**Pengaruh Trend Fashion Mahasiswa Terhadap Gaya Hidup dalam Islam**

Dian Islamiati Fatwa

*UIN Raden Mas Said Surakarta*

*Miafatwa222@gmail.com*

Emilda Triana Zidatin Nurkumala

*UIN Raden Mas Said Surakarta*

*trianaemilda78@gmail.com*

*Abstrak*

*Gaya hidup adalah suatu komoditas baru dalam kapitalisme. Kapitalisme tidak hanya mempengaruhi perempuan tetapi juga laki-laki. Ini juga memiliki menaklukan agama dan dilakukan komodifikasi symbol-simbol agama Ia bahkan bisa menelusup masuk dalam simbol-simbol agama dan bergerak dari dalam seraya menawarkan konsep “soleh tetapi trandy” atau ‘ibadah yes gaul yes”. Gaya hidup dan fashion telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari masyarakat modern. Itu bukan dilihat dari covernya tapi esensinya. Bisa dilihat dari banyaknya model yang lagi ngetrend pada saat ini, maka dari itu banyak para pemuda atau remaja (ABG) yang meniru cara berpakaian yang dilihatnya. Sosial media sangat berpengaruh dalam hal ini, karena banya atau hamper semua orang memiliki sosial media, didalam sosial media tersebut banyak menawarkan berbagai macam model cara berpakaian dari ujung kepala sampai ujung kaki entah itu dari brand-brand ternama atau dari brand yang biasa saja. Oleh sebab itu mereka dengan gampang mengikuti atau menirukan berbagai macam cara berpakaian sesuai mode yang sedang ngetrend. Tujuan dari tulisan ini agar kita mengetahui perbedaan gaya hidup dan fashion jaman dahulu dan sekarang, karena gaya hdup dan fashion telah menjadi bagian yang tidak dapat terpisahkan dari masyarakat modern. Metode penelitian yang digunakan adalah library. Ada preferensi sosial yang diam-diam diadopsi oleh masyarakat dan menggantikan nilai-nilai lama.*

**Kata kunci :** Fashion, Gaya Hidup, Islam

**Pendahuluan**

Fashion memiliki definisi berbeda-beda, tetapi pengertian fashion pada prinsipnya tetap tidak terpisah dari perubahan selera masyarakat pada jamanya yang dipengaruhi oleh perkembangan sosial budaya tertentu dan dalam rentan waktu tertentu.[[1]](#footnote-1) Dalam Islam aturan fashion sudah termaktub didalam nash yang tidak bisa dipisahkan dengan aturan syari’at. Yang mana dalam islam manusia diwajibkan untuk menutup auratnya baik itu perempuan maupun itu laki- laki.

Hampir seluruh syari’at yang dibangun didalam nash mengandung misi politik hokum identitas sehingga mengarah kepada suatu tujuan membentuk bangunan hokum yang terpadu, juga memiliki identitas yang kuat, konsep fashion memiliki nilai yang tinggi dalam memebentuk etika hokum dalam berpakaian bukan sekedar menggunakan dan menutup bagian tubuh tetapi islam telah menanamkan nilai-nilai filosofi yang sangat tinggi tercermin dari konsep fashion. Bahkan fashion telah menjelma menjadi identitas bagi setiap muslim didunia tanpa disadari menjadi *bargading position* umat islam.

Busana muslimah yang digunakan oleh muslim dan muslimah di Indonesia mengalami perkembangan sesuai dengan arus moderminasi. Berbagai macam model busana muslimah dapat dengan mudah ditemukan melalui kecanggihan teknologi. *Fashion* di zaman yang modern ini sangat banyak sekali modelnya dengan berbagai *trend-trend* yang sangat beragam. *Fashion* yang berkembang di Nusantara tidak terlepas dari campuran tangan arus modernisasi yang terus berkembang hingga sekarang.

Busana, pada mulanya hanya berfungsi sebagai penutup tubuh, melindungi diri dari cuaca, sinar matahari dan angina. Maka dapat dimengerti modelnya pun cukup sederhana sesuai dengan kriteria tertentu, orang yang tinggal di daerah pegunungan yang dingin akan cenderung memilih busana untuk melindungi diri dari dinginya cuaca, salju bahkan angin. Sedangkan orang yang tinggal di daerah panas, busana yang digunakan lebih minimalis, yang dapat memberikan kesejukan.

Kemajuan dalam hal teknologi juga memberikan dampak serius pada kaum perempuan. Individu-individu muslimah juga turut dipaksa untuk mengikuti *trend fashion* (melalui iklan, surat kabar dan berbagai macam bentuk publikasi) yang selalu *menginventasi* (tindakan campur tangan) kehidupan masyarakat. *Trend* yang diartikan sebagai “kecenderungan” sebagai *fashion* adalah “ragam(cara, bentuk)” yang baru pada suatu waktu tertentu sebagai *trend fashion* dapat diartikan sebagai sesuatu yang dapat diikuti oleh banyak orang dan menjadi panutan kemudian berkembang sesuai zamanya. [[2]](#footnote-2)

Indonesia merupakan Negara yang mayoritas penduduknya adalah muslim. Meskipun muslim menjadi mayoritas, Indonesia bukan Negara yang berasakan Islam, sebagai seorang muslim tentu harus memperhatikan cara berpakaian yang berkaitan dengan nilai agama, salah satu hal yang sering menjadi pusat perhatian adalah cara menggunakan jilbab, namun tidak hanya menjadi salah satu pusat perhatian, namun juga pada busana atau *fashion.* Gaya hidup dan fashion telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari masyarakat modern. Itu bukan dilihat dari covernya tapi esensinya.

