinggalan zaman merupakan bentuk dari norma sosial yang bersifat *descriptive norms* yang biasanya bersifat implisit, tidak dinyatakan secara tegas atau tertulis. Sesuai yang dikatakan informan SPA, model pakaian *Muslimah* yang diminati adalah model pakaian yang sedang tren di media sosial TikTok saat ini karena tidak menyukai pakaian model lama.

Inspirasi tren fesyen hijab bisa didapatkan melalui media sosial. Informan AG, FA, SPA, dan SU mengatakan mereka memakai pakaian yang direkomendasikan *influencer* dan *content creator* di media sosial TikTok. Melalui media sosial TikTok informan mengakses video tutorial cara berpakaian Islami yang diperagakan oleh *influencer* atau *content creator* sebagai model yang diamati, sehingga ide-ide muncul setelah informan mengamati video tersebut. Terdapat proses modeling ketika informan mengakses akun *influencer* atau *content creator* di TikTok. Modeling adalah proses belajar dengan mengobservasi tingkah laku dari model. Modeling bukan hanya sekedar perilaku meniru atau mengulang apa yang dilakukan oleh model (individu yang menunjukkan tingkah laku) tetapi dalam proses modeling melibatkan perubahan, atau pengurangan tingkah laku yang diamati, sekaligus juga melibatkan proses kognisi.

Hal ini juga berkaitan dengan pemaparan Theodore yang menjelaskan bahwa faktor *perception*/ pengamatan pada pemberian motivasi ditinjau dari penerima motivasi, yaitu informan mengamati video tutorial cara berpakaian lalu mengingat dan menciptakan cara berpakaian tersebut dalam pikirannya. Setelah mempelajarinya, informan memutuskan untuk meniru gaya berpakaian tersebut dengan melakukan konformitas terhadap gaya pakaian *influencer* dan *content creator* TikTok yaitu memakai pakaian *Muslimah* dengan gaya yang modis dan trendi.

Banyaknya model pakaian yang bervariasi yang sedang tren. Tren fesyen hijab hadir dalam berbagai warna, model, desain, dan berbagai bahan. Selain itu, memiliki banyak variasi yang bisa dikombinasikan dengan berbagai model pakaian lainnya sehingga terlihat lebih menarik. Model-model pakaian tersebut antara lain *pashmina*, hijab instan yang dapat langsung dipakai sehingga lebih praktis, atasan berbahan knit atau rajut, *blouse*, rok, dan gamis.

Informan SU mengungkapkan bahwa tren tidak akan pernah habis, maka ia hanya membeli tren fesyen hijab yang menurutnya menarik dan harga pakaian yang sesuai dengan anggaran. Seperti yang diungkapkan oleh informan, tren memang dapat berubah seiring waktu, pernyataan “mengikuti tren tidak akan pernah habis” mengandung kebenaran dalam berbagai konteks. Di berbagai bidang kehidupan, tren muncul dan berlalu secara terus-menerus. Beberapa alasan mengapa mengikuti tren tampak seperti sesuatu yang tidak pernah usai adalah 1) Sifat tren yang dinamis. Tren merupakan cerminan dari perubahan sosial, budaya, dan teknologi.

Seiring masyarakat terus berkembang, tren juga akan terus berkembang dan mengalami perubahan untuk mencerminkan nilai, keinginan, dan gaya hidup baru, 2) Di bidang fesyen dan desain, tren sering berputar dan kembali dari masa ke masa. Banyak gaya dan mode yang pernah populer di masa lalu, tetapi kembali menjadi tren di masa depan, dan 3) Kemajuan teknologi mengubah cara berinteraksi dengan dunia. Contohnya, dalam platform media sosial. Platform media sosial telah menciptakan ruang baru di mana tren dapat dengan cepat menyebar dan menjadi viral di seluruh dunia. Fenomena ini mempercepat kecepatan perubahan tren.

