

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Media sosial kini telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari, terutama bagi generasi muda atau yang sering disebut sebagai Gen Z. Keberadaan platform seperti Instagram tidak hanya sebagai sarana hiburan dan komunikasi, tetapi juga telah berkembang menjadi ruang untuk membangun citra diri, mengekspresikan identitas, dan mengikuti tren gaya hidup. Salah satu aspek yang sangat terlihat di Instagram adalah bagaimana pengguna memamerkan gaya berbusana mereka, termasuk gaya berpakaian berhijab. Internet dan perubahan teknologi telah membawa perubahan yang besar bagi manusia, dengan Internet dan segala kemudahan yang didapatkan membuat dunia terasa semakin kecil (Istiani, 2015). Hal ini terjadi karena setiap orang dapat mengakses informasi apa saja kapan pun dan dimana pun mereka mau misalnya di media sosial Instagram.

Instagram adalah aplikasi media sosial yang berdasarkan IOS, Windows Phone dan Android, yang mana pengguna bisa mengunggah atau membagikan foto dan video ke orang lain atau pengikut. Di Instagram, pengguna dapat menambahkan komen pada video dan foto, menyukai video dan foto, serta mengirim pesan dan menambahkan filter untuk menambah kesan menarik dari video dan foto. Interaksi yang terjadi antara pengguna yaitu dengan sistem *follow* dan *followers* dengan menyukai, saling mengomentari, dan membagikan postingan pada video dan foto yang diposting sendiri maupun pengguna lain, sehingga hal tersebut menimbulkan komunikasi timbal balik (Tunnazila et al., 2024).

Instagram semakin dikenal hingga saat ini. Salah satu alasannya yaitu karena kebiasaan masyarakat yang saat ini cenderung narsis, masyarakat saat ini dimanapun serta kapanpun bisa berfoto dan menguploadnya di media sosial Instagram. Terdapat fitur kamera di Instagram yang menawarkan berbagai filter yang menarik menjadi sebuah alasan bagi pengguna Instagram. Dengan menggunakan fitur kamera di Instagram lalu mengaplikasikan filter sesuai selera penggunaannya, pengguna dapat menghasilkan foto yang lebih menarik. Lalu di

Instagram juga menawarkan banyak macam konten seperti video-video edukasi, hiburan, tutorial, sharing ilmu, OOTD (*outfit of the day*), tutorial, tips and trik dan masih banyak lagi (Liang, 2021).

Instagram ini membuat masyarakat mudah mengakses dan mendapatkan informasi yang dibutuhkan terutama dalam bergaya OOTD (*outfit of the day*) (Tunnazila et al., 2024). *OOTD (Outfit Of The Day)* merupakan istilah baru yang mulai populer di dunia media sosial yang dapat diartikan sebagai bentuk dari suatu konsep *fashion style* yang di pakai pada hari itu dari ujung kepala hingga kaki. Dahulu, *OOTD (Outfit of The Day)* hanya dianggap sebagai cara seseorang dalam berbusana. Namun, seiring perkembangan zaman, *OOTD (outfit of the day)* telah menjadi bagian dari gaya hidup. Banyaknya referensi dan informasi mengenai gaya berbusana turut mendorong penyebaran tren ini ke berbagai belahan dunia, salah satunya melalui media sosial seperti Instagram yang berperan sebagai sarana penyebaran utama. Gaya *OOTD (outfit of the day)* yang tepat dapat menunjang penampilan seseorang agar terlihat lebih menarik. Namun demikian, tidak semua hal terkait *OOTD (outfit of the day)* bersifat positif. Terdapat pula sisi negatif, seperti adanya individu yang berpakaian modis semata-mata untuk mengejar eksistensi dan popularitas di tengah masyarakat, tanpa memahami atau menghayati makna dari gaya tersebut. Mereka cenderung hanya mengikuti tren yang sedang berlangsung. Saat ini *#OOTD* sendiri menjadi sebuah simbol dari eksistensi sang pemilik akun Instagram (Permatasari et al., 2017).

Gaya berpakaian saat ini menjadi salah satu hal utama yang mendapat perhatian besar dari banyak anak muda. Lebih dari sekadar cara berpenampilan, gaya berbusana juga mewakili identitas personal mereka (Pomuri, 2023). Hijab merupakan sebuah simbol keagamaan yang wajib digunakan bagi wanita beragama muslim, namun bagi masyarakat umum hijab juga dianggap sebagai simbol kebudayaan (Nabilla et al., 2024). Hijab makin dikenal di Indonesia justru ketika maknanya terus berubah seiring konteks penggunaannya (Nugrahenny, 2018). Hijab, yang pada dasarnya merupakan bentuk ketaatan seorang perempuan muslim terhadap ajaran agama Islam, kini juga telah menjadi bagian dari identitas fashion. Fenomena ini menunjukkan bahwa hijab tidak lagi hanya dipandang dari sisi

religius, tetapi juga menjadi bagian dari budaya populer yang terus berkembang. Di tengah adanya modernisasi dan globalisasi, muncul berbagai gaya berhijab yang modis, kreatif, dan beragam. Banyak perempuan muslim, terutama dari kalangan Gen Z, mulai mencari referensi gaya berhijab yang tetap sesuai syariat namun tetap terlihat modis dan kekinian.



