



## DAMPAK MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP STYLE HIJAB: PERSPEKTIF MEDIA DALAM MODERNISASI

Siti Nurlailah Sya'diah<sup>1</sup>, Andi Faisal Bakti<sup>2</sup>, Tantan Hermansah<sup>3</sup>

Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta<sup>123</sup>

[ellasyadiah14@gmail.com](mailto:ellasyadiah14@gmail.com)

### ABSTRAK

Instagram menjadi salah satu ruang yang paling berpengaruh dalam membentuk preferensi gaya hijab mahasiswi FDIKOM UIN Jakarta. Arus modernisasi yang hadir melalui konten visual di platform ini mendorong munculnya berbagai inovasi hijab yang tidak selalu sejalan dengan nilai syariat. Penelitian ini bertujuan menelaah bagaimana Instagram memengaruhi cara mahasiswi memilih, menafsirkan, dan merespons tren hijab modern. Pendekatan penelitian menggunakan paradigma konstruktivis dengan metode fenomenologi, melibatkan observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap mahasiswi pengguna aktif Instagram. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian mahasiswi mengadopsi gaya hijab modern karena alasan estetika dan kenyamanan, sementara sebagian lainnya menolak inovasi yang dianggap mereduksi nilai hijab. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Instagram tidak hanya menyebarkan tren, tetapi juga memengaruhi proses negosiasi identitas keislaman mahasiswi di tengah modernisasi digital.

**Kata Kunci:** Instagram, modernisasi, gaya hijab, efek komunikasi, inovasi.

### ABSTRACT

*Instagram has become one of the most influential spaces shaping the hijab style preferences of FDIKOM UIN Jakarta students. The flow of modernization carried through visual content on this platform encourages the emergence of various hijab innovations that do not always align with Islamic guidelines. This study aims to examine how Instagram affects students' choices, interpretations, and responses toward modern hijab trends. The research employed a constructivist paradigm using a phenomenological method, with data collected through observation, interviews, and documentation involving active Instagram users among the students. The findings show that some students adopt modern hijab styles for aesthetic and practical reasons, while others reject innovations they perceive as reducing the religious meaning of the hijab. The study concludes that Instagram does not merely disseminate trends but also shapes the students' negotiation of Islamic identity within the dynamics of digital modernization.*

**Keywords:** Instagram, modernization, hijab style, communication effects, innovation.

### PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi membuat batas ruang dan waktu dalam proses interaksi manusia semakin kabur. Kehadiran media sosial seperti Instagram, Twitter, dan YouTube menggeser praktik komunikasi konvensional menuju pola virtual yang kini menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari, terutama di kalangan mahasiswa. Platform seperti Instagram bukan hanya sarana berbagi gambar atau membangun jejaring, tetapi telah menjadi rujukan utama dalam mengikuti tren yang terus berubah di ruang digital (Situmorang, 2023: 113). Dalam konteks tersebut, budaya populer yang beredar melalui media sosial menciptakan figur-figur baru yang berperan sebagai penggerak tren. Fenomena ini sejalan dengan penjelasan Bakti bahwa pemimpin dalam ruang digital adalah mereka yang berhasil menjadi *trendsetter* dan mampu memengaruhi audiens melalui

