

Budaya Islami dalam Tren Fashion Generasi Z: Antara Syariat dan Estetika

Nailah Habibah^{1*}, Fadla Meisya Abdullah², Dhiya Syakira Putri³, Fadil Aleidrus Sarwanto⁴, Abdul Fadhil⁵

¹ Program Studi Pendidikan Agama Islam, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum
Universitas Negeri Jakarta

Email: nailah.habibah@mhs.unj.ac.id

² Program Studi Pendidikan Agama Islam, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum
Universitas Negeri Jakarta

Email: fadla.meisya@mhs.unj.ac.id

³ Program Studi Pendidikan Agama Islam, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum
Universitas Negeri Jakarta

Email: dhiya.syakira@mhs.unj.ac.id

⁴ Program Studi Pendidikan Agama Islam, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum
Universitas Negeri Jakarta

Email: fadil.aleidrus@mhs.unj.ac.id

⁵ Program Studi Pendidikan Agama Islam, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum
Universitas Negeri Jakarta

Email: abdul_fadhil@unj.ac.id

:

Abstrak

Perkembangan teknologi digital dan media sosial telah membawa perubahan signifikan dalam tren fashion Islami, khususnya di kalangan Generasi Z. Fashion Islami tidak lagi dipahami hanya sebagai kewajiban menutup aurat berdasarkan syariat Islam, tetapi juga berkembang menjadi bagian dari budaya populer yang dipengaruhi oleh estetika, gaya hidup, dan identitas sosial. Penelitian ini bertujuan menganalisis budaya Islami dalam tren fashion Generasi Z serta dinamika antara syariat dan estetika di era digital. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kepustakaan dan teknik analisis deskriptif terhadap berbagai sumber literatur yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fashion Islami pada Generasi Z mengalami pergeseran makna dari kewajiban religius menjadi sarana ekspresi diri, identitas sosial, dan bagian dari industri fashion modern. Media sosial berperan dalam mempercepat penyebaran tren fashion Islami sekaligus mendorong integrasi antara nilai syariat dan estetika. Di sisi lain, perkembangan tersebut berpotensi mendorong komersialisasi dan pergeseran nilai syariat apabila tidak diimbangi dengan pemahaman yang kuat terhadap ajaran Islam. Oleh karena itu, keseimbangan antara syariat dan estetika menjadi kunci dalam membentuk identitas Muslim modern di kalangan Generasi Z.

Kata Kunci: Budaya Islami, Fashion, Generasi Z, Syariat, Estetika

Abstract

Type in English abstract, no more than 200 words, in one paragraph without reference (reference) without abbreviations / acronyms, and without footnotes. Abstracts are not written in the form of mathematics, questions and conjectures. Abstract contains: research objectives, research methods, analysis techniques and research results. Type in Times New Roman font-10, single space, and italicized.

Keywords: maximum 5 words, keyword one, keyword two, and so on

:

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital, industri kreatif, serta pesatnya penggunaan media sosial telah mendorong perubahan yang signifikan dalam tren fashion Islami, baik di tingkat global maupun nasional. Ekosistem digital memungkinkan lahirnya berbagai platform promosi, distribusi, dan konsumsi fashion yang semakin mudah diakses oleh masyarakat, khususnya Generasi Z. Dalam konteks

ini, busana muslim tidak lagi dipahami sebagai kewajiban syariat semata, tetapi juga berkembang menjadi bagian dari tren fashion yang dipengaruhi oleh estetika, status sosial, dan budaya populer (Alina dkk., 2025). Hal ini menunjukkan bahwa nilai-nilai syariat dalam fashion mulai beririsan dengan perkembangan industri mode dan budaya digital.

Perkembangan tersebut turut memengaruhi cara Generasi Z dalam memahami dan menggunakan busana muslim. Generasi Z merupakan generasi yang tumbuh di tengah perkembangan internet, media sosial, dan budaya visual yang bergerak sangat cepat. Kondisi ini membuat mereka lebih terbuka terhadap berbagai tren fashion, termasuk fashion Islami. Dalam praktiknya, busana muslim tidak hanya dipahami sebagai simbol kepatuhan terhadap syariat, tetapi juga menjadi sarana ekspresi diri, pembentukan identitas sosial, dan representasi gaya hidup modern. Fashion Islami pada akhirnya berkembang sebagai perpaduan antara nilai religius dan estetika, di mana individu berupaya menampilkan gaya berpakaian yang modis namun tetap sesuai dengan syariat Islam.

Selain perkembangan budaya digital, terdapat berbagai faktor yang memengaruhi pilihan Generasi Z dalam menggunakan fashion Islami, seperti tren mode, gaya hidup, dan *brand image*. Di antara berbagai faktor tersebut, gaya hidup menjadi salah satu faktor yang paling dominan dalam memengaruhi pilihan individu (Shadrina dkk., 2021). Sejalan dengan itu, kehadiran influencer, content creator, serta berbagai brand modest fashion turut mempercepat perkembangan tren busana muslim di media sosial. Kondisi ini menunjukkan bahwa fashion Islami tidak hanya berkembang sebagai bentuk ketaatan beragama, tetapi juga menjadi bagian dari budaya populer yang berkaitan dengan citra diri generasi muda.