Gambar 1. 1 Akun Instagram @inspirasiootdberhijab

Sumber:

<https://www.instagram.com/inspirasiootdberhijab?igsh=a2NmaTJxZDUy cWdq>

Akun Instagram seperti @inspirasiootdberhijab menjadi salah satu contoh media yang menyediakan konten inspiratif mengenai gaya berpakaian berhijab. Melalui unggahan foto-foto OOTD (*outfit of the day*), akun ini menampilkan berbagai macam gaya berpakaian muslimah yang disusun dengan estetika visual yang menarik. Akun semacam ini memiliki peran dalam membentuk persepsi dan interpretasi masyarakat, terutama Gen Z, terhadap cara berpakaian berhijab yang *fashionable* atau modis. Pemilihan akun Instagram @inspirasiootdberhijab sebagai fokus penelitian ini didasarkan pada perannya yang signifikan dalam membentuk persepsi dan referensi fashion berhijab di kalangan Gen Z, khususnya di Kota Jombang.

Akun ini aktif membagikan konten-konten inspirasi *outfit of the day* (OOTD) berhijab yang mengkombinasikan nilai religius dengan gaya fashion kekinian.

Dalam era digital, representasi hijab di media sosial menjadi bentuk komunikasi visual yang memiliki kekuatan membentuk identitas dan makna simbolik di kalangan pengikutnya. Menurut Wibowo (2018), media sosial seperti Instagram menjadi ruang interaksi simbolik tempat makna-makna sosial dinegosiasikan melalui simbol visual dan narasi digital. Oleh karena itu, @inspirasiOOTDberhijab dipilih karena relevansinya sebagai sumber inspirasi berhijab sekaligus sebagai wadah pembentukan identitas muslimah modern di tengah masyarakat Kota Jombang yang religius namun terbuka terhadap budaya populer.

Menariknya, fenomena ini juga terjadi di daerah yang dikenal religius, seperti Kota Jombang yang dikenal luas sebagai Kota Santri. Jombang merupakan salah satu kabupaten yang memiliki julukan khusus. Kabupaten ini dikenal dengan sebutan "kota santri", sebuah julukan yang muncul secara alami dari masyarakat. Menurut K.H. Ahmad Junaidi dalam artikel yang dimuat di KabarJombang.com pada 20 Februari 2021, julukan tersebut diberikan berdasarkan kenyataan dan anggapan masyarakat bahwa Jombang memiliki banyak pondok pesantren. Kepala Seksi Pendidikan Madrasah (Penma) Kementerian Agama Jombang, Arif Hidayatulloh, menyampaikan bahwa saat ini terdapat sekitar 124 pondok pesantren di Kabupaten Jombang yang telah terdaftar secara resmi. Selain itu, beberapa ulama besar juga berasal dari daerah ini. Hal-hal tersebut menjadi alasan kuat bagi masyarakat untuk menyebut Jombang sebagai kota santri (Pertiwi, 2021).

Kota Jombang, dikenal sebagai kota santri, memiliki nilai-nilai keagamaan dan tradisi lokal yang kuat. Nilai-nilai ini menjadi latar budaya yang memengaruhi cara Gen Z memaknai dan mengekspresikan hijab mereka. Dalam konteks ini, interaksi simbolik yang terjadi bukan hanya antara individu dan media sosial, tetapi juga melibatkan proses negosiasi makna antara nilai-nilai modern dan nilai-nilai lokal. Pendekatan interaksionisme simbolik memberikan kerangka yang tepat untuk memahami bagaimana simbol hijab dimaknai secara sosial oleh Gen Z, dan bagaimana identitas berhijab mereka dibentuk melalui proses komunikasi simbolik dalam ruang digital dan sosial. Hal ini sejalan dengan temuan dalam penelitian yang menyoroti fenomena lepas pasang hijab di kalangan mahasiswa, di mana keputusan

untuk mengenakan atau melepas hijab dipengaruhi oleh faktor sosial, budaya, dan identitas pribadi (Nabilla et al., 2024).

