



HIBRIDITAS FASHION MUSLIMAH INDONESIA DALAM PERSPEKTIF POSTKOLONIALISME: STUDI KASUS #MAKEABAYAGREATAGAIN

Deandra Yovansyah¹

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka, Indonesia

Nadiyah Inda Adwa²

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka, Indonesia

Rifma Ghulam Dzaljad³

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka, Indonesia

yopaaanaja@gmail.com¹ nadiyahinda16@gmail.com² rifma.ghulam@uhamka.ac.id³

Abstrak: Penelitian ini membahas fenomena hibriditas fashion Muslimah Indonesia dalam tren #MakeABayaGreatAgain melalui perspektif postkolonialisme. Perkembangan media sosial dan budaya digital telah mengubah fashion Muslimah tidak hanya sebagai simbol religius, tetapi juga sebagai representasi identitas, gaya hidup, dan budaya populer perempuan Muslim modern. Tren penggunaan abaya yang sebelumnya identik dengan budaya Timur Tengah kini mengalami transformasi makna melalui perpaduan dengan unsur fashion global dan budaya lokal Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk hibriditas budaya dalam tren #MakeABayaGreatAgain serta memahami bagaimana identitas perempuan Muslim modern dikonstruksi melalui media sosial. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Data diperoleh melalui observasi digital pada platform Instagram, dokumentasi unggahan media sosial, serta studi pustaka terkait fashion Muslimah, budaya digital, dan postkolonialisme. Analisis penelitian menggunakan konsep hibriditas budaya dari Homi K. Bhabha untuk melihat proses negosiasi identitas yang terjadi dalam fashion Muslimah digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tren #MakeABayaGreatAgain merepresentasikan percampuran budaya Arab, budaya lokal Indonesia, dan budaya populer global yang menghasilkan identitas baru perempuan Muslim modern. Media sosial berperan sebagai ruang produksi budaya yang membentuk standar estetika Muslimah kontemporer melalui visual fashion yang modern, minimalis, dan estetik. Selain itu, fenomena ini juga memunculkan pro dan kontra terkait makna religiusitas dan komodifikasi fashion Muslimah dalam budaya digital. Penelitian ini menyimpulkan bahwa fashion Muslimah digital bukan sekadar tren berpakaian, tetapi menjadi arena negosiasi identitas budaya perempuan Muslim Indonesia dalam masyarakat postkolonial kontemporer.

Kata Kunci: Hibriditas Budaya, Fashion Muslimah, Postkolonialisme, Media Sosial, #MakeABayaGreatAgain

Abstract: *This study discusses the phenomenon of hybridity in Indonesian Muslim women's fashion through the #MakeABayaGreatAgain trend from a postcolonial perspective. The development of social media and digital culture has transformed Muslim fashion from merely a religious symbol into a representation of identity, lifestyle, and popular culture among modern Muslim women. The use of the abaya, previously associated with Middle Eastern culture, has undergone a transformation in meaning through the combination of global fashion elements and Indonesian local culture. This research aims to analyze the forms of cultural hybridity within the #MakeABayaGreatAgain trend and to understand how the identity of modern Muslim women is constructed through social media. This study employs a qualitative approach with a descriptive method. Data were collected through digital observation on Instagram and TikTok, documentation of social media content, and literature studies related to Muslim fashion, digital culture, and postcolonialism. The analysis applies Homi K. Bhabha's concept of cultural hybridity to examine the process of identity negotiation within digital Muslim fashion. The findings reveal that the #MakeABayaGreatAgain trend represents a mixture of Arab culture, Indonesian local culture, and global popular culture, resulting in a new identity for modern Muslim women. Social media functions as a space of cultural production that shapes contemporary Muslim women's aesthetic standards through modern, minimalist, and visually appealing fashion content. Furthermore, the phenomenon also generates both support and criticism regarding religiosity and the commodification of Muslim fashion in digital culture. This study concludes that digital Muslim fashion is not merely a fashion trend, but also an arena for negotiating the cultural identity of Indonesian Muslim women within contemporary postcolonial society.*

