

## BAB II

### KERANGKA TEORI

#### A. Kerangka Teori

##### 1. Konstruksi Etis

Konstruksi etis merupakan proses pembentukan nilai, norma, dan pandangan moral yang berkembang dalam masyarakat dan dibentuk melalui interaksi sosial, budaya, dan konteks historis tertentu. Dalam konteks ini, etika tidak dipahami sebagai sesuatu yang bersifat absolut, tetapi sebagai hasil proses sosial yang terus berkembang dan dinegosiaikan oleh individu maupun kelompok dalam kehidupan sehari-hari.<sup>1</sup>

Secara umum, konstruksi etis memandang bahwa nilai-nilai moral dibentuk melalui proses komunikasi dan pemaknaan bersama, bukan semata-mata berasal dari doktrin tertentu atau hukum yang tetap. Artinya, apa yang di anggap baik atau buruk dalam masyarakat merupakan hasil dari kesepakatan sosial yang dibentuk dan direproduksi dalam praktik-praktik sosial.

##### 2. Konstruksi Sosial Realita

Konstruksi sosial atas realitas (*Social Construction of Reality*) didefinisikan sebagai proses sosial melalui tindakan dan interaksi dimana individu atau sekelompok individu, menciptakan secara terus-menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif.<sup>2</sup> Realitas sosial dalam konteks komunikasi mengacu pada cara realitas sosial dibentuk, di pahami dan dikomunikasikan melalui interaksi sosial

---

<sup>1</sup>Magnis-suseno, F (1991). Etika Sosial: Dasar dan Prinsip. Jakarta: Gramedia

<sup>2</sup>Berger & Luckmann, (1996). The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge. New York; Anchor Books.

dan komunikasi. Secara keseluruhan, realitas sosial dalam konteks komunikasi melibatkan interaksi sosial, simbol-simbol, bahasa, norma, nilai dan pola komunikasi yang membentuk dan mempengaruhi pemahaman bersama tentang realitas dalam suatu masyarakat.<sup>3</sup>

Pada bagian pertama, peneliti akan menjelaskan konsep dasar konstruksi realitas, yang merujuk pada bagaimana individu dan kelompok membangun pemahaman mereka tentang dunia melalui interaksi sosial. Menurut Berger & Luckman realitas sosial merupakan pengetahuan yang berkembang dalam kehidupan sehari-hari, yang ada dan diterima dalam masyarakat sebagai bagian dari kesadaran kolektif. Mereka menekankan bahwa realitas ini adalah hasil dari konstruksi sosial yang terus-menerus berkembang melalui interaksi sosial dan komunikasi. Dengan kata lain, apa yang kita anggap sebagai “kenyataan” adalah sesuatu yang dibangun dan dipertahankan melalui proses sosial, termasuk melalui konsep, norma, dan wacana yang ada di dalam masyarakat.<sup>4</sup>

Realitas adalah fabrikasi sosial yang dibuat oleh manusia, menurut ontologi paradigma konstruktivis. Akan tetapi, kebenaran suatu realitas sosial bersifat relatif dan bergantung pada konteks tertentu yang dianggap penting oleh perilaku sosial.<sup>5</sup> Ketika Peter L. Berger dan Thomas Luckmann menerbitkan *The Social Construction of Reality, a Treatise in the Sociological of Knowledge*

---

<sup>3</sup>Hadiwijaya Suhendra Achmad, “Sintesa Teori Konstruksi Sosial Realitas dan Konstruksi Sosial Media Massa”: Jurnal Kajian Komunikasi dan Pembangunan Daerah Vol II No 1, 18 Juli 2023, hal 79

<sup>4</sup>Andung Ana Petrus, “Buku Ajar Sosiologi Komunikasi”. Surabaya: Scopindo Media Pusaka, 2024, hal 91-92.

<sup>5</sup>Hidayat dalam Bungin, “Sosiologi Komunikasi”, Jakarta: Prenada Media Grup, hal 191

pada tahun 1996, mereka mempopulerkan ungkapan “konstruksi sosial” atau “realitas sosial” juga dikenal sebagai “konstruksi sosial realitas”. melalui tindakan dan percakapan mereka, Peter dan Thomas menggambarkan proses sosial di mana orang secara konstan membentuk realitas yang dibagikan dan dirasakan secara subyektif.<sup>6</sup> Menurut Bungin, Peter L. Berger dan Thomas Luckman menjelaskan kontruksi sosial atas realitas terjadi secara simultan melalui tiga tahap, yakni eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Tiga proses ini terjadi di antara individu lainnya dalam masyarakat.

- a) Eksternalisasi ialah penyesuaian diri dengan dunia sosio-kultural sebagai produk manusia “*Society is a human product*”.

Baik dalam aktivitas mental maupun fisik, eksternalisasi mengacu pada upaya untuk mencurahkan diri ke dunia atau untuk mengekspresikan diri. Sifat manusia menentukan bahwa dia akan selalu memberikan segalanya untuk situasinya saat ini. Itu bukan penutupan yang terputus dari dunia luar dengan cara yang bisa dipahami manusia.