Perkembangan fashion Islami menghadirkan dinamika dalam hubungan antara syariat dan estetika. Fashion Islami modern berada pada posisi yang dinamis antara menjaga ketentuan syariat dan mengikuti perkembangan tren yang terus berubah. Di satu sisi, modest fashion memberikan ruang bagi generasi muda untuk tetap tampil modern tanpa meninggalkan nilai syariat. Namun di sisi lain, dominasi estetika, popularitas, dan kepentingan komersial dapat menyebabkan terjadinya pergeseran makna syariat dalam berpakaian. Oleh karena itu, pembahasan mengenai budaya Islami dalam tren fashion Generasi Z menjadi penting untuk memahami secara lebih mendalam hubungan antara syariat dan estetika serta pengaruh media sosial dan pandangan sosial terhadap perkembangan fashion Islami di kalangan generasi muda.

Penelitian Putri dkk. (2025) mengkaji budaya Islami dalam tren fashion Generasi Z di Indonesia dengan berfokus pada interpretasi Generasi Z terhadap nilai-nilai syariat Islam dalam berbusana serta pengaruh estetika modern terhadap pilihan gaya berpakaian. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa Generasi Z mampu memadukan kepatuhan terhadap ajaran Islam dengan kebutuhan akan ekspresi diri melalui fashion. Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini berupaya melengkapi kajian sebelumnya dengan memfokuskan analisis pada dinamika hubungan antara syariat dan estetika dalam konteks media sosial, budaya digital, serta pembentukan identitas Generasi Z. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis budaya Islami dalam tren fashion Generasi Z serta dinamika antara syariat dan estetika di era digital.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kepustakaan (*library research*). Studi kepustakaan merupakan teknik pengumpulan data melalui penelaahan terhadap berbagai sumber tertulis, seperti buku, jurnal, catatan, dan laporan yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti (Nazir, 1988 dalam Hasibuan dkk., 2024). Pendekatan ini digunakan untuk menganalisis budaya Islami dalam tren fashion Generasi Z serta dinamika hubungan antara syariat dan estetika di era digital.

Objek penelitian ini adalah budaya Islami dalam tren fashion Generasi Z dengan fokus pada dinamika hubungan antara syariat dan estetika di era digital. Sumber data yang digunakan berupa data sekunder yang diperoleh dari berbagai literatur yang relevan, seperti buku, jurnal ilmiah, dan artikel ilmiah yang membahas fashion Islami, Generasi Z, syariat, estetika, serta pengaruh media sosial.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran, pemilihan, dan pengkajian berbagai literatur yang sesuai dengan fokus penelitian. Data yang telah diperoleh kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif melalui pendekatan analisis isi (*content analysis*) untuk mengidentifikasi, mengelompokkan, dan menginterpretasikan informasi yang berkaitan dengan budaya Islami, tren fashion Generasi Z, serta dinamika hubungan antara syariat dan estetika sehingga diperoleh kesimpulan yang sesuai dengan tujuan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengertian Budaya Islami dan Fashion Islami

Budaya Islami merupakan sistem nilai yang bersumber dari ajaran Islam yang berlandaskan Al-Qur'an dan Sunnah sebagai pedoman dalam mengatur kehidupan manusia. Dalam pandangan ini, budaya tidak hanya dipahami sebagai kebiasaan sosial, tetapi juga sebagai sistem nilai yang terdiri dari aspek normatif dan aspek penerapan dalam kehidupan nyata. Aspek normatif merujuk pada ketentuan Allah Swt., sedangkan aspek penerapan merupakan wujud perilaku manusia yang sesuai dengan ketentuan tersebut. Dengan demikian, budaya Islami menjadi dasar yang mengarahkan seluruh aktivitas manusia agar selaras dengan nilai ketuhanan dan syariat Islam. Selain itu, budaya Islami memiliki karakter universal yang tidak dibatasi oleh ruang dan waktu. Nilai-nilainya berlaku bagi seluruh umat manusia dan tetap relevan dalam berbagai kondisi kehidupan, termasuk perkembangan sosial dan budaya modern, selama tidak bertentangan dengan prinsip syariat (Rofiani dkk., 2021).

Kewajiban menutup aurat bagi wanita muslimah memiliki landasan yang kuat dalam Al-Qur'an. Salah satu ayat yang secara tegas menjelaskan perintah tersebut terdapat dalam Al-Ahzab ayat 59 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ قُلْ لِّأَزْوَاجِكَ وَبَنَاتِكَ وَنِسَاءِ الْمُؤْمِنِينَ يُدْنِينَ عَلَيْهِنَّ مِنْ جَلَابِيبِهِنَّ ذَٰلِكَ أَدْنَىٰ أَنْ يُعْرَفْنَ فَلَا يُؤْذَيْنَ وَكَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَّحِيمًا ﴿٥٩﴾
 “Wahai Nabi (Muhammad), katakanlah kepada istri-istimu, anak-anakmu perempuanmu, dan istri-istri orang mukmin supaya mereka mengulurkan jilbabnya ke seluruh tubuh mereka. Yang demikian itu agar mereka lebih mudah untuk dikenali sehingga mereka tidak diganggu”.

Ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah Swt. memerintahkan Nabi Muhammad saw. untuk menyampaikan kepada perempuan muslim agar mengulurkan jilbab ke seluruh tubuhnya sebagai bentuk penjagaan kehormatan. Perintah tersebut menjadi salah satu landasan syariat dalam berpakaian bagi perempuan muslim.

Dalam ajaran Islam, pakaian atau busana muslim tidak hanya dipandang sebagai bagian dari budaya, tetapi juga sebagai bentuk praktik keagamaan yang memiliki nilai sakral. Berpakaian sesuai syariat Islam merupakan salah satu wujud nyata ketaatan seorang hamba kepada Allah Swt. Islam telah menetapkan batasan-batasan tertentu bagi laki-laki dan perempuan, sebagai bentuk penjagaan terhadap kehormatan dan martabat manusia. Ketentuan tersebut menunjukkan bahwa Islam tidak hanya memperhatikan aspek estetika, tetapi juga menekankan nilai etika, moral, dan kesopanan dalam berpakaian. Dengan demikian, busana muslim memiliki ciri khas tersendiri sebagai bentuk representasi diri, identitas, kepribadian, serta komitmen seorang muslim terhadap Islam (Alifudin, 2014).

Namun demikian, perkembangan dunia fashion yang semakin pesat turut memberikan pengaruh besar terhadap masyarakat. Perubahan ini tidak hanya terlihat pada meningkatnya variasi model dan gaya berpakaian, tetapi juga terhadap cara pandang masyarakat terhadap busana sebagai representasi identitas, status sosial, dan ekspresi diri. Akibatnya, konsep etika, tata nilai, dan kesusilaan yang

sebelumnya menjadi pedoman dalam berpakaian mulai mengalami perubahan, penyesuaian, bahkan pergeseran makna sesuai dinamika budaya populer. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa industri fashion berperan dalam membentuk orientasi baru masyarakat terhadap busana, termasuk memengaruhi cara masyarakat memaknai nilai-nilai sosial, moral, dan religius dalam kehidupan sehari-hari (Misbahuddin & Sholihah, 2018).

Prinsip estetika dalam Islam juga diperbolehkan selama tidak keluar dari batas syariat. Hal ini diperkuat oleh hadits Rasulullah saw. sebagai berikut:

إِنَّ اللَّهَ جَمِيلٌ يُحِبُّ الْجَمَالَ

“Sesungguhnya Allah itu indah dan menyukai keindahan.” (HR. Muslim)

Hadits ini menunjukkan bahwa Islam memberikan ruang bagi keindahan dalam berpakaian selama tetap menjaga nilai kesopanan dan tidak mengandung unsur berlebihan. Dengan demikian, fashion Islami dapat dipahami sebagai bentuk implementasi nilai-nilai budaya Islami dalam praktik berpakaian yang memadukan kepatuhan terhadap syariat dengan unsur estetika secara seimbang sesuai perkembangan zaman.

Karakteristik Fashion Generasi Z

Generasi Z, yaitu kelompok yang lahir pada tahun 1997 hingga 2012, merupakan generasi yang tumbuh dalam lingkungan yang sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi digital. Mereka hidup berdampingan dengan kemajuan internet, media sosial, dan berbagai platform daring yang membuat mereka terbiasa mengakses informasi secara cepat dan visual. Kondisi ini menjadikan Generasi Z sebagai digital native yang memiliki kemampuan adaptasi tinggi terhadap dunia digital (Harsen, 2024 dalam Ramadhani & Khoirunisa, 2025). Situasi tersebut turut membentuk pola pikir dan gaya hidup mereka, termasuk dalam memahami dan menggunakan fashion dalam kehidupan sehari-hari.

Dalam konteks fashion Islami, Generasi Z memandang pakaian tidak hanya sebagai kebutuhan fungsional, tetapi juga sebagai sarana untuk mengekspresikan identitas diri. Pakaian digunakan untuk menunjukkan karakter, kepribadian, serta citra sosial yang ingin ditampilkan di lingkungan sekitar maupun di ruang digital. Oleh karena itu, fashion Islami pada Generasi Z berkembang menjadi lebih variatif dan kreatif, serta cenderung mengikuti perkembangan tren dengan tetap berada dalam koridor nilai-nilai etika, kesopanan, dan prinsip budaya Islami.

Selain sebagai bentuk ekspresi diri, Generasi Z juga memiliki kemampuan dalam menggabungkan nilai religius dengan estetika modern. Akses yang luas terhadap media sosial membuat mereka mudah terpapar berbagai inspirasi fashion global yang kemudian diadaptasi sesuai dengan nilai dan kebutuhan mereka. Dalam proses tersebut, fashion Islami berkembang menjadi ruang kreativitas yang memungkinkan individu tetap tampil modern tanpa meninggalkan prinsip kesederhanaan dan kepatuhan terhadap nilai moral.

