

Makna dan Konsepsi Diri *Influencer Fashion* Hijab Malaysia (Studi Pada *Influencer* Gen Z Muslimah di Kota Pangkalpinang)

Dinda Zamara¹, Putra Pratama², Herza³

¹²³ Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Bangka Belitung

ARTICLE INFO

Article history:

Received Agustus, 2025

Revised Agustus, 2025

Accepted Agustus, 2025

Available online Agustus, 2025

zamaradinda@gmail.com,
putraps92@gmail.com.ac.id,
herzazul@ubb.ac.id

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.
Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Pendidikan Ganesha.

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis makna dan konsepsi diri yang terbentuk dari aktivitas mempopulerkan *trend fashion* hijab Malaysia oleh *influencer* Muslimah Gen Z di Kota Pangkalpinang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meneliti makna dan konsep diri yang dihasilkan oleh para *influencer* Muslimah Gen Z di Kota Pangkalpinang dalam aktivitas mereka mempopulerkan *trend fashion* hijab Malaysia. Pengalaman subjektif para informan dalam memaknai hijab sebagai sarana representasi diri, nilai religius, dan simbol estetika dikupas tuntas dalam penelitian ini dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan metode fenomenologi. Teknik penentuan informan dilakukan secara *purposive sampling* sebanyak delapan informan, dengan kriteria Gen Z Muslimah yang aktif sebagai *influencer fashion* hijab di media sosial Instagram. Observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan dokumentasi unggahan media sosial Instagram para *influencer* terpilih digunakan untuk mengumpulkan data. Temuan penelitian menunjukkan bahwa mengenakan hijab dengan gaya Malaysia dipandang sebagai cara

untuk mengekspresikan identitas Muslimah yang *modern*, kreatif, dan religius. Aktivitas *Influencing* dalam mempopulerkan *trend fashion* hijab Malaysia secara signifikan mempengaruhi representasi diri para informan, yang mengindikasikan adanya keselarasan antara prinsip-prinsip agama dan aktualisasi diri di ranah digital. Temuan ini dianalisis dengan menggunakan teori interaksionisme simbolik George Herbert Mead, yang menekankan bahwa konsepsi diri terbentuk melalui proses interaksi sosial dan pertukaran simbol. Penelitian ini menyimpulkan bahwa *trend fashion* hijab Malaysia bukan sekadar fenomena gaya berpakaian, tetapi juga menjadi media konstruksi representasi diri, dan ruang perluasan makna hijab di era digital. Penelitian ini memberikan kontribusi pada kajian sosiologi identitas, khususnya terkait fenomena fashion hijab dan generasi digital perempuan Muslim.

Kata Kunci: Gen Z; Hijab Malaysia; *Influencer*; Interaksionisme Simbolik; Konsepsi Diri; Media Sosial

ABSTRACT

This study analyzes the meaning and self-conception formed from the activity of popularizing the Malaysian hijab fashion trend by Gen Z Muslimah influencers in Pangkalpinang City. The purpose of this study is to examine the meaning and self-concept produced by Gen Z Muslimah influencers in Pangkalpinang City in their activities to popularize the Malaysian hijab fashion trend. The informants' subjective experiences in interpreting hijab as a means of self-representation, religious value, and aesthetic symbol are thoroughly explored in this study using a qualitative approach and phenomenological method. The technique of determining informants was carried out by purposive sampling as many as eight informants, with the criteria of Gen Z Muslimah who are active as hijab

*Corresponding author

E-mail addresses: zamaradinda@gmail.com

fashion influencers on Instagram social media. Participatory observation, in-depth interviews, and documentation of Instagram social media posts of the selected influencers were used to collect data. The research findings show that wearing Malaysian-style hijab is seen as a way to express a modern, creative, and religious Muslimah identity. Influencing activities in popularizing the Malaysian hijab fashion trend significantly influenced the informants' self-representation, indicating an alignment between religious principles and self-actualization in the digital realm. The findings were analyzed using George Herbert Mead's theory of symbolic interactionism, which emphasizes that self-conception is formed through the process of social interaction and symbol exchange. This study concludes that the Malaysian hijab fashion trend is not just a dress style phenomenon, but also a medium for the construction of self-representation, and a space for expanding the meaning of hijab in the digital era. This research contributes to the study of sociology of identity, especially related to the phenomenon of hijab fashion and the digital generation of Muslim women.