Manusia berusaha menangkap diri mereka sendiri. Akibatnya, dunia tercipta atau dengan kata lain mereka menemukan diri mereka sendiri di dunia.<sup>7</sup>

- b) Objektivasi ialah interaksi sosial dalam dunia intersubyektif yang dilembagakan atau mengalami institusionalisasi. “*Society is an objective reality*”

---

<sup>6</sup>Bungin Burhan, “Kontruksi sosial media massa”, Jakarta: Kencana, 2008, hal 13

<sup>7</sup>Bungin, “Sosiologi Komunikasi Teori Paradigm dan diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat”, Jakarta : Prenada Media Grup, 2008, hal 198

Objektivasi adalah hasil akhir dari tindakan eksternalisasi manusia, yang telah dicapai baik secara kognitif maupun fisik. Hasilnya menciptakan realitas objektif yang bagi produsen mungkin tampak sebagai faktisitas yang berada di luar dan berbeda dari orang yang menciptakannya. Proses objektifikasi menjadikan masyarakat sebagai realitas yang unik. Manusia mengembangkan instrumen untuk kenyamanannya atau budaya non-materi dalam bentuk bahasa sebagai konsekuensi dari eksternalisasi budaya, misalnya. Baik alat maupun bahasa yang digunakan manusia untuk berkomunikasi dengan dunia luar adalah hasil usaha manusia.

- c) Internalisasi ialah individu mengidentifikasi diri di tengah lembaga- lembaga sosial atau organisasi sosial individu tersebut menjadi anggotanya. "*Man is a social product*".

Internalisasi lebih merupakan proses menyerap kembali dunia objektif ke dalam kesadaran sedemikian rupa sehingga memungkinkan subjektifitas individu dibentuk oleh struktur dunia sosial. Banyak aspek dunia yang telah diobjektifikasi dilihat sebagai gejala internal kesadaran dan tanda-tanda realitas yang ada di luar kesadaran seseorang. Manusia menginternalisasi masyarakat dan berubah menjadi produknya. Berger percaya bahwa realitas bukanlah produk sains atau wahyu ilahi. Sebaliknya, itu dibuat dan diproduksi. Jika dilihat melalui lensa ini, realitas tampak memiliki beberapa wajah. Setiap orang bebas membangun realitas dengan caranya sendiri yang unik. Setiap orang menginterpretasikan realitas sosial dengan konstruksinya

masing-masing berdasarkan pengalaman, selera, pendidikan, dan konteks sosial atau budayanya.<sup>8</sup>

### Konstruksi Sosial Realita Media Sosial, Media Baru, dan Media Internet

Definisi realitas sosial adalah kenyataan yang terjadi dalam masyarakat berkaitan dengan kestabilan dalam keadaan normal atau tidak normalnya pola hubungan masyarakat. Konstruksi realitas sosial adalah proses dinamis yang melibatkan berbagai aktor sosial, termasuk media massa dan media sosial, yang memainkan peran penting dalam membentuk persepsi publik. Berger & Luckmann, dalam *the social construction of reality*, mengemukakan bahwa realitas sosial bukanlah sesuatu yang objektif, melainkan hasil dari konstruksi sosial yang terjadi melalui interaksi sosial dan komunikasi. Media massa, baik cetak maupun elektronik, memainkan peran utama dalam mendistribusikan dan mengkonsolidasikan makna sosial yang dapat membentuk pemahaman masyarakat tentang dunia.

Tahun demi tahun, perkembangan dan penggunaan internet di dunia ini semakin meningkat secara global. Hal ini tidak terlepas dari akses internet yang semakin mudah diakses dan meluas di daerah terpencil serta biaya akses yang semakin murah. Salah satu dampaknya adalah meningkatnya penggunaan media sosial yang semakin hari semakin banyak digunakan orang.<sup>9</sup> Realitas di era digital merujuk pada cara, ketika teknologi informasi dan komunikasi, seperti internet, perangkat mobile dan

---

<sup>8</sup>Bungin, "Sosiologi Komunikasi Teori Paradigm dan diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat", Jakarta : Prenada Media Grup, 2008, hal 27

<sup>9</sup>Khusnul Hanafi, Raja Widya Novchi, and Universitas Muhammadiyah Riau, "Realitas Sosial Di Media Sosial: Sebuah Kajian Fenomenologis" 2 (2019): 193–201.

media sosial, mempengaruhi dan membentuk kehidupan. Substansi teori konstruksi sosial berlangsung dengan sangat cepat dan sebarannya merata.

Realitas yang terkonstruksi itu juga membentuk opini massa, massa cenderung apriori dan opini massa cenderung sinis.<sup>10</sup>

Dalam konteks konstruksi sosial media massa dan media sosial memiliki pilar utama dalam konstruksi sosial, karena memiliki kemampuan untuk menyebarkan informasi, membentuk opini, dan mempengaruhi persepsi publik. Dalam konteks konstruksi sosial media massa, konsep ini menjelaskan bahwa media massa memiliki peran penting dalam membentuk realitas sosial.<sup>11</sup> Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Jika media tradisional menggunakan media cetak (koran, majalah, buletin, dll) dan media broadcast (radio, televisi), maka media sosial menggunakan media internet.<sup>12</sup> Media baru dan media internet menciptakan ruang baru untuk interaksi sosial yang memungkinkan terciptanya realitas baru dan alternatif.

Fenomena konstruksi sosial remaja berhijab mencakup sejumlah aspek yang kompleks dan menarik dalam konteks budaya dan agama di Indonesia. Ini melibatkan proses sosial di mana norma, nilai dan makna terkait dengan penggunaan hijab

---

<sup>10</sup>Achmad Suhendra Hadiwijaya, "Sintesa Teori Konstruksi Sosial Realitas Dan Konstruksi Sosial Media Massa," *DIALEKTIKA KOMUNIKA: Jurnal Kajian Komunikasi Dan Pembangunan Daerah II*, no. 1 (2023): 75–89, <https://doi.org/10.33592/dk.v1i1.3498>.

