



EDUTECH

Jurnal Teknologi Pendidikan

Journal homepage <https://ejournal.upi.edu/index.php/edutech>



Studi Tentang Gaya Berjilbab Mahasiswa Di Universitas Negeri Padang

Indah Azzahra, Ilham Zamil, & Yusmerita, Hadiastuti

Universitas Negeri Padang, Indonesia

E-mail: azzaindahh23@gmail.com, ilhamzamil@fpp.unp.ac.id, Yusmerita@fpp.unp.ac.id,

hadiastuti@fpp.unp.ac.id

ABSTRACT	ARTICLE INFO
<p><i>This study aims to describe the internal and external factors influencing the jilbab styles of students in the Fashion Design Study Program at Universitas Negeri Padang and to analyze the role of social media in shaping these styles. Using a qualitative approach with a phenomenological method, the study involved 40 active students selected through purposive sampling. Data were collected through interviews, observations, and documentation, then analyzed using the interactive model of Miles and Huberman. The results indicate that students' jilbab styles are influenced by internal factors such as personality, religious values, and aesthetic preferences, as well as external factors such as social media, peer influence, and fashion trends. Social media plays a significant role as a source of inspiration, a space for self-representation, and a medium for constructing a religious yet fashionable image among students. This study contributes to the academic discourse by expanding the understanding of how religious identity and Muslim fashion aesthetics are constructed within the digital culture of higher education.</i></p>	<p>Article History: Submitted/Received 2 Okt 2025 First Revised 15 Okt 2025 Accepted 25 Okt 2025 First Available online 27 Okt 2025 Publication Date 29 Okt 2025</p> <p>Keyword: Jilbab Style, Identity, Social Media, Fashion Students, Phenomenology</p>
<p>ABSTRAK</p> <p>Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan faktor internal dan eksternal yang memengaruhi gaya berjilbab mahasiswi Program Studi Tata Busana Universitas Negeri Padang serta menganalisis peran media sosial dalam pembentukan gaya tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi, melibatkan 40 mahasiswi aktif yang dipilih secara purposive. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis</p>	

menggunakan model interaktif Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya berjilbab mahasiswi dipengaruhi oleh faktor internal seperti kepribadian, nilai religius, dan selera estetika, serta faktor eksternal seperti media sosial, teman sebaya, dan tren fashion. Media sosial berperan signifikan sebagai sumber inspirasi, ruang representasi diri, dan sarana pembentukan citra religius sekaligus modis di kalangan mahasiswa. Studi ini memberikan kontribusi ilmiah dengan memperluas pemahaman tentang konstruksi identitas religius dan estetika busana muslimah dalam konteks budaya digital di lingkungan perguruan tinggi.

© 2025 Teknologi Pendidikan UPI

1. PENDAHULUAN

Busana muslimah, khususnya jilbab, tidak lagi sekadar memenuhi tuntutan syariat, tetapi telah menjadi bagian dari gaya hidup dan identitas sosial perempuan modern. Di Indonesia, perkembangan gaya jilbab menunjukkan dinamika yang pesat seiring kemajuan teknologi dan meningkatnya pengaruh media sosial. Jilbab kini dipahami bukan hanya sebagai simbol religius, melainkan juga sebagai medium ekspresi estetika dan representasi diri (Sukendro et al., 2016). Dalam konteks budaya Indonesia yang beragam, penggunaan jilbab menampilkan variasi bentuk, warna, dan gaya yang terus berevolusi sesuai dengan tren mode dan pengaruh lingkungan sosial.

Menurut (Janah & Aini, 2019), jilbab berfungsi tidak hanya sebagai simbol kesalehan, tetapi juga sebagai identitas sosial dan strategi komunikasi visual di ruang publik. Kehadiran media sosial turut mempercepat penyebaran tren gaya berjilbab, di mana platform seperti *Instagram*, *TikTok*, dan *YouTube* menjadi ruang utama bagi perempuan muslim untuk menampilkan gaya pribadi sekaligus membentuk citra diri yang modis dan religius. Media sosial berperan sebagai sumber inspirasi, sarana interaksi, sekaligus arena pembentukan identitas digital (Nasrullah, 2017).

Fenomena ini sangat nyata di kalangan mahasiswa, termasuk di lingkungan akademik yang memiliki keterkaitan langsung dengan dunia mode dan busana, seperti Program Studi Tata Busana Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang (UNP). Berdasarkan observasi peneliti, mahasiswi Tata Busana menunjukkan variasi gaya jilbab yang semakin dinamis dari waktu ke waktu. Pada tahun 2024, sebagian besar masih mengenakan jilbab sederhana dengan gaya konvensional, sedangkan pada tahun 2025 muncul kecenderungan untuk memodifikasi gaya melalui tambahan aksesori, teknik lipatan, dan layering. Pergeseran ini menunjukkan meningkatnya kesadaran mode (*fashion consciousness*) serta pengaruh media sosial dalam membentuk preferensi estetika mereka.

Menurut Hidayah, Arkanudin & Batuallo (2023), gaya berjilbab dipengaruhi oleh faktor internal seperti kepribadian, selera, nilai religius, dan kepercayaan diri, serta faktor eksternal seperti media sosial, lingkungan sosial, budaya, dan tren industri fashion (Kotler & Keller, 2016). Kombinasi dari faktor-faktor tersebut menciptakan keragaman gaya yang memperlihatkan bahwa jilbab bukan lagi sekadar pakaian penutup aurat, melainkan sarana untuk menegaskan identitas dan keunikan diri di tengah perubahan zaman. Kombinasi faktor-faktor tersebut menciptakan keragaman gaya yang menegaskan bahwa jilbab bukan lagi sekadar penutup aurat, melainkan sarana untuk mengekspresikan identitas dan keunikan diri di tengah perubahan sosial.

