



DINAMIKA MAKNA HIJAB: Antara Kesalehan Personal dan Industri Fashion Global

Aurellia Iva Alina¹, Nayla Mu'linatus Sa'adah², Arina Zaenan Niswah³, Farikhatul
'Ubudiyah⁴

Universitas Islam Negeri Sunan Kudus, Indonesia

e-mail: aureliaifa8@gmail.com¹, naylanaylam123@gmail.com²,
arinaniswahniswah651@gmail.com³, farikhah.ubudiyah@iainkudus.ac.id⁴

Diterima tanggal: 13 Juni 2025

Selesai tanggal: 08 Juli 2025

ABSTRACT:

The use of hijab in the modern era has experienced a shift in meaning, from being a shar'i obligation to being part of a fashion trend and lifestyle expression. Social media and the fashion industry have made hijab a commodity that is influenced by aesthetics, social status, and popular culture, rather than solely by religious motivations. Many women wear hijab to look fashionable or because of environmental demands, rather than as a form of obedience to Allah. Therefore, the purpose of this research is to analyze the shifting meaning of hijab from a symbol of sharia observance to a commodity in the contemporary fashion industry, as well as the impact of social media in shaping the construction of the meaning of hijab for the Muslim generation. This research uses a qualitative library research method, with secondary data collected from various relevant literatures. These sources include scientific journals, academic books, and verses of the Qur'an. The results of the study can be seen that the use of hijab in the modern era has experienced a shift in meaning from syar'i obligations to fashion trends, so that it often loses its spiritual value and emphasizes aesthetic aspects and social status. Therefore, it is necessary to reorient the meaning of hijab based on tawhid so that its use becomes a form of servitude to Allah, not just an expression of external appearance.

Keywords:

Penggunaan hijab di era modern telah mengalami pergeseran makna, dari yang awalnya merupakan kewajiban syar'i menjadi bagian dari tren fashion dan ekspresi gaya hidup. Media sosial dan industri fashion telah menjadikan hijab sebagai komoditas yang dipengaruhi oleh estetika, status sosial, dan budaya populer, bukan semata-mata karena motivasi religius. Banyak perempuan mengenakan hijab untuk tampil modis atau karena tuntutan lingkungan, selain sebagai bentuk ketaatan kepada Allah. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pergeseran makna hijab dari simbol ketaatan syariat menjadi komoditas dalam industri fashion kontemporer, serta dampak media sosial dalam membentuk konstruksi makna hijab bagi generasi muslim. Penelitian ini menggunakan metode *library research* (studi pustaka) yang bersifat kualitatif, dengan data sekunder yang dikumpulkan dari berbagai literatur yang relevan. Sumber-sumber tersebut meliputi jurnal ilmiah, buku-buku akademik, serta ayat-ayat Al-Qur'an. Hasil penelitian dapat diketahui bahwa penggunaan hijab di era modern telah mengalami pergeseran makna dari kewajiban syar'i menjadi tren busana, sehingga seringkali kehilangan nilai spiritualnya dan lebih menonjolkan aspek estetika serta status sosial. Oleh karena itu, perlu adanya reorientasi makna hijab berdasarkan tauhid agar penggunaannya kembali menjadi wujud penghambaan kepada Allah, bukan sekadar ekspresi penampilan luar.

Kata Kunci: *Fashion, Hijab, Komodifikasi, Syariah*

PENDAHULUAN

Penggunaan hijab di era modern telah mengalami transformasi yang luar

biasa, tidak hanya dalam hal bentuk dan bahan, tetapi juga dalam makna serta

motivasi pemakaiannya.¹ Hijab yang dalam ajaran Islam dipahami sebagai kewajiban menutup aurat bagi perempuan, kini telah menjadi bagian dari dinamika mode yang berkembang pesat, terutama di kalangan generasi muda Muslim. Perkembangan teknologi, arus globalisasi, serta kehadiran media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube telah memberi ruang luas bagi perempuan Muslim untuk mengeksplorasi penampilan mereka melalui hijab dalam berbagai gaya yang *fashionable*.²

Pemakaian hijab tidak hanya sebagai alat pemenuhan kewajiban agama, kini juga menjadi sarana ekspresi diri, simbol kelas sosial, hingga identitas budaya urban. Banyak perempuan Muslim muda yang mengenakan hijab karena ingin tampil *trendy*, ingin diterima dalam komunitas hijabers, atau karena tuntutan pekerjaan dan lingkungan, bukan semata-mata karena kesadaran religius.³ Di sisi lain, merek-merek busana mulai dari level lokal hingga internasional berlomba-lomba menciptakan produk hijab dengan desain yang unik, menarik, dan bernilai jual tinggi. Fenomena ini menunjukkan bahwa hijab telah

mengalami perluasan makna: dari simbol religius menuju komoditas mode. Gaya hijab seperti turban, pashmina, hijab instan dengan motif-motif eksklusif, atau hijab yang dikombinasikan dengan pakaian modern seperti celana ketat, *crop top*, dan *outerwear*, menjadi hal yang biasa dan bahkan dianggap sah dalam kehidupan sosial. Hal ini memicu diskursus kritis dalam masyarakat tentang apakah perkembangan ini menguatkan nilai Islam yang fleksibel dan adaptif, atau justru menjauhkan perempuan muslim dari tujuan utama berhijab.⁴

Penelitian Haqqul dkk.⁵ ditemukan bahwa banyak mahasiswi memilih hijab syar'i bukan karena alasan agama, tapi karena ingin tampil sesuai gaya dan merasa nyaman. Sementara itu, Ayundasari⁶ menemukan bahwa hijab sekarang juga menjadi simbol gaya hidup dan status sosial, terutama di kalangan mahasiswi perkotaan yang terpengaruh media sosial dan dunia fashion. Penelitian Nasyah dkk.⁷ juga mengkritisi pergeseran makna hijab yang beralih peran tradisionalnya sebagai kewajiban agama menjadi aksesoris

¹ Muhammad Fadhil Afrijal, "Trend Fashion Muslimah: Ketika Etika dan Identitas Dipertanyakan," *Jurnal Kajian Ilmiah Multidisipliner* 9, no. 1 (2025): 63–66.