 Globalisasi industri media dan ekonomi adalah faktor yang membentuk kondisi. Saat ini, industri baru, seperti mall, fashion, real estate, industri hiburan, industri makanan dll, terus berkembang. Itu diikuti oleh pertumbuhan dari gaya hidup sebagai acuan bagi masyarakat yang dianggap baik atau buruk, sampai tanggal atau kedaluwarsa. Kapitalisme tidak hanya mempengaruhi perempuan tetapi juga laki-laki. Ini juga memiliki penaklukan agama dan dilakukan komodifikasi simbol-simbol agama.

Penelitian ini kami lakukan dengan metode pendekatan sosiologi dan didukung oleh literature-literatur yang ada. Tujuan dari penelitian ini agar kita mengetahui perbedaan gaya hidup dan fashion jaman dahulu dan sekarang, karena gaya hidup dan fashion jaman dahulu dan sekarang sangat berbeda seiring berkembangnya zaman dan gaya hidup dan fashion telah menjadi bagian yang tidak dapat terpisahkan dari masyarakat modern. Sehingga kami melakukan penelitian ini agar mengetahui perbedaan tersebut.

**Pembahasan**

**Fashion Dalam Islam**

Trend menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah bentuk nominal yang berartikan ragam cara atau bentuk terbaru pada suatu waktu tertentu (pakaian, gaya rambut, corak hiasan, serta penggunaan jilbab dan lain sebagainya). Dalam bahasa Inggris trend merupakan kata yang sudah tidak asing ditelinga kita, selain mendengar mungkin diantara kita pernah atau bahkan sering mengucapkan kata trend. Trend adalah segala sesuatu yang saat ini sedang di bicarakan, diperhatikan, dikenakan atau dimanfaatkan oleh banyak masyarakat pada saat tertentu.

Trend adalah segala sesuatu yang di dengar, dilihat atau bahkan dikenakan oleh mayoritas masyarakat pada waktu tertentu.[[3]](#footnote-3) Dari definisi ini maka dapat kita uraikan terlihat seperti *Pertama,* Trend adalah segala sesuatu, dalam hal ini trend tidak hanya terbatas pada objek atau benda tertentu. Jadi trend akan bisa terjadi pada semua hal. Misalnya rambut akan terjadi trend rambut, misalnya fashion maka akan terjadi trend fashion, handphone maka akan terjadi trend handpone, dan lain-lain sebagainya.

*Kedua,* Trend adalah hal yang sedang di bicarakan, disukai, dan bahkan digunakan, dalam hal ini segala sesuatu (objek atau benda) akan sering di bicarakan, disukai atau bahkan digunakan. Misalkan trend fashion, dalam hal ini akan mengarah pada baju yang banyak dikenakan oleh orang, produk handpone yang banyak disukai atau bahkan banyak digunakan oleh banyak orang.

*Ketiga,* Trend adalah sesuatu yang disukai oleh sebagian masyarakat. Dalam hal ini (objek atau benda) merupakan hal yang banyak dibicarakan, disukai, atau bahkan digunakan oleh masyarakat. Jadi sesuatu menjadi trend akan bisa terdeteksi manakala kita melihat sesuatu tersebut yang sering kita dengar, kita melihat banyak disukai dan digunakan oleh orang. Misalkan handpone android, dimana kita akan sering mendengar kata android saat dalam kehidupan sehari-hari, atau bahkan kita melihat sebagian besar orang sedang membawa atau memiliki handpone android.

Dalam hal ini, tanda-tanda suatu objek sedang menjadi trend adalah jika disaat tersebut menjadi pusat pembicaraan, pusat perhatian dan sering sekali digunakan. Dan trend ini terjadi pada saat tertentu saja, karena trend mempunyai masa atau umur dimayarakat. Jadi secara garis besar trend adalah objek yang sedang menjadi pusat perhatian di masyarakat pada saat tertentu. Jika kita kaitkan dengan fashion atau busana. Trend adalah busana yang sedang digemari oleh sebagian besar masyarakat pada periode waktu tertentu.

Fashion telah menjadi bagian penting dari gaya, trend dan penampilan keseharian masyarakat. Menurut Soekanto, fashion memiliki arti suatu mode yang hidupnya tidak lama, yang mungkin menyangkut gaya bahasa, perilaku, hobi terhadap model pakaian tertentu. Pengertian yang sama juga dikatakan oleh Lypovettsky, Fashion merupakan bentuk perubahan yang bercirikan oleh rintikan waktu yang cepat, sehingga fashion merupakan kekuatan dari individualitas dengan mengizinkan seseorang untuk mengekspresikan dirinya dalam berbusana.

Ilmuan lain juga ada yang mengatakan yaitu Polhemus dan Procter bahwa fashion digunakan sebagai sinonim atau persamaan dari istilah dandanan, busana dan gaya di dalam masyarakat. [[4]](#footnote-4) Fashion merupakan isu penting yang mencirikan pengalaman hidup sosial. Oleh karena itu, fashion memiliki beberapa fungsi. Salah satunya adalah sebagai sarana komunikasi, fashion bisa menyampaikan pesan artifaktual yang bersifat non-verbal. Fashion bisa merefleksikan, meneguhkan, mengekpresikan suasana hati seseorang. Fashion memiliki suatu fungsi kesopanan (modesty function) dan daya tarik.