Karakteristik Generasi Z juga terlihat dari preferensi mereka dalam berpakaian yang cenderung memilih pakaian yang nyaman, praktis, mempertimbangkan keterjangkauan harga, serta mudah dipadupadankan dalam berbagai situasi. Selain itu, mereka juga memperhatikan kualitas, kesederhanaan desain, ukuran yang sesuai, serta kemudahan dalam perawatan pakaian. Hal ini menunjukkan bahwa pilihan fashion mereka tidak hanya dipengaruhi oleh tren, tetapi juga oleh pertimbangan fungsional, ekonomi, dan efisiensi dalam kehidupan sehari-hari (Iswenda, 2025).

Generasi Z juga dikenal terbuka terhadap eksplorasi berbagai gaya berpakaian. Mereka cenderung memadukan berbagai unsur fashion sesuai preferensi pribadi serta perkembangan tren yang dipengaruhi oleh budaya populer dan media digital. Hal ini menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki tingkat kreativitas yang tinggi dalam mengekspresikan identitas dirinya melalui fashion tanpa mengabaikan nilai-nilai budaya Islami yang mereka anut.

Secara keseluruhan, karakteristik tersebut menunjukkan bahwa fashion Generasi Z merupakan

hasil perpaduan antara perkembangan teknologi digital, kebutuhan praktis, kreativitas, serta nilai-nilai budaya Islami yang mereka anut. Dalam konteks fashion Islami, gaya berpakaian tidak hanya menjadi bagian dari tren, tetapi juga berfungsi sebagai media pembentukan identitas, ekspresi diri, dan representasi nilai-nilai religius yang terus beradaptasi dengan perkembangan zaman.

Antara Syariat dan Estetika

a. Fashion sebagai Bentuk Dakwah dan Identitas Islam

Fashion Islami saat ini tidak hanya berfungsi sebagai kebutuhan berpakaian, tetapi juga berkembang menjadi media dakwah dan simbol identitas Islam. Melalui busana muslim, seseorang dapat menunjukkan identitas keagamaannya sekaligus menyampaikan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sosial (Muzayanah & Kumala, 2024; Himam dkk., 2023). Pakaian dalam konteks ini menjadi bentuk komunikasi nonverbal yang mencerminkan kesopanan, ketakwaan, dan kepatuhan terhadap ajaran agama, sehingga memiliki dimensi estetika, moral, dan spiritual secara bersamaan.

Dalam Islam, berpakaian merupakan bagian dari pelaksanaan syariat yang tidak terpisahkan dari kehidupan seorang Muslim. Al-Qur'an Surah Al-A'raf ayat 26 menjelaskan bahwa Allah memberikan pakaian kepada manusia untuk menutup aurat sekaligus sebagai perhiasan, serta pentingnya "pakaian takwa" sebagai nilai spiritual yang menyertai penampilan lahiriah seseorang. Hal ini menunjukkan bahwa Islam tidak melarang keindahan dalam berpakaian selama tetap berada dalam batas kesopanan dan ketakwaan. Dengan demikian, estetika dalam fashion Islami dapat berjalan seiring dengan nilai syariat apabila tidak menghilangkan tujuan utama berpakaian dalam Islam (Himam dkk., 2023).

Perkembangan modest fashion modern menunjukkan bahwa dakwah dapat dilakukan melalui pendekatan yang dekat dengan kehidupan masyarakat, terutama Generasi Z. Dakwah tidak hanya dilakukan melalui ceramah, tetapi juga melalui praktik nyata atau dakwah bil-hal. Hal tersebut terlihat dari berkembangnya berbagai brand fashion muslim yang menghadirkan pakaian modern dan elegan dengan tetap memperhatikan prinsip-prinsip syariat Islam (Muzayanah & Kumala, 2024). Dengan demikian, fashion muslim berkembang sebagai media dakwah yang mampu beradaptasi dengan perkembangan zaman tanpa meninggalkan prinsip syariat.

Fashion Islami modern juga berperan sebagai representasi identitas Muslim yang memadukan nilai religius dan estetika berpakaian sesuai perkembangan zaman (Indriani, 2023 dalam Candelia & Maulana, 2025). Kehadiran berbagai inovasi busana muslim menunjukkan adanya upaya untuk menghadirkan pakaian yang tetap mengikuti tren tanpa meninggalkan nilai kesopanan dan ketentuan syariat. Dalam hal ini, syariat memberikan batasan etika berpakaian, sedangkan estetika menjadi ruang kreativitas dalam menampilkan keindahan yang tetap sesuai dengan nilai Islam.

Hubungan antara syariat dan estetika dalam fashion Islami menunjukkan adanya keseimbangan antara nilai religius dan perkembangan tren modern, khususnya Generasi Z. Syariat berfungsi sebagai pedoman utama dalam menjaga kesopanan, menutup aurat, dan membentuk etika berpakaian, sedangkan estetika berperan sebagai sarana ekspresi diri yang tetap berada dalam koridor nilai Islam. Dengan demikian, fashion Islami tidak hanya menjadi bagian dari kewajiban agama, tetapi juga media ekspresi, identitas, dan dakwah yang tetap berlandaskan nilai-nilai syariat.

b. Risiko Bergesernya Makna Syariat

Di balik perkembangan fashion Islami yang semakin pesat, terdapat risiko terjadinya pergeseran makna syariat dalam berpakaian. Fashion muslim yang awalnya bertujuan untuk menutup aurat dan menjaga kehormatan, dalam perkembangannya dapat berubah menjadi sekadar tren dan gaya hidup. Dalam kondisi tertentu, aspek estetika dan popularitas lebih menonjol dibandingkan pemahaman terhadap nilai-nilai syariat yang melandasinya (Muzayanah & Kumala, 2024).