² Ika Wahidah, "Tren Fashion terhadap Perilaku Konsumen: Analisis pada Brand Hijab Buttons scarves," *Jurnal Manajemen Dinamis* 7, no. 1 (2025): 93–99.

³ Putri Silvian, "Etika Berpakaian dan Relevansinya dengan Pendidikan Islam Kajian Ayat (Q.S. Al-A'raf Ayat 26-27)," *Jurnal Riset Pendidikan Indonesia* 5, no. 1 (2025): 10–17.

⁴ Putri Kasih Riyanti, Komarudin Shaleh, dan N Sausan M Sholeh, "Tren Fashion Gaya Berhijab Mahasiswi Fakultas Dakwah Angkatan 2022 Universitas Islam Bandung dalam Perspektif Syariat Islam," *Islamic Broadcast Communication* 5, no. 1 (2025).

⁵ Nur Haqqul et al., "Analysis of the Influence of Hijan Style Fashion Trends on the

Decision to Purchase Syar'i Hijab (Case Study on Students of the Faculty of Economics and Islamic Business UIN Sumatra Utara)," *International Conference of Islamic Economics, Business, Social and Tourism Development* 1, no. 1 (2024): 33–38.

⁶ Dewi Ayundasari, Yusra Dewi Siregar, dan Nabila Yasmin, "Pola Tren Hijab Generasi Z Studi Kasus Mahasiswi Uin Sumatera Utara," *Dar el-Ilmi: Jurnal Studi Keagamaan, Pendidikan dan Humaniora* 11, no. 1 (2024): 91–103, <https://doi.org/10.52166/darelilmi.v11i1.6433>.

⁷ Rahmaifa Nasyah, Dea Ananda Wilianca, dan Ali Akbar, "Hijab Trend: Combining Religious Values And Modern Fashion," *Journal of Multidisciplinary Sustainability Asean* 1, no. 5 (2024): 304–12, <https://doi.org/https://doi.org/10.70177/multidisciplinarity.v1i1.12663>.

serbaguna dalam industri mode. Metode yang digunakan yaitu dengan menganalisis Qu'an Surat An-Nur dan Surat Al-Ahzab berdasar interpretasi ilmiah. Secara keseluruhan, ketiga penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan hijab kini lebih banyak dipengaruhi oleh tren dan budaya, bukan hanya oleh pemahaman agama.

Artikel ini memberikan gambaran terkait kebaruan ilmiah dengan menggali pergeseran makna hijab dari simbol ketaatan religius menjadi komoditas fashion modern dalam konteks budaya populer dan media digital. Berbeda dari penelitian sebelumnya yang cenderung menyoroti aspek normatif atau deskriptif penggunaan hijab, artikel ini secara kritis menelaah ketidaksesuaian antara tujuan syar'i terkait penggunaan hijab menurut Al-Qur'an dengan praktik pemakaiannya sebagai alat ekspresi estetika ataupun identitas sosial. Penelitian ini juga menekankan pada dampak media sosial dalam membentuk konstruksi makna hijab di kalangan generasi muda Muslim, serta membuka ruang kajian antara nilai-nilai keagamaan dan tuntutan modernitas. Dengan demikian, artikel ini memperkaya wacana akademik dalam studi keislaman, sosiologi budaya, dan kajian gender melalui pendekatan kontekstual yang relevan dengan realitas kontemporer.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode *library research* (studi pustaka) yang bersifat kualitatif, dengan data sekunder

yang dikumpulkan dari berbagai literatur yang relevan.⁸ Sumber-sumber tersebut meliputi jurnal ilmiah, buku-buku akademik, serta ayat-ayat Al-Qur'an. Pendekatan ini dipilih karena topik yang dikaji bersifat normatif dan konseptual, yang menuntut pemahaman mendalam terhadap teks-teks keislaman dan perkembangan sosial budaya.⁹

Data yang terkumpul dianalisis secara deskriptif-analitis, yaitu dengan menguraikan isi teks dan mengaitkannya dengan fenomena hijab sebagai fashion dalam konteks kehidupan modern. Ayat-ayat Al-Qur'an yang relevan dijadikan dasar analisis utama. Melalui metode ini, penelitian bertujuan untuk mengkaji secara kritis perubahan makna hijab dari kewajiban syar'i menjadi simbol gaya hidup, serta implikasinya terhadap pemahaman keagamaan di masyarakat.