Fashion berhijab tidak hanya menjadi sarana ekspresi diri, tetapi juga merupakan bentuk komunikasi simbolik yang mencerminkan identitas dan nilai-nilai sosial. Dalam konteks ini, teori interaksionisme simbolik yang dikembangkan oleh George Herbert Mead menjelaskan bahwa makna dari simbol, seperti pakaian, dibentuk dan dimaknai melalui proses interaksi sosial. Individu tidak langsung memberi makna pada suatu tindakan atau objek, tetapi makna tersebut terbentuk melalui pengalaman sosial dan pertukaran simbolik dengan orang lain (Ritzer & Goodman, 2014). Oleh karena itu, busana muslimah bukan hanya berfungsi sebagai pelengkap penampilan atau kewajiban agama, tetapi juga sebagai cara untuk menunjukkan identitas, afiliasi nilai, dan posisi sosial dalam masyarakat, khususnya dalam ruang digital. Pilihan terhadap gaya, warna, hingga merek busana sering kali merupakan hasil dari proses sosial yang kompleks dan refleksi atas bagaimana individu ingin dipahami oleh lingkungannya.

Busana muslimah bukan hanya berfungsi sebagai penutup aurat, tetapi juga menjadi simbol identitas, keyakinan, dan posisi sosial yang dibangun melalui interaksi di lingkungan sosial dan media digital seperti dalam akun Instagram @inspirasiOOTDberhijab. Penelitian yang dilakukan oleh (Wardiani, 2019) menunjukkan bahwa gaya dan merek busana muslimah sering kali mencerminkan integrasi antara nilai religius dan keinginan untuk tampil modern. Oleh karena itu, fashion berhijab yang terdapat dalam akun @inspirasiOOTDberhijab dapat dipahami sebagai bentuk komunikasi simbolik yang mencerminkan identitas individu serta nilai-nilai sosial dan budaya yang dianut.

Teori interaksionisme simbolik yang dikembangkan oleh Herbert Mead menekankan bahwa makna terhadap suatu simbol atau tindakan tidak bersifat bawaan, melainkan dibentuk melalui proses interaksi sosial. Individu belajar memberi makna terhadap simbol seperti bahasa, pakaian, atau ekspresi melalui interaksi dengan orang lain. Mead menjelaskan bahwa konsep diri seseorang terdiri dari dua komponen, yakni “*I*” yang bersifat spontan dan kreatif, serta “*Me*” yang merupakan refleksi diri berdasarkan bagaimana orang lain memandang kita. Selain

itu, dalam kehidupan sosial, individu juga membentuk diri berdasarkan pandangan kolektif masyarakat yang disebut sebagai *generalized other* (Johnson, 1986).

Fenomena ini menarik untuk dikaji karena memperlihatkan bagaimana nilai-nilai keagamaan, budaya lokal, dan identitas global berinteraksi dalam satu ruang digital. Di satu sisi, Jombang sebagai kota santri memiliki norma-norma berpakaian yang konservatif, namun di sisi lain, warganya terutama Gen Z aktif membentuk identitas baru yang lebih fleksibel dan tidak kaku melalui simbol-simbol visual di media sosial. Dengan demikian, penelitian ini akan menelaah bagaimana simbol-simbol gaya berpakaian berhijab di akun @inspirasiootdberhijab dimaknai oleh Gen Z di Jombang, serta bagaimana interaksi sosial di media digital turut membentuk representasi hijab masa kini.

Penelitian ini menjadi penting karena mampu menangkap bagaimana representasi berhijab dalam akun Instagram seperti @inspirasiootdberhijab membentuk pemahaman baru tentang identitas perempuan muslim di era digital. Terlebih lagi, dalam masyarakat lokal seperti Jombang, studi ini dapat menunjukkan bagaimana Gen Z mengolah dan mengadaptasi pengaruh budaya global ke dalam nilai-nilai lokal dan keagamaannya. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pengembangan literatur tentang media, fashion, dan identitas muslimah, serta memperluas pemahaman mengenai dinamika budaya digital di Indonesia, terutama di kalangan remaja perempuan yang tumbuh dalam lingkungan sosial yang religius namun tetap menerima pengaruh modernitas.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan Latar Belakang di atas, ditemukan rumusan masalah sebagai berikut: Bagaimana interaksi simbolik hijab Gen Z di Kota Jombang pada akun @inspirasiootdberhijab?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Adapun Tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk menganalisis proses interaksi simbolik yang terjadi antara Gen Z berhijab dengan akun Instagram @inspirasiOOTDberhijab.
2. Untuk memahami makna simbolik hijab yang dikonstruksi oleh Gen Z melalui interaksi di media sosial.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas penerapan teori interaksionisme simbolik dalam kajian media digital, khususnya dalam memahami simbol budaya dan identitas melalui media sosial Instagram.

2. Manfaat Praktis

Memberikan pemahaman bagi pengelola akun media sosial, khususnya yang berfokus pada fashion hijab, tentang bagaimana simbol dan pesan yang mereka tampilkan dapat memengaruhi persepsi dan identitas pengikutnya.