

Potret Kecenderungan Penggunaan Hijab Mahasiswi Gen Z di Kampus IAIN Fattahul Muluk Papua

Hayati Mardhotillah¹, Navisa², Rahma Nur Khalifah³, Muhamad Yusuf^{4*}, Zulihi⁵

^{1,2,3,4,5}Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Fattahul Muluk Papua, Jayapura, Indonesia

Email: ¹hayatimardhotillah049@gmail.com, ²navisafisabilillah@gmail.com,

³rahmanurkhalifah1@gmail.com, ^{4*}joesoef1974@gmail.com, ⁵zulihi@iainfmpapua.ac.id

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan dan menganalisis fenomena kecenderungan penggunaan hijab di kalangan mahasiswi Gen Z di Kampus IAIN Fattahul Muluk Papua, yaitu tentang bagaimana kecenderungan penggunaan hijab diadaptasi oleh mahasiswi, faktor-faktor yang mempengaruhinya, serta bagaimana mereka memaknai penggunaan hijab di tengah arus mode yang berkembang pesat. Jenis penelitian yang dilakukan yaitu menggunakan penelitian deskriptif kualitatif dengan tehnik pengumpulan data menggunakan observasi, interview, dan dokumentasi. Sedangkan tehnik analisis menggunakan model alir. Hasil penelitian: Gaya hijab mahasiswi Gen Z di IAIN Fattahul Muluk Papua merefleksikan dinamika identitas religius dan sosial kontemporer. Hijab tidak hanya berfungsi sebagai busana, tetapi sebagai simbol yang dikonstruksi melalui interaksi antara identitas pribadi, norma kolektif, media digital, dan budaya kampus. Preferensi model minimalis dan warna netral menunjukkan pengaruh habitus generasi muda serta budaya visual modern. Meskipun media sosial dan globalisasi memberi inspirasi kuat, mahasiswi tetap menyesuaikan pilihan gaya dengan norma kesopanan dan prinsip syariah. Secara keseluruhan, gaya hijab menjadi hasil negosiasi antara trend global, identitas personal, nilai Islam, dan struktur sosial kampus.

Kata Kunci: Kecenderungan Hijab, Mahasiswi, Generasi Z.

Abstract

The purpose of this study is to describe and analyze the phenomenon of hijab usage trends among Generation Z female students at IAIN Fattahul Muluk Papua. Specifically, it examines how hijab styles are adopted by students, the factors influencing these tendencies, and how they interpret and construct the meaning of wearing the hijab amid rapidly evolving fashion currents. This research employs a qualitative descriptive approach. Data were collected through observation, in-depth interviews, and documentation. The data were analyzed using a flow model of qualitative analysis. The findings indicate that the hijab styles of Generation Z female students at IAIN Fattahul Muluk Papua reflect contemporary dynamics of religious and social identity. The hijab functions not merely as attire, but as a symbol constructed through the interaction between personal identity, collective norms, digital media, and campus culture. Preferences for minimalist designs and neutral colors demonstrate the influence of youth habitus and modern visual culture. Although social media and globalization provide strong stylistic inspiration, students selectively adapt these influences to align with norms of modesty and Islamic principles (sharia). Overall, hijab fashion among these students represents a process of negotiation between global trends, personal identity, Islamic values, and the socio-cultural structure of the campus environment.

Keywords: Trends, Hijab, Female Students, Generation Z.

PENDAHULUAN

Dalam beberapa dekade terakhir, hijab tidak lagi dipahami semata sebagai kewajiban religius, tetapi juga berkembang menjadi simbol identitas sosial, ekspresi diri, dan bagian dari industri mode global. Perkembangan ini semakin kuat pada Generasi Z kelompok yang lahir antara tahun 1997-2012

yang tumbuh dalam ekosistem digital dan memiliki keterikatan tinggi dengan media sosial. Platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube tidak hanya menjadi ruang komunikasi, tetapi juga ruang produksi dan reproduksi standar estetika baru tentang “hijab yang ideal”. Akibatnya, makna hijab di kalangan mahasiswi mengalami pergeseran dari sekadar simbol ketaatan menuju kombinasi antara religiusitas, estetika, dan citra diri di ruang publik digital.

Tekanan untuk tampil sesuai standar visual media sosial menempatkan mahasiswi pada situasi yang kompleks. Mereka tidak hanya dituntut untuk memenuhi norma agama, tetapi juga menghadapi ekspektasi estetika, trend fesyen yang berubah cepat, serta budaya perbandingan sosial (*social comparison*) yang intens di ruang digital. Kondisi ini memunculkan kecemasan kompleks, yaitu perasaan tertekan yang muncul secara bersamaan dari tuntutan religius, tekanan ekonomi untuk mengikuti trend, serta kekhawatiran akan penilaian sosial dari lingkungan *offline* maupun *online*. Kecemasan ini tidak hanya berkaitan dengan penampilan, tetapi juga menyentuh aspek identitas, kepercayaan diri, dan posisi sosial mahasiswi di komunitasnya.

Fenomena tersebut menjadi lebih unik ketika ditempatkan dalam konteks Papua, khususnya di lingkungan IAIN Fattahul Muluk Papua yang berada di Jayapura. Berbeda dengan wilayah Jawa yang memiliki populasi Muslim mayoritas dan ekosistem industri hijab yang mapan, mahasiswi Muslim di Papua hidup sebagai minoritas religius dalam konteks sosial yang plural dan multikultural. Di luar kampus, simbol-simbol keislaman seperti hijab tidak selalu menjadi norma sosial dominan. Kondisi ini menciptakan dinamika ganda: di satu sisi mahasiswi terpapar trend hijab global melalui media sosial, namun di sisi lain mereka harus menegosiasikan identitas tersebut dalam lingkungan lokal yang tidak selalu memberikan dukungan simbolik yang sama seperti di wilayah mayoritas Muslim.

Penelitian-penelitian sebelumnya yang membahas mengenai hijab diantaranya adalah sebagai berikut. Penelitian yang mengkaji tentang masalah penggunaan hijab di kalangan Generasi Z, dengan fokus pada konsep diri, motivasi, dan pola interaksi sosial. Sudut pandang Islam, yang menekankan pentingnya perempuan Muslim menutup aurat sebagai bentuk identitas dan ketaatan pada hukum Islam, merupakan sumber fenomena ini. Namun, generasi muda, khususnya mahasiswa, kini memandang hijab secara berbeda karena kemajuan di era digital dan trend mode (Fadhila Amalia, 2025).

Jilbab bukan hanya merupakan identitas wanita muslimah namun juga merupakan pelindung, pembatas serta benteng untuk wanita dalam bersikap serta bertingkah laku. Jilbab merupakan salah satu sarana yang mampu mengarahkan wanita pada akhlakul karimah. Hal ini disebabkan dengan menggunakan hijab seseorang lebih mudah dalam melakukan pengontrolan dirinya serta menghindari dari berbagai perilaku buruk dengan demikian ia dapat senantiasa berada pada kondisi melaksanakan perintah agama (Sari, *et.al*, 2024).

Model serta trend hijab yang dipergunakan oleh mahasiswi dapat dikelompokkan pada: Hijab Gaul (tidak *syar'i*), hijab standar (semi *syar'i*), hijab panjang (*syar'i*) serta hijab plus cadar. Sedangkan cara penggunaan hijab juga memiliki variasi, menggunakan hijab ketika berlangsungnya perkuliahan agama Islam saja, berhijab ketika di kampus dan tidak digunakan di luar kampus, ada pula penggunaan hijab di manapun berada (Nurhasan, 2022).

Terdapatnya diskriminasi pada wanita berhijab *syar'i* menyebabkan munculnya dampak yaitu dalam sudut pandang psikologi, berdampak pada kesehatan mental. Dalam sudut pandang ekonomi, berdampak pada susahny memperoleh pekerjaan yang menimbulkan efek ekonomi menurun. Sudut pandang sosial, minimnya dukungan dari lingkungan sekitar mampu berdampak pengguna hijab *syar'i* sulit untuk melakukan interaksi (Astuti& Aini, 2024).

Pemilihan penggunaan busana hijab sangat dipengaruhi oleh busana halal, gaya hidup, dan citra merek, dengan aspek gaya hidup yang memiliki dampak terbesar bagi penggunaanya (Riski Rahman & Indra, 2024).

Perbedaan artikel tersebut diatas dengan penelitian ini terletak pada: Unsur-unsur yang mempengaruhi trend hijab mahasiswi Gen Z di IAIN Fattahul Muluk Papua yang dianalisis dengan menggunakan beberapa teori sosial dan menggunakan paradigma fenomenologi sosial yang berdampak pada kebiasaan sehari-hari.