pembentukan selera kolektif (Bakti, 2014: 22). Ia menambahkan bahwa globalisasi mendorong lahirnya nilai-nilai budaya baru yang ditandai dengan kemunculan pola fun, fashion, food, facility, dan fantasy sebagai bagian dari identitas masyarakat global (Bakti, 2011: 4). Arus modernisasi dan globalisasi yang masuk ke berbagai aspek kehidupan turut memengaruhi ranah budaya dan keagamaan. Media massa memainkan peran signifikan sebagai penanda modernisasi di negara berkembang dengan memperkenalkan nilai-nilai baru yang perlahan menggeser identitas tradisional masyarakat (Melkote & Steeves, 2015: 135). Dalam konteks busana Muslimah, transformasi serupa tampak jelas. Hijab yang sebelumnya dipahami sebagai simbol kepatuhan pada syariat, kini mengalami perluasan makna karena berkelindan dengan dinamika industri fashion. Wacana hijab sebagai gaya hidup telah dibahas dalam berbagai penelitian yang menunjukkan bahwa representasi hijab tidak lagi sebatas ekspresi religius, melainkan juga bagian dari konstruksi gaya hidup perempuan Muslim urban (Affandi, 2017: 50). Perubahan ini turut didukung oleh dinamika budaya digital, di mana inovasi gaya hijab banyak disebarluaskan melalui unggahan visual dan rekomendasi para pengguna Instagram. Dalam tradisi Islam, hijab merujuk pada konsep batas atau penutup yang memisahkan pandangan antara laki-laki dan perempuan, sebagaimana dijelaskan dalam literatur bahasa dan pemikiran klasik Islam (KBBI, 2005: 214). Akan tetapi, perkembangan mode Muslimah telah menempatkan hijab dalam posisi baru yang tidak selalu sejalan dengan konsep tersebut. Penelitian kontemporer menunjukkan bahwa sebagian perempuan memilih gaya hijab modern untuk menunjukkan identitas sosial tertentu. Di beberapa komunitas, gaya hijab tradisional bahkan dianggap memiliki posisi sosial yang lebih rendah dibanding gaya hijab modern yang lebih stylish (Yunita, 2017: 98). Pergeseran makna ini semakin menguat seiring berkembangnya variasi gaya hijab yang dipromosikan melalui media sosial, termasuk gaya-gaya yang menonjolkan estetika tanpa mempertimbangkan kaidah syar'i (Alfaini, 2021: 47).

Di lingkungan FDIKOM UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, fenomena tersebut menghadirkan tantangan tersendiri. Mahasiswi sebagai pengguna aktif media sosial menghadapi benturan antara tuntutan mengikuti tren dan kewajiban menjalankan etika berbusana sesuai aturan Perguruan Tinggi Agama Islam (PTAI) yang menekankan kesopanan serta penutupan aurat (SK Dirjen Pendis, 2007: Pasal 3 Ayat 6). Dalam kenyataannya, sebagian mahasiswi memilih mengikuti inovasi hijab modern yang mereka temukan di Instagram, meskipun sebagian inovasi tersebut secara jelas mengikis nilai dasar hijab dalam perspektif syariat. Namun, terdapat pula mahasiswi yang tetap mempertahankan gaya hijab sesuai ketentuan agama meskipun berada dalam tekanan budaya populer digital. Dari dinamika tersebut muncul beberapa persoalan akademik yang perlu dijawab. Pertama, bagaimana Instagram membentuk gaya hijab mahasiswi FDIKOM angkatan 2024. Kedua, bagaimana efek komunikasi yang muncul dalam interaksi mahasiswi dengan konten Instagram berkontribusi pada perubahan gaya hijab. Ketiga, sejauh mana modernisasi digital memengaruhi cara mahasiswi menafsirkan dan mempraktikkan hijab. Keempat, apa alasan di balik diterimanya beberapa inovasi gaya hijab dan ditolaknya inovasi lain yang dianggap tidak sejalan dengan nilai Islam. Berangkat dari persoalan tersebut, penelitian ini mengajukan tesis bahwa modernisasi digital telah menjadikan Instagram sebagai medium utama dalam menanamkan nilai-nilai modern pada hijab. Proses tersebut tidak hanya menyebarkan inovasi gaya hijab, tetapi juga berpotensi mereduksi

makna hijab itu sendiri dengan menempatkannya sebagai instrumen estetika yang mengikuti arus tren ketimbang sebagai simbol spiritual dan moralitas.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan adalah fenomenologi Edmund Husserl. Metode ini dipilih karena fokusnya pada pengalaman subjektif dan cara individu memaknai fenomena yang mereka alami. Dalam penelitian ini, fenomenologi digunakan untuk memahami bagaimana mahasiswi menghayati interaksi mereka dengan Instagram serta bagaimana pengalaman tersebut mempengaruhi pilihan gaya berhijab mereka. Metode penelitian yang digunakan adalah fenomenologi Edmund Husserl. Metode ini dipilih karena fokusnya pada pengalaman subjektif dan cara individu memaknai fenomena yang mereka alami. Dalam penelitian ini, fenomenologi digunakan untuk memahami bagaimana mahasiswi menghayati interaksi mereka dengan Instagram serta bagaimana pengalaman tersebut mempengaruhi pilihan gaya berhijab mereka.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam perspektif Melkote & Steeves, media menjadi agen modernisasi yang memperkenalkan nilai, gaya hidup, dan inovasi ke masyarakat melalui arus informasi yang berjalan cepat dan massif (Melkote & Steeves, 2015: 135). Media bukan hanya medium penyampai pesan, tetapi institusi yang membentuk orientasi budaya dan preferensi estetika penggunaannya. Instagram, dengan karakter visualnya, memperkuat logika ini karena ia menawarkan representasi gaya hidup modern melalui gambar, video, dan estetika kurasi visual yang menonjolkan kesan keindahan, kebaruan, dan kesederhanaan.

