

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Islam merupakan agama yang mengatur di berbagai bidang kehidupan umatnya, salah satunya dalam hal berbusana.¹ Busana menurut syariat Islam memiliki pedoman khusus, terutama bagi perempuan Muslim, yakni dalam aturan menutup aurat dan menjaga kehormatan diri.² Aturan tersebut melatarbelakangi lahirnya busana muslimah di kalangan perempuan Muslim, jika dilihat pada awal perkembangan budaya busana muslimah di Indonesia, awalnya berkembang di lingkungan pesantren dan kalangan orang religius, kemudian mengalami perkembangan hingga ke berbagai lapisan masyarakat, mencakup berbagai usia, profesi dan latar belakang sosial, dari hal tersebut menunjukkan bahwa busana muslimah mengalami perkembangan seiring perkembangan zaman.³

Pada era modern, busana muslimah tidak hanya dipahami sebagai bentuk ketiaatan terhadap syariat Islam, tetapi juga berkembang menjadi fenomena budaya yang populer di kalangan perempuan Muslim. Sebagian Muslimah memandang busana muslimah bukan semata sebagai penutup aurat, melainkan juga sebagai bagian dari tren *fashion*.⁴ Penyebaran tren *fashion* dipengaruhi oleh media massa,

¹Muhammad Ibn Ismail al-Muqaddam dan Yasir Burhami, *Jilbab itu Cahaya: Risalah Cinta Kepada Muslimah*, (Jakarta: Mirqat, 2007), 39.

²Abdul Wahab Abdus Salam Thawilah, *Adab Berpakaian dan Berhias*, (Jakarta: Pusaka Al-Kausar, 2014), 9-10.

³Surya Maya, *Simbolisme Islam di Ranah Publik Tinjauan Antropologi Hukum Islam*, (Serang: A-Empat, 2020), 22-23.

⁴Rachmah Ida, *Budaya Populer Indonesia: Diskursus Global/Lokal dalam Budaya Populer Indonesia*, (Surabaya: Airlangga University Press, 2019), 31.

internet, dunia industry kreatif dan dunia *entertainment*, seperti munculnya fenomena hijrah *public figure*, yakni di kalangan artis, selebriti dan *influencer*, yang menampilkan perubahan cara berpakaian mereka di ruang publik dan media,⁵ Karena busana sering dipahami masyarakat sebagai identitas keagamaan yang tampak secara fisik, maka hijrah kerap diwujudkan melalui perubahan penampilan, khususnya dalam cara berbusana.⁶ Kehadiran *public figure* yang secara konsisten mengenakan busana Muslimah, serta sering muncul di media menjadikan gaya berpakaian mereka mudah ditiru oleh masyarakat. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa busana muslimah tidak hanya hadir sebagai simbol ketaatan, tetapi juga sebagai model visual yang dikonsumsi secara luas. Kondisi tersebut pada sebagian kasus menimbulkan ketidaksesuaian antara praktik berbusana muslimah yang ditampilkan di media dengan ketentuan syariat Islam, karena aspek estetika dan tren sering kali lebih ditonjolkan daripada nilai kesederhanaan dan kehati-hatian dalam berpakaian.⁷

Busana muslimah yang ditampilkan oleh kalangan *public figure* juga tidak terbatas pada gamis, jilbab motif, abaya modern dan kaftan, tetapi berkembang dalam bentuk *modest wear*, yaitu perpaduan antara blazer, dalaman panjang, rok, dan jilbab. Model busana ini menampilkan citra Muslimah modern yang aktif di ruang publik dan profesional, sehingga menarik minat banyak kalangan. Fenomena tersebut menunjukkan adanya pergeseran makna simbol keagamaan, di mana

⁵Muhammad Hisyam, *Fesyen Muslimah dan Transformasi Kultural*, (Jakarta: LIPI Press, 2019), 5.

⁶Anisa, *Jihad Perempuan Milenial: Makna Jihad bagi Perempuan*, (Tangerang Selatan: Yayasan Islam Cinta Indonesia, 2018), 112, 124.