Sebagian besar penelitian tentang hijab di Indonesia masih berfokus pada wilayah Jawa atau kota-kota besar dengan populasi Muslim dominan. Studi-studi tersebut umumnya menyoroti hijab sebagai bagian dari trend fesyen, simbol kesalehan, atau strategi identitas di ruang publik Muslim yang relatif homogen. Penelitian sebelumnya juga banyak membahas hubungan hijab dengan konsep diri, motivasi religius,

gaya hidup halal, dan representasi media. Namun, penelitian yang secara khusus mengkaji pengalaman mahasiswi berhijab dalam konteks masyarakat Muslim minoritas yang berada di bawah tekanan simultan media sosial dan lingkungan sosial non-dominan masih sangat terbatas. Di sinilah letak kesenjangan penelitian (*research gap*) yang ingin diisi oleh studi ini.

Selain itu, penelitian terdahulu cenderung melihat pengaruh media sosial terhadap hijab secara umum, tanpa menggali secara mendalam dampak psikososialnya dalam bentuk kecemasan berlapis yang dialami individu. Padahal, bagi mahasiswi di Papua, tekanan untuk tampil modis di ruang digital tidak hanya berkaitan dengan citra diri, tetapi juga beririsan dengan kebutuhan untuk menjaga identitas keagamaan di tengah lingkungan yang berbeda secara budaya. Interaksi antara identitas religius minoritas, globalisasi mode, dan algoritma media sosial inilah yang membentuk pengalaman hijab yang berbeda dibandingkan dengan mahasiswi di wilayah mayoritas Muslim seperti Jawa.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini berfokus pada bagaimana mahasiswi Generasi Z di IAIN Fattahul Muluk Papua memahami, menegosiasikan, dan mempraktikkan penggunaan hijab di tengah tekanan media sosial, keterbatasan ekonomi, serta konteks sosial budaya Papua yang plural. Penelitian ini tidak hanya mengidentifikasi bentuk dan trend hijab yang digunakan, tetapi juga mengeksplorasi makna subjektif, strategi adaptasi, dan pengalaman emosional mahasiswi dalam menghadapi tuntutan estetika digital dan norma religius secara bersamaan.

Tiga gagasan utama dalam Teori Interaksi Simbolik Herbert Mead adalah Pikiran (*Mind*) yaitu: Merujuk pada kapasitas individu dalam mempergunakan simbol (seperti bahasa) untuk memberikan penafsiran dunia. Dengan demikian, keyakinan mahasiswi dalam penggunaan hijab bukanlah sesuatu yang telah ada sebelumnya, melainkan muncul dari interaksi sosial. Diri (*Self*) yaitu: Merupakan identitas yang muncul ketika individu melihat dirinya melalui sudut pandang orang lain. Tindakan mahasiswi, termasuk pilihan terkait penggunaan hijab, dipengaruhi oleh peran-peran yang diambil (*role-taking*) serta oleh ekspektasi komunitas yang telah terinternalisasi dalam diri (konsep *generalized other*). Masyarakat (*Society*), yaitu: Mewakili jejaring interaksi sosial yang mapan dan makna bersama yang menyediakan konteks bagi tindakan individu. Norma, kebiasaan kelompok, dan praktik kolektif terkait penggunaan hijab merupakan hasil dari proses sosial yang berlangsung secara terus-menerus (Setiawan, 2026).

Salah satu cabang filsafat yang disebut estetika berkaitan dengan produksi dan apresiasi selera dan keindahan. Baik unsur visual maupun auditori termasuk dalam konsep keindahan. Evaluasi yang objektif dan subjektif diperlukan. Teori Estetika dalam Mode mengkaji bagaimana unsur-unsur visual seperti warna, pola, tekstur, bentuk, dan komposisi memengaruhi cara orang memandang keindahan dan daya tarik pakaian. Dalam konteks ini, pemilihan warna dan motif hijab dipertimbangkan dari nilai estetika yang memberikan kesan tertentu, seperti feminin, elegan, ceria, atau formal, di samping nilai fungsionalnya (Magdalena, *et.al*, 2022).

Media System Dependency Theory memberikan penawaran tentang perspektif yang teramat luas untuk memberikan pemahaman tentang ketergantungan individu pada media. Teori tersebut mengutarakan bahwa ketergantungan individu pada media dipengaruhi oleh dua factor yaitu: individu sendiri juga kondisisosial. Individu yang mempunyai kebutuhan lebih banyak serta stabilitas sosial yang lebih tinggi memiliki kecenderungan untuk mempunyai ketergantungan lebih tinggi pada media (Rahayu, *et.al*, 2024). Representasi elemen, representasi sistem, dan representasi pendekatan adalah tiga komponen utama representasi Hall dalam proses analisis. Menurut temuan penelitian, hijab *syar'i* enam voal karya Merajut Ilmu Mata Andalucia berfungsi sebagai simbol budaya Islam Andalusia terdahulu (Arnita, *et.al*, 2024).

Hal ini menunjukkan bahwa kreativitas tidak hanya tercermin dalam desain produk tetapi juga dalam cara mengkomunikasikan nilai-nilai merek kepada konsumen melalui komunikasi digital dan narasi visual. Ini membantu kita memahami pentingnya kreativitas dan identitas merek dalam proses menciptakan bisnis fesyen anak muda. Komponen lokal dan prinsip kebebasan berekspresi digabungkan untuk menciptakan identitas merek, yang kemudian disajikan dalam ide visual yang koheren dan relevan dengan ciri khas anak muda perkotaan. Interpretasi pemilik sendiri terhadap cita-cita kebebasan (*jiyuu*) dan jiwa (*tamashi*), yang menjadi dasar filosofi merek, memiliki dampak signifikan pada proses pengembangan bisnis (Mahardika, *et.al*, 2025).

Menurut Teori Sistem Ekologi Urie Bronfenbrenner, lima sistem lingkungan mikrosistem, mesosistem, eksosistem, makrosistem, dan kronosistem memiliki dampak pada perkembangan individu (Goy-Evans, 2025). Bronfenbrenner menekankan bahwa pemahaman tentang bagaimana individu belajar dalam lingkungan pendidikan bergantung pada keterkaitan antara karakteristik peserta didik dan konteks tempat mereka berinteraksi, dengan menyoroti hubungan yang kompleks antar lingkungan tersebut. Pentingnya

konteks budaya yang beragam, nilai-nilai, dan norma yang memengaruhi peserta didik; mengidentifikasi interaksi dan hubungan penting dalam konteks antar budaya yang berkontribusi terhadap adaptasi dan pembelajaran mahasiswa; serta mendorong mahasiswa untuk terlibat dalam lingkungan yang beragam guna mengembangkan kompetensi antar budaya (Tong & An, 2024).

Mikrosistem mencakup dampak teman, pengajar, dan kelompok kampus terhadap pilihan mode mahasiswi Gen Z di IAIN Fattahul Muluk Papua. Hubungan antar komponen kampus, seperti fakultas dan kemitraan organisasi, yang memengaruhi identitas pemakaian hijab dijelaskan oleh mesosistem selain mencerminkan nilai-nilai budaya Islam dan kode pakaian di lingkungan kampus, makrosistem ini juga mencakup dampak media sosial dan peraturan universitas. Terakhir, kronosistem menggambarkan bagaimana makna dan mode hijab telah berkembang dari waktu ke waktu dan seiring dengan kemajuan teknologi. Menurut gagasan ini, pergeseran sosial, budaya, dan temporal berinteraksi untuk membentuk pola hijab Generasi Z.

Secara teoretis, penelitian ini menggunakan perspektif interaksi simbolik untuk memahami bagaimana makna hijab dibentuk melalui interaksi sosial, teori ketergantungan media untuk menjelaskan intensitas pengaruh media sosial terhadap pembentukan preferensi dan standar estetika, serta pendekatan ekologi sosial untuk melihat bagaimana berbagai lapisan lingkungan keluarga, kampus, masyarakat lokal, dan ruang digital berinteraksi dalam membentuk pengalaman berhijab mahasiswi. Pendekatan multidisipliner ini memungkinkan penelitian untuk menangkap fenomena hijab tidak hanya sebagai praktik berpakaian, tetapi sebagai proses sosial, psikologis, dan kultural yang kompleks.

Dengan demikian, studi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baru dalam kajian hijab di Indonesia dengan menghadirkan perspektif dari wilayah timur Indonesia yang selama ini kurang terwakili dalam literatur akademik, sekaligus memperluas pemahaman tentang bagaimana tekanan media sosial dapat memunculkan kecemasan identitas yang khas pada perempuan Muslim muda yang hidup dalam konteks minoritas religius.

METODE

Studi ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif dimana dijelaskan oleh Suharsimi Arikunto bahwa kualitatif deskriptif adalah model analisis memberi gambaran tentang alur logika analisis data (Karmila, *et.al*, 2024). Sedangkan perspektif penelitian yang digunakan adalah fenomena sosial, Dijelaskan oleh Schutz & Luckman mengatakan: Fenomenologi Sosial dimaksudkan untuk merumuskan ilmu sosial yang mampu ‘menafsirkan dan menjelaskan tindakan dan pemikiran manusia’ dengan cara menggambarkan struktur-struktur dasar”....realita yang tampak ‘nyata’ dimata setiap orang yang berpegang teguh pada ‘sikap alamiah (Mayalibit, *et.al*, 2023). Strategi ini dipilih karena studi ini bertujuan untuk memahami makna, motivasi, dan pengalaman subjektif mahasiswi Gen Z dalam memengaruhi dan memahami trend hijab di kampus. Secara khusus, bagaimana mahasiswi memahami hijab sebagai simbol keagamaan serta sebagai sarana representasi diri, ekspresi budaya, dan komunikasi sosial, paradigma fenomenologi sosial bertujuan untuk memahami makna yang mendasari perilaku sosial tersebut.

