

PENGARUH TREN HIJAB FASHION DI MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP CARA BERPAKAIAN ISLAMI MAHASISWI UNISBA FAKULTAS DAKWAH ANGKATAN 2019

¹Yayuh Khufibasyaris, ²Hendi Suhendi
Universitas Islam Bandung
Corresponding Author: yayuhkh@gmail.com

Abstract

This research examines how much influence 2019's Dakwah Faculty of Unisba Student of the hijab fashion trends in the social media of TikTok on how to dress Islamic by applying the field research and qualitative method. Along with the development of communication and information technology brings new things and diversity in religion. Indonesia is a country that the majority of the population is Muslims, so that using the hijab has become a common thing in society. The hijab is the identity of a muslim and changes as the times grow and experienced modernization. The social media most frequently accessed by college student is TikTok. Through social media, information about the fashion trend of hijab has become widespread and unbridled. The manufacturers made TikTok an advertising medium and promotion.

Keywords: Trend; Hijab Fashion; Social Media Tiktok

Abstrak

Penelitian ini menggambarkan seberapa besar pengaruh tren hijab fashion di media sosial TikTok terhadap cara berpakaian Islami Mahasiswi Unisba Fakultas Dakwah Angkatan 2019 dengan menerapkan jenis penelitian lapangan (field research) dan pendekatan kualitatif. Seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi membawa nuansa baru dan keragaman dalam keberagaman. Indonesia merupakan negara yang mayoritas penduduknya adalah muslim, sehingga menggunakan jilbab sudah menjadi hal yang umum di masyarakat. Jilbab merupakan pembentuk identitas seseorang sebagai muslimah mengalami perubahan seiring perkembangan zaman dan mengalami modernisasi. Media sosial yang paling sering diakses oleh mahasiswi adalah TikTok. Melalui media sosial TikTok, informasi mengenai tren fashion hijab telah merajalela dan tidak terbandung. Para pembisnis pakaian menjadikan TikTok sebagai media iklan dan promosi.

Kata Kunci: Trend; Hijab; Media Sosial Tiktok

@ 2024 Hikmah: Yayuh Khufibasyaris, *et al.*

ARTIKEL INFO

Article history:

Submit : 16 Januari 2024

Revisi : 24 Februari 2024

Publish : 30 Maret 2024

Hikmah:

Jurnal Dakwah Dan Sosial

Volume 4, No. 1, Maret 2024,

Halaman : 1-10.



Creative Commons Attribution-
NonCommercial-ShareAlike 4.0
International License.

A. Pendahuluan

Teknologi komunikasi dan informasi telah berkembang sangat pesat di era modern ini. Masyarakat seolah telah dikuasai akan penggunaan teknologi, sehingga terjadinya perubahan cara pandang dan gaya hidup seseorang diakibatkan perkembangan teknologi.

Pada masyarakat modern, gaya hidup atau *lifestyle* membantu menentukan sikap, nilai, dan kekayaan serta status sosial seseorang, yang secara tidak langsung menempatkan mereka dalam kelas sosial tertentu. Perubahan sosial masyarakat terjadi karena manusia adalah makhluk berpikir dan bekerja, yang selalu berusaha untuk bertahan hidup dan memperbaiki nasibnya.¹

Seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi membawa nuansa baru dan keragaman dalam keberagaman. Islam merupakan agama dakwah yang senantiasa menyeru kepada kebaikan.² Dakwah diharapkan dapat menjadi penyeimbang dalam perubahan nilai dan tatanan sosial yang sedang berlangsung di tengah masyarakat yang semakin maju dan beradab.

Dakwah dewasa ini menghadapi berbagai tantangan dan permasalahan yang semakin rumit. Perkembangan teknologi dan informasi menjadi tantangan tersendiri bagi keberlangsungan dakwah, karena masyarakat

modern dihadapkan dengan permasalahan yang cukup beragam. Salah satu permasalahan yang dihadapi adalah fenomena “tren hijab”.

Kebutuhan masyarakat akan informasi mempengaruhi perkembangan teknologi komunikasi. Masyarakat modern saat ini membutuhkan alat komunikasi untuk menerima dan membagikan informasi dengan cepat dan mudah. Teknologi yang terus berkembang dan semakin canggih memudahkan masyarakat dalam berkomunikasi. Di Indonesia, hampir seluruh masyarakat ikut serta dalam penggunaan teknologi komunikasi, khususnya internet.

