

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Tren fashion hijab merupakan fenomena sosial yang menggambarkan perubahan gaya berpakaian perempuan Muslim sesuai dengan perkembangan zaman, media, dan nilai estetika yang terus berkembang.² Istilah tren sendiri menunjukkan adanya pergeseran atau kecenderungan umum dengan masyarakat terhadap suatu gaya tertentu yang sedang populer pada waktu tertentu. Dalam konteks hijab, tren mencakup inovasi dalam bahan, model, warna, dan cara pemakaian yang disesuaikan dengan kebutuhan dan preferensi individu, namun tetap berpijak pada nilai-nilai kesopanan dan syariat Islam.

Tidak hanya pakaian, hijab modis memiliki makna simbolik. Hijab berfungsi sebagai dua simbol, yaitu religiusitas dan identitas sosial perempuan Muslim. Di era modern, makna hijab telah berkembang sebagai akibat dari munculnya budaya visual yang kuat di media sosial, yang menjadikannya alat untuk ekspresi diri, kreativitas, dan representasi citra diri. Oleh karena itu, gaya hijab tidak hanya mengikuti mode, tetapi juga menunjukkan bagaimana nilai spiritual dan modernitas berinteraksi dengan perempuan Muslim modern.³

² Sri Anafarhah, 'Tren Busana Muslimah dalam Perspektif Bisnis dan Dakwah', *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 18.1, (2019), pp.81-90.

³ Mardhatillah, F., & Nurjanah, S., 'Hijab sebagai Identitas dan Representasi Sosial di

Tren fashion hijab juga tidak terlepas dari proses arus budaya populer yang mempertemukan nilai-nilai modernitas dengan prinsip-prinsip keislaman. Dalam situasi ini, hijab tidak lagi dipandang hanya sebagai kewajiban agama, tetapi juga sebagai media ekspresi diri dan bentuk komunikasi simbolik perempuan Muslim kepada lingkungannya. Hijab menjadi sarana untuk menunjukkan kepribadian, selera estetika, dan bahkan kelas sosial tertentu. Melalui cara berhijab, perempuan Muslim dapat menampilkan citra diri yang diinginkan, misalnya tampak religius, profesional, sederhana, atau modis tanpa harus meninggalkan nilai-nilai kesopanan dan syariat.

Di era digital sekarang, perkembangan tren fashion hijab semakin cepat karena dipengaruhi oleh media sosial dan budaya visual. Platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube menjadi ruang baru bagi perempuan Muslim untuk mengeksplorasi gaya berhijab dan membangun identitas digitalnya.⁴ Lebih dari sekedar mode, tren hijab juga mengandung makna sosial yang mendalam bagi perempuan Muslim. Bagi sebagian perempuan, hijab adalah bentuk ketaatan spiritual dan ekspresi keimanan, namun bagi sebagian lain, hijab juga merupakan cara untuk menegaskan jati diri di tengah tekanan sosial modern yang menuntut perempuan untuk tampil menarik.

Hal ini menunjukkan bahwa tren fashion hijab mencerminkan

Kalangan Mahasiswi Muslimah, Jurnal Substantia, 25.1, (2023), pp.77-88.

⁴ Yuliana, A., & Isnaini, S., 'Citra Profesional Mahasiswi Ekonomi Islam dalam Perspektif Fashion Hijab', Jurnal Ekonomi Syariah dan Sosial Humaniora, 4.1, (2023), pp.90-104.

proses negosiasi antara nilai-nilai spiritualitas dan tuntutan modernitas, di mana perempuan berusaha menyeimbangkan identitas keislaman dengan kebutuhan untuk tetap relevan dalam lingkungan sosial yang dinamis. Dengan demikian, tren fashion hijab pada dasarnya tidak hanya berkaitan dengan perubahan gaya berpakaian, tetapi juga menjadi cermin dari perubahan sosial perempuan Muslim dalam menghadapi arus modernisasi. Hijab yang masuk ke dunia fashion dengan model dan gaya yang sesuai dengan tren saat ini, terutama di kalangan perempuan generasi milenial.