<sup>11</sup>Achmad Suhendra Hadiwijaya, "Sintesa Teori Konstruksi Soian Realitas Dan Konstruksi Sosial Media Masa," *DIALEKTIKA KOMUNIKA: Jurnal Kajian Komunikasi dan Pembangunan Daerah II*, no 1(2023), hal 75-89

<sup>12</sup>Hanafi, Novchi, and Riau, "Realitas Sosial Di Media Sosial: Sebuah Kajian Fenomenologis." 2 (2019)

oleh remaja perempuan dibangun, dipertahankan, dan diinterperstasikan dalam masyarakat. Salah satu aspek utama dalam konstruksi sosial perempuan berhijab adalah pemahaman tentang makna dan simbolisme hijab dalam budaya dan agama Islam. Hijab tidak hanya menjadi pakaian atau aksesoris, tetapi juga simbol identitas agama, kepatuhan, dan kehormatan bagi banyak remaja perempuan muslim di Indonesia.<sup>13</sup>

*Tren* sosial juga mempengaruhi bagaimana para perempuan berhijab mempresentasikan diri di *Tiktok*. Mereka sering kali terlibat dalam *tren* terkini, menunjukkan bahwa berhijab tidak menghalangi mereka untuk berpartisipasi dalam aktivitas populer. Fenomena ini membantu mematahkan stigma dan memperluas pemahaman tentang keberagaman cara berhijab. Meskipun mendapatkan banyak dukungan, para perempuan berhijab di *Tiktok* juga tidak jarang menghadapi komentar negatif. Dalam menghadapi hal ini, para remaja melakukan beberapa strategi seperti mengabaikan komentar negatif dan fokus pada aspek positif dari pengalaman mereka di *Tiktok*, membuat konten edukasi tentang hijab dan keindahan di baliknya untuk mengurangi kesalahpahaman, serta membangun sebuah komunitas yang mendukung dan mempromosikan pemahaman positif tentang berhijab.

Fenomena hijab trendi versus hijab syar'i mencerminkan bagaimana realitas sosial terkait identitas dan religiusitas dikonstruksikan melalui interaksi sosial dan media. Teori konstruksi sosial realitas membantu memahami bagaimana

---

<sup>13</sup>Vistaufa Wardhatul Chomaiha “ Konstruksi Sosial Terhadap Fenomena Remaja Berhijab Dimedia Sosial Tiktok”, Jurnal Ilmu Sosial Vol 2, No 1 2024.

makna-makna ini dibentuk dan diinternalisasikan dalam masyarakat.<sup>14</sup>

### Etis, Etik dan Etika

Konstruksi etis yang dimaksudkan disini adalah sebuah bangunan, pengetahuan dan keyakinan mengenai etika dan moral. Dalam konteks ini, berbicara tentang gaya berpakaian perempuan berhijab di *Tiktok*. Jadi konstruksi etis adalah etika dan moral yang ada didalam pikiran *Tiktokers* perempuan berhijab. Sebab, perempuan berhijab adalah simbol untuk menutup aurat, yang artinya harus menutupi bentuk tubuhnya, peneliti memahami dari artikel Damayanti Mei Lutfii jika bentuk tubuhnya masih kelihatan berarti dia tidak sedang menutup bentuk tubuhnya, melainkan hanya mengubah warna kulit, dan itu sudah keluar dari konteks etika.<sup>15</sup>

Secara etimologi kata etika berasal dari bahasa Yunani yang dalam bentuk tunggal yaitu *ethos* dan dalam bentuk jamaknya yaitu *ta etha*. “*Ethos*” yang berarti sikap, cara berpikir, watak kesusilaan atau adat. Jadi secara etimologis, etika adalah ajaran atau ilmu tentang adat kebiasaan baik atau buruk, yang diterima umum mengenai sikap, perbuatan, kewajiban dan sebagainya.

Etika dibagi menjadi dua yaitu, etika umum dan etika khusus. Etika umum membahas prinsip-prinsip moral dasar, yaitu bagaimana manusia bertindak secara etis dan bagaimana manusia

---

<sup>14</sup>Peter L. Berger & Thomas Luckmann, *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge* (New York: Anchor Books, 1966)

<sup>15</sup>Damayanti Mei Lutfii, *Konstruksi Etis “Tubuh Bergoyang” Pada Tiktokers Berhijab Generasi Milenial di Kabupaten Gresik*. UIN Kiai Haji Achmad Siddiq : Skripsi Sarjana, Fakultas Dakwah 2023, hal 14

bertindak secara etis bagaimana manusia mengambil keputusan secara etis, teori-teori etika dan prinsip-prinsip yang menjadi tolak ukur untuk menilai baik atau buruknya tindakan. Etika khusus menerapkan prinsip-prinsip moral dasar itu dalam bidang kehidupan yang khusus. Etika khusus dibagi menjadi dua, yaitu etika individual dan etika sosial. Etika individual memuat kewajiban dan sikap manusia terhadap dirinya sendiri. Etika sosial membicarakan kewajiban, sikap dan pola perilaku manusia sebagai anggota manusia.<sup>16</sup>

## B. Gaya Berpakaian

Gaya berpakaian atau *fashion* merupakan cara berpakaian yang populer atau mengikuti mode *tren* suatu budaya. Menurut J.B.A.F Maijor pola *fashion* merupakan cara atau gaya kita dalam melakukan sesuatu yang sering berubah-ubah serta diikuti oleh banyak orang.<sup>17</sup> *fashion* dapat diartikan sebagai segi sosial yang mengandung pesan dan juga cara hidup individu yang menjadi bagian dari kultur sosial. Pakaian merupakan obyek yang sarat dan citra dan gaya hidup. Orang memakai selembar baju bukan semata-mata karena nilai guna, akan tetapi lebih karena adanya nilai atau citra tertentu yang ingin dicapai dengan memakai pakaian tersebut.<sup>18</sup>

Adapun gaya berpakaian menurut pandangan Islam menurut M.Quraish Shihab dalam bukunya mengatakan bahwa syariat Islam