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.³ Media sosial berperan sebagai media yang menggali isu-isu terkini. Berita dan informasi yang berkembang di media sosial menjadi hal yang krusial bagi para penggunanya, yang biasanya merupakan generasi milenial. Indikator tersebut menjadi peluang bagi generasi milenial untuk terlibat dalam pembelajaran agama secara daring, termasuk topik-topik terkait hijab.

Indonesia merupakan negara yang mayoritas penduduknya adalah muslim, sehingga menggunakan jilbab sudah menjadi hal yang

¹ Triasari dan Arif Zamhari, “Hijab Fashion sebagai Strategi Dakwah pada Hijabers Community Jakarta”, dalam *Jurnal MD: Jurnal Manajemen Dakwah*, vol. 7, no. 1 (2021), hlm. 2, <https://ejournal.uin-suka.ac.id/dakwah/JMD/article/view/71-01>, diakses pada 13 Jan. 2023

² Acep Aripudin, *Sosiologi Dakwah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), hlm. 48.

³ Jumi Malia, Skripsi: “Pengaruh Media Sosial terhadap Estetika Berpakaian Islami Remaja Putri (Studi Di Kecamatan Sawang Kabupaten Aceh Utara)” (Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam, 2020), hlm. 2.

umum di masyarakat. Dalam ranah sosial-religius, jilbab berfungsi sebagai bahasa yang menyampaikan pesan sosial dan budaya. Jilbab merupakan penegas dan pembentuk identitas seseorang, dan dapat menjadi tolak ukur tingkat kereligiusitasan seorang *muslimah*.⁴ Jilbab mengalami perubahan seiring perkembangan zaman dan mengalami modernisasi. Hal ini terlihat dari fenomena tren hijab fashion dan praktik konsumtif berbagai model busana. Jilbab 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.⁵

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 2016.⁶ 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.

Dalam aplikasi TikTok, ketika pengguna menggunakan aplikasi dengan benar maka akan menjadi nilai positif dan sumber penghasilan bagi penggunanya, karena ketika akun seseorang mendapat banyak perhatian dari pengguna lain dan menjadi motivasi bagi komunitas, hal ini dapat menjadi suatu pendapatan bagi kreator konten. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa TikTok memiliki pengaruh yang besar terhadap penyebaran informasi, baik yang mengandung hal positif yang dapat meningkatkan pengetahuan maupun hal negatif.

Melalui media sosial TikTok, informasi mengenai tren fashion 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. Budaya suatu daerah juga sangat berpengaruh terhadap mode pakaian. Di era modern seperti sekarang ini, antara pakaian dan keindahan tidak dapat dipisahkan.

Di Indonesia mode pakaian sedang mengalami perkembangan cukup pesat dalam beberapa tahun terakhir. Perkembangan mode pakaian pun tidak lepas dari budaya luar yang

⁴ Yulcin Mahmud, Cornelius J. Paat, dan Lisbeth Lesawengen, "Jilbab sebagai Gaya Hidup Wanita Modern di Kalangan Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi", dalam *Jurnal Holistik*, vol. 13, no. 3 (2020), hlm. 2, <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/holistik/article/view/29404>, diakses pada 13 Jan. 2023

⁵ Kholida Qothrunnada, "Pengertian Estetika: Teori, Fungsi, dan Unsur di Dalamnya", *Kholida Qothrunnada* (16 Agu 2022), <https://www.detik.com/jabar/berita/d-6237367/pengertian-estetika-teori-fungsi-dan-unsur-di-dalamnya>, diakses pada 13 Jan. 2023.

⁶ Hariansyah, *Millenials Bukan Generasi Micin* (Bandung: Guepedia Publisher, 2018), hlm. 17.

masuk ke negara kita. Sehingga yang melihatnya menjadi tertarik untuk memakainya. Tren fashion pun semakin kreatif, desain pakaian *muslimah* dibuat lebih menarik dan tidak ketinggalan zaman.