Keywords: *Cultural Hybridity, Muslim Fashion, Postcolonialism, Social Media, #MakeABayaGreatAgain*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi dan media digital pada era globalisasi telah membawa perubahan yang sangat signifikan terhadap pola kehidupan masyarakat modern, khususnya dalam proses pembentukan identitas sosial dan budaya. Media sosial tidak lagi hanya dipahami sebagai sarana komunikasi interpersonal, melainkan telah berkembang menjadi ruang representasi budaya yang memungkinkan individu membangun, menampilkan, dan merepresentasikan identitas dirinya secara visual di ruang publik digital. Dalam konteks masyarakat Muslim Indonesia, perkembangan media digital turut memengaruhi transformasi fashion Muslimah yang kini tidak hanya dipahami sebagai praktik religius dan kewajiban keagamaan, tetapi juga sebagai bagian dari budaya populer, gaya hidup modern, serta simbol identitas perempuan Muslim kontemporer. Tingginya pengaruh media sosial terhadap kehidupan masyarakat Indonesia terlihat dari jumlah pengguna aktif media sosial yang mencapai 139 juta orang atau setara dengan 49,9% dari total populasi Indonesia pada Januari 2024. Instagram digunakan oleh 85,3% pengguna internet Indonesia, sedangkan TikTok digunakan oleh 73,5% pengguna internet, menjadikan kedua platform tersebut sebagai ruang utama dalam penyebaran tren gaya hidup dan fashion digital. Kondisi ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran yang sangat besar dalam membentuk preferensi budaya dan gaya hidup masyarakat, termasuk dalam perkembangan fashion Muslimah.

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa fashion Muslimah telah mengalami pergeseran makna dari fungsi religius menuju praktik budaya populer yang diproduksi secara masif melalui media digital. Dalam

penelitian mengenai tren fashion hijab di kalangan generasi milenial dijelaskan bahwa hijab telah berkembang menjadi bagian dari lifestyle modern yang dipengaruhi oleh budaya populer dan media sosial (Widyanita et al., n.d.). Perkembangan tersebut memperlihatkan bahwa media sosial memiliki kemampuan besar dalam membentuk standar estetika baru bagi perempuan Muslim melalui budaya visual yang diproduksi secara terus-menerus oleh influencer, content creator, dan industri fashion digital. Dengan demikian, fashion Muslimah tidak lagi merepresentasikan identitas religius, tetapi juga menjadi simbol modernitas, status sosial, dan representasi budaya perempuan Muslim urban.

Perubahan tersebut tidak hanya memengaruhi cara perempuan Muslim berpakaian, tetapi juga memengaruhi proses pembentukan identitas dan representasi diri di ruang digital. Melalui konten fashion yang terus diproduksi dan disebarluaskan, media sosial membentuk preferensi, standar estetika, serta cara pandang masyarakat terhadap citra perempuan Muslim ideal. Akibatnya, simbol-simbol keagamaan yang sebelumnya lebih banyak dimaknai sebagai bentuk kepatuhan religius kini semakin sering diposisikan sebagai bagian dari gaya hidup, ekspresi diri, dan komoditas budaya yang dapat dipertukarkan dalam industri fashion digital. Fenomena ini juga didukung oleh pertumbuhan industri modest fashion Indonesia yang terus meningkat. Bank Indonesia mencatat nilai ekspor komoditas modest fashion Indonesia selama Januari–Juli 2024 mencapai USD 632,76 juta atau meningkat 3,38% dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya. Data tersebut menunjukkan bahwa fashion Muslimah tidak hanya berkembang sebagai praktik budaya, tetapi juga telah menjadi bagian dari industri kreatif dan ekonomi halal yang memiliki nilai ekonomi signifikan.

Perubahan tersebut semakin terlihat melalui munculnya berbagai tren fashion Muslimah yang berkembang di media sosial, salah satunya adalah tren #MakeABayaGreatAgain. Tagar ini menjadi representasi meningkatnya popularitas penggunaan abaya sebagai gaya berpakaian Muslimah modern di Indonesia. Abaya yang sebelumnya identik dengan budaya Timur Tengah kini mengalami transformasi makna ketika digunakan oleh perempuan Muslim Indonesia dalam konteks budaya digital kontemporer. Penggunaan abaya tidak lagi hanya dipahami sebagai simbol kesalehan atau identitas budaya Arab, tetapi telah menjadi bagian dari fashion statement dan representasi identitas perempuan Muslim modern yang mengikuti perkembangan tren global.