Penelitian sebelumnya cenderung menyoroti aspek religius atau sosiologis jilbab, sedangkan penelitian ini berfokus pada makna gaya berjilbab sebagai ekspresi identitas dan representasi diri mahasiswa fashion yang berinteraksi aktif di media sosial. Namun demikian, masih terdapat *research gap* karena belum banyak kajian fenomenologis yang menelaah secara mendalam bagaimana mahasiswi jurusan Tata Busana mengonstruksi identitas visual religius mereka melalui media sosial.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini secara ilmiah bertujuan untuk mendeskripsikan faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi gaya berjilbab mahasiswi Program Studi Tata Busana Universitas Negeri Padang serta menganalisis peran media sosial dalam pembentukan identitas dan gaya berjilbab mereka di era digital.

2. METODE

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif fenomenologis dengan desain deskriptif untuk memahami makna dan pengalaman subjek terkait gaya berjilbab di lingkungan akademik mahasiswa Program Studi Tata Busana Universitas Negeri Padang (UNP) (Creswell, 2018). Pendekatan fenomenologi dipilih untuk mengeksplorasi konstruksi subjektif identitas visual religius dan representasi diri di media sosial (Sugiyono, 2022).

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Program Studi Tata Busana, Fakultas Pariwisata dan Perhotelan, Universitas Negeri Padang. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada adanya variasi gaya berjilbab di kalangan mahasiswa serta pengaruh lingkungan akademik dan media sosial terhadap penampilan busana mereka. Waktu penelitian berlangsung selama September hingga Oktober 2025, mencakup tahap observasi awal, wawancara, dan dokumentasi.

Informan Penelitian

Informan penelitian ditentukan dengan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan subjek berdasarkan pertimbangan tertentu yang dianggap mengetahui dan memahami fenomena yang diteliti (Moleong, 2021). Informan dipilih berdasarkan kriteria:

1. Mahasiswi aktif angkatan 2025 pada Program Studi Tata Busana FPP UNP;
2. Berjilbab dengan variasi gaya dan model;
3. Aktif menggunakan media sosial (*Instagram, TikTok, YouTube*);
4. Bersedia berpartisipasi melalui wawancara tertulis (*Google Form*) dan dokumentasi.

Dari populasi angkatan 2025 sebanyak 130 orang, terdapat 40 informan yang memenuhi kriteria dan berpartisipasi sukarela dan memenuhi kriteria penelitian. Seluruh informan merupakan mahasiswa aktif angkatan 2025, meskipun memiliki rentang usia yang beragam antara 17 hingga 25 tahun. Variasi usia ini menunjukkan adanya perbedaan latar belakang pendidikan dan pengalaman sebelum memasuki perguruan tinggi, namun tetap berada dalam tahun akademik yang sama.

Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui tiga teknik utama, yaitu wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi.

1. Wawancara mendalam (tertulis) dengan pedoman semi-terstruktur untuk memperoleh narasi pengalaman, motif, dan makna gaya berjilbab; wawancara direkam dalam format tertulis *via Google Form*.
2. Observasi partisipatif untuk mengamati praktik berpakaian dan konteks sosial di lingkungan kampus.
3. Dokumentasi berupa foto lapangan, tangkapan layar akun media sosial (dengan izin), dan catatan lapangan yang mendukung triangulasi data.

Kisi-kisi Instrumen Wawancara

Penyusunan kisi-kisi instrumen mengacu pada variabel dan fokus penelitian, yaitu gaya berjilbab mahasiswi Tata Busana serta pengaruh faktor internal, eksternal, dan media sosial terhadap pembentukan gaya tersebut.

Tabel 1. Kisi-kisi Instrumen Wawancara Faktor Internal

No	Indikator	Tujuan Pertanyaan	Contoh Pertanyaan Terbuka
1	Selera dan Kepribadian	Menggali hubungan antara kepribadian dan gaya berjilbab yang dipilih	“Bagaimana Anda menggambarkan gaya berjilbab Anda sehari-hari? Apakah menurut Anda gaya tersebut mencerminkan kepribadian Anda? Jelaskan.”
2	Nilai Religius dan Keyakinan Pribadi	Mengetahui sejauh mana nilai religius mempengaruhi pilihan gaya berjilbab	“Seberapa besar pemahaman atau nilai-nilai agama berpengaruh pada cara Anda memilih model atau gaya jilbab?”
3	Kepercayaan Diri dan Citra Diri	Mengidentifikasi peran kepercayaan diri dalam bereksperimen dengan gaya jilbab	“Apakah Anda merasa percaya diri dengan gaya berjilbab yang Anda kenakan? Mengapa demikian?”
4	Mood atau Suasana Hati	Mengetahui pengaruh suasana hati terhadap variasi gaya berjilbab	“Apakah suasana hati Anda berpengaruh pada warna atau model jilbab yang Anda pilih setiap hari? Bisa beri contoh?”
5	Pengetahuan dan Minat terhadap Fashion	Mengetahui sejauh mana minat fashion mempengaruhi kreativitas dalam berjilbab	“Bagaimana Anda mengikuti perkembangan tren fashion jilbab saat ini? Dari mana biasanya Anda mendapatkan inspirasinya?”

Tabel 2. Kisi-kisi Instrumen Wawancara Faktor Eksternal

No	Indikator	Tujuan Pertanyaan	Contoh Pertanyaan Terbuka
1	Pengaruh Media Sosial	Menggali sejauh mana media sosial membentuk preferensi gaya berjilbab	“Apakah media sosial (<i>Instagram, TikTok, YouTube</i> , dll.) mempengaruhi cara Anda berjilbab? Jelaskan bagaimana pengaruhnya.”
2	Lingkungan Sosial dan Teman Sebaya	Mengetahui peran teman sebaya dan lingkungan kampus terhadap gaya berjilbab	“Apakah gaya berjilbab teman-teman Anda di kampus mempengaruhi gaya Anda sendiri? Mengapa atau mengapa tidak?”
3	Keluarga dan Nilai Budaya	Mengidentifikasi pengaruh budaya keluarga terhadap batasan dalam berjilbab	“Bagaimana pandangan keluarga atau lingkungan asal Anda terhadap gaya berjilbab modern?”
4	Tren Mode dan Industri Fashion	Mengetahui sejauh mana tren pasar dan <i>influencer</i> membentuk gaya berjilbab	“Apakah Anda tertarik mencoba gaya berjilbab yang sedang tren? Apa pertimbangan Anda ketika mengikuti tren tersebut?”