Eropa dipandang sebagai peradaban modern, sehingga budaya Timur sebagai budaya asli terpinggirkan. Westernisasi menonjolkan keunggulan teknologi dan informasi, menempatkan Timur secara otomatis sebagai tradisional dan ketinggalan zaman (Wasisto, 2013: 104). Fenomena yang muncul pada mahasiswi FDIKOM UIN Syarif Hidayatullah Jakarta memperlihatkan bagaimana logika modernisasi tersebut bekerja. Ketika Tsabita menyebut bahwa gaya hijab ala Turki “lebih gaul dan menarik”, ia sebenarnya sedang menunjukkan bagaimana estetika digital membentuk persepsinya tentang citra diri. Narasi yang diciptakan Instagram, seperti visual wajah bersih dengan pashmina longgar atau turban rapi tanpa pentul, menciptakan standar baru yang memengaruhi bagaimana mahasiswa mendefinisikan penampilan yang dianggap pantas dan relevan bagi generasi muda. Di sini, efek komunikasi bekerja bukan dalam bentuk persuasi langsung, tetapi melalui repetisi visual yang menanamkan preferensi baru. Efek Komunikasi menurut Ujang Saefullah ialah pengaruh yang ditimbulkan pesan komunikator dalam diri komunikannya. Terdapat tiga tataran pengaruh dalam diri komunikan yaitu: a. kognitif (seseorang menjadi tahu tentang sesuatu), b. afektif (sikap seseorang terbentuk, misalnya setuju atau tidak setuju terhadap sesuatu) c. psikomotorik (tingkah laku, yang membuat seseorang bertindak melakukan sesuatu) (Ujang Saefullah, 2007: 60). Dalam konsep *atsar*, setiap pesan meninggalkan jejak pada penerimanya. Pesan visual dari Instagram meninggalkan jejak estetika yang terinternalisasi dalam perilaku berhijab. Hal ini tampak dari keputusan sebagian informan untuk mencoba gaya tersebut meskipun mereka sadar bahwa gaya itu tidak sesuai dengan aturan kampus. Proses adopsi seperti ini sejalan dengan gagasan difusi

inovasi dalam teori Melkote dan Steeves, yakni bahwa sebuah inovasi akan diterima ketika ia dianggap mampu memberikan nilai tambah sosial atau simbolik. Bagi sebagian mahasiswa, gaya hijab modern memberi nilai simbolik berupa citra kekinian, keterhubungan dengan gaya global, dan rasa percaya diri untuk tampil di ruang publik digital.