Untuk menjaga keabsahan interpretasi dan meminimalkan bias subjektif peneliti, penelitian ini menerapkan prinsip *epoché* atau *phenomenological bracketing*. *Epoché* dilakukan dengan cara peneliti secara sadar menangguhkan (*suspending*) asumsi pribadi, pengalaman sebelumnya, serta penilaian normatif tentang praktik berhijab sebelum proses pengumpulan dan analisis data dimulai. Peneliti terlebih dahulu melakukan refleksi diri (*self-reflection*) melalui pencatatan asumsi awal, pandangan keagamaan, serta pengalaman personal terkait hijab dalam bentuk catatan reflektif. Langkah ini bertujuan agar peneliti dapat membedakan antara makna yang berasal dari partisipan dan makna yang berasal dari perspektif pribadi peneliti. Selain *epoché*, penelitian ini juga menerapkan reduksi fenomenologis, yaitu proses menyaring data untuk menemukan esensi pengalaman yang benar-benar berasal dari kesadaran partisipan. Reduksi dilakukan melalui beberapa tahapan. Pertama, peneliti mengumpulkan narasi pengalaman mahasiswi melalui wawancara mendalam tanpa mengarahkan jawaban atau memberikan interpretasi awal. Kedua, seluruh transkrip wawancara dibaca berulang-ulang untuk mengidentifikasi unit makna (*meaning units*) yang berkaitan dengan pengalaman berhijab, tekanan media sosial, serta dinamika identitas diri. Ketiga, peneliti mengelompokkan unit makna tersebut ke dalam tema-tema esensial tanpa menghilangkan konteks pengalaman asli partisipan. Proses reduksi fenomenologis ini bertujuan untuk menghasilkan deskripsi yang bersifat tekstural (apa yang dialami partisipan) dan struktural (bagaimana pengalaman tersebut terjadi dalam konteks sosial dan budaya mereka). Dengan cara ini, hasil penelitian tidak hanya menggambarkan peristiwa yang tampak, tetapi juga mengungkap makna terdalam yang dirasakan oleh mahasiswi ketika mereka berinteraksi dengan norma agama, tekanan media sosial, serta

lingkungan sosial di kampus dan masyarakat. Selama proses penelitian, peneliti juga menerapkan teknik reflektivitas berkelanjutan, yaitu dengan membuat jurnal penelitian yang mencatat proses pengambilan keputusan metodologis, perubahan pemahaman, serta potensi bias yang muncul selama penelitian berlangsung. Jurnal reflektif ini menjadi alat kontrol untuk memastikan bahwa interpretasi yang dihasilkan tetap berakar pada pengalaman partisipan dan bukan pada konstruksi peneliti semata. Dengan menerapkan *epoché*, reduksi fenomenologis, dan reflektivitas, penelitian ini berupaya menjaga integritas paradigma fenomenologi sosial sehingga hasil analisis benar-benar merepresentasikan pengalaman hidup (*lived experiences*) mahasiswa dalam memahami dan mempraktikkan hijab di tengah tekanan sosial dan media digital.

Penelitian ini dilakukan di kampus IAIN Fattahul Muluk Papua di Kota Jayapura, Papua. Mahasiswa Generasi Z di kampus IAIN Fattahul Muluk Papua yang mengenakan jilbab menjadi subjek penelitian. Observasi langsung terhadap mahasiswa Generasi Z di kampus IAIN Fattahul Muluk Papua digunakan sebagai metode pengumpulan data untuk penelitian ini. Penelitian ini dilakukan di kampus IAIN Fattahul Muluk Papua di Jayapura, Papua. Di kampus IAIN Fattahul Muluk Papua, mahasiswa Generasi Z mendiskusikan alasan mereka menjadi subjek penelitian. Sedangkan jumlah informan dalam penelitian ini sebanyak 8 orang yang merupakan mahasiswa aktif dari semester 4 dan 6 dari prodi PGMI sebanyak 3 orang dari semester 6, 2 orang dari PAI semester 6, 1 orang dari PIAUD semester 4, 1 orang dari MPI, semester 6 dan 1 orang dari Perbankan Syariah semester 4. Observasi langsung terhadap mahasiswa Generasi Z di IAIN Fattahul Muluk Papua digunakan sebagai metode pengumpulan data untuk penelitian ini. Selain dokumentasi berupa foto dan catatan observasi, data ini terdiri dari observasi model hijab, gaya, warna, dan cara pemakaiannya. Data sekunder tentang trend hijab, gaya hidup Gen Z, dan budaya fashion kampus dikumpulkan dari berbagai sumber pendukung, termasuk buku, jurnal, makalah ilmiah, berita, dan referensi lainnya. Berdasarkan observasi lapangan dan dokumentasi, peneliti mencoba memberikan deskripsi rinci tentang fenomena trend hijab di kalangan mahasiswa Gen Z di Kampus IAIN Fattahul Muluk Papua menggunakan pendekatan analitik deskriptif kualitatif.

Dengan menggunakan teknik analisis model alir dari Miles dan Huberman, yang membagi data menjadi tiga bagian untuk dianalisis: pertama, dengan melakukan Reduksi Data, yang meliputi meringkas data, memilih elemen kunci, berkonsentrasi pada hal yang penting, dan menghilangkan elemen yang tidak relevan; Kedua, dengan melakukan penyajian data (*presentasi data*), yang meliputi membuat ringkasan yang ringkas, grafik, dan tautan antar kategori, antara lain; dan terakhir, dengan melakukan penarikan kesimpulan dan verifikasi (Muhammad Yusuf, *et.al*, 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Trend Penggunaan Hijab di Kalangan Mahasiswa Gen Z di Kampus IAIN Fattahul Muluk Papua

Model atau Gaya Hijab yang Digunakan

Fenomena hijab di Indonesia menggambarkan beragam gaya dinamis yang selalu mengikuti trend. Hijab persegi, pashmina, turban, hijab sport, hijab cepat, bergo, dan khimar adalah gaya populer di kalangan mahasiswa. Mode-mode ini terbagi menjadi dua kategori: hijab non-syar'i, yang memprioritaskan mode, dan hijab syar'i, yang menutupi aurat sesuai dengan hukum Islam. Selain sebagai kewajiban agama, hijab kini dianggap sebagai cara untuk mengekspresikan diri dan berkontribusi pada evolusi mode Muslim kontemporer (Margareta, *et.al*, 2025). Gaya hijab yang dikenakan oleh mahasiswa Gen Z di IAIN Fattahul Muluk Papua merupakan salah satu fitur penelitian ini. Dengan menggunakan indikator ini, peneliti mencoba untuk mengkarakterisasi beragam gaya hijab, gaya pakaian, dan trend yang mewakili trend mode kontemporer dan ciri khas generasi muda saat ini. Mahasiswa Generasi Z tampaknya mengenakan berbagai macam hijab. Variasi ini menunjukkan bagaimana aktivitas sehari-hari mereka di kampus dipengaruhi oleh media sosial, perubahan trend mode, dan kebutuhan praktis. Bagi mahasiswa, gaya hijab yang mereka pilih adalah cara untuk mengekspresikan diri dan identitas mereka, selain untuk menutupi tubuh mereka.

Desain hijab yang sederhana namun tetap modis mampu menyembunyikan bentuk pipi yang gemuk dengan sempurna, misalnya dengan menggunakan hijab segitiga Paris klasik, yang dikenakan hanya dengan menyematkannya di leher, adalah salah satu contohnya. Selain itu Hijab syar'i yang terbuat dari kain pashmina adalah jenis hijab yang dipandang mudah dipakai, sesuai dengan prinsip menutupi aurat (bagian tubuh) dengan menutupi dada, dan tetap terlihat modis serta mewujudkan prinsip-prinsip Islam.



