

## **BAB IV**

### **ANALISIS BUDAYA POPULER PADA RANCANGAN BUSANA MUSLIMAH DI BUTIK BANJARMASIN**

#### **A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

##### **1. Letak Geografis Kota Banjarmasin**

Secara geografis, Kota Banjarmasin terletak di antara 3°16'46" sampai dengan 3°22'54" Lintang Selatan dan 114°31'40" sampai dengan 114°39'55" Bujur Timur, masuk pada zona Waktu Indonesia Tengah (WITA). Kota Banjarmasin berada pada ketinggian rata-rata 0,16 meter di bawah permukaan laut, dengan karakteristik wilayah berupa area berlahan rawa yang cenderung datar. Sewaktu air pasang, hampir seluruh wilayah tergenang air. Kota Banjarmasin berada di Provinsi Kalimantan Selatan, memiliki batas-batas wilayah, yakni:

- a. Sebelah utara berbatasan dengan Kabupaten Barito Kuala.
- b. Sebelah timur berbatasan dengan Kabupaten Banjar.
- c. Sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Barito Kuala.
- d. Sebelah selatan berbatasan dengan Kabupaten Banjar.

Berdasarkan kondisi, Kota Banjarmasin memiliki banyak anak sungai yang digunakan oleh masyarakat sebagai sarana transportasi selain jalur darat. Kota ini memiliki luas wilayah sebesar 72,00 km<sup>2</sup>, yang mencakup sekitar 0,19% dari total luas Provinsi Kalimantan Selatan, serta terdapat lima Kecamatan.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>Sumber Data dari Badan Pusat Statistik Kota Banjarmasin 2024, BPS Kota Banjarmasin Jl. Gatot Subroto No. 5 Banjarmasin.

## 2. Penduduk Kota Banjarmasin

Kota Banjarmasin terdiri dari lima kecamatan, sebagai berikut.

**Tabel 4.1 Jumlah Penduduk Kota Banjarmasin**

<b>Kecamatan</b>	<b>Penduduk</b>	<b>Laju Pertumbuhan (%)</b>
Banjarmasin Selatan	167.690	0,64
Banjarmasin Timur	124.869	0,36
Banjarmasin Barat	137.451	-0,47
Banjarmasin Tengah	90.412	-0,79
Banjarmasin Utara	155.493	0,91
<b>Banjarmasin</b>	<b>675.915</b>	<b>0,22</b>

Sumber. BPS Kota Banjarmasin 2024

Pada tahun 2023, rasio jenis kelamin di Kota Banjarmasin tercatat sebesar 99,92. Angka ini menunjukkan bahwa jumlah penduduk laki-laki sedikit lebih rendah dibandingkan dengan jumlah penduduk perempuan, meskipun selisihnya relatif kecil. Jika dilihat berdasarkan wilayah kecamatan, sekitar 24,81% dari total penduduk Kota Banjarmasin tinggal di Kecamatan Banjarmasin Selatan. Sementara itu, tingkat kepadatan penduduk tertinggi terdapat di Kecamatan Banjarmasin Tengah, yang mencapai angka 23.382,41 jiwa per kilometer persegi.<sup>2</sup>

**Tabel 4. 2 Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin**

<b>Kecamatan</b>	<b>Jenis Kelamin</b>		
	<b>Laki-laki</b>	<b>Perempuan</b>	<b>Jumlah</b>
Banjarmasin Selatan	84.729	82.961	167.690
Banjarmasin Timur	61.821	63.048	124.869
Banjarmasin Barat	68.871	68.580	137.451
Banjarmasin Tengah	44.849	45.563	90.412
Banjarmasin Utara	77.549	77.944	115.493
<b>Total</b>	<b>337.819</b>	<b>338.096</b>	<b>675.915</b>

Sumber: BPS Kota Banjarmasin 2024

<sup>2</sup>Data dari Badan Pusat Statistik Kota Banjarmasin 2024.

### 3. Kondisi Tren Busana di Kota Banjarmasin

Kota Banjarmasin sebagai pusat perdagangan dan jasa di Kalimantan memiliki peran penting dalam perkembangan tren busana. Keberadaan pasar, pusat perbelanjaan modern, hingga mal menjadi daya tarik tersendiri yang mendorong berkembangnya industri fesyen, termasuk busana muslimah.<sup>3</sup> Perkembangan fesyen di Banjarmasin selalu mengalami perubahan yang cukup pesat seiring pengaruh media massa, hiburan, bisnis, serta teknologi. Adapun melalui internet dan media sosial, masyarakat dapat langsung melihat perkembangan model busana dari berbagai belahan dunia, yang kemudian memengaruhi tren lokal di Banjarmasin. Salah satu bentuk pengaruh tersebut terlihat dari berkembangnya tren penggunaan kain Sasirangan, yang banyak diaplikasikan pada busana santai maupun acara formal, termasuk busana muslim seperti gamis, hijab, dan tunik. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Banjarmasin mampu memadukan unsur tradisional dengan tren modern sehingga busana yang dikenakan tetap relevan dan diminati oleh berbagai kalangan.<sup>4</sup>

Perkembangan tren ini tidak lepas dari peran media sosial seperti Instagram dan YouTube yang menjadi sarana utama penyebaran informasi, melalui platform tersebut, artis dan influencer mempromosikan berbagai produk fesyen, termasuk busana muslimah, yang kemudian memengaruhi gaya berpakaian masyarakat. Akibatnya, para muslimah, khususnya kalangan remaja dan ibu-ibu, seringkali melakukan pembelian busana tanpa perencanaan karena tergoda oleh promosi dan

---

<sup>3</sup>Badan Statistik Kota Banjarmasin, *Potret Ekonomi Kota Banjarmasin*, (Banjarmasin: CV. Karya Bintang Muslim, 2016), 25.

<sup>4</sup>Naufal Lisna Reisya (Echa), “Intip Tren Busana” dalam acara Ngobras di RRI Pro1 RRI Banjarmasin, Jum’at malam, 2 Agustus 2024.

tren yang ditampilkan. Kemudahan akses belanja daring melalui berbagai aplikasi juga semakin memperkuat pola konsumsi ini.<sup>5</sup>

Secara keseluruhan, perkembangan tren busana di Banjarmasin menunjukkan dinamika yang terus bergerak seiring masuknya pengaruh budaya populer dari luar daerah maupun luar negeri, contohnya seperti gaya Korea yang kini banyak diadopsi dalam desain busana, akan tetapi masyarakat Banjarmasin tetap berupaya mempertahankan identitas lokal melalui penggunaan kain Sasirangan sebagai ciri khas daerah. Perpaduan antara unsur budaya lokal dan tren global inilah yang menjadikan Banjarmasin memiliki potensi besar dalam industri fesyen, khususnya busana muslimah.<sup>6</sup>

## **B. Penyajian Data**

### **1. Profil Pengusaha Butik Banjarmasin**

Peneliti memilih 6 orang pengusaha butik, sebagai perwakilan yang produknya memiliki kepopuleran di Banjarmasin. Berikut ini beberapa pengusaha butik yang telah dipilih, yakni:

#### **a. Rizki Aprilia, Butik RA. Exclusive Syar'i**

Rizki Aprilia merupakan lulusan Pendidikan Sendratasik dari Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin. Beliau mengawali karier menjadi *reseller brand* Si.Se.Sa karena *brand* tersebut khusus memproduksi pakaian syar'i, kemudian pada tahun 2020 mendirikan *store* Si.Se.Sa dan diberi nama RA. Si.Se.Sa, berlokasi di Jalan Pramuka Km. 6, Pemurus Luar, Kota Banjarmasin. Menurut hasil riset, *Brand*

---

<sup>5</sup>Mufida Istati, *Antara Muslimah dan Tren Busana*, LP2M UIN Antasari Banjarmasin, 12 Juli 2019.

<sup>6</sup>Naufal Lisna Reisya (Echa), "Intip Tren Busana" dalam acara Ngobras di RRI Pro1 RRI Banjarmasin, Jum'at malam, 2 Agustus 2024.

Si.Se.Sa didirikan pada tahun 2011 oleh tiga bersaudara, yakni Siriz Tentani, Senaz Nasansia, Sansa Enandera, mereka bertiga anak dari desainer ternama Merry Pramono. *Brand* Si.Se.Sa berfokus pada pakaian muslimah yang sopan, trendi, namun tetap elegan, serta mempunyai komitmen dalam menjalankan usaha untuk tetap kreatif, inovatif, dan original. Nama merek yang digunakan adalah berdasarkan potongan dari nama Siriz, Senaz, Sansa. Warna dari logo yaitu violet, orange dan biru (**Si.Se.Sa.**) berasal dari warna-warna baju pernikahan mereka. Ketiga warna tersebut menjadi warna dasar dari identitas merek yang didirikan. Produk-produk dari *brand* Si.Se.Sa diketahui telah terkenal luas dan populer dalam industri *fashion* busana muslimah syar'i di Indonesia.<sup>7</sup>

Produk Si.Se.Sa yang tersedia di butik RA, yakni khimar, gamis, kaos kaki dan sajadah. Harga produk busana muslimah Si.Se.Sa diketahui bervariasi sekitar Rp 1.000.000,00 sampai Rp 4.000.000,00, oleh karena itu *owner* RA berinisiatif menciptakan produk busana syar'i hasil rancangannya sendiri, dengan harga yang terjangkau bagi kalangan menengah ke atas, sekitar kurang lebih Rp 500.000,00 untuk satu set lengkap busana muslimah, dengan tetap menjaga kualitas *exclusive* dan bahan yang nyaman digunakan untuk beribadah, karena biasanya dipesan konsumen untuk dipakai beribadah ke Mekkah, selain itu untuk ibu-ibu perkumpulan majelis. Adapun produk hasil rancangan tersebut diberi nama RA. Exclusive Syar'i, didirikan pada Februari 2022, semenjak saat itu RA. Si.Se.Sa merupakan butik gabungan RA. Exclusive Syar'i dan *Store* Si.Se.Sa. Butik ini

---

<sup>7</sup>Rizki Aprilia, wawancara pribadi dengan pengusaha butik RA, 2 Agustus 2023.

memiliki 15 karyawan dan menetapkan aturan bagi pekerja khusus wanita, seperti berpakaian syar'i dan wajib memakai kaos kaki.<sup>8</sup>

b. Zainah, Butik Zaina Hijab (*Elegant Muslim Wear*)

Zainah merupakan lulusan Pendidikan Bahasa Inggris dari Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin. Beliau memulai kariernya dengan mendirikan toko *online* saat masih kuliah. Pada tahun 2014, beliau membangun butik yang awalnya berlokasi di Jalan Sungai Bakung, Kabupaten Banjar, lalu berpindah ke lokasi yang lebih strategis di Jalan Veteran nomor 24, Sungai Lulut, Kota Banjarmasin. Adapun latar belakang mendirikan butik, dikarenakan saat itu maraknya penipuan *online shop*, jadi kebanyakan orang yang ingin membeli busana muslimah menanyakan lokasi butik *offline*. Butik Zaina Hijab hanya memproduksi gamis, kerudung dan set pakaian syar'i lainnya, butiknya tidak memproduksi seperti celana, rok, kemeja atau sejenis pakaian penggalan lainnya. Butik ini memiliki 1 orang karyawan dan 31 anggota *reseller* pada grub *whatsapp*. Butik ini memiliki aturan bagi pekerja, yakni: wajib mengenakan kerudung, berbusana baik dan sopan, serta menjaga sholat 5 waktu.<sup>9</sup>

c. Rima, Butik RJ.Iqrima

Rima merupakan lulusan Pendidikan Matematika dari Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin. Beliau merupakan pengusaha sekaligus perancang busana dan penjahit. Beliau memiliki bakat menjahit dan merancang busana semenjak masih sekolah di MAN 2 Model Banjarmasin, karena saat itu mengikuti

---

<sup>8</sup>Rizki Aprilia, wawancara pribadi, 2 Agustus 2023.

<sup>9</sup>Zainah, S.Pd, wawancara pribadi dengan pengusaha butik Zaina Hijab (*Elegant Muslim Wear*), 10 Agustus 2023.

kegiatan keterampilan tata busana, kemudian saat masih kuliah membuka jasa jahit, tetapi seiring banyaknya pelanggan, beliau memiliki inisiatif untuk memproduksi *fashion* muslimah dan aksesoris yang jumlahnya tidak banyak, minimal 3 dan maksimal 6 produk. *Fashion* muslimah yang dirancang bisa menyesuaikan dengan *request* konsumen, tetapi tetap memiliki aturan, seperti model tidak ketat dan tidak terbuka. Adapun nama butik RJ merupakan singkatan dari rumah jahit, sedangkan Iqrima merupakan gabungan dari nama Iqbal (suami) dan Rima. Butik RJ. Iqrima berdiri pada tahun 2016, awalnya bertempat di Sungai Lulut, Kabupaten Banjar, kemudian tahun 2018 berpindah lokasi di Jalan Kenanga 1, Rt. 001 nomor 37, Kelurahan Kebun Bunga, Kota Banjarmasin.<sup>10</sup>

d. Febriyanti Farida, Butik Eby D’Fashion

Febriyanti Farida merupakan lulusan Kedokteran dari Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin. Beliau adalah pengusaha butik Eby D’Fashion yang awalnya mendirikan *online shop* bernama *Eby Collection*, pada tahun 2010. *Eby Collection* mulanya menjual bros buatan tangan sendiri dan memproduksi beberapa jenis pakaian dengan sistem *pre-order* barang, semakin meningkatnya pemasaran pada tahun 2014, *owner* Eby mendirikan sebuah butik *offline* dan mengganti nama menjadi Eby D’Fashion, pengambilan nama “Eby” merupakan nama panggilan *owner* Febriyanti, sedangkan “D’Fashion” dianggap agar mudah diingat dan unik, untuk mencerminkan identitas butik. Butik pusat Eby D’Fashion di Jalan Cemara Raya, Sungai Miai, Kota Banjarmasin, sedangkan cabangnya di Jalan Ahmad Yani Km. 4,5 nomor 1 samping Cafe Artisan.