⁷Muhammad Hisyam, *Fesyen Muslimah dan Transformasi Kultural*, 5.

busana muslimah tidak hanya dimaknai sebagai kewajiban normatif, tetapi juga sebagai ekspresi identitas, selera dan gaya hidup. Akibatnya, muncul pluralitas pemaknaan terhadap busana muslimah di tengah masyarakat Muslim, sehingga nilai-nilai aqidah (seperti sebagai bentuk ketaatan kepada Allah, niat menutup aurat karena perintah agama dan pemahaman bahwa busana syar'i bukan sekedar symbol gaya) sering kali harus menyesuaikan diri dengan tuntutan estetika, tren dan budaya visual yang berkembang.⁸

Menurut Akbar Salahuddin Ahmed, melalui pemikirannya tentang postmodernisme Islam, menjelaskan bahwa masyarakat kontemporer ditandai oleh dominasi media, arus informasi yang cepat, serta budaya visual yang kuat. Beliau menyebut kondisi ini sebagai *carnival of spectacle*, yaitu situasi ketika simbol-simbol, termasuk simbol keagamaan, tampil sebagai tontonan dan konsumsi publik.⁹ Pada konteks busana muslimah, simbol-simbol religius seperti jilbab dan pakaian syar'i tidak hanya berfungsi sebagai penanda ketaatan, tetapi juga dikemas dalam bentuk mode, iklan dan representasi media sehingga melekat dengan budaya populer.

Busana muslimah yang identik dengan jilbab telah menjadi tren Islami dalam budaya populer di Indonesia. Budaya populer dalam bidang *fashion* telah merambah di tengah-tengah masyarakat kota maupun desa, sebagian besar wanita muslimah mengikuti tren, dengan alasan ingin tetap tampil modis tanpa

⁸Wasisto Raharjo Jati, *Politik Kelas Menengah Muslim Indonesia*, (Jakarta: LP3ES, 2017), 73.

⁹Akbar S. Ahmed, *Postmodernism and Islam: Predicament and Promise*, (London: Routledge, 1992), I, 10-11.

meninggalkan kewajiban agama,¹⁰ jika dulu busana muslimah dan jilbab dianggap sebagai pakaian yang kurang modern, bahkan sempat dianggap sebagai penghalang wanita dalam berkarir, kini justru menjadi tren *mode* yang berkembang pesat, khususnya di Kota Banjarmasin. Perkembangan busana muslimah tidak hanya mempengaruhi perubahan dalam budaya berbusana bagi masyarakat, tetapi juga mempengaruhi pengusaha butik, misalnya beberapa pengusaha butik yang memiliki brand di Banjarmasin. Para pengusaha butik inilah yang memainkan peran penting dalam menciptakan, mengadaptasi dan mempopulerkan tren busana muslimah. Tren busana muslimah yang dihadirkan pengusaha butik Muslimah di Banjarmasin, adalah tren syar'i yakni, abaya dan gamis modifikasi, serta jilbab motif. Posisi pengusaha butik pada penelitian ini, menjadi aktor penting dalam menjembatani antara nilai-nilai agama dan selera pasar. Mereka tidak hanya merespons kebutuhan syariat, tetapi juga menyesuaikan desain busana dengan tren yang berkembang di media dan budaya populer, oleh karena itu, perlu dikaji bagaimana pengusaha butik memahami, merancang, dan menampilkan busana muslimah sebagai simbol keislaman di tengah arus budaya populer yang kuat.¹¹

Penelitian ini memilih tren busana muslimah di kalangan pengusaha butik di Banjarmasin, karena berdasarkan hasil wawancara observasi awal dari beberapa informasi yang didapat, peneliti menyimpulkan bahwa busana muslimah, baik dalam bentuk gamis, abaya modern, kaftan, maupun dalam bentuk *modest wear* (perpaduan antara blazer, dalaman panjang, rok, dan jilbab). Bentuk-bentuk busana

¹⁰Cici Soewardi, *Busana Muslimah XL*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2013), 6.

¹¹Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, Cetakan ke-6, (Jakarta: Kencana, 2017), 174.

muslimah yang telah disebutkan berkembang secara dinamis, penuh variasi dan sering menjadi sorotan budaya populer. Berbeda dengan busana muslim pria yang cenderung sederhana dan minim variasi, busana muslimah lebih kuat dimaknai sebagai persoalan identitas dan representasi Islam di ruang publik, oleh karena itu, pemikiran Akbar Salahuddin Ahmed relevan digunakan untuk membaca fenomena busana muslimah sebagai simbol keagamaan yang mengalami proses komodifikasi dan visualisasi melalui media.¹²

Berdasarkan pemaparan sebelumnya, penelitian ini tidak mengarahkan pembahasan pada aspek bisnis, tetapi berfokus bagaimana budaya populer membentuk tren busana muslimah yang dihadirkan kalangan pengusaha butik di Banjarmasin, serta bagaimana tren tersebut berdampak terhadap cara mereka memaknai dan menampilkan identitas keislaman melalui desain busana.¹³

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Budaya Populer dalam Tren Busana Muslimah di Kalangan Pengusaha Butik di Banjarmasin”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah dari penelitian ini, yakni:

1. Bagaimana budaya populer dalam tren busana muslimah di kalangan pengusaha butik Banjarmasin?

¹²Akbar S. Ahmed, *Postmodernism and Islam: Predicament and Promise*, 10-27.