---

<sup>16</sup>Armaeni Komang Ni, "Kajian dan Profesionalisme Dalam Bisnis Kontruksi Indonesia". PADUKARAKSA, Vol. 3 No.2, Desember 2014, hal 47

<sup>17</sup>Baca Andi Mappi Sammeng, Pengembangan Busana dan Boga Islami Indonesia dalam Aswab Macasin (Eds), Ruh Islam Dalam Budaya Bangsa Konsep Estetika (Jakarta: PT Bachtiar Baru, 1982)

<sup>18</sup>Hunnisa Mifta Safitri, "Pengaruh tayangan drama korea terhadap gaya berpakaian remaja putri desa kota Garo kecamatan Tapung Hilir", UIN Sultan Syarif Kasim: Skripsi Sarjana, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, hal 24

mewajibkan kaum muslimin memakai busana yang menutup aurat dan sopan, baik laki-laki maupun perempuan. Terdapat perbedaan yang sangat jelas antara aurat laki-laki (muslim) dengan aurat wanita (muslimah) dalam hukum Islam, aurat laki-laki cukup sederhana, berdasarkan ijma ulama, auratnya sebatas antara di atas pusat dan kedua lutut, sedangkan wanita adalah segenap tubuhnya kecuali muka, telapak tangan dan telapak kakinya.<sup>19</sup> Batasan konsep ini menjadi salah satu acuan dalam mode berpakaian yang sesuai dengan tuntutan islam. Pada dasarnya, perkembangan zaman membawa sedikit banyaknya perubahan dalam mode berpakaian yang tidak sesuai dengan tuntutan islam. Sebelum adanya mode baru, busana diibaratkan untuk menutupi aurat, namun setelah perkembangan zaman busana dijadikan sebagai bahan perbandingan dalam berbusana tiap hari.<sup>20</sup>

Gaya berpakaian atau berbusana merupakan sebuah bahan penilaian awal seseorang. Selain itu, *fashion* menjadi cara untuk mengekspresikan diri seseorang. Menurut Soekanto, *fashion* itu menunjukkan gaya hidup yang tidak lama, termasuk pada gaya bahasa, perilaku, minat samping pada pakaian tertentu. *Fashion* adalah perbaikan pola yang terus berubah seiring berkembangnya zaman.<sup>21</sup>

### 1. *Tren* Gaya Busana Islami

Perkembangan mode busana di Indonesia melaju sangat cepat. Perkembangan yang semakin menonjol itu dapat kita

---

<sup>19</sup>Sayrifah Alawiyah, "Adab Berpakaian Wanita Muslimah Sesuai Tuntutan Syariat Islam" Rayah Al-islam Vol.4 No.2. 2020

<sup>20</sup>Zaelany Adam, "Fenomena Media Sosial Terhadap Gaya Berpakaian Mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Iain Metro", IAIN Metro : Skripsi Sarjana, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, hal 15

<sup>21</sup>Soerjono Sukanto, *Kamus Sosiologi*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2014), hal 186

pahami yaitu karena perkembangan produksi dan pemasaran tekstil, mesin-mesin dan alat-alat pembuat busana, kuantitas dan kualitas para desainer busana, media massa, kemampuan daya beli dari masyarakat, serta meningkatkan pengetahuan masyarakat dalam bidang busana.

Menurut Sitoresmi, busana muslimah adalah busana yang sesuai dengan ajaran Islam, dan pengguna busana muslimah tersebut mencerminkan seorang muslimah yang taat atas ajaran agamanya dalam tata cara berbusana. Busana dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang di pakai mulai dari kepala hingga sampai ujung kaki. Menurut Sitoresmi, hal ini mencakup antara lain pertama, semua benda yang melekat pada badan, seperti busana, celana, sarung, dan kain panjang. Kedua, semua benda yang melengkapi pakaian dan berguna bagi si pemakai. Ketiga, semua benda yang berfungsi sebagai hiasan untuk keindahan pakaian seperti, gelang, cincin dan sebagainya.<sup>22</sup>

Terdapat di dalam buku *Tren Forecasting*, Indonesia merupakan negara multi budaya yang memiliki mayoritas umat muslimah. Ada empat gaya busana muslimah yang ada di Indonesia yaitu *Syar'i Konvensional*, *Syar'i Modern*, *Modest Konvensional*, dan *Modest Modern*. Dalam lingkup *fashion*, ada tiga gaya yang berkembang secara dinamis, yaitu:

- a. *Syar'i Modern* menjadi *lifestyle* baru di Indonesia, dengan pemahaman pendekatan agama. Ciri dari gaya busana muslimah ini adalah tidak diperbolehkan membuka bagian

---

<sup>22</sup>Sitoresmi, "Busana Muslimah dalam Perspektif Islam", Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010, hal 23

tubuh selain muka dan telapak tangan, memakai pakaian yang ketat atau membentuk tubuh dan transparan.

- b. Modest Konvensional adalah gaya yang paling banyak dan sudah lama dipakai di Indonesia. Pendekatan yang dipakai lebih bersifat fungsional. Ciri khas dari gaya busana muslimah modest konvensional adalah menutup bagian tubuh selain muka, pergelangan tangan dan pergelangan kaki. Yang tidak diperbolehkan pada gaya busana muslimah modest konvensional adalah memakai pakaian ketat.
- c. Modest Modern adalah gaya yang paling baru diadaptasi oleh Indonesia. Pendekatan yang dipakai adalah *fashion lifestyle*. Sedangkan ciri dari gaya busana muslimah modest modern ini adalah memakai pakaian yang sopan dengan menutupi bagian/sebagian kepala. Kemudian adanya sesuatu yang tidak diperbolehkan adalah memakai pakaian yang terlalu terbuka.<sup>23</sup>

Tren *fashion* muslim yang semakin berkembang dan maju dengan konsep modern klasik yang dipadukan dengan sentuhan elegan yang kuat. Berikut adalah beberapa busana muslim wanita yang digunakan pada saat ini:

1. **Abaya**, di dunia mode muslim, ada satu tren yang sangat sedang naik daun, yakni abaya. Abaya adalah model busana menyerupai dress yang berpotongan lebar dan lurus. Keberadaannya telah menjadi favorit dikalangan wanita muslim. Model pakaian ini cukup populer di Indonesia sebagai salah satu *tren* busana muslim.