Fenomena ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya berperan dalam menyebarluaskan tren fashion, tetapi juga menjadi ruang terjadinya pertukaran dan negosiasi budaya. Popularitas penggunaan abaya di kalangan perempuan Muslim Indonesia memunculkan berbagai respons di masyarakat, mulai dari penerimaan terhadap keberagaman ekspresi berpakaian hingga munculnya perdebatan mengenai pengaruh budaya Timur Tengah terhadap identitas busana Muslim lokal. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa praktik berpakaian tidak lagi sekadar persoalan estetika, melainkan juga berkaitan dengan konstruksi identitas budaya di era digital.

Dalam praktiknya, tren #MakeABayaGreatAgain memperlihatkan adanya perpaduan unsur budaya lokal, budaya Timur Tengah, dan budaya populer global yang berkembang melalui media sosial. Perempuan Muslim Indonesia memadukan abaya dengan elemen fashion modern seperti sneakers, tote bag minimalist, teknik layering outfit, hingga makeup ala Korea yang populer di media sosial. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa fashion Muslimah Indonesia sedang mengalami proses negosiasi budaya yang menghasilkan identitas baru dalam masyarakat modern. Fashion Muslimah tidak lagi bersifat tunggal dan tetap, melainkan menjadi bentuk budaya hibrid yang terus mengalami perubahan mengikuti perkembangan budaya digital dan arus globalisasi.

Fenomena transformasi fashion Muslimah tersebut juga terlihat dalam penelitian Tren Jilbab Turban sebagai Fashion Muslimah di Era Kontemporer yang menjelaskan bahwa jilbab turban mengalami perubahan fungsi dari simbol religius menjadi bagian dari tren fashion modern yang menonjolkan estetika dan gaya hidup perempuan Muslim urban (Sonya et al., 2024). Penelitian tersebut menunjukkan bahwa perempuan Muslim modern menggunakan jilbab turban tidak hanya sebagai identitas keagamaan, tetapi juga sebagai media representasi diri dan ekspresi budaya di ruang publik digital. Hal ini memperlihatkan bahwa fashion Muslimah pada era kontemporer telah mengalami komodifikasi budaya yang menjadikan simbol religius sebagai bagian dari industri fashion dan budaya populer.

Dengan demikian, transformasi fashion Muslimah pada era digital tidak hanya menunjukkan perubahan tren berpakaian, tetapi juga memperlihatkan bagaimana identitas budaya perempuan Muslim terus dinegosiasikan melalui pertemuan berbagai unsur budaya yang berbeda. Fenomena tersebut menjadi penting untuk dikaji karena memperlihatkan adanya proses pembentukan identitas baru yang lahir dari interaksi antara budaya lokal, budaya Timur Tengah, dan budaya populer global yang berkembang melalui media sosial. Oleh karena itu, penelitian mengenai hibriditas fashion Muslimah Indonesia dalam perspektif postkolonialisme melalui studi kasus #MakeABayaGreatAgain menjadi relevan untuk memahami dinamika identitas budaya perempuan Muslim di era digital.

Selain dipengaruhi oleh budaya populer, perkembangan fashion Muslimah digital juga tidak dapat dilepaskan dari munculnya *cyberculture* dalam masyarakat digital modern. Dalam kajian *Cyberculture dan Masyarakat Digital*, dijelaskan bahwa perkembangan media digital telah menciptakan ruang budaya baru yang memungkinkan masyarakat membangun identitas, budaya visual, dan pola interaksi sosial secara virtual. *Cyberculture* membentuk cara masyarakat memahami realitas melalui simbol, citra visual, dan representasi digital yang diproduksi secara terus-menerus di media sosial. Dalam konteks fashion Muslimah, *cyberculture* menjadikan media sosial sebagai ruang utama dalam membentuk representasi “Muslimah ideal” yang modern, fashionable, dan tetap religius (Multidisiplin & Sosial, 2026).