¹³Akbar S. Ahmed, *Postmodernism and Islam: Predicament and Promise*, 3-4.

2. Bagaimana dampak budaya populer dalam tren busana muslimah di kalangan pengusaha butik di Banjarmasin?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan fokus penelitian maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui budaya populer dalam tren busana muslimah di kalangan pengusaha butik Banjarmasin.
2. Untuk mengetahui dampak budaya populer dalam tren busana muslimah di kalangan pengusaha butik di Banjarmasin.

D. Signifikansi Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini dapat di lihat dari segi teoritis dan praktis, yakni:

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian keilmuan terkait hubungan antara budaya populer dan tren busana muslimah. Kajian ini juga memberikan sudut pandang baru mengenai bagaimana simbol-simbol keislaman berinteraksi dengan media dan tren visual dalam konteks postmodern. Temuan penelitian dapat menjadi tambahan literatur bagi penelitian di bidang budaya, media, dan filsafat Islam.

2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi bagi penelitian selanjutnya, penelitian ini dapat menjadi landasan tentang hubungan antara agama, budaya dan tren *fashion* di lokasi yang berbeda atau dengan fokus

yang berbeda. Penelitian ini juga dapat memberikan pengetahuan dan penjelasan mengenai budaya populer dalam tren busana muslimah yang ditampilkan kalangan pengusaha butik di Banjarmasin.

E. Definisi Istilah

Berikut ini beberapa definisi istilah untuk menjelaskan kata kunci dalam penelitian, sebagai berikut:

1. Budaya Populer

Budaya populer merupakan kumpulan beragam suara, gambar dan pesan yang diproduksi secara massal, kemudian diterima dan dikonsumsi oleh masyarakat luas, mencakup segala sesuatu mulai dari hiburan massal, seperti musik, film dan acara televisi, hingga gaya hidup sehari-hari, seperti mode busana, makanan dan tren sosial.¹⁴

2. Tren

Tren atau dalam bahasa Inggris yakni *trend*, ialah segala sesuatu yang bisa didengar, dilihat, dipakai oleh kebanyakan masyarakat di dalam kurun waktu tertentu, dapat dikatakan tidak hanya terbatas oleh objek maupun benda, tetapi menyangkut segala sesuatu. Apabila ditujukan dalam konteks kebendaan, maka tren ini biasanya ditujukan kepada objek yang menjadi bagian dari budaya populer, karena banyak tersebar melalui media-media sehingga banyak diminati maupun disukai masyarakat, salah satunya seperti, tren busana Muslimah yang sekarang menjadi fokus perhatian.¹⁵

¹⁴Ariel Heryanto, *Identitas dan Kenikmatan: Politik Budaya Layar Indonesia*, (Jakarta: Keperpustakaan Populer Gramedia, 2015), 22.

¹⁵Titik Wijayanti, *Marketing dan Busana*, (Jakarta: Alex Media Kompotindo, 2017), 50.

3. Busana Muslimah

Busana muslimah adalah pakaian wanita yang sejalan dengan nilai ajaran Islam. Wanita yang menggunakan busana tersebut mencerminkan ketaatan dalam menjalankan tata cara berpakaian menurut agama Islam. Busana muslimah ini bisa menjadi lambang bagi identitas diri wanita muslimah, bahkan menjadi tanda kereligiusan seseorang, dilihat dari penggunaannya.¹⁶

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan sebagai dasar untuk menelaah gagasan yang sudah ada dan melihat keterkaitannya dengan penelitian yang sedang dilakukan.¹⁷ Pada bagian ini, peneliti menyajikan rangkuman dari beberapa hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Pada bagian ini, peneliti menyajikan ringkasan beberapa studi yang berhubungan dengan topik penelitian. Berdasarkan penelusuran yang dilakukan, ditemukan sejumlah literatur yang dianggap relevan, yaitu:

Penelitian yang dilakukan oleh Nessa Ahsani Arizka, Veliza Meliani Putri Kusuma, Muhammad Parhan (2025), berfokus pada perkembangan budaya busana muslimah di Indonesia dengan meninjau pengaruh budaya populer, media sosial, dan urbanisasi dari sudut pandang keagamaan. Metode penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif melalui studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga faktor tersebut mendorong munculnya gaya busana muslimah yang lebih modern dan beragam, namun tetap berupaya menjaga nilai-

¹⁶Muhammad Hisyam, *Fesyen Muslimah dan Transformasi Kultural*, 6.