No	Indikator	Tujuan Pertanyaan	Contoh Pertanyaan Terbuka
5	Ketersediaan Produk dan Akses Ekonomi	Mengetahui pengaruh ekonomi dan kemudahan akses produk terhadap pilihan gaya	“Apakah faktor harga dan kemudahan membeli jilbab (misalnya lewat <i>online shop</i>) mempengaruhi pilihan gaya Anda?”

Tabel 3. Kisi-kisi Instrumen Wawancara Peran Media Sosial

No	Aspek	Tujuan Pertanyaan	Contoh Pertanyaan Terbuka
1	Sebagai Sumber Informasi dan Inspirasi Fashion	Mengidentifikasi bagaimana media sosial memberi ide gaya berjilbab	“Apa yang biasanya Anda cari di media sosial terkait gaya berjilbab? Adakah akun atau <i>influencer</i> yang menjadi inspirasi Anda?”
2	Sebagai Media Interaksi dan Komunitas	Mengetahui bagaimana komunitas jilbab online mempengaruhi pilihan gaya	“Apakah Anda pernah tergabung dalam komunitas jilbab online atau mengikuti diskusi seputar gaya berjilbab di media sosial? Apa pengaruhnya bagi Anda?”
3	Sebagai Pembentuk Identitas Diri	Menggali hubungan antara penggunaan media sosial dan pembentukan citra diri	“Apakah Anda merasa gaya berjilbab Anda turut mencerminkan identitas diri di media sosial? Jelaskan.”
4	Sebagai Alat Promosi dan Konsumsi Fashion	Mengetahui pengaruh promosi produk terhadap minat mengikuti tren jilbab	“Apakah promosi produk jilbab atau <i>endorsement influencer</i> membuat Anda tertarik membeli atau mencoba gaya baru? Mengapa?”
5	Sebagai Penggerak Tren dan Pembentuk Persepsi Sosial	Menganalisis peran media sosial dalam menciptakan tren berjilbab di kalangan mahasiswa	“Menurut Anda, apakah tren gaya berjilbab di kampus lebih banyak dipengaruhi oleh media sosial dibanding faktor lain? Jelaskan pendapat Anda.”

Teknik Validitas dan Keandalan Data

Untuk menjaga kredibilitas temuan, penelitian menerapkan beberapa teknik validitas:

1. Triangulasi sumber dan teknik (wawancara, observasi, dokumentasi) untuk memverifikasi konsistensi data.
2. *Member check* kepada sejumlah informan kunci untuk memverifikasi interpretasi temuan dan memastikan representasi makna yang akurat.
3. *Audit trail* yang terdokumentasi (transkrip wawancara dan catatan analisis) dan dievaluasi oleh dosen pembimbing untuk memastikan keterlacakan proses penelitian.

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan secara interaktif dan terus-menerus mengikuti model Miles & Huberman (2014), yang meliputi tiga tahapan: 1) Reduksi data, yaitu proses pemilihan, pemusatan perhatian, dan penyederhanaan data mentah yang diperoleh di lapangan. 2) Penyajian data, yaitu mengorganisasi data ke dalam bentuk narasi, tabel, atau kutipan

wawancara agar pola dan hubungan antarfenomena dapat terlihat. 3) Penarikan kesimpulan dan verifikasi, yaitu merumuskan makna dari data yang telah dianalisis untuk menghasilkan temuan yang kredibel dan sesuai dengan tujuan penelitian.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Faktor Internal yang Mempengaruhi Gaya Berjilbab

Temuan penelitian menunjukkan faktor internal seperti kepribadian, nilai religius, kepercayaan diri, suasana hati, serta minat terhadap fashion berperan signifikan dalam membentuk gaya berjilbab mahasiswi Tata Busana FPP UNP. Hal ini sejalan dengan pandangan Slameto (2010) dan Solomon (2013) yang menegaskan bahwa keputusan individu dalam berpenampilan merupakan refleksi dari kepribadian dan upaya menampilkan citra diri tertentu.

Sebagian besar informan menggambarkan gaya berjilbab mereka sebagai cerminan kepribadian dan preferensi pribadi. Seorang informan menyatakan,

"Saya pilih gaya yang simpel karena cocok sama kepribadian saya yang nggak suka ribet." (Camai, 22/10/2025)

Pernyataan ini memperlihatkan gaya berjilbab dipilih bukan sekadar karena tren, melainkan sebagai ekspresi autentik dari identitas personal. Gaya sederhana yang dominan di kalangan mahasiswa menunjukkan adanya orientasi fungsional sekaligus simbolik, di mana kesederhanaan dipandang sebagai cerminan nilai diri dan kenyamanan personal. Observasi di lingkungan kampus mendukung hal ini, mayoritas mahasiswi tampil dengan gaya rapi, menggunakan jilbab polos atau pashmina sederhana yang disesuaikan dengan aktivitas harian.

Selain itu, suasana hati (*mood*) juga mempengaruhi pilihan warna dan model jilbab. Salah satu informan menyatakan:

"Kalau lagi senang saya pilih warna cerah, kalau lagi capek saya pakai warna netral." (Dey, 23/10/2025)

Temuan ini menguatkan teori Featherstone (2011), bahwa busana merupakan sarana komunikasi nonverbal untuk mengekspresikan kondisi psikologis individu. Dengan demikian, ekspresi emosional menjadi bagian dari dinamika internal yang mempengaruhi penampilan sehari-hari.