---

<sup>10</sup>Rima, S. Pd, wawancara pribadi dengan pengusaha butik RJ.Iqrima, 15 Agustus 2023.

Butik Eby D'Fashion tidak hanya berfokus pada penjualan pakaian, tetapi juga menyediakan berbagai aksesoris muslimah seperti khimar, pashmina, kerudung, dan banyak lagi. Berkat dedikasi dan promosi yang gigih, Eby D'Fashion berhasil memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan keaktifan secara online melalui media sosial dengan ribuan pengikut. Butik Eby mempunyai visi untuk menjadi butik pakaian muslimah terkemuka, sedangkan misinya untuk memberikan layanan terbaik dan menyediakan produk yang menjadi tren modern. Eby D'Fashion mengutamakan kepuasan pelanggan dan kualitas produk yang tinggi. Prinsip bisnis yang dipegang teguh berlandaskan pada nilai-nilai keislaman, menjadikan butik ini bukan hanya tempat berbelanja, tetapi juga tempat yang menerapkan nilai-nilai moral yang tinggi. Motivasi dari pemilik butik ini adalah keyakinan bahwa berbisnis adalah salah satu pintu rejeki yang diridhoi Allah, dan setiap keuntungan yang diperoleh haruslah dibarengi dengan amal dan kebaikan, seperti berzakat dan bersedekah, sebagai bentuk pengabdian dan penjagaan terhadap harta yang diberikan.

e. Hida Hasan, Butik Hida Hasan atau HH cabang Banjarmasin

Hida Hasan merupakan lulusan sarjana dari Fakultas Teknik, Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin. Beliau merupakan pengusaha dan desainer ternama asal Banjarmasin, Kalimantan Selatan, yang merek brand bisnisnya terkenal di Jakarta. Menurut Hida Hasan melalui Instagramnya @hidahasan.id mengungkapkan:

“Lahirnya bisnis Hijab terinspirasi dari nama sendiri bernama “HIDAHASAN” yang pertama di rilis pada tanggal 11 Nopember 2016. Awal mulanya saya berbisnis hijab ini ketika saya memulai hijrah pada 2015 setelah ibadah umroh dengan keluarga besar. Saat itu begitu susahny



mencari Scarves (hijab) yang nyaman dan cocok dengan gaya saya. Saya mesti membeli *brand* ternama yang mengeluarkan scarves hanya untuk di pakai daily. Dan pada akhirnya ketika itu saya berpikir untuk membangun bisnis hijab sendiri yang unik dan berkualitas.”<sup>11</sup>

Keputusan untuk membuka bisnis hijab tidak hanya dipengaruhi oleh kesulitan yang *owner* Hida alami ketika proses hijrah, tetap membuat hijab juga merupakan hobinya, setiap desain hijab scarf yang dirilis langsung berasal dari ide kreatif dari *owner* Hida Hasan, kemudian dikerjakan oleh timnya. *Brand* dari Hida Hasan semakin berkembang sehingga tidak hanya hijab scarf saja, tetapi memiliki sejumlah varian produk, seperti segi empat (*square*), hijab instan, hijab pasmina, *prayer set* (mukena), gamis dan juga aksesoris seperti bros, pin *magnetic* untuk di hijab itu sendiri. Pada 27 Januari 2023, Hida Hasan membuka *offline store* pertama di Banjarmasin berlokasi di Duta Mall lantai 3, blok F nomor 6, Jalan Ahmad Yani Km. 2, sedangkan Hida Hasan *official* di Jalan Banjar Indah Permai IV nomor 183, Pemurus Dalam, Kecamatan Banjarmasin Selatan.<sup>12</sup>

f. Vivi Zubedi, Butik Vivizubedi atau VZ cabang Banjarmasin

Filza Mar'i Isa az-Zubedi, SE adalah seorang pengusaha sekaligus desainer *fashion* wanita Muslim ternama di Indonesia, terkenal dengan nama panggung Vivi Zubedi. Beliau merupakan istri dari Wali Kota Banjarbaru, Kalimantan Selatan. Vivi Zubedi merupakan lulusan sarjana Ekonomi dari Universitas Sumatera Utara, Medan. Vivi Zubedi dulu adalah seorang akuntan, tetapi dia juga merasa memiliki *passion* di dunia desain, karena sejak kecil sudah senang dengan kerajinan tangan. Pada saat SMP, Vivi biasa menjahit dan merombak baju atau memperbaharui gaya

---

<sup>11</sup>Hida Hasan, melalui akun Instagramnya @hidahasan.id yang di *upload* pada 11 November 2020, diakses pada 25 Agustus 2023.

<sup>12</sup>NN, karyawan butik Hidahasan, Duta Mall lantai 3 F-006 Banjarmasin, 20 Agustus 2023.

baju agar bisa dipakai kembali, setelah dewasa Vivi berlatih membuat baju dan mengikuti les desain. Vivi kemudian berinisiatif untuk membuat *brand fashion* sendiri yang fokus pada pakaian muslimah seperti abaya modifikasi, karena saat itu di Indonesia belum ada yang memproduksi abaya arab *brand* Indonesia. Pada 2011, Vivi beralih profesi sebagai akuntan menjadi seorang *fashion* desainer, adapun Vivi merasa ilmu akuntansi yang dipelajarinya ternyata sangat berguna dalam membangun bisnis *fashion* busana muslimah. Busana muslimah karya Vivi Zubedi adalah “Abaya Modifikasi”, merupakan salah satu produk unggulan dari koleksi Vivi Zubedi, dan berhasil terjun ke pagelaran lokal maupun internasional.<sup>13</sup> Produk VZ yang dikembangkan sekarang tidak hanya berupa pakaian, tetapi juga tas, sepatu, aksesoris, serta perlengkapan ibadah seperti mukena dan sajadah juga menjadi bagian dari koleksi VZ. Posisi merek VZ telah diakui sebagai salah satu pelopor busana muslim yang berhasil terjun ke pagelaran internasional. Adapun setelah 10 tahun berkarya di industri *modest fashion*, Vivi Zubedi berhasil membentuk identitas merek yang kuat, dengan meluncurkan monogram seperti tulisan “VZ” pada setiap produknya.<sup>14</sup>

Produk *brand* Vivi Zubedi atau VZ telah mencapai pasar internasional, termasuk Australia, Riyadh, Dubai, dan Afrika Selatan, serta tersebar di berbagai wilayah di Indonesia, salah satunya di Banjarmasin yang berlokasi di lantai 3, blok. F nomor 16 Duta Mall, Jalan Ahmad Yani Km. 2, Banjarmasin. Lokasi tersebut merupakan salah satu dari banyak titik distribusi produk Vivi Zubedi, yang

---

<sup>13</sup>Vivi Zubedi, dalam video “Cerita Ikhlas Vivi Zubedi #ZALORAMADAN2018”, (Sumber: Zalora Youtube Channel, diunggah 1 Mei 2018), diakses 10 Agustus 2023.

<sup>14</sup>Vivi Mar’i Zubedi, “Tentang Kami”, Vivi Zubedi Official Webstore (vivizubedi.com), diakses pada 4 Mei 2025.

memberikan akses mudah bagi penggemar busana muslimah di Banjarmasin dan sekitarnya.<sup>15</sup>

## 2. Budaya Populer dalam Tren Busana Muslimah di Kalangan Pengusaha Butik di Banjarmasin

Pada pembahasan bagian ini, disajikan hasil penelitian yang mencakup pemahaman pengusaha butik terhadap konsep budaya populer dalam konteks busana muslimah, bentuk-bentuk budaya populer dan peran media populer dalam tren busana muslimah, motivasi para pengusaha dalam tren busana muslimah, serta citra dan identitas Muslimah dalam budaya populer. Adapun data diperoleh melalui observasi langsung, dokumentasi media sosial, serta wawancara dengan beberapa pemilik butik muslimah di wilayah Banjarmasin, sebagai berikut.

### a. Pemahaman tentang Budaya Populer dalam Konteks Busana Muslimah

Pengusaha butik memahami budaya populer sebagai arus tren yang berkembang di sekitar mereka. Berikut beberapa hasil wawancara dengan pengusaha butik di Banjarmasin, yakni:

Berdasarkan hasil wawancara dengan pengusaha butik RA mengatakan bahwa:

“Menurutku, budaya populer tuh semacam tren-tren yang sering muncul di sosmed, seperti gaya baju, warna, atau cara berhijab yang lagi viral. Nah, seperti produk dari Si.Se.Sa ni kan merupakan produk populer dengan ciri khas kesyar’iannya. Kaka tuh terinspirasi dari Sisesa yang memunculkan tren busana syar’i, oleh karna itu kaka bikin produk RA yang sesuai dengan gaya kaka sendiri dan pilihan warna populer yang biasa orang suka pakai, salah satu contohnya warna hitam dan warna pastel. Alhamdulillah produk dari RA dan Si.Se.Sa banyak yang sukai dan diminati di kalangan menengah atas.”<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup>Pengamatan Langsung di Butik “VIVIZUBEDI”, di lantai 3, blok. F nomor 16 Duta Mall, Jalan Ahmad Yani Km. 2, Banjarmasin, pada 8 Agustus 2023.

<sup>16</sup>Rizki Aprilia, S.Pd, pengusaha butik RA, wawancara pribadi, 2 Agustus 2023.

Pengusaha butik RA memahami budaya populer sebagai tren yang berkembang di media sosial, seperti gaya berpakaian, pilihan warna, dan cara berhijab yang banyak diikuti masyarakat. Beliau melihat bahwa produk Si.Se.Sa, dengan ciri khas busana syar'i, telah menjadi bagian dari budaya populer karena banyak diminati dan terkenal, bukan hanya di Indonesia saja, tetapi sampai luar negeri. Terinspirasi dari kesuksesan Si.Se.Sa, beliau menciptakan produk RA yang mencerminkan gaya pribadinya, meskipun mengikuti tren warna yang sedang populer, beliau tetap mempertahankan prinsip kesederhanaan dan kesopanan dalam desain busananya, serta ingin menunjukkan bahwa busana muslimah syar'i bisa tetap relevan dengan budaya populer, tanpa harus mengorbankan nilai-nilai keislaman. Produk RA dan Si.Se.Sa pun berhasil menarik perhatian pasar, khususnya di kalangan menengah ke atas.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pengusaha butik Zaina Hijab, beliau mengatakan:

“Menurut ulun, budaya populer itu hal-hal yang lagi rame di sosmed, banyak dipengaruhi selebgram dan artis, tandanya itu muncul beragam model baju Muslimah, model hijab, atau bisa juga desain rancangan busana yang banyak ditiru dan disukai orang. Tapi kalaunya ulun kada semua diikuti, karena ulun ingin tetap jaga prinsip berpakaian muslimah yang menutup aurat.”<sup>17</sup>

Pengusaha butik Zaina Hijab memahami budaya populer sebagai tren yang berkembang di media sosial dan dipengaruhi oleh selebgram serta artis, yang ditandai dengan munculnya berbagai model busana muslimah dan hijab yang banyak ditiru serta disukai masyarakat. Beliau menyadari bahwa, budaya populer membawa banyak tren baru dalam dunia *fashion* muslimah, tapi tidak semuanya

---

<sup>17</sup>Zainah, S.Pd, pengusaha butik Zaina Hijab, wawancara pribadi, 10 Agustus 2023.

harus diikuti, sebab prinsip berpakaian muslimah yang menutup aurat tetap menjadi prioritas dalam setiap rancangan busana muslimah.

Sedangkan melalui berbagai pengamatan melalui media social, pengusaha butik Eby D'Fashion memahami budaya populer sebagai tren yang berkembang melalui media sosial. Beliau melihat budaya populer sebagai sesuatu yang positif jika digunakan secara bijak. Tren yang berkembang di media sosial dapat menjadi peluang usaha, serta inspirasi dalam merancang busana muslimah yang modis, namun tetap menjaga batasan aurat.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pengusaha butik RJIqrima, beliau mengatakan:

“Menurut ulun, budaya populer itu macam gaya busana muslimah yang sering muncul di Instagram atau TikTok. Kadang bagus juga kelihatannya, tapi kaka kada semua ikut. Karena kaka pikir, busana muslimah itu tetap harus sopan dan longgar, jangan yang ketat-ketat. Kaka sebenarnya senang kalau ada muncul tren baru, bisa jadi ide jua buat desain. Tapi kaka olah lagi supaya sesuai dengan prinsip muslimah. Jadi baju yang dibuat itu terlihat sopan dan tertutup sesuai versi kaka.”<sup>18</sup>

Pernyataan di atas menunjukkan bahwa pengusaha butik RJIqrima tidak menolak kehadiran budaya populer, tetapi memilih untuk menyaringnya agar tetap sesuai dengan prinsip busana muslimah. Menurut beliau, tren yang muncul di media sosial bisa menjadi inspirasi desain, namun harus diolah kembali agar tetap sopan dan menutup aurat.