PEMBAHASAN

Makna Hijab dalam Perspektif Syariat

Hijab secara etimologis berasal dari kata Arab *hajaba-yahjubu-hijāban* yang berarti “menghalangi”, “menutupi”, atau “mencegah”.¹⁰ Dalam pengertian bahasa, hijab tidak semata-mata merujuk pada pakaian, melainkan pada segala bentuk pembatas atau pemisah antara dua hal. Namun, dalam konteks syariat Islam, istilah hijab berkembang menjadi konsep yang berkaitan dengan etika berpakaian dan pergaulan perempuan Muslim. Hijab menjadi simbol penutup aurat dan penjaga kehormatan diri yang melekat pada nilai-nilai kesucian (*iffah*), rasa malu (*haya*),

Hijab Dalam Tafsir Jalalain : Tinjauan Tafsir Ayat-Ayat Tentang Pakaian Dan Penutup Aurat Wanita,” *Jurnal intelek dan cendekiawan nusantara* 1, no. 4 (2024): 5384–89.

⁸ Zuhchri Abdussamad, *Metode Penelitian Kualitatif*, Syakir Media Press, 2021.

⁹ Sukirman, “Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Pengantar,” *Penerbit Aksara Timur*, 2021, 6.

¹⁰ Miftahul Rizkiah Haling, Diah Ramadhani, dan Indah Saputri, “Analisis Konsep

serta ketundukan kepada aturan Allah SWT.¹¹

Syariat Islam memandang hijab bukan hanya sebagai kewajiban dalam berpakaian, melainkan sebagai bagian integral dari identitas keislaman seorang perempuan.¹² Hijab mencerminkan perintah *ilahiah* yang berfungsi untuk menjaga diri dari fitnah, memperkuat nilai-nilai spiritualitas, serta menciptakan tatanan sosial yang bersih dari godaan syahwat dan kerusakan moral.¹³ Dalam Islam, aurat perempuan mencakup seluruh tubuh kecuali wajah dan telapak tangan (menurut pendapat mayoritas ulama), sehingga hijab harus menutup tubuh dengan sempurna dan tidak menampilkan lekuk tubuh atau menarik perhatian berlebihan.¹⁴ Dasar syariat mengenai kewajiban berhijab dapat ditemukan dalam Al-Qur'an, salah satunya dalam QS. Al-Ahzab ayat 59:

يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ قُلْ لِّأَزْوَاجِكَ وَبَنَاتِكَ وَنِسَاءِ الْمُؤْمِنِينَ يُدْنِينَ عَلَيْهِنَّ مِنْ جَلْبَابِهِنَّ ۚ ذَلِكَ أَذْنَىٰ أَنْ يُعْرَفْنَ فَلَا يُؤْذَيْنَ ۚ وَكَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَحِيمًا

Hai Nabi, katakanlah kepada isteri-isterimu, anak-anak perempuanmu dan isteri-isteri orang mukmin: "Hendaklah mereka mengulurkan jilbabnya ke seluruh tubuh mereka". Yang demikian itu supaya mereka lebih mudah untuk dikenal, karena itu mereka tidak di ganggu. Dan Allah adalah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang. (QS. Al-Ahzab: 59).

Dalam ayat lain, Allah SWT berfirman bahwa:

وَقُلْ لِّلْمُؤْمِنَاتِ يَغْضُضْنَ مِنْ أَبْصَارِهِنَّ وَيَحْفَظْنَ فُرُوجَهُنَّ وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا مَا ظَهَرَ مِنْهَا وَلْيَضْرِبْنَ بِخُمُرِهِنَّ عَلَىٰ جُيُوبِهِنَّ وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا لِبُعُولَتِهِنَّ أَوْ آبَائِهِنَّ أَوْ آبَاءِ بُعُولَتِهِنَّ أَوْ أَبْنَائِهِنَّ أَوْ أَبْنَاءِ بُعُولَتِهِنَّ أَوْ إِخْوَانِهِنَّ أَوْ بَنِي إِخْوَانِهِنَّ أَوْ بَنِي أَخَوَاتِهِنَّ أَوْ نِسَائِهِنَّ أَوْ مَا مَلَكَتْ أَيْمَانُهُنَّ أَوِ التَّبِيعِينَ غَيْرِ أُولَى الْأَرْبَةِ مِنَ الرِّجَالِ أَوِ الطِّفْلِ الَّذِينَ لَمْ يَظْهَرُوا عَلَىٰ عَوْرَاتِ النِّسَاءِ وَلَا يَضْرِبْنَ بِأَرْجُلِهِنَّ لِيُعْلَمَ مَا يُخْفِينَ مِنَ زِينَتِهِنَّ وَتَوْبُوا إِلَى اللَّهِ جَمِيعًا أَيُّهُ الْمُؤْمِنُونَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Katakanlah kepada para perempuan yang beriman hendaklah mereka menjaga pandangannya, memelihara kemaluannya, dan janganlah menampakkan perhiasannya (bagian tubuhnya), kecuali yang (biasa) terlihat. Hendaklah mereka menutupkan kain kerudung ke dadanya. Hendaklah pula mereka tidak menampakkan perhiasannya (auratnya), kecuali kepada suami mereka, ayah mereka, ayah suami mereka, putra-putra mereka, putra-putra suami mereka, saudara-saudara laki-laki mereka, putra-putra saudara laki-laki mereka, putra-putra saudara perempuan mereka, para

¹¹ Fahrul Dawam, "Dasar Pendekatan dan Metode Pemikiran Imam Syafi'i dan Quraish Sihab Terkait tentang Hukum Pemakaian Jilbab," *Musyarokah* 2, no. 2 (2024): 34–52.

¹² Elismayanti Rambe, "Komunikasi Dakwah dalam Kewajiban Berjilbab di Indonesia," *Tadbir* 11, no. 1 (2024): 1–14.