Gambar 1. Contoh Penggunaan Model atau Gaya Hijab dengan Warna Polos tanpa Motif
Sumber Data: Dokumen Pribadi Tahun 2025

Menurut Herbert Mead, teori interaksionisme simbolik menyoroti bagaimana orang secara alami berkomunikasi dengan masyarakat melalui simbol-simbol yang mereka hasilkan, seperti bahasa tubuh, gerak isyarat, suara, dan ekspresi. Behaviorisme menjadi dasar teori ini, tetapi Mead tidak menyetujui variasi ekstremnya. Metode ini dapat digunakan saat memilih gaya hijab, yang berfungsi sebagai tanda sosial yang mewakili identitas, nilai-nilai, dan interaksi seseorang dengan dunia luar (Efendi, *et.al*, 2024). Lebih lanjut Tiga gagasan utama dalam Teori Interaksi Simbolik Herbert Mead adalah Pikiran (*Mind*) yaitu: Merujuk pada kapasitas individu dalam mempergunakan simbol (seperti bahasa) untuk memberikan penafsiran dunia. Dengan demikian, keyakinan mahasiswi dalam penggunaan hijab bukanlah sesuatu yang telah ada sebelumnya, melainkan muncul dari interaksi sosial. Diri (*Self*) yaitu: Merupakan identitas yang muncul ketika individu melihat dirinya melalui sudut pandang orang lain. Tindakan mahasiswi, termasuk pilihan terkait penggunaan hijab, dipengaruhi oleh peran-peran yang diambil (*role-taking*) serta oleh ekspektasi komunitas yang telah terinternalisasi dalam diri (konsep *generalized other*). Masyarakat (*Society*), yaitu: Mewakili jejaring interaksi sosial yang mapan dan makna bersama yang menyediakan konteks bagi tindakan individu. Norma, kebiasaan kelompok, dan praktik kolektif terkait penggunaan hijab merupakan hasil dari proses sosial yang berlangsung secara terus-menerus (Setiawan, 2026).



Gambar 2. Contoh Penggunaan Model Gaya Hijab *Syar'i* Berbahan Cerutty
Sumber Data: Dokumen Pribadi Tahun 2025

Fenomena hijab di kalangan mahasiswi Generasi Z di IAIN Fattahul Muluk Papua menunjukkan bahwa hijab tidak lagi dimaknai semata sebagai kewajiban religius, tetapi juga sebagai medium ekspresi identitas sosial dan estetika personal. Variasi gaya seperti *pashmina* lilit, hijab segi empat, dan khimar mencerminkan adanya ruang interpretasi yang dinegosiasikan dalam praktik keseharian. Mahasiswi berada di antara dua sistem norma yang saling beririsan: norma syariat yang menekankan kewajiban menutup aurat secara sempurna, dan standar estetika media sosial di platform seperti Instagram dan TikTok yang mendorong tampilan hijab yang lebih ringkas dan modis. Ketegangan ini tidak menimbulkan konflik terbuka, tetapi melahirkan praktik negosiasi identitas, di mana mahasiswi berusaha menyeimbangkan kepatuhan religius dengan kebutuhan untuk tetap terlihat modern dan diterima secara sosial. Hijab dalam konteks ini berfungsi sebagai simbol sosial yang sarat makna. Mahasiswi tidak menerima makna hijab secara pasif, tetapi menafsirkannya melalui interaksi dengan keluarga, teman, dosen, dan paparan influencer digital. Persepsi bahwa berhijab dapat sekaligus religius dan fashionable membentuk standar baru tentang “hijab yang pantas” dan “hijab yang keren”.

Secara empiris, negosiasi identitas tampak dalam beberapa strategi: kompromi estetis (memilih *pashmina* namun tetap berusaha menutupi dada), kontekstualisasi situasional (menggunakan hijab lebih *syar'i* pada acara formal atau keagamaan), serta rasionalisasi religius bahwa niat berhijab sudah merepresentasikan ketaatan. Strategi ini menunjukkan bahwa mahasiswi tidak pasif terhadap norma, tetapi secara aktif membentuk identitasnya melalui proses refleksi dan penyesuaian sosial.

Penggunaan hijab di kalangan mahasiswi Generasi Z di IAIN Fattahul Muluk Papua mencerminkan proses negosiasi identitas yang kompleks antara tuntutan religius dan estetika digital. Hijab tidak lagi dipahami secara tunggal sebagai simbol kesalehan, tetapi juga sebagai medium komunikasi identitas sosial, gaya hidup, dan afiliasi generasional. Mahasiswi tidak sepenuhnya menolak syariat maupun trend, melainkan mengembangkan praktik berhijab yang berada di antara keduanya. Hal ini menunjukkan bahwa identitas keagamaan pada generasi muda bersifat fleksibel, kontekstual, dan terbentuk melalui interaksi simbolik yang terus-menerus. Dengan demikian, fenomena *pashmina* lilit yang tidak selalu menutupi dada bukan semata bentuk penyimpangan dari norma syariat, tetapi merupakan hasil dari proses sosial di mana mahasiswi berupaya mempertahankan legitimasi religius sekaligus memperoleh penerimaan sosial dalam budaya digital.

Warna dan Motif yang Menjadi Trend

Hukum Islam mendefinisikan bentuk dan tujuan hijab, yang juga dikenal sebagai jilbab dan penutup kepala. Namun, tujuan asli hijab sebagai penutup bagi wanita telah berubah seiring waktu. Saat ini, makna religius hijab kurang penting dibandingkan daya tarik pemakainya. Dengan beragam bentuk, jenis, warna, serta tema, desain hijab yang terdapat di pasaran saat ini tampak lebih modis untuk digunakan, sehingga sangat diminati dan populer di kalangan wanita Muslim di Indonesia.

Trend hijab mahasiswi Gen Z IAIN Fatahul Muluk Papua dapat dilihat dari warna dan tema yang mereka pilih, selain gaya jilbab mereka. Untuk mengkomunikasikan kepribadian, sikap, dan selera gaya seorang mahasiswi, warna dan motif merupakan elemen penting. Pilihan warna dipengaruhi oleh media sosial, trend mode terkini, dan keinginan untuk menyesuaikan dengan pakaian sehari-hari. Akibatnya, indikasi "warna dan motif yang sedang trend" digunakan untuk menggambarkan kecenderungan estetika dan preferensi visual mahasiswi Gen Z yang mengenakan hijab di kampus. Mahasiswi menyukai warna netral diantaranya hitam dan coklat susu dan polos tanpa motif yang populer di kalangan Generasi Z yang dipandang mampu melengkapi pakaian apa pun, dan menghindari hijab bermotif, terutama yang bermotif tulip, karena dianggap biasanya dikenakan oleh orang yang lebih tua dan terlalu mencolok. Mahasiswi lebih menyukai hijab yang menutupi dada karena sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, termasuk menutupi aurat (keindahan). Akan tetapi ada pula mahasiswi yang memandang bahwa penggunaan hijab untuk tujuan estetika tanpa mengikuti ajaran Islam, seperti tidak menutupi dada dan memperlihatkan leher dan rambut mereka.

Pierre Bourdieu menyatakan bahwa lingkungan sosial, pengalaman, dan identitas budaya bawaan individu memengaruhi preferensi estetika mereka, khususnya yang berkaitan dengan mode (Paul Geary, 2020). Sistem mode, dalam pengertian luas, merupakan salah satu *dispositif* tersebut. Ia bukan sekadar membedakan *in* dan *out*; ia membentuk tubuh, memproduksi hasrat, dan mengatur presentasi diri. Pembedaan *in/out* menjadi teknologi diri yang mendorong subjek mengkurasi citra, memantau trend, dan mengoptimalkan visibilitas (Pedroni, 2025b). Studi mode telah melampaui masa kanak-kanak metaforisnya. Ia beralih dari lensa menjadi objek; dari analogi menjadi metode. Mode bukan sekadar cermin kehidupan sosial; ia adalah kondisi kemungkinan kehidupan sosial itu sendiri. Tantangan ke depan adalah merangkul mode bukan sebagai ornamen remeh, melainkan sebagai medan inti imajinasi sosiologis (Pedroni, 2025a).



Gambar 3. Trend *Earthy Tone* dalam Busana Kasual Mahasiswa IAIN Fattahul Muluk Papua
Sumber Data: Dokumentasi Pribadi Tahun 2025

Cara berpikir ini konsisten dengan kecenderungan warna dan pola Generasi Z, di mana preferensi estetika mereka dipengaruhi oleh konstruksi sosial dan identitas kelompok di samping daya tarik estetika. Dalam konteks mode Generasi Z, pemilihan corak dan pola modis tertentu mewakili jenis ekspresi artistik yang dipengaruhi oleh lingkungan sosial, budaya populer, dan cita-cita estetika yang menarik bagi kelompok usia tersebut. Pilihan estetika Generasi Z terkait warna dan motif merupakan hasil kombinasi pengaruh sosial dan preferensi individu yang membentuk selera mereka. Warna dan motif hijab menunjukkan bahwa praktik berhijab di kalangan mahasiswi Gen Z IAIN Fattahul Muluk Papua mengalami pergeseran makna dari sekadar kewajiban normatif menuju arena ekspresi estetika dan identitas sosial. Secara normatif, Islam telah menetapkan prinsip dasar hijab sebagai penutup aurat. Namun dalam praktik kontemporer, dimensi estetika, warna, motif, dan keserasian dengan busana menjadi faktor dominan dalam preferensi penggunaan hijab.