Media sosial kemudian tidak hanya berfungsi sebagai ruang komunikasi, tetapi juga sebagai ruang produksi budaya populer dan komodifikasi religiusitas. Fashion Muslimah diproduksi dan dikonsumsi tidak hanya sebagai simbol kesalehan, tetapi juga sebagai komoditas budaya yang memiliki nilai ekonomi tinggi. Influencer Muslimah, content creator, dan brand modest fashion memainkan peran penting dalam membangun standar estetika perempuan Muslim melalui konten visual

yang dipublikasikan secara terus-menerus di media sosial. Akibatnya, perempuan Muslim di era digital menghadapi standar identitas baru yang menempatkan penampilan visual sebagai bagian penting dari representasi religiusitas dan modernitas.

Fenomena tersebut dapat dipahami melalui perspektif postkolonialisme yang melihat bagaimana identitas budaya masyarakat modern dibentuk melalui relasi kuasa budaya global. Kajian postkolonialisme tidak hanya membahas kolonialisme dalam konteks sejarah penjajahan, tetapi juga melihat bagaimana warisan kolonial masih memengaruhi budaya, identitas, dan pola pikir masyarakat pascakolonial. Edward Said menjelaskan bahwa kolonialisme melahirkan relasi dominasi budaya antara Barat dan Timur melalui konstruksi identitas dan representasi sosial yang hegemonik (Sosiologi et al., 2009) Barat membangun citra Timur sebagai kelompok yang tradisional, inferior, dan eksotis melalui berbagai wacana budaya yang diproduksi secara sistematis. Dalam masyarakat modern, dominasi tersebut tidak lagi hadir melalui penjajahan fisik, tetapi melalui media, budaya populer, industri fashion, dan standar estetika global yang memengaruhi cara masyarakat membangun identitas sosialnya.

Dalam konteks fashion Muslimah digital, dominasi budaya global terlihat melalui munculnya standar estetika Muslimah modern yang diproduksi oleh media sosial. Tren #MakeABayaGreatAgain memperlihatkan bagaimana perempuan Muslim Indonesia mengadopsi simbol budaya Timur Tengah seperti abaya, namun tetap menggabungkannya dengan unsur budaya lokal Indonesia dan tren global yang berkembang melalui media digital. Fenomena tersebut menunjukkan adanya proses imitasi budaya sekaligus negosiasi identitas yang menghasilkan bentuk budaya baru dalam fashion Muslimah Indonesia.

Konsep hibriditas budaya dalam kajian postkolonial dikemukakan oleh Homi K. Bhabha sebagai proses percampuran budaya yang menghasilkan identitas baru melalui negosiasi antara budaya lokal dan budaya dominan. Hibriditas melahirkan ruang budaya baru atau *third space* yang memungkinkan terbentuknya identitas yang cair, dinamis, dan tidak tunggal. Dalam konteks fashion Muslimah Indonesia, penggunaan abaya modern menunjukkan adanya proses hibriditas antara budaya Arab, budaya lokal Indonesia, dan budaya populer global. Perempuan Muslim Indonesia tidak sepenuhnya meniru budaya Timur Tengah, tetapi melakukan reinterpretasi dan adaptasi sesuai dengan konteks budaya lokal dan perkembangan media digital.

Persoalan identitas menjadi salah satu isu utama dalam kajian postkolonialisme. Dalam penelitian mengenai identitas perempuan pada novel *Putri Cina* dijelaskan bahwa kajian postkolonial berkaitan erat dengan proses pencarian identitas kelompok marginal yang mengalami negosiasi budaya di tengah dominasi sosial tertentu (Cina & Sindhunata, n.d.) Identitas dipahami sebagai hasil konstruksi sosial yang dibentuk melalui relasi budaya dan kekuasaan. Hal tersebut relevan dengan fenomena fashion Muslimah digital di Indonesia yang memperlihatkan bagaimana perempuan Muslim terus melakukan negosiasi identitas antara religiusitas, modernitas, budaya lokal, dan pengaruh budaya global yang hadir melalui media sosial.