¹⁷Nenny Ika Putri, dkk, *Metode Penelitian untuk Perguruan Tinggi*, (Jakarta: Yayasan Kita Menulis, 2021), 32.

nilai agama. Perkembangan ini turut dipengaruhi meningkatnya daya beli dan kesadaran akan gaya hidup halal. Kesimpulannya, busana muslimah kini menjadi ekspresi identitas budaya dan gaya hidup modern, bukan hanya bentuk ketaatan semata.¹⁸

Penelitian Syafira Azzahra (2024) berfokus pada pengaruh budaya populer terhadap transformasi identitas Muslim generasi muda. Pendekatan penelitian adalah kualitatif dengan melakukan wawancara, pengamatan lapangan, serta peninjauan terhadap berbagai konten media sosial. Hasil penelitian ini menemukan bahwa budaya populer seperti musik, mode, dan media digital membentuk cara pemuda Muslim mengekspresikan diri. Identitas keislaman tampil lebih dinamis dengan menggabungkan tradisi Islam dan tren modern, misalnya pada fashion hijab syar'i yang tetap sesuai nilai agama tetapi bergaya populer. Kesimpulannya, budaya pop berperan ganda, yakni menghadirkan tantangan sekaligus peluang dalam memperkaya dan menegosiasikan identitas Muslim di era globalisasi.¹⁹

Penelitian Viena Wanidha Andriani dan Ellyana Ilsan Eka Putri (2023), memfokuskan pada deskripsi budaya populer yang direpresentasikan dalam *Citayam Fashion Week* dan ideologi yang disampaikan melalui pameran busana tersebut, dengan menganalisis berbagai gaya berbusana dan konsep yang ditampilkan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan rancangan deskriptif. Temuan kajian tersebut memperlihatkan bahwa *Citayam Fasion Week*

¹⁸Nessa Ahsani Arizka, Veliza Meliani Putri Kusuma, Muhammad Parhan, "Analisis Perkembangan Budaya terhadap Busana Muslimah di Indonesia" *Jurnal Pendidikan Tambusai*, Vol. 9 No. 1, tahun 2025.

¹⁹Syafira Azzahra, "Budaya Pop dan Transformasi Identitas Muslim: Pendekatan Kualitatif", *Jurnal Riset Sosial Humaniora dan Pendidikan*, Vol. 2 No. 6, November 2024.

menampilkan beberapa konsep budaya populer yang berasal dari luar negeri, seperti *Fashion Week*, *Street Fashion* dan *Harajuku Style*. Acara tersebut menjadi wadah bagi anak muda untuk mengekspresikan kebebasan dan kreativitas, serta melawan norma-norma *fashion* yang mengedepankan merek-merek ternama, selain itu, fenomena ini juga menjadi bentuk pengakuan identitas dalam menentang stereotip gender. Kesimpulannya, *Citayam Fashion Week* merupakan bentuk budaya populer yang mengadopsi konsep dari luar negeri, memberikan ruang kebebasan ekspresi bagi anak muda sebagai bentuk perlawanan ke arah dunia mode dan identitas gender.²⁰

Penelitian Sera Irvan Sapriadi (2023), berfokus pada bagaimana media dalam era postmodern membentuk persepsi masyarakat terhadap Islam. Beliau menelaah pemikiran Akbar S. Ahmed mengenai peran media yang dapat menjadi ancaman sekaligus peluang bagi citra Islam di dunia modern. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah library research, dengan pendekatan filosofis. Hasil penelitian menunjukkan, bahwa media sering menggambarkan Islam secara negatif, terutama di negara-negara Barat, namun, media juga dapat menjadi sarana efektif untuk menampilkan wajah Islam yang lebih damai, inklusif, dan moderat jika dikelola dengan baik. Media pada akhirnya menjadi ruang penting dalam pembentukan opini publik di era postmodern. Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa media memiliki pengaruh besar terhadap citra Islam, dan umat Islam perlu memanfaatkan media secara cerdas agar mampu memperbaiki persepsi