#### b. Bentuk Budaya Populer dan Peran Media dalam Busana Muslimah

Budaya populer dalam dunia busana muslimah terlihat dari cara para pengusaha butik memadukan nilai-nilai religius dengan tren yang sedang

---

<sup>18</sup>Rima, S. Pd, Pengusaha butik RJIqrima, wawancara pribadi, 15 Agustus 2023.

berkembang. Media sosial menjadi alat utama untuk memperkenalkan produk, membangun citra merek, dan menjangkau konsumen secara luas. Adapun bentuk dan media yang ditampilkan masing-masing pengusaha butik, sebagai berikut.

Pengusaha butik RA, mengatakan:

“Wujud tren yang ditampilkan seperti mengadopsi tren syar’i, contohnya di butik ini, paling banyak peminatnya dan paling populer dikalangan konsumen adalah Abaya. Kemudian, penggunaan media sosial, di Instagram dan TikTok, dengan aktif live ig dan tiktok, membuat konten, mengendorse figur publik, seperti salah satunya Citra Kirana yang mempopulerkan busana muslimah dan membangun citra *brand*.”<sup>19</sup>

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat dipahami bahwa butik RA Exclusive Syar’i dan Si.Se.Sa mengadopsi tren busana syar’i yang paling diminati konsumen, seperti abaya. Mereka aktif menggunakan Instagram dan TikTok melalui fitur siaran langsung, konten kreatif, serta endorsement figur publik, seperti Citra Kirana untuk memperkuat citra merek.<sup>20</sup>

Pengusaha butik Zaina Hijab, mengatakan:

“Butik ini menampilkan busana-busana bergaya syar’i. Kaka liat zaman sekarang kan tren bukan hanya tren busana umum saja, tren busana syar’i ada juga, dan kaka berusaha menampilkan sesuai syari’at agama, seperti di sini tidak memproduksi celana atau pakaian penggalan lainnya.”<sup>21</sup>

Beliau juga menambahkan:

“Media yang sering di pakai whatsapp grub dan instagram, di ig pernah juga dipromosikan oleh Hj. Wasilah (Istri Wali Kota Banjarmasin), melalui akun ig beliau, beliau men tag Instagram dari Zaina Hijab.”<sup>22</sup>

---

<sup>19</sup>Rizki Aprilia, S.Pd, Pengusaha butik RA.Si.Se.Sa, wawancara pribadi, 2 Agustus 2023.

<sup>20</sup>Rizki Aprilia, S.Pd, wawancara pribadi, 2 Agustus 2023.

<sup>21</sup>Zainah, S.Pd, Pengusaha butik Zaina Hijab, Wawancara pribadi, 10 Agustus 2023.

<sup>22</sup>Zainah, S.Pd, wawancara pribadi, 10 Agustus 2023.

Berdasarkan data hasil wawancara di atas, dapat dipahami Zaina Hijab menampilkan busana syar'i yang dirancang sesuai prinsip syariat, dengan menghindari produksi pakaian yang tidak menutup aurat. Media promosi yang digunakan meliputi WhatsApp grup dan Instagram, termasuk dukungan dari tokoh publik seperti Hj. Wasilah, istri Wali Kota Banjarmasin, yang pernah mempromosikan butik ini melalui akun pribadinya.<sup>23</sup>

Pengusaha butik Iqrima mengatakan:

“Sering membuat busana yang memadukan dengan kain sasirangan. Karna kan sasirangan adalah kain yang populer bukan hanya di KalSel saja, di tingkat nasional pun kain ini dikenal sebagai ciri khas Banjar, sedangkan media yang digunakan Instagram dan WA, dan melalui medsos ig dan wa itulah, menampilkan testimoni pelanggan, dari sana cara kaka mempopulerkan busana.”<sup>24</sup>

Berdasarkan hasil wawancara di atas, Iqrima memadukan kain tradisional sasirangan dalam desain busana muslimah sebagai bentuk pelestarian budaya lokal. Instagram dan WhatsApp digunakan untuk menampilkan testimoni pelanggan dan memperkenalkan produk secara luas.<sup>25</sup>

Adapun bentuk budaya populer yang ditampilkan oleh Eby D'Fashion tampak jelas dalam strategi desain dan promosi mereka. Berdasarkan wawancara dan pengamatan terhadap akun Instagram dan TikTok @ebydfashion, butik ini aktif live di Instagram dan TikTok untuk mempromosikan koleksinya, serta berinteraksi langsung dengan pengikutnya, selain itu, aktif menampilkan konten *OOTD (Outfit of The Day)* yang menyesuaikan dengan tren masa kini, meluncurkan koleksi tematik atau meluncurkan berbagai series koleksi. Koleksi busana yang ditawarkan

---

<sup>23</sup>Zainah, S.Pd, wawancara pribadi, 10 Agustus 2023.

<sup>24</sup>Rima, S. Pd, Pengusaha butik RJ.Iqrima, wawancara pribadi, 15 Agustus 2023.

<sup>25</sup>Rima, S. Pd, wawancara pribadi, 15 Agustus 2023.

sangat bervariasi, mencakup pilihan untuk anak muda maupun orang tua, dengan desain yang tetap sopan dan *fashionable*. Media sosial digunakan sebagai sarana promosi utama untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan membangun citra *brand*.<sup>26</sup>

Hida Hasan juga menampilkan wujud budaya populer, yakni berdasarkan hasil pengamatan terhadap Instagram @hidahasan.id @hidahasan.banjarmasin, Hida Hasan menampilkan bentuk budaya populer dalam busana muslimah melalui desain gamis yang memadukan kain tradisional sasirangan. Beliau juga menyesuaikan dengan tren bahan dalam merancang busana, misalnya kain shimmer. Koleksi busana dirilis dalam bentuk series sesuai tema, dan dipopulerkan melalui *fashion show*, dukungan figur publik, serta melalui media sosial Instagram, TikTok dan e-commerce dimanfaatkan Hida Hasan sebagai saluran utama distribusi dan promosi, memperkuat citra busana muslimah yang modis dan religius.<sup>27</sup>

Vivi Zubedi juga melakukan hal serupa, berdasarkan beberapa hasil pengamatan peneliti terhadap media sosial, seperti instagram, tiktok maupun situs webstore resmi Vivi Zubedi, ditemukan bahwa, beliau secara konsisten menampilkan wujud budaya populer dalam busana muslimah melalui rancangan, yang disebut Vivi sebagai “Abaya Modifikasi”, yaitu bentuk pengembangan dari abaya tradisional Arab berwarna hitam yang panjang dan longgar, menjadi busana yang lebih modern dan kreatif.<sup>28</sup> Vivi Zubedi juga aktif mengikuti *fashion show* internasional, memperkenalkan identitas muslimah Indonesia ke panggung dunia,

---

<sup>26</sup>Pengamatan melalui Instagram dan TikTok @ebydfashion, 25 Agustus 2023.

<sup>27</sup>Pengamatan melalui instagram @hidahasan.id, 1 Mei 2024.

<sup>28</sup>Pengamatan melalui Instagram dan TikTok @vivizubedi dan Official Webstore (vivizubedi.com), diakses pada 4 Mei 2025.



seperti yang disampaikan Vivi Zubedi melalui channel youtube Q&A Metro TV tentang Q&A: Gaya Raya (2/4) Vivi Zubedi, mengatakan bahwa:

“Begitu kita ada di *modest fashion*, di New York *fashion week*, saat itu saya memang sendiri, antusiasnya tinggi banget ya, jadi pada saat saya melakukan show, undangan yang dikeluarkan 500 yang datang 1000. Waktu itu yang datang miss Universe dan beberapa artis selebriti hollywood juga yang hadir diacara saya itu, dan waktu itu kebetulan habis saya show itu ada lagi launching film Black Panther, nah itu baju kita ada dipinjem oleh staylist Black Panther, untuk acara launching film tersebut, jadi memang sebenarnya antusiasme negara luar terhadap *modest fashion* itu tinggi, mereka tidak perlu pakai kerudung, tapi bisa dipakai. Jadi, memang Ketika melakukan show di luar itu beberapa kali, dan itu namanya branding ya, kita memperkenalkan produk kita, memang demand (permintaan produk) tinggi sekali.”<sup>29</sup>

Berdasarkan hasil pengamatan melalui akun Instagram resmi @vivizubedi, Vivi Zubedi memiliki butik bukan hanya ada di Banjarmasin, tetapi juga ada Jakarta, Samarinda, Aceh, Medan, Bukittinggi, Padang, Pekanbaru, Jambi, Lampung, Palembang, Sungai Penuh, Yogyakarta, Makassar, Banjarbaru, Kendari, Bandung, Surabaya,<sup>30</sup> selain itu, memanfaatkan berbagai media sosial seperti Instagram dan TikTok untuk membangun citra merek. Kehadiran webstore khusus vivizubedi.com juga memperkuat strategi digitalnya dalam menjangkau pasar global dan memperluas pengaruh budaya populer dalam *modest fashion*.<sup>31</sup>

#### c. Motivasi Pengusaha Butik di Banjarmasin dalam Tren Busana Muslimah

Motivasi merupakan kekuatan yang mendorong individu untuk melakukan tindakan guna mencapai tujuan, di dalam motivasi juga terkandung adanya

---

<sup>29</sup>Q&A Metro TV, Wawancara dengan Vivi Zubedi tentang Gaya Raya Jenara dan Vivi Zubedi, melalui channel youtube <https://youtu.be/SbSsShvHJM0?si=-d5ncGbOZHIEIfXT>, diakses 1 Mei 2024.

<sup>30</sup>Pengamatan melalui akun resmi @vivizubedi, 1 Mei 2024.

<sup>31</sup>Pengamatan melalui TikTok, Instagram @vivizubedi, dan Official Webstore (vivizubedi.com), diakses pada 4 Mei 2025.

keinginan mengaktifkan, menggerakkan, menyalurkan, mengarahkan sikap dan perilaku individu,<sup>32</sup> sedangkan pengusaha butik yang dipilih adalah pengusaha butik yang membuat trennya sendiri dalam produk busana muslimah, meskipun memiliki variasi dalam gaya desain, serta memiliki ciri khas masing-masing, tetapi mereka memiliki kesamaan dalam menerapkan nilai-nilai Islam pada tren busana muslimah. Adapun motivasi pengusaha butik dalam membuat tren busana muslimah, yakni:

#### 1) Berdasarkan Inspirasi dari Al-Qur'an

Pengusaha butik percaya bahwa ajaran yang terkandung dalam Al-Qur'an, memberikan pedoman yang jelas tentang bagaimana seorang muslimah seharusnya berpakaian. Sebagaimana hasil wawancara dengan pengusaha butik Zainah, mengatakan bahwa:

“Motivasi ulun dalam membuat tren syar’i pada busana muslimah, terinspirasi dari QS. Al-Ahzab ayat 59, tentang perintah Allah kepada wanita-wanita Muslimah, agar menutup aurat dengan mengulurkan jilbabnya untuk menutupi tubuh. Makna ayat itulah, yang juga memotivasi diri ulun pribadi, agar istiqomah dalam berpakaian syar’i. Butik ini tidak memproduksi celana, rok, kemeja dan pakaian penggalan lainnya, karena ingin konsisten menjaga nilai-nilai Islam dalam tren busana muslimah, yang dapat mencerminkan etika dalam berpakaian seperti menutup aurat dengan sempurna, dengan desain tidak ketat agar memberikan kenyamanan, serta menciptakan penampilan yang anggun dan menutup aurat dengan baik. Penting bagi ulun untuk memastikan kesopanan dalam busana dengan memilih detail bahan seperti katun, linen, wolvis, maxmara, cringle dan jersey yang memberikan penutupan yang baik dan tidak tembus pandang.”<sup>33</sup>

#### 2) Berdasarkan Keinginan untuk Memenuhi Kebutuhan Pasar

---

<sup>32</sup>Raja Maruli Tua Sitorus, *Pengaruh Motivasi Kerja Antarpribadi Pimpinan Terhadap Motivasi Kerja*, (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2020), 56.

<sup>33</sup>Zainah, S.Pd, Pengusaha butik Zaina Hijab, wawancara pribadi, 10 Agustus 2023.