---

<sup>23</sup>Rania Linda, "Pengaruh Trend Busana Muslim Terhadap Gaya Busana Kuliah Muslimah", Universitas Negeri Yogyakarta:Skripsi Sarjana,Fakultas Teknik, 2018, hal 17

2. **Tunik**, tunik adalah pakaian dua potong yang terbuat dari bahan linen, dijahit dari sisi samping bawah hingga atas, dengan lubang untuk kepala dan tangan. Baju muslim tunik adalah pakaian atas wanita yang panjang bisa sampai betis dipadukan dengan celana atau rok, tunik adalah salah satu baju muslim yang tren pada saat ini.
3. **Kemeja dan Rok**, kombinasi kemeja dan rok dengan motif atau warna yang serupa memberikan opsi yang elegan bagi mereka yang menginginkan penampilan yang lebih resmi.<sup>24</sup>

### C. *Tiktok dan Tiktokers*

*Tiktok* merupakan sebuah aplikasi yang memberikan efek spesial unik dan menarik bisa digunakan para pengguna aplikasi *Tiktok* ini dengan mudah untuk membuat video pendek keren dan bisa menarik perhatian banyak orang. Aplikasi *Tiktok* adalah sebuah jejaring sosial dan *platform* video musik Tiongkok yang diluncurkan pada September 2016.<sup>25</sup>

*Tiktok* merupakan aplikasi yang berbentuk *streaming* seluler dengan durasi 60 detik atau kurang dan tampilannya berbentuk *short video*.<sup>26</sup> Menurut Sensor Tower, sepanjang tahun 2019 aplikasi tersebut sudah di unduh 700 juta kali. Pada tahun 2018 tepatnya di Indonesia aplikasi *Tiktok* dinobatkan sebagai salah satu aplikasi

---

<sup>24</sup>Nuah Oliviane, "Intip Trend Busana Muslim 2024: Gaya Modern dengan Sentuhan Klasik". Terkini. 2024

<sup>25</sup>Wisnu Nugroho Aji, "Aplikasi Tiktok sebagai Media Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia", Jurnal Prodecing Unikol, IV No. 7 2012, hal 432.

<sup>26</sup>Justin Grandinetti, "Examining AI Embedded in Facebook and Tiktok", Springer-Verlag Journal, London Ltd 2021, hal 13

terbaik di *play store google* dan dinobatkan sebagai aplikasi penghibur.<sup>27</sup>

*Tiktok* merupakan bagian dari media terbaru (*new media*) yang tidak mempunyai batasan usia. *Tiktok* tidak dikhususkan untuk anak di bawah umur maupun yang sudah lanjut umur. *Tiktok* sangat banyak diminati oleh orang-orang dari kalangan muda sampai kalangan tua. Mayoritas yang menggunakan *Tiktok* adalah usia sekolah dan kaum milenial yang biasa dikenal dengan generasi Z.<sup>28</sup>

Memanfaatkan aplikasi *Tiktok*, seseorang juga dapat menjadi terkenal atau dikenal. Dikenal atau terkenal karena video yang mereka buat. Beberapa terkenal karena orisioanlitasnya, beberapa karena humorya, dan yang lainnya karena daya cipta mereka. Semuanya berdasarkan apa yang dikatakan oleh setiap audiens atau pengguna lain. Salah satu perangkat lunak yang memungkinkan pengguna membuat video musik berdurasi pendek.<sup>29</sup> Secara global, pertumbuhan penggunaan *Tiktok* menunjukkan *tren* yang konsisten meningkat dari tahun ke tahun. Menurut Menurut *Business of Apps*, jumlah pengguna aktif bulanan *Tiktok* mencapai sekitar 1,74 miliar pada kuartal keempat tahun 2024. Angka ini mencerminkan peningkatan sebesar 6,1% dibandingkan periode yang sama pada tahun sebelumnya. Peningkatan jumlah pengguna ini didorong oleh berbagai faktor, seperti adopsi teknologi digital yang meluas,

---

<sup>27</sup>Mela Rahmayani, dkk. "Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok terhadap Perilaku Kecanduan Mahasiswa", *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, Vol.6 No.7, 2021, hal 3328.

<sup>28</sup>Wisnu Nugroho Aji, *Aplikasi TikTok Sebagai Media pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia*, ISBN: 978-602-6779-21-2, hal 433

<sup>29</sup>Nurlailah, "Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Gaya Berkomunikasi Siswa di SDN 22 Mataram", *Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Mataram* 2024, hal 10

popularitas konten video pendek, serta strategi algoritma yang mampu menyesuaikan preferensi pengguna secara *real time*.<sup>30</sup>

Di Indonesia, *Tiktok* mengalami pertumbuhan yang lebih signifikan. Berdasarkan data yang dirilis oleh Statista dan dikutip oleh Kompas jumlah pengguna *Tiktok* di Indonesia mencapai 157,6 juta pada Juli 2024. Angka ini menempatkan Indonesia sebagai negara dengan jumlah pengguna *Tiktok* terbesar di dunia, melampaui Amerika Serikat dengan 120,5 juta pengguna. Pertumbuhan ini tidak lepas dari tingginya penetrasi *smartphone* di Indonesia, yang mencapai lebih dari 194 juta pengguna, serta peningkatan akses internet di berbagai wilayah, termasuk daerah-daerah non-perkotaan.<sup>31</sup>