Aspek lain yang muncul adalah kepercayaan diri, kepercayaan diri turut menjadi dasar penting. Informan lain menuturkan,

"Saya percaya diri karena gaya jilbab saya sesuai bentuk wajah saya." (HD, 24/10/2025)

Temuan ini menunjukkan adanya relasi antara persepsi tubuh dan penerimaan diri. Keputusan gaya muncul sebagai hasil refleksi diri untuk mencapai keselarasan antara ideal diri, nilai religius, dan kenyamanan pribadi. Dengan kata lain, faktor internal bekerja sebagai mekanisme *self-construction* yang membentuk identitas visual mahasiswi berjilbab.

Faktor Eksternal yang Mempengaruhi Gaya Berjilbab

Faktor eksternal meliputi pengaruh lingkungan sosial, keluarga, budaya kampus, serta tren mode. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, pengaruh utama berasal dari

teman sebaya, diikuti oleh keluarga dan media sosial. Hal ini sejalan dengan teori Kotler & Keller (2016) yang menyebutkan bahwa perilaku konsumsi dan gaya hidup individu dibentuk oleh interaksi sosial dan konteks budaya.

Lingkungan pertemanan menjadi sumber inspirasi utama dalam menentukan gaya berjilbab. Beberapa informan mengungkapkan bahwa mereka sering meniru atau memodifikasi gaya teman yang dianggap menarik, namun tetap menyesuaikan dengan kepribadian sendiri.

“Kadang kalau lihat teman pakai gaya simpel tapi rapi, saya jadi pengen nyoba juga, tapi tetap punya gaya sendiri.” (Dey, 23/10/2025)

Kutipan tersebut menunjukkan proses imitasi dan modifikasi berjalan bersamaan. Mahasiswi tidak meniru secara pasif, melainkan beradaptasi dengan norma kelompok sambil mempertahankan identitas diri. Fenomena ini menandakan adanya social negotiation dalam pembentukan gaya berjilbab, yaitu proses di mana identitas visual dibentuk melalui dialog antara keseragaman sosial dan keunikan personal. Observasi di lapangan menunjukkan adanya kecenderungan keseragaman warna dan bahan jilbab dalam kelompok pertemanan, namun tetap terlihat variasi dalam model dan penataan jilbab.

Selain teman sebaya, nilai-nilai keluarga tetap menjadi penyeimbang moral terhadap pengaruh eksternal. Banyak informan menyebutkan bahwa mereka memilih model jilbab yang sopan agar tidak bertentangan dengan nilai yang diajarkan orang tua. Hal ini menegaskan peran keluarga sebagai kontrol sosial terhadap ekspresi mode, sejalan dengan temuan Atmawati & Permadi (2019) yang menegaskan pentingnya peran keluarga dalam pembentukan gaya berpakaian muslimah.

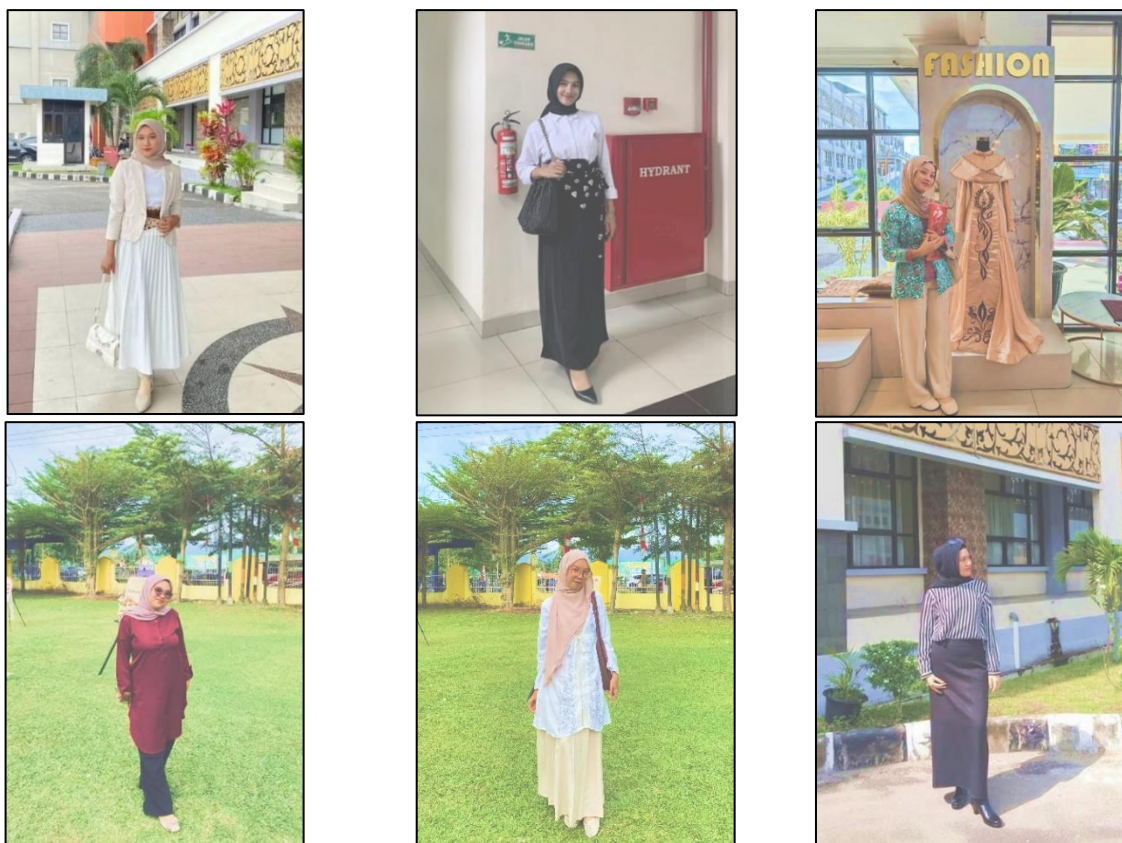
Tren fashion dan media sosial juga memperkuat pengaruh eksternal terhadap gaya berjilbab. Informan mengaku sering memperoleh ide dari platform digital seperti Instagram dan TikTok:

“Saya lihat di media sosial kayak Instagram atau TikTok, tapi tetap milih yang sesuai kepribadian dan kenyamanan saya.” (Dey, 23/10/2025)

“Saya dapat inspirasi dari reels Instagram.” (Oci, 21/10/2025)

Temuan ini menunjukkan media sosial berfungsi sebagai kanal inspirasi sekaligus ruang pembentukan identitas visual. Mahasiswi secara selektif mengikuti tren jilbab yang dianggap relevan, memperlihatkan tingkat literasi mode yang baik. Observasi unggahan digital mereka menunjukkan adanya kesesuaian antara gaya berjilbab di dunia nyata dan representasi diri di media sosial.