Berdasarkan hasil wawancara dengan satu pengusaha butik, yakni Rizki Aprilia, beliau mengatakan:

“Busana muslimah ini kan telah menjadi tren di Indonesia, dan dari riset pasar yang kaka lakukan, tren terkini orang-orang menyukai abaya, karena abaya bisa dipadukan bukan hanya memakai jilbab syar’i saja, tetapi juga bisa dipadukan dengan memakai jilbab biasa atau tidak syar’i. Kaka juga menemukan bahwa banyak pelanggan mencari busana yang tidak hanya modis, tetapi juga sesuai dengan nilai-nilai Islam, seperti dalam pemilihan warna pada desain busana, sering menggunakan warna hitam, putih, krem, abu-abu, *beige* dan warna-warna *pastel*. Warna tersebut banyak disukai kalangan muslimah karena nuansanya *netral* (alami) dan tidak mencolok, oleh karena itu, kaka merasa terdorong untuk memenuhi kebutuhan pasar, dengan membuat tren mode syar’i terkini dengan warna yang populer, pemilihan bahan berkualitas, nyaman dipakai untuk sehari-hari, desain yang menutup aurat, tidak membentuk lekuk tubuh, tidak transparan, serta dalam pemilihan warna-warna *netral*. Kaka yakin dapat memberikan solusi yang sesuai dengan harapan konsumen dan membangun kepercayaan dalam industri *fashion* muslimah, dengan menghadirkan *fashion* yang sesuai dengan syari’at Islam.”<sup>34</sup>

Beliau juga menambahkan keterangan mengenai busana muslimah brand Si.Se.Sa, yakni:

“Si.Se.Sa ini merek populer di Indonesia, di butik ini khimarnya menjadi primadona dalam penjualan, dan diakui oleh pelanggan setia Si.Se.Sa sebagai kerudung paling nyaman dan paling sesuai membingkai wajah, dan setiap produk busana muslimahnya ada batu kristal Swarovski asli, sebagai aksesoris tambahan diseluruh koleksi, yang bertujuan untuk menampilkan kesan pakaian mewah.”<sup>35</sup>

Pengusaha butik Eby juga melakukan hal yang serupa, berdasarkan hasil wawancara beliau mengatakan:

“Kami melihat sekarang banyak muslimah yang ingin tampil sopan tapi tetap *fashionable*. Jadi kami berusaha menyediakan baju yang bisa dipakai oleh semua kalangan, dari anak muda sampai orang tua, dengan desain yang mengikuti tren masa kini.”<sup>36</sup>

---

<sup>34</sup>Rizki Aprilia, S.Pd, Pengusaha butik RA.Si.Se.Sa, wawancara pribadi pada 2 Agustus 2023.

<sup>35</sup>Rizki Aprilia, S.Pd, wawancara pribadi pada 2 Agustus 2023.

<sup>36</sup>Febriyanti Farida, wawancara *online* melalui whatsapp, 25 Agustus 2023.

*Owner* Eby juga menekankan pentingnya variasi produk dan kenyamanan dalam berbusana sebagai bagian dari strategi untuk memenuhi selera konsumen. Selain itu, harga yang terjangkau menjadi pertimbangan penting agar produk dapat diakses oleh berbagai lapisan masyarakat, seperti berdasarkan hasil wawancara dengan *Owner* Eby, mengatakan:

“Kami selalu berusaha menyediakan pilihan yang beragam, baik dari segi model maupun warna. Tapi yang paling penting, kualitas tetap dijaga dan harganya terjangkau.”<sup>37</sup>

Pengusaha butik Vivi Zubedi melakukan hal yang sama, berdasarkan hasil pengamatan, dalam motivasinya menciptakan tren busana muslimah, yakni untuk mencapai pasar Internasional, melalui panggung *Modest Fashion Week*, seperti yang disampaikan Vivi Zubedi melalui channel youtube Q&A Metro TV tentang Q&A: Gaya Raya (3/4) Vivi Zubedi, mengatakan bahwa:

“Saya pikir, kalau saya, jujur, saya mau mencakup pasar luar. Sebenarnya, ini juga tergantung setiap *company*-nya, setiap *brand*-nya maunya ke mana. Kalau ingin ke *Modest Fashion* memang kebanyakan para desainer senang banget *fashion show* di luar karena memang pengen *brand* ini supaya pas datang ke Indonesia, mereka bisa ambil market Indonesia.”<sup>38</sup>

Vivi Zubedi juga menambahkan bahwa:

“Menurut saya, definisi khusus Busana muslimah adalah menutupi sesuai syariat, apapun bahan dan desainnya.”<sup>39</sup>

Berdasarkan hasil pengamatan, Vivi Zubedi berhasil menjadikan busana muslimah *brand* VZ menjadi *trendsetter*, meskipun *brand* VZ sudah masuk pada

---

<sup>37</sup>Febriyanti Farida, wawancara *online* melalui whatsapp, 25 Agustus 2023.

<sup>38</sup>Q&A Metro TV, Wawancara dengan Vivi Zubedi tentang Gaya Raya Jenara dan Vivi Zubedi, melalui Channel Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=Wm5tGcOcIcQ>, diakses 1 Mei 2024.

<sup>39</sup>Q&A Metro TV, Wawancara dengan Vivi Zubedi tentang Gaya Raya Jenara dan Vivi Zubedi, melalui Channel Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=Wm5tGcOcIcQ>, diakses 1 Mei 2024.

*fashion* internasional, Vivi Zubedi tetap mempertahankan syari'at sebagai poin penting yang ditampilkan melalui busana hasil rancangannya. Adapun Vivi Zubedi juga menuturkan alasannya dalam menciptakan busana muslimah, dia mengatakan bahwa:

“Saya memang dari kecil sudah tertarik dan suka dengan hal-hal yang berbau kerajinan tangan, dan dari situ saya merasa itu adalah *passion* saya. Abaya modifikasi bisa dikatakan salah satu produk unggulan Vivi Zubedi, dan sesuai dengan *style* saya, memang butuh perjuangan dan keikhlasan yang penuh untuk saya bisa memperkenalkan abaya ini, bukan hanya di pagelaran lokal, tapi juga sampai ke internasional, dan alhamdulillahnya saya merasa dari keikhlasan itu, abaya modifikasi itu justru menjadi tren di dalam *fashion*.”<sup>40</sup>

Vivi Zubedi juga memiliki misi untuk mengembangkan *modest fashion* Indonesia ke tingkat internasional, dengan menjadikan *brand* VZ sebagai simbol kemewahan yang tetap terjangkau di pasar global, kemudian diwujudkan melalui komitmen terhadap kualitas desain, pelestarian budaya lokal, serta penyelarasan dengan selera global yang terus berkembang, sebagai upaya memenuhi kebutuhan konsumen internasional.<sup>41</sup>

### 3) Berdasarkan Nilai-nilai Keislaman

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan motivasi Eby D'Fashion dalam mengembangkan tren busana muslimah didasarkan pada nilai-nilai keislaman. Busana muslimah yang dipopulerkan bukan hanya bertujuan untuk bisnis dan mencari keuntungan duniawi, melainkan sebagai bentuk ibadah dan tanggung

---

<sup>40</sup>Vivi Zubedi, “Cerita Ikhlas Vivi Zubedi”, melalui Channel Youtube @Zalora, <https://m.youtube.com/watch?v=yVan20CMbQs>, diakses 1 Mei 2024.

<sup>41</sup>Tempo.co, “Vivi Zubedi Tampilkan Koleksi Ready to Wear di NYFW 2019”, dalam keterangan tertulis Vivi Zubedi yang diupload melalui <https://www.tempo.co/>, diakses pada 1 Mei 2024.

jawab spiritual, sesuai hasil wawancara dengan pengusaha butik Eby D'Fashion, mengatakan:

“Dalam tren busana muslimah ini, motivasinya bukan hanya bisnis dan untuk mencari keuntungan dunia, tapi juga sebagai bentuk ibadah dan cara untuk mendekatkan diri kepada Allah. Kaka meyakini bahwa setiap aktivitas kita, termasuk berjualan, akan dipertanggung jawabkan di akhirat. Menurut kaka, dari hasil jualan tersebut dapat mendekatkan diri kepada Allah, dengan sedekah dan berzakat untuk membersihkan harta kita dari yang bukan hak. Kaka juga selalu menekankan kepada karyawan agar sholat 5 waktunya di jaga, menutup aurat dan bekerja dengan jujur.”

*Owner* Eby juga menekankan pentingnya kejujuran dalam setiap aspek usaha, baik dalam hubungan dengan konsumen maupun dalam pelaporan keuangan internal. Hal ini menjadi prinsip utama yang diterapkan kepada seluruh karyawan.

“Kalau ada barang yang cacat, kami tidak sembunyikan. Kami beri tahu konsumen dan beri pilihan, mau tetap beli dengan potongan harga atau tidak. Begitu juga saat setor hasil penjualan, saya minta karyawan jujur karena semua itu bukan hanya urusan bisnis, tapi juga urusan akhirat.”<sup>42</sup>

#### 4) Berdasarkan Syiar Agama

Berdasarkan hasil penelitian, secara umum motivasi pengusaha butik berasal dari keinginan untuk menyebarkan nilai-nilai positif tentang Islam (syiar agama), serta memperkuat identitas muslimah melalui busana muslimah yang mereka tampilkan.

Berdasarkan hasil wawancara pengusaha butik Iqrima, mengatakan:

“Menerapkan nilai-nilai Islam dalam merancang busana Muslimah, merupakan motivasi dan cara kaka untuk menyebarkan syiar agama melalui keahlian yang dimiliki, kaka bersyukur dan percaya bahwa setiap desain yang dibuat tidak hanya mencerminkan keindahan visual, tetapi juga mengandung moral dan etika berpakaian sesuai dengan ajaran Islam.”<sup>43</sup>

---

<sup>42</sup>Febriyanti Farida, wawancara *online*, 25 Agustus 2023.

<sup>43</sup>Rima, S. Pd, Pengusaha butik RJ.Iqrima, wawancara pribadi, 15 Agustus 2023.

Pengusaha butik RA juga menyatakan, bahwa motivasi utama dalam merancang dan memasarkan busana muslimah berasal dari dorongan pribadi untuk menjadikan pakaian sebagai media syiar agama. Beliau mengatakan:

“Penerapan nilai-nilai Islam dalam busana muslimah juga motivasi yang berawal dari diri sendiri, dan senang membuat busana syar’i, karna sesuai dengan pakaian yang ulun pakai sehari-hari, secara tidak langsung itu syiar agama untuk memperkenalkan nilai-nilai Islam, seperti menutup aurat dengan sempurna. Kaka percaya bahwa melalui busana, kita bisa menyampaikan pesan dakwah. Jadi tren yang dibuat bukan hanya soal gaya, tapi juga syiar. Kaka ingin membantu muslimah merasa percaya diri dengan pakaian yang sesuai ajaran Islam”<sup>44</sup>

Pengusaha butik RA menjelaskan bahwa, melalui *brand* RA. Exclusive Syar’i, beliau ingin menghadirkan busana yang tidak hanya memenuhi standar syar’i, tetapi juga memiliki estetika yang elegan dan sederhana. Ciri khas desainnya meliputi detail pemanis seperti lipatan kecil, renda, pita, kancing berwarna emas, mutiara, dan manik-manik lainnya, kemudian ada fitur fungsional seperti bukaan depan dan lengan untuk memudahkan berwudhu, hal tersebut menjadi perhatian khusus dalam desain abaya. Berdasarkan hasil wawancara, pengusaha RA, mengatakan:

“Kami ingin busana muslimah tetap terlihat anggun dan nyaman dipakai, tapi tetap sesuai syariat. Untuk konsumen yang membeli busana lengkap dengan khimarnya, kami juga berikan free cadar sebagai bentuk dukungan terhadap syiar Islam.”<sup>45</sup>

Adapun syiar agama yang disampaikan melalui promosi produk, seperti yang dilakukan oleh pengusaha Hida Hasan melalui postingan instagramnya @hidahasan.id, menyatakan bahwa:

---

<sup>44</sup>Rizki Aprilia, S.Pd, wawancara pribadi pada 2 Agustus 2023.

<sup>45</sup>Rizki Aprilia, S.Pd, Pengusaha butik RA wawancara pribadi pada 2 Agustus 2023.

“Tujuan syariat dan aturan tentang seorang muslimah harus berhijab ini memiliki manfaat yang sangat baik bagi setiap wanita beriman.”<sup>46</sup>

Beliau juga menambahkan melalui postingan produk yang lain:

“Dengan berhijab akan menampakkan diri kamu menjadi wanita cantik dan sholehah.”<sup>47</sup>

Hijab termasuk dalam bagian dari busana muslimah, oleh karena itu pengusaha butik mengajak wanita untuk memahami pentingnya berhijab sebagai bagian dari ketaatan kepada syariat Islam. Hal tersebut tidak hanya menunjukkan kesetiaan pada ajaran agama, tetapi juga meningkatkan penampilan sebagai wanita yang baik dan taat dalam Islam.

#### d. Sikap Pengusaha Butik dalam Menyikapi Budaya Populer

Para pengusaha butik muslimah memiliki pendekatan yang beragam dalam menghadapi budaya populer. Mereka cenderung selektif, memanfaatkan tren sebagai peluang untuk menyampaikan pesan kebaikan dan ekspresi kreatif, namun tetap menjaga nilai kesopanan dan syariat Islam. Berikut beberapa hasil wawancara dengan pengusaha butik, yakni:

Pemilik RA memandang tren sebagai sarana dakwah. Beliau menyampaikan bahwa:

“Kami memanfaatkan tren tuh buat dakwah. Lewat *fashion*, kami ingin nunjukkan lawan orang banyak, bahwa tampil syar’i tuh bisa saja tetap elegan dan modern, dan media sosial jadi alat utama untuk menyampaikan pesan itu.”<sup>48</sup>

Pemilik Zaina Hijab menekankan pentingnya kesesuaian dengan syariat dalam setiap desain yang diproduksi. Beliau mengatakan:

---

<sup>46</sup>Hida Hasan melalui tulisannya di instagram @hidahasan.id, 1 Mei 2024.

<sup>47</sup>Hida Hasan melalui tulisannya di instagram @hidahasan.id, 1 Mei 2024.

<sup>48</sup>Rizki Aprilia, S.Pd, Pengusaha butik RA, wawancara pribadi pada 2 Agustus 2023.