Salah satu bentuk pergeseran tersebut tampak ketika busana muslim lebih berorientasi pada tren mode. Banyak model pakaian yang dilabeli “syar’i” tidak sepenuhnya mencerminkan prinsip kesopanan dalam Islam, karena masih menonjolkan aspek visual atau mengikuti selera pasar. Hal ini menunjukkan bahwa label syar’i dalam industri fashion terkadang hanya digunakan sebagai bagian dari strategi pemasaran, bukan semata-mata sebagai representasi kepatuhan terhadap syariat (Himam dkk., 2023).

Selain itu, fenomena tabarruj atau berhias secara berlebihan juga menjadi tantangan dalam perkembangan fashion Islami. Dalam sebagian kasus, busana muslim tidak lagi semata-mata digunakan sebagai bentuk ketaatan, tetapi juga sebagai sarana untuk mendapatkan perhatian dan pengakuan sosial. Akibatnya, nilai kesederhanaan dan makna spiritual dalam berpakaian dapat mengalami penurunan (Muzayanah & Kumala, 2024).

Di sisi lain, perkembangan industri fashion Islami memunculkan komersialisasi simbol agama. Hijab dan busana muslim kini menjadi bagian dari industri yang terus berkembang, di mana nilai religius sering kali beriringan dengan kepentingan ekonomi. Kondisi ini berpotensi menggeser makna berpakaian dari yang bersifat spiritual menjadi konsumsi budaya dan gaya hidup modern (Khan dkk., 2003 dalam Aslan & Pugu, 2025).

Dengan demikian, meskipun fashion Islami berkembang sebagai media ekspresi dan identitas, tetap terdapat tantangan berupa pergeseran makna syariat apabila tidak disertai pemahaman yang tepat. Oleh karena itu, diperlukan kesadaran untuk menjaga keseimbangan antara nilai estetika dan prinsip syariat agar fashion Islami tidak kehilangan esensi utamanya sebagai bentuk ketaatan kepada Allah Swt.

Pengaruh Media Sosial dan Influencer

Media sosial memiliki peran yang sangat besar dalam membentuk dan menyebarkan tren fashion di era digital, termasuk fashion Islami. Platform seperti Instagram, TikTok, dan Pinterest telah mengubah cara Generasi Z dalam mengakses inspirasi berpakaian, dari yang sebelumnya bersifat terbatas menjadi sangat cepat, luas, dan berbasis visual (Lumbungtalent, 2025). Perubahan ini menjadikan media sosial sebagai ruang utama dalam penyebaran tren fashion modern di kalangan anak muda.

Penyebaran tren fashion di media sosial berlangsung melalui berbagai fitur, seperti hashtag, konten outfit of the day (OOTD), hingga challenge yang viral. Konten-konten tersebut memungkinkan gaya berpakaian tertentu dengan cepat dikenal dan diikuti oleh pengguna lain. Selain itu, fitur algoritma pada TikTok mempercepat munculnya tren baru melalui sistem rekomendasi, sementara Instagram memperkuat penyebaran tren melalui konten visual yang menarik dan mudah diakses (Lumbungtalent, 2025). Kondisi tersebut menjadikan media sosial sebagai salah satu faktor utama yang mempercepat penyebaran tren fashion di kalangan Generasi Z.

Dalam ekosistem tersebut, influencer berperan penting sebagai pembentuk tren fashion. Influencer, selebgram, dan content creator menjadi salah satu rujukan utama bagi Generasi Z dalam menentukan gaya berpakaian karena konten yang mereka tampilkan dianggap lebih dekat dengan kehidupan sehari-hari dan mudah diikuti. Melalui unggahan mereka, berbagai gaya fashion diperkenalkan dan kemudian berkembang menjadi tren yang diadopsi oleh banyak kalangan.

Selain itu, kolaborasi antara brand fashion dan influencer juga memperkuat penyebaran tren fashion di media sosial. Strategi ini membuat suatu gaya atau produk lebih cepat dikenal dan diikuti oleh audiens yang lebih luas. Dalam konteks fashion Islami, hal ini turut mendorong munculnya tren busana yang tetap mempertahankan nilai kesopanan namun dikemas dengan tampilan yang modern dan mengikuti perkembangan zaman.

Dengan demikian, media sosial dan influencer menjadi faktor yang sangat menentukan dalam dinamika tren fashion Generasi Z. Penyebaran tren tidak lagi berlangsung secara lambat seperti pada media konvensional, tetapi bergerak cepat melalui ruang digital yang interaktif. Kondisi ini

menunjukkan bahwa fashion di kalangan Generasi Z sangat dipengaruhi oleh arus visual media sosial yang terus berkembang dan membentuk preferensi berpakaian mereka.