Sebagai fenomena budaya, fashion sesungguhnya bisa berucap banyak tentang identitas pemakainya. Fashion juga dapat digunakan untuk menunjukkan nilai sosial dan status, karena orang bisa membuat kesimpulan tentang siapa anda, kelompok sosial mana anda, melalui medium fashion. Banyaknya masyarakat yang gemar mengenakan busana muslim pada setiap aktivitasnya sehari-hari menjadikan busana muslim sebagai fashion dan lifestyle (gaya hidup), dan juga banyak masyarakat yang menggunakan busana biasa.

Menurut Thomas Karlyle pakaian adalah pakaian adalah lambang jiwa.[[5]](#footnote-5) Pakaian tidak dapat dipishkan dari perkembangan sejarah kehidupan dan budaya manusia. Dengan kata lain Fashion dapat diartikan sebagai kulit segi sosial yang mengandung pesan dan juga cara hidup individu maupun komunitas tertentu yang menjadi bagian dari kultur sosial. Disamping itu, fashion juga bisa menunjukkan identitas dari pakaianya. Oleh karena itu, wajar jika banyak kalangan yang menjadi sangat peduli dengan mood yang mereka kenakan.

Barnard memberikan perbedaan antara fashion dan gaya. Jika gaya menyangkut pengertian seseorang tentang kepribadian dirinya dan kemudian menggunakan busana yang cocok sesuai selera. Sedangkan fashion adalah perkembangan trend yang terus berubah mengikuti masa. Seorang yang mengikuti trend fashion belum tentu mampu mengaplikasikan trend tersebut ke dirinya, sehingga gaya nya dapat menjadi kurang cocok. Namun orang yang mengerti gaya dirinya sendiri, dipastikan mampu menyesuaikan fashion sesuai kebutuhan dan kenyamanan dirinya.

Trend Fashion yaitu cara berpakaian yang baru, up to date dan mengikuti perkembangan zaman. trend fashion juga merupakan gaya hidup seseorang yang diaplikasikan dalam cara seseorang dalam mengenakan pakaian, aksesoris, atau bahkan dalam bentuk model rambut hingga make up. Saat ini, perkembangan fashion di Indonesia sudah sangat pesat, yang diikuti dengan trend yang silih berganti. Dan banyak perbedaan fashion zaman dahulu dan fashion zaman sekarang.

Dampak perkembangan fashion tersebut tentu saja membuat masyarakat mau tidak mau mengikuti trend yang ada. Bahkan bukan hanya sekedar mengikuti tetapi sudah menjadi suatu kebutuhan bagi masyarakat modern saat ini untuk tampil trendy dan stylish. Dengan perkembangan media baik cetak, elektronik hingga internet yang berperan sebagai pemberi informasi kepada masyarakat turut mempengaruhi masyarakat dalam mengikuti trend, selain dari faktor permintaan masyarakat yang telah menjadikan fashion sebagai suatu kebutuhan.

Al Qur’an menyebutkan, pakaian terdiri dari empat fungsi yaitu : menutup aurat, perhiasan, perlindungan, dan pembeda identitas. Dari keempat fungsi tersebut, al Qur’an menjelaskan pada poin ketiga yaitu fungsi pakaian sebagai pelindung yang dijelaskan dalam arti ayat al Qur’an sebagai berikut :

*“Wahai anak cucu adam,sesungguhnya kami telah menyediakan pakaian untuk menutupi auratmu dan untuk perhiasan bagimu. Tetapi pakaian taqwa, itulah yang lebih baik. demikianlah sebagian tanda tanda kekuasaan Allah, mudah-mudahan mereka ingat.” (Qs. Al A’raf : 26)*

**Fungsi Fashion Dalam Islam**

Fungsi pakaian secara fisik dan nonfisik sangat berperan penting. secara non fisik, pakaian dapat mencerminkan perilaku seseorang yang memakainya.[[6]](#footnote-6) Dengan pakaian yang sopan misalnya, akan mendorong seseorang serta mendatangi tempat-tempat terhormat dan begitupun sebaliknya pakaian yang tidak sopan akan mendorong seseorang mendatangi tempat-tempat yang buruk. Pakaian memang tidak menciptakan manusia menjadi baik, akan tetapi pakaian bisa mendorong seseorang menjadi baik.

Begitu pula sebaliknya, pakaian bisa mendorong seseorang berperilaku buruk tergantung dari cara dan model pakaianya. Di dalam masyarakat, dimana persoalan gaya adalah sesuatu yang penting (atau malah gaya merupakan segalanya), semua manusia adalah *performer*.[[7]](#footnote-7) Setiap orang diminta untuk bisa memainkan dan mengontrol peranan mereka sendiri. Gaya pakaian, dandanan rambut, segala macam aksesoris yang menempel, selera music, atau pilihan-pilihan kegiatan yang dilakukan, adalah bagian dari pertunjukan indentitas dan kepribadian diri.

Seseorang kemudian bisa memilih tipe-tipe kepribadian yang diinginkan melalui contoh-contoh kepribadian yang beredar disekitar, seperti bintang film, bintang iklan, penyanyi, model, bermacam-macam tipe kelompok yang ada atau seseorang bisa menciptakan sendiri gaya kepribadian yang unik, yang berbeda, bahkan jika perlu yang belum pernah digunakan orang lain. Kesemuanya itu adalah demi gaya karena gaya adalah segala-galanya, dan segala-galanya adalah gaya. Dengan gaya seseorang bisa menunjukkan siapa dirinya.[[8]](#footnote-8)

Gaya hidup secara sosiologis (dengan pengertian terbatas) merujuk pada gaya hidup khas suatu kelompok tertentu. Sementara dalam masyarakat modern, gaya hidup membantu mendefinisikan mengenai sikap, nilai-nilai, kekayaan, serta posisi sosial seseorang.[[9]](#footnote-9) Dalam masyarakat modern istilah ini mengkonotasikan individualism, ekspresi diri, serta kesadaran diri untuk bergaya.[[10]](#footnote-10) Tubuh, busana, cara bicara, hiburan saat waktu luang, pilihan makanan dan minuman, rumah, kendaraan, bahkan pilihan sumber informasi, dan seterusnya dipandang sebagai indicator dari individualistis selera, serta rasa gaya dari seseorang.