“Intinya dalam menghadapi budaya populer ini, tidak asal ikut tren, berupaya harus sesuai syariat. Di sini kami nggak produksi celana atau baju terbuka. Pokoknya harus sopan, menutup aurat dan nyaman dipakai.”<sup>49</sup>

Pemilik RJ.Iqrima memilih untuk menyaring tren yang berkembang dan hanya mengambil yang sesuai dengan nilai kesopanan serta budaya lokal. Beliau menjelaskan:

“Tren itu kami saring. Kalau cocok sama nilai kami, ya kami ambil. Misalnya kain sasirangan, itu kami pakai karena khas Banjar, tapi tetap jaga kesopanan atau etika berpakaian.”<sup>50</sup>

Berdasarkan beberapa hasil wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa para pengusaha butik muslimah memiliki sikap yang seimbang dalam menyikapi budaya populer. Mereka memanfaatkan tren sebagai media ekspresi dan promosi, namun tetap berpijak pada nilai-nilai Islam yang menjadi fondasi utama dalam setiap rancangan dan strategi bisnis mereka.

### 3. Dampak Budaya Populer dalam Tren Busana Muslimah bagi Pengusaha Butik

#### a. Memberikan Inspirasi dan Kreativitas

Budaya populer dapat menjadi sumber inspirasi dan ide kreatif bagi pengusaha butik untuk menciptakan koleksi busana muslimah yang baru dan menarik, baik dari segi motif, warna dan gaya yang sedang populer. Adapun mengutip perkataan Vivi Zubedi dalam *channel youtube Q&A Metro Tv*, menyatakan bahwa di Indonesia gaya yang selalu populer dalam perancangan busana muslimah menggunakan teknik printing, karena dapat menciptakan desain busana yang beragam dan unik sesuai dengan tren yang dibuat oleh pengusaha

---

<sup>49</sup>Zainah, S.Pd, Pengusaha butik Zaina Hijab, wawancara pribadi, 10 Agustus 2023.

<sup>50</sup>Rima, S. Pd, Pengusaha butik RJ.Iqrima, wawancara pribadi, 15 Agustus 2023.

butik.<sup>51</sup> Berdasarkan hasil penelitian, budaya populer dapat menciptakan gaya baru sekaligus memberikan makna dari desain yang dirancang supaya dapat menginspirasi, serta menciptakan kreativitas dalam busana muslimah, seperti:

### 1) Perpaduan Antara Gaya Modern dan Tradisional

Gaya busana muslimah yang menggabungkan elemen-elemen tradisional dengan sentuhan modern, sebagai berikut.

#### a) Busana Muslimah dari *Brand* Si.Se.Sa



**Gambar 4.1 Gamis Si.Se.Sa Memadukan Batik Lily**

Pada butik RA Si.Se.Sa terdapat *brand* Si.Se.Sa yang menciptakan salah satu koleksi busana muslimah syar'i dengan memadukan batik, yakni jenis series Si.Se.Sa Rania batik lily *dusty blue*. Koleksi ini menonjolkan motif batik dengan warna dasar *dusty blue* (biru keabuan) dan desain yang menggabungkan tradisional batik lily dengan gaya busana muslimah syar'i modern.<sup>52</sup> Menurut pengusaha butik RA, Motif lily termasuk motif flora, diartikan sebagai motif yang berkaitan dengan bagian tumbuhan, seperti daun, batang, bunga dan buah. Motif flora banyak

<sup>51</sup>Q&A Metro TV, Wawancara dengan Vivi Zubedi tentang Gaya Raya Jenara dan Vivi Zubedi, melalui Channel Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=Wm5tGcOcIcQ>, diakses 1 Mei 2024.

<sup>52</sup>Observasi di butik RA. Si.Se.Sa, pada 2 Agustus 2023.

digunakan sebagai sumber ide dasar dalam pengembangan motif bunga, terdiri dari berbagai jenis seperti bunga sedap malam, teratai, sepatu, bunga lily dan beberapa jenis bunga lainnya. Bunga lily putih yang dipakai dalam desain memiliki makna kesucian, keanggunan dan kemurnian, secara simbolis juga melambangkan perempuan cantik yang memiliki kelembutan yang mempesona, sedangkan warna *dusty blue* adalah warna yang populer (*best seller*), karena memberikan kesan tenang, elegan, cocok untuk tampilan yang modis dan syar'i. Adapun dengan adanya perpaduan motif tradisional dalam busana muslimah *brand* Si.Se.Sa memberikan variasi yang menarik dalam tren busana muslimah.<sup>53</sup>

b) Busana Muslimah dari *Brand* Zaina



**Gambar 4.2 Abaya Zaina Hijab (*Elegant Muslim Wear*) dengan Kreasi Motif Geometris Belah Ketupat**

Pada butik Zaina Hijab (*Elegant Muslim Wear*). Pengusaha butik menunjukkan bahwa pengaruh budaya populer berdampak pada inovasi dalam merancang busana muslimah, terwujud melalui kreasi busana muslimah yang memadukan motif tradisional, yakni busana muslimah series Sella dirancang dengan memadukan motif geometris belah ketupat sebagai dasar desain, desainnya sejajar memenuhi bagian variasi rompi depan dan hijab pasmina dari busana

---

<sup>53</sup>Rizki Aprilia, S.Pd, butik RA. Si.Se.Sa, wawancara pribadi pada 2 Agustus 2023.

muslimah. Menurut Zainah, motif ini dipahami sebagai motif dasar desain pembuatan batik, tetapi dimodifikasi dengan desain sendiri dan menggunakan teknik printing. Motif belah ketupat merupakan salah satu jenis motif yang menampilkan gambar belah ketupat sebagai dasar desain busana. Makna yang ingin disampaikan tentang harmonisasi, yang melambangkan keteraturan dan keseimbangan, karena belah ketupat memiliki empat sisi sama panjang, sedangkan modifikasinya di sekitar belah ketupat, ada tambahan garis-garis vertical (garis memanjang dari atas ke bawah) dan pola kecil seperti titik, bunga dan segitiga diantara motif belah ketupat, memberikan kesan tampilan lebih lembut dan feminim. Secara keseluruhan, desain busana mencerminkan perpaduan antara nilai tradisional dan estetika modern. *Owner Zaina* juga memberikan pesan tentang keseimbangan dan keteraturan hidup seorang Muslimah, bahwa keindahan muncul ketika seseorang menjaga keselarasan antara penampilan lahir dan kesalehan batin. Perpaduan busana muslimah dengan motif dasar batik geometris belah ketupat yang dimodifikasi, terinspirasi dari budaya populer yang diciptakan *brand-brand* ternama, seperti Vivi Zubedi, Hida Hasan, Si.Se.Sa, Ria Miranda dan Jenama yang membuat tren busana muslimah dengan memadukan motif-motif etnik (tradisional).<sup>54</sup>

---

<sup>54</sup>Zainah, S.Pd, Pengusaha butik Zaina Hijab, wawancara pribadi, 10 Agustus 2023.

c) Busana Muslimah dari *Brand* Hida Hasan Indonesia



**Gambar 4.3 Abaya Hida Hasan dengan Memadukan Kain Sasirangan**

Pada koleksi busana muslimah series “Diyang Langkar”, pengusaha butik Hida Hasan membuat gaya modern kontemporer dengan memanfaatkan kain tradisional Indonesia khas Kalimantan Selatan, yaitu Sasirangan. Nama koleksi “Diyang Langkar” merupakan tema yang dipakai Hida Hasan untuk mengenang kampung halamannya di Banjarmasin, sekaligus kota kelahiran *brand* Hida Hasan Indonesia. Makna yang disampaikan melalui koleksi busana muslimah “Diyang Langkar” adalah putri cantik yang menjadi kesayangan, selain itu juga bermakna gading yang cantik untuk semua wanita cantik di Indonesia. Adapun maksud dari “gading” menunjukkan pada warna kuning gading merupakan ciri khas pakaian adat dan warna sakral di Kalimantan Selatan.<sup>55</sup> Menurut Hida Hasan dalam tulisannya melalui instagram @hidahasan.id, menyatakan bahwa Hida Hasan Official Indonesia merupakan salah satu *brand* lokal yang mempunyai banyak penggemar, karena bahan yang dipilih berkualitas, desain yang keren, jahitan yang rapi dan semua telah lulus QC (*Quality Control*) sehingga sangat nyaman sekali bagi pengguna busana muslimah, karena prinsip *brand* ini menjual kualitas bukan

<sup>55</sup>Pengamatan melalui Instagram @hidahasan.banjarmasin, 1 Mei 2024.

kuantitas. Hida Hasan menambahkan, kekuatan koleksi “Diyang Langkar” terletak pada pemilihan material nyaman dipakai, dikombinasikan dengan ciri khas (*signature*) dari Hida Hasan Indonesia, selain itu koleksi ini juga menambahkan sentuhan motif Sasirangan untuk menghasilkan tampilan yang elegan.<sup>56</sup>

d) Busana Muslimah dari *Brand* Vivi Zubedi



**Gambar 4.4 Abaya Vivi Zubedi Memadukan Sasirangan dan Tenun Sumba**

Pada koleksi Vivi Zubedi yang berjudul *Archipelago series “Humbanua”*. Pada koleksi ini, Vivi berinovasi menggabungkan busana muslimah dengan dua kain tradisional Indonesia, yakni sasirangan dan tenun Sumba yang dipadukan dengan ciri khas *signature monogram* Vivi Zubedi. Busana muslimah *series Humbanua* terinspirasi dari kain khas Kalimantan Selatan, yang disebut Vivi Zubedi sebagai “*motif sarat makna filosofis gambar indah nan rupawan khas Borneo*”, maksudnya kain sasirangan dari Kalimantan Selatan yang tidak hanya indah, tetapi juga memiliki makna filosofis yang mencerminkan keindahan dan keunikan budaya Borneo, kemudian ada tenun Sumba yang menggambarkan kekuatan serta keramahan masyarakat Sumba. Kombinasi warna yang digunakan (hitam, marun, biru dan ungu) diambil dari palet warna khas masing-masing daerah, serta dikenal sebagai identitas visual. Adapun dengan memadukan motif dan warna

---

<sup>56</sup>Hida Hasan, dalam tulisan melalui akun instagramnya @hidahasan.id, 1 Mei 2024.

dari dua daerah, yakni sasirangan dan tenun sumba, menciptakan koleksi yang menghormati dan merayakan keunikan budaya Indonesia yang beragam, sekaligus memperkenalkan ke dalam bentuk busana muslimah yang modern dan menarik. Potongan busana muslimah yang mengikuti tren masa kini mampu menyeimbangi tampilan dari koleksi Humbanua, sehingga tercipta keselarasan antara nilai estetika dan fungsi busana dalam kehidupan sehari-hari. Vivi Zubedi memiliki harapan melalui koleksi Humbanua, kain tradisional Indonesia bisa dikenal lagi secara global, sehingga *brand* maupun UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Indonesia bisa semakin maju.<sup>57</sup>

## 2) Gaya Busana Muslimah dengan Perpaduan Tren *Shimmer*.

Tren busana muslimah dapat berkembang melalui pemilihan jenis kain, seperti yang populer sekarang busana muslimah yang memadukan bahan *shimmer*.<sup>58</sup> Istilah *Shimmer* yang berasal dari kata *Shimmering* ini digunakan untuk menunjukkan material atau bahan kain yang mengkilap dan bercahaya. Bahan ini telah menjadi favorit dan menginspirasi kalangan desainer *fashion* untuk menciptakan berbagai kreativitas model pakaian, mulai dari gamis, *dress*, pashmina, *blouse*, blazer hingga *outerwear*. *Shimmer* memiliki ciri khas dengan partikel berkilau kecil yang terbuat dari mineral, *glitter*, atau pigmen halus yang dicampurkan ke dalam bahan dasar kain. Keunggulan dari bahan *shimmer* adalah

---

<sup>57</sup>Vivi Zubedi, dalam keterangan tertulisnya pada hasil wawancara oleh reporter Rico yang diupload melalui kanalkalimantan.com, diakses 1 Mei 2024.

<sup>58</sup>Rima, S. Pd, pengusaha butik RJ.Iqrima, wawancara pribadi melalui via *whatsapp*, 1 Juli 2024.

teksturnya yang sangat halus dan lembut, sehingga nyaman dipakai bahkan saat cuaca sedang panas.<sup>59</sup>

Tren *shimmer* berawal dari pedagang di sebuah pusat belanja yang mengulas tentang koleksi busana berbahan *shimmer* sebagai opsi untuk *fashion* muslimah 2024 melalui media sosial, dan akhirnya viral sehingga dari unggahan tersebut mendorong masyarakat berbondong-bondong mencari busana muslimah berbahan *shimmer*.<sup>60</sup> Menurut pendapat pengusaha butik Rima, mengatakan bahwa:

“Bahan *shimmer* sebenarnya sudah populer sejak dulu, tetapi baru viral pada tahun 2024. Menurut kaka, sebelumnya bahan ini lebih sering digunakan sebagai aksesoris tambahan dalam busana, seperti renda, rompi dan kain pelengkap pada gamis, namun, seiring perkembangan zaman, busana berbahan *shimmer* justru menjadi tren populer saat ini dan akan terus diminati pada masa mendatang, meskipun bentuk dan rancangan busananya saja akan terus berkembang sesuai tren yang dibuat oleh perancang busana.<sup>61</sup>

Pengusaha butik Rima juga menambahkan tentang jenis-jenis bahan dari *shimmer*, yakni:

“tren shimmer itu maksudnya, bahan yang dirancang untuk busana muslimah merupakan bahan yang populer dipakai oleh perancang-perancang busana yang lain, cuman bedanya bentuk desainnya aja. Bahan dari *shimmer* yakni satin silk premium, santorini luxury silk, velvet silk, satin poliester.<sup>62</sup>

Adapun beberapa merek busana muslimah yang memadukan tren shimmer dengan tren yang dibuat pengusaha butik, yakni:

a) Busana Muslimah dari Eby d’Fashion

Berdasarkan hasil pengamatan ada beberapa koleksi seri busana muslimah yang mengikuti tren *shimmer*, yakni:

---

<sup>59</sup>Rima, S. Pd, wawancara pribadi melalui via *whatsapp*, 1 Juli 2024.