Kerangka tersebut sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya. Setyowati dkk. menemukan bahwa interaksi digital menghasilkan perilaku peniruan terhadap gaya selebgram, karena busana menjadi informasi visual yang ditangkap dan direplikasi oleh pengikutnya (Setyowati dkk., 2024). Fenomena ini terlihat jelas pada respons Tsabita yang mengaku mulai mengikuti gaya hijab Turki setelah melihat konten tutorial yang beredar di TikTok dan Instagram. Bagi Tsabita, tampilan global tersebut dianggap lebih menarik dan mencerminkan citra gaul yang ia inginkan. Pemaknaan serupa muncul pada Ratu yang mencoba tren tersebut karena sedang viral, meski ia tidak selalu menggunakannya. Penelitian Alfi'ah, Rahman, dan Nurcahyono juga menunjukkan bahwa media sosial menjadi ruang yang mendorong inovasi fashion hijab; pengguna bebas bereksperimen, memodifikasi, dan menciptakan gaya baru yang lebih modern melalui konsumsi dan reproduksi tanda visual (Alfi'ah dkk., 2020). Temuan tersebut relevan dengan Mayadah yang menuturkan bahwa banyak pilihannya dalam berhijab muncul setelah mengamati gaya yang dibagikan influencer. Ia menilai bahwa model hijab kekinian tampak lebih praktis dan sesuai dengan citra anak muda. Dalam hal ini, proses atsar terlihat jelas: konten yang terus-menerus muncul menciptakan kesan bahwa model tertentu adalah standar modern yang layak diikuti. Namun, arus modernisasi yang tersebar melalui media tidak bekerja secara seragam. Kasus Nazwa memberikan contoh bagaimana modernisasi diadopsi bukan hanya secara estetis, tetapi juga ekonomis. Ia memanfaatkan tren hijab modern sebagai konten promosi, sehingga posisinya bukan hanya penerima inovasi tetapi juga agen penyebar inovasi. Dalam kerangka i'lam, tindakan Nazwa mengambil peran sebagai penyampai pesan yang memperbesar jangkauan informasi gaya hijab modern di lingkungan mahasiswa. Fenomena ini menunjukkan bahwa penyebaran inovasi tidak terjadi secara alami semata, tetapi dipengaruhi oleh aktor yang memiliki motivasi sosial dan ekonomi.

Meskipun demikian, modernisasi yang masuk melalui Instagram tidak sepenuhnya diterima. Pada titik ini terlihat bagaimana nilai agama menjadi filter penting. Penolakan dari Ghina dan Rizky Amalia menunjukkan bahwa efek media tidak bersifat deterministik. Keduanya menolak gaya hijab yang memperlihatkan leher karena dianggap mengurangi makna hijab sebagai bentuk ketundukan kepada Allah. Sikap mereka memperlihatkan bahwa dalam lingkungan Perguruan Tinggi Agama Islam, nilai syariat masih menjadi rujukan utama yang mengarahkan pilihan penampilan. Di sini konsep atsar bekerja ke arah sebaliknya, bukan sebagai jejak dari media global, tetapi jejak dari pendidikan agama, lingkungan keluarga, dan etika kampus yang sudah melekat lebih lama dan lebih kuat. Proses seleksi yang dilakukan para informan memperlihatkan bahwa modernisasi yang masuk melalui media tidak langsung menghapus norma-norma religius. Justru terjadi negosiasi antara nilai global dan nilai lokal Islam. Dalam konteks ini, konsep khalafa menjadi relevan karena menunjukkan bahwa inovasi tidak sekadar diterima, tetapi diolah, disesuaikan, bahkan dimodifikasi agar selaras dengan keyakinan religius. Mahasiswi seperti Ratu dan Mayadah tidak menolak inovasi sepenuhnya; mereka mengadaptasinya secara

selektif dengan mempertimbangkan konteks kampus. Gaya yang dipakai untuk konten Instagram berbeda dari gaya yang dikenakan di ruang akademik. Hal ini menandakan bahwa inovasi yang masuk tidak diterima dalam bentuk mentah, melainkan melalui proses kreatif yang memadukan estetika digital dengan batasan syariat. Pembacaan atas fenomena ini memperlihatkan bahwa Instagram berfungsi sebagai arena produksi makna yang memengaruhi identitas visual mahasiswi, tetapi nilai Islam tetap berperan sebagai struktur pembatas. Di satu sisi, modernisasi mendorong mahasiswa untuk tampil sesuai tren global; di sisi lain, nilai moral kampus menegaskan batas yang tidak boleh dilampaui. Ketegangan ini menciptakan ruang negosiasi yang menghasilkan pola adopsi yang tidak seragam: sebagian menerima penuh, sebagian menyeleksi, dan sebagian menolak. Struktur sosial dan nilai religius lokal masih memiliki daya tawar terhadap tekanan estetika global. Beberapa ahli berpendapat demikian proses ekonomi terletak pada inti dari globalisasi. Hak istimewa lainnya aspek politik, budaya, atau ideologis (Steger, 2008).