Media cenderung lebih banyak menyampaikan busana *muslimah* hanya sebagai fashion, tidak memberikan pemahaman hijab sebagai sebuah ajaran agama Islam yang wajib dilaksanakan oleh seorang *muslimah* sejak masa balig.⁷ Tidak sedikit *influencer* atau artis-artis Indonesia yang terobsesi dengan tren fashion hanya demi popularitas, seperti *viewers*, *like*, dan *followers*. Fenomena ini pun ikut mempengaruhi 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,

“Di antara yang termasuk ahli neraka ialah wanita-wanita yang berpakaian tetapi telanjang. Yang berjalan dengan lenggak-lenggok untuk merayu dan untuk dikagumi. Mereka ini tidak akan masuk surga dan tidak akan mencium baunya.” (HR Muslim).⁸

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'ah* Islam harus diutamakan.⁹

Generasi muda sekarang cenderung memilih-milih pakaian sesuai mode pakaian yang sedang tren di media sosial, yang sering mempromosikan pakaian-pakaian yang tidak sesuai dengan etika, namun yang seperti itu gencar diikuti demi tampil trendi dan tidak ketinggalan zaman. Jika hal seperti ini tidak dicegah, wanita muslim akan terus memakai pakaian yang tidak etis menurut ajaran Islam. Banyak yang memaksakan pakaian yang akan dipakainya sesuai dengan mode yang berkembang, padahal itu belum tentu sudah sesuai dengan ajaran Islam. Allah SWT telah berfirman dalam surat Al-A'raf ayat 26:

*“Hai anak Adam, sesungguhnya Kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutup auratmu dan pakaian indah untuk perhiasan. Dan pakaian takwa itulah yang paling baik. Yang demikian itu adalah sebahagian dari tanda-tanda kekuasaan Allah, mudah-mudahan mereka selalu ingat.”*¹⁰

⁷ Murtadha Muthahhari, *Teologi dan Falsafah Hijab: Teologi Sosial Hijab Perempuan dalam Konsep Agama Islam* (Yogyakarta: Rausyanfikir Institute, 2013), hlm. xi.

⁸ Imas Damayanti, “Berpakaian tapi Telanjang, Apa Maksudnya?”, *Imas Damayanti* (13 Mar 2020), <https://www.republika.co.id/berita/q74yyt430/berpakaian-tapi-telanjang-apa-maksudnya>, diakses pada 14 Jan. 2023.

⁹ Jumi Malia, Skripsi: “Pengaruh Media Sosial terhadap Estetika Berpakaian Islami Remaja Putri (Studi Di Kecamatan Sawang Kabupaten Aceh Utara)” (Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam, 2020), hlm. 2.

¹⁰ TafsirWeb, “Surat Al-A'raf Ayat 26”, <https://tafsirweb.com/2480-surat-al-araf-ayat-26.html>, diakses pada 14 Jan. 2023.

Tentunya sebagai seorang *muslimah* harus memperhatikan dalam hal berpakaian sesuai dengan nilai-nilai agama. Salah satu hal yang sering menjadi pusat perhatian adalah mengenakan hijab. Hal ini berdampak pada semakin banyaknya wanita muslim yang mengenakan jilbab. Dahulu, menggunakan jilbab hanya untuk menutupi aurat, di era modern ini, jilbab telah menjadi tren fashion untuk tampil modis dan trendi, namun tetap dalam *syari'at* Islam. Hal ini ditunjukkan dengan perkembangan gaya busana wanita dan desain yang semakin beragam.

Penelitian tentang maraknya pemakaian tren hijab fashion pada wanita muslim serta motivasi mereka memakai hijab sudah banyak dilakukan. *Pertama*, Triasari dan Arif Zamhari, “*Hijab Fashion sebagai Strategi Dakwah pada Hijabers Community Jakarta*”. Penelitian ini menyimpulkan, Community Hijab secara tidak langsung menjadi sarana mengajak *muslimah* untuk mengutamakan menutup aurat. Dan di saat yang sama juga mengajak *muslimah* untuk belajar. Berbagai kegiatan komunitas-komunitas *hijabers* tidak berhenti pada pemenuhan kebutuhan hijab fashion tetapi juga kebutuhan untuk lebih banyak mengenal agama.¹¹ *Kedua*, Yulcin Mahmud, Cornelius J. Paat, dan Lisbeth

Lesawengen, “*Jilbab sebagai Gaya Hidup Wanita Modern di Kalangan Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi*”. Penelitian ini menyimpulkan, mengenakan jilbab masih banyak dianggap hanya sebagai fashion bukan sebagai penutup aurat yang sesuai dengan ajaran Islam.¹² Berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya, tulisan ini mengkaji bagaimana seorang wanita muslim yang sudah berhijab tertarik dengan tren fashion hijab dari rekomendasi media sosial TikTok.

