



Literatur Review Hijab: Antara Tren Dan Syariat Di Era Kontemporer

Dea Amelia Yulisya Maharani¹, Jajang Burhanudin²

^{1,2}Bisnis Digital, Politeknik LP3I Bandung

Received: xxxx-xx-xx

Accepted: xx-xx-xx

Keywords:

Hijab, Trend, Syariat,
Fashion.

Correspondent Email:

deaameliayulisyamaharani.r23bd@plb.ac.id

Abstrak: Penelitian ini merupakan tinjauan literatur yang menjelaskan hijab dalam dua dimensi, yaitu sebagai syariat Islam dan fenomena tren di zaman modern. Seiring berjalannya waktu, hijab tidak hanya dipandang sebagai kewajiban agama, tetapi juga sebagai identitas budaya, ikon mode, dan cara mengekspresikan diri. Studi ini melacak sejumlah literatur akademis, artikel koran, serta data empiris untuk meneliti dinamika tersebut, karena hal tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor sosial, psikologis, politik, dan komersial yang berperan pada persepsi serta praktik berhijab. Temuan tinjauan menunjukkan adanya pergeseran makna hijab dalam masyarakat kontemporer, yang dalam banyak hal menghasilkan konflik antara nilai-nilai agama dengan ekspektasi gaya hidup masa kini. Selain itu, hijab juga telah menjadi bagian dari industri fesyen global, sehingga memunculkan fenomena “modest fashion” yang semakin populer di berbagai negara, baik Muslim maupun non-Muslim. Fenomena tersebut memunculkan kontroversi baru terkait keaslian niat berhijab, apakah sebagai ekspresi ketaatan atau bagian dari konstruksi sosial. Penelitian ini makin memperjelas perlunya memahami hijab bukan hanya pada persepsi agama normatif, tapu juga dalam konteks sosial budaya yang terus bergerak. Konsekuensi dari kesimpulan ini membuka kemungkinan diskursus untuk memaknai hijab secara lebih kontekstual, kritis, dan inklusif bagi fenomena hijab di masa globalisasi.

Abstract: *This research is a literature review that explains hijab in two dimensions, namely as Islamic law and a trend phenomenon in modern times. Over time, hijab is not only seen as a religious obligation, but also as a cultural identity, a fashion icon, and a way of expressing oneself. This study traces a number of academic literatures, newspaper articles, as well as empirical data to examine these dynamics, as they are influenced by various social, psychological, political, and commercial factors that play a role in the perception and practice of hijab. The findings of the review indicate a shift in the meaning of hijab in contemporary society, which in many cases results in a conflict between religious values and contemporary lifestyle expectations. In addition, hijab has also become part of the global fashion industry, giving rise to the phenomenon of “modest fashion” which is gaining popularity in various countries, both Muslim and non-Muslim. This phenomenon raises new controversies regarding the authenticity of hijab intention, whether as an expression of obedience or part of social construction. This research further clarifies the need to understand hijab not only in normative religious perceptions, but also in a constantly moving socio-cultural context. The consequence of this conclusion opens the possibility of discourse to interpret hijab more contextually, critically, and inclusively for the phenomenon of hijab in globalization.*



PENDAHULUAN

Sebagai simbol penting dalam Islam, hijab telah mengalami transformasi fenomenal dalam makna dan posisinya di zaman sekarang (Quraish Shihab, 2007; Leila Ahmed, 2011; Syahridawaty, 2020). Pada awalnya, hijab hanyalah sebuah kewajiban agama untuk menutup aurat wanita Muslim sesuai dengan syariat Islam. Namun, hijab kemudian bertransformasi dari identitas agama menjadi bagian dari budaya populer dan industri fashion dunia, di samping kemajuan sosial-budaya (Yoldaş & Uysal, 2023). Fenomena ini menunjukkan bahwa bagaimana hijab telah berkembang dari gagasan konvensional menjadi sebuah simbol modernitas yang menerapkan prinsip agama dalam menyesuaikan diri dengan kebutuhan gaya hidup kontemporer (Radar Malang, 2024; Salwa Salon, 2024; Kumparan, 2023).

Di tengah gelombang globalisasi, muncul tren “modest fashion” yang memasukkan hijab sebagai bagian dari industri fesyen. Gaya ini tidak hanya membawa keuntungan ekonomi bagi industri fesyen hijab, tetapi juga memicu kontroversi tentang makna hijab (Kompasiana, 2025; Modest.id, 2024; Cloami, 2024). Beberapa orang mempertanyakan apakah hijab masih mencerminkan syariat Islam dalam konteks ini atau telah berubah menjadi produk budaya konsumsi (Aziz, 2010). Sekarang, hijab telah dimanfaatkan sebagai medio ekspresi diri dan simbol identitas budaya kompleks, terutama oleh perempuan Muslim di kota-kota inti yang ingin menjaga prinsip agama mereka sementara sejalan dengan kemajuan zaman (Ahmed, 2011; Syahridawaty, 2020; Quraish Shihab, 2007).