Keywords: Gen Z; Influencer; Malaysian Hijab; Self-Conception; Social Media; Symbolic Interactionism

1. PENDAHULUAN

Dalam tradisi Islam, hijab merupakan simbol kesalehan dan ketaatan yang memiliki dimensi religius, sosial, dan kultural. Hijab tidak sekadar kain penutup aurat, melainkan juga bagian dari identitas Muslimah yang mengekspresikan keyakinan serta posisi sosialnya. Di Indonesia, penggunaan hijab mulai mendapatkan tempat sejak awal 1990-an, terutama di kalangan siswi dan mahasiswi (Arifa & Isbah, 2020). Seiring dengan berkembangnya dunia digital dan industri mode, hijab pun mengalami transformasi menjadi bagian dari *fashion modern* yang dinamis dan personal.

Menurut Habsari dan Hasri (2015), pemakaian hijab kini tidak lagi hanya sebagai kewajiban syariat, tetapi juga sebagai sarana representasi diri. Banyak Muslimah modern menjadikan hijab sebagai bagian dari gaya hidup dan ekspresi kepribadian mereka. Transformasi ini dipengaruhi oleh kehadiran media sosial, yang memberi ruang luas bagi Muslimah untuk menampilkan gaya berhijab sesuai preferensi estetik dan nilai-nilai personalnya.

Media sosial seperti Instagram memiliki peran penting dalam menyebarkan trend fashion hijab, khususnya di kalangan Generasi Z yang dikenal sebagai *digital natives*. Pratama dan Suryawati (2022) mencatat bahwa Indonesia merupakan negara dengan jumlah pengguna Instagram terbesar di Asia Pasifik. Instagram digunakan tidak hanya untuk komunikasi, tetapi juga sebagai panggung untuk membangun citra diri (Alqiva & Gautama, 2021). Para *influencer* Muslimah Gen Z memanfaatkan fitur-fitur visual dan interaktif di Instagram untuk menciptakan konten fashion yang inspiratif sekaligus religius.

Salah satu gaya hijab yang tengah populer di kalangan hijaber Indonesia adalah hijab Malaysia. Gaya ini dikenal dengan siluet yang rapi dan sederhana, dominan menggunakan pashmina satin berwarna pastel, serta minim aksesoris. Berbeda dengan gaya hijab Indonesia yang lebih variatif dan ekspresif, gaya hijab Malaysia menghadirkan kesan anggun, elegan, namun tetap syar'i (Saniah & Dawam, 2020). Popularitas gaya ini dipengaruhi oleh banyaknya influencer yang menampilkan gaya hijab Malaysia di media sosial sebagai bagian dari *personal branding* mereka.

Secara demografis, Gen Z di Kota Pangkalpinang menjadi kelompok usia paling dominan. Berdasarkan data BPS Kota Pangkalpinang (2024), kelompok usia 18–24 tahun mencakup hampir 24.000 jiwa, dengan mayoritas perempuan aktif di media sosial. Ini menjadikan mereka kelompok strategis dalam penyebaran gaya hidup dan identitas digital, termasuk dalam hal representasi keislaman melalui fashion hijab.

Untuk menganalisis fenomena ini, penelitian ini menggunakan teori interaksionisme simbolik yang dikembangkan oleh George Herbert Mead. Dalam teori ini, simbol memiliki peran penting



dalam pembentukan makna dan identitas. Individu membentuk konsep dirinya melalui proses interaksi sosial dan simbolik dengan orang lain, baik secara langsung maupun melalui media (Mead, 1934). Dalam konteks ini, gaya hijab Malaysia dapat dilihat sebagai significant symbol yang merepresentasikan kesalehan, estetika, dan modernitas secara bersamaan.

Lebih jauh lagi, feedback yang diterima para influencer dari pengikut mereka (seperti komentar dan likes) mencerminkan konsep *generalized other*, yakni bagaimana individu menginternalisasi harapan sosial dari lingkungan simboliknya. Proses ini menjadi dasar pembentukan konsepsi diri, yakni persepsi seseorang tentang siapa dirinya dalam konteks sosial tertentu (Citraningsih & Novianandra, 2022).

