Vol. 3 No.2 (2025)
DOI: https://doi.org/10.61166/values.v3i2.146

ISSN: 3063-1939
pp. 207-219

Values
Jurnal Kajian Islam Multidisiplin
Pascasarjana IAIT
HELLOW PUSTAKA
ISSN : 3063-1939
http://values.hellowpustaka.id

Research Article

Antara Syariat dan Trend: Relevansi Hadits tentang Pakaian Muslim dengan Budaya Fashion Gen Z di Media Sosial

Bintang Lutfi R[1], Nasrulloh[2]

1. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Indonesia; 250104210005@student.uin-malang.ac.id
2. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Indonesia; nasrulloh@syariah.uin-malang.ac.id

Copyright © 2025 by Authors, Published by **Values: Jurnal Kajian Islam Multidisiplin**. This is an open access article under the CC BY License https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/

Received : January 12, 2025
Revised : February 15, 2026
Accepted : March 17, 2026
Available online : April 06, 2026

How to Cite: Bintang Lutfi R, & Nasrulloh , N. (2026). Between Sharia and Trend: The Relevance of Hadith on Muslim Clothing to Gen Z Fashion Culture on Social Media. *Values: Jurnal Kajian Islam Multidisiplin*, 3(2), 207–219. https://doi.org/10.61166/values.v3i2.146

Between Sharia and Trend: The Relevance of Hadith on Muslim Clothing to Gen Z Fashion Culture on Social Media

Abstract. This study analyzes the relationship between ethical principles of dress in the hadith and the modest fashion practices of Generation Z (Gen Z) as exposed on social media platforms, particularly Instagram and TikTok. Building on the strong influence of digital visual culture in shaping Gen Z's religious identity and lifestyle, this study seeks to elaborate on how Islamic sharia values regarding dress etiquette are interpreted, adapted, and implemented within a contemporary aesthetic framework. The method used is an integrated qualitative approach, combining hermeneutical analysis of hadith, visual content analysis, and surveys and digital ethnography. This combination aims to understand behavioral patterns, visual fashion representations, and religious meanings manifested in Gen Z Muslim fashion styles. (Nasrulloh, 2022) Key findings indicate that sharia obligations such as

covering the aurat (awrah), avoiding tabarruj (excessive adornment), avoiding syuhrah clothing (clothing of fame), and recommendations for modesty remain essential, but are reinterpreted through digital aesthetics. This modern expression is seen in the adoption of oversized styles, layering techniques, soft hijabi aesthetics, and modest streetwear. Gen Z demonstrates an adaptive attitude; they do not reject religious norms, but rather accommodate them creatively by considering aspects of comfort, personal expression, and the visual demands of social media. Muslim female influencers play a crucial role as mediators who bridge the values of the hadith through compelling narratives and visual imagery. However, ethical challenges arise, such as the phenomenon of hyper-aesthetic modesty and the use of digital filters that have the potential to dilute the essence of modesty. This study concludes that the relationship between sharia and fashion trends is a dynamic process of negotiating meaning, not a contradictory dichotomy. The results of this study are expected to make a significant contribution to the study of visual Islam, the formulation of effective da'wah strategies in the digital space, and the development of a more ethical, relevant, and contextual modest fashion industry for young audiences.

Keywords: Hadith on Clothing; Gen Z Fashion; Modest Fashion; Social Media

Abstrak. Studi ini menganalisis keterkaitan antara prinsip-prinsip etika berpakaian dalam hadis dengan praktik modest fashion Generasi Z (Gen Z) yang terekspos di platform media sosial, khususnya Instagram dan TikTok. Berangkat dari pengaruh kuat budaya visual digital dalam membentuk identitas keagamaan dan gaya hidup Gen Z, penelitian ini berupaya mengelaborasi cara nilai-nilai syariat Islam mengenai adab berbusana diinterpretasikan, diadaptasi, dan diimplementasikan dalam bingkai estetika kontemporer. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif terintegrasi, menggabungkan analisis hermeneutika hadis, analisis konten visual, serta survei dan etnografi digital. Kombinasi ini bertujuan untuk memahami pola tingkah laku, representasi fashion visual, dan pemaknaan religius yang termanifestasi dalam gaya busana Muslim Gen Z.(Nasrulloh, 2022) Temuan kunci mengindikasikan bahwa kewajiban syariat seperti menutup aurat, menghindari tabarruj (berhias berlebihan), menjauhi pakaian syuhrah (pakaian ketenaran), dan anjuran kesederhanaan tetap dianggap esensial, namun mengalami penafsiran ulang melalui bahasa estetika digital. Ekspresi modern ini terlihat dalam adopsi gaya oversized, teknik layering, soft hijabi aesthetic, dan streetwear modest. Gen Z menunjukkan sikap adaptif, mereka tidak menolak norma agama, melainkan mengakomodasinya secara kreatif dengan mempertimbangkan aspek kenyamanan, ekspresi personal, dan tuntutan visual media sosial. Influencer Muslimah berperan penting sebagai mediator yang menjembatani nilai-nilai hadis melalui narasi dan citra visual yang menarik. Meskipun demikian, muncul tantangan etis seperti fenomena hyper-aesthetic modesty dan penggunaan digital filters yang berpotensi menipiskan esensi kesederhanaan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa relasi antara syariat dan tren fashion adalah sebuah proses negosiasi makna yang dinamis, bukan dikotomi yang saling berlawanan. Hasil studi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan bagi kajian keislaman visual, perumusan strategi dakwah yang efektif di ruang digital, serta arah pengembangan industri modest fashion yang lebih etis, relevan, dan kontekstual bagi audiens muda.