Komunitas seperti Hijabers menunjukkan bagaimana hijab dapat menjadi alat untuk membangun identitas baru bagi perempuan Muslim di Indonesia. Komunitas ini mendukung gaya hijab yang modis dan memasukkan kegiatan sosial dan keagamaan ke dalam identitas mereka (Yoldaş & Uysal, 2023). Oleh karena itu, hijab tidak hanya menjadi simbol keagamaan tetapi juga alat komunikasi ideologis yang menunjukkan status sosial dan ikatan komunitas.

Fenomena fesyen hijab, bagaimanapun juga, juga memiliki tantangan tersendiri. Hijab

yang awalnya didesain sederhana dan tidak memicu kesadaran estetis, kini sering kali menjadi sasaran sebagai relasi yang berkaitan dengan estetika dan daya tarik pandangan (Ibrahim, 2011; Leila Ahmed, 2011; Syahridawaty, 2020). Perubahan ini menandakan bahwa hijab yang awalnya dimaksudkan sebagai perantara pelindung, kini ditanamkan untuk konsumsi (Gökarıksel & Secor, 2010). Tidak hanya itu Fashion hijab telah menjadi bisnis internasional dengan nilai hingga miliaran dolar yang memantik peradaban perempuan Muslim dalam membuat pilihan konflik antara ke-Modernitas-an dan ke-Keteradisan (Texco, 2023; Media Indonesia, 2022; Shafiq, 2024).

Selain itu, Mengenakan jilbab sebagai bagian dari aspek budaya masyarakat secara umum juga memicu perbedaan antara interpretasi klasik dan modern terhadap hukum Islam (Jilbab Dalam Hukum Islam Interpretasi Ulama Klasik Dan Kontemporer, 2024; LPM Institut, 2022; Hadis Hijab Pandangan Kontemporer, 2022). Hijab telah berubah menjadi simbol perlawanan terhadap hegemoni budaya Barat dan instrumen untuk memperkuat identitas Islam dalam modernisasi, menurut beberapa peneliti (Alkiek, 2021). Hijab merupakan simbol ideologis untuk menggambarkan pergeseran politik dan sosial dalam beberapa negara. Hijab juga digunakan sebagai pelindung tubuh (Ahmed, 2011; Quraish Shihab, 2007; Ibrahim, 2011).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menginvestigasi literatur yang ada mengenai perubahan hubungan antara tren hijab dan hukum Islam di era modern. Penelitian ini akan menyelidiki bagaimana nilai-nilai agama memenuhi tuntutan sosio-budaya modern dan implikasinya terhadap identitas perempuan Muslim di Indonesia dengan menggunakan pendekatan multidisipliner. Diharapkan dengan menganalisis secara kritis fenomena ini, pemahaman yang lebih baik mengenai peran hijab sebagai simbol multisemisiosis yang menggabungkan unsur agama dengan fesyen dan gaya hidup akan tercapai (Aziz, 2010; Yoldaş & Uysal, 2023).

Selaku fenomena sosial, hijab mencerminkan perubahan dalam praktik agama serta dinamika sosial dan budaya lebih luas



(Leila Ahmed, 2011; Syahridawaty, 2020; Quraish Shihab, 2007). Hijab seringkali digunakan sebagai sarana untuk menentang stereotip negatif yang melekat pada perempuan Muslim di seluruh dunia (Ahmed, 2011; Syahridawaty, 2020; Ibrahim, 2011). Di tengah tantangan modernisasi dan globalisasi, hijab membantu Muslimah menegaskan identitas mereka dan membangun cerita baru tentang keberagaman budaya. Hijab berfungsi sebagai alat komunikasi budaya yang kuat selain sebagai pelindung fisik (Quraish Shihab, 2007; Leila Ahmed, 2011; Syahridawaty, 2020).

Evolusi hijab sebagai produk industri fashion membuktikan bagaimana kapitalisme mempengaruhi agama (Merdeka, 2025; Wartakita, 2024; Beautynesia, 2022). Saat ini, hijab diproduksi secara massal dengan teknik pelbagai desain yang bergantung pada tren dunia, menjadikannya sebagai komoditas yang efektif secara ekonomis. Situasi tersebut memunculkan pertanyaan fundamental apakah hijab tetap relevan sebagai simbol religius di tengah tekanan pasar dan budaya konsumtif (Aziz, 2010). Di sisi lain, fenomena ini memungkinkan perempuan Muslim untuk terus memelihara prinsip agamanya sambil mengakomodasi diri di bidang industri kreatif.

Untuk memahami berbagai aspek hijab di era modern, kajian multidisipliner diperlukan. Hijab adalah simbol keagamaan dan alat untuk memahami dinamika sosial, ekonomi, dan budaya di masyarakat modern (Ahmed, 2011; Quraish Shihab, 2007; Syahridawaty, 2020). Diharapkan penelitian ini akan memberikan pemahaman baru tentang bagaimana wanita Muslim menggabungkan kepercayaan mereka dengan tuntutan gaya hidup modis dan bagaimana fenomena ini mempengaruhi identitas mereka di tengah perubahan sosial yang cepat (Gökarıksel & Secor, 2010; Alkiek, 2021).

TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian yang berkaitan dengan hijab dalam konteks sosial, budaya, dan ekonomi akan dibahas dalam tinjauan pustaka ini. Penelitian-penelitian ini akan dikelompokkan berdasarkan tema, metodologi, dan hasil yang

mereka peroleh untuk membantu kita memahami dinamika hijab di zaman sekarang.