Fenomena gaya hidup masyarakat Indonesia, bisa dijelaskan *pertama,* masyarakat konsumen Indonesia tumbuh beriringan dengan sejarah globalisasi ekonomi dan transformasi kapitalisme konsumsi yang di tandai dengan menjamurnya pusat pembelanjaan seperti mall, industry waktu luang, industry mode atau fashion, industry kecantikan, industry kuliner, industry nasihat, industry gossip, kawasan hunian mewah, real asatete, gencarnya iklan barang-barang super mewah, liburan wisata ke luar negeri, berdirinya sekolah-sekolah mahal, kegandrungan terhadap merek asing, makanan serba instan (fast food), telephon celluler (hp), dan tidak ketinggalan serbuan gaya hidup melalui industry iklan dan tayangan televisi.

*Kedua,* globalisasi industry media dari mancanegara dengan modalnya yang besar yang masuk ke tanah air sekitar tahun 1900an, yakni berupa serbuan majalah majalah mode dan gaya hidup yang terbit dalam edisi khusus bahasa Indonesia yangjelas menawarkan gaya hidup yang tidak mungkin terjangkau oleh kebanyakan masyarakat Indonesia. Majalah-majalah itu tentunya diperuntukkan bagi laki-laki dan perempuan (yang berselera) kelas menengah keatas. Dari kemasan dan rubric atau kolom yang disajikan jelas-jelas menanamkan nilai, citarasa, gaya dan ideology yang bisa dilihat dari sloganya yakni menawarkan fantasi hidup seperti ‘*be smarter, richer, & sexier”* atau *get fun* dan sebagainya.

*Ketiga,* dikalangan sebagian masyarakat mencuat pola gaya hidup alternative, suatu gerakan seakan-akan kembali kea lam, ke hal-hal yang bersahaja, semacam kerinduan alam kampong halaman atau surge yang hilang, dan juga kencuatnya gaya hidup spiritualisme baru yang semuanya itu seakan-akan menjadi antithesis dari glamour fashion. Orang Indonesia sekarang sudah tidak malu-malu lagi apalagi takut menunjukkan dirinya kaya (juga tentunya sekaligus taat beragama).

Siapa takkan merasa bahagia menjadi orang kaya sekaligus takwa? Lagi pula buat apa susah-susah menjadi kaya kalau harus hidup sederhana, tidak bisa merasakan enaknya menjadi orang kaya. Mungkin logikanya begitu. Rupanya nafsu besar terpendam untuk meraih kekayaan, dan kekayaan sebagai lambang prestise, dan prestasi kaya itu pun harus dinyatakan, dirayakan, dan diarak di ruang publik. Contoh di atas menunjukkan bahwa ketika kriteria kesuksesan menguat ke arah yang bersifat prestise materialistik, semangat spiritualisme baru pun ternyata mengalami polesan lebih canggih dalam budaya konsumen.[[11]](#footnote-11)

Di kalangan umat Islam, misalnya kini mulai marak iklan dan industri jasa yang menawarkan ‘wisata religius’, berdirinya kafe-kafe khusus muslim, berdirinya sekolah Islam mahal, menjamurnya konter berlabel Exclusive Moslem Fashion, kegandrungan kelas menengah atas akan Moslem Fashion Show dan berdirinya pusatpusat perbelanjaan yang memanfaatkan sensibilitas keagamaan untuk keuntungan bisnis. Sementara maraknya penerbitan majalah anak muda Islam (khususnya untuk Muslimah) tidak jauh beda, dengan majalah-majalah umum lainnya.

Hal yang ditawarkan adalah mode, shopping, soal gaul, seks, pacaran yang pengelolalannya dianggap ‘Islami’. Slogan yang ditawarkanyapun seperti halnya fantasi muda-mudi kelas menengah umumnya, yaitu jadilah Muslimah yang gaul dan smart, atau jadilah muslimah yang dinamis dan trendi. Di sini tengah ditanamkan ideologi yang samar-samar terbentuk, beragama tetapi tetap trendi atau biar religius tapi tetap modis.[[12]](#footnote-12) Begitu pula perkembanganya industry penerbitan khusus anak-anak dan para remaja yang menjadi lading persemaian gaya hidup.

Melalui majalah-majalah remaja, baik untuk ditawarkan adalah mode, shopping, soal gaul, seks, pacaran yang pengelolanya dianggap islami. Slogan yang ditawarkanya pun seprti halnya fantasi muda-mudi kelas menengah umumnya, yaitu jadilah Muslimah yang Gaul dan Smart, atau jadilah Muslimah yang Dinamis dan Trendy. Disini tengah ditanamkan ideology yang samar-samar terbentuk, Bergama tetapi tetap trendy atau biar religius tetapi tetap modis. Fenomena ini apakah sebagai kebangkitan keagamaan ataukah pemanfaatan sensibilitas keagamaan yang mengalami komodifikasi (menjadi komoditas) di pentas konsumsi massa.