Temuan ini juga menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya memengaruhi tindakan, tetapi juga memunculkan perbedaan kelas simbolik dalam lingkungan mahasiswa. Gaya hijab modern yang dianggap lebih estetik sering diasosiasikan dengan tampilan yang lebih urban, lebih muda, dan lebih modis. Sebaliknya, gaya hijab syar'i diasosiasikan dengan kesalehan, kedisiplinan, dan kedekatan dengan nilai-nilai Islam. Kedua kutub ini hadir berdampingan dan menjadi bagian dari dinamika globalisasi gaya hidup yang menyusup ke ruang-ruang akademik Islam. Pada titik ini, teori Melkote dan Steeves kembali relevan karena mereka menekankan bahwa modernisasi tidak pernah netral; ia membawa nilai tertentu dan berpotensi menimbulkan transformasi sosial yang mendalam, termasuk dalam hal identitas dan moralitas. Pemahaman terhadap hasil penelitian perlu ditempatkan terlebih dahulu dalam kerangka teoretis Melkote dan Steeves yang menekankan bahwa arus global komunikasi digital mendorong perubahan sosial secara bertahap, meski proses ini tidak pernah berlangsung linier dan selalu melibatkan negosiasi budaya (Melkote & Steeves, 2001). Dalam konteks fashion hijab, arus global ini hadir melalui media sosial yang menampilkan gaya berpakaian dari berbagai belahan dunia. Visual yang terus berulang, atau *atsar*, meninggalkan jejak kognitif pada pengguna dan perlahan membentuk preferensi estetika. Di ruang digital, *i'lam* bekerja sebagai mekanisme penyebaran pesan visual; konten hijab tidak hanya dikonsumsi, tetapi direproduksi ulang oleh pengguna lokal. Sementara itu, *khalaqa* tampak ketika pengguna memodifikasi gaya global agar sesuai dengan norma lokal, sebuah proses kreatif yang terjadi hampir pada semua informan. Namun, penelitian Rohmah dan Prawoto mengingatkan bahwa modernisasi gaya hijab melalui media sosial tidak bebas dari problem nilai. Mereka menemukan bahwa inovasi fashion hijab masa kini kerap mengaburkan batas syariat karena menonjolkan estetika dan gaya modern (Rohmah & Prawoto, 2020). Fenomena ini tampak dalam pernyataan Nazwa yang menganggap hijab syar'i terlalu kuno dan tidak sesuai dengan identitas gaya hidup modern yang ia bangun. Nazwa bahkan berperan sebagai *micro-influencer* yang memperkuat penyebaran mode hijab leher terlihat di lingkungan kampus. Pandangannya sejalan dengan modernitas digital yang dikritik oleh Melkote dan Steeves sebagai proses *cultural penetration*, yaitu ketika nilai estetika global menggantikan nilai lokal yang sebelumnya menjadi pedoman perilaku (Melkote & Steeves, 2001). Munardi menambahkan bahwa media massa memiliki kekuatan besar dalam

mendorong pergeseran dari religiusitas ke pola hidup yang lebih sekuler, terutama ketika budaya global dihadirkan sebagai simbol modernitas yang harus dicapai (Munardi, 2021). Walaupun mahasiswa FDIKOM tidak sepenuhnya bergeser ke arah sekularisasi, preferensi sebagian mahasiswa terhadap gaya hijab modern yang menonjolkan estetika menunjukkan adanya kecenderungan awal menuju modernitas visual tersebut. Risikonya terlihat pada mahasiswa yang mulai memisahkan nilai estetika dari kewajiban syariat; misalnya, sebagian informan merasa cukup selama rambut tertutup meski leher terlihat.