*Tiktokers* adalah sebuah ungkapan atau julukan bagi orang-orang pengguna aplikasi *Tiktok* yang gemar memainkan aplikasi *Tiktok* dengan rutin mengirimkan video-video pada *platform* tersebut minimal tiga kali dalam satu minggu, mempunyai banyak *followers* atau pengikut dan cukup terkenal di kalangan aplikasi *Tiktok* sendiri. *Tiktokers* bukan harus seorang artis, namun ia yang mampu menjadi pengguna aktif aplikasi *Tiktok* bukan hanya sekedar menonton, namun membuat konten video kreatif yang menarik hingga banyak pengikut-pengikutnya.<sup>32</sup>

---

<sup>30</sup>Katadata. (2024). Pertumbuhan Jumlah Pengguna Aktif *TikTok* Global-akhir 2024 [dhttps://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/67c17dfe59e64/pertumbuhan-jumlah-pengguna-aktif-tiktok-global-sampai-akhir-2024](https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/67c17dfe59e64/pertumbuhan-jumlah-pengguna-aktif-tiktok-global-sampai-akhir-2024)

<sup>31</sup>Kompas. (2024). Jadi Pengguna Terbanyak di Dunia 2024, Mengapa *TikTok* Sangat Digemari di Indonesia.akses dari: <https://www.kompas.com/tren/read/2024/10/12/190000765/jadi-pengguna-terbanyak-di-dunia-2024-mengapa-tiktok-sangat-digemari-di>

<sup>32</sup>Damayanti Mei Lutfii, Kontruksi Etis “Tubuh Bergoyang” Pada *Tiktokers* Berhijab Generasi Milenial di Kabupaten Gresik”. UIN Kiai Haji Achmad Sidiq : Skripsi Sarjana, Fakultas Dakwah 2023, hal 15

*Tiktokers* adalah individu yang aktif membuat, menggugah, dan membagikan konten di *platform* media sosial *Tiktok*. Mereka dapat berupa pengguna biasa, kreator konten, atau *influencer* yang memiliki banyak pengikut dan sering berinteraksi dengan audiens melalui video pendek. *Tiktokers* sering memanfaatkan fitur seperti efek visual, filter, tantangan (*challenges*), dan *tren* musik untuk menarik perhatian penonton.

Para *Tiktokers* biasanya akan mengikuti *tren* atau *challenge* untuk mendapatkan perhatian dari pengikut-pengikutnya. Bukan hanya itu, mereka akan membuat konten *Tiktok* semenarik mungkin hingga dikirimkan di *platform* media sosial lain agar videonya mempunyai peluang untuk dilihat lebih banyak orang yang akan menambah *followers* mereka setiap harinya.<sup>33</sup>

#### D. Unsur – Unsur *Tiktokers*

Seorang *Tiktokers* bukan hanya sekedar pengguna biasa, melainkan individu yang memiliki daya tarik tersendiri, baik dari sisi kreativitas, kemampuan komunikasi, maupun pengaruh yang dimilikinya.<sup>34</sup> Dalam proses membangun eksistensinya di *Tiktok*, terdapat beberapa unsur yang menjadi penentu keberhasilan seorang *Tiktokers* dalam menarik perhatian dan mempertahankan audiens. Adapun beberapa unsur-unsur utama yang menjadi karakteristik dan kekuatan seorang *Tiktokers* yaitu sebagai berikut :

---

<sup>33</sup>Damayanti Mei Lutfii, Kontruksi Etis “Tubuh Bergoyang” Pada *Tiktokers* Berhijab Generasi Milenial di Kabupaten Gresik”. UIN Kiai Haji Achmad Sidiq : Skripsi Sarjana, Fakultas Dakwah 2023, hal 15

<sup>34</sup>Hayatun Nufus and Trisni Handayani, “STRATEGI PROMOSI DENGAN MEMANFAATKAN MEDIA SOSIAL TIKTOK DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN (Studi Kasus Pada TN Official Store),” *Jurnal EMT KITA* 6, no. 1 (2022): 21–34, <https://doi.org/10.35870/emt.v6i1.483>.

### 1. Konten (*Content*)

Konten adalah inti dari aktivitas *Tiktokers*. Konten yang dibuat dapat berupa hiburan, edukasi, tutorial, hingga ulasan produk, kualitas, keaslian, dan konsistensi konten menentukan daya tarik seorang *Tiktokers*.

### 2. Gaya Komunikasi

*Tiktokers* yang sukses biasanya memiliki gaya komunikasi yang khas dan mudah dikenali. Hal ini membangun *personal branding* dan kepercayaan audiens.

### 3. Interaksi dengan pengikut

Kemampuan untuk berinteraksi melalui komentar, balasan video, dan fitur *live* yang merupakan aspek penting dalam membangun komunitas yang loyal.

### 4. Personal branding

*Tiktokers* perlu memberikan citra diri yang kuat agar dapat dikenali dan dipercaya. Personal branding mencakup visual (gaya berpakaian, *editing* video), nilai-nilai, serta cara mereka menyampaikan pesan.<sup>35</sup>

Keberhasilan seorang *Tiktokers* dipengaruhi oleh konten yang berkualitas dan konsisten, gaya komunikasi yang baik dan unik, serta interaksi aktif dengan pengikut dan personal branding yang kuat membangun pengaruh dan mempertahankan audiens.