Penelitian mengenai fashion Muslimah sebelumnya umumnya berfokus pada semiotika hijab, komunikasi fashion, budaya populer, atau strategi branding industri modest fashion. Namun, penelitian yang secara khusus mengkaji tren #MakeABayaGreatAgain melalui perspektif postkolonialisme dan konsep hibriditas budaya masih relatif terbatas. Penelitian terdahulu juga belum banyak membahas bagaimana cyberculture dan media digital menjadi ruang negosiasi identitas perempuan Muslim Indonesia di tengah pengaruh budaya global yang semakin kuat. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk memahami bagaimana tren #MakeABayaGreatAgain merepresentasikan hibriditas fashion Muslimah Indonesia serta bagaimana identitas perempuan Muslim modern dikonstruksi melalui budaya digital dalam perspektif postkolonialisme.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis representasi hibriditas budaya dalam tren #MakeABayaGreatAgain serta memahami bagaimana identitas perempuan Muslim modern dibentuk melalui fashion digital dalam perspektif postkolonialisme.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif yang bertujuan untuk memahami dan mendeskripsikan fenomena hibriditas fashion Muslimah dalam tren #MakeABayaGreatAgain di media sosial. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada pemaknaan, representasi identitas, serta proses negosiasi budaya yang muncul dalam fenomena fashion Muslimah digital. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat memahami bagaimana perempuan Muslim merepresentasikan identitas religiusitas dan modernitas melalui penggunaan abaya dalam ruang budaya digital.

Penelitian ini menggunakan perspektif postkolonialisme dengan konsep hibriditas budaya dari Homi K. Bhabha sebagai landasan analisis utama. Perspektif tersebut digunakan untuk melihat bagaimana tren #MakeABayaGreatAgain merepresentasikan percampuran budaya lokal, budaya Timur Tengah, dan budaya populer global yang menghasilkan identitas baru dalam fashion Muslimah Indonesia. Selain itu, penelitian ini juga memanfaatkan konsep representasi budaya untuk memahami bagaimana media sosial membentuk identitas perempuan Muslim modern melalui visual fashion digital.

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah unggahan foto dan video pada platform Instagram yang menggunakan tagar #MakeABayaGreatAgain serta menampilkan representasi fashion Muslimah melalui penggunaan abaya modern. Unggahan yang dianalisis mencakup visual fashion, caption, serta komentar pengguna yang menunjukkan bagaimana abaya direpresentasikan sebagai bagian dari identitas perempuan Muslim kontemporer. Fokus penelitian diarahkan pada postingan yang memperlihatkan perpaduan antara unsur budaya Timur Tengah, budaya lokal Indonesia, dan budaya populer global dalam praktik berpakaian Muslimah. Data penelitian berupa foto, video, caption, dan komentar yang digunakan untuk mengidentifikasi bentuk-bentuk hibriditas budaya dalam tren fashion #MakeABayaGreatAgain. Pemilihan

Instagram dilakukan karena kedua platform tersebut menjadi ruang utama perkembangan budaya visual dan tren fashion Muslimah digital di Indonesia.

Unit pengamatan dalam penelitian ini terdiri atas 3 unggahan media sosial yang menggunakan tagar #MakeABayaGreatAgain, dengan unggahan dari Instagram dan yang dipublikasikan selama periode Januari–Mei 2025. Pemilihan unggahan dilakukan secara purposive dengan kriteria: (1) menggunakan tagar #MakeABayaGreatAgain, (2) menampilkan fashion Muslimah berupa abaya, (3) memperoleh interaksi berupa likes, komentar, atau shares, dan (4) memperlihatkan unsur perpaduan budaya lokal, budaya Timur Tengah, maupun budaya populer global. Setiap unggahan dianalisis berdasarkan aspek visual fashion, caption, hashtag, dan komentar pengguna sebagai unit analisis untuk mengidentifikasi bentuk-bentuk hibriditas budaya dalam perspektif postkolonialisme.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi digital, dokumentasi, dan studi pustaka. Observasi digital dilakukan dengan mengamati unggahan media sosial yang menggunakan tagar #MakeABayaGreatAgain untuk melihat bentuk representasi fashion Muslimah yang muncul dalam ruang digital. Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan tangkapan layar (screenshot), foto, video, dan caption yang berkaitan dengan objek penelitian. Sementara itu, studi pustaka dilakukan dengan mengumpulkan berbagai referensi berupa jurnal, buku, artikel ilmiah, dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan fashion Muslimah, budaya digital, cyberculture, identitas perempuan, dan postkolonialisme.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis interpretatif dengan tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis menggunakan perspektif postkolonialisme untuk melihat bentuk hibriditas budaya, imitasi budaya, dan negosiasi identitas dalam tren #MakeABayaGreatAgain. Melalui proses analisis tersebut, penelitian ini berupaya memahami bagaimana media sosial menjadi ruang konstruksi identitas perempuan Muslim modern dalam budaya digital kontemporer.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Representasi Hibriditas pada Postingan Instagram @siviaazizah