Kata Kunci : Hadits Pakaian; Fashion Gen Z; Modest Fashion; Media Sosial

INTRODUCTION

Perkembangan teknologi digital dan meningkatnya penggunaan media sosial dalam satu dekade terakhir telah menghadirkan perubahan signifikan dalam cara generasi muda mengekspresikan identitas diri, termasuk identitas keagamaan.(Nathania et al., 2024) Generasi Z sebagai kelompok yang tumbuh sepenuhnya di era digital memperlihatkan pola khas dalam cara mereka mengonsumsi sekaligus menampilkan identitas keagamaan. Bagi mereka, media sosial seperti Instagram dan TikTok tidak sekadar menjadi sarana interaksi, tetapi

juga ruang performatif di mana spiritualitas dan estetika diproyeksikan secara visual.(Kamirley, 2025) Arus trend yang bergerak cepat dipicu oleh budaya gambar dan algoritma yang terus mendorong konten baru menghasilkan tekanan untuk selalu berkreasi, bahkan dalam ranah modest fashion. Dalam konteks ini, busana Muslim tidak lagi berfungsi hanya sebagai penanda kepatuhan terhadap norma syariat, tetapi juga sebagai bentuk kapital sosial dan aset visual yang membantu Gen Z menegosiasikan identitas mereka di ruang publik digital.(Dr. Susminingsih & ~ Dr. Imam Kanafi, n.d.) Dengan demikian, modest fashion di kalangan Gen Z menjadi medan kajian yang signifikan, tempat nilai-nilai transenden dari hadis bertemu dengan estetika digital yang serbacepat dan bersifat imanen. Daya beli serta posisi Gen Z sebagai konsumen utama dalam industri fashion menambah urgensi untuk memahami bagaimana prinsip keagamaan diterjemahkan ke dalam pilihan gaya, keputusan konsumsi, dan konstruksi gaya hidup mereka.(Ocktavia et al., 2024)

Perkembangan industri modest fashion kini melampaui batas-batas konvensional, didorong oleh ekosistem digital yang semakin kompetitif dan bernilai ekonomi tinggi.(Virgana & Bangsa, 2025) Temuan empiris menunjukkan bahwa aktivitas pemasaran berbasis media sosial (*social media marketing activities* / SMMA), gaya hidup halal, serta penggunaan simbol-simbol keislaman dalam branding memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian busana Muslim di kalangan generasi muda. Platform digital bukan hanya ruang promosi, tetapi juga arena utama pembentukan makna baru mengenai hijab dan gaya berbusana sopan, yang semakin jauh dari pemaknaan normatif yang kaku. Dalam dinamika pasar yang sangat cepat ini, teks-teks keagamaan khususnya hadis terkait etika berpakaian tetap berfungsi sebagai rujukan normatif yang fundamental. Hadits-hadits tersebut memuat prinsip-prinsip kunci seperti kewajiban menutup aurat, larangan pakaian tipis atau ketat (*kasiyat 'aariyat*), serta larangan penyerupaan identitas dengan kelompok tertentu (*tasyabbuh*).(Ailma, 2023) Di titik inilah muncul persimpangan yang krusial: bagaimana nilai-nilai abadi dari hadis dipertahankan, ditafsirkan, dan diintegrasikan ke dalam ruang digital yang serbacepat, temporal, dan sangat dipengaruhi oleh estetika global serta logika pasar.(Mutmainah & Romadhon, 2023)

Sebagai landasan normatif, teks-teks keagamaan khususnya hadits yang membahas adab dan etika berpakaian tetap menjadi rujukan penting dalam menentukan batasan kesopanan dan kepantasan dalam berbusana.(Hairidha & Iqbal, 2025) Kajian kontemporer dalam studi hadits mengenai tema ini menegaskan sejumlah prinsip seperti kewajiban menutup aurat, larangan mengenakan pakaian tipis atau transparan, serta larangan menyerupai kelompok tertentu. Namun, sebagian besar kajian ini masih bersifat normatif-teologis dan belum mengkaji bagaimana prinsip-prinsip tersebut berinteraksi dengan praktik fashion yang diproduksi dan didistribusikan melalui ekosistem digital yang sangat dipengaruhi oleh estetika global, kreativitas visual, dan mekanisme pasar.(Susminingsih, n.d.)

Penelitian regional dan internasional mengenai *modest fashion* menunjukkan munculnya aktor-aktor baru selebriti Muslim, micro influencers, hingga kreator konten Gen Z yang membentuk ulang pemaknaan busana Muslim. Busana tidak hanya dipahami sebagai bentuk kepatuhan terhadap syariat, tetapi juga sebagai medium ekspresi identitas modern dan aspirasi gaya hidup. Temuan lintas negara

menegaskan bahwa pemaknaan modest fashion sangat kontekstual, dipengaruhi lingkungan sosial-budaya, nilai komunitas, serta dinamika industri fashion lokal.(Dayyin, 2023) Meski demikian, penelitian yang secara khusus menghubungkan analisis tekstual hadits (melalui hermeneutika, kontekstualisasi, atau pendekatan filologis) dengan praktik sartorial Gen Z di media sosial masih sangat terbatas.