¹³ Atika Suri et al., "Fenomena Penggunaan Pakaian Menutup Aurat Dengan Desain Ketat Dalam

Perspektif Sosiologi Agama: Studi Kasus Pada Mahasiswi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara," *Media Hukum Indonesia* 2, no. 4 (2024): 1051–55.

¹⁴ Alya Kamilin dan Khusnul Wardan, "Konsep Jilbab dalam Perspektif Al-Qur'an," *Rayah Al-Islam* 8, no. 4 (2024): 1–11.

perempuan (sesama muslim), hamba sahaya yang mereka miliki, para pelayan laki-laki (tua) yang tidak mempunyai keinginan (terhadap perempuan), atau anak-anak yang belum mengerti tentang aurat perempuan. Hendaklah pula mereka tidak mengentakkan kakinya agar diketahui perhiasan yang mereka sembunyikan. Bertobatlah kamu semua kepada Allah, wahai orang-orang yang beriman, agar kamu beruntung (QS. An-Nur: 31).

Ayat ini menegaskan bahwa tujuan utama berhijab adalah untuk menutup aurat secara menyeluruh, menjaga kehormatan, dan tidak menonjolkan penampilan secara berlebihan.¹⁵ Maka, jika hijab dipakai dengan cara yang justru menonjolkan lekuk tubuh atau mengundang perhatian, hal itu tidak lagi sejalan dengan tujuan ayat ini.¹⁶

Diskursus ulama mengenai hijab secara fundamental berpusat pada fungsi praktis dan definisi fisik. Yusuf al-Qaradhawi, misalnya, membedakan secara tegas antara fungsi hakiki jilbab sebagai penutup aurat dan penjaga kesopanan (*iffah*) dengan perannya sebagai simbol. Menurutnya, motivasi utama penggunaannya adalah ketaatan religius (*ta'abbudi*), bukan ekspresi identitas. Di sisi lain, para mufasir klasik seperti al-Qurthubi, Ibnu Katsir, dan al-Biq'a'i lebih memfokuskan ijtihad mereka pada definisi fisik jilbab. Tafsir mereka menghasilkan beragam deskripsi—berupa kain lebar, pakaian longgar, atau selubung yang

menutupi seluruh tubuh—yang mengindikasikan adanya variasi interpretasi (*ikhhtilaf*) mengenai batasan aurat dan cara menutupnya.¹⁷ Dalam kerangka syariat, makna hijab secara fundamental terikat pada dimensi teologis (ketaatan), etis (kesopanan), dan fungsional (penutup aurat), yang kemudian masuk pada kontestasi industri fashion.

Fenomena Hijab sebagai Fashion

Perkembangan hijab sebagai item fashion di Indonesia berakar dari titik balik legal pada tahun 1991, yang memungkinkan adopsi massal hijab di ruang publik. Fenomena ini kemudian dieksploitasi oleh industri kreatif pada tahun 2000-an, di mana kemunculan selebriti berhijab dan komunitas seperti *Hijabers Community* (HC) melegitimasi integrasi hijab ke dalam tren mode. Dengan argumen *syi'ar*, HC mempromosikan hijab modis sebagai cara untuk memenuhi perintah agama sekaligus ekspresi diri.¹⁸ Praktik ini pada akhirnya menciptakan sebuah dialektika sosial antara dua kelompok, yaitu kelompok yang mempertahankan makna syar'i hijab dan kelompok modernis yang mengadopsinya sebagai bagian dari gaya hidup dan identitas perempuan muslim urban.

Tren busana hijab modern dipengaruhi oleh berbagai faktor. Pertama, landasan utamanya adalah nilai-nilai agama dan pergeseran budaya di

¹⁵ Miftahul Jannah, “Korelasi antara Wanita, Perhiasan, dan Aurat dalam Al-Qur’an Surah An-Nur Ayat 31 Menurut Perspektif Mufassir Nusantara,” *Jurnal Ushuluddin* 21, no. 01 (2022): 63–90.

¹⁶ Sindy Karulita, “Pendidikan Akhlak Untuk Perempuan Telaah Qs. An-Nur Ayat 31,” *Rayah Al-Islam* 8, no. 4 (2024): 1–11.

¹⁷ Nasyah, Wilianca, dan Akbar, “Hijab Trend: Combining Religious Values And Modern Fashion.”

¹⁸ Citra Puspitasari dan Jasni Dolah, “The Analysis of Integration between Hijab Concept and Fashion in Indonesia,” *Advances in Social Science, Education and Humanities Research* 207, no. Reka (2019): 325–28, <https://doi.org/10.2991/reka-18.2018.71>.

masyarakat. Kedua, tren ini dibentuk dan disebarkan secara luas oleh pengaruh kuat dari industri fashion, media sosial, dan para *influencer*. Ketiga, pilihan pribadi pada akhirnya juga disesuaikan dengan faktor praktis seperti kondisi ekonomi dan iklim setempat. Kombinasi semua elemen inilah yang menciptakan tren hijab yang terus berubah dan sangat beragam.¹⁹

Dalam realitas kontemporer, hijab tidak lagi dipahami semata sebagai kewajiban syariat, tetapi telah mengalami pergeseran makna dan fungsi menjadi bagian dari gaya hidup dan ekspresi estetika²⁰. Banyak perempuan Muslim saat ini mengenakan hijab bukan atas dasar kesadaran spiritual atau dorongan keimanan, melainkan karena tuntutan sosial, tren mode, atau bahkan sebagai simbol identitas budaya yang populer. Hijab dipadukan dengan model pakaian yang modis, warna-warna mencolok, aksesoris berlebihan, dan kadang justru memperlihatkan lekuk tubuh yang seharusnya ditutupi.²¹ Perubahan ini menyebabkan hilangnya nilai kesederhanaan dan kesucian yang terkandung dalam ajaran Islam tentang hijab.