Lingkungan akademik juga berperan melalui budaya kampus yang menekankan estetika profesional dan kesopanan. Observasi menunjukkan mayoritas mahasiswi mengenakan jilbab segi empat polos atau pashmina sederhana dengan penataan rapi dan proporsional. Hal ini dapat dilihat pada Gambar 1, yang memperlihatkan suasana mahasiswa Tata Busana FPP UNP di area kampus pada Oktober 2025 dengan gaya berjilbab yang sederhana namun tetap modis.



Gambar 1. Dokumentasi observasi gaya berjilbab mahasiswi Tata Busana FPP UNP di area kampus yang memperlihatkan kecenderungan gaya sederhana namun modis.
Sumber: Observasi lapangan peneliti, Universitas Negeri Padang, Oktober 2025.

Secara konseptual, faktor eksternal berfungsi sebagai konteks sosial yang memberi arah terhadap keputusan individu. Proses ini menciptakan keseimbangan antara nilai pribadi (internal) dan tuntutan sosial (eksternal), di mana gaya berjilbab menjadi hasil negosiasi antara kebebasan ekspresi dan norma sosial.

Peran Media Sosial dalam Mempengaruhi Gaya Berjilbab

Media sosial muncul sebagai faktor hibrid yang menghubungkan dimensi internal dan eksternal secara simultan. Berdasarkan hasil wawancara terhadap 40 informan, *platform* seperti *Instagram*, *TikTok* dan *Youtube* menjadi ruang eksplorasi gaya, sumber inspirasi, sekaligus medium representasi identitas diri. Temuan ini konsisten dengan konsep *self-presentation* (Goffman, 1959), di mana individu menggunakan media untuk mengelola kesan sosial yang ingin ditampilkan.

Beberapa informan menjelaskan bahwa mereka sering mencari inspirasi dari konten kreator atau influencer jilbab yang menampilkan gaya sopan namun tetap modern.

"Saya biasanya mencari model-model jilbab pashmina dan jilbab kaos terbaru, tidak ada influencer khusus yang jadi inspirasi saya. Tapi dari situ saya jadi tahu banyak gaya baru yang bisa dicoba sesuai selera dan kenyamanan saya." (HD, 24/10/2025)
"Cari inspirasi dari influencer, biasanya saya lihat di Instagram atau TikTok." (Oci, 21/10/2025)

Kutipan tersebut menunjukkan media sosial berperan sebagai panggung eksplorasi visual bagi mahasiswa dalam membangun citra diri dan memperluas wawasan mode. Temuan ini sejalan dengan *self-presentation*, yang menyatakan bahwa individu menggunakan media untuk menampilkan identitas sesuai peran sosial yang ingin ditonjolkan. Dalam hal ini, mahasiswi Tata Busana menampilkan citra muslimah modern yang sopan, kreatif, dan modis tanpa meninggalkan nilai kesederhanaan.

Selain sebagai sumber inspirasi, media sosial juga berfungsi sebagai ruang pembelajaran informal bagi mahasiswa dalam memahami tren dan teknik berjilbab. Beberapa informan mengaku mengikuti tutorial pemakaian jilbab yang beredar di media sosial.

"Tutorial jilbab segi empat, ada yaitu @Mileaaa | ig: nrfnkamila." (Velia, 23/10/2025)
"Saya sering lihat video tutorial untuk tahu cara pakai jilbab biar nggak monoton." (Wine, 22/10/2025)

Observasi lapangan mendukung hal ini, sebagian besar mahasiswi mampu memodifikasi gaya jilbab mereka secara kreatif berdasarkan tutorial yang diikuti. Ini menunjukkan bahwa media sosial berperan dalam transfer pengetahuan gaya yang berorientasi pada praktik langsung.

Selain itu, media sosial juga menjadi ruang pembentukan identitas digital. Sebagian besar informan menyatakan gaya jilbab yang mereka tampilkan di dunia maya mencerminkan kepribadian dan nilai-nilai yang mereka anut di kehidupan nyata.

"Gaya jilbab saya di media sosial mencerminkan diri saya yang simple dan sopan." (Dey, 23/10/2025)
"Model jilbab yang saya pilih simpel dan sesuai dengan kepribadian saya yang tidak mau ribet." (Syifa, 24/10/2025)

Temuan ini menunjukkan adanya konsistensi antara representasi diri online dan offline. Dalam konteks budaya mahasiswa Tata Busana, hal ini menjadi penting karena citra personal di media sosial kerap dijadikan ukuran profesionalitas dan identitas visual calon desainer busana muslim.