Sebagian besar studi yang tersedia berfokus pada perilaku konsumsi, faktor ekonomi, atau strategi pemasaran digital, namun belum menggabungkan dimensi kajian keagamaan yang berbasis teks dengan analisis praktik visual dan naratif yang berkembang di platform media sosial.(Hidayati, 2023) Kajian teologis tentang etika berpakaian juga umumnya berhenti pada penjelasan tentang standar normatif, tanpa memetakan bagaimana nilai-nilai tersebut dipahami ulang, dinegosiasikan, atau bahkan dipertanyakan oleh generasi muda melalui gaya, caption, narasi, maupun estetika visual yang mereka tampilkan. Kondisi ini menghasilkan kesenjangan penelitian, khususnya dalam kajian yang mengintegrasikan metode analisis wacana keagamaan (hermeneutika hadits), analisis konten visual, serta pendekatan empiris seperti survei atau etnografi digital terhadap pelaku Gen Z.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini secara eksplisit bertujuan mengisi kekosongan kajian pada titik temu antara studi hadis, komunikasi digital, dan dinamika industri fashion. Fokus utama penelitian diarahkan untuk menelaah bagaimana hadis-hadis terkait etika berpakaian direlevansikan, ditafsirkan kembali, atau bahkan dinegosiasikan dalam praktik busana Gen Z di media sosial. Kontribusi teoretis yang dihasilkan ialah tawaran model konseptual baru mengenai proses negosiasi antara norma keagamaan dan estetika digital. Negosiasi ini tidak dipahami sebagai penyesuaian pasif, melainkan sebuah proses kreatif di mana Gen Z berperan sebagai agen aktif yang merumuskan ulang makna teks keagamaan melalui budaya visual yang mereka hidupi.

Secara praktis, penelitian ini memberikan rekomendasi strategis bagi dua pihak. Pertama, bagi akademisi dan pendidik agama, temuan studi ini dapat menjadi dasar untuk merumuskan metode penyampaian nilai-nilai keagamaan yang lebih relevan, responsif, dan kontekstual dalam ekosistem digital. Kedua, bagi pelaku industri modest fashion, penelitian ini menawarkan wawasan dalam mengembangkan produk maupun strategi komunikasi pemasaran yang etis, adaptif, dan berkelanjutan, serta peka terhadap interaksi antara nilai-nilai agama dan preferensi estetika Gen Z. Dengan demikian, studi ini diharapkan mampu menjadi kerangka rujukan dalam pengembangan bentuk dakwah visual yang berlandaskan nilai hadis sekaligus sensitif terhadap budaya generasi muda.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kekosongan literatur pada persilangan antara studi hadits, komunikasi digital, dan kajian industri fashion. Fokus penelitian diarahkan pada bagaimana hadits-hadits tentang pakaian direlevansikan, ditafsirkan ulang, atau diperdebatkan dalam praktik berbusana Gen Z di media sosial. Kontribusi teoretis yang diharapkan meliputi pemahaman baru mengenai model negosiasi antara norma keagamaan dan estetika digital, sedangkan kontribusi praktis mencakup rekomendasi bagi akademisi, pendidik agama, serta pelaku industri modest fashion untuk merumuskan strategi edukasi dan komunikasi yang lebih sensitif terhadap dinamika generasi muda.

RESEARCH METHODS

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif dengan desain terpadu yang mengombinasikan pembacaan hermeneutis terhadap hadis, kajian visual atas konten fashion Muslim Gen Z di media sosial, serta pengumpulan data melalui survei dan etnografi digital.(Atmam, 2023) Melalui hermeneutika hadis, teks-teks mengenai etika berpakaian ditelusuri dalam konteks sejarah kemunculannya dan dipahami kembali melalui perspektif kekinian. Analisis konten visual digunakan untuk menelaah bagaimana nilai keagamaan muncul, diolah, atau mengalami pergeseran dalam unggahan Instagram dan TikTok, dengan memerhatikan unsur gaya, simbol, dan pola komunikasi visual. Survei daring dan pengamatan komunitas modest fashion secara digital kemudian melengkapi data dengan menggali alasan, pengalaman, dan cara Gen Z memaknai pilihan busana mereka. Sinergi ketiga metode ini memberi gambaran yang lebih menyeluruh mengenai bagaimana syariat dan tren berinteraksi dalam budaya fashion Gen Z di ruang digital.

RESULTS AND DISCUSSION

Relevansi Nilai-Nilai Hadits tentang Pakaian dalam Konteks Visual Fashion Gen Z di Media Sosial. Hasil analisis hermeneutika menunjukkan bahwa prinsip dasar syariat tentang pakaian sebagaimana termaktub dalam hadits-hadits Nabi Muhammad SAW, tetap relevan sebagai penanda etika dalam budaya fashion digital Gen Z.(N et al., 2025) Salah satu hadis yang paling sering dirujuk adalah sabda Nabi Muhammad SAW(Darsunnah, n.d.) :

النِّسَاءُ كَاسِيَاتٌ عَارِيَاتٌ

Artinya: “Akan muncul wanita-wanita yang berpakaian tetapi telanjang...” (HR. مسلم).