Fenomena ini dikenal dengan istilah hijab sebagai *fashion statement*, di mana hijab tidak lagi berfungsi utama sebagai pelindung aurat, tetapi lebih kepada sarana

menampilkan identitas gaya. QS. Al-A'raf: 26 menyatakan:

يَا بَنِي آدَمَ قَدْ أَنْزَلْنَا عَلَيْكُمْ لِبَاسًا يُؤَارِي سَوْءَاتِكُمْ وَرِيثًا
وَلِبَاسُ التَّقْوَى ذَٰلِكَ خَيْرٌ ذَٰلِكَ مِنْ آيَاتِ اللَّهِ لَعَلَّهُمْ
يَذَكَّرُونَ

Wahai anak cucu Adam, sungguh Kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutupi auratmu dan bulu (sebagai bahan pakaian untuk menghias diri). (Akan tetapi,) pakaian takwa itulah yang paling baik. Yang demikian itu merupakan sebagian tanda-tanda (kekuasaan) Allah agar mereka selalu ingat.

Ayat ini menegaskan bahwa pakaian memiliki dua fungsi utama: (1) menutupi aurat dan (2) sebagai perhiasan atau penambah keindahan.²² Namun, Allah kemudian menutup ayat ini dengan menekankan bahwa "pakaian takwa" adalah yang terbaik. Ini menunjukkan bahwa nilai utama dalam berpakaian bukan sekadar penampilan fisik, melainkan dimensi spiritual yang mendasari pilihan berpakaian itu sendiri yakni kesadaran akan Allah dan ketaatan pada-Nya. Ayat ini juga menjadi pengingat agar manusia tidak terjebak dalam gaya hidup yang hanya berorientasi pada tampilan luar, tetapi lupa pada nilai-nilai ruhani.

Fenomena hijab sebagai fashion harus disikapi secara kritis. Tidak semua bentuk berhijab memenuhi standar syariat

¹⁹ Nabila Aulia Rihadatul Aisy dan Ita Rahmania Kusumawati, "Hijab Fashion Trends in Yogyakarta on the Miss Hijab Agenda (Local Identity and Cultural Values are Reflected in the Hijab Fashion Trend)," *Petita: Jurnal Kajian Ilmu Hukum Dan Syariah* 1, no. 1 (2023): 1–17, <https://doi.org/10.22373/petita.v4i2.18>.

²⁰ Gina Sonya, Juni Wati, dan Sri Rizki, "Tren JilbabTurban sebagai Fashion Muslimah di Era Kontemporer," *HIKMAH*, 18, no. 2 (2024): 181–98.

²¹ Jamilatul Latifa dan Stevany Afrizal, "Pergeseran Makna Hijab Pada Mahasiswi Fkip Untirta Di Tengah Trend Fashion Hijab," *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial* 11, no. 7 (2024): 2613–22.

²² Ahmad Saiful Rizal dan Ali Makmun, "Jilbab dalam Al-Qur'an: Studi Komparasi Tafsir Al-Misbah dan Al-Azhar," *Arrosyad* 1, no. 2 (2025): 181–99.

meskipun secara visual tampak “tertutup”. Perubahan makna hijab ini berpotensi menimbulkan distorsi terhadap pemahaman masyarakat, khususnya generasi muda Muslim, tentang apa itu hijab yang sebenarnya.²³ Islam menekankan bahwa berhijab adalah bentuk penghambaan dan ketaatan kepada Allah, bukan sekadar tren atau bagian dari konstruksi sosial.

Komodifikasi Hijab oleh Industri Fashion

Dalam beberapa dekade terakhir, industri fashion Muslimah mengalami pertumbuhan pesat dan menjelma menjadi bagian dari pasar global yang sangat menguntungkan.²⁴ Hijab, yang semula merupakan simbol ketaatan dan manifestasi ajaran Islam tentang kesucian serta identitas perempuan Muslimah, kini telah bertransformasi menjadi komoditas dalam dunia kapitalisme.

Fenomena ini sangat tampak dalam cara hijab dipasarkan melalui media sosial, *e-commerce*, dan iklan yang gencar menggunakan influencer Muslimah atau *hijabers* yang dikenal luas di kalangan generasi muda²⁵. Mereka mempromosikan gaya hijab tertentu yang “trendy”, “stylish”, atau “chic”, yang lebih menonjolkan aspek penampilan dan status sosial daripada nilai-nilai taqwa dan ketaatan syar’i. Hijab menjadi simbol modernitas dan identitas kelas menengah Muslimah urban, bukan

lagi sekadar bentuk pengabdian kepada Allah. Akibatnya, terjadi pergeseran orientasi dari yang semula ibadah menjadi identitas visual, bahkan sebagai ajang aktualisasi diri dan gengsi sosial.²⁶