<sup>60</sup>Rima, S. Pd, Pengusaha butik RJ.Iqirima, wawancara pribadi melalui via *whatsapp*, 1 Juli 2024.

<sup>61</sup>Rima, S. Pd, wawancara pribadi melalui via *whatsapp*, 1 Juli 2024.

<sup>62</sup>Rima, S. Pd, wawancara pribadi melalui via *whatsapp*, 1 Juli 2024.



a. Koleksi Series Yasmin Abaya Eby d'Fashion



**Gambar 4.5 Abaya Eby D'Fashion dengan Tren Kain Shimmer**

Nama series “Yasmin” dipakai pada koleksi Eby karna bermakna bunga melati, yang melambangkan keharuman, kesucian dan keindahan. Koleksi series “Yasmin” menampilkan abaya dengan bahan satin silk velvet, memiliki ciri khas longgar dengan detail manik-manik di bagian pergelangan tangan dan dada, memberikan kesan mewah dan feminim. Adapun warna yang dipilih merupakan warna yang populer atau sering dicari pelanggan, yakni warna hitam, abu-abu keperakan dan coklat muda, warna tersebut dipilih karena berkesan netral. Busana muslimah series “Yasmin” disebut pengusaha butik sebagai tren minimalis elegan, memiliki konsep pada desain yang mencerminkan keindahan dalam kesederhanaan, tanpa menghilangkan unsur kemewahan.<sup>63</sup>

b. Koleksi Series Kamilah dan Elsa Brukat Gamis Eby d'Fashion



**Gambar 4.6 Gamis Eby D'Fashion dengan Perpaduan Tren Kain Shimmer dan Brukat**

<sup>63</sup>pengamatan dari Instagram @ebydfashion, 5 Juli 2024.

Dua koleksi ini memperlihatkan sebagian detail kain brukat yang dipadukan dengan busana berbahan satin silk, sehingga perpaduan tersebut memberikan kesan mewah, anggun dan romantis. Brukat adalah jenis kain dengan motif bordir yang sering digunakan dalam busana formal, contohnya baju kebaya karena tampilannya mewah dan anggun. Busana berbahan brukat sering dipilih dalam momen istimewa seperti pernikahan, acara keluarga dan pertemuan formal. Tren yang dibuat pengusaha butik pada koleksi series “Kamilah dan Elsa Brukat” adalah tren elegan klasik, yang diartikan sebagai gaya busana yang terlihat anggun, berkelas dan tetap relevan meskipun mode terus berkembang, disebut “klasik” karena modelnya sederhana, rapi dan tetap indah walau sudah lama digunakan, tidak tergantung pada tren yang berubah-ubah, sedangkan disebut “elegan” karena menampilkan kesan mewah, tapi tetap sopan dan tidak berlebihan.<sup>64</sup>

b) Busana Muslimah dari RA. Exclusive Syar’i (dari Butik RA. Si.Se.Sa)



**Gambar 4.7 Abaya RA. Exclusive Syar’i dengan Tren Kain Shimmer**

Pada koleksi busana muslimah dari RA Exclusive Syar’i terdapat series “Salma”, dengan pilihan warna busana muslimah yakni hitam, maroon, navy dan coklat. Nama “Salma” dipakai pada koleksi karena memiliki makna kedamaian dan

---

<sup>64</sup> pengamatan dari Instagram @ebydfashion, 5 Juli 2024.

tenang. Pemilihan nama “Salma” mencerminkan pada konsep busana muslimah yang dibuat oleh pengusaha butik, dengan menawarkan kenyamanan, kelembutan dan ketenangan dalam berpenampilan sesuai dengan karakteristik bahan yang dipakai, yakni menggunakan material santorini luxury silk. Santorini luxury silk yang dikenal dengan teksturnya lembut, ringan dan memiliki jatuh yang bagus sehingga terlihat anggun, selain itu bahan santorini luxury silk memiliki sirkulasi udara yang baik sehingga nyaman ketika dipakai dalam berbagai kondisi cuaca. Pengusaha butik menggunakan bahan santorini luxury silk untuk menargetkan pasar yang mencari pakaian muslimah dengan tampilan eksklusif dan nyaman, sehingga cocok untuk acara spesial maupun penggunaan sehari-hari dengan tetap mempertahankan gaya sopan dan tertutup. Adapun pada desain busana muslimah series “Salma” menampilkan konsep syar’i dengan aksen pita pada kerah dan lengan, menggambarkan desain simpel dan mewah, oleh karena itu pengusaha butik menyebut tren busana muslimah yang dirancangnya sendiri dengan sebutan tren “Syar’i Kreasi”, karena tren tersebut menggabungkan prinsip busana muslim syar’i dengan sentuhan desain yang lebih modern dan kekinian tanpa mengurangi esensi kesopanan.<sup>65</sup>

---

<sup>65</sup>Rizki Aprilia, S.Pd, Pengusaha butik RA, pada 12 Juli 2024.

c) Busana Muslimah dari RJ.Iqrima



**Gambar 4.8 Gamis Iqrima dengan Tren Kain Shimmer**

Pada koleksi busana muslimah series “Alesa”, menggunakan material satin silk premium, tersedia pilihan warna hitam, maroon, hijau botol, navy, lilac, pink, coklat, mocca dan biru. Berdasarkan hasil wawancara dengan pengusaha butik Rima, yakni:

“kaka menamai series ini Alesa karena menurut kaka memberikan kesan yang feminim. Desain gamis Alesa tidak membentuk lekuk tubuh karna menyesuaikan dengan prinsip syar’i, dengan sentuhan pita di bagian depan dan lengan menambah nilai estetika tanpa berlebihan. Busana muslimah series Alesa memberikan kenyamanan saat dipakai untuk aktivitas sehari-hari bagi para muslimah. Busana muslimah ini saya sebut sebagai Alesa *Shimmer*, karna sedang ramai rancangan busana dengan material *shimmer*.”<sup>66</sup>

b. Meningkatkan Popularitas Busana Muslimah melalui Media Sosial

Media sosial menjadi sarana utama bagi pengusaha butik dalam menyebarkan tren busana muslimah, dengan cara bekerjasama dengan *public figure* melalui Instagram dan TikTok.

Berdasarkan hasil penelitian dari beberapa pengusaha butik melakukan kerja sama dengan *public figure*, yakni:

Berdasarkan hasil wawancara dengan *Owner RA*, mengatakan bahwa:

---

<sup>66</sup>Rima, S. Pd, Pengusaha butik RJIqrima, wawancara pribadi melalui via *whatsapp*, 1 Juli 2024.

“RA. Si.Se.Sa mengelola merek RA.Exlucive Syar’i sebagai merek sendiri, sekaligus menjadi *store* dari merek Si.Se.Sa, meskipun kedua merek tersebut memiliki akun media sosial terpisah, tetapi untuk pengelolaannya tetap dilakukan oleh tim yang sama di butik RA. Si.Se.Sa. Pertama, RA. Exclusive Syar’i meningkatkan popularitas dengan bekerjasama dengan aktris Citra Kirana dengan cara *endorse* busana muslimah, melalui akun instagramnya @citraciki dengan jumlah 17,8 juta pengikut. Citra Kirana dipilih sebagai *endorser* karena beliau menjadi figur yang dapat mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap tren busana muslimah, melalui unggahan akun Instagram @citraciki, Citra Kirana mengenakan busana muslimah RA. Exclusive Syar’i, Citra Kirana tidak hanya memperkenalkan desain busana syar’i, tetapi juga membangun daya tarik dan meningkatkan minat masyarakat terhadap gaya berpakaian yang sesuai dengan prinsip Islam. Citra Kirana menggunakan fitur tag akun @ra.exclusivesyari, link pembelian, serta mendeskripsikan busana muslimah dari merek RA. Exclusive Syar’i.”<sup>67</sup>



**Gambar 4.9 Citra Kirana dengan Busana RA. Exclusive Syar’i**

Berdasarkan hasil pengamatan melalui akun Instagram @citraciki dan @ra.exclusivesyari, Citra Kirana mendeskripsikan busana muslimah RA. Exclusive Syar’i dengan menyebutkan:

“Dress dari RA. Exclusive Syar’i ini cantik banget lho. Bahanya adem ketika dipakai. Punya anti UV, jadi sinar matahari nggak tembus ke kulit dan nyaman dipakai seharian, model dressnya simple bikin penampilan terlihat elegan, punya banyak pilihan warna dan sizenya (ukuran baju).”<sup>68</sup>

<sup>67</sup>Rizki Aprilia, S.Pd, Pengusaha butik RA, wawancara pribadi pada 2 Agustus 2023.

<sup>68</sup>Citra Kirana melalui instagram @ra.exclusivesyari dan @citraciki, 2 September 2023.



**Gambar 4.10 Busana Syar'i Si.Se.Sa yang dipopulerkan Para *Public Figure***

Pengusaha butik RA juga menambahkan tentang informasi dari *brand*

Si.Se.Sa, yang menyatakan bahwa:

“Butik RA.Si.Se.Sa Banjarmasin sebagai cabang store Si.Se.Sa juga aktif dalam meningkatkan popularitas busana muslimah melalui media sosial, khususnya melalui Instagram @rastore.sisesabanjarmasin dan TikTok @sisesa.banjarmasin. Kami tidak hanya menampilkan koleksi busana muslimah Si.Se.Sa, tetapi juga berusaha membangun interaksi dengan pelanggan, seperti membalas komentar dengan ramah, serta menjawab pertanyaan tentang bahan dan kenyamanan busana, selain itu, popularitas Si.Se.Sa di Banjarmasin juga didukung secara tidak langsung dari media sosial pusat, yaitu @sisesaclothing (akun pusat Si.Se.Sa), yang sering mengunggah *fashion show*, informasi cabang butik dan testimoni pelanggan. Keberadaan *brand ambassador* seperti Citra Kirana, serta beberapa artis lain seperti Paula Verhoeven, Clara Shinta, dan Fairuz A. Rafiq, yang mengenakan koleksi Si.Se.Sa, juga menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat, dengan pemanfaatan media sosial yang aktif dan strategi promosi yang terarah, butik RA.Si.Se.Sa Banjarmasin semakin memperkuat tren busana Muslimah sebagai bagian dari budaya populer yang berkembang di kalangan Muslimah modern.”<sup>69</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dengan *owner* Zaina, mengatakan bahwa:

“Zaina pernah bekerja sama dengan publik figur, yaitu istri Wali Kota Banjarmasin, dr. Hj. Siti Wasilah. Beliau me-repost unggahan dan memberi review positif melalui instagram, dari situ saya melihat respons masyarakat sangat positif dan ternyata, hal seperti itu bisa benar-benar meningkatkan kepercayaan dan ketertarikan mereka terhadap produk di butik Zaina. Respon masyarakat saat itu sangat baik, banyak yang langsung tanya-tanya

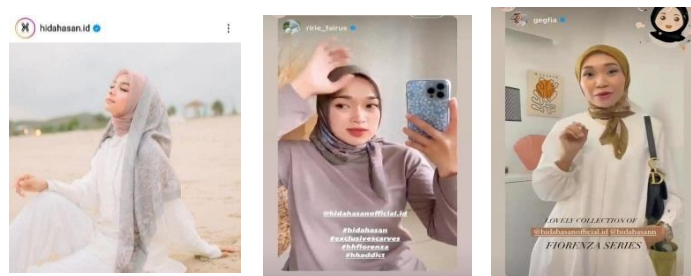
<sup>69</sup>Rizki Aprilia, S.Pd, Pengusaha butik RA, wawancara pribadi pada 2 Agustus 2023.

produk dan mulai follow akun butik ig @Zainah.Zaina, ada juga join *reseller* saya.<sup>70</sup>



**Gambar 4.11 Butik Zaina dipromosikan Wali Kota Banjarmasin (Hj. Siti Wasilah)**

Berdasarkan hasil pengamatan melalui Instagram dan TikTok Hida Hasan:

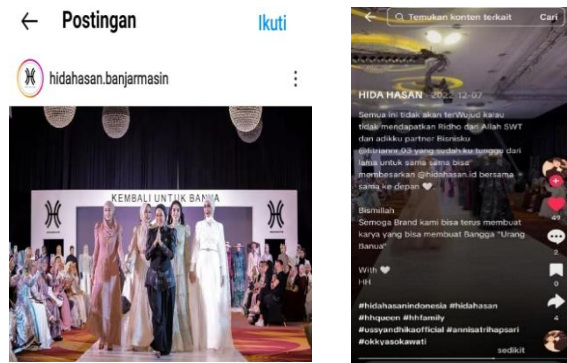


**Gambar 4.12 Brand Hida Hasan dipopulerkan Influencer dan Selebgram Nesa Aqila, Riri Fairus, Febrian Nurvianti.**

Pada Instagram @hidahasan.banjarmasin, *brand* Hida Hasan menjadikan Nesa Aqila sebagai model dari *scarf* atau kerudung segi empat dari hasil rancangan Hida Hasan. Diketahui bahwa Nesa Aqila dikenal sebagai juara 1 putri muslimah Indonesia 2015 merupakan seorang *influencer*, dan aktris asal Indonesia, kemudian *Brand* HH juga dipopulerkan selebgram berhijab Riri Fairus, serta Febrian Nurvianti atau dikenal dengan sebutan gegfa, merupakan kreator konten berhijab dan pernah menjadi Finalis Word Muslimah 2013.<sup>71</sup>

<sup>70</sup>Zainah, S.Pd, Pengusaha butik Zaina Hijab, wawancara pribadi, 10 Agustus 2023.