Fenomena estetika digital di kalangan Gen Z memperlihatkan sebuah cara baru dan kreatif dalam menafsirkan larangan *kasiyat ‘aariyat* larangan berpakaian “berbusana tetapi tetap tampak telanjang”. Secara normatif, hadis tersebut menekankan agar pakaian tidak ketat, tidak terlalu pendek, dan tidak transparan sehingga tidak menonjolkan bentuk tubuh. Dalam konteks mode saat ini, Gen Z tidak merespons ketentuan tersebut dengan menolak tren, tetapi justru memodifikasinya lewat penggunaan gaya oversized dan teknik layering yang luas. Pakaian longgar seperti jaket, blazer, dan berbagai outer berlapis secara efektif menyamarkan siluet tubuh, sehingga secara visual tetap sejalan dengan prinsip kesopanan syar’i sekaligus memenuhi tuntutan estetika modern. Pergeseran ini memperlihatkan perubahan orientasi: dari ketaatan tekstual terhadap batasan berpakaian syar’i menuju bentuk “kesopanan estetis” yang diwujudkan melalui bahasa visual kontemporer. Meskipun tidak selalu dinyatakan secara verbal, estetika digital Gen Z menunjukkan adanya reinterpretasi kesopanan melalui bahasa visual kontemporer. (Mazlin et al., 2025)

Hal ini sejalan dengan penelitian budaya Muslim kontemporer yang menunjukkan bahwa kesalehan Generasi Z diekspresikan melalui estetika, bukan sekadar kepatuhan literal terhadap teks.(Hidayati, 2023) Dengan demikian, hadis tentang batasan pakaian tidak kehilangan relevansinya, melainkan mengalami

transformasi makna menjadi "kesopanan estetis" di ruang digital. (Majdid, n.d.) Hadits lain yang relevan adalah larangan pakaian syuhrah, yaitu pakaian yang dipakai untuk menonjolkan diri. Nabi Muhammad SAW bersabda:

مَنْ لَبِسَ ثَوْبَ شُهْرَةٍ أَلْبَسَهُ اللَّهُ يَوْمَ الْقِيَامَةِ ثَوْبَ مَذَلَّةٍ

Artinya: "Barang siapa mengenakan pakaian syuhrah, Allah akan memakaikannya pakaian kehinaan pada hari kiamat." (HR. Abu Daud).

Pembahasan mengenai pakaian syuhrah yakni busana yang sengaja dibuat menonjol dan dilarang dalam hadis menjadi semakin rumit di era ketika self-branding dan konten visual seperti OOTD (*Outfit of the Day*) menjadi praktik keseharian. Dalam pemahaman klasik, syuhrah dipahami sebagai pakaian yang mencolok hingga mengundang perhatian negatif, menumbuhkan rasa takabur atau keinginan untuk dipuji. Akan tetapi, dalam ekosistem digital masa kini, OOTD di kalangan Gen Z lebih banyak diposisikan sebagai ekspresi artistik dan sarana menunjukkan identitas diri, bukan sebagai pertunjukan kekayaan atau sikap riya'.(Ali & Yaqub, 2021)

Untuk menjaga agar penampilan tidak terjebak pada kesan syuhrah di mata audiensnya, Gen Z dan para influencer Muslimah mengembangkan bentuk kurasi digital yang lebih halus. Kurasi ini terlihat melalui pemilihan caption yang bernuansa dakwah, pengambilan gambar dengan sudut yang tampak natural, serta penggunaan palet visual yang sederhana, lembut, dan tidak berlebihan. Dengan cara ini, mereka berusaha menyeimbangkan antara ekspresi diri, estetika digital, dan etika kesopanan dalam ruang daring.

Penerimaan Gen Z terhadap nilai-nilai keagamaan melalui tampilan soft-aesthetic, ketimbang pendekatan normatif yang bersifat langsung, menunjukkan bahwa mereka melakukan negosiasi makna syuhrah secara aktif. Dalam konteks digital, indikator syuhrah tidak lagi semata-mata dikaitkan dengan kemewahan busana, tetapi juga dengan motivasi serta cara konten tersebut dikonstruksi. Unggahan yang menonjolkan diri, kemapanan materi, atau gaya hidup glamor sering dipersepsikan sebagai bentuk syuhrah yang relevan dengan era digital. Sebaliknya, konten yang menitikberatkan pada perpaduan pakaian yang sederhana, kenyamanan penggunaan, serta harga yang terjangkau dipandang lebih sesuai dengan etika kesederhanaan.

Dalam situasi ini, para influencer Muslimah berperan sebagai mediator yang menerjemahkan larangan syuhrah ke dalam bahasa visual yang lebih halus dan dapat diterima Gen Z. Melalui pendekatan gaya yang natural dan tidak berlebihan, mereka mengarahkan audiens untuk berbusana secara bersahaja tanpa harus mengutip nas-nas secara eksplisit. Hal tersebut memperlihatkan bahwa hadis tidak lagi diperlakukan sekadar sebagai teks normatif yang diulang, tetapi dihidupkan kembali dalam bentuk praktik estetika digital yang dijalankan secara konsisten dalam keseharian visual generasi muda.(Mutmainah & Romadhon, 2023) Hal ini menunjukkan adanya jarak interpretatif antara makna hadis dan pemahaman kultural Gen Z. Influencer Muslimah sering memainkan peran sebagai penerjemah nilai hadis secara halus melalui caption dakwah singkat, pilihan warna lembut, serta estetika minimalis. Studi terkini menunjukkan bahwa gaya penyampaian soft-aesthetic ini lebih diterima Gen Z dibandingkan pendekatan normatif-formal.(Ocktavia et al.,

2024) Dengan demikian, hadis hadir bukan sebagai slogan, tetapi sebagai nilai yang dihidupi melalui estetika visual.

Dinamika Interaksi antara Norma Hadis dan Tren Estetika Digital Gen Z. Analisis konten visual pada unggahan Gen Z menunjukkan adanya proses dialog antara teks keagamaan dan estetika global. Salah satu hadis yang sering dikaitkan dengan isu ini adalah larangan menyerupai lawan jenis:

لَعَنَ النَّبِيُّ ﷺ الْمُتَشَبِّهَاتِ مِنَ النِّسَاءِ بِالرِّجَالِ وَالْمُتَشَبِّهِينَ مِنَ الرِّجَالِ بِالنِّسَاءِ

Artinya: "Nabi Muhammad SAW melaknat perempuan yang menyerupai laki-laki dan laki-laki yang menyerupai perempuan." (HR. Bukhari).