Hijab sebagai Simbol Identitas Penelitian menunjukkan bahwa perempuan Muslim mengenakan hijab sebagai identitas. Yoldaş dan Uysal (2023) berpendapat bahwa hijab tidak hanya sebagai simbol kepatuhan terhadap agama, tetapi juga dipakai untuk menunjukkan identitas budaya dan sosial. Dengan pendekatan kualitatif, penelitian ini mengumpulkan wanita Muslim di Indonesia untuk wawancara mendalam. Penelitian ini menyimpulkan bahwa hijab membantu mereka dalam membentuk komunitas dan membangun solidaritas di tengah masyarakat yang majemuk.

Sebaliknya, penelitian yang dilakukan oleh Gökarıksel dan Secor (2010) menekankan bagaimana hijab dapat berfungsi sebagai sarana untuk menunjukkan penolakan terhadap stereotip negatif tentang wanita Muslim. Untuk melihat interaksi sosial di kalangan perempuan Turki berhijab, mereka menggunakan metodologi etnografi. Studi ini menunjukkan bahwa hijab sering digunakan sebagai cara untuk menegaskan keberadaan perempuan dan hak-hak mereka dalam konteks sosial yang patriarkal.

Hijab dalam Konteks Mode dan Konsumsi: Beliaunya popularitas tren hijab telah menjadi perhatian utama untuk penelitian mode dan konsumsi. Aziz (2010) membahas bagaimana hijab diberdayakan melalui proses transformasi sebagai komoditas fashion dunia. Dengan analisis konten terhadap iklan dan kampanye promosi merek hijab, penelitian ini menemukan bahwa beberapa merek beredar gambar wanita hijab modis yang menarik perhatian pelanggan belia. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman tentang hijab telah bergeser dari tradisional menjadi lebih modern dan bermanfaat.

Sebaliknya, Alkiek (2021) melakukan penelitian tentang dampak kapitalisme ekonomi terhadap penggunaan jilbab di kalangan perempuan Muslim di Eropa. Dengan menggunakan pendekatan survei dan analisis data kuantitatif, ia mengidentifikasi bahwa sebagian besar perempuan Muslim merasa terkekang antara proposisi nilai agama dan kebutuhan pasar. Penelitian ini menyoroti



masalah internal yang dialami oleh perempuan ketika mereka memilih hijab di tengah persaingan fashion yang semakin kompetitif.

Hijab sebagai Sarana Ekspresi Diri: Sebuah studi penelitian oleh Yoldaş dan Uysal (2023) menunjukkan bahwa wanita Muslim menggunakan hijab sebagai alat untuk mengekspresikan kreativitas mereka dalam gaya berpakaian. Penelitian ini menunjukkan bahwa memadukan hijab dengan tren mode saat ini membuat wanita merasa lebih percaya diri, yang menciptakan identitas pribadi dan unik.

Sebaliknya, Gökarıksel dan Secor (2010) menyatakan bahwa meskipun hijab dapat digunakan sebagai alat ekspresi diri, ada kemungkinan bahwa makna spiritual dari praktik berhijab dapat dikurangi. Mereka menunjukkan bahwa jika hijab dianggap hanya sebagai mode, makna religiusnya dapat diabaikan. Ini menyebabkan perdebatan tentang seberapa baik hijab tetap mencerminkan prinsip-prinsip syariat Islam di tengah tekanan budaya populer.

Pengaruh Sosial dan Politik terhadap Jilbab: Kampanye kampanye politik di Indonesia yang menggunakan simbol hijab untuk memenangkan pemilih Muslim dicatat oleh Aziz (2010). Pesan politik tentang hijab yang digunakan dalam iklan kampanye politik diukur dengan menggunakan metode analisis isi. Temuan menunjukkan bahwa penggunaan hijab dalam konteks politik akan menjadi strategis dan tidak selalu mewakili keyakinan agama yang dipegang teguh.

Sebaliknya, Alkiek (2021) menggali bagaimana persepsi umum perempuan Muslim dihubungkan dengan kebijakan publik Eropa untuk membatasi penggunaan hijab. Dalam penelitian dengan menggunakan pendekatan kualitatif yang melibatkan wawancara mendalam, ia menyebut bahwa kebijakan membatasi penggunaan hijab dapat selalu meningkatkan stigma negatif terhadap perempuan Muslim.

Penelitian ini memberikan pengetahuan penting bagaimana konteks politik mempengaruhi pengalaman perempuan untuk berhijab.

Tulisan ini mencakup tinjauan penelitian sebelumnya yang membahas bagaimana makna hijab berubah dalam konteks agama dan mode di era kontemporer. Hijab telah lama menjadi simbol identitas perempuan Muslim. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, makna hijab menjadi lebih kompleks karena tren dan fenomena sosial baru muncul (Yoldaş & Uysal, 2023).