Transformasi hijab menjadi komoditas fashion global dapat dianalisis dari persimpangan antara logika ekonomi dan dinamika budaya. Dari sisi ekonomi, pasar busana muslim yang bernilai sangat besar telah memicu merek-merek ternama untuk berinvestasi dalam segmen ini. Dari sisi budaya, perempuan muslim kontemporer semakin menggunakan fashion sebagai medium untuk menegosiasikan identitas mereka, didorong oleh motivasi untuk tampil unik dan terkoneksi melalui media sosial. Interaksi antara penawaran industri dan permintaan konsumen inilah yang menempatkan hijab sebagai bagian dari wacana mode arus utama.²⁷

Lebih jauh, tren ini juga memunculkan standar baru tentang “cara berhijab yang ideal”, bukan berdasarkan hukum Islam, tetapi berdasarkan tren pasar dan persepsi media. Mereka yang tidak mengikuti arus fashion dianggap tidak “*up to date*”, sementara yang tampil modis justru sering mendapat validasi sosial dan ekonomi lebih besar. Hal ini dapat menciptakan tekanan sosial di kalangan perempuan muslimah untuk mengenakan hijab bukan karena kesadaran spiritual,

²³ H N Lathifah, M Syamsuttamreis, dan ..., “Analisis Tematik Ayat Jilbab, Cadar dan Burqa dalam Al-Qur’an,” *Metta* 3, no. 1 (2024): 2431–40.

²⁴ Silviana Diah Sukmawati, “Trend Gaya Berhijab Remaja Milenial Menurut Pandangan Muhammadiyah,” *Indonesian Research Journal on Education* 2, no. 3 (2024): 1030–37.

²⁵ Siti Muwafaqoh et al., “Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Hijab dalam Meningkatkan Penjualan Bulanan dalam Perspektif Pemasaran Syariah (Studi Kasus Home Industry

Azza ’ ul Hijab Desa Sungonlegowo , Kecamatan Bungah , Gresik),” *SURPLUS* 3, no. 1 (2024): 240–45.

²⁶ Habibah Zulaiha, “Pola Pemahaman Wanita Hijab Berjoget di Media,” *Itiqadiah* 1, no. 3 (2024): 210–22.

²⁷ Mubina Khondkar, “Hijab as a Muslim Attire and a Fashion Trend in Bangladesh,” *European Journal of Business and Management* 13, no. 3 (2021): 57–70, <https://doi.org/10.7176/ejbm/13-3-08>.

tetapi karena tuntutan sosial atau keinginan diterima dalam komunitas tertentu²⁸.

Komodifikasi hijab akhirnya menciptakan paradoks yaitu di satu sisi ia tampak religius, namun di sisi lain kehilangan ruh kesalehan yang menjadi esensinya. Proses komodifikasi ini pada akhirnya menciptakan sebuah paradoks fundamental, di mana visibilitas hijab sebagai simbol identitas Muslim di ruang publik meningkat pesat, namun secara bersamaan esensi spiritualnya terkikis oleh logika pasar yang mengutamakan estetika dan status. Lebih jauh lagi, fenomena ini menandai pergeseran otoritas dalam pendefinisian "hijab ideal"—dari ranah wacana keagamaan ke ranah kapitalisme simbolik—yang pada akhirnya menjadikan kepatuhan terhadap tren fashion sebagai modal sosial baru bagi perempuan Muslim kontemporer.

Urgensi Reorientasi Hijab Berdasarkan Tauhid

Dalam kerangka tauhid *amali* atau tauhid fungsional, seluruh aktivitas seorang muslim seharusnya tidak sekadar bersifat ritual, tetapi berakar dari kesadaran akan penghambaan total kepada Allah SWT. Tauhid dalam dimensi ini tidak berhenti pada aspek teoretis bahwa “Tiada Tuhan selain Allah”, melainkan meluas menjadi orientasi hidup yang menembus seluruh aspek kehidupan, termasuk dalam cara berpakaian dan berhijab. Sebagaimana ditegaskan dalam firman Allah SWT:

قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

Katakanlah (Nabi Muhammad), “Sesungguhnya shalatku, ibadahku, hidupku, dan matiku hanyalah untuk Allah, Tuhan semesta alam (QS. Al-An'am: 162).

Ayat ini menjadi dasar prinsip Tauhid *Amali* yang menjelaskan bahwa setiap aspek kehidupan manusia termasuk berpakaian dan menjaga aurat harus dilandasi oleh niat *lillāhi ta'ālā* (karena Allah semata). Maka berhijab bukan semata-mata kebiasaan, budaya, atau gaya hidup, melainkan ekspresi dari keikhlasan dan orientasi hidup seorang hamba kepada Rabb-nya. Ketika hijab dikenakan karena motivasi duniawi seperti fashion, eksistensi sosial, atau sekadar mengikuti tren, maka nilai spiritualnya menjadi pudar.²⁹ Sebaliknya, hijab yang sejati lahir dari kedalaman tauhid, dari kesadaran bahwa tubuh ini adalah amanah yang harus dijaga dalam batasan-batasan syariat.

Reorientasi hijab berdasarkan tauhid berarti mengembalikan niat dan praktik berhijab kepada nilai ilahiah: tunduk, patuh, dan ikhlas karena Allah. Tidak cukup hanya menutup kepala atau memenuhi syarat teknis menutup aurat, tetapi juga disertai dengan hijab batin, yaitu kemampuan untuk menahan pandangan, menjaga kesopanan, menjauhkan diri dari hawa nafsu dan kesombongan, serta menjaga perilaku dari segala bentuk yang bertentangan dengan ajaran Islam.³⁰ Dengan demikian, hijab bukan hanya menjadi pelindung fisik, tetapi

²⁸ Reghifa Khalimatus Syadiyah, Siti Sholikhati, dan Siti Prihatiningtyas, “Akulturasi Islam dan Budaya Lokal dalam Fesyen Hijab di Indonesia,” *Jurnal Ilmiah Beurawang Indonesian Journal of Humanities* 1, no. 2 (2024): 116–26.