Dalam konteks Gen Z, tren streetwear, oversized, dan gender neutral sering disalahpahami sebagai pelanggaran hadis. Padahal hasil observasi menunjukkan bahwa Gen Z mengadopsi gaya tersebut sebagai pilihan kenyamanan, bukan identitas gender.(Dayyin, 2023) Interpretasi syariat harus mempertimbangkan bahwa konstruksi maskulin feminin dalam fashion global telah berubah. Trend lain, yaitu "*soft hijabi aesthetic*", lebih dekat dengan kesederhanaan yang dianjurkan Nabi Muhammad SAW.

Estetika minimalis, warna pastel, dan penggunaan aksesori sederhana mencerminkan nilai-nilai hadis melalui bahasa visual yang lembut dan relatable. Hal ini membuat pesan keagamaan lebih mudah diterima Gen Z .(Nathania et al., 2024)Pendekatan hermeneutika kontemporer menegaskan bahwa makna hadis bersifat kontekstual sehingga dapat dipahami ulang sesuai dinamika budaya. Media sosial menjadi ruang di mana makna ini dinegosiasikan dan dipraktikkan ulang, terutama melalui konten foto dan video yang membentuk narasi baru tentang kesalehan visual.(Mazlin et al., 2025)

Negosiasi Makna: Kepatuhan Syariat dalam Ekspresi Diri Fashion Gen Z

Negosiasi syariat dilakukan Gen Z melalui tiga strategi utama: (1) memastikan aurat tetap tertutup, (2) penggunaan layering yang sopan, dan (3) kontrol estetika digital (pose, angle, pencahayaan). Hadis dasar yang menjadi acuan adalah:

الْمَرْأَةُ عَوْرَةٌ، فَإِذَا خَرَجَتِ اسْتَشْرَفَهَا الشَّيْطَانُ

Artinya: "Wanita adalah aurat. Jika ia keluar, setan akan memperindahnya (di mata laki-laki)" (HR. At-Tirmidzi no. 1173, dan disahihkan oleh Syekh Al-Albani dalam Shahih At-Tirmidzi).

Dalam praktiknya, Gen Z menampilkan kesadaran aurat tidak hanya secara fisik, tetapi juga digital. Banyak dari mereka membatasi audiens, menggunakan close friends, atau hanya menampilkan bagian tubuh tertentu sesuai batas syariat.(Marlina, 2020) Ini menunjukkan bahwa penerapan syariat telah melebar ke ranah digital privacy.

Strategi negosiasi Gen Z terhadap prinsip-prinsip syariat juga tampak dalam cara mereka mengelola privasi digital, sebagai bentuk penerapan kontekstual terhadap hadis yang menempatkan perempuan sebagai aurat. Banyak dari mereka secara selektif menentukan siapa yang dapat melihat unggahan pribadi melalui fitur *Close Friends* di Instagram atau dengan mengaktifkan *private account* di TikTok. Praktik ini menunjukkan bahwa kesadaran tentang aurat tidak lagi dipahami terbatas

pada perlindungan tubuh secara fisik di ruang publik, tetapi juga pada bagaimana diri ditampilkan dalam bentuk visual di media sosial. Dengan membatasi audiens, mereka berusaha menjaga keseimbangan antara kebutuhan berekspresi dan kehati-hatian dalam mempublikasikan aspek-aspek yang dianggap sensitif. Langkah tersebut sekaligus menjadi mekanisme untuk meminimalkan potensi fitnah atau persepsi syuhrah dari publik yang lebih luas, sehingga nilai-nilai syariat dapat tetap dipertahankan tanpa harus meniadakan kehadiran mereka di ruang digital.

Fenomena *mix and match* dalam trend busana syar'i lebih jauh menggambarkan bahwa Gen Z memandang modest fashion bukan sebagai kewajiban yang membatasi, melainkan sebagai bagian dari identitas estetis mereka. Mereka mengolah unsur mode global mulai dari gaya minimalis khas Korea hingga estetika kasual streetwear dan mengintegrasikannya ke dalam kerangka fesyen Islami yang tetap memperhatikan batasan kesopanan. Praktik ini mengindikasikan bahwa bagi Gen Z, prinsip syariat berperan sebagai panduan etis, bukan sebagai penghambat kreativitas. Melalui proses "Islamisasi" tren global, mereka membangun narasi bahwa kesalehan dapat tampil bersamaan dengan modernitas visual. Sikap adaptif ini diperkuat oleh tingginya tingkat penerimaan Gen Z, yang mencapai 82%, terhadap gagasan bahwa gaya berpakaian dapat tetap syar'i tanpa harus mengabaikan dinamika fesyen dunia. Dengan demikian, fashion tidak hanya menjadi medium ekspresi diri, tetapi juga arena rekonstruksi nilai-nilai keagamaan dalam bentuk yang relevan bagi generasi digital.(Ocktavia et al., 2024)

Peran Influencer Muslimah sebagai Mediator Hadis dan Tren Fashion Influencer Muslimah menjadi mediator signifikan dalam menghubungkan nilai hadis dengan preferensi estetika Gen Z. Beberapa dari mereka mengutip hadis dalam caption, misalnya ayat Al Qur'an tentang larangan israf:

يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا ۚ إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

Artinya: "Wahai anak cucu Adam! Pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, tetapi jangan berlebih-lebihan. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan." (QS. Al-A'raf: 31; dipahami sejalan dengan ayat tentang kesederhanaan).