Sumber: Postingan Instagram @siviaazizah

Unggahan Instagram @siviaazizah menampilkan penggunaan abaya oversized berwarna hitam yang dipadukan dengan sneakers putih, headset, dan topi bergaya streetwear. Selain itu, penggunaan warna monokrom, pose santai, serta teknik pengambilan gambar yang minimalis memperlihatkan estetika visual yang umum digunakan dalam konten fashion di Instagram. Kombinasi tersebut menunjukkan bahwa abaya tidak lagi diposisikan hanya sebagai pakaian religius atau identitas budaya Timur Tengah, tetapi telah menjadi bagian dari gaya hidup perempuan Muslim modern yang mengikuti perkembangan budaya digital.

Berdasarkan analisis visual, terlihat adanya percampuran unsur budaya yang membentuk representasi baru terhadap fashion Muslimah. Abaya merepresentasikan budaya Arab yang selama ini identik dengan busana Muslim perempuan, sedangkan sneakers, headset, serta gaya streetwear menunjukkan pengaruh budaya populer global yang berkembang di kalangan generasi muda. Estetika visual yang minimalis juga memperlihatkan pengaruh budaya digital yang berkembang melalui Instagram sebagai media berbasis visual.

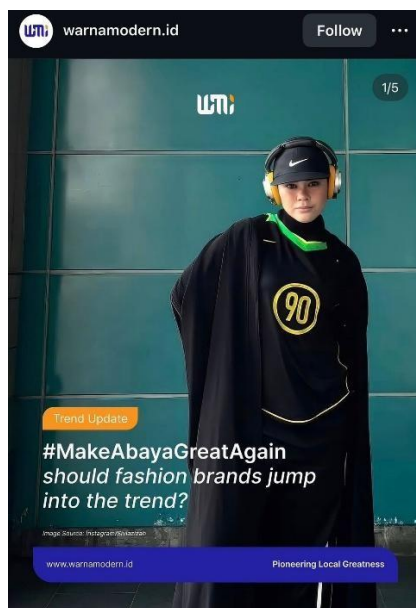
Temuan tersebut menjelaskan bahwa hijab dan fashion Muslim telah berkembang menjadi bagian dari *lifestyle* modern yang dipengaruhi oleh budaya populer dan media sosial. Fashion Muslimah tidak lagi hanya merepresentasikan identitas religius, tetapi juga menjadi simbol modernitas, status sosial, serta representasi budaya perempuan Muslim urban.

Dalam perspektif postkolonialisme, fenomena tersebut menunjukkan adanya hibriditas budaya sebagaimana dijelaskan oleh Homi K. Bhabha. Hibriditas merupakan proses percampuran budaya yang menghasilkan identitas baru melalui negosiasi antara budaya lokal dan budaya dominan. Pada unggahan

ini, penggunaan abaya tidak menunjukkan peniruan budaya Arab secara utuh, melainkan mengalami reinterpretasi melalui perpaduan dengan budaya populer global sehingga menghasilkan identitas baru perempuan Muslim yang religius sekaligus modern. Dengan demikian, identitas yang ditampilkan bersifat cair karena dibentuk melalui interaksi berbagai budaya di ruang digital.

Media sosial dalam konteks ini juga berfungsi sebagai *third space*, yaitu ruang tempat budaya Arab, budaya lokal Indonesia, dan budaya populer global saling bertemu kemudian menghasilkan makna baru mengenai representasi Muslimah modern. Oleh karena itu, unggahan ini tidak hanya memperlihatkan perubahan gaya berpakaian, tetapi juga memperlihatkan proses negosiasi identitas perempuan Muslim Indonesia pada masyarakat postkolonial.