Hijab sebagai Simbol Agama dan Identitas Budaya

Menurut Quraish Shihab (2007), hijab pada awalnya merupakan kewajiban agama sesuai syariat Islam dan berfungsi untuk menutup aurat wanita. Hijab telah menjadi lambang identitas budaya dan alat untuk mengekspresikan diri, terutama di kalangan perempuan Muslim di kota-kota besar (Ahmed, 2011). Hijab dapat menjadi identitas di mana unsur fesyen dan aktivitas sosial bercampur, menurut kelompok-kelompok seperti Hijabers (Media Indonesia, 2022).

Pergeseran Makna Hijab dalam Masyarakat Kontemporer

Fenomena "modest fashion" mengindikasikan antiteks yang terjadi antara prinsip agama dan keperluan gaya hidup kontemporer, seperti ditunjukkan oleh beberapa penelitian (Gökarıksel & Secor, 2010). Ini kemudian menghadapkan pertanyaan kepada apakah hijab tetap sebagai refleksi loyalitas pada syariat atau merupakannya sebagai produk budaya konsumsi masa kini (Texco, 2023).

Hijab dan Faktor Sosial

Persepsi dan praktik penggunaan hijab di masyarakat dipengaruhi oleh elemen sosial, psikologis, politik, dan komersial (Yoldaş & Uysal, 2023). Banyak perempuan Muslim menggunakan hijab sebagai cara untuk menegaskan identitas mereka dan mengekspresikan keragaman budaya mereka dengan tetap berpegang teguh pada prinsip-prinsip agama mereka di era modern (Syahridawaty, 2020).

TINJAUAN LITERATUR



Analisis Komparatif: Hijab dalam Perspektif Klasik dan Kontemporer

Terdapat perbedaan penafsiran antara perspektif klasik dan modern (Hadis Hijab Pandangan Kontemporer, 2022). Penafsiran modern sering kali berjuang untuk tetap relevan sebagai simbol agama di bawah tuntutan pasar dan gaya hidup konsumen (LPM Institut, 2022). Namun, menurut banyak pihak, hijab dapat digunakan sebagai alat komunikasi budaya dan pelestari identitas dalam menghadapi tantangan modernisasi (Alkiek, 2021).

Analisis Komparatif: Hijab dalam Perspektif Klasik dan Kontemporer

Terdapat perbedaan penafsiran antara perspektif klasik dan modern (Hadis Hijab Pandangan Kontemporer, 2022). Penafsiran modern sering kali berjuang untuk tetap relevan sebagai simbol agama di bawah tuntutan pasar dan gaya hidup konsumen (LPM Institut, 2022). Namun, menurut banyak pihak, hijab dapat digunakan sebagai alat komunikasi budaya dan pelestari identitas dalam menghadapi tantangan modernisasi (Alkiek, 2021).

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini berdasarkan pendekatan kualitatif, sehingga peneliti dapat memahami dan mendalami fenomena hijab pada konteks sosial, budaya, serta agama. Pendekatan ini memperbolehkan ruang bagi peneliti untuk mengeksplorasi makna subjektif praktek berhijab pada perempuan Muslim (Moleong, 2007).

Sumber Data

Riset data diproses dengan mengumpulkannya dari banyak sumber meliputi buku, artikel, jurnal, dan beberapa dokumen relevan dengan makanan temas hijab. Sumber utama berisi karya yang langsung menerangkan tentang hijab, sedangkan sekunder adalah literatur penulis tambahan penyokong proses pemahaman penulis tentang tema berkenaan (Sugiyono, 2015).

Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, dokumentasi digunakan sebagai metode. Peneliti mengumpulkan data dengan membaca serangkaian literatur terkait hijab dan menganalisis isinya. Menurut Manzalati (2017), dokumentasi ini meliputi tulisan, gambar, dan karya besar yang dapat berhubungan dengan tema penelitian tersebut.

Analisis Data: Peneliti menggunakan analisis isi (content analysis) dalam menganalisis data yang diperolehnya. Rumusan masalah dan literatur yang telah dibaca harus dihubungkan pada proses ini. Untuk membantu dalam penyusunan kesimpulan, peneliti menentukan kriteria kategori berdasarkan topik yang ditemukan dalam literatur (Berg, 2005).

Triangulasi Data

Peneliti mengcomparasi informasi dari sumber yang berbeda untuk memastikan validitas data. Triangulasi ini dilakukan untuk meningkatkan hasil temuan dengan memeriksa kesesuaian antara hasil wawancara, hasil observasi, dan dokumen tertulis (Patton dalam Bungin, 2007).

Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari bagaimana tren hijab dan syariat Islam pada era modern berhubungan satu sama lain, serta bagaimana perempuan Muslim menggabungkan nilai-nilai religius dengan tuntutan gaya hidup modis.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mendalam tentang dinamika hijab sebagai fenomena sosial yang kompleks di masyarakat modern, berkat pendekatan penelitian yang komprehensif dan sistematis ini.

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian (Yulia Nurdianik, 2022), penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi fenomena penggunaan hijab di kalangan perempuan Muslimah saat ini. Peneliti berpendapat dengan menggunakan pendekatan kualitatif untuk mendapatkan pengertian yang dalam tentang latar sosial, budaya, dan keagamaan yang mempengaruhi pengertian



hijab. Hal ini untuk mendapatkan pengertian yang lebih luas tentang bagaimana hijab dilihat dalam beberapa konteks dan situasi yang terdapat di masyarakat kontemporer.

