

BAB I

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi dan media sosial telah membawa perubahan signifikan dalam gaya hidup masyarakat, termasuk dalam cara berpakaian. Salah satu *platform* yang berpengaruh adalah *Tiktok*. *Tiktok* menjadi *platform* populer di media sosial. khususnya perempuan berhijab untuk mengekspresikan gaya busana mereka. fenomena ini menarik untuk diteliti karena berkaitan dengan konstruksi etis gaya berpakaian pada *Tiktokers* perempuan berhijab dalam perspektif Islam. Melalui media sosial *Tiktok*, informasi mengenai *tren fashion* hijab telah merajalela dan tidak terbendung. Hal ini terjadi akibat alur penyebaran informasi yang sangat cepat.

Di Indonesia mode pakaian sedang mengalami perkembangan yang cukup pesat dalam beberapa tahun terakhir. Namun, media cenderung lebih banyak menyampaikan pakaian muslimah hanya sebagai *fashion* tidak memberikan pemahaman hijab sebagai sebuah ajaran agama Islam yang wajib dilaksanakan seorang muslimah sejak masa *baligh*. Tidak sedikit *influencer* atau artis-artis Indonesia yang terobsesi dengan *tren fashion* hijab hanya demi popularitas, seperti *viewers*, *like*, dan *followers*.¹

Fenomena ini pun mempengaruhi cara berpakaian muslimah. Contohnya ingin terlihat keren dan modis, hingga memakai pakaian yang dilarang dalam Islam. Mereka yang memakainya tidak

¹Yayuh Khufibasyaris and Hendi Suhendi, "Pengaruh Tren Hijab Fashion Di Media Sosial Tiktok Terhadap Cara Berpakaian Islami Mahasiswi Unisba Fakultas Dakwah Angkatan 2019," *HIKMAH: Jurnal Dakwah Dan Sosial*, 2024, 1-10, <https://doi.org/10.29313/hikmah.v4i1.3361>.

menyadari atau terkesan tidak peduli bahwa apa yang mereka kenakan membentuk lekuk tubuh mereka, bahkan memperlihatkan aurat mereka.² Adapun teori yang dapat digunakan dalam konstruksi etis ini yakni teori konstruksi Sosial Peter L. Berger dan Thomas Luckman, teori ini menjelaskan bagaimana realitas sosial, termasuk nilai etis, dibangun melalui interaksi manusia. Ketika Peter L. Berger dan Thomas Luckmann menerbitkan *The Social Construction of Reality, a Treatise in the Sociological of Knowledge* pada tahun 1996, mereka mempopulerkan ungkapan “konstruksi sosial” atau “realitas sosial” (juga dikenal sebagai “konstruksi sosial realitas.”) melalui pendekatan dan percakapan mereka, Petter dan Thomas menggambarkan proses sosial dimana orang secara konstan membentuk realitas yang dibagikan dan dirasakan secara obyektif.³

Fenomena ini menarik untuk diteliti karena ada kontradiksi antara nilai estetika yang ditonjolkan melalui gaya berpakaian di *Tiktok* dengan nilai etis dan syariat Islam yang menuntut kesederhanaan dan kesopanan. Banyak *Tiktokers* berhijab berhasil menginspirasi orang lain melalui kreativitasnya, tetapi tidak sedikit pula yang mendapat kritik karena dinilai tidak sesuai dengan konsep jilbab yang benar dalam Islam. Mengingat penggunaan *Tiktok* paling banyak dari kalangan muda, sehingga konten-konten yang *trending* dan sedang viral, menjadi digandrungi dan menarik menurut mereka, selain itu konten kreatif juga sangat mempengaruhi. Dengan menggunakan tagar atau hastag #Hijab dan #TokoHijab hijabers dapat memilih berbagai kategori konten *fashion* muslim yang ingin

²Yayuh Khufibasyaris and Suhendi.

³Burhan Bungin, *Kontruksi Sosial Media Massa*, Jakarta: Kencana, 2008. hal 13

ditonton atau diikuti, menjangkit kalangan muslim untuk menyukai video tersebut dan tertarik untuk membeli produknya.⁴

Tiktokers perempuan berhijab dihadapkan dengan tantangan besar yaitu bagaimana mereka dapat mengikuti *tren* yang sedang populer, mempertahankan daya tarik dimata audiens, namun tetap menjaga nilai-nilai etis Islam dalam gaya berpakaian mereka. Konten yang mereka buat tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga membentuk opini publik tentang bagaimana perempuan berhijab seharusnya mengekspresikan diri di ruang publik. Fenomena hijabers dan semakin meningkatnya jumlah pengguna jilbab di Indonesia, juga diiringi dengan meningkatnya jumlah pekerja wanita yang menggunakan hijab khususnya pada sejumlah perkantoran formal di kota besar baik instansi swasta maupun pemerintahan.⁵