²⁰Viena Wanidha Andriani, Ellyana Ihsan Eka Putri, “Representasi Budaya Populer pada Fenomena “Citayam Fashion Week” di Indonesia”, *Jurnal INCARE*, Vol.3 No.5, Februari 2023.

yang salah dan memperkuat identitas mereka, kemudian relevansi penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan adalah pada aspek peran media sebagai pembentuk budaya populer. Jika dalam penelitian Sapriadi media memengaruhi citra keagamaan, dalam penelitian ini media turut membentuk tren busana muslimah di kalangan pengusaha butik Banjarmasin. Media sosial menjadi saluran utama penyebaran gaya, tren, dan identitas keislaman yang ditampilkan melalui fashion, sehingga pemikiran Sapriadi membantu memperkuat pemahaman bahwa media merupakan kekuatan budaya yang memengaruhi perilaku dan pilihan masyarakat.²¹

Penelitian yang dilakukan oleh Amanda Rohmah Widyanita, Shofi Rizq Najmah Sabrina, dan Fransiscus Xaverius Sri Sadewo (2022) memiliki fokus penelitian pada analisis tren fashion hijab dalam kajian budaya populer di kalangan generasi milenial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Temuan penelitian memperlihatkan bahwa perkembangan fashion hijab berlangsung sangat cepat, baik dalam sisi desain maupun penerimaan masyarakat. Perkembangan tersebut tidak terlepas dari pengaruh media massa yang berperan besar dalam menyebarluaskan tren hijab hingga menjadi bagian dari gaya hidup perempuan muslimah di Indonesia. Kesimpulannya, tren *fashion* hijab sebagai bagian dari budaya populer, telah menarik minat generasi milenial untuk mengenakan hijab. Hijab kini tidak hanya

²¹Sera Irvan Sapriadi “Relasi Islam Dengan Postmodernisme Media Sebagai Bahaya atau Harapan”, *Jurnal The Ushuluddin International Student Conference*. Vol. 1, No. 1, 2023.

dipandang sebagai simbol kesalehan, tetapi juga sebagai identitas sosial yang selaras dengan gaya hidup masa kini.²²

Penelitian yang dilakukan oleh Lini Yuliza (2021) memiliki fokus penelitian pada upaya memahami tren berpakaian masa kini dan pengaruhnya terhadap fungsi busana muslimah di kalangan perempuan Muslim. Kajian ini menggunakan pendekatan kualitatif berbasis studi literatur. Temuan penelitian memperlihatkan bahwa faktor lingkungan sosial memberikan pengaruh yang cukup besar dan ikut mendorong munculnya kembali tren busana muslimah, terutama di kalangan remaja. Busana muslimah yang awalnya ditujukan untuk menutupi aurat, kini telah mengalami perubahan gaya dan desain menjadi lebih modern dan modis, meskipun beberapa pihak khawatir dengan perubahan gaya dapat mengurangi nilai-nilai keagamaan, tren ini juga memiliki dampak positif, yaitu mendorong lebih banyak perempuan untuk menutup aurat. Kesimpulannya, selama perkembangan busana muslimah tetap berada dalam koridor ajaran Islam, nilai dakwah yang bertujuan mengajak kepada kebaikan dan menjauhi perbuatan yang dilarang tetap dapat diwujudkan.²³

Penelitian yang dilakukan oleh H. M. Taufik, Amalia Taufik (2019). Fokus penelitian ini adalah menelaah fenomena hijrah di kalangan mahasiswa Lombok, khususnya bagaimana perubahan gaya hidup dan busana mereka berkaitan dengan budaya populer Islam di era milenial. Pendekatan penelitian ini memakai metode

²²Amanda Rohmah Widyana, Shofi Rizq Najmah Sabrina, Fransiscus Xaverius Sri Sadewo “Analisis Trend Fashion Hijab dalam Kajian Budaya Populer di Kalangan Generasi Milenial”, *Jurnal Tabuah*, Vol. 26 No. 2 Juli-Desember 2022.