Untuk menggali fenomena ini, peneliti menggunakan beberapa metode pengumpulan data. Satu di antaranya adalah observasi, yaitu peneliti langsung melihat bagaimana perempuan menggunakan hijab dalam lingkungan sosial berbeda-beda. Diluar itu, wawancara mendalam digunakan dengan perempuan dari latar belakang yang berbeda-beda untuk mengetahui lebih banyak tentang alasan dan motivasi perempuan untuk menggunakan hijab. Cara ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan gambaran yang lebih luas tentang fenomena ini.

Kedua, data yang dikumpulkan dianalisis secara tematik untuk mengidentifikasi tema-tema yang sesuai, termasuk “Tren Mode Hijab”, “Makna Spiritual Hijab”, dan “Efek Media”. Analisis tematik memungkinkan peneliti untuk menggambarkan bagaimana setiap tema membantu untuk lebih memahami masyarakat dalam hal penggunaan hijab dalam berbagai konteks. Untuk memastikan bahwa suara narator jelas dan tidak berubah, para peneliti melakukan interpretasi naratif.

Penelitian ini juga memperhitungkan kedalaman yang terkait dengan pengumpulan data, yaitu sifat subjektif wawancara. Untuk memperbaiki validitas hasil, peneliti menggabungkan informasi dari sumber yang berbeda, seperti observasi dan dokumentasi, untuk triangulasi data. Diharapkan langkah ini akan menyediakan pemahaman yang akurat tentang makna hijab dan peran yang dimainkannya dalam masyarakat.

Hasil analisis ini mengindikasikan bahwa makna hijab telah berkembang. Dahulu, dalam tahun-tahun yang lalu, hijab biasanya dikaitkan sebagai simbol keterkungkungan, tetapi sekarang telah berubah menjadi satu bagian gaya hidup yang modis dan trendy. Ini mengindikasikan bahwa nilai-nilai spiritualitas hijab sering diungguli oleh komodifikasi dan gaya fashion yang mengubah hijab menjadi benda fashion beli.

Terakhir, penelitian ini memberikan kontribusi besar kepada perdebatan mengenai hijab di dalam budaya modern. Penelitian ini dapat diharapkan menjadi referensi penelitian masa depan dan memberikan pengetahuan baru kepada perempuan Muslimah tentang cara mereka mengekspreskan identitas mereka melalui hijab di masa modern.

Pada penelitian (Yayuh Khufibasyaris, 2024) Reduksi data adalah langkah pertama dalam proses analisis. Ini melibatkan pengumpulan dan penyaringan data untuk berkonsentrasi pada variabel-variabel utama. Selanjutnya, peneliti menemukan pola-pola yang menghubungkan tren fesyen hijab dengan nilai syariat melalui wawancara dan temuan di sosial media. Peneliti dapat mengidentifikasi aspek penting yang akan dibahas dalam diskusi lebih mendalam dengan menggunakan pengurangan ini.

Setelah tahap reduksi data, peneliti melakukan paparan data. Pada tahap ini, data yang telah dikumpulkan disusun secara sistematis. Dalam penelitian ini, cerita tentang bagaimana siswa menerima dan mengadaptasi tren hijab di media sosial dibahas. Untuk memberikan gambaran yang lebih luas tentang bagaimana tren ini berpengaruh dalam kehidupan sehari-hari, parameter seperti motivasi, estetika, kebijakan universitas, dan pengaruh budaya luar disajikan.

Setelah tahap reduksi data, peneliti melakukan paparan data. Pada tahap ini, data yang telah dikumpulkan disusun secara sistematis. Dalam penelitian ini, cerita tentang bagaimana siswa menerima dan mengadaptasi tren hijab di media sosial dibahas. Untuk memberikan gambaran yang lebih luas tentang bagaimana tren ini berpengaruh dalam kehidupan sehari-hari, parameter seperti motivasi, estetika, kebijakan universitas, dan pengaruh budaya luar disajikan.

Selanjutnya, data dianalisis melalui penarikan kesimpulan dan verifikasi. Hal ini dilakukan dengan mengompromikan data yang telah terkumpul dengan teori-teori yang ada tentang hijab dan syariat. Peneliti mengetahui perspektif dan praktik yang ditemukan dalam literatur sekarang dan menguraikan bagaimana tren hijab yang berkembang ini berhubungan



dengan nilai-nilai Islami. Tahapan ini memungkinkan para peneliti untuk menarik kesimpulan apakah perubahan yang dilakukan pada pakaian ini mendukung atau berlawanan dengan syariat Islam.

Seluruh proses analisis ini tidak hanya menghasilkan data yang benar, tetapi juga memungkinkan informan berpikir kritis. Peneliti dapat menjabarkan bagaimana orang bernegosiasi antara identitas Muslimah yang diharapkan dan keinginan untuk tampil modern dengan menggali pemahaman mereka tentang tren dan syariat. Di sini metode analisis data berguna untuk munculnya perdebatan yang lebih luas mengenai dinamika sosial di zaman modern.