Mahasiswi cenderung memilih warna netral seperti hitam dan coklat susu serta model polos tanpa motif. Pilihan ini dipersepsikan sebagai: Lebih fleksibel dan mudah dipadukan dengan berbagai *outfit*. Lebih minimalis dan sesuai dengan karakter generasi muda. Tidak mencolok dan tidak diasosiasikan dengan kelompok usia yang lebih tua. Sebaliknya, hijab bermotif mencolok (misalnya motif floral seperti tulip) kurang diminati karena dianggap tidak merepresentasikan identitas generasi mereka. Hal ini menunjukkan adanya konstruksi simbolik terhadap warna dan motif: estetika bukan sekadar persoalan selera pribadi, tetapi juga penanda generasional dan posisi sosial.

Preferensi terhadap warna dan motif dapat dipahami melalui konsep *habitus* dan *taste*. Selera estetika bukan pilihan individual yang otonom, melainkan hasil internalisasi struktur sosial, pengalaman hidup, serta pengaruh lingkungan budaya. Pilihan warna netral dan gaya minimalis mencerminkan *habitus* Generasi Z yang terbentuk melalui: Paparan media sosial, Budaya visual digital yang menonjolkan estetika *clean* dan minimal, Norma kolektif kelompok sebaya. Selera tersebut sekaligus berfungsi sebagai mekanisme diferensiasi simbolik membedakan diri dari generasi sebelumnya maupun kelompok lain. Dengan kata lain, warna dan motif menjadi sarana *distinction* sosial.

Sistem mode tidak hanya memproduksi kategori “*in*” dan “*out*”, tetapi juga membentuk subjektivitas. Warna netral dan model polos yang sedang “*in*” mendorong mahasiswi untuk mengkurasi citra diri agar selaras dengan standar estetika kolektif. Mekanisme ini berfungsi sebagai teknologi diri (*technology of the self*), di mana individu secara sadar maupun tidak menyesuaikan tampilan mereka untuk memperoleh penerimaan sosial dan visibilitas positif. Namun demikian, terdapat juga variasi praktik: sebagian mahasiswi tetap menekankan prinsip *syar’i* dengan memilih hijab yang menutupi dada, sementara sebagian lainnya lebih menonjolkan aspek estetika tanpa sepenuhnya mengikuti ketentuan normatif. Variasi ini menunjukkan adanya negosiasi antara nilai religius dan tuntutan mode.

Sumber Inspirasi Gaya Hijab

Munculnya trend fesyen Muslim, khususnya di Indonesia, sangat dipengaruhi oleh globalisasi. Gaya yang dikenakan oleh perempuan Muslim sangat mencerminkan pergeseran trend fesyen Muslim ini. Pilihan fesyen perempuan Muslim telah berevolusi, terutama terkait dengan jilbab. Ada banyak sekali gaya jilbab yang khas dan menarik yang tersedia saat ini (Nurirvanet, *et.al*, 2024). Sumber informasi utama mahasiswi tentang hijab adalah media sosial. Karena mayoritas mahasiswi Gen Z menggunakan

media sosial secara teratur untuk mencari trend baru, hal ini berdampak besar pada gaya hijab mereka. Seiring waktu, gaya hijab mahasiswa mencerminkan kepribadian dan selera gaya mereka, meningkatkan kenyamanan dan kepercayaan diri mereka.

Namun, gaya hijab para mahasiswa disesuaikan dengan situasi dan lingkungan, bukan semata-mata berdasarkan selera pribadi. Misalnya, mahasiswa Gen Z akan memodifikasi gaya hijab mereka agar sesuai dengan lingkungan pendidikan yang sopan dan formal. Namun, mereka biasanya mengenakan hijab yang sesuai dengan tingkat kenyamanan dan kepribadian mereka saat belajar di luar ruangan atau dalam situasi yang kurang formal. Terkadang mahasiswa mengikuti trend Tik Tok yang salah satunya akun Ebel yang menjadi sumber inspirasi untuk pilihan hijab dan busana Muslimnya. Meskipun demikian, mereka tetap memilih gaya hijab sesuai selera pribadinya, yang memberinya lebih banyak kepercayaan diri. Mahasiswa kebanyakan menghindari gaya hijab tanpa peniti yang dipandang kurang menarik. Selain itu, bahwa busana ala Sabrina tidak cocok untuk mengenakan hijab karena bertentangan dengan nilai-nilai kesopanan dan gaya busana yang dianutnya.

Fulk, *et.al* menjelaskan bagaimana hubungan sosial individu membentuk penggunaan media oleh individu tersebut. Cara individu menggunakan dan mengadopsi media sangat dipengaruhi oleh evaluasi individu terhadap teknologi media, yang mencakup bagaimana teknologi tersebut, fitur-fiturnya, serta kegunaannya dipersepsikan dan dinilai. Pengaruh sosial dapat terjadi melalui komunikasi langsung, pembelajaran sosial atau tidak langsung dengan mengamati orang lain, norma kelompok, serta definisi sosial mengenai rasionalitas. Istilah “definisi sosial tentang realitas” merujuk pada alasan-alasan yang diterima secara sosial untuk menampilkan perilaku tertentu. Dalam suatu kelompok sosial, norma tidak hanya mengatur bentuk penggunaan media yang dianggap wajar, tetapi juga praktik pemaknaan (*sense-making*) yang diterima (Wolfers, 2024).



Gambar 4. Contoh Pemakaian Hijab Trend Terinspirasi dari Konten Kreator
Sumber Data: Dokumentasi Pribadi Tahun 2025

Perkembangan fesyen Muslim di Indonesia erat kaitannya dengan globalisasi dan digitalisasi. Media sosial, khususnya TikTok, telah mengubah cara pengetahuan tentang busana Muslim diproduksi dan dikonsumsi. Jika sebelumnya referensi berpakaian berasal dari keluarga, ulama, atau media cetak, kini mahasiswa lebih banyak belajar melalui video tutorial, *mix and match*, dan transformasi gaya hijab yang bersifat visual, cepat, dan mudah ditiru. Akibatnya, pemahaman tentang hijab tidak hanya dibentuk oleh teks agama, tetapi juga oleh budaya visual digital.

Dalam konteks ini, akun seperti Ebel berperan sebagai *opinion leader* yang mengkurasi standar estetika hijab sekaligus memberi legitimasi sosial terhadap gaya tertentu melalui popularitas digital. Otoritas dalam menentukan “hijab yang baik” tidak lagi hanya berasal dari institusi agama, tetapi juga dari figur populer di media sosial. Fenomena ini dapat dibaca secara ganda. Di satu sisi, ia menunjukkan komodifikasi agama, karena hijab dipresentasikan sebagai objek estetika yang mengikuti logika trend dan *engagement*. Di sisi lain, akun seperti Ebel juga berfungsi sebagai sarana literasi visual baru, karena mahasiswa memperoleh pengetahuan praktis tentang teknik berhijab, kombinasi warna, dan batas kesopanan dalam konteks akademik. Meskipun demikian, mahasiswa tidak menerima trend secara pasif. Mereka tetap menyeleksi gaya berdasarkan kenyamanan, norma kampus, dan pemahaman tentang aurat, misalnya dengan menolak gaya tanpa peniti atau busana Sabrina yang dianggap tidak sesuai. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial memang berpengaruh, tetapi keputusan akhir tetap berada pada agensi individu yang dipengaruhi oleh norma kelompok dan lingkungan sosial.

TikTok telah menjadi ruang utama produksi dan distribusi pengetahuan tentang busana Muslim bagi mahasiswi Gen Z. Akun seperti Ebel berfungsi sebagai agen budaya yang membentuk standar estetika hijab sekaligus menjadi rujukan praktis dalam berpakaian. Fenomena ini memiliki dua wajah: Pertama, sebagai komodifikasi agama, karena simbol religius diproduksi dalam logika popularitas dan konsumsi, Kedua, sekaligus sebagai bentuk baru literasi busana Muslim, karena menyediakan pengetahuan praktis yang membantu Muslimah berpakaian sesuai konteks modern. Mahasiswi tidak sepenuhnya terhegemoni oleh media sosial; mereka tetap melakukan proses seleksi berdasarkan nilai kesopanan dan norma kampus. Dengan demikian, budaya visual digital tidak hanya mengubah cara hijab ditampilkan, tetapi juga mengubah **cara** Muslimah belajar, memahami, dan mempraktikkan ajaran berpakaian dalam kehidupan sehari-hari.