 Ketika krudung, jilbab, gamis, baju koko (dengan berbagai model, pola, corak, warna) kian menjadi salah satu icon gaya hidup dalam fahion, dan mulai menjadi bisnis besar, serta banyak dipakai banyak artis dalam dunia hiburan seperti sekarang ini. Bahkan dikalangan tertentu bisa dilihat munculnya upaya disadari atau tidak untuk memberikan label “islamisasi” dalam perilaku konsumtif didunia mode dan shopping. Padahal mungkin yang terjadi sebenarnya adalah kapitalisasi islam atau penaklukan semangat keagamaan oleh pasar dunia bisnis atau kapitalisme itu sendiri.

Perilaku sosial adalah suasana saling ketergantungan yang merupakan keharusan untuk menjamin keberadaan manusia. Perilaku itu ditunjukkan dengan perasaan, tindakan, sikap keyakinan, kenangan, atau rasa hormat terhadap orang lain. Dampak sosial pada masyarakat, bertahun-tahun fashion berkembang merupakan symbol muslimah dan berpengaruh pada munculnya para desainer muslimah sebagai apresiasi dari perkembangan sisi positif, sedangkan dampak negatifnya adalah :

*Pertama,* Menjadi sumber dosa bagi lingkungan, fashion yang mengarah pada mengajak (memotifasi) melakukan petunjuk (kebaikan), maka ia mendapatkan pahala sebagaimana pahala orang yang mengikuti ajaranya tanpa dikurangi pahala sedikitpun. Dan barang siapa yang mengajak (memotivasi) melakukan kesehatan (kejahatan), maka ia mendapatkan dosa sebagaimana dosa orang yang mengikuti ajakannya tanpa dikurangidosanya sedikitpun.

*Kedua,* Menurutnya kualitas keimanan dan kurangnya rasa malu, fashion yang tidak mencerminkan nilai-nilai Islamic justru akan berdampak pada pengguna fashion merasa rendah dan tidak dihargai bukan sebaliknya. Dan fashion yang mendatangkan keburukan dan kejelekan apapundalam pandangan islam harus dijauhi meskipun datang dari golongan sendiri begitu halnya dengan meniru dan mengadopsinya.

*Ketiga,* Sikap hedonis dan konsumenisme, dunia fashion berubah sesuai dengan perkembangan dunia berdampak pada tak jarangnya masyarakat menghamburkan uangnya demi mengejar fashion yang sedang berkembang mulai dari tas, pakaian, aksesoris dan sebagainya yang bermerk dan sangat mahal. Padahal jika bisa dikoreksi lagi, hal itu justru hanya akan membuat mereka menjadi lebih konsumtif dan boros.

**Infikasi Fashion Islam Bagi Generasi Milenial**

Busana muslim, begitu sering disebut saat ini. Oleh sebagian perancang busana Indonesia disebut sebagai busana seni kontemporer. Dalam kolom konsultasi syari'ah online, ada beberapa syarat yang wajib dipenuhi dalam berbusana. Syarat-syarat tersebut adalah: menutupi seluruh tubuh selain yang dikecualikan, tidak tembus pandang, tidak ketat sehingga membentuk lekuk tubuh, tidak menyerupai pakaian laki-laki dan tidak menyerupai pakaian 'khas' milik orang kafir atau pakaian orang fasik.

Fashion terus bergulir dan berganti seiring dengan berjalannya waktu. Sebagai negara dengan mayoritas masyarakat muslim yang besar di dunia, maka sudah barang tentu di Indonesia trend fashion muslim banyak merajai pasaran terutama di tahun 2000an. Dahulu pakaian muslim sama sekali tidak memiliki tempat di hati masyarakat Indonesia. Pakaian muslim terutama bagi wanita dilarang penggunaannya dan dianggap terlalu fanatik. Sehingga akhirnya dahulu tidak banyak wanita yang merasa percaya diri mengenakan jilbab atau yang saat ini lebih dikenal dengan hijab.

Penggunaan hijab terkesan kuno dan hal itu membuat tidak ada gadis muda yang mau mengenakan jilbab. Namun itu semua adalah masa lalu. Berbeda dengan sekarang, maka akan banyak ditemukan fakta bahwa di Indonesia trend fashion muslim itu sangatlah digandrungi, tidak lagi kuno, yang ada hanya kesan modis yang tersemat pada berbagai macam pakaian muslim dan muslimah. Memang kini perkembangan fashion muslim di indonesia sangatlah cepat, sehingga akhirnya di masa yang akan datang Indonesia disebut-sebut akan menjadi kiblat fashion hijab di seluruh dunia.

Untungnya Indonesia memiliki banyak talenta muda berbakat yang berdedikasi menyumbangkan ide segarnya dalam bidang fashion sehingga bisa menyulap pakaian muslim yang tadinya kuno menjadi sebuah pakaian yang modis dan trendi. Sehingga dengan demikian, bertambah banyaklah jumlah wanita yang mengenakan hijab di Indonesia. Bahkan sebagai dampak dari perkembangan fashion muslim di indonesia bermunculan juga komunitas Hijabers yang merupakan komunitas para wanita pengguna hijab trendi.

Berbagai macam jenis pakaian muslimah bermunculan disesuaikan dengan selera pasar dan kemampuan masing-masing desainer untuk menciptakan sebuah pakaian muslimah yang menarik. Hijab yang merupakan inti dari pakaian muslimah itu dibuat dengan fleksibel sehingga bisa memungkinkan wanita mengenakan hijab dengan berbagai model sehingga bentuk hijab menjadi sangat manis dan tidak monoton. Karena wanita muslim yang mengikuti trend hijab akan lebih banyak melihat referensi hijab yang algi trend lalu mereka menirukanya.