Sebaliknya, reaksi Ghina dan Rizky Amalia menunjukkan bentuk resistensi atas arus global tersebut. Keduanya menilai bahwa model hijab yang memperlihatkan leher tidak sesuai dengan prinsip menutup aurat dan memilih mempertahankan gaya syar'i meskipun tren yang beredar sangat populer. Sikap ini memperlihatkan adanya penyaringan nilai, sesuai konsep khalaqa, di mana pengguna mendefinisikan ulang informasi global sesuai norma syariat. Resistensi seperti ini juga menunjukkan bahwa modernisasi di lingkungan akademik Islam bukan proses homogen; ada lapisan nilai yang tetap dipertahankan karena dianggap sebagai identitas religius yang melekat. Penelitian Najwa Aisyah Abdallillah menegaskan bahwa media sosial memberikan pengaruh kuat terhadap perkembangan fashion hijab serta membentuk preferensi masyarakat terhadap gaya tertentu (Najwa, 2023). Tetapi ia juga mengingatkan bahwa konten hijab seharusnya tidak hanya menampilkan inovasi visual, melainkan juga menyisipkan pesan moral keislaman. Fenomena di kampus menunjukkan bahwa fungsi dakwah ini belum berjalan optimal; mahasiswa lebih terpapar konten tutorial dan gaya visual tanpa penyertaan nilai edukatif. Kondisi tersebut memperlihatkan ketimpangan antara logika pasar digital dan nilai dakwah. Temuan ini sangat terlihat pada Nazwa dan Tsabita yang memaknai hijab lebih sebagai ekspresi diri ketimbang simbol ketaatan. Mereka menempatkan hijab dalam kategori fashion statement yang harus menyesuaikan dengan estetika global. Dalam konteks teori Melkote dan Steeves, kondisi ini merupakan wujud nyata penetrasi budaya modern melalui media digital.



Sumber: Instagram @nazwahamyda

Gambar 1. Beberapa Mahasiswi FDIKOM mengikuti tren hijab leher terlihat

Dari keseluruhan pemaknaan tersebut tampak bahwa temuan penelitian ini menghadirkan kebaruan pada aspek lingkungan sosialnya. Berbeda dengan penelitian terdahulu yang berfokus pada masyarakat umum, penelitian ini menunjukkan bahwa di lingkungan perguruan tinggi Islam sekalipun, proses modernisasi visual bergerak aktif dan

tidak dapat dihindari. Namun, proses tersebut tidak terjadi secara total; ia berhadapan dengan nilai religius yang tertanam kuat pada sebagian mahasiswa sehingga menghasilkan tiga pola respons: adopsi penuh, adopsi parsial, dan penolakan. Struktur respons seperti ini memperkaya model difusi inovasi dalam konteks masyarakat religius karena memperlihatkan bahwa variabel keagamaan berfungsi sebagai moderator yang memperlambat, menyaring, atau bahkan menghentikan penetrasi budaya global. Implikasi teoretisnya menunjukkan bahwa model komunikasi pembangunan ala Melkote dan Steeves dapat diperluas dengan memasukkan variabel religiusitas sebagai elemen kunci dalam pembacaan modernisasi di masyarakat Muslim. Sedangkan implikasi praktisnya menegaskan perlunya program literasi digital yang mengintegrasikan dimensi estetika, etika, dan syariat secara seimbang. Konten kreator muda di lingkungan kampus juga perlu diarahkan untuk menghasilkan konten hijab yang tidak hanya estetik, tetapi juga mendukung pemahaman nilai keagamaan agar inovasi visual tidak menggeser prinsip dasar berpakaian dalam Islam.

## **SIMPULAN**

Penelitian ini memperlihatkan bahwa arus modernisasi digital melalui Instagram memberi kontribusi besar terhadap perubahan cara berhijab mahasiswi FDIKOM UIN Syarif Hidayatullah Jakarta angkatan 2024. Sesuai kerangka Melkote dan Steeves, media sosial berfungsi sebagai saluran global yang membawa nilai budaya baru melalui arus visual yang tidak pernah berhenti. Mekanisme ini tampak jelas ketika sebagian mahasiswi mulai mengikuti model hijab yang menampilkan leher setelah terpapar unggahan *influencer* dari Turki maupun kreator konten dalam negeri. Gaya tersebut tidak lagi dimaknai sebagai representasi ketaatan religius, tetapi sering diposisikan sebagai produk selera dan gaya hidup modern. Temuan lapangan juga menunjukkan bahwa respon para mahasiswi tidak homogen. Ada yang menerima tren ini sepenuhnya karena ingin terlihat sesuai perkembangan zaman. Sebagian lainnya mencoba hanya pada momen tertentu, sementara beberapa tetap menolaknya karena menilai model tersebut menyimpang dari prinsip dasar menutup aurat. Variasi sikap ini menguatkan bahwa proses modernisasi bukan gejala tunggal; ia selalu dinegosiasikan melalui pemahaman keagamaan, pertimbangan etis, serta cara individu melihat identitas dirinya sebagai muslimah. Penelitian-penelitian terdahulu juga mencatat gejala yang sama, yakni pergeseran makna hijab dari simbol religius menuju produk mode yang bergerak mengikuti logika pasar dan budaya global. Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa Instagram berfungsi sebagai agen yang menyebarkan nilai modern pada hijab sehingga memunculkan tiga pola utama: penerimaan, penerimaan terbatas, dan penolakan. Kelompok yang menerima biasanya lebih menonjolkan sisi estetika dan mengikuti dinamika global; sedangkan mereka yang menolak konsisten menempatkan ajaran syariat sebagai rujukan utama untuk menilai kesesuaian gaya tertentu. Rekomendasi penelitian menekankan perlunya peningkatan literasi digital di lingkungan kampus. Literasi ini tidak cukup hanya melihat aspek visual, tetapi juga perlu memberi ruang bagi pemahaman keagamaan yang komprehensif agar mahasiswa dapat menilai tren secara kritis. Kolaborasi antara sivitas akademik dan kreator konten kampus dapat mendorong munculnya inovasi gaya hijab yang tetap selaras dengan prinsip Islam. Untuk penelitian mendatang, diperlukan studi komparatif pada berbagai jenis perguruan