Trend Hijab dalam Merepresentasikan Identitas Keislaman dan Kebudayaan di Kalangan Mahasiswi Gen Z

Representasi Nilai-Nilai Keislaman dalam Gaya Berhijab

Istilah "Representasi Nilai-Nilai Islam dalam Gaya Hijab" menggambarkan bagaimana prinsip-prinsip dasar ajaran Islam tercermin dalam praktik dan gaya hijab. Kesopanan (adab), kerendahan hati, ketaatan pada *syariah* (seperti menutupi alat kelamin), agama, dan identitas Islam adalah beberapa contoh dari ciri-ciri tersebut. Dalam konteks trend hijab mahasiswi Gen Z, representasi ini melampaui sekadar menutupi alat kelamin hingga mencakup bagaimana hijab dikenakan sebagai pernyataan identitas keagamaan dalam menghadapi mode dan budaya kontemporer (Margareta, *et.al*, 2025). Cara mahasiswi Gen Z di IAIN Fattahul Muluk Papua menampilkan nilai-nilai Islam melalui pemakaian hijab mereka diteliti menggunakan indikator "Representasi Nilai-Nilai Islam dalam Gaya Pemakaian Hijab". Penting untuk menentukan apakah gaya hijab masih menjunjung tinggi nilai-nilai kesopanan, kesederhanaan, dan ketaatan pada ajaran Islam, meskipun semakin beragam dan dipengaruhi oleh trend kontemporer. Indikator ini menunjukkan sejauh mana trend hijab yang muncul di kampus masih konsisten dengan prinsip-prinsip Islam yang membimbing praktik hijab.

Karena dianggap lebih rapi dan sesuai dengan gagasan menutupi aurat (penutup tubuh), mahasiswi lebih memilih hijab tipe yang diikatkan di dada. Karena sesuai dengan aturan berpakaian Islami dan memberikan penampilan yang sopan, gaya ini menjadi favoritnya. Informan juga mengakui bahwa media, khususnya tutorial hijab, merupakan sumber inspirasi dan rekomendasi penting untuk memilih gaya hijab yang umum. Motivasi utama dalam memilih gaya hijab adalah untuk menutupi aurat dengan benar, menunjukkan kesopanan, dan sesuai dengan norma sosial yang berlaku. Informan tersebut menyimpulkan dengan menyatakan pendapatnya bahwa mengikuti trend hijab yang modis dan kontemporer tidak apa-apa selama tidak mengabaikan tujuan dasar jilbab yaitu menutupi tubuh. Betapa pentingnya menghargai pilihan gaya hijab unik setiap orang tanpa membuat komentar yang meremehkan penampilan orang lain.

Hall berpendapat bahwa media dan budaya memainkan peran utama dalam membantu memahami representasi dan bagaimana hal itu memengaruhi persepsi kita tentang realitas sosial (Iswara & Moerdisuroso, 2023). Hall berpendapat bahwa media dan budaya memainkan peran utama dalam membantu kita memahami representasi dan bagaimana hal itu memengaruhi persepsi tentang realitas sosial. Dalam konteks penggambaran hijab, tesis Hall menekankan bahwa media, terutama media sosial dan materi digital, tidak hanya menggambarkan gaya hijab sebagai trend mode tetapi juga memengaruhi persepsi dan interpretasi publik tentang identitas, kesopanan, dan nilai-nilai agama yang melekat pada pemakaian hijab. Oleh karena itu, bagaimana pemakai hijab digambarkan di media memengaruhi persepsi publik tentang peran hijab sebagai simbol identitas dan ekspresi diri serta standar estetika dan preferensi mode.



Gambar 5. Potret Hijab Yang Mempresentasikan Nilai-Nilai Keislaman dalam Gaya Berhijab
Sumber Data: Dokumentasi Pribadi Tahun 2025

Mahasiswi Gen Z di IAIN Fattahul Muluk Papua tidak hanya mengenakan hijab sebagai kewajiban religius, tetapi juga sebagai sarana ekspresi identitas di ruang sosial digital. Mereka melakukan negosiasi identitas antara norma syariat yang menuntut penutupan aurat secara sempurna dan norma estetika media sosial yang mendorong tampilan hijab yang modis, rapi, dan fotogenik, terutama melalui trend *pashmina* lilit di platform seperti TikTok dan Instagram. Negosiasi ini terlihat dari upaya mahasiswi mempertahankan fungsi hijab sebagai simbol ketaatan sekaligus menyesuakannya dengan tuntutan visual digital. Hijab tidak lagi hanya berfungsi sebagai penutup aurat, tetapi juga sebagai medium komunikasi identitas, sarana penerimaan sosial, dan pembentuk citra diri. Hal ini menunjukkan bahwa identitas religius mahasiswi bersifat fleksibel dan kontekstual, karena mereka secara aktif menyeleksi dan memodifikasi gaya hijab agar tetap berada dalam batas yang mereka anggap islami.

Dalam konteks generasi digital, hijab tetap merepresentasikan nilai kesopanan dan ketaatan, namun maknanya meluas menjadi bagian dari budaya populer. Media sosial berperan sebagai ruang produksi makna baru melalui tutorial, influencer, dan konten fesyen yang membentuk standar visual tentang hijab yang dianggap rapi, cantik, dan tetap “*syar’i*”. Akibatnya, penilaian terhadap kesopanan tidak hanya bersumber dari teks agama, tetapi juga dari representasi visual yang beredar di ruang digital.

Secara empiris, negosiasi identitas tampak dalam tiga pola utama: kompromi estetis (memilih gaya modis namun tetap menutup dada), justifikasi religius terhadap trend selama tidak melanggar prinsip dasar aurat, serta toleransi terhadap keberagaman gaya sebagai bentuk adaptasi terhadap pluralitas di media sosial. Strategi ini menunjukkan bahwa mahasiswi tidak pasif terhadap norma, melainkan aktif merekonstruksi identitas religiusnya dalam konteks sosial yang terus berubah.

Mahasiswi tidak berada dalam posisi dikotomis antara syariat dan fashion, melainkan melakukan proses negosiasi aktif untuk mengharmoniskan keduanya. Gaya hijab seperti *pashmina* lilit tidak selalu dimaknai sebagai penyimpangan, tetapi sebagai bentuk adaptasi estetika selama masih memenuhi batas minimal syariat. Media sosial berperan sebagai agen kultural yang membentuk standar baru kesopanan visual, sehingga pemahaman tentang hijab tidak lagi hanya berbasis teks agama, tetapi juga berbasis representasi digital. Representasi nilai-nilai Islam dalam hijab generasi Z bersifat dinamis, performatif, dan kontekstual, bukan kaku dan tunggal. Negosiasi ini pada akhirnya menghasilkan identitas religius yang hibrid: tetap islami secara normatif, tetapi modern secara visual. Dengan demikian, fenomena hijab di kalangan mahasiswi Gen Z di Papua menunjukkan bahwa praktik keagamaan tidak terlepas dari proses sosial dan budaya, dan identitas Islam tidak hanya diwariskan, tetapi terus dinegosiasikan dalam ruang interaksi digital dan sosial yang berubah.

Kreativitas dan Inovasi Fashion Hijab Lokal

Inovasi fesyen hijab lokal sering kali merupakan hasil upaya untuk mencapai keseimbangan antara trend fesyen kontemporer dan ajaran agama (kesopanan). Daya cipta para perancang busana Muslim melampaui estetika hingga mencakup adaptasi prinsip-prinsip Islam terhadap konteks sosial dan budaya kontemporer (Nurirvan, *et.al*, 2024). Mahasiswi Gen Z diharapkan mampu menciptakan ekspresi fesyen yang memadukan prinsip-prinsip Islam dengan komponen estetika dan budaya regional. Pilihan motif, bahan, metode penataan gaya, dan adaptasi trend yang spesifik untuk identitas budaya lingkungan kampus semuanya menunjukkan daya cipta ini. Sangat dibutuhkan berbagai inovasi desain hijab lokal melestarikan ciri khas regional sambil tetap menjunjung tinggi standar fesyen yang sopan, yang merupakan komponen dari kebiasaan mengenakan hijab.

Mahasiswi terkadang mengenakan hijab model segitiga, yang sebagian besar mengenakan *pashmina*, ia memilih gaya ini karena membuat hijab segitiganya terlihat menonjol dan berbeda. Terkadang menambahkan aksesoris berupa jepit rambut dengan desain rumit agar tidak terlihat membosankan. Mereka berusaha mengenakan hijab sesuai dengan ajaran dan peraturan hukum Islam, meskipun mengikuti trend terkini, juga menghindari hijab dengan kain atau tema tradisional dan lebih memilih gaya yang lebih sederhana yang, menurutnya, lebih sesuai dengan kepribadiannya.

David A. Aaker mendefinisikan identitas merek sebagai kumpulan nilai, simbol, dan makna yang dikembangkan diciptakan dan dipertahankan perusahaan untuk memberikan kesan dan janji yang konsisten dan mudah dikenali dan diberikan kepada pelanggannya (Wardhana, 2024:121). Adidam mengatakan: Identitas merek merupakan representasi strategis sertadisengaja dari sebuah merek, yang melingkupi elemen visual, verbal, serta emosional yang dengan cara kolektif memberikan perbedaan merek itu dari para pesaingnya. Identitas merek merupakan ekspresi luar dari merek, mencakup nama, logo, slogan, skema warna, serta estetika visual secara menyeluruh. Identitas merek memiliki fungsi sebagai sarana mendasar pada pengenalan konsumen serta memberikan lambang posisi unik merek di pasaran (Wardhana, 2024:121).