Penelitian-penelitian sebelumnya cenderung fokus pada generalisasi gaya hijab atau identitas Muslimah tanpa mengkaji secara spesifik gaya tertentu seperti hijab Malaysia dan bagaimana gaya ini mempengaruhi pembentukan konsep diri para penggunanya. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk mengisi kekosongan literatur akademik terkait keterkaitan antara gaya *fashion* hijab tertentu, representasi media sosial, dan pembentukan identitas diri.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji:

1. bagaimana trend hijab Malaysia dimaknai oleh *influencer* Gen Z Muslimah di Kota Pangkalpinang;
2. bagaimana konsepsi diri mereka terbentuk melalui aktivitas mempopulerkan hijab Malaysia di media sosial.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan pendekatan fenomenologi, yang bertujuan untuk menyelidiki makna dan representasi diri yang terbentuk pada gen Z Muslim *influencer* di Kota Pangkalpinang sebagai hasil dari kegiatan mempopulerkan *trend fashion* hijab Malaysia. Dalam penelitian kualitatif, proses lebih dipentingkan daripada hasil. Sesuai dengan latar yang bersifat alami, penelitian kuantitatif lebih memperhatikan aktivitas-aktivitas sehari-hari, serta prosedur-prosedur dan interaksi yang terjadi (Romlah dkk., 2021)

Fenomenologi, pada dasarnya, mengajarkan orang untuk berinteraksi dan belajar lebih banyak dari fenomena sehingga makna realitas, dan esensi alami dari realitas, dapat dipahami oleh pengamat (Nuryana dkk., 2019). Fenomenologi juga berupaya mengungkapkan tentang makna dari pengalaman seseorang (Hasbiansyah, 2008).

Ibu kota sekaligus pusat pemerintahan Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, Kota Pangkalpinang, menjadi lokasi penelitian ini. Data primer dalam penelitian ini, dikumpulkan melalui wawancara mendalam guna mengetahui lebih jauh pendapat para influencer mengenai *trend fashion* hijab Malaysia, informan utama adalah para *influencer* Muslim Gen Z yang tinggal di Kota Pangkalpinang. Dalam mendalami temuan penelitian, data diambil dengan melakukan wawancara mendalam secara *online* maupun *offline*. Dalam penelitian ini, data sekunder yang diperoleh mencakup informasi dari literatur peneliti mengenai trend hijab di kalangan *influencer* muslimah gen Z di Kota Pangkalpinang, terutama *trend fashion* hijab Malaysia yang ditampilkan dalam media sosial instagram.

Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah para *influencer* Muslimah gen Z di Kota Pangkalpinang yakni sebanyak 8 orang. Pada penelitian ini penentuan informan menggunakan teknik pengumpulan sampel yaitu dengan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data yakni pengumpulan data, reduksi data, dan penarikan kesimpulan.



Teori Interaksionisme Simbolik

Teori yang menjadi *theoretical framework* dalam penelitian ini ialah teori Interaksi Simbolik yang dikemukakan oleh George Herbert Mead. George Herbert Mead adalah sosiolog dan filsuf paling terkenal sebagai pendukung utama teori interaksionisme simbolik. Menurut Mead (dalam Jhonson, 1986), konsep diri terdiri dari kesadaran individu mengenai keterlibatannya yang khusus dalam seperangkat hubungan sosial yang sedang berlangsung atau dalam suatu komunitas yang terorganisasi.

Konsep diri seseorang merupakan obyek dari refleksi yang sadar tentang diri lebih daripada satu obyek apa saja di lingkungan eksternal, termasuk orang lain (Jhonson, 1986). Berdasarkan terminologi yang dipikirkan Mead (dalam Citraningsih dan Noviandra 2022), setiap isyarat non verbal (seperti body language, gerak fisik, baju, status, dan lain-lain) dan pesan verbal (seperti kata-kata suara) yang dimaknai berdasarkan kesepakatan bersama oleh semua pihak yang terlibat dalam suatu interaksi merupakan satu bentuk simbol yang mempunyai arti yang sangat penting (a significant symbol).

Ditegaskan kembali oleh Jhonson, (1986) konsep diri didasarkan pada individu yang secara tidak kelihatan menunjuk pada dirinya sendiri tentang diri atau identitas yang dinyatakan atau terkandung dalam reaksi orang lain terhadap perilaku orang itu sendiri. Bagi Mead, individu adalah makhluk yang bersifat sensitif, aktif, kreatif, dan inovatif (Ahmadi, 2005).