Perspektif Sosial dan Keagamaan

Busana muslim dalam konteks Generasi Z tidak hanya dipahami sebagai kewajiban religius, tetapi juga sebagai bagian dari pembentukan identitas sosial yang kompleks. Dalam kerangka teori identitas sosial, individu membentuk dirinya melalui kelompok sosial yang diikutinya sehingga pilihan berbusana menjadi salah satu penanda afiliasi sekaligus sarana membangun citra diri di ruang publik maupun digital (Tajfel & Turner, 1979). Generasi Z secara aktif menggunakan pakaian sebagai media untuk mengekspresikan nilai, karakter, dan identitas diri kepada lingkungan sosialnya. Dengan demikian, fashion Islami tidak hanya berkaitan dengan kepatuhan terhadap syariat, tetapi juga menjadi sarana komunikasi sosial dalam kehidupan modern.

Pilihan berbusana Generasi Z juga dipengaruhi oleh tekanan dari lingkungan sosial yang beragam. Di satu sisi, lingkungan keluarga dan komunitas keagamaan mendorong penerapan busana yang sesuai syariat, sementara di sisi lain, kelompok sebaya (peer group) dan budaya populer menuntut penampilan yang sesuai tren dan estetika. Hal ini menunjukkan bahwa Generasi Z tidak sepenuhnya bebas dalam menentukan pilihan berbusana, melainkan berada dalam proses negosiasi antara nilai keagamaan yang bersifat normatif dan tuntutan sosial yang bersifat adaptif. Pakaian pada dasarnya juga berfungsi sebagai sistem komunikasi yang menyampaikan pesan tentang identitas sosial, nilai, dan posisi seseorang dalam masyarakat (Barnard, 2011).

Dari perspektif keagamaan, perkembangan modest fashion modern mendapat respons yang beragam dari para ulama dan lembaga Islam. Sebagian ulama memandang tren ini secara positif sebagai bentuk dakwah kontemporer atau dakwah bil-hal, yakni melalui keteladanan nyata dalam berpakaian sebagai bentuk penyampaian nilai-nilai Islam (Muzayanah & Kumala, 2024). Dalam ajaran Islam, keindahan dalam berpakaian tidak dilarang selama tetap memenuhi ketentuan menutup aurat dan menjaga kesopanan sebagaimana tercermin dalam Q.S. Al-A'raf ayat 26 yang menegaskan pentingnya pakaian takwa. Namun di sisi lain, terdapat kritik terhadap kecenderungan komersialisasi simbol-simbol keagamaan dalam industri fashion, di mana jilbab tidak hanya dipahami sebagai identitas religius, tetapi juga sebagai komoditas budaya yang dipengaruhi oleh logika pasar dan tren konsumsi. Dalam konteks ini, penggunaan label “syar’i” pada produk fashion terkadang lebih berfungsi sebagai strategi pemasaran daripada cerminan nilai Islam yang sesungguhnya (Himam dkk., 2023).

Meskipun demikian, Generasi Z tidak bersikap pasif dalam menghadapi ketegangan antara nilai keagamaan dan realitas sosial tersebut. Fenomena *pious fashion* menggambarkan upaya perempuan muslim memadukan ketaatan beragama dengan ekspresi estetika sehingga menghasilkan gaya berbusana yang religius sekaligus kontemporer (Bucar, 2017). Hal ini menunjukkan adanya interpretasi baru terhadap kesalehan yang tidak menempatkan modernitas sebagai ancaman, melainkan sebagai ruang ekspresi yang tetap dapat diisi dengan nilai-nilai Islam. Dengan demikian, hubungan antara syariat dan estetika dalam fashion Generasi Z bukanlah dua hal yang saling bertentangan, melainkan dua dimensi yang terus dinegosiasikan dalam membentuk identitas Muslim masa kini.

Solusi dalam Menjaga Nilai Syariat pada Fashion Islami

Perkembangan fashion Islami di era digital menunjukkan bahwa syariat dan estetika dapat berjalan beriringan dalam kehidupan Generasi Z. Namun, kuatnya pengaruh media sosial, budaya populer, dan industri fashion juga menghadirkan tantangan berupa potensi pergeseran makna syariat dalam berpakaian. Oleh karena itu, diperlukan upaya yang mampu menjaga keseimbangan antara nilai religius dan tuntutan estetika agar fashion Islami tetap berfungsi sebagai bentuk ketaatan kepada Allah

Swt. sekaligus sarana ekspresi diri yang positif.

Salah satu upaya penting adalah memperkuat pemahaman keagamaan terkait etika berpakaian dalam Islam. Konsep aurat, kesopanan, kesederhanaan, dan tujuan berpakaian perlu dipahami sebagai dasar utama dalam berbusana. Dengan pemahaman tersebut, fashion tidak hanya dipandang sebagai bagian dari tren, tetapi juga sebagai wujud pelaksanaan syariat. Dalam konteks tersebut, keluarga, lembaga pendidikan, dan lingkungan sosial memiliki peran penting dalam menanamkan pemahaman mengenai etika berpakaian sesuai syariat Islam.

Selain itu, media sosial dapat dimanfaatkan sebagai sarana edukasi dan dakwah dalam konteks fashion Islami. Mengingat Generasi Z sangat dekat dengan ruang digital, kehadiran konten yang tidak hanya menampilkan estetika, tetapi juga mengandung nilai syariat menjadi sangat penting. Peran influencer dan content creator muslim dapat membantu menyebarkan konten yang memadukan tren fashion dengan nilai-nilai syariat, sehingga media sosial tidak hanya menjadi ruang konsumsi gaya, tetapi juga sarana penyebaran nilai-nilai Islam yang relevan dengan perkembangan zaman.