Melalui media sosial *TikTok*, informasi mengenai *trend fashion* hijab telah merajalela dan tidak terbanding. Hal ini terjadi akibat alur penyebaran informasi yang sangat cepat. Mode pakaian berkembang sesuai dengan kondisi lingkungan masyarakat, hingga terdapat beberapa 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.⁶ Hijab masuk dalam dunia *fashion* dengan gaya dan model yang sedang kekinian di kalangan

⁴Kholimatus Nadia and Abdurrazak Abdurrazak, "Konten Akun TikTok Nadiraa Hijab Dalam Perspektif Wanita Muslim," *AL-MANHAJ: Jurnal Hukum Dan Pranata Sosial Islam* 4, no. 2 (2022): 189–98, <https://doi.org/10.37680/almanhaj.v4i2.1727>.

⁵PPingki Indrianti, "Gaya Busana Kerja Muslimah Indonesia Dalam Perspektif Fungsi Dan Syariah Islam," *El-HARAKAH (TERAKREDITASI)* 15, no. 2 (2013): hal 150.

⁶Yayuh Khufibasyaris and Suhendi, "Pengaruh Tren Hijab Fashion Di Media Sosial Tiktok Terhadap Cara Berpakaian Islami Mahasiswi Unisba Fakultas Dakwah Angkatan 2019."

masyarakat, khususnya perempuan muda generasi milenial. Berbagai kreasi terbaru muncul secara bersamaan dengan *tren* busana umum yang sedang berkembang juga. Semakin hari *tren* tersebut berjalan dan berkembang melalui media massa yang pada akhirnya menjadi suatu budaya yang populer di masa sekarang terkhususnya para wanita generasi milenial. Kaum wanita menjadi suatu hal yang paling mempengaruhi *tren fashion* hijab ini hingga penghujung dunia. Tentunya pengaruh adanya kepopuleran ini ialah banyak pergeseran tentang gaya berbusana pada umat muslim.

Memakai jilbab juga untuk menutup aurat adalah hukumnya wajib bagi wanita muslimah. Hijab dan menutup aurat adalah bentuk perlindungan bagi wanita muslimah dari bentuk gangguan dan bahaya. Sebagaimana definisi Menurut Al- Maraghi, hijab diartikan sebagai jilbab yang menutupi seluruh tubuh wanita, lebih dari sekedar pakaian biasa dan jilbab.⁷ Hijab berasal dari bahasa Arab, *hajaban* yang berarti menutupi. Dengan kata lain, jilbab bisa dimaksud selaku barang yang menutupi suatu. Dalam kutipan Ibnu Mandzur dalam Lisan al-Arab, pengertian hijab secara umum adalah berupa selendang atau baju lebar yang dikenakan wanita untuk menutupi kepala, punggung, dan dada.

Menurut Dr. Syaifudin Shidiq, MA, dosen ilmu fiqh di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, jilbab dalam syariat Islam adalah kewajiban yang tidak boleh di langgar. Beliau mengutip pendapat Nasir al- Albani bahwa jilbab syar'i harus memenuhi kriteria seperti berikut, menutup seluruh aurat kecuali wajah dan telapak tangan,

⁷Siregar Ramadhani Rizqi. "Konstruksi Etis Gaya Berpakaian Pada Selebgram Perempuan Berhijab Dimedia Instagram Dalam Perspektif Islam", Vol 14 No 1 Juni 2024. Hal 66

tidak tipis atau transparan, tidak ketat sehingga tidak menampilkan lekuk tubuh, tidak menyerupai pakaian laki-laki, dan tidak dipakai dengan niat mencari popularitas atau menarik perhatian.⁸

