



Penguatan dan Bimbingan Trend Fashion Islami Bagi Mahasiswi di Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Mas Said Surakarta

Dian Islamiati Fatwa¹, Emilda Triana Zidatin Nurkumala²

¹st UIN Raden Mas Said Surakarta miafatwa222@gmail.com

²nd UIN Raden Mas Said Surakarta trianaemilda78@gmail.com

2023 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License-(CC-BY-SA) (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>)



DOI: <http://dx.doi.org/10.30983/dedikasia.v3i1.5424>

ARTICLE INFO

Submit : 24 Maret 2023

Revised : 24 Juni 2023


Accepted : 30 Juni 2023

Keywords:

Fashion, Lifestyle, Islam

ABSTRACT

Capitalism doesn't just impact women but also men. It has even conquered religion and commodified religious symbols. It can infiltrate religious symbols and transform them from within while offering the concept of "pious yet trendy" or 'worship yes, trendy yes.' Lifestyle and fashion have become inseparable parts of modern society. It's not just about the cover but the essence. This can be seen through the numerous trending models at the moment, leading many young people or teenagers to emulate their clothing styles. The purpose of this writing is to help us understand the difference between lifestyle and fashion in the past and today, as lifestyle and fashion have become integral parts of modern society. The research method used is library research. The research results show the existence of silent social preferences adopted by society, replacing old values.

International License-(CC-BY-SA)
(<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>)
 <http://dx.doi.org/10.30983/dedikasia.v3i1.5424>

This is an open access article under the CC-BY-SA license



Introduction

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 (2020). Dalam Islam aturan fashion sudah termaktub didalam *nash* yang tidak bisa dipisahkan dengan aturan syari'at. Berpakaian dalam ajaran Islam mewajibkan mengikutnya untuk menutup auratnya, baik perempuan maupun laki- laki.

Hampir seluruh syari'at yang dibangun didalam *nash* mengandung misi politik hukum identitas sehingga mengarah kepada suatu tujuan membentuk bangunan hukum yang terpadu, juga memiliki identitas yang kuat, konsep fashion memiliki nilai yang tinggi dalam membentuk etika hukum 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 modernisasi. 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 angin. 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 (2020 : 98).

Indonesia merupakan Negara yang mayoritas penduduknya adalah muslim. Meskipun muslim menjadi mayoritas, Indonesia bukan Negara yang berasaskan 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.

Oleh karenanya yang menjadi pertanyaan dalam pengabdian ini adalah: 1) bagaimana konsep *fashion* berhubungan dengan prinsip-prinsip Islam yang mengatur aturan berpakaian dan penutupan aurat bagi perempuan dan laki-laki?. 2) Bagaimana perkembangan busana muslimah di Indonesia tercermin dalam konteks modernisasi dan pengaruh globalisasi ?. 3) Apa dampak teknologi dan industri media terhadap tren *fashion* dan gaya hidup masyarakat Muslim di Indonesia ?. 4) Bagaimana kapitalisme memengaruhi pandangan terhadap *fashion*, terutama dalam konteks Muslim ?. 5) Bagaimana nilai-nilai filosofis dalam konsep *fashion* di dalam Islam mencerminkan identitas dan etika hukum berpakaian bagi umat Muslim?

Berdasarkan pertanyaan pengabdian di atas, maka yang menjadi tujuan pengabdian ini adalah 1) Untuk memahami hubungan antara konsep *fashion* dengan prinsip-prinsip Islam yang mengatur berpakaian dan penutupan aurat dalam masyarakat Muslim. 2) Untuk mengkaji perkembangan busana



muslimah di Indonesia khususnya anak muda sejalan dengan arus modernisasi dan pengaruh globalisasi. 3) Untuk membudayakan pakaian muslimah yang trend dan fashion bagi kalangan anak muda khususnya mahasiswi. 5) Untuk mengeksplorasi nilai-nilai filosofis dalam konsep fashion Islam dan bagaimana nilai-nilai ini mencerminkan identitas dan etika hukum berpakaian bagi umat Muslim.

Methods

Pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan dengan dua pendekatan yaitu pendekatan klasikal dan pendekatan individu. Pendekatan klasikal yakni pertama, tim pengabdian melaksanakan bimbingan dan memberikan pelatihan cara mengenakan pakaian secara Islami namun tetap *trend and fashion* secara langsung mahasiswi di Universitas Islam Negeri (UIN) Surakarta. Kedua, Pelatihan dilakukan dengan metode ceramah, tutorial, dan praktik. Sementara itu, pendekatan individual dilakukan dalam kegiatan pendampingan dengan membimbing mahasiswi mengenakan pakaian secara Islami namun tetap *trend and fashion*. Adapun langkah-langkah kegiatan yang dilakukan dalam mencapai tujuan ini adalah seperti berikut ini.