## E. Dasar- Dasar Berhijab dalam Pandangan Islam

Perempuan berhijab adalah wanita yang mengenakan hijab, yaitu penutup kepala yang digunakan untuk menutupi rambut, leher,

---

<sup>35</sup>M. Quraish Shihab, *Jilbab: Pakaian Wanita Muslimah* (Bandung: Mizan, 2004), hal

dan dada sesuai dengan ajaran Islam. Hijab dalam Islam bertujuan untuk menjaga kesopanan, kehormatan, dan identitas seorang muslimah. Selain itu, hijab juga sering dikaitkan dengan bentuk ketaatan kepada Allah serta identitas budaya dan sosial di berbagai komunitas muslim diseluruh dunia.<sup>36</sup>

Al-qur'an merupakan kitab suci agama Islam, yang didalamnya terdapat banyak aturan Allah, salah satunya adalah aturan tentang etika berpakaian wanita muslimah. Dalam memahami persoalan pakaian Muslimah dan jilbab perlu diuraikan ayat-ayat yang membahas batas-batas aurat. Baik yang terdapat pada surat an-Nur maupun yang terdapat pada surat lainnya yang ada munasabahnya. Ayat-ayat yang kami maksud ialah sebagai berikut

a. QS. An-Nur (24): 30 yang menyatakan:

قُلْ لِّلْمُؤْمِنِينَ يَغُضُّوا مِنْ أَبْصَارِهِمْ وَيَحْفَظُوا فُرُوجَهُمْ ذَٰلِكَ أَرَادَ اللَّهُ بِهِنَّ لِيُذَكَّرْنَ إِنَّ اللَّهَ حَكِيمٌ  
بِمَا يَصْنَعُونَ ﴿٣٠﴾

Artinya: Katakanlah kepada kaum mu'minin: Hendaklah mereka menahan pandangannya dan menjaga kemaluannya; yang demikian itu adalah lebih suci bagi mereka, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang mereka perbuat. (an-Nur [24]: 30)

Ayat ini, menjelaskan bahaya pandangan mata, dan memerintahkan kaum beriman untuk menjaga kemaluannya. Karena kelamin/kemaluan hanya diperuntukkan untuk suami-istri mereka saja dalam melestarikan keturunan melalui jalan pernikahan, selain itu tidak diperkenankan oleh syari'at Islam.

---

<sup>36</sup>M. Quraish Shihab, *Jilbab: Pakaian Wanita Muslimah* (Bandung: Mizan, 2004), hal 23

Penafsiran Hassan (2007) pada QS. Al Nur (24) ayat 30, ayat ini merupakan perintah bagi orang mukminin untuk memalingkan pandangan mata mereka ketika melihat perempuan serta memelihara kemaluan dari terbuka, terutama daripada melakukan perkara yang tidak halal.<sup>37</sup>

Terkait penyariatian jilbab, Allah SWT. Berfirman dalam Q.S Al-Ahzab 59:

أَيُّهَا النَّبِيُّ قُلْ لِأَزْوَاجِكَ وَبَنَاتِكَ وَنِسَاءِ الْمُؤْمِنِينَ يُدْنِينَ عَلَيْهِنَّ مِنْ جَلْبَابِهِنَّ ذَلِكُمْ أَذْنَىٰ أَنْ يُعْرَفْنَ فَلَا يُؤْذَيْنَ ۗ وَكَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَحِيمًا

Artinya :

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.

Oleh sebab itu, dengan adanya perintah bagi wanita muslimah untuk menggunakan jilbab, maka perlu diperhatikan dan dihayati di dalam pelaksanaannya. Sebab di dalam ajaran Islam, kaum wanita sangat dimuliakan dan diistimewakan, terutama dalam masalah menutup aurat, seperti penjelasan ayat al-qur'an di atas.

---

<sup>37</sup>Ratna Wijayanti, "Jilbab Sebagai Etika Busana Muslimah Dalam Perspektif Al-Qur'an," *Cakrawala: Jurnal Studi Islam* 12, no. 2 (2017): 151-70, <https://doi.org/10.31603/cakrawala.v12i2.1842>.

Menurut Muhammad Habasy, hal yang utama dan menjadi pondasi untuk dipegang dari adanya syariat jilbab ini ialah nilai kehormatan, kesopanan, dan kesuciannya. Dan menurutnya pula, berjilbab itu wajib dan penting dan juga merupakan cara agama dalam melindungi kehormatan perempuan dan untuk melestarikan kesucian keluarga.<sup>38</sup> Di dalam Islam, jilbab termasuk di antara penjagaan yang paling ideal dalam mencegah dan menekankan perlakuan-perlakuan yang menyudutkan kaum wanita. Pada dasarnya, seorang wanita menggunakan jilbab tergantung pada niatnya, dan sudah jelas bahwa menutup aurat diwajibkan dalam Islam. Akan tetapi jilbab banyak digunakan oleh kaum wanita hanya agar di nilai indah, anggun, dan berwibawa. Sedangkan banyak manfaat yang baik yang terkandung dari berjilbab itu sendiri yakni selain untuk menjaga kesucian dan menutupi aurat wanita muslimah, juga untuk mewujudkan akhlak yang baik, sebagai tanda wanita baik-baik, dan menjaga rasa malu.<sup>39</sup> Berdasarkan firman Allah SWT. Dalam surat An-Nur ayat 31:

وَقُلْ لِلْمُؤْمِنَاتِ يَغْضُضْنَ مِنْ أَبْصَارِهِنَّ وَيَحْفَظْنَ فُرُوجَهُنَّ وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا مَا ظَهَرَ مِنْهَا وَلَا يَضْرِبْنَ بِخُمُرِهِنَّ عَلَى جُيُوبِهِنَّ وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا لِبُعُولَتِهِنَّ أَوْ آبَائِ بُعُولَتِهِنَّ أَوْ أَبْنَائِ بُعُولَتِهِنَّ أَوْ إِخْوَانِهِنَّ أَوْ بَنِي إِخْوَانِهِنَّ أَوْ بَنِي أَخَوَاتِهِنَّ أَوْ نِسَائِهِنَّ أَوْ مَا مَلَكَتْ أَيْمَانُهُنَّ أَوِ التَّابِعِينَ غَيْرِ أُولِي الْإِرْبَةِ مِنَ الرِّجَالِ أَوِ الطِّفْلِ الَّذِينَ لَمْ