Banyak desain baru muncul bersamaan dengan tren busana umum yang sedang berubah. Tren ini akhirnya menjadi budaya yang populer di masa sekarang, terutama di kalangan perempuan generasi milenial semakin berkembang melalui media. Tidak diragukan lagi, adanya kepopuleran ini memiliki dampak pada banyaknya perubahan dalam fashion muslim di kalangan perempuan.⁵

Pada konteks perguruan tinggi Islam, praktik berhijab memperlihatkan keragaman yang mencerminkan perbedaan latar belakang dan cara pandang mahasiswa. Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung sebagai institusi pendidikan berbasis nilai keislaman yang diwarnai oleh keberagaman mahasiswa dengan pengalaman sosial, budaya, dan pemahaman religius yang beragam.

⁵ Amanda Rohmah Widyanita, Shofi Rizq Najmah Shabrina, and Fransiscus Xaverius Sri Sadewo, 'Analisis Trend Fashion Hijab dalam Kajian Budaya Populer di Kalangan Generasi Milenial', *Majalah Ilmiah Tabuah: Ta'limat, Budaya, Agama dan Humiora*, 26.2, (2022), p.75.

Kondisi tersebut tampak jelas berada di Fakultas Ekonomi Bisnis Islam (FEBI), yang dimana mahasiswi menampilkan variasi gaya berhijabnya, mulai dari hijab yang berukuran lebar dan longgar yang seringkali dipahami sebagai representasi kesalehan, hingga hijab dengan model praktis dan hijab pashmina yang mengikuti arus tren fashion saat ini. Meskipun tren fashion hijab telah berkembang di berbagai kalangan, FEBI dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki karakteristik khusus sebagai fakultas berbasis ekonomi dan bisnis Islam yang berada di lingkungan perguruan tinggi Islam. Mahasiswinya berasal dari latar belakang pendidikan dan budaya yang beragam, tetapi tetap berada dalam lingkungan akademik yang menekankan nilai-nilai keislaman. Disisi lain, mereka juga aktif mengikuti perkembangan tren fashion hijab melalui media sosial.

Keberagaman ini menunjukkan bahwa hijab tidak dimaknai secara tunggal, tetapi dipraktikkan sebagai bagian dari interaksi sosial yang dipengaruhi oleh pilihan personal, lingkungan pertemanan, publik figur, serta budaya populer.⁶ Salah satu bentuk tren hijab yang saat ini banyak diminati oleh mahasiswi adalah pashmina kaos yang dalam penyebutan sehari-hari dikenal sebagai pashmian *meleyot*. Istilah *meleyot* bukan masalah istilah ilmiah dalam dunia tekstil, melainkan istilah populer yang digunakan oleh masyarakat, khususnya di media sosial dan kalangan perempuan muda, untuk menyebut pashmina yang memiliki karakter

⁶ Nurul Izzah, 'Hijab Street Style: Ekspresi Modest Fashion dan Komodifikasi Agama', Nihayah: Journal of Islamic Studies, 1.2, (2025), pp.142-157.

bahan lentur, elastis, ringan, serta jatuh mengikuti bentuk wajah ketika dikenakan.

Karakteristik tersebut membuat pashmina jenis ini mudah dibentuk tanpa banyak jarum pentul maupun peniti sehingga memberikan kesan sederhana, natural, dan praktis. Karena sifat bahannya yang nyaman digunakan dalam aktivitas sehari-hari, pashmina meleyot kemudian menjadi salah satu model hijab yang banyak dipilih oleh mahasiswi dan berkembang sebagai bagian dari tren fashion hijab di lingkungan kampus.

Selain itu, karena berbahan ringan, jatuh, fleksibel, dan mudah dibentuk tanpa jarum, sehingga praktis dan efisien untuk digunakan dalam aktivitas kampus yang padat. Tren ini berkembang seiring dengan perubahan gaya hidup dan meningkatnya ekspor terhadap media sosial, di mana para *influencer* hijab dan *fashion content creator* banyak membagikan tutorial memakai pashmina *meleyot* dengan gaya yang beragam, seperti gaya simpel satu lilit, loose style, atau gaya santai tanpa jarum.⁷ Di kalangan mahasiswa, fenomena ini menimbulkan efek sosial berupa proses imitasi dan pembentukan gaya kolektif.