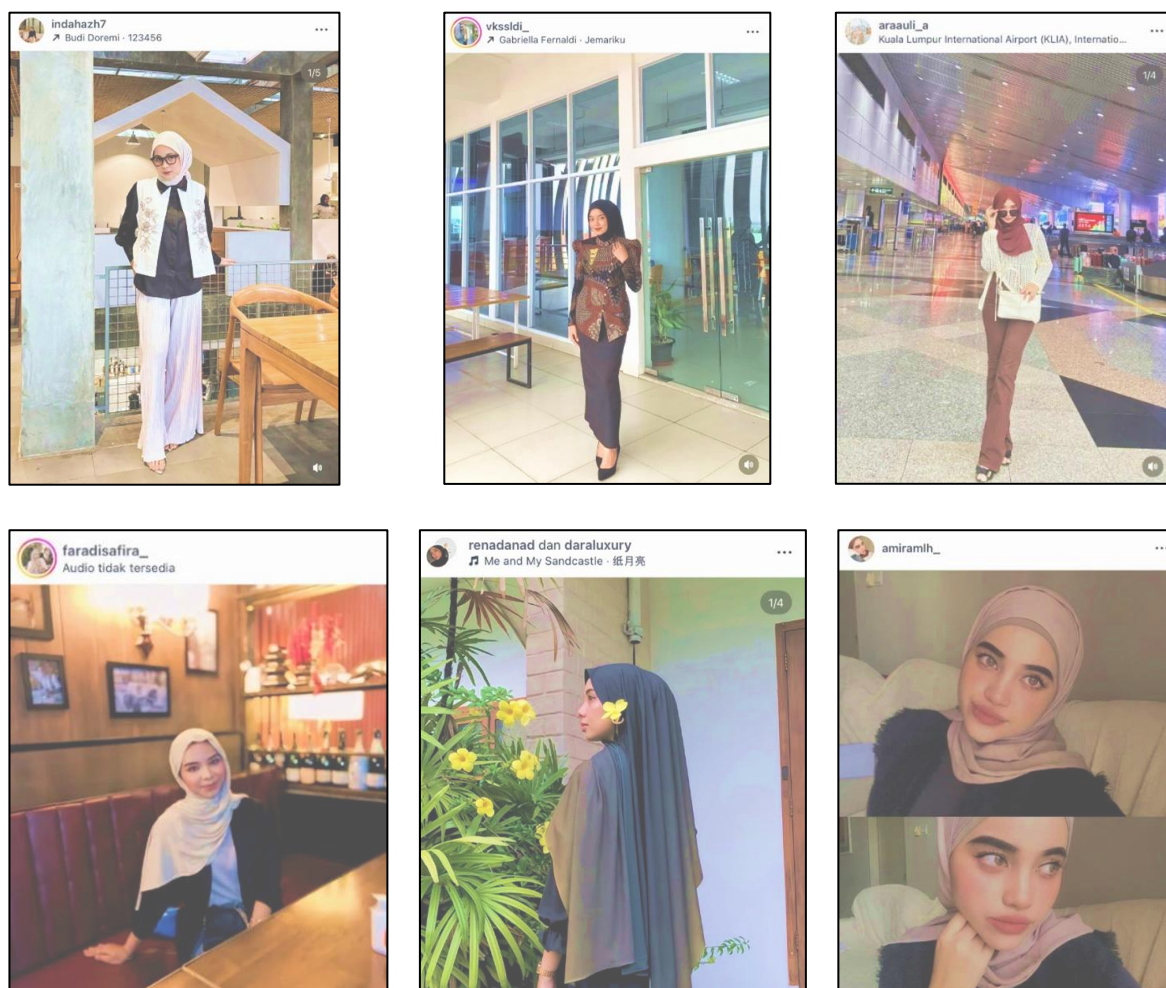
Namun, media sosial tidak hanya memberi inspirasi positif. Sebagian informan juga menyoroti dampak tren viral dan *fenomena fear of missing out* (FOMO) yang mendorong mahasiswa untuk selalu mengikuti mode terkini tanpa mempertimbangkan kesesuaian nilai.

"Menurut saya iya, tren gaya berjilbab di kalangan mahasiswa sekarang memang lebih banyak dipengaruhi sama media sosial. Hampir semua orang ngikutin update dari Instagram, TikTok, atau YouTube." (Dey, 23/10/2025)
"Ya, karena orang lebih banyak menghabiskan waktu di sosial media." (Intan Cantik, 22/10/2025)

Meskipun demikian, sebagian besar mahasiswa menunjukkan sikap selektif terhadap tren yang mereka ikuti. Mereka cenderung menyesuaikan dengan kenyamanan pribadi, nilai kesopanan, serta konteks budaya kampus. Dengan demikian, media sosial tidak hanya menjadi alat konsumsi tren, tetapi juga ruang negosiasi identitas di mana nilai religius, estetika, dan modernitas dipertemukan secara harmonis.

Unggahan mahasiswa di media sosial juga memperlihatkan kesesuaian antara gaya berjilbab di dunia maya dan di dunia nyata (Gambar 2). Konten yang diunggah

menampilkan citra diri yang sederhana, sopan, namun tetap mengikuti tren mode jilbab masa kini.



Gambar 2. Tangkapan unggahan media sosial mahasiswi Tata Busana FPP UNP yang menunjukkan bagaimana gaya berjilbab online merepresentasikan keselarasan antara identitas religius dan ekspresi estetika pribadi.

Sumber: Dokumentasi peneliti melalui observasi media sosial mahasiswa (Instagram), Oktober 2025.

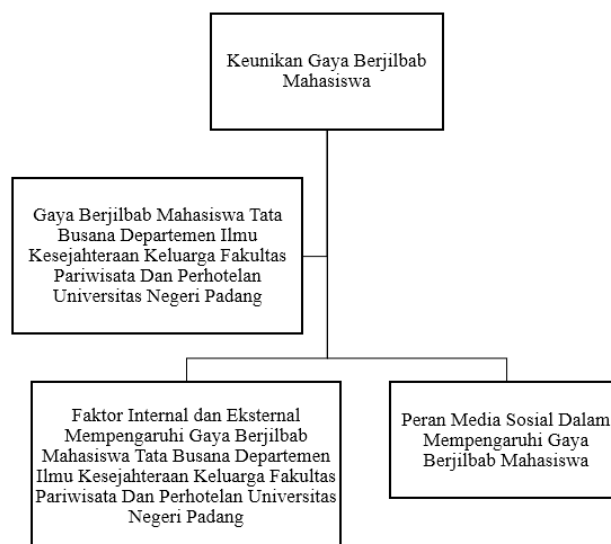
Namun, penelitian juga menemukan adanya tekanan sosial yang muncul dari fenomena FOMO (*fear of missing out*). Beberapa informan mengaku merasa perlu mengikuti tren agar tidak tertinggal. Meskipun demikian, mayoritas tetap menunjukkan sikap selektif dengan menyesuaikan gaya pada nilai kesopanan dan kenyamanan. Dengan demikian, media sosial dapat dipahami bukan hanya sebagai agen perubahan gaya, tetapi juga arena negosiasi identitas, di mana nilai religius, estetika, dan modernitas dipertemukan secara harmonis.