1. Ceramah tentang konseptual hakikat berpakaian dalam pandangan Islam.
2. Ceramah tentang prosedur mengenakan pakaian secara Islami namun tetap *trend and fashion*
3. Praktik mengenakan pakaian secara Islami namun tetap *trend and fashion*.
4. Proses pendampingan kepada mahasiswi untuk mengenakan pakaian secara Islami namun tetap *trend and fashion*.
5. Penilaian dan evaluasi kegiatan dilakukan untuk mengetahui pemahaman mahasiswi untuk berpakaian secara Islami namun tetap *trend and fashion* kekinian.

Tujuan dari pengabdian masyarakat ini agar dapat mengetahui pemahaman mahasiswi 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 pengabdian yang dilakukan dapat diketahui pemahaman mahasiswi tetap hakikat berpakaian dalam Islam dan dapat membudayakan pakaian yang islami namun tetap *trend and fashion* kekinian sesuai selera anak muda. Membudayakan pakaian Islami namun tetap *trend and fashion* kekinian sesuai selera anak muda.

Results

Hasil pengabdian menunjukkan ada perubahan dan perkembangan *trend fashion*, khususnya dalam konteks pakaian muslimah, di kalangan mahasiswi di Kampus UIN Raden Mas Said Surakarta. *Trend fashion* adalah manifestasi perubahan cara berpakaian dan gaya hidup di masyarakat pada suatu waktu tertentu. Pada dasarnya, fashion mencerminkan nilai-nilai, gaya hidup, dan identitas individu atau kelompok sosial.

Awalnya, fashion muslimah di Indonesia, terutama penggunaan hijab, dianggap kuno dan tidak populer. Namun, seiring berjalannya waktu, perkembangan fashion muslimah mengalami kemajuan



pesat dan kini menjadi tren yang sangat digemari, bahkan dianggap modis dan trendi. Sejumlah faktor seperti desainer berbakat, media, dan peran selebriti Muslimah ikut mempengaruhi perubahan ini. Mahasiswi, termasuk di kampus dengan latar belakang Islam seperti UIN, juga mengikuti *trend fashion* ini. Mereka terpengaruh oleh media sosial dan tuntutan untuk tampil *up to date*. Namun, juga perlu diperhatikan bahwa mahasiswi di fakultas-fakultas berbeda di kampus ini memiliki pandangan yang beragam tentang busana dan berpakaian sesuai peraturan agama Islam. Ada yang lebih ketat dan menjunjung syar'i, sementara ada yang lebih longgar dalam berbusana.

Perubahan dalam trend fashion dan busana di kalangan mahasiswi memiliki dampak yang signifikan pada perilaku sosial mereka. Perubahan ini dapat memengaruhi pola interaksi, *self-expression*, dan gaya hidup. Kehadiran sosial media dan pengaruh selebriti turut memainkan peran penting dalam membentuk trend fashion ini.

Seiring dengan berjalannya waktu, *trend fashion* akan terus berubah dan berkembang, dan kegiatan pengabdian ini mencatat bahwa mahasiswi di UIN Raden Mas Said Surakarta terus mengikuti perkembangan tersebut dalam konteks busana muslimah. Hal ini menunjukkan bahwa fashion memiliki peran penting dalam kehidupan sosial dan identitas individu, bahkan di kampus dengan latar belakang agama tertentu.

Discussion

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 (2020). 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 dimasyarakat. 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. 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, mengekspresikan 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 lambang jiwa. Pakaian tidak dapat dipisahkan 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 pakaiannya. 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 pakaian secara fisik dan nonfisik sangat berperan penting. secara non fisik, pakaian dapat mencerminkan perilaku seseorang yang memakainya (2020). 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 pakaiannya. Di dalam masyarakat, dimana persoalan gaya adalah sesuatu yang penting (atau malah gaya merupakan segalanya), semua manusia adalah *performer* (2020). 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 identitas 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. (2020).

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 (2008). Dalam masyarakat modern istilah ini mengkonotasikan individualism, ekspresi diri, serta kesadaran diri untuk bergaya. (2020). 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 yang jelas 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 ke alam, ke hal-hal yang bersahaja, semacam kerinduan alam kampung halaman atau surga 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 enaknyanya 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. (2020).



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 pengelolannya dianggap 'Islami'. Slogan yang ditawarkanpun 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. Begitu pula perkembangannya 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 pengelolannya dianggap islami. Slogan yang ditawarkanpun seperti 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 atautkah pemanfaatan sensibilitas keagamaan yang mengalami komodifikasi (menjadi komoditas) di pentas konsumsi massa.

Ketika kerudung, jilbab, gamis, baju koko (dengan berbagai model, pola, corak, warna) kian menjadi salah satu icon gaya hidup dalam fashion, 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 (memotivasi) melakukan petunjuk (kebaikan), maka ia mendapatkan pahala sebagaimana pahala orang yang mengikuti ajarannya tanpa dikurangi pahala sedikitpun. Dan barang siapa yang mengajak (memotivasi) melakukan kesehatan (kejahatan), maka ia mendapatkan dosa sebagaimana dosa orang yang mengikuti ajakannya tanpa dikurangnya 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 apapun dalam pandangan islam harus di jauhi 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 jarang nya 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.