²³Lini Yuliza, “Trend Berpakaian Masa Kini Mengubah Fungsi Busana Muslimah di Kalangan Wanita Muslim”, *Jurnal Pendidikan Profesi Guru Agama Islam*, Vol. 1 No.1, 2021.

kualitatif dengan memanfaatkan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, diskusi kelompok terarah (FGD), serta penelusuran dokumentasi di lingkungan kampus. Hasil penelitian adalah tren hijrah tampak pada busana syar'i, cadar, hijab modis, pemanjangan jenggot, serta aktivitas di media sosial dengan kutipan Islami dan dakwah; hal ini menunjukkan percampuran nilai agama dengan budaya populer. Kesimpulannya, hijrah dipahami bukan sekadar kewajiban agama, tetapi juga sebagai identitas baru generasi Muslim milenial yang dipengaruhi budaya populer melalui mode, media sosial, dan gaya hidup modern.²⁴

Penelitian yang dilakukan oleh Sri Anafarhanah (2019). Penelitian ini berfokus pada tren busana muslimah dan dampaknya. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif analitis. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa tren busana muslimah dapat menciptakan peluang bisnis yang besar, dengan pertumbuhan tren busana muslimah baik di dalam negeri maupun luar negeri, membuka peluang besar bagi pelaku bisnis lokal untuk menjangkau pasar luas. Hal tersebut berarti produsen dalam negeri memiliki peluang untuk memanfaatkan tren ini dengan baik, asalkan mereka mampu mengidentifikasi dan menyesuaikan diri dengan kebutuhan pasar yang ada, selain itu, tren busana muslimah memiliki tujuan mengajak kaum wanita muslimah untuk mengenakan baju sesuai ajaran Islam, serta maraknya tren busana muslimah dapat menjadi sarana efektif dalam upaya dakwah Islam. Kesimpulannya, tren busana muslimah tidak hanya menciptakan peluang bisnis yang besar bagi produsen dalam negeri, tetapi juga memperkuat nilai-nilai

²⁴H. M. Taufik & Amalia Taufik, "Hijrah and Pop Culture: Hijab and Other Muslim Fashions Among Students In Lombok, West Nusatenggara", *Teosofia: Indonesian Journal of Islamic Mysticism*, Vol. 8, No. 2, 2019.

dakwah Islam dengan meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya pemakaian busana yang sesuai dengan ajaran Islam.²⁵

Penelitian yang dilakukan oleh Inayatul Ulya (2018) memiliki fokus penelitian pada pemanfaatan budaya populer sebagai kacamata untuk memahami gaya hidup muslim kosmopolitan, terutama melalui fenomena kontes Putri Muslimah Indonesia dan penggunaan simbol-simbol keagamaan, seperti jilbab syar'i, dalam ranah budaya populer. Kajian ini menggunakan metode kualitatif dengan kerangka analisis budaya populer. Temuan penelitian memperlihatkan bahwa budaya populer berperan dalam membentuk gaya hidup perempuan Muslim kosmopolitan melalui simbol-simbol keagamaan seperti jilbab syar'i. Jilbab tidak hanya dimaknai sebagai kewajiban syariat, tetapi juga sebagai tren dan identitas modern. Kontes Putri Muslimah Indonesia merupakan contoh bagaimana simbol-simbol keagamaan dimanfaatkan untuk kepentingan industri *fashion* Muslim. Kesimpulan penelitian ini menekankan bahwa praktik keagamaan kini seringkali berdampingan dengan budaya populer dan kepentingan pasar, sekaligus menunjukkan adaptabilitas syariat dalam konteks modern.²⁶

Penelitian yang dilakukan oleh Wellem Sairwona (2017) berfokus pada bagaimana pemikiran Akbar S. Ahmed menjelaskan dilema yang dihadapi umat Islam ketika berhadapan dengan media pada era postmodern. Kajian ini melihat bagaimana media membentuk cara pandang, citra, dan posisi umat Islam dalam

²⁵Sri Anafarhanah, “Tren Busana Muslimah dalam Perspektif Bisnis dan Dakwah”, *Jurnal Ilmu Dakwah*, Vol. 18 No. 1, 2019.