Sintesis dan Model Konseptual

Dari hasil penelitian, faktor internal berperan sebagai fondasi pembentuk identitas personal, mencakup nilai religius, kepribadian, dan kepercayaan diri yang mempengaruhi cara individu menafsirkan makna berjilbab. Faktor eksternal, seperti lingkungan sosial, budaya kampus, keluarga, dan tren mode, berfungsi sebagai konteks kultural yang memberi arah dan batas terhadap ekspresi gaya. Sementara itu, media

sosial berperan sebagai mediator yang menjembatani keduanya melalui proses interaksi visual, imitasi selektif, dan representasi digital identitas diri.

Ketiga elemen tersebut saling terhubung dalam sistem yang bersifat dinamis dan reflektif: nilai personal membentuk preferensi gaya; lingkungan sosial menyediakan referensi dan validasi; sedangkan media sosial memperkuat visibilitas serta legitimasi identitas religius yang modis di ruang publik digital. Ketiga elemen tersebut saling terkait dalam satu sistem dinamis yang dapat digambarkan melalui model berikut:



Gambar 3. Model Konseptual Hubungan antara Faktor Internal, Faktor Eksternal, dan Peran Media Sosial terhadap Konstruksi Identitas Visual Berjilbab Mahasiswi

Sumber: Data penelitian penulis, 2025.

Model konseptual ini menegaskan bahwa gaya berjilbab mahasiswi bukan sekadar fenomena mode, melainkan hasil konstruksi sosial dan simbolik yang merepresentasikan keseimbangan antara spiritualitas, estetika, dan modernitas.

Pembahasan

Faktor Internal dan Eksternal

Gaya berjilbab mahasiswa Tata Busana Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang dipengaruhi oleh dua kelompok faktor utama, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal mencakup kepribadian, nilai religius, rasa percaya diri, suasana hati, serta minat terhadap fashion. Faktor-faktor ini berperan penting dalam menentukan pilihan model, warna, bahan, dan aksesoris jilbab yang digunakan sehari-hari. Menurut Slameto (2010), faktor internal merupakan dorongan dari dalam diri individu yang memengaruhi pola pikir, sikap, dan perilaku. Sementara itu, Solomon (2013), busana digunakan individu sebagai media untuk mengekspresikan identitas diri, suasana hati, dan nilai personal yang diyakini.

Hasil wawancara dan observasi, mahasiswa yang memiliki kepribadian sederhana dan praktis lebih memilih jilbab instan atau segi empat polos yang mudah digunakan, sedangkan mahasiswa yang berkarakter ekspresif atau modis lebih menyukai pashmina dengan variasi lilitan. Pilihan tersebut menunjukkan bagaimana gaya berjilbab menjadi representasi kepribadian, nilai religius, serta kondisi emosional individu.

Sementara itu, faktor eksternal berperan sebagai sumber inspirasi dan pembentuk tren dalam menentukan gaya berjilbab. Faktor-faktor seperti media sosial, teman sebaya, keluarga, budaya, tren fashion, serta kondisi ekonomi turut memberikan pengaruh yang signifikan. Kotler & Keller (2016), lingkungan sosial berpengaruh besar terhadap perilaku konsumsi dan preferensi gaya seseorang. Temuan ini sejalan dengan pendapat Atmawati & Permadi (2019), pengaruh sosial tidak hanya muncul dalam bentuk tekanan konformitas, tetapi juga inspirasi gaya.

Media sosial menjadi salah satu faktor eksternal yang paling dominan, menyediakan ruang bagi mahasiswa untuk mencari referensi gaya dan mengikuti tren yang berkembang. Namun demikian, keputusan akhir tetap ditentukan oleh preferensi pribadi, kenyamanan, serta nilai agama yang dipegang masing-masing individu. Dengan demikian, gaya berjilbab mahasiswa mencerminkan keseimbangan antara ekspresi diri (faktor internal) dan adaptasi terhadap pengaruh sosial-budaya (faktor eksternal), di mana internalitas menjadi pengarah utama dan eksternalitas berperan sebagai penentu variasi gaya.

Peran Media Sosial

Media sosial memiliki peran sentral dalam membentuk dan mengembangkan gaya berjilbab mahasiswa Tata Busana FPP UNP. Berdasarkan hasil penelitian, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sumber informasi dan inspirasi fashion, tetapi juga menjadi ruang representasi diri dan pembentukan identitas digital. Menurut Kaplan & Haenlein (2010), media sosial merupakan platform berbasis internet yang memungkinkan interaksi, partisipasi, dan pertukaran konten di antara penggunanya. Sementara itu, Boyd (2014), media sosial menjadi arena representasi identitas, di mana individu menampilkan citra diri melalui gaya hidup dan pilihan visual, termasuk gaya berpakaian.

Hasil penelitian menunjukkan, mahasiswa menggunakan media sosial seperti *Instagram*, *TikTok*, dan *YouTube* untuk mencari ide, menonton tutorial jilbab, serta mengikuti perkembangan tren terbaru. Gaya berjilbab yang dipilih seringkali merupakan hasil adaptasi dari *influencer* jilbab, namun tetap disesuaikan dengan kenyamanan, kegiatan sehari-hari, dan nilai-nilai keislaman. Hal ini memperkuat teori Featherstone (2011) bahwa gaya hidup modern sangat dipengaruhi oleh konsumsi simbolik dan media visual.