<sup>38</sup> Husein Muhammad, *Jilbab & Aurat*, cet II ( Cirebon : Fahmina Institute, 2022) hal 9

<sup>39</sup>Nur Ilahin, "Persepsi terhadap motivasi berjilbab mahasiswa PGMI STIT AL Fattah ibtida, " Media komunikasi hasil penelitian pendidikan guru. Vol 2 no 2 hal 165

يُظْهِرُوا عَلَىٰ عَوْرَتِ النِّسَاءِ وَلَا يَضْرِبْنَ بِأَرْجُلِهِنَّ لِيُعْلَمَ مَا يُخْفِينَ مِن زِينَتِهِنَّ وَتُوبُوا إِلَىٰ

اللَّهِ جَمِيعًا أَيَّةَ الْمُؤْمِنُونَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: “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 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”.

Sebagaimana tertulis dijelaskan bahwa perempuan boleh tidak berhijab di hadapan para muhrimnya, yaitu suaminya, ayahnya, ayah suaminya, putra-putra suaminya, saudara laki-lakinya dan putra saudara perempuannya. Selain mahram tersebut, juga boleh tidak berjilbab di hadapan perempuan muslimah, budak pelayan laki-laki yang tidak punya

keinginan terhadap perempuan. Hal ini berarti di hadapan laki-laki asing, seorang perempuan berkewajiban berhijab. Selain ketentuan yang telah ditetapkan, bagi seorang wanita saat berada ditangan laki-laki asing, seorang perempuan berkewajiban berhijab. Selain ketentuan yang telah ditetapkan, bagi seorang wanita saat berada di hadapan muhrim yang telah disebutkan di atas, wanita muslimah tersebut tetap memiliki kewajiban untuk memakai jilbab meskipun berada di dalam rumahnya sendiri maupun sebaliknya, dan boleh tidak berjilbab ketika di luar rumah asalkan yang melihat hanya muhrimnya saja.

يَا أَسْمَاءُ إِنَّ الْمَرْأَةَ إِذَا بَلَغَتْ الْإِلْمَ مَرِحِي ضِلِّ مَرَّتْ صَلِّحْ أَنْ  
يُرَى مِنْهَا لِمِ هَذَا وَهَذَا وَأَشَارَ إِلَى وَجْهِهِ وَكَفَّ بِهَا

Artinya: “Hai Asma’ sesungguhnya anak perempuan jika sudah sampai datang bulan, tidak pantas terlihat tubuhnya kecuali ini dan ini, Rasulullah saw menunjukkan kepada muka dan telapak tangannya.” (HR. Abu Daud)

Dari hadis di atas, syarat busana wanita adalah tidak memperlihatkan aurat, tidak mempertontonkan bentuk tubuhnya (karena terlalu ketat dan atau terlalu tipis). Masalah pakaian yang diatur oleh Islam ialah tuntunan dari aspek lahiriyah jasmaniyah yang selayaknya dibarengi perilaku yang baik dalam aspek ruhaniyah sehingga tidak mungkin keduanya dipisahkan. Sebagai seorang muslim masuk ke dalam Islam haruslah secara total (*kaffah*).

Bila dilihat dari segi hukum, masing-masing mempunyai konsekuensi, baik lahiriyah maupun ruhaniyah, sehingga sangat naif

apabila hanya mementingkan aspek ruhaniyah dengan mengenyampingkan aspek lahiriyah, dan begitu juga sebaliknya. Apabila seseorang beranggapan bahwa yang penting aspek batiniyahnya yaitu berbuat baik sekalipun tidak berjilbab, maka pendapat ini tidak betul karena mengenakan jilbab itu sendiri bagian dari akhlak wanita muslimah.

Thabrani dalam al-Mu'jamus Shaghir meriwayatkan hadits dari Ibnu Amru Bahwa Rasulullah Saw bersabda:

سَيُكُونُ فِي آخِرِ أُمَّتِنَا نِسَاءٌ كَأَسِيَّاتٍ، عَارِيَّاتٍ، عَلَّزُءٍ وَسَهَنُكَاسِمَاتٍ، الْعُنُوءُ مِنْ،  
فَإِنَّ مِنْ مَلْعُونَاتٍ

“Akan muncul pada generasi akhir umatku wanita-wanita yang berpakaian tapi telanjang, di atas kepala mereka seperti punuk unta. Laknatlah mereka karena mereka wanita-wanita terlaknat. (Albani, Hijabul Mar’atil Muslimah: 56)

Hadits di atas menyampaikan kabar bahwa akan datang waktunya di akhir jaman seperti sekarang ini, banyak wanita-wanita muslimah yang berpakaian panjang, tapi terbuka hingga pahanya, tipis dan tembus pandang sehingga terlihat bagian tubuh wanita, berpakaian tapi dada terbuka, berpakaian tapi pusarnya terbuka.

Di zaman sekarang ini telah banyak orang berpegang pada dalih mayoritas (kebanyakan orang) melakukan ini dan itu, sudah umum dan sebagainya. Banyak umat Islam yang tidak taat terhadap tuntunan

Allah dan Rasulnya, mereka lebih taat dan patuh pada kelompok, golongan, ajaran nenek moyang.<sup>40</sup>



---

<sup>40</sup> Naila Aulia Putri Smpn Kota Bekasi and Fakultas Ushuluddin, "JILBAB PADA SURAH AL-AHZAB AYAT 59 DI," 2024.