Mead menjelaskan simbol dalam lingkaran merupakan sesuatu yang digunakan dalam berkomunikasi untuk menyampaikan pesan yang dimaksud oleh aktor (Abdullah, 2019). Pemikiran Mead menjelaskan konsepsi diri adalah suatu proses yang berasal dari interaksi sosial individu dengan orang lain. "Diri" didefinisikan sebagai sesuatu yang dirujuk dalam pembicaraan biasa melalui kata ganti orang pertama tunggal, yaitu "aku" (I), "daku" (me), "milikku" (*mine*), dan "diriku" (*myself*) (Demartoto, 2013).

Dalam penelitian ini, interaksi simbolik memainkan perannya dalam memahami bagaimana trend fashion hijab Malaysia di maknai oleh para *influencer* gen Z muslimah di Kota Pangkalpinang serta konsep diri mereka dapat terbentuk ketika menampilkan *trend* tersebut di media sosial. Singkatnya, teori ini membantu dalam menganalisis bagaimana pemaknaan dan konsep diri para *influencer* muslim gen Z di Kota Pangkalpinang ketika menampilkan trend fashion hijab Malaysia di media sosial.

Gagasan interaksi simbolik George Herbert Mead semakin relevan di era digital, terutama ketika mengamati bagaimana orang menciptakan representasi diri mereka di media sosial. Menurut gagasan Mead, simbol juga dapat mencakup komponen visual digital seperti ekspresi wajah, komentar, gaya berpakaian, dan filter foto yang digunakan seseorang di media sosial. Simbol-simbol ini tidak hanya terbatas pada bahasa atau ekspresi wajah. Dalam hal ini, gaya hijab Malaysia yang dipopulerkan oleh para *influencer* dapat dilihat sebagai *significant symbol* yang secara rutin diproduksi, dikonsumsi, dan diinterpretasikan oleh masyarakat umum.

Mead juga menyoroti pentingnya *generalized other*, yang merupakan cara individu memahami norma sosial secara kolektif dan memodifikasi perilaku mereka untuk menyesuaikan diri. Menurut penelitian ini, para *influencer* Muslimah Gen Z menggunakan respon pengikut mereka yang mencerminkan *generalized other* di media sosial untuk membentuk identitas digital mereka. Bersamaan dengan dinamika kontak digital, proses ini juga menciptakan ruang untuk negosiasi yang terus menerus antara harapan sosial (unsur "Me") dan keinginan pribadi (unsur "I").

Dengan menggunakan teori ini, menjadikan analisis yang lebih menyeluruh tentang cara di mana *fashion* dan interaksi sosial berdampak pada pembentukan representasi diri dan pilihan pribadi tentang penampilan. Dengan tujuan untuk mendeskripsikan suatu fenomena atau *trend*, seperti fenomena peniruan *trend fashion* hijab Malaysia, yang dapat menjadi penyemangat bagi



seseorang untuk menjalankan konsep diri baik secara negatif maupun positif.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Makna Hijab Malaysia dalam Perspektif *Influencer* Gen Z Muslimah di Pangkalpinang

Para *influencer* Muslimah Gen Z memaknai hijab Malaysia sebagai simbol religius, representasi diri, dan ekspresi estetik. Hijab ini tidak hanya menutup aurat, tetapi juga membentuk citra profesional dan elegan. Seperti yang diungkapkan oleh Maghfira Alsyah,

"Hijab adalah cara bagi perempuan Muslim untuk taat kepada Allah, bukan hanya sekedar menutupi kepala."

Sementara itu, Farah Dwi Anvaro menegaskan,

"Hijab bukan hanya prinsip hidup, tapi juga pelindung dan identitas diri."

Pembentukan Konsepsi Diri Melalui Aktivitas *Influencing*

Para *influencer* merasa bahwa aktivitas berbagi gaya berhijab di media sosial, khususnya Instagram, mendorong pembentukan identitas diri yang positif dan religius-modern. Komentar dan likes menjadi validasi sosial yang memperkuat kepercayaan diri dan mempengaruhi bagaimana mereka melihat diri mereka sendiri.

Relevansi Temuan dengan Teori Interaksionisme Simbolik

Berdasarkan teori George Herbert Mead, simbol hijab Malaysia menjadi alat interaksi yang memperkuat pemahaman diri dalam relasi sosial digital. Konsep "I" dan "Me" terlihat ketika *influencer* menyesuaikan tampilan mereka sesuai harapan *followers* sambil tetap mempertahankan ekspresi autentik.

