

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DALAM	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	v
LEMBAR KESEDIAAN PUBLIKASI	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	12
C. Tujuan Penelitian	12
BAB II KAJIAN TEORI	13
A. Tren Fashion Hijab	13
B. Citra Perempuan Muslim	16
C. Teori Interaksionisme Simbolik	18
D. Kajian Terdahulu	24
BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Jenis Penelitian	33
B. Tempat Penelitian	33
C. Sumber Data	34
D. Metode Pengumpulan Data	36
E. Analisis Data	38
F. Keabsahan Data	40
BAB IV HASIL PENELITIAN	42
A. Deskripsi Lokasi Penelitian	42
1. Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung	42
2. Fakultas Ekonomi Bisnis Islam	42
B. Pengaruh Sosial dalam Tren Hijab	43
1. Pengaruh Lingkungan Pertemanan	43
2. Media Sosial	45
3. Selebgram atau Influencer	48
C. Pemaknaan dan Pertimbangan dalam Penggunaan Hijab (Mind)	51
D. Pengalaman Penggunaan Hijab	53
BAB V PEMBAHASAN	59
A. Tren Fashion Hijab sebagai Hasil Interaksi Sosial (Society)	59
B. Pemaknaan Hijab di Kalangan Mahasiswi (Mind)	64
C. Pembentukan Citra Diri Perempuan Muslim (Self)	69
D. Hijab sebagai Simbol Negosiasi antara Religiusitas dan Modernitas	75
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	81
A. Kesimpulan	81
B. Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	83

LAMPIRAN-LAMPIRAN	86
1. Pedoman Wawancara	87
2. Transkrip Wawancara	89
3. Catatan Observasi Lapangan	109
4. Informed Consent	110
5. Dokumentasi Foto	115
6. Kartu Bimbingan Skripsi	116
7. Biodata Penulis	117