²⁶Inayatul Ulya, “Muslimah Kosmopolitan Lifestyle: Antara Syari’at, Trend Masa Kini dan Kapitalisasi Agama (Studi Budaya Pop Terhadap Pemilihan Putri Muslimah Indonesia)”, *Jurnal Sosial Agama*, Vol. 3 No. 2, Oktober 2018.

ruang sosial yang semakin cair dan penuh ketidakpastian. Metode penelitian yang digunakan bersifat kepustakaan, yaitu menelaah karya-karya Akbar S. Ahmed serta literatur yang berkaitan dengan media dan postmodernisme, kemudian merumuskan analisis mengenai hubungan antara Islam, media, dan dinamika budaya masa kini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media pada era postmodern membawa tantangan serius bagi umat Islam, sebab media tidak hanya menyebarkan informasi tetapi juga mengonstruksi makna dan identitas. Akibatnya, umat Islam sering berada dalam situasi ambigu: di satu sisi memperoleh peluang untuk berdialog dan tampil, namun di sisi lain rentan terhadap framing negatif dan komodifikasi simbol-simbol keagamaan. Kesimpulannya, umat Islam perlu bersikap kritis dan selektif dalam menghadapi media agar tidak terjebak dalam arus relativisme dan kehilangan pijakan nilai. Pemikiran Akbar S. Ahmed membantu memahami perlunya keseimbangan antara mempertahankan nilai agama dan menghadapi realitas budaya modern. Relevansinya dengan penelitian, kajian ini memberikan dasar teoritis tentang bagaimana media dan budaya populer dapat memengaruhi cara masyarakat memahami simbol keagamaan, termasuk bagaimana busana muslimah dapat berubah maknanya ketika masuk ke ruang budaya populer. Temuan ini dapat memperkuat analisis Anda mengenai perubahan makna busana muslimah di kalangan pengusaha butik dalam konteks budaya populer dan media sosial.²⁷

²⁷Wellel Sairwona, “Dilema Umat Islam Menghadapi Media di Era Posmodernisme: Sebuah Studi atas Pemikiran Akbar S. Ahmed”, *Jurnal Titik-Temu*, Vol. 9, No. 1, Januari-Juni 2017.

Penelitian yang dilakukan oleh Sinung Utami Hasri Hapsari (2015) memiliki fokus penelitian pada pengaruh budaya populer, terutama media massa, terhadap perkembangan *fashion hijab* di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan analisis budaya populer dan semiotika. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hijab tidak hanya dipahami sebagai simbol religius, tetapi telah menjadi gaya berbusana yang dibentuk oleh budaya populer dan faktor ekonomi. Perpaduan unsur popularisasi dan westernisasi membuat Indonesia turut menjadi acuan dalam tren hijab global. Kesimpulannya, nilai spiritual dalam penggunaan hijab mengalami pergeseran menuju identitas modern dan gaya hidup. Hijab juga dipandang sebagai komoditas bernilai ekonomi, terutama pada momen keagamaan yang mendorong pola konsumsi masyarakat dan dimanfaatkan oleh pelaku industri.²⁸

Penelitian yang dilakukan oleh Maskur dan Irfan Noor (2014) berfokus pada peran media massa dan teknologi informasi dalam membentuk realitas keagamaan baru (*hyperreality*) dalam masyarakat kontemporer. Penelitian ini secara khusus mengkaji konstruksi citra Abdullah Gymnastiar (Aa Gym) sebagai figur religius yang tidak hanya tampil sebagai pendakwah, tetapi juga sebagai selebritas dalam budaya populer. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif dengan metode analisis hipersemiotika Yasraf Amir Piliang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media berperan aktif dalam membentuk citra religius yang populer, visual, dan konsumtif. Figur Aa Gym direpresentasikan sebagai produk budaya populer yang

²⁸Sinung Utami Hasri Habsari, “Fashion Hijab dalam Kajian Budaya Populer”, *Jurnal PPKM II*, Vol.2 No.2, Mei 2015, 126-134.

memiliki nilai jual dan daya tarik simbolik, sehingga citra religius kerap lebih dominan dibandingkan substansi pesan keagamaan. Media, dalam konteks ini, tidak sekadar menyampaikan dakwah, tetapi juga menciptakan realitas keagamaan yang bersifat hiper. Kesimpulan penelitian ini menegaskan bahwa agama dalam masyarakat modern mengalami proses mediasi dan komodifikasi melalui budaya populer. Pergeseran tersebut menunjukkan perubahan cara masyarakat memahami dan mengakses agama, dari yang bersifat normatif menuju bentuk yang lebih visual dan mudah dikonsumsi. Penelitian ini relevan dengan kajian tren busana muslimah karena sama-sama memperlihatkan interaksi antara agama, media, dan budaya populer dalam membentuk praktik keagamaan kontemporer.²⁹