Mereka mengemas pesan syariat secara halus melalui tutorial hijab, rekomendasi *outfit modest*, atau konten edukatif. Studi digital menunjukkan bahwa Gen Z lebih menerima otoritas keagamaan yang bersifat informal dan visual dibandingkan ceramah tradisional .(Dayyin, 2023) Influencer berperan sebagai "otoritas estetika religius", yaitu menyampaikan nilai agama melalui gaya hidup, bukan doktrin. Ini membuat hadis lebih membumi dalam praktik sehari-hari.

Tantangan etis yang paling problematis sekaligus sulit ditentukan batasnya dalam fashion digital Gen Z adalah kemunculan fenomena hyper-aesthetic modesty. Gaya ini pada dasarnya berupaya menampilkan kesopanan, tetapi dikemas dengan tingkat estetika yang sangat tinggi sehingga berpotensi bergeser menuju wilayah yang dilarang dalam hadis tentang syuhrah. Dalam praktiknya, *hyper-aesthetic modesty* tercermin melalui kurasi visual yang sangat professional misalnya penggunaan peralatan fotografi berkualitas tinggi, tata cahaya yang dramatis, pemilihan merek fesyen mewah yang dominan dalam frame, hingga proses penyuntingan yang

membuat tampilan begitu rapi, bersih, dan nyaris sempurna. Alih-alih sekadar menampilkan kesederhanaan, gaya ini dapat memancing perhatian publik secara berlebihan dan menimbulkan impresi pamer, yang secara konseptual mendekati syuhrah.

Situasi ini menjadi semakin rumit dengan munculnya pose-pose tertentu yang populer di kalangan Gen Z. Meskipun busana yang digunakan sudah longgar dan memenuhi standar modest fashion, beberapa pose yang dirancang untuk kebutuhan estetika digital justru dapat menonjolkan lekuk tubuh secara halus. Dengan demikian, terjadi tarik-menarik antara tuntutan kesopanan syar'i dan tuntutan estetika visual pada media sosial. Ketegangan ini mengindikasikan bahwa penerapan nilai syariat dalam ruang digital tidak hanya bergantung pada jenis pakaian, tetapi juga pada konstruksi visual, gestur, dan cara tubuh direpresentasikan. Hal ini berpotensi bertentangan dengan hadis tentang larangan pakaian mencolok:

مَنْ لَبِسَ ثَوْبَ شُهْرَةٍ فِي الدُّنْيَا أَلْبَسَهُ اللَّهُ ثَوْبَ مَذَلَّةٍ يَوْمَ الْقِيَامَةِ

"Barang siapa yang mengenakan pakaian syuhrah (pakaian untuk ketenaran/menarik perhatian) di dunia, niscaya Allah akan mengenakan padanya pakaian kehinaan pada hari Kiamat." (HR. Abu Dawud)

Ambiguitas juga muncul pada pose tertentu yang mempertegas siluet tubuh meski pakaian longgar. Hal ini menimbulkan dilema antara estetika digital dan kesopanan syariat (Sahib & Ifna, 2024; Mazlin et al., 2025).

Selain itu, kecenderungan Gen Z menggunakan *beauty filters* secara intensif memunculkan risiko *self-objectification*, yakni ketika nilai diri mulai diukur melalui citra visual yang tampak sempurna di layar. Dalam konteks ini, hadits yang menegaskan bahwa "Allah tidak melihat rupa kalian..." menjadi pengingat bahwa inti kesopanan dalam Islam bersifat spiritual dan tidak boleh direduksi semata-mata menjadi tampilan visual yang dipoles secara artifisial. Situasi ini menempatkan praktik berpakaian Gen Z pada wilayah yang samar antara mengikuti tuntutan estetika digital dan tetap berpegang pada prinsip syariat. Karena itu, diperlukan literasi digital dan pemahaman keagamaan yang lebih mendalam agar keseimbangan antara keduanya dapat terjaga.

Penelitian ini menunjukkan bahwa modest fashion bagi generasi muda harus memadukan dua aspek secara etis: dimensi batin seperti niat, kesederhanaan, dan ketulusan, serta dimensi visual seperti estetika dan kurasi konten. Integrasi keduanya menjadi kunci agar modest fashion tetap kontekstual, relevan, dan berkelanjutan di tengah dinamika budaya digital Gen Z. Hadits mengingatkan:

إِنَّ اللَّهَ لَا يَنْظُرُ إِلَى صُوَرِكُمْ وَلَا أَجْسَادِكُمْ

Artinya: "Allah tidak melihat rupa kalian..." (HR. مسلم).

Hal ini menjadi pengingat bahwa kesopanan spiritual tidak boleh digantikan sepenuhnya oleh kesopanan visual. Implikasi Syariat terhadap Industri Modest Fashion Digital. Industri modest fashion berkembang pesat seiring meningkatnya pengaruh Gen Z. Studi menunjukkan bahwa nilai religius berpengaruh, namun bukan satu-satunya faktor. Gen Z menilai brand dari estetika, kenyamanan, etika perusahaan, dan narasi yang dibangun.(Mutmainah & Romadhon, 2023) Menariknya,

brand yang menggunakan hadis secara literal pada kampanye pemasaran kurang menarik bagi Gen Z. Mereka lebih menyukai nilai Islam yang dihadirkan melalui storytelling, visual tone, dan representasi positif Muslimah.(Ocktavia et al., 2024) Industri kini perlu menggabungkan syariat dengan kreativitas visual agar tetap relevan dan etis.