Gambar 6. Inovasi Gaya Hijab Fungsional dan Layering dalam Aktivitas Sosial
Sumber Data: Dokumentasi Pribadi Tahun 2025

Kreativitas dalam fashion hijab lokal merupakan proses dialektis antara nilai religius, identitas budaya, dan dinamika trend kontemporer. Inovasi tidak semata-mata berorientasi pada estetika, tetapi juga pada upaya menjaga kesopanan sebagai prinsip normatif Islam. Secara konseptual, inovasi hijab lokal dipahami sebagai bentuk adaptasi ajaran Islam dalam konteks sosial modern. Mahasiswi Gen Z tidak hanya mengikuti trend global, tetapi juga melakukan proses seleksi dan modifikasi agar tetap selaras dengan norma syariah dan identitas lingkungan kampus. Hal ini terlihat dari: Eksplorasi model dan gaya penggunaan hijab segitiga yang dipadukan dengan pashmina untuk menciptakan tampilan unik. Penambahan elemen kreatif seperti aksesoris jepit rambut untuk menghindari kesan monoton. Selektivitas budaya cenderung menghindari kain atau tema tradisional tertentu dan memilih gaya sederhana yang sesuai dengan kepribadian. Konsistensi normatif tetap berupaya mematuhi ketentuan hukum Islam dalam menutup aurat. Dengan demikian, kreativitas yang muncul bukanlah bentuk liberalisasi tanpa batas, melainkan kreativitas yang terkendali oleh nilai agama dan norma sosial. Identitas dibangun melalui kumpulan nilai, simbol, dan makna yang diciptakan dan dipertahankan secara konsisten untuk membedakan suatu entitas. Jika ditarik ke konteks hijab lokal, maka nilai kesopanan, estetika sederhana, serta ciri khas budaya kampus dapat dipahami sebagai “identitas simbolik” yang membentuk karakter fashion hijab tersebut.

Konsep identitas merek sebagai representasi strategis dan disengaja yang mencakup elemen visual, verbal, dan emosional sebagai pembeda. Dalam konteks hijab lokal, elemen visual (model, warna, aksesoris), nilai simbolik (kesopanan dan religiusitas), serta ekspresi personal menjadi sarana diferensiasi dan pengenalan identitas di ruang sosial kampus. Dengan demikian, praktik berhijab mahasiswi dapat dipahami sebagai proses konstruksi identitas: mereka bukan hanya konsumen trend, tetapi juga produsen makna yang mengartikulasikan identitas religius dan kultural melalui pilihan fashion.

Pengaruh Lingkungan Sosial dan Budaya Kampus

Media sosial, komunitas universitas, dan kelompok sebaya semuanya dapat memberikan tekanan pada orang untuk mengadopsi trend hijab tertentu. Ekspektasi sosial adalah sumber tekanan ini karena hijab mewakili status, identitas agama, dan "gaya hidup Muslim modern" selain sebagai alat untuk menutupi tubuh (Triasari & Zamhari, 2021). Banyak orang merasa tertekan untuk membeli hijab baru secara berkala agar "tetap mengikuti perkembangan" karena trend hijab terus berubah. Kebiasaan belanja mahasiswi sangat dipengaruhi oleh trend fesyen hijab; mahasiswi membeli beberapa hijab untuk mengikuti gaya terbaru (Rosyada & Hendri Hermawan Adinugraha, 2022). Menganalisis bagaimana interaksi sosial, kebiasaan, dan budaya yang muncul di lingkungan universitas memengaruhi sudut pandang dan perilaku mahasiswi, termasuk pilihan pakaian seperti gaya hijab, dilakukan melalui lensa lingkungan sosial dan budaya kampus. Melalui pengaruh teman sebaya, organisasi mahasiswi, lembaga kebijakan, dan iklim akademik, lingkungan kampus ruang sosial yang dinamis memainkan peran penting dalam mengembangkan identitas, preferensi, dan gaya hidup mahasiswi. Dengan menggunakan indikator ini, penelitian ini mengamati seberapa besar budaya kampus membentuk trend hijab dan bagaimana penerimaan mahasiswi serta kebiasaan berpakaian dipengaruhi oleh idealisme sosial kampus.

Ada pula mahasiswi yang menyukai hijab sederhana seperti Paris Jadul, Pashmina Ceruti, dan Bela Square. Hal ini dilakukan akibat sering mengikuti trend gaya hijab di media sosial, seperti tutorial hijab atau ide fashion, terkadang juga mengenakan gaya hijab terbaru atau merek terkenal namun gaya hijab tersebut tetap menjaga kesopanan di antara teman-temannya, seperti menutupi dadanya dengan satu sisi hijab dan menggantungkan sisi lainnya di lehernya.

Uri Bronfenbrenner percaya bahwa perkembangan manusia dipengaruhi oleh konteks lingkungan (Goy-Evans, 2025). Bronfenbrenner menekankan bahwa pemahaman tentang bagaimana individu belajar dalam lingkungan pendidikan bergantung pada keterkaitan antara karakteristik peserta didik dan konteks tempat mereka berinteraksi, dengan menyoroti hubungan yang kompleks antar lingkungan tersebut. Pentingnya konteks budaya yang beragam, nilai-nilai, dan norma yang memengaruhi peserta didik; mengidentifikasi interaksi dan hubungan penting dalam konteks antar budaya yang berkontribusi terhadap adaptasi dan pembelajaran mahasiswa; serta mendorong mahasiswa untuk terlibat dalam lingkungan yang beragam guna mengembangkan kompetensi antar budaya (Tong & An, 2024).



Gambar 7. Potret Mahasiswi Berhijab dalam Interaksi Kelompok Sebaya di Lingkungan Kampus
Sumber Data: Dokumentasi Pribadi Tahun 2025

Pilihan gaya hijab mahasiswi tidak terbentuk secara individual semata, tetapi merupakan hasil interaksi kompleks antara media sosial, kelompok sebaya, dan budaya kampus sebagai ruang sosial. Media sosial berperan sebagai sumber referensi trend dan standar estetika. Trend hijab yang cepat berubah menciptakan tekanan simbolik untuk terus memperbarui penampilan agar tetap relevan dengan “gaya hidup Muslim modern”. Dalam konteks ini, hijab tidak hanya berfungsi sebagai penutup aurat, tetapi juga sebagai simbol status sosial, identitas religius, dan gaya hidup. Kelompok sebaya dan komunitas kampus memperkuat proses konformitas sosial. Mahasiswi cenderung menyesuaikan gaya hijab agar diterima dalam lingkaran sosialnya. Misalnya, meskipun mengikuti trend terbaru atau merek terkenal, mereka tetap menjaga standar kesopanan yang berlaku di lingkungan kampus, seperti memastikan hijab menutupi dada. Ini menunjukkan adanya negosiasi antara ekspresi diri dan penerimaan sosial. Budaya kampus sebagai ruang sosial yang dinamis membentuk preferensi dan kebiasaan berpakaian melalui: Norma kesopanan akademik, Iklim religius institusi, Interaksi antarorganisasi dan pertemanan, Kebiasaan kolektif yang berkembang.

Dalam perspektif ekologi perkembangan, perilaku individu dipengaruhi oleh sistem lingkungan yang saling berinteraksi. Lingkungan kampus dapat dipahami sebagai bagian dari *microsystem* dan *mesosystem* yang secara langsung memengaruhi pembentukan identitas dan perilaku mahasiswi. Interaksi antara karakteristik individu (nilai religius, preferensi estetika) dan konteks sosial (norma kampus, budaya teman sebaya, media digital) membentuk pola adaptasi gaya hijab. Dengan demikian, trend hijab di kampus bukan hanya fenomena mode, tetapi juga fenomena sosial-budaya yang merefleksikan proses adaptasi, konformitas, dan pembentukan identitas dalam lingkungan pendidikan.

KESIMPULAN

Penggunaan hijab di kalangan mahasiswi Generasi Z di IAIN Fattahul Muluk Papua menunjukkan proses negosiasi identitas antara tuntutan syariat dan estetika digital. Hijab tidak lagi dimaknai semata sebagai simbol kesalehan, tetapi juga sebagai media ekspresi identitas sosial dan gaya hidup. Mahasiswi tidak menolak norma agama maupun trend, melainkan mengembangkan praktik berhijab yang berada di antara keduanya, sehingga identitas religius mereka bersifat fleksibel dan kontekstual. Gaya seperti

pashmina lilit yang tidak selalu menutupi dada mencerminkan upaya mempertahankan legitimasi religius sekaligus memperoleh penerimaan dalam budaya visual digital. Sistem mode dan media sosial membentuk standar estetika baru yang mendorong mahasiswi mengkurasi penampilan demi visibilitas dan penerimaan sosial, meskipun mereka tetap melakukan seleksi berdasarkan norma kesopanan dan aturan kampus. TikTok dan influencer hijab berperan sebagai agen budaya yang memproduksi sekaligus menyebarkan pengetahuan busana Muslim. Fenomena ini memperlihatkan dua sisi: komodifikasi simbol religius dalam logika popularitas, sekaligus munculnya literasi busana Muslim berbasis digital. Secara keseluruhan, mahasiswi tidak berada dalam dikotomi antara syariat dan fashion, tetapi melakukan negosiasi aktif untuk mengharmoniskan keduanya. Praktik berhijab menjadi sarana konstruksi identitas, di mana nilai religius, preferensi estetika, dan lingkungan sosial kampus saling berinteraksi membentuk identitas religius yang hybrid tetap islami secara normatif, namun modern secara visual.