Objek yang diteliti dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Islam Bandung Fakultas Dakwah Angkatan 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.¹³ Dengan hal ini, sudah dipastikan Mahasiswi Universitas Islam Bandung Fakultas Dakwah menggunakan jilbab.

¹¹ Triasari dan Arif Zamhari, “Hijab Fashion sebagai Strategi Dakwah pada Hijabers Community Jakarta”, dalam Jurnal MD: Jurnal Manajemen Dakwah, vol. 7, no. 1 (2021), <https://ejournal.uin-suka.ac.id/dakwah/JMD/article/view/71-01>, diakses pada 13 Jan. 2023.

¹²Yulcin Mahmud, Cornelius J. Paat, dan Lisbeth Lesawengen, “Jilbab sebagai Gaya Hidup Wanita Modern di Kalangan Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi”, dalam *Jurnal Holistik*, vol. 13, no.

3 (2020), <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/holistik/article/view/29404>, diakses pada 13 Jan. 2023.

¹³ Bima Bagaskara, “Aturan Lengkap Berbusana Islami di Kampus Unisba”, *Bima Bagaskara* (30 Sep 2022), <https://www.detik.com/jabar/berita/d-6321750/aturan-lengkap-berbusana-islami-di-kampus-unisba>, diakses pada 14 Jan. 2023.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk meneliti seberapa besar pengaruh gaya hijab fashion di media sosial TikTok terhadap cara berpakaian Islami Mahasiswi Fakultas Dakwah Angkatan 2019.

B. Metodologi

Penelitian ini menerapkan jenis penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain.¹⁴

C. Pembahasan

Hasil Manusia adalah makhluk konsumtif.¹⁵ Membeli pakaian merupakan salah satu kebutuhan yang dapat berubah dari kebutuhan primer sebagai kebutuhan sandang menjadi kebutuhan tersier yang hanya didasari nafsu. Terkhusus kepada perempuan, remaja hingga dewasa. Perilaku konsumtif yang tidak terkontrol juga dapat mengubah gaya berpakaian yang berlebihan. Daya tarik pada manusia adalah cara berpakaian. Warna, desain, dan jenis bahan tidak dapat dipisahkan dari pakaian. Kesan awal seseorang dapat terlihat dari pakaian yang dikenakannya, bahkan orang bisa mengira atau menebak perasaan dan emosi seseorang.¹⁶

Misalnya, orang yang memakai pakaian berwarna gelap melambangkan suasana hati yang sedih, berduka, bahkan pakaian berwarna gelap pun bisa melambangkan orang yang memakai pakaian tersebut tertutup dan menyukai sesuatu hal yang sederhana. Dan pakaian berwarna cerah menunjukkan kesan yang ceria dan kuat. Orang yang berpakaian rapi dengan warna senada menandakan bahwa yang memakainya adalah orang yang tertata dan teratur. Sedangkan pakaian-pakaian yang ketat dan membentuk tubuh, memunculkan kesan bahwa yang memakai pakaian tersebut ingin menunjukkan bentuk tubuhnya. Namun dalam hal berpakaian, sebagai seorang *muslimah* tentunya harus memperhatikan norma-norma Islam yang telah telah diatur di dalam Al-Qur'an dan Sunnah. *Muslimah* hendaknya memakai pakaian yang menutup aurat yaitu berhijab.

Kata hijab (*jilbab*) secara bahasa berarti penutup atau sesuatu yang menutupi. Hijab adalah penutup yang menghalangi terlihatnya aurat wanita di hadapan pria. Hijab bukan hanya adat kebiasaan perempuan Arab saja sehingga perempuan non-Arab tidak harus menirunya, melainkan hukum yang kokoh dan pasti sehingga Allah mewajibkan semua wanita muslimah untuk memakainya.¹⁷ Pada

¹⁴ Muh Fitrah dan Luthfiyah, *Metodologi Penelitian* (Sukabumi: CV Jejak, 2017), hlm.

¹⁵ Jumi Malia, Skripsi: "Pengaruh Media Sosial terhadap Estetika Berpakaian Islami Remaja Putri (Studi Di Kecamatan Sawang Kabupaten Aceh Utara)" (Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam, 2020), hlm. 33.