Analisis Representasi Fashion Muslimah pada Postingan @warnamodern.id



Sumber: Postingan Instagram @warnamodern.id

Unggahan @warnamodern.id membahas fenomena #MakeABayaGreatAgain sebagai salah satu tren fashion Muslimah yang berkembang di media sosial. Visual yang ditampilkan memperlihatkan bahwa penggunaan abaya diposisikan sebagai bagian dari gaya hidup modern yang mengedepankan kesederhanaan, estetika visual, dan penampilan yang fashionable. Dengan demikian, media digital tidak hanya menyampaikan informasi mengenai fashion Muslimah, tetapi juga membangun citra mengenai perempuan Muslim yang modern dan mengikuti perkembangan tren global.

Berdasarkan analisis representasi, media digital berperan dalam membentuk standar estetika baru mengenai sosok Muslimah ideal. Representasi tersebut dibangun melalui visual, narasi, caption, serta penyebaran tren menggunakan hashtag sehingga menghasilkan pemaknaan baru terhadap penggunaan abaya. Abaya tidak lagi dipahami hanya sebagai pakaian religius, tetapi juga sebagai simbol gaya hidup dan identitas sosial perempuan Muslim kontemporer.

Temuan ini menjelaskan bahwa perkembangan fashion Muslim dipengaruhi oleh globalisasi budaya dan industri fashion sehingga pakaian Muslim berkembang sebagai bagian dari *lifestyle* masyarakat urban. Media sosial memiliki peran besar dalam membentuk budaya fashion Muslimah dan memengaruhi cara perempuan Muslim memahami identitas religiusitasnya.

Dalam perspektif postkolonialisme, media sosial menjadi ruang *third space* yang mempertemukan budaya Arab, budaya lokal Indonesia, dan budaya populer global. Hasil dari pertemuan tersebut bukan berupa dominasi salah satu budaya, tetapi menghasilkan identitas baru yang bersifat hibrid. Oleh karena itu, penggunaan abaya pada unggahan ini merupakan hasil negosiasi budaya yang terus berlangsung di ruang digital.

Analisis Negosiasi Identitas pada Postingan @zayrahijab



Sumber: Postingan Instagram @zayrahijab

Unggahan @zayrahijab memperlihatkan berbagai tanggapan masyarakat terhadap tren #MakeABayaGreatAgain. Sebagian pengguna memberikan dukungan dengan menganggap penggunaan abaya modern sebagai bentuk ekspresi religius yang sesuai dengan perkembangan zaman. Sebaliknya, sebagian lainnya menilai bahwa tren tersebut lebih menonjolkan aspek estetika dibandingkan nilai religius sehingga dianggap telah bergeser dari makna busana syar'i.

Perbedaan tanggapan tersebut menunjukkan bahwa media sosial menjadi ruang negosiasi identitas budaya. Fashion Muslimah tidak hanya dipahami sebagai cara berpakaian, tetapi juga menjadi arena perdebatan mengenai makna religiusitas, modernitas, dan identitas perempuan Muslim di era digital.

Temuan tersebut menjelaskan bahwa identitas perempuan dibentuk melalui konstruksi budaya yang terus berubah mengikuti perkembangan masyarakat. Dalam konteks media sosial, identitas perempuan Muslim mengalami negosiasi antara nilai religius tradisional dengan budaya populer digital yang berkembang melalui globalisasi media.

Dalam perspektif Homi K. Bhabha, kondisi tersebut menunjukkan bahwa identitas hasil hibriditas tidak selalu diterima secara universal. Identitas baru yang terbentuk melalui proses negosiasi budaya juga dapat memunculkan eksklusi, yaitu penolakan terhadap kelompok yang dianggap tidak sesuai dengan nilai budaya atau religius tertentu. Oleh karena itu, tren #MakeABayaGreatAgain tidak hanya menghasilkan

identitas baru perempuan Muslim modern, tetapi juga memperlihatkan adanya pertarungan makna mengenai konsep Muslimah ideal dalam masyarakat postkolonial.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa tren #MakeABayaGreatAgain di Instagram merepresentasikan terjadinya hibriditas budaya dalam fashion Muslimah Indonesia. Berdasarkan analisis terhadap tiga unggahan media sosial, ditemukan bahwa penggunaan abaya tidak lagi dipahami hanya sebagai simbol budaya Arab maupun pakaian religius, tetapi telah mengalami proses reinterpretasi melalui perpaduan dengan budaya lokal Indonesia dan budaya populer global. Representasi tersebut terlihat dari pemilihan gaya berpakaian, penggunaan aksesoris modern, estetika visual media sosial, serta narasi yang dibangun dalam setiap unggahan.