Hijab tidak lagi sekedar simbol religius tetapi juga alat untuk ekspresi diri, menampilkan identitas, dan menyesuaikan diri dengan standar estetika kelompok sosialnya. Selain memiliki rasa nyaman dan tren visual, pilihan terhadap pashmina kaos/*meleyot* juga mempresentasikan pergeseran nilai dalam berbusana Islami. Mahasiswi masa kini cenderung

⁷ Rahmaifa, N., & Fuaziah, D., 'Tren Hijab dan Perubahan Identitas Muslimah di Era Digital', Jurnal Komunika, 18.2, (2024), pp.155-168.

menginginkan gaya berhijab yang menonjolkan kesan sederhana namun elegan, sesuai dengan karakter perempuan muda yang dinamis dan aktif. Dalam konteks ini, hijab bukan hanya penutup aurat, tetapi juga bagian dari strategi simbolik untuk membangun citra diri (self image) yang santun, modern, dan percaya diri dengan penampilannya.

Tren ini erat kaitannya dengan pencarian identitas dan eksistensi sosial perempuan muslim di era modern. Melalui tren fashion hijab pashmina kaos/*meleyot*, mahasiswa berusaha menyeimbangkan dua hal, nilai religiusitas dan tuntutan gaya hidup kontemporer. Tren hijab tidak hanya mempengaruhi penampilan, tetapi juga berpengaruh pada citra diri perempuan yaitu bagaimana perempuan memaknai dirinya dan bagaimana perempuan ingin dipersepsikan oleh orang lain. Ini sejalan dengan temuan Sari pada mahasiswa UIN Sunan kalijaga, bahwa perempuan berhijab di media sosial sering membangun citra dirinya melalui gaya hijab yang mereka pilih, karena simbol-simbol visual tersebut memiliki makna sosial seperti rapi, anggun, modern, sederhana, dan modis.⁸

Penggunaan pashmina kaos/*meleyot* dapat menjadi representasi identitas feminim yang lembut, sekaligus penanda perempuan ingin menampilkan diri sebagai sosok modern tanpa meninggalkan nilai kesopanan. Dalam perspektif interaksionisme simbolik, seperti dijelaskan oleh Mead dan dipopulerkan oleh Blumer, identitas dan citra diri seseorang terbentuk melalui proses interaksi sosial yang berlangsung secara terus

⁸ Sari, R.N., 'Representasi Perempuan Berhijab di Media Sosial Instagram, Jurnal Komunikasi Indonesia, 9.2, (2020).

menerus. Hijab sebagai bagian dari penampilan perempuan bukan hanya berfungsi sebagai penutup aurat, tetapi juga merupakan simbol sosial yang mengandung makna tertentu.

Ketika perempuan memilih hijab pashmina kaos/*meleyot*, pilihan tersebut tidak berdiri sendiri, melainkan dipengaruhi oleh makna-makna yang dikonstruksi secara sosial, misalnya kesan modern, rapi, lembut, atau estetika yang dilekatkan pada gaya tersebut.⁹ Makna sosial itu muncul dari interaksi sehari-hari, baik di lingkungan kampus maupun melalui media sosial, di mana perempuan menerima penilaian, kritik, dan tanggapan tentang cara mereka berhijab. Proses ini sesuai dengan konsep the looking glass self dari Cooley, bahwa citra diri seseorang dibentuk melalui bayangan bagaimana orang lain melihat dirinya.

Penilaian seperti “pashmina kaos/*meleyot* lebih elegan”, “terlihat feminim”, atau “lebih kekinian”, membentuk pemahaman perempuan tentang diri mereka sebagai orang yang ingin tetap sopan tetapi modern. Kondisi tersebut menegaskan bahwa kampus Islam merupakan ruang sosial yang dinamis, di mana tempat nilai-nilai religius bernegosiasi dengan modernitas dan perkembangan budaya kontemporer. Sejumlah kajian terdahulu mengungkapkan bahwa di kalangan generasi muda, hijab mengalami transformasi makna, dari simbol kesalehan menuju sarana representasi identitas, estetika, dan gaya hidup.