¹⁶ Jumi Malia, Skripsi: "Pengaruh Media Sosial terhadap Estetika Berpakaian Islami Remaja Putri (Studi Di Kecamatan Sawang Kabupaten Aceh Utara)" (Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam, 2020), hlm. 34.

¹⁷ Murtadha Muthahhari, *Teologi dan Falsafah Hijab: Teologi Sosial Hijab Perempuan dalam Konsep Agama Islam* (Yogyakarta: Rausyanfikir Institute, 2013), hlm. xi.

hakikatnya, Islam ingin mengangkat harkat dan martabat wanita. Wanita memiliki hak yang harus dijaga agar mendapatkan kehidupan yang baik dan bermartabat. Dalam Islam, hijab adalah perlindungan bagi wanita, bukan suatu bentuk pengekangan.¹⁸ Hijab merupakan keteladanan *muslimah* yang kemudian menyampaikan komitmen keagamaan, keyakinan, keimanan, dan ketaqwaan seorang *muslimah*.¹⁹ Makna filosofis hijab bagi perempuan dalam Islam adalah bahwa wanita harus menutup tubuhnya dalam pergaulannya dengan pria yang bukan *muhrim* menurut hukum Islam dan tidak memamerkan dan mempertontonkan dirinya.²⁰ Perintah berhijab telah tercantum dalam firman Allah, surat Al-Ahzab ayat 59.

*“Wahai Nabi! Katakan kepada istri-istrimu dan putri-putrimu serta perempuan-perempuan yang beriman agar mereka mengulurkan jilbab mereka. Dengan demikian mereka akan lebih mudah dikenali sehingga mereka tidak diganggu. Dan Allah Maha Pengampun dan Maha Pengasih.”*²¹

1. Tren Hijab Fashion dari Media Sosial TikTok

Adapun media sosial yang paling sering diakses oleh mahasiswi adalah TikTok. Alasan menyukai aplikasi TikTok adalah karena sudah

menjadi kebiasaan untuk menunjukkan diri di media sosial. Dengan aplikasi yang memiliki kelebihan menggunakan musik tanpa perlu takut terkena hak cipta pemiliknya, algoritma dari TikTok juga membuat aplikasi ini semakin populer, berbeda dengan YouTube atau Instagram, algoritma TikTok bisa menyebarkan konten pengguna siapapun tanpa melihat jumlah pengikutnya dengan mempelajari kebiasaan para pengguna aktif lebih cepat dari aplikasi lain, yang dinamakan “*For Your Page*”.²²

Dengan membawakan format vertikal, TikTok hadir sebagai pembaru dalam cara bermedia sosial. Pengguna TikTok bisa bebas memilih banyak musik dan menggunakan filter, serta dapat melakukan konten *lipsync* ditambah algoritma “*For your page*” yang membuat semua orang bisa ikut berpartisipasi dalam membuat konten dan dapat dilihat banyak orang.²³ Karena kebiasaan itu, para pembisnis pakaian menjadikan TikTok sebagai media iklan dan promosi. Artis-artis atau *influencer* banyak mengunggah video yang mana model pakaian yang dipakai oleh kreator konten tersebut akan mudah diikuti oleh pengguna TikTok yang menurutnya bagus dan trendi. Salah satu contoh *influencer* yang menjadi

¹⁸ *Ibid*, hlm. xii.

¹⁹ Triasari dan Arif Zamhari, “Hijab Fashion sebagai Strategi Dakwah pada Hijabers Community Jakarta”, dalam *Jurnal MD: Jurnal Manajemen Dakwah*, vol. 7, no. 1 (2021), hlm. 9, <https://ejournal.uin-suka.ac.id/dakwah/JMD/article/view/71-01>, diakses pada 13 Jan. 2023.