²⁹ Adrianto, “Karakteristik Pakaian Muslimah dalam Perspektif Al- Qur ' an Surah Al - A ' raf Ayat 26,” *Al-Furqon* 7, no. 2 (2024): 458–75.

³⁰ Nurseha, Muhammad Zuhair Badegesy, dan Andi Rosa, “Konsep Pakaian: ‘Al-Kitab wa Al-Qur'an: Qira Mu'asirah' Tafsir Muhammad Syahrur terhadap Surat An-Nur Ayat 31,” *Jurnal Reformasi Agama Islam* 8 (2024): 45–53.

juga perisai spiritual yang membentuk kepribadian Muslimah yang bertakwa dan berakhlak mulia.

SIMPULAN

Fenomena hijab dalam kehidupan muslimah kontemporer menunjukkan adanya pergeseran makna dari yang semula sebagai bentuk ketaatan kepada Allah menjadi bagian dari gaya hidup dan tren fashion. Komodifikasi hijab oleh industri mode dan media sosial telah menjadikan hijab sebagai simbol estetika dan status sosial, bukan lagi sebagai manifestasi nilai-nilai syar'i. Akibatnya, hijab kerap kehilangan substansi spiritualnya dan menjadi tampilan luar yang tidak selaras dengan nilai kesederhanaan, kesucian, dan kehormatan yang diperintahkan dalam Islam.

Dalam kerangka Tauhid Amali, hijab seharusnya dipahami sebagai bagian dari ibadah dan pengabdian total kepada Allah SWT. Berhijab bukan hanya soal menutup kepala, tetapi juga menuntut kesadaran untuk menjaga hati, niat, dan perilaku agar sesuai dengan nilai-nilai tauhid. Oleh karena itu, penting bagi setiap Muslimah untuk melakukan reorientasi hijab, mengembalikan motivasi berhijab kepada nilai ilahiah, serta menolak pemaknaan hijab yang semata-mata bersifat duniawi dan komersial. Dengan demikian, hijab menjadi simbol tauhid yang hidup, bukan hanya simbol budaya yang kosong dari makna spiritual.

DAFTAR PUSTAKA

Abdussamad, Zuhchri. *Metode Penelitian Kualitatif*. Syakir Media Press, 2021.

Adrianto. "Karakteristik Pakaian Muslimah dalam Perspektif Al- Qur ' an Surah Al - A ' raf Ayat 26." *Al-Furqon* 7, no. 2 (2024): 458–75.

Afrijal, Muhammad Fadhil. "Trend Fashion Muslimah: Ketika Etika dan Identitas Dipertanyakan." *Jurnal Kajian Ilmiah Multidisipliner* 9, no. 1 (2025): 63–66.

Aisy, Nabila Aulia Rihadatul, dan Ita Rahmania Kusumawati. "Hijab Fashion Trends in Yogyakarta on the Miss Hijab Agenda (Local Identity and Cultural Values are Reflected in the Hijab Fashion Trend)." *Petita: Jurnal Kajian Ilmu Hukum Dan Syariah* 1, no. 1 (2023): 1–17. <https://doi.org/10.22373/petita.v4i2.18>.

Ayundasari, Dewi, Yusra Dewi Siregar, dan Nabila Yasmin. "Pola Tren Hijab Generasi Z Studi Kasus Mahasiswi Uin Sumatera Utara." *Dar el-Ilmi : Jurnal Studi Keagamaan, Pendidikan dan Humaniora* 11, no. 1 (2024): 91–103. <https://doi.org/10.52166/darelilmi.v11i1.6433>.

Dawam, Fahrul. "Dasar Pendekatan dan Metode Pemikiran Imam Syafi'i dan Quraish Sihab Terkait tentang Hukum Pemakaian Jilbab." *Musyarokah* 2, no. 2 (2024): 34–52.

Haling, Miftahul Rizkiah, Diah Ramadhani, dan Indah Saputri. "Analisis Konsep Hijab Dalam Tafsir Jalalain : Tinjauan Tafsir Ayat-Ayat Tentang Pakaian Dan Penutup Aurat Wanita." *Jurnal intelek dan cendekiawan nusantara* 1, no. 4 (2024): 5384–89.