Dengan adanya hijab yang demikian maka memberikan peluang bagi wanita muslimah untuk tampil lebih kreatif dengan cara menggunakan hijabnya yang sesuai dengan keinginannya namun tetap mengindahkan aturan agama Islam dalam berpakaian. Begitu pula dengan model pakaian yang ada untuk para muslimah, dibuat begitu kreatifnya oleh para desainer tersebut mulai dari yang kasual sampai yang formal. Dengan begitu banyak pilihan pakaian muslimah yang bisa digunakan dalam keseharian.

Media juga memilih figur-figur tertentu dan akan menasbihkan mereka menjadi selebriti. Selebriti dapat berasal dari berbagai profesi seperti bintang film, penyannyi, pejabat, pengacara, atlet dan sebagainya. Kesamaan yang dimiliki oleh semua selebriti selain popular adalah memiliki tampilan fisik yang menarik. Mereka harus memikat untuk difoto atau disorot kamera televisi. Para selebriti ini bukan hanya menjadi tontonan, tetapi akan menjadi “tuntunan” bagi segenap penggemarnya.

Para penggemar akan mencoba mengimitasi penampilan selebriti yang dikaguminya. Mereka akan mencocokkan fashion, aksesoris, gaya rambut, bentuk tubuh dan gaya hidup para selebriti. Mereka berlaku layaknya selebriti dalam kehidupan sehari-hari. Untuk mengaktualisasikan diri, mall menjadi salah satu situs penting dalam kebudayaan kontemporer. Mall adalah tempat di mana mereka bisa dilihat dan melihat.

Dengan demikian banyak mahasiswa muslimah yang sedang menempuh pendidikan di kampus islam maupun kampus umum biasa banyak yang mengikuti gaya trend fashion yang sedang ngetrend karena banyaknya model pakaian yang beraneka ragam sehingga mereka bebas menggunakanya sesuai keinginanya, mereka bisa mempadu padankan model, warna, dan jenis bahan sesuai selera mereka, biasanya mereka menemukan trend fashion tersebut dari sosial media yang mereka punyai, namun tetap dalam aturan berpakaian dalam islam.

Mahasiswa yang menempuh pendidikan di kampus yang berbasis agama Islam seharusnya berbusana dan berperilaku selayaknya yang mencerminkan sebagai seorang yang menempuh pendidikan di kampus agama Islam. Busana yang akan mereka gunakan disetiap kesempatan, akan berdampak terhadap perilaku sosialnya. Maka dari itu mereka harus memeperhatikan busana yang dikenakan, karena busana dapat pemperhatikan karakter dan memperbaiki penampilan pribadi seseorang. Terkait dengan hal itu mahasiswa yang sedang menempuh pendidikan di kampus yang berbasis agama Islam seharusnya dapat menggukan *fashion* sesuai dengan kode etik dalam berbusana mahasiswa kampus Islam.

Adapun penelitian awal berdasarkan pengamatan peneliti selama dua minggu di kampus UIN Raden Mas Said Surakarta bahwa tidak dapat dipungkiri, perkembangan fashion dari waktu ke waktu di kampus UIN RMS Surakarta mengalami kemajuan yang sangan pesat, bisa dilihat kebanyakan mahasiswa mengikuti trand fashion yang ada pada sosial media yang sangat berkembang pada saat ini hal inilah yang mempengaruhi mahasiswa dalam menunjukkan eksistensisme pada kalangan umum.

Terlebih lagi sejak masa IAIN (Institut Agama Islam Negeri) menjai UIN (Universitas Islam Negeri) terlihat banyak terjadi perubahan interaksi dan gaya hidup mahasiswa. Hal ini terlihat dari mahasiswa yang mengikuti arus modernitas khususnya dalam berbusana. Dalam satu kampus terlihat berbeda beda dalam mengikuti trand busana, pada setiap Fakultas terlihat berbeda,ada yang syar’i “*banget”* dan ada juga yang biasa saja menurut peraturan yang diterapkan pada fakultas masing-masing setiap mahasiswa.

Pada fakultas FUD (Ushuluddin dan Dakwah) peraturan berbusana tidak terlalu menuntut mahasiswanya untuk memakai pakaian yang syar’I banget masih bisa menggunakan kulot “*celana longgar”* asalkan tidak menunjukkan lekuk tubuh atau pakaian yang masih sopan. Ada juga pada fakultas FAB (Adab dan Bahasa) dan FIT (Ilmu Tarbiyah) sangat menganjurkan mahasiswanya khususnya yang perempuan untuk memakai rok atau gamis, tidak boleh memakai celana walaupun itu kulot *“celana longgar”* apalagi pakaian yang ketat dengan ketentuan syariat Islam.

Berbeda lagi dengan fakultas FASYA (fakultas syariah) dan FEBI (ekonomi dan bisnis) walaupun benama fakultas syariah akan tetapi pada fakultas tersebut tidak begitu ketat dalam peraturan berpakaian yang digunakan oleh mahasiswanya begitu pula dengan fakultas FEBI. Pada fakultas tersebut terdapat banyak mahasiswi yang menggunakan pakaian yang tidak begitu syar’I tetapi masih sopan, banyak yang menggunakan celana ketat, kerudung diikat dileher dan masih banyak lagi.