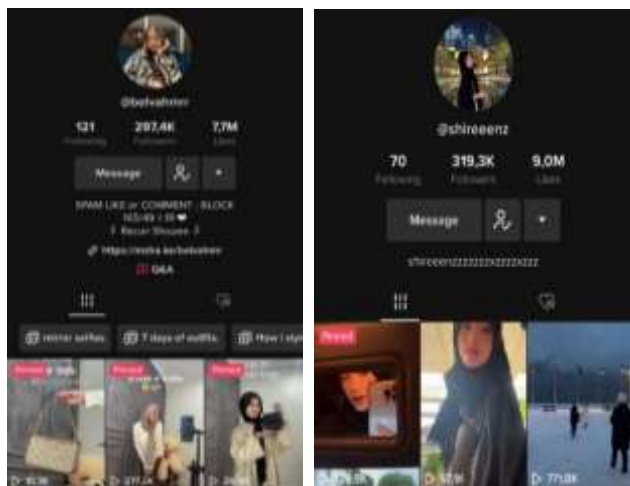
²⁰ Murtadha Muthahhari, *Teologi dan Falsafah Hijab: Teologi Sosial Hijab Perempuan dalam Konsep Agama Islam* (Yogyakarta: Rausyanfikir Institute, 2013), hlm. 3.

²¹ *Ibid*, hlm. 4.

²² Dian Nur Utami, Skripsi: “Metode Dakwah Husain Basyaiban Melalui TikTok” (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2022), hlm. 55.

²³ *Ibid*.

acuan berbusana *muslimah* ialah akun TikTok @belvahr dan @shireee.



Gambar 1.

Tampilan Akun @belyahmr dan @shireee

Source: Media Sosial Instagram (2023)

2. Pengaruh Tren Hijab Fashion

Fenomena tren hijab fashion di media sosial Tiktok di kalangan Mahasiswi Unisba Fakultas Dakwah Angkatan 2019 mempengaruhi pembelian pakaian *muslimah* yang sedang tren. Mempengaruhi tingkat konsumsi minat memakai jilbab. Jelas bahwa dampak dari adanya fenomena tren hijab fashion sangat mempengaruhi tingkat konsumtif masyarakat, karena semakin banyak tren jilbab yang berkembang di masyarakat sehingga minat untuk membeli dan memiliki jilbab juga semakin tinggi. Model pakaian *muslimah* yang semakin beragam dan variatif membuat tertarik mengenakannya dan membuat penampilan lebih menarik dilihat tanpa meninggalkan

aturan *syari'at* dalam penggunaannya. Seperti yang dikemukakan narasumber berinisial SP:

“Jilbab yang sekarang memiliki banyak variasi. Saya juga menggunakan jilbab dan pakaian yang sedang tren. Saya biasa membeli jilbab model terbaru dan saya punya lebih dari satu. Menurut saya fashion penting untuk menunjang penampilan. Saya tertarik dengan konten fashion hijab di TikTok. Saya biasa membeli pakaian melalui rekomendasi kreator konten di TikTok, namun tetap pilih-pilih yang masih sesuai dengan *syari'at*.”

Ketertarikan fashion merupakan keterlibatan seseorang dengan suatu produk atau apapun yang berhubungan dengan fashion karena faktor kebutuhan, kepentingan, ketertarikan, ciri khas penampilan serta berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Kim, 2005).

Menurut Sumartono, perilaku konsumtif adalah perilaku yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf tidak rasional lagi. Perilaku konsumtif melekat pada diri seseorang bila orang tersebut membeli sesuatu di luar kebutuhan akan tetapi sudah kepada faktor keinginan.²⁴

Meskipun demikian, fenomena tren hijab fashion meningkatkan semangat dalam menggunakan jilbab karena jilbab sudah lebih modern serta menjadikan penggunanya terlihat modis/*fashionable* dan tetap *syar'i*.

²⁴ Sumartono dan Djabar, *Terperangkap dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi* (Bandung: Alfabeta, 2002), hlm. 176.

Penulis juga melihat pada masyarakat umum beberapa contoh pakaian yang mengedepankan estetika daripada etika dalam berpakaian, misalnya memakai jilbab yang dililitkan ke leher sehingga tidak menutupi dada, menggunakan rok ketat dengan belahan di belakangnya sehingga menampilkan kakinya, mengenakan pakaian yang lengannya pendek sehingga menampilkan lengannya, memakai manset baju dalaman sebagai baju luaran sehingga membentuk lekuk tubuh, memakai baju *tanktop* sebagai baju luaran yang dikenakan untuk hijab fashion, dan memakai celana *legging* yang ketat, menggabungkan fashion Korea dengan hijab fashion atau fashion barat dengan hijab fashion namun tidak memperhatikan ke-*syar'i*-annya, dan lain sebagainya.