Berdasarkan definisi diatas bahwasanya fenomena yang ditemukan saat ini tidaklah seperti itu, dimana hijab dan gaya berpakaian bukan sebagai menutup aurat, pelindung dan kewajiban tetapi dijadikan sabagai gaya kekinian yang mengikuti zaman. Gaya seperti itu di anggap *tren* dan modis tanpa memperhatikan kaidah kegunaan hijab dan berpakaian menurut syariat Islam. Selain itu seorang wanita berhijab, biasanya banyak di jumpai pada selebritis atau *Tiktokers* yang memakai jenis pakaian warna- warni, pakaian ketat yang memamerkan bentuk lekuk tubuhnya. Gaya hijab yang memperlihatkan berupa rambut dan leher.⁹ Berdasarkan pengamatan yang dilakukan peneliti terhadap sejumlah konten *Tiktokers* perempuan berhijab di Bengkulu, terlihat adanya kecenderungan untuk menampilkan diri dengan gaya berbusana yang *fashionable* untuk tetap mengikuti *tren* kekinian sambil mempertahankan identitas sebagai perempuan muslimah. Fenomena ini menunjukkan sebagian besar resepsi masyarakat bervariasi, sebagian besar kalangan mengapresiasi kreativitas para *Tiktokers* sebagai bentuk ekspresi diri yang positif. Namun, ada pula yang menilai bahwa konten tersebut menyimpang dari nilai-nilai syar'i karena dinilai terlalu menonjolkan penampilan fisik, meskipun telah menggunakan hijab.

⁸Syaifudin Shidiq, "Tuntunan Syari, Tren, dan Komersialisasi Jilbab," Ahlulbait Indonesia, diakses 20 Maret 2025, <https://www.ahlulbaitindonesia.or.id/berita/s13-berita/tuntunan-syari-tren-dan-komersialisasi-jilbab/>

⁹Siregar Ramadhani Rizqi. "Kontruksi Etis Gaya Berpakaian pada selebgram Perempuan Berhijab Dimedia Instagram Dalam Perspektif Islam," Vol 14, No. 1 Juni 2024. hal 66

Berdasarkan temuan diatas dilandasi dari adanya kepentingan tertentu dari konstruksi media sosial serta memenuhi keinginan agar dilihat dan dipuji oleh orang lain. Hal ini sejalan dengan ungkapan menurut Weber bahwa seseorang bertindak dan bertingkah laku karena didasari dari pengambilam keputusan untuk memenuhi keinginannya. Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan menuangkan hasilnya dalam bentuk skripsi dengan judul **Konstruksi Etis Gaya Berpakaian Pada *Tiktokers* Perempuan Berhijab di *Tiktok* Dalam Perspektif Islam.**

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka adapun rumusan masalah dari penelitian ini yaitu: Bagaimana konstruksi etis berpakaian pada *Tiktokers* perempuan berhijab di *Tiktok* dalam perspektif Islam?

Tujuan Masalah

Tujuan penelitian ini berdasarkan rumusan masalah di atas untuk mengetahui bagaimana konstruksi etis berpakaian pada *Tiktokers* perempuan berhijab di *Tiktok* dalam perspektif Islam.

Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, diperlukan batasan masalah agar penelitian lebih fokus serta menghindari pembahasan yang lebih meluas. Ada beberapa batasan dalam penelitian ini, peneliti lebih berfokus kepada *Tiktokers* perempuan yang mengenakan hijab dan aktif dalam aplikasi *Tiktok*, dan *Tiktokers* yang menjual atau mempromosikan atau menyampaikan produk hijab dan tidak mencakup pengguna *Tiktok* yang tidak berhijab atau pengguna media sosial lainnya.

Dalam penelitian ini, peneliti juga membatasi narasumber atau informan penelitian yang hanya diambil sebanyak tiga informan saja, yang sudah memiliki pengikut sebanyak 10.000 ke atas pengikut dalam aplikasi *Tiktok*. Adapun nama akun *Tiktok* yang akan di wawancarai yaitu @callmedella9, @ezut02 dan @k.kiaa4.

Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini berisi tentang kontribusi yang akan diberikan setelah selesai melakukan penelitian. Kegunaan dapat berupa kegunaan yang bersifat teoritis dan bersifat praktis. Kegunaan harus realitas.

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberi kontribusi lebih dalam pemahaman teoritis. Penelitian ini juga diharapkan bisa memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan serta dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian tentang konstruksi sosial dalam konteks media digital dan religiusitas, khususnya dalam hal representasi gaya berpakaian muslimah di *platform Tiktok*. Penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan pemahaman bagaimana konstruksi etis gaya berpakaian pada *Tiktokers* perempuan berhijab di *Tiktok* dalam perspektif Islam.

2. Manfaat Praktis

Bagi peneliti, penelitian ini dapat meningkatkan wawasan dan menjadi pengalaman yang sangat berharga dan bermanfaat, selain itu juga penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada masyarakat akademik dan non-akademik

tentang konstruksi etis gaya berpakaian pada *Tiktokers* perempuan berhijab di *Tiktok* dalam perspektif Islam.