Selain itu, media sosial juga berfungsi sebagai sarana pembelajaran dan komunitas. Mahasiswa yang tergabung dalam komunitas jilbab online memperoleh wawasan baru mengenai mix and match busana, tips merawat kain, hingga motivasi untuk tetap tampil syar'i dan modis. Nasrullah (2017), media sosial dapat membentuk jaringan sosial yang memfasilitasi interaksi dan dukungan antar pengguna dengan minat yang sama. Dalam konteks ini, media sosial berperan memperkuat kepercayaan diri mahasiswa dalam bereksperimen dengan gaya berjilbab.

Media sosial tidak hanya menjadi medium penularan tren, tetapi juga arena pembentukan makna simbolik dari jilbab sebagai bagian dari identitas diri. Mahasiswa menjadikan platform digital sebagai ruang untuk menyeimbangkan nilai religius, estetika, dan modernitas dalam satu kesatuan gaya. Dengan demikian, pengaruh media sosial terhadap gaya berjilbab mahasiswa bersifat selektif dan reflektif: mahasiswa mengadopsi inspirasi yang relevan dengan kepribadian mereka tanpa meninggalkan prinsip kesopanan dan kenyamanan.

Makna Gaya Berjilbab bagi Mahasiswa Tata Busana

Dari perspektif fenomenologis, gaya berjilbab bagi mahasiswa Tata Busana bukan sekadar pilihan busana, melainkan simbol identitas, ekspresi diri, dan manifestasi nilai religius. Setiap individu memaknai jilbab berdasarkan pengalaman subjektif dan nilai-nilai yang mereka anut. Mahasiswa memandang jilbab sebagai media untuk mengekspresikan karakter personal, menampilkan estetika diri, sekaligus menunjukkan kepatuhan terhadap norma sosial dan agama.

Temuan penelitian mengungkapkan beberapa makna utama dari gaya berjilbab. Pertama, gaya berjilbab sebagai ekspresi diri dan identitas personal, mahasiswa menggunakan gaya jilbab untuk menampilkan karakter, mulai dari feminim, sporty, hingga elegan, sesuai dengan citra diri yang ingin ditampilkan. Kedua, kenyamanan dan fungsionalitas, gaya jilbab dipilih berdasarkan aktivitas harian dan tuntutan praktis, seperti perkuliahan, kegiatan organisasi, atau acara formal. Ketiga, kesadaran religius dan sosial, jilbab tetap dipahami sebagai simbol kesopanan dan ketaatan terhadap nilai-nilai Islam, disesuaikan dengan batasan budaya dan norma kampus. Keempat, interaksi dengan media digital, mahasiswa menggunakan media sosial sebagai ruang eksplorasi dan refleksi gaya, tempat mereka menggabungkan tren fashion dengan nilai-nilai religius dan estetika pribadi.

4. SIMPULAN

Penelitian ini mengungkap bahwa gaya berjilbab mahasiswi Tata Busana Universitas Negeri Padang terbentuk melalui interaksi dinamis antara faktor internal (kepribadian, nilai religius, dan orientasi estetika) dan faktor eksternal (lingkungan sosial, budaya kampus, serta pengaruh media sosial). Media sosial berfungsi bukan sekadar sebagai sumber tren, tetapi juga sebagai ruang konstruksi identitas visual di mana nilai religius dan ekspresi mode dinegosiasikan secara harmonis.

Secara teoretis, temuan ini memperkaya kajian fenomenologis tentang *fashion religius* dengan menunjukkan bahwa gaya berjilbab dapat dipahami sebagai bentuk komunikasi visual yang merefleksikan keseimbangan antara spiritualitas, estetika, dan identitas sosial dalam konteks digital. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi pendidik mode, desainer busana muslim, serta pelaku industri kreatif untuk mengembangkan rancangan dan edukasi fashion yang berpijak pada nilai religius, kesopanan, dan kesadaran identitas personal.

Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi penting terhadap pengembangan bidang *fashion communication* dan *cultural fashion studies*, khususnya dalam memahami bagaimana perempuan muda muslim memaknai dan mengekspresikan identitas religiusnya melalui gaya berjilbab di era media sosial.

5. REFERENSI

- Atmawati, F., & Permadi, A. (2019). Studi kualitatif fenomenologis: Motivasi memakai jilbab modis pada mahasiswa. *Indigenous: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 3(2), 70–78. <https://doi.org/10.23917/indigenous.v3i2.4973>
- Boyd, D. (2014). *It's complicated: The social lives of networked teens*. London: Yale University Press.
- Creswell, J. W. (2018). *Penelitian kualitatif & desain riset: Memilih di antara lima pendekatan* (A. L. Lazuardi, Trans.). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Featherstone, M. (2011). Societal value formation and the value of life. *Current Sociology*, 59(2), 119–134. <https://doi.org/10.1177/0011392110391129>

- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. New York, NY: Doubleday Anchor.
- Hidayah, D. U., Arkanudin, & Batuallo, I. D. (2023). Hijabers: Etnografi gaya berhijab lima mahasiswa di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura. *Balale': Jurnal Antropologi*, 4(2), 72–93. <https://doi.org/10.26418/balale.v4i2.58328>
- Janah, U. R., & Aini, S. (2019). Jilbab dan identitas sosial: Relasi keberagamaan dan status sosial perempuan berjilbab di Ponorogo. *Fikrah: Jurnal Ilmu Aqidah dan Studi Keagamaan*, 7(1), 73–94. <https://doi.org/10.21043/fikrah.v7i1.5010>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen pemasaran* (13th ed., B. Sabran, Trans.). Jakarta: Erlangga.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Moleong, L. J. (2021). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2017). *Etnografi virtual: Riset komunikasi, budaya, dan sosioteknologi di internet*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Slameto. (2010). *Belajar dan faktor-faktor yang mempengaruhinya*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Solomon, M. R. (2013). *Consumer behavior: Buying, having, and being* (10th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukendro, G., Destiarman, A. H., & Kahdar, K. (2016). Nilai fetisisme komoditas gaya jilbab (kerudung dan jilbab) dalam busana muslimah. *Jurnal Sosioteknologi*, 15(2), 241–254. <https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2016.15.02.7>