Peneliti menyarankan agar mahasiswi Gen Z menjaga keseimbangan antara mengikuti trend fesyen hijab dan prinsip-prinsip Islam agar tetap mencerminkan identitas religius yang positif. Perguruan tinggi seperti IAIN Fattahul Muluk Papua perlu menyediakan edukasi melalui seminar atau lokakarya tentang fesyen hijab yang sesuai syariah. Pelaku industri hijab lokal juga didorong untuk terus berinovasi dengan memadukan estetika modern, budaya lokal, dan nilai syariah. Selain itu, generasi muda perlu lebih selektif dalam mengonsumsi konten trend hijab di media sosial. Penelitian selanjutnya disarankan memperluas cakupan wilayah dan kelompok sosial guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terimakasih kepada Ka. Prodi PGMI dan Dosen pengampu mata kuliah Sosiologi Agama di IAIN Fattahul Muluk Papua yang telah memberikan izin kepada peneliti untuk melakukan penelitian berkaitan dengan Hijab yang digunakan oleh mahasiswi di Kampus IAIN Fattahul Muluk Papua.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, F. (2025). Fenomena Berjilbab di Kalangan Generasi Z: Studi Tentang Konsep Diri, Motivasi, dan Pola Interaksi Sosial di Fakultas Agama Islam UIKA Bogor. *Dirosh Islamiyah*, 7(1), 12–21. <https://doi.org/10.47467/jdi.v7i1.5745>
- Arnita, S., Heryanto, G.G., Hemansah, T., & Fanshoby, M. (2024). Representasi Hijab Voal Syar'i pada Akun Instagram @merajutkisah. *MEYARSA; Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Dakwah*, 5(1), 14–33. <https://doi.org/10.19105/meyarsa.v5i1.10135>
- Astuti, R.F., & Aini, S. (2024). Mengurangi Diskriminasi Terhadap Wanita Berhijab Syar'i; Perspektif Nilai Kemanusiaan. *An-Nur; Jurnal Studi Islam*, 16(1), 127–142. <https://doi.org/10.37252/annur.v16i1.884>
- Efendi, E., Fadila, F., Tariq, K., Pratama, T., & Azmi, W. (2024). Interaksionisme Simbolik dan Praktis. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 4(3), 1088–1095. <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v4i3.514>
- Geary, P. (2020). The Production of Taste; Ecologies, Intersection, Implications. *Studies in Theatre and Performance*, 40, 280–291. <https://doi.org/10.1080/14682761.2020.1807193>
- Goy-Evans, O. (2025). *Bronfenbrenner's Ecological Systems Theory*. Simply Psychology. https://www.simplypsychology.org/bronfenbrenner.html?utm_source=chatgpt.com
- Iswara, N. R., & Moerdisuroso, I. (2023). *Analisis Teori Representasi Stuart Hall Pada "the Old Guitarist" Karya Pablo Picasso*.
- Karmila, K., Yusuf, M., Iribaram, S., Sudirman, S., Rasyid, M. R., & Kadir, A. (2024). Kerukunan Umat Beragama melalui Sekolah Yayasan Pendidikan Kristiani di Kampung Muslim Namatota. *EDUKATIF; Jurnal Ilmu Pendidikan*, 6(3), 2320–2335. <https://doi.org/10.31004/edukatif.v6i3.6623>
- Magdalena, E., Natalia, D., Pranata, A., & Wijaya, N. J. (2022). Filsafat dan Estetika Menurut Arthur Schopenhauer. *Clef: Jurnal Musik Dan Pendidikan Musik*, 3(2), 61–77. <https://doi.org/10.51667/cjpm.v3i2.1111>
- Mahardika, M. R., Arif, M., Nur, F., Andarini, S., Respati, I., Brand, I., & Fashion, B. (2025). Makna Kreativitas dan Identitas Brand dalam Proses Pengembangan Bisnis Fashion Remaja: Studi Kualitatif pada Yutama. cft. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi Digital*, 2(4), 1–9. <https://doi.org/10.47134/jbkd.v2i4.4371>
- Margareta, A. L., Khadavi, M. J., & Dahlan, I. A. (2025). Religiusitas : Konstruksi Makna dan Praktik Keberagamaan Mahasiswi di Kampus Islam. *Peradaban Journal Of Religion and Society*, 4(2), 140–154. <https://doi.org/10.59001/pjrs.v4i2.327>

- Mayalibit, M. Y. U., Yusuf, M., & Nawir, M.S. (2023). Nilai-nilai Pendidikan Islam dalam Tradisi Khutbah Gulung di Kampung Lilinta Distrik Misool Barat Kepulauan Raja Ampat. *Edukasi Islami; Jurnal Pendidikan Islam*, 12(4). 2919-2932. <https://doi.org/10.30868/ei.v12i04.5224>
- Nurhasan, N. (2022). Studi Motivasi dan Trend Berpakaian Wanita Muslimah dalam Mengenakan Hijab pada Mahasiswi di Universitas Sriwijaya. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling (JPDK)*, 4(5), 1232–1239. <https://doi.org/10.31004/jpdk.v4i5.6759>
- Nurirvan, S., Indana Sulfa, F., Citra Ayu, L., Praja Gumulya, S., & Parhan, M. (2024). Busana Islami: Keseimbangan Antara Modestisme dan Kreativitas Fashion. *Atta'dib Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 5(1), 35–49. <https://doi.org/10.30863/attadib.v5i1.6120>
- Pedroni, M. (2025a). The evolution of a discipline: A transformative chapter in fashion studies. *International Journal of Fashion Studies* 12(1): 3–16. https://doi.org/10.1386/infos_00125_2
- Pedroni, M. (2025b). Fashion as temporal struggle: Bourdieu, power, and the politics of in/out. *Dialogues in Sociology*, 1(3), 230-234. <https://doi.org/10.1177/29768667251357803>
- Rahayu, L., Muhammad Rizky, AB Sarca Putera, & Ayu Adriyani. (2024). Analisis Kasus Ketergantungan Manusia Terhadap Media Digital dalam Media System Dependency Theory. *Social Empirical*, 1(2), 137–143. <https://doi.org/10.24036/scemp.v1i2.35>
- Rahman, R. ., & Indra, I. (2024). The influence of halal fashion, lifestyle, and brand image on Gen Z's hijab fashion preferences in Indonesia. *Journal of Islamic Economics Lariba*, 10(1), 251–270. <https://doi.org/10.20885/jielariba.vol10.iss1.art14>
- Rosyada, F. A., & Hendri Hermawan Adinugraha. (2022). the Influence of Hijab Fashion Trends on Consumptive Behavior of Islamic Banking Students At Iain Pekalongan. *Journal of Management and Islamic Finance*, 2(1), 43–53. <https://doi.org/10.22515/jmif.v2i1.5114>
- Sari, S. V., Hasanah, U., & Nadhiran, H. (2025). Relasi Jilbab Dan Akhlak Bagi Wanita Dalam Perspektif Hadis. *Al-Bayan: Jurnal Ilmu Al-Qur'an Dan Hadist*, 8(1), 47–60. <https://doi.org/10.35132/albayan.v8i1.828> (Original work published November 17, 2024)
- Setiawan, S. (2026). The Role of Mead's Symbolic Interactionism in Understanding the Dynamics of Individual Health Beliefs and Collective Healthy Behavior in Jatinangor. *HealthCare Nursing Journal*, 8(1), 262-274. <https://doi.org/10.35568/healthcare.v8i1.7714>
- Tong, P., & An, I. S. (2024). *Review of studies applying Bronfenbrenner's bioecological theory in international and intercultural education research*. *Frontiers in Psychology*, 14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1233925>
- Triasari, & Zamhari, A. (2021). Hijab Fashion Sebagai Strategi Dakwah Hijabers Community Jakarta. *Jurnal Manajemen Dakwah*, 7(1), 1–38. <https://doi.org/10.14421/jmd.2021.71-01>
- Wardhana, Aditya. (2024). *Brand Management in The Digital Era. Edisi Indonesia*. Purbalingga; Eureka Media Aksara
- Wolfers, L. N. (2024). A social constructivist viewpoint of media effects: Extending the social influence model of technology use to media effects. *Communication Theory*, 34(4), 178–190. <https://doi.org/10.1093/ct/qtae015>
- Yusuf, M., Sahudi, S., & Muhandy, R. S. (2021). Komersialisasi Lahan Pertanian di Koya Barat dan Koya Timur, Kota Jayapura. *Jurnal AGRISEP: Kajian Masalah Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 20(1), 157–178. <https://doi.org/10.31186/jagrisep.20.01.15>