<sup>71</sup>Pengamatan melalui Instagram @hidahasan.banjarmasin dan wawancara kanal Liputan6.com dengan Hida Hasan, 9 maret 2025.



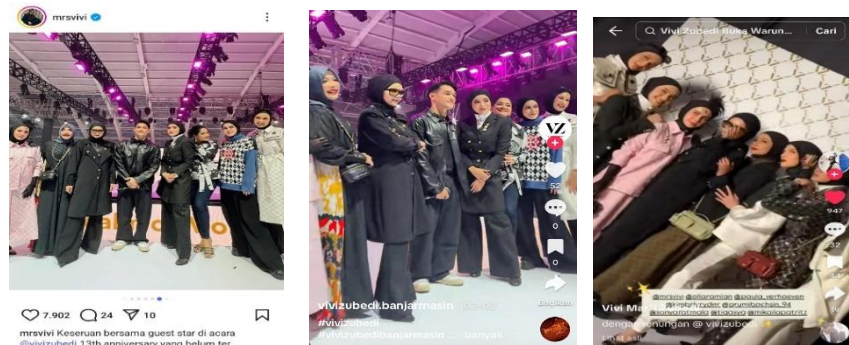
Gambar 4.13 Hida Hasan berkolaborasi dengan beberapa publik figur dalam *fashion show* bertema “Kembali Untuk Banua”

Berdasarkan pengamatan melalui unggahan media TikTok dan Instagram, Hida Hasan memanfaatkan TikTok pribadinya dan Instagram Hida Hasan Banjarmasin sebagai media untuk menampilkan *fashion show* yang dapat memperkuat identitas mereknya, dalam unggahan di akun TikTok @hidahasan, membagikan momen *fashion show* busana muslimah karya Hida Hasan dengan tema “Kembali untuk Banua”. Adapun beberapa model yang termasuk selebriti, seperti Ussy Sulistiawaty, Dian Komalasari, Okky Asokawati, dan Anissa Trihapsari yang mengenakan busana Muslimah dari *brand* Hida Hasan di acara *fashion show* dengan tema “Kembali untuk Banua”, dengan adanya acara tersebut dinilai efektif dalam meningkatkan popularitas busana muslimah Hida Hasan, selain itu, dengan adanya media TikTok dan Instagram menjadi platform yang dimanfaatkan Hida Hasan untuk meningkatkan popularitas *brand*-nya di tengah tren busana Muslimah yang terus berkembang.<sup>72</sup>

<sup>72</sup>Pengamatan dari konten TikTok @hidahasan dan Instagram @hidahasan.banjarmasin, 10 Maret 2025.

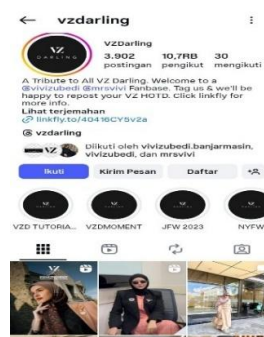


1) Berdasarkan hasil pengamatan melalui Instagram dan TikTok Vivi Zubedi



**Gambar 4.14 Brand Vivi Zubedi bekerjasama dengan *public figure* dalam acara VZ 13<sup>th</sup> Anniversary**

Pada unggahan akun Instagram maupun TikTok @mrsvivi, @vivizubedi, @vivizubedi.banjarmasin, Vivi Zubedi bekerjasama dengan *public figure* di acara *fashion show* dalam rangka 13 tahun berkarya dalam industri *modest fashion*. Kolaborasi ini terlihat dalam beberapa unggahan yang menampilkan Olla Ramlan, Paula Verhoeven, Kimberly Ryder, Arumi Bachsin, Sonya Fatmala, Tiqasya dan Mikaila Patritz yang mengenakan koleksi dari Vivi Zubedi dalam acara *fashion show*.<sup>73</sup>



**Gambar 4.15 Instagram VZ Darling (Komunitas Penggemar Brand VZ)**

<sup>73</sup>Pengamatan Instagram @vivizubedi, @vivizubedi.banjarmasin, TikTok @vivizubedi, 4 Januari 2025.

*Brand* VZ memiliki penggemar dan pelanggan setia produk Vivi Zubedi, bahkan para penggemar membentuk komunitas yang disebut VZ Darling, merupakan sebuah komunitas loyal *brand* Vivi Zubedi.

### c. Adaptasi Pengusaha Butik terhadap Tren Global

Budaya populer tidak hanya berasal dari dalam negeri, tetapi juga dari luar negeri. Tren *fashion* muslimah dari negara lain seperti Turki, Malaysia, dan Timur Tengah ikut memengaruhi pilihan desain busana muslimah yang dibuat oleh pengusaha butik di Banjarmasin. Berikut hasil wawancara dengan beberapa pengusaha butik, yakni:

Pengusaha butik Zaina mengatakan:

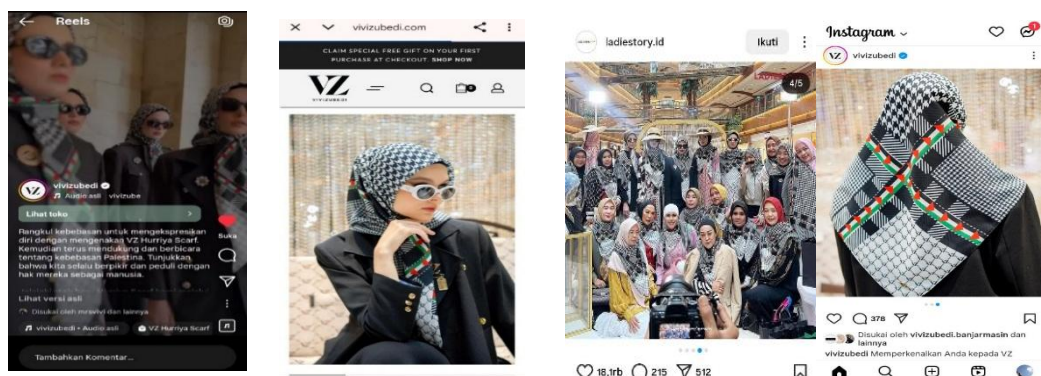
“Kaka sering melihat tren dari Turki dan Malaysia sebagai inspirasi desain. Model abaya dan kaftan dari negara-negara tersebut kini banyak diminati oleh pelanggan di sini.”<sup>74</sup>

Adaptasi pengusaha butik terhadap tren global tidak hanya terlihat dalam hal mode atau gaya, tetapi juga mencakup ranah budaya populer yang berbasis pada solidaritas kemanusiaan. Salah satu tren global yang saat ini ramai diangkat adalah aksi bela Palestina. Isu ini tidak hanya menjadi perhatian dunia Islam, tetapi juga mendapat dukungan dari berbagai negara melalui kampanye solidaritas, penggalangan donasi, hingga gerakan sosial di media, dari peristiwa tersebut, ditemukan pengusaha butik dari *brand* Vivi Zubedi dan Si.Se.Sa mengadaptasi simbol-simbol perjuangan Palestina ke dalam karya-karya mereka. Bentuk adaptasinya beragam, misalnya dengan memasukkan motif Keffiyeh (sorban khas

---

<sup>74</sup>Zainah, S.Pd, Pengusaha butik Zaina Hijab, wawancara pribadi, 10 Agustus 2023.

Palestina), menggunakan kombinasi warna merah, putih, hijau, dan hitam yang merepresentasikan bendera Palestina, serta menciptakan koleksi khusus bertema kebebasan dan kemanusiaan. Langkah ini tidak hanya menjadi ekspresi solidaritas, tetapi juga merupakan cara kreatif untuk menunjukkan dukungan terhadap nilai keadilan dan kemanusiaan melalui karya busana, di tengah pengaruh budaya populer yang berkembang secara global, dan sebagai bentuk bagian dari respon terhadap tren global dan kepekaan terhadap isu kemanusiaan.<sup>75</sup>

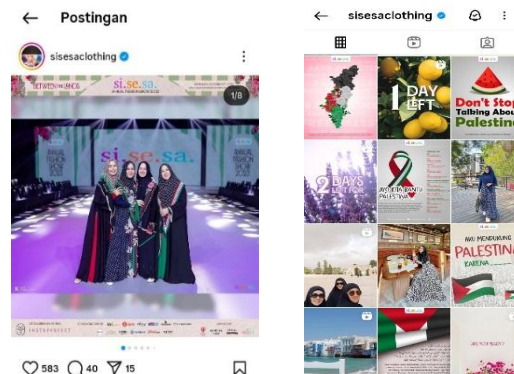


**Gambar 4.16 Brand Vivi Zubedi mengadaptasi Lambang Palestina**

Berdasarkan hasil pengamatan melalui Instagram @vivizubedi, situs web resmi vivizubedi.com dan informasi tambahan dari akun Instagram @ladiestory.id, desainer Vivi Zubedi menunjukkan peresmian produk VZ Hurriya Scarf yang secara simbolik mendukung kemerdekaan Palestina. Pada unggahan Instagram @vivizubedi, Vivi Zubedi menyebut bahwa scarf ini diambil dari kata “Hurriya” yang berarti kebebasan, sebagai bentuk dukungan terhadap rakyat Palestina. Vivi Zubedi menyatakan 100% keuntungan VZ Hurriya Scarf akan disumbangkan kepada masyarakat Palestina.<sup>76</sup>

<sup>75</sup>Pengamatan Instagram @vivizubedi dan @sisesaclothing, 4 Januari 2025.

<sup>76</sup>Pengamatan Instagram @vivizubedi dan @ladiestoryid, situs web resmi vivizubedi.com, 4 Januari 2025.



**Gambar 4.17 Brand Si.Se.Sa. mengadaptasi Lambang Palestina**

*Brand Si.Se.Sa* juga melakukan hal serupa, Berdasarkan hasil pengamatan terhadap unggahan akun media sosial @sisesaclothing, terlihat bahwa Si.Se.Sa secara terbuka menanggapi isu global tentang Palestina melalui karya-karya busana muslimah mereka. Beberapa koleksi busana terlihat mengusung motif keffiyeh dan menggunakan warna khas bendera Palestina, hal tersebut menjadi bukti bahwa Si.Se.Sa mampu memanfaatkan tren global sebagai sumber inspirasi sekaligus sebagai sarana menyampaikan pesan kemanusiaan dan nilai-nilai Islam, melalui pendekatan tersebut, Si.Se.Sa berhasil memadukan unsur budaya populer dengan semangat dakwah dan kepedulian sosial yang menjadi identitas utama dalam dunia fesyen muslimah.<sup>77</sup>

Berdasarkan dari hasil pengamatan dari Vivi Zubedi dan Si.Se.Sa, dapat disimpulkan bahwa tidak hanya menghadirkan desain busana dengan sentuhan simbol Palestina, tetapi juga aktif terlibat dalam kegiatan sosial, seperti menggalang donasi melalui media sosial atau menyisihkan sebagian dari hasil penjualan produk untuk membantu rakyat Palestina. Hal ini menunjukkan bahwa tren dalam dunia fesyen muslimah saat ini digerakkan bukan hanya oleh unsur estetika, tetapi juga

<sup>77</sup>Pengamatan Instagram @sisesaclothing, 4 Januari 2025.

oleh nilai-nilai etis dan spiritual yang selaras dengan ajaran Islam, terutama semangat ukhuwah insaniyyah. Ukhuwah insaniyyah, yaitu persaudaraan antar sesama manusia tanpa memandang suku atau bangsa. Seorang Muslim diajarkan untuk peduli terhadap penderitaan orang lain, dan salah satu bentuk kepedulian itu bisa disalurkan melalui karya dan profesi, termasuk di bidang desain busana.<sup>78</sup>

#### 4. Perubahan Nilai dalam Memaknai Busana Muslimah

Pengusaha butik Rima menyampaikan bahwa tren busana muslimah saat ini mengutamakan tampilan yang elegan dan menarik, yang mana konsumen menyukai *fashion* melihat dari referensi melalui media sosial. Beliau juga mengakui bahwa konsumen cenderung memilih busana karena estetika (keindahan) sesuai selera masing-masing, bukan sepenuhnya karena pemahaman syar'i, ada juga konsumen yang merasa dirinya bagus dan cocok ketika memakai pakaian yang terlihat sederhana, dengan hiasan yang tidak banyak, dan ada juga konsumen yang menyukai kemewahan, seperti suka yang mengkilat-kilat dengan kain satin, supaya terlihat mewah. Konsumen-konsumen tersebut kebanyakan melihat referensinya melalui media sosial terlebih dahulu, sebelum membeli di lapangan.<sup>79</sup>

Pengusaha butik Zaina juga menyampaikan hal serupa, bahwa busana muslimah yang dibuat sering mengikuti tren warna yang sedang viral, seperti warna pastel, kemudian dengan merancang detail aksesoris *ruffle* (kerutan kain yang dijahit pada tepi atau badan pakaian, agar terlihat efek bergelombang dan berlapis),

---

<sup>78</sup>M. Quraishy Shihab, *Mebumikan Alquran "Fungsi dan Peran Wahyu dalam Kehidupan Masyarakat"* (Bandung: Mizan, 2007), 358.