Integrasi Hermeneutika Hadis dengan Analisis Konten Visual. Penelitian ini menunjukkan bahwa integrasi hermeneutika hadis dengan analisis visual membuka perspektif baru dalam kajian keislaman. Hermeneutika membaca konteks historis hadis, sementara analisis visual membaca bagaimana nilai tersebut diterjemahkan dalam budaya digital(Mazlin et al., 2025). Pendekatan interdisipliner ini penting karena Gen Z adalah generasi yang sangat visual. Dengan demikian, pemahaman hadis tidak cukup diberikan secara verbal, melainkan harus ditampilkan secara estetis dalam konten digital. Temuan ini memperlihatkan potensi besar dakwah visual yang berbasis pada nilai hadis.

CONCLUSION

Penelitian ini menunjukkan bahwa relevansi hadis tentang pakaian dengan budaya fashion Gen Z di media sosial tidak dapat dipahami secara hitam-putih semata, tetapi harus dilihat sebagai proses negosiasi makna yang dinamis antara norma keagamaan dan estetika digital. Dalam konteks perkembangan teknologi, perubahan pola konsumsi media, serta budaya visual yang sangat dominan di kalangan generasi muda, hadis-hadis tentang etika berpakaian justru menemukan ruang baru untuk ditafsirkan, diterapkan, dan dipraktikkan. Fashion Muslim di era digital bukan sekadar persoalan kepatuhan literal terhadap teks, tetapi juga medium ekspresi identitas, kreativitas, dan aspirasi gaya hidup yang berakar pada lingkungan sosial-budaya yang terus berubah.

Dari hasil pembacaan hermeneutis terhadap hadis, ditemukan bahwa prinsip dasar syariat seperti kewajiban menutup aurat, larangan tabarruj, larangan pakaian syuhrah, serta prinsip kesederhanaan tetap relevan dalam konteks fashion Gen Z. Namun, relevansi tersebut hadir melalui bentuk-bentuk baru yang dipengaruhi oleh estetika kontemporer. Tren seperti oversized, layering, soft hijabi aesthetic, hingga streetwear modest menunjukkan bahwa nilai-nilai hadis tidak ditinggalkan, tetapi mengalami transformasi melalui bahasa visual digital. Gen Z mengekspresikan kesopanan bukan hanya melalui batas fisik pakaian, tetapi juga melalui konstruksi citra diri, pemilihan warna, pengaturan pose, hingga manajemen privasi digital. Temuan ini memperkuat argumen bahwa kesalehan di era media sosial semakin estetis, tidak melulu normatif.

Analisis konten visual menunjukkan adanya dialektika yang kompleks antara tren global dan norma hadis. Misalnya, penggunaan pakaian longgar dan layering yang populer saat ini dapat dipandang sebagai reinterpretasi kontemporer terhadap larangan "kasiyaat 'aariyaat", sementara estetika minimalis mencerminkan spirit kesederhanaan yang ditekankan dalam banyak teks hadis. Demikian pula, tren gender-neutral atau oversized yang sering dianggap melanggar hadis tentang tasyabbuh ternyata lebih sering dipahami Gen Z sebagai ekspresi kenyamanan dan gaya, bukan identitas gender. Hal ini menegaskan bahwa pemaknaan fashion harus

mempertimbangkan perubahan konstruksi sosial tentang gender dan estetika dalam masyarakat global.

Temuan survei dan etnografi digital menunjukkan bahwa Gen Z tidak menolak syariat; sebaliknya, mereka berusaha mengintegrasikan nilai-nilai agama dengan gaya hidup digital melalui berbagai strategi. Mereka memastikan tubuh tetap tertutup, memilih gaya layering yang sopan, serta membatasi audiens unggahan melalui fitur close friends atau kontrol privasi. Kesadaran aurat tidak lagi berhenti pada tubuh fisik, tetapi juga merambah ke ranah representasi digital, menunjukkan adanya adaptasi syariat ke dalam budaya visual media sosial. Mereka tidak memandang syariat sebagai batasan kreativitas, tetapi sebagai parameter moral yang dapat dipadukan dengan tren global untuk menghasilkan estetika baru yang islami sekaligus modern.

Peran influencer Muslimah muncul sebagai faktor penting yang menghubungkan nilai hadis dengan preferensi visual Gen Z. Influencer menjadi mediator antara norma keagamaan dan tren digital, bukan dengan pendekatan doktrinal, tetapi melalui narasi estetis, caption singkat, tone warna, gaya minimalis, serta konten tutorial yang relatable. Pendekatan soft-aesthetic terbukti lebih efektif dalam membumikan nilai hadis di kalangan anak muda daripada pendekatan normatif yang cenderung verbal dan instruktif. Hal ini menegaskan bahwa otoritas keagamaan telah mengalami pergeseran menuju model otoritas visual—di mana pemaknaan agama dibangun melalui representasi estetika dan gaya hidup.

Meskipun demikian, penelitian ini juga menemukan sejumlah ambiguitas dan tantangan etis. Fenomena "hyper-aesthetic modesty"—yaitu tampilan modest yang sangat dikemas secara visual hingga mendekati syuhrah—menghadirkan dilema antara estetika dan etik. Pose yang mempertegas siluet tubuh, penggunaan filter yang mengubah wujud wajah, serta kecenderungan berlebihan dalam kurasi konten menimbulkan risiko penyimpangan dari nilai kesederhanaan yang ditekankan dalam hadis. Tantangan ini memperlihatkan bahwa praktik berbusana Gen Z sering berada pada zona abu-abu antara tren dan syariat, sehingga membutuhkan literasi digital dan keagamaan yang lebih reflektif untuk menjaga keseimbangan antara keduanya.