Kajian Penelitian Terdahulu

Pada penelitian ini, peneliti telah melakukan tinjauan pustaka melalui skripsi terdahulu sebagai bahan rujukan atau referensi tambahan untuk kemudian dicari persamaan dan perbedaan dari penelitian terdahulu. Ada beberapa penelitian yang memiliki persamaan diantaranya:

Pertama, Rizqi Ramadhani Siregar, Nashrillah dengan judul *Konstruksi Etis Gaya Berpakaian Pada Selebgram Perempuan Berhijab Dimedia Instagram dalam Perspektif Islam*.¹⁰ Pada penelitian ini mempunyai tujuan supaya mengetahui konstruksi etis berpakaian pada selebgram wanita berhijab dalam pandangan Islam. Metode yang digunakan merupakan metode kualitatif dengan studi kasus. Metode pengumpulan data bentuk observasi, wawancara *in depth* dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konstruksi etis gaya berpakaian berhijab di media *Instagram* dalam perspektif Islam belum seluruhnya mengikuti etika ajaran yang sesuai dengan syariat Islam.

Persamaan pada penelitian terdahulu ini dengan penelitian yang peneliti lakukan ialah sama-sama membahas konstruksi etis gaya berpakaian perempuan berhijab, keduanya dianalisis dalam perspektif Islam. Pendekatan yang digunakan menggunakan metode kualitatif, dan sama-sama bertujuan untuk memahami bagaimana etika berpakaian yang dibentuk dan dipersepsikan oleh publik melalui

¹⁰Siregar Ramadhani Rizki. "Konstruksi Etis Gaya Berpakaian Pada Selebgram Perempuan Berhijab Dimedia Instagram Dalam Perspektif islam, Vol 14 No 1 juni 2024, hal 66

media sosial. Perbedaan dari kedua penelitian ini yakni mencakup perbedaan *platform* media sosial yang digunakan, jenis *influencer* yang berbeda dan gaya penyampaian konten yang berbeda.

Kedua, Lutfii Mei Damayanti dengan judul Konstruksi Etis “Tubuh Bergoyang” pada *Tiktokers* Berhijab Generasi Milenial di Kabupaten Gresik.¹¹ Pada penelitian ini memiliki tujuan memperoleh informasi tentang tujuan dari *Tiktokers* berhijab generasi milenial di kabupaten Gresik yang menonjolkan seksime “tubuh bergoyang” ke khalayak melalui aplikasi *Tiktok*, kemudian bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui *Tiktokers* berhijab generasi milenial di Kabupaten Gresik mengonstruksi kebiasaannya menonjolkan seksime “tubuh bergoyang” ke khalayak melalui aplikasi *Tiktok*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yakni dilakukan pada obyek yang alamiah yang berkembang apa adanya, tidak dimanipulasi oleh peneliti dan kehadiran peneliti tidak mempengaruhi dinamika obyek tersebut. Penelitian studi kasus adalah pendekatan kualitatif yang penelitiannya mengeksplorasi kehidupan nyata, sistem terbatas kontemporer (kasus) atau beragam sistem terbatas (berbagai kasus), melalui pengumpulan data yang detail dan mendalam yang melibatkan beragam sumber informasi.

Persamaan yang terdapat dalam kajian penelitian terdahulu dengan penelitian yang peneliti lakukan yakni *platform* yang dikaji sama, kedua penelitian sama-sama mengkaji fenomena sosial di media *Tiktok*, sebagai ruang ekspresi perempuan berhijab. Namun dari aspek yang berbeda. Penelitian terdahulu fokus pada gerakan tubuh,

¹¹Damayanti Mei Lutfii, Konstruksi Etis “Tubuh Bergoyang” Pada *Tiktokers* Berhijab Generasi Milenial di Kabupaten Gresik. UIN Kiai Haji Achmad Siddiq: Skripsi Sarjana, Fakultas Dakwah, hal 11

sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti fokus pada aspek *fashion*. Perbedaan ini mencerminkan dimensi etis yang luas dalam aktivitas media sosial, terutama bagi perempuan muslimah di era digital.

Ketiga, Vistaufa Wardhatul Chomaira dkk, dalam jurnalnya yang berjudul *Konstruksi sosial terhadap fenomena remaja berhijab di media sosial Tiktok*.¹² Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial memainkan peran penting dalam membentuk persepsi dan sikap remaja terhadap hijab, baik sebagai simbol kecantikan maupun identitas keagamaan. *Tren fashion* hijab di *Tiktok* memperlihatkan adaptasi antara nilai-nilai agama dan budaya populer, menciptakan harmoni antara tradisi dan modernitas. Oleh karena itu, penting untuk memahami kompleksitas dan keragaman pengalaman remaja berhijab serta mengadopsi pendekatan yang inklusif dan penuh pengertian untuk menciptakan masyarakat yang lebih toleran dan berempati.