Penelitian yang dilakukan oleh Sri Ika Damayanti (2014). Fokus penelitian adalah meneliti perkembangan desain busana muslim di Indonesia dari perspektif sosiologis, khususnya bagaimana aturan berpakaian islami diadaptasi secara fleksibel dengan budaya lokal hingga menjadi budaya populer. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dikaji dengan perspektif sosiologi Pierre Bourdieu untuk memahami *habitus* (kebiasaan dalam lingkungan sosial) dan peran agen yang membawanya (tokoh masyarakat/desainer) dalam membentuk tren busana muslim. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebiasaan dalam lingkungan sosial memberi pengaruh besar terhadap meningkatnya penggunaan busana muslim, ditambah dengan peran figur publik yang sering menjadi acuan dalam munculnya gaya-gaya baru. Berdasarkan temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa di Indonesia

²⁹Maskur dan Irfan Noor, “Ustadz Selebriti Abdullah Gymnastiar dalam Budaya Populer (Perspektif Hipersemiotika Yasraf Amir Piliang)”, *Jurnal Studia Insania*, Vol. 2, No. 1, April 2014.

berkembang bentuk dan rancangan busana muslimah yang memiliki kekhasan tersendiri serta mampu berpadu dengan unsur pakaian tradisional di berbagai daerah.³⁰

Berdasarkan telaah terhadap sejumlah penelitian terdahulu, terdapat beberapa kesamaan dengan kajian ini, terutama pada pembahasan mengenai tren busana muslimah serta pengaruh budaya populer dalam perkembangannya. Namun, terdapat perbedaan mendasar pada subjek penelitian. Studi sebelumnya umumnya melibatkan mahasiswa atau masyarakat umum, sedangkan penelitian ini berfokus pada para pengusaha butik di Banjarmasin. Penelitian ini juga tidak hanya mengamati fenomena budaya populer dalam tren busana muslimah, tetapi juga menganalisisnya melalui perspektif pemikiran Akbar Salahuddin Ahmed, khususnya terkait dinamika identitas Muslim dalam konteks modernitas dan arus media.

G. Sistematika Penelitian

Pembahasan dalam penelitian ini terbagi menjadi lima bab dengan rincian sebagai berikut:

Bab I merupakan bagian pembuka yang menguraikan latar belakang masalah mengenai pentingnya memahami budaya populer terhadap tren busana muslimah di kalangan pengusaha butik, serta dampak budaya populer terhadap tren busana muslimah di kalangan pengusaha butik, kemudian rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi istilah, penelitian terdahulu, sistematika

³⁰Sri Ika Damayanti, “Perkembangan Desain Busana Muslim dalam Tinjauan Sosiologis”, *Jurnal Seni Kriya*, Vol. 3 No.1, Mei-Oktober 2014.

penulisan. Bagian ini bertujuan untuk menguraikan masalah utama yang dilakukan dalam penelitian.

Bab II mengenai kajian teori yang menjadi dasar pijakan dalam penelitian ini, yaitu tinjauan budaya populer, tren busana muslimah terbagi menjadi, definisi tren, busana muslimah beserta syarat dan tren busana muslimah dalam budaya populer, kemudian membahas pandangan Akbar. S. Ahmed yang relevan dalam dalam fenomena tren busana muslimah.

Bab III mengenai metode penelitian yang meliputi jenis penelitian, lokasi tempat penelitian, objek dan subjek yang dikaji, data dan sumber data, cara pengumpulan data, hingga langkah-langkah pengolahan dan analisis data.

Bab IV memuat hasil penelitian, yaitu gambaran umum lokasi penelitian, penyajian data terbagi menjadi 3 poin, yakni: Pertama, memuat profil pengusaha butik. Kedua, budaya populer dalam tren busana muslimah di kalangan pengusaha butik di Banjarmasin, meliputi pandangan, bentuk budaya populer, peran media, motivasi, sikap yang ditampilkan pengusaha butik dalam tren busana Muslimah. Ketiga, memahas dampak budaya populer dalam tren busana muslimah di kalangan pengusaha butik di Banjarmasin. Kemudian, dari penyajian data dianalisis menggunakan teori budaya populer dan pandangan postmodernisme Akbar S. Ahmed.

Bab V merupakan penutup, berisi kesimpulan dari hasil temuan yang diperoleh, serta memberikan saran yang dapat dimanfaatkan dalam penelitian selanjutnya, kemudian juga memuat daftar pustaka yang berisi sumber rujukan yang digunakan selama proses penyusunan skripsi.