Berdasarakan pengamatan yang penelitian awal tersebut, menunjukkan bahwa tingkat kenyamanan busana yang mahasiswa gunakan sangat memepengaruhi mereka dalam berekspresi dan bersosialisasi. Kemajuan yang tidak dapat dicegah oleh sebagian individu, kebanyakan perubahan sosial dan kebiasaan masyarakat tergeser. Pergeseran dapat diartikan sebagai peralihan, perpindahan atau pergantian. Dampaknya dapat disarankan tidak terkecuali dengan *trend fashion.*

*Trend fashion* dengan begitu cepatnya menyebar luas kearah mahasiswa, terutama mahasiswa perempuan karena hamper semua mahasiswa perempuan memiliki sosial media yang banyak menunjukkan fashion yang lagi ngtrend zaman sekarang sehingga mau tidak mau mereka harus mengikuti perkembangan yang *up to date.* Akan tetapi masih ada juga mahasiswa yang tidak begitu memperhatikan akan trend fashion zaan sekarang. Pola interaksi dan gaya hidup mahasiswa juga mengalami perubahan sesuai dengan *trend fashion* yang digunakan.[[13]](#footnote-13)

**Kesimpulan**

*Fashion* di zaman yang modern ini sangat banyak sekali modelnya dengan berbagai *trend-trend* yang sangat beragam. *Fashion* yang berkembang di Nusantara tidak terlepas dari campuran tangan arus modernisasi. Kemajuan dalam hal teknologi juga memberikan dampak serius pada kaum perempuan. Individu-individu muslimah juga turut dipaksa untuk mengikuti *trend fashion* (melalui iklan, surat kabar dan berbagai macam bentuk publikasi) yang selalu *menginventasi* (tindakan campur tangan) kehidupan masyarakat. *Trend* yang diartikan sebagai “kecenderungan” sebagai *fashion* adalah “ragam(cara, bentuk)” yang baru pada suatu waktu tertentu sebagai *trend fashion* dapat diartikan sebagai sesuatu yang dapat diikuti oleh banyak orang dan menjadi panutan kemudian berkembang sesuai zamanya.

Media mempunyai peran besar dalam mengkonstruksikan mengenai bagaimana khalayak dapat tampil cantik atau tampan, memikat, masa kini dan bercitra sukses. Jurnalisme gaya hidup menjadi sebuah pilihan bagi banyak organisasi media. Media-media tersebut memungkinkan terjadinya penyebaran gaya hidup dalam waktu yang sangat cepat. Di Indonesia, sebagian media tersebut beroperasi dengan cara waralaba (franchise) dari belahan dunia yang lain layaknya makanan fast food.

Gaya hidup adalah komoditas baru dalam kapitalisme. Ia bahkan bisa menelusup masuk dalam simbol-simbol agama dan bergerak dari dalam seraya menawarkan konsep “saleh tetapi trendy” atau “ibadah yes, gaul yes”. Ada preferensi sosial yang diam-diam diadopsi oleh masyarakat dan menggantikan nilai-nilai lama. Mahasiswa masa kini mempunyai gaya hidup yang berbeda dengan mahasiswa jaman dahulu.pada masa sekarang duni fashion sudah menjadi hal yang umum dan menjadi gaya hidup setiap orang. Dari gaya hidup inilah fashion dikalangan mahasiswa menjadi aspek yang dapat mempengaruhi gaya setiap orang. Perubahan gaya hidup yang terjadi dikalangan mahasiswa salah satunya dikarenakan ada nya pengguna internet yang sudah sangat berkembang. Saat ini, internet bukan hanya berfungsi sebagai alat komunikasi dan mencari informasi saja, melainkan juga menjadi media aktualitasi diri, mencari pekerjaan, mencari uang, dan lain sebagainya.

**Daftar Pustaka**

Adlin, Alfathri. (2006). Resistensi Gaya Hidup : Teori dan Realitas, Jalasutra,

Yogyakarta.

Al-Husainan, Khalid. (2012). Ensiklopedi Mini Muslimah: Panduan Praktis Fikih Muslimah. Solo: Pustaka Arafah.

AN Istiani. (2015). Kontruksi Makna Hijab Fashion Bagi Muslem. Fashion Blogger. Jurnal kajian Komunikasi. 3(1), 48-55.

Ariyanto. (2020). Pengaruh Trend Fashion dan Pengetahuan Budaya Terhadap Keputusan Pembelian Batik di Kampung Batik Semarang. UIN Walisongo Semarang (2020).

Arnard, Malcolm. (2006). Fashion as Commu-nication, diterjemahkan oleh Idy Subandy Ibrahim, Fashion sebagai Komunikasi Cara Mengkomunikasikan Identias Sosiasl, Seksual, Kelas dan Gender, Jalasutra,Yogyakarta.

Barnard, Malcolm. (1996). Fashion as Communication. Idy Subandi Ibrahim (Penerjemah). Fashion sebagai Komunikasi. Yogyakarta: Jalasutra.

B Tyaswara. (2017). Permaknaan Terhadap Fashion Style Remaja Di Bandung. Jurnal Komunikasi. 8(3)

Chaney, David. (2004). Lifestyle Sebuah Pengantar Komprehensif, Jalasutra,Yogyakarta.

D Anadita. (2014). Komunikasi Tanda Pada Fashion *(Deskripsi Komunikasi Fashion Hijab Pada Anggota Hijab Beauty Community, Malang)*. Jurnal Mahasiswa Sosiologi Universitas Brawijaya.

D Asmita. (2019). Perilaku Konsumtif Mahasiswi Dalam Mengikuti Treans Fashion Masa Kini. Jurnal Perspektif. 2(2), 91-96.