Haqqul, Nur, Hisyam Al, Erma Hotnijar

- Siregar, Miftahul Jannah Tanjung, Muhammad Yafiz, dan Muhammad Ikhsan Harahap. "Analysis of the Influence of Hijan Style Fashion Trends on the Decision to Purchase Syar'i Hijab (Case Study on Students of the Faculty of Economics and Islamic Business UIN Sumatra Utara)." *International Conference of Islamic Economics, Business, Social and Tourism Development* 1, no. 1 (2024): 33–38.
- Jannah, Miftahul. "Korelasi antara Wanita, Perhiasan, dan Aurat dalam Al-Qur'an Surah An-Nur Ayat 31 Menurut Perspektif Mufassir Nusantara." *Jurnal Ushuluddin* 21, no. 01 (2022): 63–90.
- Kamilin, Alya, dan Khusnul Wardan. "Konsep Jilbab dalam Perspektif Al-Qur'an." *Rayah Al-Islam* 8, no. 4 (2024): 1–11.
- Karulita, Sindy. "Pendidikan Akhlak Untuk Perempuan Telaah Qs. An-Nur Ayat 31." *Rayah Al-Islam* 8, no. 4 (2024): 1–11.
- Khondkar, Mubina. "Hijab as a Muslim Attire and a Fashion Trend in Bangladesh." *European Journal of Business and Management* 13, no. 3 (2021): 57–70.
<https://doi.org/10.7176/ejbm/13-3-08>.
- Lathifah, H N, M Syamsuttamreis, dan ... "Analisis Tematik Ayat Jilbab, Cadar dan Burqa dalam Al-Qur'an." *Metta* 3, no. 1 (2024): 2431–40.
- Latifa, Jamilatul, dan Stevany Afrizal. "Pergeseran Makna Hijab Pada Mahasiswi Fkip Untirta Di Tengah Trend Fashion Hijab." *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial* 11, no. 7 (2024): 2613–22.
- Makmun, Ahmad Saiful Rizal dan Ali. "Jilbab dalam Al-Qur'an: Studi Komparasi Tafsir Al-Misbah dan Al-Azhar." *Arrosyad* 1, no. 2 (2025): 181–99.
- Muwafaqoh, Siti, M Shaiful Umam, Nur Fadhillah, dan Universitas Qomaruddin. "Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Hijab dalam Meningkatkan Penjualan Bulanan dalam Perspektif Pemasaran Syariah (Studi Kasus Home Industry Azza ' ul Hijab Desa Sungonlegowo , Kecamatan Bungah , Gresik)." *SURPLUS* 3, no. 1 (2024): 240–45.
- Nasyah, Rahmaifa, Dea Ananda Wilianca, dan Ali Akbar. "Hijab Trend: Combining Religious Values And Modern Fashion." *Journal of Multidisciplinary Sustainability Asean* 1, no. 5 (2024): 304–12.
<https://doi.org/https://doi.org/10.7017/7/multidisciplinary.v1i1.12663>.
- Nurseha, Muhammad Zuhair Badegesy, dan Andi Rosa. "Konsep Pakaian: 'Al-Kitab wa Al-Qur'an: Qira Mu'asirah' Tafsir Muhammad Syahrur terhadap Surat An-Nur Ayat 31." *Jurnal Reformasi Agama Islam* 8 (2024): 45–53.
- Puspitasari, Citra, dan Jasni Dolah. "The Analysis of Integration between Hijab Concept and Fashion in Indonesia." *Advances in Social Science, Education and Humanities Research* 207, no. Reka (2019): 325–28.
<https://doi.org/10.2991/reka-18.2018.71>.
- Rambe, Elismayanti. "Komunikasi Dakwah dalam Kewajiban Berjilbab di

- Indonesia.” *Tadbir* 11, no. 1 (2024): 1–14.
- Riyanti, Putri Kasih, Komarudin Shaleh, dan N Sausan M Sholeh. “Tren Fashion Gaya Berhijab Mahasiswi Fakultas Dakwah Angkatan 2022 Universitas Islam Bandung dalam Perspektif Syariat Islam.” *Islamic Broadcast Communication* 5, no. 1 (2025).
- Silvian, Putri. “Etika Berpakaian dan Relevansinya dengan Pendidikan Islam Kajian Ayat (Q.S. Al-A’raf Ayat 26-27).” *Jurnal Riset Pendidikan Indonesia* 5, no. 1 (2025): 10–17.
- Sonya, Gina, Juni Wati, dan Sri Rizki. “Tren JilbabTurban sebagai Fashion Muslimah di Era Kontemporer.” *HIKMAH*, 18, no. 2 (2024): 181–98.
- Sukirman. “Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Pengantar.” *Penerbit Aksara Timur*, 2021, 6.
- Sukmawati, Silviana Diah. “Trend Gaya Berhijab Remaja Milenial Menurut Pandangan Muhammadiyah.” *Indonesian Research Journal on Education* 2, no. 3 (2024): 1030–37.
- Suri, Atika, Dina Miftahul Jannah, Danish Ara Salsabila, Rizki Kinasih, dan Fahrur Rozy. “Fenomena Penggunaan Pakaian Menutup Aurat Dengan Desain Ketat Dalam Perspektif Sosiologi Agama : Studi Kasus Pada Mahasiswi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.” *Media Hukum Indonesia* 2, no. 4 (2024): 1051–55.
- Syadiyah, Reghifa Khalimatus, Siti Sholikhati, dan Siti Prihatiningtyas. “Akulturasi Islam dan Budaya Lokal dalam Fesyen Hijab di Indonesia.” *Jurnal Ilmiah Beurawang Indonesian Journal of Humanities* 1, no. 2 (2024): 116–26.
- Wahidah, Ika. “Tren Fashion terhadap Perilaku Konsumen: Analisis pada Brand Hijab Buttonsscarves.” *Jurnal Manajemen Dinamis* 7, no. 1 (2025): 93–99.
- Zulaiha, Habibah. “Pola Pemahaman Wanita Hijab Berjoget di Media.” *I’tiqadiah* 1, no. 3 (2024): 210–22.

Aurellia Iva Alina, Nayla Mu'linatus Sa'adah, Arina Zaenan Niswah, Farikhatul 'Ubudiyah
Dinamika Makna Hijab:
Antara Kesalehan Personal Dan Industri Fashion Global