Seharusnya wanita muslim selalu memakai pakaian yang menutup aurat sesuai dengan *syari'at*, seperti menutupi seluruh tubuh kecuali telapak tangan, punggung tangan, dan wajah, longgar dan tidak ketat, tidak tipis dan menerawang, jilbab yang terulur sampai dada, dan tidak menyerupai laki-laki.²⁵ Memakai pakaian *muslimah* yang didesain dengan mode-mode kekinian diperbolehkan dengan tetap memperhatikan aturan agama Islam.

Setiap perintah atau larangan dalam Islam mempunyai tujuan, termasuk perintah untuk menutupi aurat. Di antara hikmahnya

yang paling penting supaya terhindar dari segala fitnah hidup. Seperti pelecehan seksual, yang pasti dapat merusak martabat wanita.

D. Kesimpulan

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa tren hijab fashion di media sosial TikTok berpengaruh pada penggunaan hijab di kalangan Mahasiswi Unisba Fakultas Dakwah Angkatan 2019. Meningkatnya minat membeli pakaian *muslimah* yang sedang tren, namun tetap memperhatikan aturan berpakaian menurut ajaran agama Islam. Memakai pakaian *muslimah* yang didesain dengan mode-mode kekinian diperbolehkan dengan tetap memperhatikan pakaian yang *syar'i*. Setiap perintah atau larangan dalam Islam mempunyai maksud, termasuk perintah untuk menutupi aurat. Allah SWT memerintahkan untuk menutup aurat pada hakikatnya ingin mengangkat harkat dan martabat wanita

E. Daftar Pustaka

- Aripudin, A. (2013). *Sosiologi Dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Bagaskara, B. (2022, September 30). *Aturan Lengkap Berbusana Islami di Kampus Unisba*. Retrieved from detikJabar: <https://www.detik.com/jabar/berita/d-6321750/aturan-lengkap-berbusana-islami-di-kampus-unisba>
- Damayanti, I. (2020, March 13). *Berpakaian tapi Telanjang, Apa Maksudnya?* Retrieved from Republika: <https://www.republika.co.id/berita/q74y yt430/berpakaian-tapi-telanjang-apa-maksudnya>

²⁵ Li Partic, *Jilbab Bukan Jilboob: 101 Cara Berhijab Sempurna* (Jakarta: Penerbit Kalil, 2014), hlm. 26.

- Fitrah, M., & Luthfiah. (2017). *Metodologi Penelitian*. Sukabumi: CV Jejak.
- Hariansyah. (2018). *Millenials Bukan Generasi Micin*. Bandung: Guepedia Publisher.
- Kim. (2005). Consumer Profiles Of Apparel Product Involvement and Values. *Journal Of Fashion*.
- Mahmud, Y., Paat, C. J., & Lesawen, L. (2020). Jilbab sebagai Gaya Hidup Wanita Modern di Kalangan Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi. *Jurnal Holistik*, 13(3), 1-14. Retrieved January 13, 2023, from <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/holistik/article/view/29404>
- Malia, J. (2020). *Pengaruh Media Sosial terhadap Estetika Berpakaian Islami Remaja Putri (Studi Di Kecamatan Sawang Kabupaten Aceh Utara*. Banda Aceh: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam.
- Muthahhari, M. (2013). *Teologi dan Falsafah Hijab: Teologi Sosial Hijab Perempuan dalam Konsep Agama Islam*. Yogyakarta: Rausyanfikir Institute.
- Partic, L. (2014). *Jilbab Bukan Jilboob: 101 Cara Berhijab Sempurna*. Jakarta: Penerbit Kalil.
- Qothrunnada, K. (2022, August 16). *Pengertian Estetika: Teori, Fungsi, dan Unsur di Dalamnya*. Retrieved from detikJabar: <https://www.detik.com/jabar/berita/d-6237367/pengertian-estetika-teori-fungsi-dan-unsur-di-dalamnya>
- Sumartono, & Djabar. (2002). *Terperangkap dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Bandung: Alfabeta.
- Surat Al-A'raf Ayat 26*. (n.d.). Retrieved from TafsirWeb: <https://tafsirweb.com/2480-surat-al-araf-ayat-26.html>
- Zamhari, A., & Triasari. (2021). Hijab Fashion sebagai Strategi Dakwah pada Hijabers Community Jakarta. *Jurnal MD: Jurnal Manajemen Dakwah*, 7(1), 1-27. Retrieved January 13, 2023, from <https://ejournal.uin-suka.ac.id/dakwah/JMD/article/view/71-01>