Disebabkan tren yang tidak akan pernah habis, akan timbul keinginan untuk mengikuti tren masa kini yang biasanya disebabkan oleh ‘haus mata’ atau karena nafsu belaka sesuai dengan pendapat informan ANZ, sehingga mereka akan terus-menerus membeli pakaian yang sedang tren di media sosial TikTok. Hal ini berkaitan dengan pemaparan Theodore yang menjelaskan bahwa faktor *thought*/pemikiran berpengaruh pada pemberian motivasi ditinjau dari penerima motivasi; yaitu pemikiran adalah suatu bentuk tingkah laku yang diam lebih dari berterus-terang di mana benda-benda dan peristiwa-peristiwa berpengaruh secara simbolik. Dengan adanya berbagai jenis model pakaian yang bervariasi tersebut mendorong informan untuk mengenakan pakaian hijab trendi karena dianggap lebih menarik.

Kebebasan dari orang tua untuk memilih model pakaian. Informan SU belum berhijab sesuai dengan *syari'at* Islam karena merasa masih kesulitan dan tidak terbiasa. Informan beranggapan bahwa mereka yang sudah memakai hijab *syar'i* pasti sudah melewati proses yang panjang memakai hijab dan sudah terbiasa sejak kecil dengan bantuan orang tua. Sebaliknya, ia tidak dibiasakan untuk berhijab sejak kecil dan baru berhijab saat menginjak perguruan tinggi. Orang tua informan cenderung memberikan kebebasan kepada informan dalam memilih gaya berpakaian dan hanya memberi nasihat. Orang tua informan memberi kebebasan dalam hal berpakaian asalkan tetap berpakaian sopan. Jadi, menurut informan kebebasan yang diberikan oleh orang tua untuk memilih model pakaian menyebabkan ia tidak berpakaian *syar'i* dan memakai pakaian *Muslimah* yang sedang tren.

#### **D. Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian yang pertama beberapa tren pakaian *Muslimah* di media sosial TikTok sudah sesuai dengan *syari'at* Islam tetapi lebih banyak yang belum sesuai dengan *syari'at* Islam.

Lalu, terdapat faktor-faktor yang memotivasi Mahasiswi Fakultas Dakwah Unisba Angkatan Tahun 2019 mengikuti tren fesyen hijab di media sosial TikTok, yaitu faktor intrinsik dan faktor ekstrinsik. Faktor intrinsik yaitu sebagai kebutuhan referensi pakaian dari TikTok dan adanya rasa nyaman ketika memakai pakaian yang sedang tren, dan faktor ekstrinsik yaitu peraturan Universitas Islam Bandung dan Fakultas Dakwah tentang berpakaian Islami, konformitas, banyaknya model pakaian yang bervariasi yang sedang tren, dan kebebasan dari orang tua untuk memilih model pakaian.

#### **Daftar Pustaka**

- [1] Bagaskara, B. (2022, September 30). *Aturan Lengkap Berbusana Islami di Kampus Unisba*. [www.detik.com/jabar/](http://www.detik.com/jabar/).
- [2] Baron, R., & Byrne, D. (2004). *Psikologi Sosial*. Erlangga.
- [3] Hariansyah. (2018). *Millenials Bukan Generasi Micin*. Gurpedia Publisher.
- [4] Kolcaba, K. (2003). *Comfort Theory and Practice: A Vision for Holistic Health Care and Research*. Springer Publishing Company.
- [5] Meinarno, E., & Sarwono, S. W. (2013). *Psikologi Sosial*. Salemba.
- [6] Miles, M. B., Huberman, A. M., Rohidi, T. R., & Mulyarto. (1992). *Qualitative data analysis*. Penerbit Universitas Indonesia (UI -Press).
- [7] Muthahhari, M. (2013). *Teologi dan Falsafah Hijab: Teologi Sosial Hijab Perempuan dalam Konsep Agama Islam*. Rausyanfikir Institute.
- [8] Rahmi, S. (2015). Pengaruh Pendekatan Perilaku Kognitif terhadap Tingkat Penyesuaian Diri Siswa di Kelas VII SMP Negeri 29 Makassar. *Jurnal Psikologi Pendidikan Dan Konseling: Jurnal Kajian Psikologi Pendidikan Dan Bimbingan Konseling*, 1(1), 28. <https://doi.org/10.26858/jpkk.v1i1.1354>
- [9] Santoso, S. (2010). *Teori-teori Psikologi Sosial*. Refika Aditama.
- [10] Siagian, S. P. (2004). *Teori Motivasi dan Aplikasinya*. PT Rineka Cipta.