Di samping itu, penting untuk memahami bahwa estetika dalam Islam memiliki batasan yang ditentukan oleh syariat. Islam memberikan ruang untuk keindahan dalam berpakaian, namun tetap dalam koridor kesopanan, tidak berlebihan, dan tidak bertujuan menarik perhatian secara berlebihan. Dengan memahami prinsip ini, Generasi Z dapat tetap berkreasi dalam berbusana tanpa meninggalkan nilai dasar dalam Islam, yaitu menjaga kehormatan dan menutup aurat.

Peran industri fashion muslim juga menjadi aspek penting dalam menjaga nilai syariat. Pelaku industri fashion muslim diharapkan tidak hanya mengikuti tren pasar, tetapi juga memperhatikan kesesuaian produk dengan prinsip-prinsip syariat Islam secara substansial. Penggunaan label “syar’i” hendaknya mencerminkan nilai dan ketentuan berpakaian menurut ajaran Islam, bukan sekadar menjadi strategi pemasaran.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa menjaga nilai syariat dalam fashion Islami memerlukan sinergi antara individu, keluarga, pendidikan, media sosial, dan industri fashion. Kolaborasi berbagai pihak tersebut penting untuk menjaga keseimbangan antara estetika modern dan prinsip syariat. Dengan demikian, fashion Islami tidak hanya berkembang sebagai bagian dari budaya Generasi Z, tetapi juga tetap menjadi sarana pembentukan identitas, media dakwah, dan wujud ketaatan kepada Allah Swt.

SIMPULAN

Perkembangan fashion Islami pada Generasi Z menunjukkan adanya dinamika yang kompleks antara syariat dan estetika dalam konteks budaya digital. Fashion tidak lagi sekadar dipahami sebagai kewajiban menutup aurat, tetapi juga berkembang menjadi media ekspresi diri, pembentukan identitas sosial, serta sarana dakwah di era modern. Kehadiran media sosial, influencer, dan industri modest fashion mempercepat transformasi tersebut sehingga busana muslim menjadi bagian dari budaya populer yang memadukan nilai estetika dengan nilai religius. Dalam proses tersebut, Generasi Z berupaya menyeimbangkan tuntutan syariat dengan perkembangan tren dan gaya hidup modern.

Namun demikian, perkembangan tersebut juga membawa tantangan berupa potensi pergeseran makna syariat ketika fashion Islami lebih berorientasi pada tren, komersialisasi, dan popularitas dibandingkan nilai-nilai keagamaan yang mendasarinya. Oleh karena itu, diperlukan kesadaran kolektif dari individu, keluarga, lembaga pendidikan, media sosial, dan industri fashion untuk menjaga keseimbangan antara estetika dan syariat. Penelitian ini menunjukkan bahwa sinergi antara nilai-nilai budaya Islami, literasi keagamaan, dan pemanfaatan media digital secara bijak dapat menjadi upaya menjaga esensi fashion Islami sebagai wujud ketaatan kepada Allah Swt. sekaligus sarana ekspresi diri yang relevan bagi Generasi Z.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian ini, diperlukan upaya untuk memperkuat pemahaman mengenai nilai-nilai syariat dalam berpakaian melalui keluarga, lembaga pendidikan, media sosial, dan berbagai ruang edukasi lainnya agar perkembangan fashion Islami tidak hanya berorientasi pada estetika, tetapi juga tetap berlandaskan nilai-nilai budaya Islami. Selain itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengkaji fashion Islami pada Generasi Z melalui penelitian lapangan dengan melibatkan responden secara langsung sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih mendalam mengenai praktik, persepsi, dan faktor-faktor yang memengaruhi pilihan berbusana.