Penelitian ini membahas peran perempuan berhijab di *Tiktok* dalam membentuk identitas diri di ruang digital. Pada kedua penelitian ini sama-sama mengkaji media sosial *Tiktok*, dan menggunakan pendekatan yang sama. Adapun perbedaan kedua penelitian ini yakni fokus penelitian penelitian terdahulu fokus pada konstruksi sosial sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti fokus pada konstruksi etis gaya berpakaian perempuan berhijab dan aspek yang diteliti.

Yayuh Khufibasyaris, dalam jurnalnya yang berjudul *Tren Fesyen Hijab Tiktok yang Memotivasi Cara Berpakaian Islami*.¹³ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tren fesyen hijab di *Tiktok* sudah sesuai

¹²Vistaufa Wardhatul Chomaiha “ Konstruksi Sosial Terhadap Fenomena Remaja Berhijab Di media Sosial Tiktok”, *Jurnal Ilmu Sosial* Vol 2, No 1 2024.

¹³Yayuh Khufibasyaris dan Hendi Suhendi, “Pengaruh Tren Hijab Fashion Di Media Sosial Tiktok Terhadap Cara Berpakaian Islami Mahasiswa Unisba Fakultas Dakwah Angkatan 2019.” *Hikmah: Jurnal Dakwah dan Sosial*, 2024

dengan syari'at Islam atau tidak dan mengetahui motivasi Mahasiswi Unisba Fakultas Dakwah Angkatan Tahun 2019 mengikuti tren *fashion* hijab di *Tiktok* dalam berpakaian Islami. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan informan yang berjumlah tujuh orang. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, studi pustaka, dan dokumentasi. Hasil yang didapatkan dari penelitian ini: (1) *tren fashion* hijab di *Tiktok* ada yang sudah sesuai dengan syari'at Islam dan tidak, (2) faktor-faktor motivasi mahasiswi mengikuti *tren fashion* hijab yaitu faktor intrinsik dan faktor ekstrinsik.

Persamaan antara kedua penelitian ini terdapat pada *platform* yang digunakan, membahas gaya berpakaian hijab yang muncul atau ditampilkan melalui *tren* dan konten *Tiktok*, baik penelitian terdahulu maupun penelitian yang dilakukan peneliti sama-sama melihat hubungan antara *fashion* hijab dan nilai - nilai Islam. Dengan demikian, meskipun keduanya sama-sama membahas *fashion* hijab di *Tiktok* dan menyinggung nilai keislaman, perbedaan terletak pada sudut pandang dan kedalaman analisisnya. Penelitian terdahulu berfokus pada aspek motivasional dari *tren*, sedangkan penelitian ini membangun analisis kritis terhadap konstruksi etis gaya berpakaian yang ditampilkan, sekaligus menempatkannya dalam konteks norma dan etika Islam.

Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini dibuat agar mempermudah dalam penyusunan proposal ini, maka perlu ditentukan sistematika penulisan yang baik dan teratur. Sistematika penulisannya sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan. Pada bab ini akan diuraikan beberapa pembahasan mendasar penelitian, yang meliputi latar belakang

masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan. Secara keseluruhan, uraian bab pertama merupakan penjelasan awal penelitian tentang cara pandang dan pendekatan yang dipakai.

Bab II Kerangka Teori. Pada bab ini diuraikan beberapa penjelasan yaitu tentang Konstruksi Sosial Realita, Konstruksi Sosial Realita Media Sosial, media Baru dan Media Internet, Etis, Etik dan Etika, Gaya Berpakaian, *Tren* Gaya Busana Islami, *Tiktok* dan *Tiktokers*, Unsur-Unsur *Tiktokers* dan Perempuan Berhijab.

Bab III Metode Penelitian. pada bab ini yaitu untuk menentukan jenis dan pendekatan penelitian, waktu dan lokasi penelitian, subjek/ informan penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik keabsahan data, dan teknik analisis data.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan. pada bab ini yaitu membahas tentang sejarah aplikasi *Tiktok*, profil informan, hasil penelitian dan pembahasan.

Bab V. pada bab ini yang merupakan penutup berisikan tentang uraian dari penelitian ini yaitu berupa kesimpulan dan saran.

Daftar Pustaka. Referensi-referensi yang peneliti gunakan selama proses penelitian berlangsung.

Lampiran. Menguraikan tentang dokumentasi atau data yang didapat selama penelitian berlangsung.