Erotis. (2019). Landasan Teori Pengertian Trens Dan Fashion. Jurnal Tegnologi kerumah tanggaan. 1(8), 791-798.

Haryanto Soedjatmiko, Saya Berbelanja, Maka Saya Ada Ketika Konsumsi dan Desain Menjadi Gaya Hidup Konsumeris, Yogyakarta: Jalasutra,2008.

Ibrahim, Idy Subandi (Ed.), (2004). Lifestyle Ectasy, Jalasutra, Yogyakarta.

IKP Undip. (2018). Fashion Sebagai Komunitas Sosial Di Kalangan Mahasiswa. Jurnal Pengembangan Humaniora. 14(3).

Ivon Sandya Sari Putri. (2020). Jurnal Riset Bisnis Dan Inventasi. 6(1).

K Nisa. (2017). Trend Fashion Hijab Terhadap Konsep Diri Hijabers Komunitas Hijab Medan. Jurnal Interaksi. 1(1).

M Maha. (2021). Trend Fashion Muslim Di Indonesia Saat Ini Dan Kesesuainnya Dengan Syariat Islam. Jurnal Qiema *(Qomaruddin Islam Economy Magazine).*7(2). 224-236.

Mulali, A. (2009). Hijab fashion and Islamic clothing: Hot and trendy. Retrieved from

www.ideamarketers.com

R Hendariningrum. (2008). Fashion Dan Gaya Hidup : Identitas Dan Komunikasi. Jurnal Ilmu Komunikasi. 6(2).

Pelangi, Dian. (2012). Hijab Street Style. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

P Prijana. (2015). Internet Dan Gaya Fashion Mahasiswa. Jurnal Unpad.

Shahab, Husein. (2013). Hijab Menurut Al-Quran dan Al-Sunnah. Bandung: Mizan Media Utama.

Shihab, M.Quraish. (2004). Jilbab: Pakaian Wanita Muslimah. Jakarta: Lentera Hati.

S Syahridawaty. (2020). Fenomena Fashion Hijab Dan Niqab Prespektif Tafsir Maqasidi. Jurnal Ilmu-Ilmu Ushuluddin. 22(2), hlm 85.

S Wulandari. (2018). Pengaruh Fashion Hijab Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. UIN STS Jambi (2018).

Y Mahmud. (2020). Hijab Sebagai Gaya Hidup Wanita Modern Di Kalangan Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratualangi. Jurnal Holistik. 13(3).

Hendariningrum, Retno, and M. Edy Susilo. “Fashion Dan Gaya Hidup : Identitas Dan Komunikasi.” *Ilmu Komunikasi* 6, no. 2 (2008): 26. http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/komunikasi/article/viewFile/38/42.

Lailiya, Sudarto Mafidatul. “Implikasi Trend Fashion Terhadap Perilkau Sosial Calon Pendidik (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Agama Islam IAIN Kediri).” *Skripsi, IAIN Salatiga* 1, no. Viii (2020): 1–98.

Rahayu, Septi. *Pengaruh Trend Fashion Dan Pergaulan Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN*, 2020. http://repository.uinjambi.ac.id/4827/1/repository skripsi SEPTI.pdf.

Santi Deliani Rahmawati, Halimatus Saidah. *Pengaruh Trend Fashion Dan Pengetahuan Budaya Terhadap Keputusan Pembelian Batik Di Kampung Batik Semarang*. Vol. 3, 2020. http://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf.

1. Septi Rahayu, *Pengaruh Trend Fashion Dan Pergaulan Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN*, 2020, http://repository.uinjambi.ac.id/4827/1/repository skripsi SEPTI.pdf. [↑](#footnote-ref-1)
2. Sudarto Mafidatul Lailiya, “Implikasi Trend Fashion Terhadap Perilkau Sosial Calon Pendidik (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Agama Islam IAIN Kediri),” *Skripsi, IAIN Salatiga* 1, no. Viii (2020): 1–98. [↑](#footnote-ref-2)
3. Rahayu, *Pengaruh Trend Fashion Dan Pergaulan Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN*. [↑](#footnote-ref-3)
4. Ibid. [↑](#footnote-ref-4)
5. Ibid. [↑](#footnote-ref-5)
6. Halimatus Saidah Santi Deliani Rahmawati, *Pengaruh Trend Fashion Dan Pengetahuan Budaya Terhadap Keputusan Pembelian Batik Di Kampung Batik Semarang*, vol. 3, 2020, http://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf. [↑](#footnote-ref-6)
7. Lailiya, “Implikasi Trend Fashion Terhadap Perilkau Sosial Calon Pendidik (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Agama Islam IAIN Kediri).” [↑](#footnote-ref-7)
8. Rahayu, *Pengaruh Trend Fashion Dan Pergaulan Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN*. [↑](#footnote-ref-8)
9. Retno Hendariningrum and M. Edy Susilo, “Fashion Dan Gaya Hidup : Identitas Dan Komunikasi,” *Ilmu Komunikasi* 6, no. 2 (2008): 26, http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/komunikasi/article/viewFile/38/42. [↑](#footnote-ref-9)
10. Rahayu, *Pengaruh Trend Fashion Dan Pergaulan Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN*. [↑](#footnote-ref-10)
11. Hendariningrum and Susilo, “Fashion Dan Gaya Hidup : Identitas Dan Komunikasi.” [↑](#footnote-ref-11)
12. Ibid. [↑](#footnote-ref-12)
13. Lailiya, “Implikasi Trend Fashion Terhadap Perilkau Sosial Calon Pendidik (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Agama Islam IAIN Kediri).” [↑](#footnote-ref-13)