tinggi agar dapat melihat bagaimana konteks institusi mempengaruhi penerimaan atau penolakan terhadap gaya hijab yang dipengaruhi arus global.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Melkote and Steeves. (2015). *Communication for Development: Theory and Practice for Empowerment and Social Justice*, Third Edition, Singapore: SAGE Publications.
- Manfred B. Steger. (2008). *Globalization a Very Short Introduction*. Oxford University Press
- Ujang Saefullah. (2007). *Kapita Selekt Komunikasi: Pendekatan Agama dan Budaya* Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Wasisto Raharjo Jati. (2013). *Pengantar Kajian Globalisasi, Analisis Teori dan Dampaknya di Dunia* Ketiga, Jakarta: Mitra Wacana Media
- Alfi'ah, F. R., Rahman, A., & Nurcahyono, O. H. (2020). Hiperrealitas konsumsi tanda dan makna pada trending fashion jilbab oleh mahasiswi. *Fikri: Jurnal Kajian Agama, Sosial dan Budaya*, 5(2), Hal. 197–209.
- Munardi, Benny. (2021). Efek Media Massa Terhadap Agama dan Kehidupan Sosial Budaya Dalam Pembentukan Moral Dan Kepribadian Masyarakat. *WARAQAT: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, Vol. VI, No. 2, Hal. 74-83
- Najwa Aisyah Abdallillah. (2023). Mengenal Pengaruh Media Sosial Terhadap Perkembangan Fashion Hijab di Kalangan Perempuan Muslimah. *Maliki Interdisciplinary Journal (MIJ)* Vol. 2, Issue 12
- Rohmah, S. N., & Prawoto, I. (2020). Hijab dan niqab: Kewajiban ataukah anjuran? (Analisis pemikiran Muhammad Ali al-Shabuni dan Muhammad Quraish Shihab Tentang Jilbab dan Niqab). *Mizan: Journal of Islamic Law*, 4(1), hlm. 73–82.
- Ratna Dewi Setyowati, dkk, (2024). Gaya Selebgram Berhijab: Penerimaan Atribut Keberagaman Pada Interaksi Sosial. *Jurnal Penelitian Islam*, Vol. 18, No. 2
- Visi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta diakses melalui <https://fdikom.uinjkt.ac.id/id/visi-misi-tujuan-motto>
- Surat Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam Nomor Dj.I/225/2007, Bab III, Pasal 3, ayat 6, tentang Tata Tertib Mahasiswa Perguruan Tinggi Agama Islam (PTAI)
- Mayadah el-Hawani, mahasiswi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta angkatan 2024
- Rizky Amalia, mahasiswi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta angkatan 2024
- Dwi Ghina, mahasiswi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta angkatan 2024
- Ratu Maulidah, mahasiswi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta angkatan 2024
- Nazwa Hamyda, mahasiswi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta angkatan 2024
- Tsabita, mahasiswi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta angkatan 2024