Temuan penelitian yakni:

Makna Trend fashion Hijab Malaysia oleh Influencer Muslimah Gen Z di Kota Pangkalpinang

1. Sesuai dengan prinsip-prinsip Islam dan modernisme, *trend fashion* hijab Malaysia dipandang sebagai proses representasi diri dan ekspresi modern.
2. Makna trend fashion hijab Malaysia bukan hanya tentang fashion, tetapi juga dapat digunakan untuk meningkatkan sarana positif, kepercayaan diri, dan profesionalisme seseorang sebagai influencer.

Konsepsi Diri Influencer Trend fashion Hijab Malaysia dari Aktivitas Media Sosial

1. Konsepsi diri terbentuk melalui Interaksi di media sosial dengan representasi sebagai sosok yang religious serta *fashionable*.
2. Representasi diri bersifat dinamis dan dibentuk oleh komentar positif *followers* di instagram, yang mengarah pada dorongan semangat yang berkelanjutan.
3. Media sosial muncul sebagai *platform* utama untuk pameran identitas, representasi diri, dan meningkatkan keterlibatan sosial komunitas.

4. SIMPULAN

Trend fashion hijab Malaysia tidak hanya menjadi gaya berpakaian, melainkan juga simbol representasi diri, identitas religius, dan ekspresi estetik para *influencer* Muslimah Gen Z di Pangkalpinang. Proses mempopulerkan gaya ini melalui Instagram memperkuat konsepsi diri sebagai perempuan Muslimah yang adaptif, profesional, dan religius-modern.

Melalui pendekatan interaksionisme simbolik, dapat dilihat bahwa makna hijab dan identitas diri terbentuk secara sosial melalui simbol dan interaksi digital. *Influencer* bukan sekadar pelaku



penyebaran tren, tetapi juga pencipta makna baru yang merepresentasikan transformasi nilai-nilai Islam dalam konteks digital dan budaya populer.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, I. (2019). Pengantar Antropologi Budaya. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Budaya UGM.
- Ahmadi, D. (2005). Interaksi Simbolik: Suatu Pengantar. *Jurnal Komunikasi Mediator*, 9(2), 301–316.
- Alqiva, A., & Gautama, M. I. (2021). Representasi Diri melalui Instagram oleh Mahasiswa Jurusan Sosiologi UNP. *Jurnal Perspektif*, 4(4), 542.
- Arifa, F. L., & Isbah, M. F. (2020). Transformasi Berjilbab di Kalangan Mahasiswi. *Jurnal Kawistara*, 10(2), 145–158.
- Citraningsih, L. D., & Novindra, R. (2022). Konsep Diri Mahasiswa di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Interaktif*, 8(1), 33–49.
- Demartoto, A. (2013). *Sosiologi Kesehatan: Perspektif Interaksionisme Simbolik*. Surakarta: UNS Press.
- Habsari, S. R., & Hasri, N. (2015). Fenomena Trend Hijab di Kalangan Remaja Perkotaan. *Jurnal Budaya Populer*, 4(2), 23–34.
- Hasbiansyah, O. (2008). Pendekatan Fenomenologi: Pengantar Praktik Penelitian dalam Ilmu Sosial dan Komunikasi. *Jurnal Mediator*, 9(1), 163–178.
- Johnson, D. P. (1986). *Teori Sosiologi Klasik dan Modern*. (Terj. Robert M. Lawang). Jakarta: Gramedia.
- Mead, G. H. (1934). *Mind, Self, and Society*. Chicago: University of Chicago Press.
- Nuryana, M., dkk. (2019). *Fenomenologi dalam Studi Pendidikan Islam Kontemporer*. Malang: Literasi Nusantara.
- Pratama, A., & Suryawati, M. (2022). Peran Instagram dalam Pembentukan Identitas Mahasiswa. *Jurnal Ilmu Sosial Digital*, 6(1), 77–89.
- Romlah, M., Fatimah, S., & Kurniawati, Y. (2021). *Panduan Praktis Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: CV Literasi Akademika.
- Saniah, R., & Dawam, A. (2020). Simbolisme Hijab Malaysia di Kalangan Remaja. *Jurnal Gendang Alam*, 10, 1–15.
- Badan Pusat Statistik Kota Pangkalpinang. (2024). Kota Pangkalpinang dalam Angka 2024. Diakses dari <https://pangkalpinangkota.bps.go.id>