Peran media sosial dan publik figur Muslimah menjadi faktor

⁹ Mead, G.H., ‘Mind, Self, and Society’, University of Chicago Press, (1934).

penting dalam membentuk preferensi serta selera gaya berhijab mahasiswi, sehingga praktik berhijab tidak dapat dilepaskan dari pengaruh lingkungan sosial dan budaya visual yang mengelilinginya.¹⁰ Dalam pengamatan di lingkungan Fakultas Ekonomi Bisnis Islam (FEBI), peneliti melakukan pengamatan awal ke beberapa mahasiswi yang menggunakan pashmina kaos/*meleyot*.¹¹ Terlihat bahwa mahasiswi lebih memilih menggunakan hijab pashmina khususnya dibandingkan jenis hijab lain, baik saat mengikuti perkuliahan, menghadiri rapat organisasi, kegiatan UMKM, hingga acara resmi seperti seminar.

Pada banyak kesempatan, pashmina tidak hanya digunakan sebagai penutup kepala, tetapi juga sebagai bagian dari gaya berbusana yang menampilkan identitas diri. Fenomena yang cukup menonjol adalah gaya pashmina *meleyot*, di mana hijab pashmina dipakai tanpa peniti atau jarum, dibiarkan menjuntai panjang di kedua sisi, dan cenderung longgar di area leher. Gaya ini banyak ditemui khususnya pada mahasiswi semester awal yang cenderung mengikuti tren media sosial. Namun, tidak sedikit pula mahasiswi akhir yang memakai gaya serupa saat kuliah maupun ketika menghadiri acara formal fakultas.

Fenomena ini menunjukkan bahwa pashmina bukan hanya aksesoris fashion, tetapi juga simbol yang memunculkan beragam tafsir mengenai citra diri perempuan Muslim. Pemilihan Fakultas Ekonomi

¹⁰ Eva Dewi, et al, 'Hijab Culture Phonemon:Between Religion, Trend, and Identity', KALAM, 16.2, (2022).

¹¹ Hasil observasi lapangan di Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Fakultas Ekonomi Bisnis Islam, (Kamis/ 6 November 2025).

Bisnis Islam (FEBI), sebagai lokasi penelitian yang didasarkan pada karakteristik sosial dan kultural mahasiswinya yang relative berbeda dibandingkan fakultas lain di lingkungan UIN SATU. FEBI mempertemukan nilai-nilai keislaman yang bersifat normatif dengan tuntutan profesionalisme dan citra modern yang melekat pada bidang ekonomi dan bisnis. Dalam hal ini, menciptakan ruang sosial yang menarik, di mana mahasiswi tidak hanya dituntut mempresentasikan identitas sebagai perempuan Muslim, tetapi juga sebagai calon pelaku ekonomi yang adaptif terhadap tren, estetika, dan budaya populer.

Dengan demikian, FEBI, menjadi konteks yang relevan untuk mengamati bagaimana praktik berbusana hijab, khususnya pashima yang dimaknai, dinegosiasi, dan ditampilkan dalam kehidupan akademik sehari-hari, dibandingkan dengan fakultas lain yang praktik simbo keagamaannya cenderung satu pola. Berbusana yang sesuai dengan kode etik perlu memperhatikan sopan atau tidak dalam berpakaian. Hal tersebut mengingat kampus merupakan lembaga resmi pendidikan. Sehingga dalam tata berbusana dan pemakaian atribut keorganisasian tersebut juga harus ditonjolkan, karena sebagai identitas suatu lembaga.

UIN SATU Tulungagung merupakan lembaga pendidikan Islam, sehingga agar semua atribut yang dipakai oleh civitas akademik harus mencerminkan nilai-nilai Islam, terutama dalam berbusana. Sebagai mahasiswa, harus memperhatikan kode etik kampus sebagai landasan berpijak selama masa pendidikan. Dalam kode etik berbusana sudah

terdapat ketentuannya, semuanya bertujuan untuk menjunjung nama baik almamater dan Islam sebagai landasan berpikir dan bertindak. Kode etik hanya dapat ditetapkan oleh suatu organisasi profesi yang berwenang dan mengikat para anggotanya. Penentuan kode etik biasanya dilakukan dalam suatu organisasi profesi.