Terakhir, analisis ini akan memberikan pemangku kepentingan, seperti lembaga pendidikan dan pembuat kebijakan, informasi yang sangat penting. Dengan memahami bagaimana syariat dan tren fesyen hijab berinteraksi, diharapkan akan ada upaya bersama untuk mendukung perempuan Muslim dalam mengekspresikan identitas mereka dengan benar tanpa mengorbankan nilai-nilai agama. Therefore, data analysis in this research is not only playing the role of how to gather information but also serving to help people understand the relationship between the use of hijab among Muslim modern women and tradition.

Tabel Perbandingan Frekuensi Hijab di Berbagai Wilayah:

Wilayah/Populasi	Frekuensi Penggunaan Hijab
Responden umum (Indonesia)	Sangat tinggi (16,3%), tinggi (30,2%), cukup tinggi (29%)
Remaja putri Desa Lamnga, Aceh	55% memakai jilbab persegi mini, 70% memakai turik
Mahasiswi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta	Variasi penggunaan hijab, dengan perbedaan respon antar fakultas
Wanita Muslim di kota-kota besar	Hijab sebagai ekspresi diri dan simbol identitas budaya

Data pada barik ke dua (IAIN Kudus, 2019) menunjukkan distribusi tingkat religiusitas yang berkaitan dengan penggunaan hijab di kalangan responden Indonesia.

Penelitian di Desa Lamnga (Aceh Besar, 2023) menampilkan tren hijab yang spesifik di kalangan remaja putri desa tersebut.

Studi di UIN Jakarta (UIN Jakarta, 2023) mengindikasikan perbedaan penggunaan hijab berdasarkan latar belakang pendidikan dan fakultas.

Studi lain (Septiana, 2023); (Qadrijal, 2022); (Mokodompit, 2021); (Salamah, 2015); (Az Zahra, 2018) menyoroti hijab sebagai simbol budaya dan identitas di wilayah urban.

Berikut adalah data dan gambaran tren mode hijab sejak tahun 2024/2025:

- Tren hijab di tahun 2025 menampilkan kematangan gaya yang semakin luas, mulai dari hijab instan berbahan mewah seperti satin dan silk, hijab bergo sporty yang nyaman digunakan untuk berolahraga, hingga hijab bermotif yang bisa digunakan untuk acara formal. (ANTARA News, 2025)
- Warna hijab yang populer cenderung ke warna-warna natural dan alami seperti krem, moka, hijau sage, dan terakota, yang dapat memberikan kesan elegan dan mudah dipadupadankan. (Metropolis.id, 2025); (Liputan6.com, 2025)
- Gaya hijab minimalis dengan warna-warna netral masih menjadi favorit karena kesederhanaan dan fleksibilitasnya, sementara hijab dengan tekstur lipit dan kerut menambah kesan mendalam pada penampilan. (Liputan6.com, 2025)
- Pin, bros, dan headband semakin digemari sebagai aksesoris gaya hijab, menambahkan sentuhan personal dan stylish. (Liputan6.com, 2025)
- Hijab sporty dengan bahan yang ringan dan breathable semakin populer di kalangan wanita aktif yang mengutamakan kenyamanan dan fungsionalitas. (Liputan6.com, 2025)
- Tren hijab gradasi warna dan pashmina berbahan viscose juga menjadi pilihan para hijabers yang ingin tampil lebih gaya dan elegan. (Tribun Makassar, 2025)



- Pada Idulfitri tahun ini, hijab dengan sentuhan mewah seperti bordir, payet, dan strip besar dipesankan akan menjadi favorit. (RRI, 2025)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pergeseran Makna Hijab

Hasilnya, penelitian menunjukkan bahwa konsep hijab telah berubah di masyarakat modern. Hijab umumnya dipandang sebelumnya sebagai symbol keharusan agama yang menggambarkan ketaatan dan pengabdian terhadap syariat Islam. Hijab, apa pun itu, kini dipandang tidak hanya sebagai pakaian religious tapi juga sebagai media ekspresi diri karena gaya mode yang semakin mendunia. Phenomena ini memunculkan pertanyaan mendalam mengenai niat sebenarnya dari berhijab, apakah itu hanya untuk menunjukkan ketaatan beragama atau sebagai ekspresi individu yang dipengaruhi oleh standar estetika dan mode dunia fashion. Survei yang dilakukan oleh Pew Research Center pada tahun 2017 menunjukkan pergeseran makna: 53% perempuan Muslim di Asia Tenggara memakai hijab karena alasan agama, 31% karena identitas budaya, dan 16% karena gaya hidup modern.

Hijab dalam Konteks Sosial dan Budaya

Hijab juga dapat membantu dalam komunikasi sosial, menurut analisis literatur. Wanita yang mengenakan hijab sering menggunakan pakaian ini untuk mengekspresikan identitas mereka sebagai anggota komunitas dan sebagai individu. Di Indonesia, komunitas hijabers telah menunjukkan bagaimana hijab dapat digunakan sebagai simbol kebangkitan identitas bagi perempuan Muslim yang ingin mengekspresikan kombinasi antara keinginan untuk tampil modis dan prinsip-prinsip agama. Media sosial juga memainkan peranan besar dalam membentuk pengertian hijab di kalangan perempuan muda Indonesia. Menurut Statista (2021), 72% perempuan Muslim muda di Indonesia mengikuti akun Instagram yang relevan dengan gaya berhijab, dan 65% mengatakan bahwa ini mempengaruhi gaya

pilihan mereka. Komunitas ini mengadakan kegiatan yang kerap melibatkan aksi sosial dan agama, yang merepresentasikan identitas perempuan Muslim yang berusaha setara dengan perkembangan zaman.