Dalam perspektif postkolonialisme Homi K. Bhabha, fenomena tersebut menunjukkan adanya proses hibriditas budaya yang menghasilkan identitas baru perempuan Muslim Indonesia. Identitas yang terbentuk bukan merupakan bentuk imitasi budaya Arab secara utuh, melainkan hasil negosiasi antara nilai religius, budaya lokal, dan pengaruh budaya global yang berkembang melalui media sosial. Media sosial berfungsi sebagai *third space*, yaitu ruang tempat berbagai budaya saling berinteraksi, dinegosiasikan, dan diproduksi kembali sehingga membentuk representasi baru mengenai sosok Muslimah modern yang religius, modis, dan aktif dalam budaya digital.

Penelitian ini juga menemukan bahwa identitas hibrid tersebut tidak sepenuhnya diterima oleh masyarakat. Respons pengguna media sosial menunjukkan adanya dua kecenderungan, yaitu kelompok yang menerima abaya modern sebagai bentuk ekspresi religius yang relevan dengan perkembangan zaman serta kelompok yang menilai bahwa tren tersebut lebih menonjolkan aspek estetika sehingga berpotensi menggeser makna religius pakaian Muslimah. Perbedaan pandangan tersebut memperlihatkan bahwa identitas hasil hibriditas tidak hanya membentuk identitas baru, tetapi juga memunculkan proses negosiasi dan eksklusi dalam masyarakat postkolonial.

Dengan demikian, penelitian ini menyimpulkan bahwa #MakeABayaGreatAgain bukan sekadar tren fashion di media sosial, melainkan representasi dinamika identitas perempuan Muslim Indonesia pada era digital. Fashion Muslimah menjadi ruang berlangsungnya percampuran budaya, pembentukan representasi, negosiasi identitas, dan perdebatan mengenai makna religiusitas dalam masyarakat postkolonial. Temuan ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran penting dalam membentuk cara perempuan Muslim merepresentasikan identitasnya di tengah arus globalisasi budaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Cina, P., & Sindhunata, K. (n.d.). Identitas dan Isu Politik Pada Tokoh Perempuan “Putri Cina dan Giok Tien” dalam Novel Putri Cina karya Shindunata (Kajian Postkolonial) R. Myrna Nur Sakinah 1. 24–29.
- Diannita, A., Pd, M., & Han, M. (n.d.). Analisa Teori Post Kolonialisme Dalam Perspektif Alternatif Studi Hubungan Internasional. 4(1), 79–89.
- Fikri Al Farasyi, H. I. (2021). PENGARUH MEDIA SOSIAL, E-LIFESTYLE DAN BUDAYA DIGITAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF. 3(11).

- Istikomah, R., & Hasanah, A. M. (2024). Peran hijab dalam membentuk karakter percaya diri pada perempuan muslimah. 7, 105–119.
- Multidisiplin, J., & Sosial, I. (2026). secara fundamental mengubah pola interaksi, komunikasi, dan. 11(10).
- Qiema, J., Islamic, Q., Magazine, E., & Tahun, A. (2021). TREND FASHION MUSLIM DI INDONESIA SAAT INI DAN KESESUAIANNYA DENGAN SYARIAT ISLAM Maha. 7(2), 224–236.
- Risnawati, & Farid, M. (2022). Digital Literacy Vs Flexing Culture on Youtube.
- KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi, 16(1), 107–116.
<https://doi.org/10.24090/komunika.v16i1.7432>
- Sonya, G., Wati, J., & Rizki, S. (2024). Tren JilbabTurban sebagai Fashion Muslimah di Era Kontemporer. 18(2), 181–198.
- Sosiologi, P. S., Ilmu, F., Dan, S., Islam, U., & Sunan, N. (2009). Edward Said dan Kritik Poskolonial : Upaya Mengembalikan Sosiologi kepada Publik.
- Widyanita, A. R., Surabaya, U. N., Rizq, S., Shabrina, N., Surabaya, U. N., Xaverius, F., Sadewo, S., & Surabaya, U. N. (n.d.). Ave at : Analisis Trend Fashion Hijab