Dengan demikian, penetapan kode etik tidak diperbolehkan dilakukan oleh orang perseorangan tetapi harus dilakukan oleh orang yang berwenang atas nama anggota profesi atau organisasi tersebut. Kode etik profesi hanya akan mempunyai pengaruh yang kuat untuk menegakkan disiplin dalam profesinya, jika semua orang yang menjalankan profesi tersebut bergabung (menjadi anggota) dalam organisasi profesi yang bersangkutan.¹² Kode etik mahasiswa merupakan peraturan yang mengatur sikap, perkataan, tindakan, penampilan, dan pakaian mahasiswa selama menjadi mahasiswa. Tujuan berpakaian mereka berbeda-beda. Ada yang berorientasi menutup aurat dan ada yang hanya mengikuti tren saja.

Tujuan ini akan terlihat pada pakaiannya yang mereka gunakan. Pakaian dapat mencerminkan karakter pemakai dan pakaian dapat mencerminkan kepribadian yang dimiliki oleh seseorang. Cara berbusana setiap mahasiswa dapat dilihat dari karakter masing-masing mahasiswa. Di UIN SATU merupakan perguruan tinggi yang berbasis Islam sehingga banyak atau sedikit yang mana mengambil sebuah kebijakan atau keputusan berlandaskan hukum-hukum Islam termasuk aturan dalam

¹² Soetjipto, dkk., 'Profesi Keguruan', (Jakarta:PT Rineka Cipta, 2011), p.32.

busana perkuliahan.

Sehubungan dengan hal tersebut, pimpinan UIN SATU telah mengeluarkan aturan tentang Kode Etik Mahasiswa IAIN Tulungagung No. 257 Tahun 2018 yang didalamnya membahas hak, kewajiban dalam bertindak mahasiswa UIN SATU termasuk di dalamnya etika dalam berbusana.¹³ Aturan berpakaian tidak secara rinci mengatur model model, bentuk, maupun gaya hijab yang digunakan mahasiswi, sehingga memberi kebebasan bagi individu untuk mengekspresikan diri selama masih berada dalam batas norma yang dianggap pantas. Dalam konteks ini, gaya pashmina termasuk model *meleyot* atau berbahan kaos muncul sebagai pilihan yang secara formal tidak melanggar aturan, namun secara simbolik memunculkan perbedaan tafsir tentang kepantasan, kesalehan, dan citra diri.

Hal ini menunjukkan bahwa tidak serta merta mentiadakan dinamika makna dalam praktik berbusana, melainkan justru membuka ruang bagi proses negosiasi identitas di kalangan mahasiswi. Penelitian dengan judul **Tren Fashion Hijab dan Citra Perempuan di Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung** bertujuan untuk menggali bagaimana hubungan tren fashion hijab dan pembentukan citra perempuan Muslim, khususnya pada mahasiswi Fakultas Ekonomi Bisnis Islam (FEBI) dalam model hijab yang trendy seperti gaya layering atau aksesoris

¹³ Kode Etik IAIN Tulungagung No. 257 Tahun 2018.

minimalis berkaitan dengan persepsi diri dan citra sosial mahasiswi di tengah dinamika masyarakat yang masih memandang perempuan sebagai objek estetika atau simbol religiusitas.

B. Fokus Penelitian

Dengan mengacu kepada uraian konteks penelitian yang telah dipaparkan, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut: Bagaimana tren fashion hijab pashmina kaos membentuk citra perempuan muslim di Fakultas Ekonomi Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian dan rumusan masalah, penulis merumuskan tujuan penelitian. Adapun tujuan penelitian yang akan dicapai sebagai berikut: Mengetahui tren fashion hijab pashmina kaos/*meleyot* berperan dalam membentuk citra perempuan muslim di Fakultas Ekonomi Bisnis Islam yang muncul dalam interaksi sehari-hari di lingkungan kampus.