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 lagi 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, penyanyi, pejabat, pengacara, atlet dan sebagainya. Kesamaan yang dimiliki oleh semua selebriti selain populer 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 mahasiswi 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 menggunakannya sesuai keinginannya, mereka bisa memadu 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.

Mahasiswi 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 memperhatikan busana yang dikenakan, karena busana dapat memperhatikan karakter dan memperbaiki penampilan pribadi seseorang. Terkait dengan hal itu mahasiswi yang sedang menempuh pendidikan di kampus yang berbasis agama Islam seharusnya dapat menggukan *fashion* sesuai dengan kode etik dalam berbusana mahasiswi kampus Islam.

Adapun pengabdian 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 Raden Mas Said Surakarta mengalami kemajuan yang sangat pesat, bisa dilihat kebanyakan mahasiswi mengikuti trend fashion yang ada pada sosial media yang sangat berkembang



pada saat ini hal inilah yang mempengaruhi mahasiswi 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 mahasiswi. Hal ini terlihat dari mahasiswi 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 mahasiswi.

Pada fakultas FUD (Ushuluddin dan Dakwah) peraturan berbusana tidak terlalu menuntut mahasiswinya 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 mahasiswinya 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 mahasiswinya 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.

Berdasarkan pengamatan yang pengabdian awal tersebut, menunjukkan bahwa tingkat kenyamanan busana yang mahasiswi gunakan sangat memengaruhi 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 mahasiswi, terutama mahasiswi perempuan karena hampir semua mahasiswi 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 mahasiswi yang tidak begitu memperhatikan akan trend fashion zaan sekarang. Pola interaksi dan gaya hidup mahasiswi juga mengalami perubahan sesuai dengan *trend fashion* yang digunakan (2020).

Conclusion)

Fashion di era modern menampilkan beragam model dan tren yang sangat beragam. Pengembangan fashion di Nusantara sangat dipengaruhi oleh modernisasi yang sedang berlangsung. Kemajuan teknologi pun memberikan dampak signifikan, terutama pada perempuan. Individu Muslim



juga merasakan tekanan untuk mengikuti tren fashion melalui berbagai bentuk promosi seperti iklan, surat kabar, dan berbagai publikasi lainnya yang secara konsisten menciptakan inovasi dalam kehidupan masyarakat. Tren fashion, yang bisa diartikan sebagai "kecenderungan," mencakup beragam bentuk dan cara baru pada suatu periode tertentu. Tren ini menjadi sesuatu yang bisa diikuti oleh banyak orang dan menjadi panduan yang berkembang sesuai dengan perkembangan waktu.

Peran media sangat besar dalam mempengaruhi cara masyarakat tampil cantik atau tampan, memikat, serta mencapai kesuksesan dalam era saat ini. Jurnalisme gaya hidup telah menjadi pilihan yang populer bagi berbagai organisasi media, dan media-media tersebut memungkinkan penyebaran tren gaya hidup dengan cepat. Di Indonesia, beberapa media beroperasi sebagai waralaba dari luar negeri, mirip dengan konsep restoran cepat saji. Gaya hidup adalah komoditas baru dalam kapitalisme, bahkan mampu menyusup ke dalam simbol-simbol agama. Gaya hidup ini menawarkan konsep "saleh tetapi trendy" atau "ibadah yang tetap trendi." Masyarakat diam-diam mengadopsi preferensi sosial ini, menggantikan nilai-nilai tradisional.

Mahasiswi masa kini memiliki gaya hidup yang berbeda dari mahasiswi zaman dahulu. Saat ini, dunia fashion telah menjadi hal umum dan menjadi bagian gaya hidup setiap orang. Gaya hidup ini berperan dalam memengaruhi gaya setiap individu. Perubahan gaya hidup ini, salah satunya, dipengaruhi oleh penggunaan internet yang semakin berkembang pesat. Internet bukan hanya digunakan sebagai alat komunikasi dan sumber informasi, tetapi juga sebagai media untuk aktualisasi diri, pencarian pekerjaan, penghasilan, dan berbagai fungsi lainnya.

Bibliography

- Adlin, Alfathri. (2006). *Resistensi Gaya Hidup : Teori dan Realitas*, Jelasutra, 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*, Jelasutra, Yogyakarta.
- Barnard, Malcolm. (1996). *Fashion as Communication*. Idy Subandi Ibrahim (Penerjemah). *Fashion sebagai Komunikasi*. Yogyakarta: Jelasutra.
- B Ty aswara. (2017). *Permaknaan Terhadap Fashion Style Remaja Di Bandung*. *Jurnal Komunikasi*. 8(3)
- Chaney, David. (2004). *Lifestyle Sebuah Pengantar Komprehensif*, Jelasutra, Yogyakarta.
- D Anadita. (2014). *Komunikasi Tanda Pada Fashion (Deskripsi Komunikasi Fashion Hijab Pada Anggota Hijab Beauty Community, Malang)*. *Jurnal Mahasiswi 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 Mahasiswi. *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 Kesesuaiannya 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 Mahasiswi. *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 Mahasiswi 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](http://repository.uinjambi.ac.id/4827/1/repository/skripsi%20SEPTI.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>.