DAFTAR PUSTAKA

- Alifuddin, M. (2014). Etika berbusana dalam perspektif agama dan budaya. *Shautut Tarbiyah*, 20(2), 80-89.
<https://ejournal.iainkendari.ac.id/index.php/shautut-tarbiyah/article/view/26>
- Alina, A. I., Sa'adah, N. M., Niswah, A. Z., & 'Ubudiyah, F. (2025). Dinamika makna hijab: Antara kesalehan personal dan industri fashion global. *Al Hikmah: Jurnal Dakwah*, 19(1), 11–22.
<https://jurnaliainpontianak.or.id/index.php/alhikmah/article/view/3757>
- Aslan, A., & Pugu, M. R. (2025). Pergeseran makna religius: Pengaruh interaksi budaya global terhadap tradisi lokal. *Prosiding Seminar Nasional Indonesia*, 3(2), 158–168.
<https://sociohum.net/index.php/PROSIDINGNASIOANAL/article/view/114/113>
- Barnard, M. (2011). *Fashion sebagai komunikasi: Cara mengkomunikasikan identitas sosial, seksual, kelas dan gender*. Jelasutra.
https://lib.pasca.isi.ac.id/?p=show_detail&id=3161
- Bucar, E. M. (2017). *Pious fashion: How Muslim women dress*. Harvard University Press.
https://books.google.com/books/about/Pious_Fashion.html?id=poPWDwAAQBAJ
- Candelia, D. E., & Maulana, L. A. (2025). Konstruksi narasi perempuan muslimah pada tren fashion syariah di Gontornews.com dan Chanelmuslim.com. *Journal of Islamic Communication Studies*, 3(1), 1–11.
<https://jurnalpps.uinsa.ac.id/index.php/JICOS/article/view/747>
- Hasibuan, Z. E., Siregar, S., Lubis, A. S., Daulay, D., Nasution, F. R. H., Siregar, H., Syarif, I., Nst, K. M., Nikmad, K., Hsb, M. M., Marhamah, Mustamin Siregar, Nurhayati Harahap, Raja Tambunan, Rustam Efendi, Safriadi Hasibuan, S. A. F. S., Khoiriyah, S., Siregar, S., & Siregar, M. A. (2024). *Metode Penelitian Pendidikan: Kualitatif, Kuantitatif, Kepustakaan dan PTK*. AE Publishing.
https://books.google.com/books/about/Methodologi_Penelitian_Pendidikan_-_Dr._Zainal_Efendi_Hasibuan_-_Google_Buku.html?id=poPWDwAAQBAJ
- Himam, A. S., Kambali, & Farhan, R. L. (2023). Fashion syar'i Muslim di Indonesia atas al-Qur'an Surah al-A'rāf ayat 26 (studi analisis ma'nā cum-maghzā). *Risālah: Jurnal Pendidikan dan Studi Islam*, 9(4), 1840–1850.
https://www.jurnal.faiunwir.ac.id/index.php/Jurnal_Risalah/article/view/1235
- Ilyas, M. (2016). Memaknai Fashion dalam Hukum Islam. *Al-Daulah: Jurnal Hukum Pidana dan Ketatanegaraan*, 5(1), 133–143.
https://journal.uin-alaududin.ac.id/index.php/al_daulah/article/view/1446
- Iswenda, B. A. (2025, Maret 15). *Generasi Z utamakan kenyamanan dalam berpakaian*. GoodStats. Diakses pada 20 Mei 2026, dari
<https://www.goodstats.com/berita/Generasi-Z-utamakan-kenyamanan-dalam-berpakaian>
- Lumbungtalent. (2025, Maret 4). *Analisis: pengaruh media sosial terhadap tren fashion di Indonesia*. Lumbung Data. Diakses pada 20 Mei 2026, dari
<https://lumbungdata.com/berita/Pengaruh-Media-Sosial-Terhadap-Tren-Fashion-di-Indonesia>
- Misbahuddin, M., & Sholihah, A. M. (2018). Pakaian sebagai penanda: Kontruksi identitas budaya dan

- gaya hidup masyarakat Jawa (2000–2016). *El-Wasathiya: Jurnal Studi Agama*, 6(2), 113–133.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.3522966>
- Muzayanah, A., & Kumala, P. N. (2024). Strategi dakwah bil hal melalui fashion pakaian muslimah di kalangan milenial: Studi kasus brand Namira Boetique. *Komsospol*, 4(1), 19–27.
<https://doi.org/10.47637/komsospol.v4i1.1211>
- Putri, A. N. P., Firdaus, M. H., Solihat, S., Riyadhi, T. H., & Suresman, E. (2025). Budaya Islami dalam tren fashion Generasi Z: Antara syariat dan estetika. *Tashdiq: Jurnal Kajian Agama dan Dakwah*, 13(2).
<https://jurnalcib.com/index.php/tashdiq/article/view/12749>
- Ramadhani, O., & Khoirunisa, K. (2025). Generasi Z dan teknologi: Gaya hidup generasi Z di era digital. *Jurnal Pendidikan dan Ilmu Sosial (JUPENDIS)*, 3(1), 323–331.
<https://doi.org/10.54066/jupendis.v3i1.2916>
- Rofiani, R., Nurwadjah Ahmad Eq., & Suhartini, A. (2021). Konsep Budaya dalam Pandangan Islam sebagai Sistem Nilai Budaya Global (Analisis terhadap Pemikiran Ali Ahmad Madkur). *At-Tajdid: Jurnal Pendidikan dan Pemikiran Islam*, 5(01), 62–73.
<http://dx.doi.org/10.24127/att.v5i01.1556>
- Shadrina, A. N., Fathoni, M. A., & Handayani, T. (2021). Pengaruh trend fashion, gaya hidup, dan brand image terhadap preferensi fashion hijab. *JoIE: Journal of Islamic Economics*, 1(2), 48–71.
<https://doi.org/10.21154/joie.v1i2.3224>
- Suna, Susandi, A., & Muhammad, D. H. (2022). Etika berbusana muslimah dalam perspektif agama Islam dan budaya. *Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK)*, 4(1), 243–251.
<https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jpdk/article/view/3557>
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. Dalam W. G. Austin & S. Worchel (Eds.), *The Social Psychology of Intergroup Relations* (hlm. 33–47). Brooks/Cole.
[Tajfel Turner 1979 An Integrative Theory of Intergroup Conflict PDF | PDF](#)