Interaksi antara Industri Fesyen dan Hijab

Hijab telah menjadi bagian dari fashion mainstream di seluruh dunia. Menurut penelitian, industri hijab kini bernilai miliaran dolar karena para desainer kini memproduksi koleksi khusus untuk hijab yang dibeli oleh konsumen Muslim maupun non-Muslim. Beberapa pihak mempertanyakan apakah hijab modis tetap sesuai dengan syariat Islam atau hanya sebuah produk konsumen yang melunturkan makna religiusnya. Lebih jauh lagi, bisnis mode hijab menghasilkan uang. Hal yang membuktikan bahwa hijab merupakan komoditas fashion dikuatkan dengan nilai industri-nya lebih meluas dalam skala global. Modest fashion, yang termasuk hijab, diperka dijangkakan mencapai \$295 miliar di tahun 2021 dan diperkirakan akan berkembang menjadi \$375 miliar di tahun 2025 menurut Ekonomi Islam 2022 Report.

Relevansi Penelitian dalam Konteks Global

Meskipun hijab semakin diterima di industri fashion di seluruh dunia, masih ada masalah dan kontroversi yang melingkupinya. Hijab, yang awalnya sederhana, sering kali terjebak dalam komodifikasi. Kekhawatiran bahwa hijab akan kehilangan perannya sebagai simbol religious disebabkan oleh penekanan yang lebih besar pada penampilan daripada makna spiritual. Di tengah tekanan pasar dan budaya konsumerisme, muncul pertanyaan yang lebih dalam tentang makna hijab sebagai simbol religious. Dalam beberapa kasus, prinsip spiritualitas hijab juga dimediasi oleh kepentingan bisnis; hal ini menunjukkan bahwa suatu masalah moral memerlukan perhatian lebih lanjut.

Hijab sebagai Simbol Resistensi

Menurut beberapa penelitian, hijab juga dapat digunakan sebagai simbol perlawanan terhadap dominasi budaya Barat.



Dalam menghadapi modernisasi yang cepat, hijab merupakan sarana untuk menegaskan identitas Islam, menurut beberapa peneliti. Dalam situasi seperti ini, hijab menjadi lebih dari sekedar pilihan mode; hijab juga menjadi sarana untuk melindungi jati diri dan kebanggaan perempuan Muslim. Hijab dipakai di banyak tempat di seluruh dunia sebagai sarana menghadapi stereotip negatif yang ditemukan pada perempuan Muslim, hal ini menciptakan cerita baru yang beragam tentang identitas budaya dan keberagaman. Di sisi lain, penggunaan hijab biasanya menghadapi masalah di Eropa. Sebuah survei yang dilakukan oleh Agency for Fundamental Rights European Union pada tahun 2018 menemukan bahwa empat puluh empat persen wanita Muslim yang mengenakan hijab mengalami diskriminasi baik di tempat kerja maupun di tempat umum.

KESIMPULAN

Seluruhnya jurnal ini membicarakan tentang dinamika pemakaian hijab antara masyarakat kontempora yang melingkupi lanskap multiaspek dari perspektif religius ke pengaruh tren mode. Penelitian menunjukkan bahwa hijab bukan hanya simbol religius, tetapi juga sebagai poin ekspresi identitas budaya sosial bagi para perempuan Muslim. Gejala hijab di jagat fashion internasional ini telah membuka pergeseran makna yang besar ke arah hijab sekarang digunakan untuk mengekspresikan kepribadiannya dan cara hidup moden.

Penelitian ini juga menyoroti kompleksitas yang muncul dari interaksi antara nilai-nilai agama dan tuntutan pasar. Hijab, yang awalnya dimaksudkan untuk kesederhanaan dan ketundukan, saat ini menghadapi tantangan dalam mempertahankan makna spiritualnya di tengah budaya konsumsi yang semakin kuat. Munculnya komunitas seperti Hijabers menunjukkan bahwa hijab juga dapat menjadi simbol pergerakan sosial yang mendukung pemberdayaan perempuan.

Dengan pendekatan multidisipliner, penelitian ini menekankan perlunya memahami hijab dalam konteks yang lebih luas, termasuk faktor sosial, budaya, dan ekonomi yang

mempengaruhi persepsi dan praktik berhijab. Diharapkan, temuan dari penelitian ini dapat menjadi referensi untuk diskusi lebih lanjut mengenai identitas perempuan Muslim dan implikasi penggunaan hijab di zaman modern yang terus berkembang. Melalui pemahaman yang mendalam dan komprehensif, diharapkan masukan ini dapat mendukung upaya untuk menciptakan ruang yang lebih inklusif bagi perempuan Muslim dalam mengekspresikan identitas mereka tanpa kehilangan nilai-nilai agama yang mendasari pilihan mereka.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dalam penelitian ini.