Dari sisi industri, penelitian ini menegaskan bahwa modest fashion tidak bisa dipisahkan dari konteks religius, tetapi keberhasilannya di kalangan Gen Z lebih ditentukan oleh estetika visual, kenyamanan, dan narasi etis yang dibangun oleh brand. Penggunaan hadis secara literal dalam kampanye pemasaran justru kurang diminati generasi muda. Mereka lebih menghargai nilai Islam yang hadir secara implisit melalui storytelling, representasi positif, dan visual tone yang konsisten. Dengan demikian, industri modest fashion perlu mengembangkan pendekatan yang memadukan syariat dengan kreativitas visual agar tetap etis sekaligus kompetitif di era digital.

Secara teoretis, penelitian ini membuktikan bahwa integrasi hermeneutika hadis dengan analisis konten visual menawarkan perspektif baru dalam kajian keislaman kontemporer. Hermeneutika membaca pesan moral dan konteks sejarah teks, sementara analisis visual membaca bagaimana pesan tersebut dipraktikkan, diolah, dan dinegosiasikan di ruang digital. Sinergi keduanya menghasilkan pemahaman yang lebih lengkap mengenai bagaimana syariat dihidupi dalam budaya visual Gen Z. Penelitian ini mengonfirmasi bahwa pemahaman hadis di era digital

tidak cukup hanya disampaikan secara verbal, tetapi harus diterjemahkan dalam bahasa visual yang sesuai dengan karakter generasi visual seperti Gen Z.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa relevansi hadis tentang pakaian dalam budaya fashion Gen Z bukan terletak pada kesesuaian bentuk pakaian dengan teks secara literal, tetapi pada bagaimana nilai-nilai moral dalam hadis dipahami, diadaptasi, dan diwujudkan dalam praktik berbusana yang estetis, kontekstual, dan selaras dengan identitas generasi muda. Syariat dan tren bukanlah dua kutub yang saling meniadakan, tetapi ruang dialektika yang memungkinkan lahirnya ekspresi religius yang kreatif, humanis, dan sesuai dengan dinamika zaman. Penelitian ini sekaligus membuka jalan bagi pengembangan dakwah visual, literasi digital Islami, serta strategi industri modest fashion yang lebih sensitif terhadap budaya generasi muda.

BIBLIOGRAPHY

Ailma, I. N. (2023). *ETIKA BERBUSANA (KAJIAN MA'ANIL HADI*. *2128*.

Ali, P., & Yaqub, M. (2021). *KAJIAN MA ' ANIL HADIS LIBAS ASY-SYUHRAH*. *2*(1), 1–29.

Atmam, M. D. (2023). *Pendekatan Kontekstual dalam Memahami Hadis*.

Darsunnah. (n.d.). *Terjemah Shaheeh Muslim*.

Dayyin, D. M. (2023). *TREND FASHION HIJAB PADA PEREMPUAN URBAN DI KOTA BANDUNG: Studi Kasus Komunitas Bandung Hijab Blogg*.

Dr. Susminingsih, M. A. ~, & ~ Dr. Imam Kanafi, M. A. (n.d.). *Manusia dan Budaya Wirausaha dalam persepsktif Islam*.

Hairidha, H., & Iqbal, M. (2025). *ETIKA BERPAKAIAN DALAM ISLAM : STUDI FIKIH*. 1508–1515.

Hidayati, N. (2023). *Exploring Gen Z Social Media Marketing Engagement on Brand Experience , Brand Equity , and Brand Trust : The Context of Muslim Fashion*. *0*.

Kamirley, F. P. (2025). *PERILAKU KONSUMTIF GENERASI Z PADA MEDIA SOSIAL DALAM HEGEMONI BUDAYA POPULER (Studi Kasus : pada Generasi Z Kota Malang*.

Majdid, N. (n.d.). *Pemikiran ISlam*.

Marlina. (2020). Strategi Pembelajaran Berdiferensiasi di Sekolah Inklusif. In *Padang: Afifa Utama*.

Mazlin, R. M., Fikri, L., Nur, Z., & Hanifah, N. (2025). *Komodifikasi Dakwah Melalui Media Sosial Instagram*. *7*(April), 1–12. https://doi.org/10.24014/idarotuna.v7i1.36108

Mutmainah, S., & Romadhon, M. R. (2023). *Influence of Halal Lifestyle , Islamic Branding , and Social Media Marketing on Muslim Fashion Purchasing Decisions*. *4*(2), 158–171.

N, S. Y., Alif, M., & Lisalam, R. H. (2025). *Penerapan Hadis Tematik tentang Berpakaian Islami dalam Budaya Fashion Muslim Modern Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin , Indonesia kuat karena memadukan spiritualitas dengan gaya hidup keseharian perempuan muslim . 3 Akan*. *2*.

Nasrulloh, M. (2022). *Studi Analitik Hermeneutika Fazlur Rahman*. *5*, 800–807.

Nathania, A., Octovian, F. M., & Simanjuntak, Z. V. (2024). *Pengaruh Perkembangan Teknologi Digital Terhadap Praktik Keagamaan Di Kalangan Generasi Z*. 02(03).

Ocktavia, A. K., Marenza, S. E., Al-ayubi, S., & Kurnia, H. (2024). *Factors Influencing Fashion Consciousness in Muslim Fashion Consumption among Zillennials*. *7*(1), 56–87.

Susminingsih. (n.d.). *Spirituality In The Work Place*.

Virgana, R., & Bangsa, U. P. (2025). *Issn: 3025-9495*. *20*(9).