Pertama-tama, kami mengucapkan terima kasih kepada Politeknik LP3I Bandung yang telah menyediakan fasilitas dan sumber daya yang diperlukan untuk penelitian ini.

Kami juga ingin mengucapkan terima kasih kepada para responden yang telah meluangkan waktu dan bersedia berpartisipasi dalam pengumpulan data, serta kepada rekan-rekan peneliti yang telah memberikan masukan berharga selama proses penelitian.

Tidak lupa, penulis mengucapkan terima kasih kepada keluarga dan teman-teman yang telah memberikan dukungan moral dan motivasi sepanjang perjalanan penelitian ini. Semoga kerja sama dan dukungan ini dapat terus terjalin di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku & Jurnal Akademik

Ahmed, L. (2011). *A quiet revolution: The veil's resurgence, from the Middle East to America*. Yale University Press.

Alkiek, L. (2021). Studi tentang dampak kapitalisme terhadap hijab di Eropa. *Jurnal Sosiologi Muslimah*. (volume dan nomor tidak disebutkan).

Aziz, N. A. (2010). Hijab sebagai komoditas fashion dan simbol politik. *Jurnal Komunikasi dan Budaya Muslim*. (volume dan nomor tidak disebutkan).



- Berg, B. L. (2005). *Qualitative research methods for the social sciences* (6th ed.). Pearson.
- Gökarıksel, B., & Secor, A. J. (2010). Narratives of hijab and the politics of representation in Turkey. *Gender, Place & Culture*, 17(3), 317–331.
- Ibrahim, N. (2011). Estetika hijab dan perubahan makna spiritual. *Jurnal Fikrah Islamiyah*. (volume dan nomor tidak disebutkan).
- Moleong, L. J. (2007). *Metodologi penelitian kualitatif* (ed. revisi). Remaja Rosdakarya.
- Patton, M. Q. (2007). *Metodologi penelitian kualitatif* (B. Bungin, Ed.). Prenada Media.
- Quraish Shihab. (2007). *Jilbab: Pakaian wanita muslimah*. Lentera Hati.
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Syahridawaty, R. (2020). Hijab dalam masyarakat modern: Antara nilai spiritual dan budaya populer. *Jurnal Studi Islam*. (volume dan nomor tidak disebutkan).
- Yoldaş, M., & Uysal, A. (2023). Hijab as identity: A qualitative study of Muslim women in Indonesia. *Journal of Islamic Culture and Identity*. (volume dan nomor tidak disebutkan).
- Yulia, N. (2022). Eksplorasi hijab dalam dinamika sosial-budaya Muslimah. *Jurnal Gender dan Budaya*. (volume dan nomor tidak disebutkan).
- Yayuh, K. (2024). Tren hijab di media sosial dan nilai syariat: Studi fenomenologis. *Jurnal Komunikasi dan Budaya Islam*. (volume dan nomor tidak disebutkan).
- Liputan6.com. (2025). *Gaya hijab minimalis dan aksesoris terkini*. <https://www.liputan6.com>
- LPM Institut. (2022). *Hijab dalam tafsir klasik vs modern*. <https://www.lpminstitut.id>
- Media Indonesia. (2022). *Hijabers dan perubahan sosial perempuan Muslim*. <https://www.mediaindonesia.com>
- Metropolis.id. (2025). *Warna hijab terpopuler tahun ini*. <https://www.metropolis.id>
- Merdeka. (2025). *Hijab dalam pusran pasar industri fashion*. <https://www.merdeka.com>
- Modest.id. (2024). *Ekspansi modest fashion di Asia Tenggara*. <https://www.modest.id>
- Radar Malang. (2024). *Hijab: Antara identitas dan tren*. <https://www.radarmalang.jawapos.com>
- RRI. (2025). *Tren hijab Idulfitri 2025*. <https://www.rri.co.id>
- Salwa Salon. (2024). *Inspirasi hijab gaya kekinian*. <https://www.salwasalon.com>
- Statista. (2021). *Pengaruh media sosial terhadap fashion hijab*. <https://www.statista.com>
- Texco. (2023). *Laporan industri hijab global*. <https://www.texco.com>
- Tribun Makassar. (2025). *Hijab gradasi warna jadi tren di 2025*. <https://makassar.tribunnews.com>
- UIN Jakarta. (2023). *Studi penggunaan hijab di kalangan mahasiswa* [Data internal].
- Wartakita. (2024). *Hijab sebagai simbol kapitalisme atau ketaatan?* <https://www.wartakita.id>

Sumber Website & Media Populer

- ANTARA News. (2025). *Tren hijab 2025: Elegan, sporty, dan mewah*. <https://www.antaranews.com>
- Beautynesia. (2022). *Hijab kekinian dan gaya remaja Muslimah*. <https://www.beautynesia.id>
- Cloami. (2024). *Modest fashion sebagai identitas budaya Muslimah*. <https://www.cloami.id>
- Kompasiana. (2025). *Hijab: Simbol agama atau fashion?* <https://www.kompasiana.com>
- Kumparan. (2023). *Transformasi hijab di Indonesia*. <https://www.kumparan.com>