<sup>79</sup>Rima, S. Pd, Pengusaha butik RJ.Iqima, wawancara pribadi melalui via *whatsapp*, 1 Juli 2024.

kemudian ada juga aksesoris brokat yang kebanyakan disukai muslimah sekarang.

Beliau mengatakan bahwa:

“dalam menghadirkan busana muslimah, memang tetap berusaha menjaga prinsip syar’i, tapi kalau tampilannya terlalu kaku atau tidak sesuai selera pasar, bisa kurang laku, jadi karena itu, kita berusaha dan menyediakan beberapa busana menyesuaikan tren yang viral, viralnya itu dari segi warna maupun bahan busana.”<sup>80</sup>

### C. Pembahasan Hasil Analisis

#### 1. Analisis Budaya Populer dalam Tren Busana Muslimah di Kalangan Pengusaha Butik Banjarmasin

Berdasarkan penyajian data yang telah diuraikan sebelumnya, dapat dianalisis bahwa budaya populer dalam tren busana muslimah di Banjarmasin tidak hadir sebagai sesuatu yang berdiri sendiri, melainkan terbentuk melalui interaksi antara media, tren global, budaya lokal, serta nilai-nilai agama yang dianut oleh para pengusaha butik. Budaya populer dalam konteks ini tidak selalu dimaknai sebagai budaya yang sepenuhnya mengikuti arus pasar, tetapi sebagai ruang negosiasi antara kepentingan estetika, tuntutan konsumen, dan komitmen religious, jika merujuk pada ciri-ciri budaya populer yang telah dijelaskan pada bab kajian teori, yaitu bersifat tren, adaptif, menunjukkan keseragaman bentuk, memiliki durabilitas, serta berpotensi dikomodifikasi, maka tren busana Muslimah yang dimunculkan oleh kalangan pengusaha butik Banjarmasin dapat dikategorikan sebagai bagian dari budaya populer, meskipun dengan karakter yang khas. Kekhasan tersebut terletak pada upaya sadar para pengusaha butik untuk tetap mempertahankan prinsip syariat Islam di tengah deras arus tren mode.

---

<sup>80</sup>Zainah, S.Pd, Pengusaha butik Zaina Hijab, wawancara pribadi, 10 Agustus 2023.

Tren busana muslimah yang berkembang di Banjarmasin umumnya dipengaruhi oleh media sosial seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp, yang berperan sebagai medium utama penyebaran gaya, referensi desain, serta pembentukan selera konsumen. Media tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai ruang produksi makna, di mana busana muslimah ditampilkan sebagai simbol kesalehan, identitas, sekaligus gaya hidup modern. Kondisi ini sejalan dengan pandangan Akbar S. Ahmed yang menekankan dominasi media dalam masyarakat postmodern, di mana media membentuk realitas sosial dan cara manusia memaknai dirinya.<sup>81</sup>

Budaya lokal juga memiliki peran penting dalam membentuk tren busana muslimah. Pemanfaatan kain sasirangan oleh butik Iqrima, Hida Hasan, dan Vivi Zubedi menunjukkan bahwa budaya populer tidak selalu identik dengan penghapusan tradisi lokal, melainkan dapat menjadi sarana menghidupkan kembali budaya daerah. Pada konteks ini, budaya lokal tidak ditampilkan secara statis, tetapi diolah ulang melalui desain modern, teknik printing, serta pemilihan warna yang mengikuti selera pasar. Proses ini mencerminkan pencampuran simbol tradisional dan modern, salah satu karakter utama budaya postmodern menurut Akbar S. Ahmed.<sup>82</sup>

Nilai-nilai agama menjadi fondasi utama dalam pembentukan tren busana muslimah di Banjarmasin. Para pengusaha butik secara konsisten menekankan pentingnya menutup aurat, menghindari busana ketat dan transparan, serta menjaga

---

<sup>81</sup>Akbar S, Ahmed, *Postmodernisme and Islam: Predicament and Promise*, 11-12.

<sup>82</sup>Akbar S, Ahmed, *Postmodernisme and Islam: Predicament and Promise*, 10.

kesopanan dalam desain. Agama, dalam hal ini, tidak ditempatkan sebagai penghambat kreativitas, tetapi sebagai kerangka etis yang membatasi sekaligus mengarahkan proses produksi busana. Hubungan antara agama dan budaya populer terlihat dalam upaya para pengusaha butik untuk menjadikan busana muslimah sebagai media syiar, tanpa harus sepenuhnya menolak tren yang berkembang.

Dengan demikian, budaya populer dalam tren busana muslimah di Banjarmasin dapat dipahami sebagai hasil pertemuan antara agama, media, budaya lokal, dan tren global. Budaya populer tidak hadir dalam bentuk imitasi pasif terhadap tren luar, melainkan melalui proses adaptasi dan seleksi yang disesuaikan dengan nilai-nilai Islam serta konteks sosial masyarakat Banjar.

Berikut analisis pemahaman, bentuk yang ditampilkan, motivasi dan sikap pengusaha butik dalam menghadapi budaya populer, yakni:

a. Pemahaman Pengusaha Butik terhadap Budaya Populer

Berdasarkan wawancara dan pengamatan, keenam butik memperlihatkan pemahaman yang cukup sama mengenai budaya populer. RA.Si.Se.Sa Banjarmasin, Zaina Hijab Banjarmasin, dan RJIqrima Boutique, Eby D'Fashion sama-sama menekankan bahwa tren busana kini banyak ditentukan oleh media sosial, terutama Instagram dan TikTok. Mereka melihat bahwa perubahan tren hari ini sangat cepat dan sangat bergantung pada tampilan visual yang viral. Pandangan ini sejalan dengan teori Akbar S. Ahmed yang menyebut bahwa masyarakat postmodern hidup dalam dominasi media, yaitu keadaan ketika media tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk selera estetika dan cara berpikir



masyarakat.<sup>83</sup> Pada sisi lain, butik seperti Vivi Zubedi Banjarmasin dan Hida Hasan (berdasarkan pengamatan media sosial) terlihat menyadari bahwa, tren modest fashion menjadi bagian dari identitas perempuan muslim modern. Ahmed menyebut fenomena ini sebagai bangkitnya identitas religius di tengah budaya populer.<sup>84</sup>

#### b. Bentuk Budaya Populer di Kalangan Pengusaha Butik

Budaya Populer yang di tampilkan pengusaha butik Banjarmasin terlihat jelas pada wujud karakter desain tiap butik, yakni:

Berdasarkan hasil wawancara RA Banjarmasin mengusung tren syar'i, berusaha menampilkan rancangan abaya, gamis dan khimar syar'i, pada rancangan busana muslimah, yang berusaha selalu menyediakan dengan warna yang sedang tren, seperti warna pastel, ada juga warna yang sangat banyak peminatnya di kalangan konsumen yakni, salah satunya warna hitam. Zaina juga melakukan hal serupa, dengan memilih konsep desain busana bergaya syar'i, selain itu, ia juga merancang gamis kekinian yang bisa dipadupadankan dengan berbagai jenis krudung, khimar, dan jenis hijab lainnya, dan di butiknya tidak menyediakan celana atau pakaian ketat, karna terinspirasi dari di Surah Al-Ahzab 59 yang menyuruh perempuan muslimah dalam menutup aurat. Adapun RJIqrima mengikuti tren gamis, tapi di padukannya dengan sasirangan.

Berdasarkan hasil pengamatan di berbagai media sosial milik Vivi Zubedi dan Hida Hasan Banjarmasin, terlihat busana muslimah memadukan unsur etnik

---

<sup>83</sup>Akbar S, Ahmed, *Postmodernisme and Islam: Predicament and Promise*, 11-12.

<sup>84</sup>Akbar S, Ahmed, *Postmodernisme and Islam: Predicament and Promise*, 13.

dan glamour khas brand tersebut dengan konsep modest fashion internasional, sementara itu, Eby D'Fashion berusaha menyediakan pilihan busana abaya yang banyak digemari muslimah muda hingga orang tua, seperti ada yang viral gaya selebgram, seperti adanya tren shimmer yang dipopulerkan sejumlah artis Dinda Hauw, Prilly Latuconsina, Ria Ricis, Irish Bella.

Fenomena perpaduan syar'i modern ini menggambarkan apa yang oleh Ahmed disebut sebagai pencampuran simbol, yaitu kecenderungan budaya postmodern yang tidak lagi melihat simbol sebagai makna tunggal.<sup>85</sup>

#### c. Motivasi Pengusaha Butik dalam Membuat Tren Busana Muslimah

Motivasi yang muncul dari para pengusaha butik di Banjarmasin menunjukkan adanya keseimbangan antara kebutuhan mengikuti selera konsumen dan komitmen menjaga nilai agama. Hal ini sejalan dengan konsep *promise* dari Akbar S. Ahmed, yaitu peluang yang diberikan budaya populer bagi umat Islam untuk mengekspresikan identitas religius secara kreatif di tengah arus postmodern.

Berdasarkan hasil analisis keenam pengusaha butik di Banjarmasin menunjukkan motivasi yang beragam namun berpijak pada nilai yang sama, yaitu menjaga syariat dalam arus tren busana muslimah. RA dan Zaina menegaskan komitmen pada busana syar'i melalui pilihan warna lembut serta penolakan terhadap model ketat dan transparan, dengan Zaina secara eksplisit merujuk QS. Al-Ahzab ayat 59 sebagai landasan religius. RJ Iqrima dan Vivi Zubedi memadukan nilai Islam dengan unsur lokal dan global, baik melalui kain Sasirangan maupun panggung modest fashion internasional, tanpa meninggalkan

---

<sup>85</sup>Akbar S, Ahmed, *Postmodernisme and Islam: Predicament and Promise*, 10.

prinsip menutup aurat. Sementara itu, Hida Hasan dan Eby D'Fashion memaknai busana muslimah sebagai media dakwah personal dan sosial, meski tetap berinteraksi dengan selera generasi muda dan tren populer.

Secara keseluruhan, motivasi keenam pengusaha ini menunjukkan bahwa tren busana muslimah tidak semata bersifat komersial, melainkan menjadi ruang integrasi antara nilai spiritual, identitas religius, dan budaya populer. Temuan ini sejalan dengan konsep *promise* Akbar S. Ahmed, bahwa budaya populer dapat menjadi sarana kreatif dan adaptif bagi umat Islam dalam mengekspresikan nilai-nilai syariat di tengah perkembangan zaman.<sup>86</sup>

#### d. Sikap Pengusaha Butik terhadap Budaya Populer

Sikap pengusaha butik di Banjarmasin terhadap budaya populer pada dasarnya bersifat selektif. Mereka tidak menolak tren secara total, tetapi juga tidak menerimanya tanpa filter. Sikap ini menunjukkan adanya proses negosiasi identitas, di mana nilai agama tetap dijaga meskipun tren populer diadaptasi. Berikut analisis dari beberapa sikap pengusaha butik, seperti:

RA, Zaina, dan Iqrima secara konsisten menghadirkan busana abaya dan gamis syar'i serta menolak model ketat dan transparan, meskipun tren populer cenderung mengarah pada bentuk yang lebih terbuka. Vivi Zubedi tetap menegaskan kewajiban menutup aurat meski tampil dalam nuansa global dan glamor. Hida Hasan mengusung gaya abaya modern elegan, namun berlandaskan

---

<sup>86</sup>Akbar S, Ahmed, *Postmodernisme and Islam: Predicament and Promise*, xii-xiii.

nilai hijrah dan menolak tren berlebihan. Eby D'Fashion mengikuti tren selebgram yang viral, tetapi hanya memilih model yang sesuai dengan etika berpakaian Islami.

Sikap pengusaha butik di Banjarmasin menyaring budaya populer berdasarkan nilai agama, menyesuaikannya dengan kebutuhan konsumen tanpa meninggalkan prinsip syariat. Sikap ini sejalan dengan konsep *predicament* Akbar S. Ahmed, yaitu upaya menjaga identitas religius di tengah arus budaya populer yang terus berkembang.<sup>87</sup>

## 2. Analisis Dampak Budaya Populer dalam Tren Busana Muslimah di Kalangan Pengusaha Butik Banjarmasin

Budaya populer memainkan peran penting dalam membentuk cara pengusaha butik memproduksi, memilih, dan memasarkan busana muslimah. Dampak tersebut tidak hanya bersifat ekonomis, tetapi juga kultural dan ideologis. Dalam konteks ini, pengusaha butik tidak sekadar berperan sebagai pelaku pasar, melainkan sebagai aktor budaya yang secara aktif menafsirkan, menyaring, dan merespons tren busana muslimah yang berkembang.

Dominic Strinati memandang budaya populer sebagai bentuk komunikasi massa yang mudah diakses, disukai banyak orang, serta menyebar luas melalui media.<sup>88</sup> Perspektif ini tampak relevan dengan temuan penelitian, di mana tren busana muslimah di Banjarmasin banyak dipengaruhi oleh representasi visual yang beredar di media sosial. Unsur tampilan selebriti, gaya berpakaian figur publik, serta konten busana di Instagram dan TikTok menjadi referensi penting bagi pengusaha butik dalam merancang koleksi mereka. Media, dalam hal ini, tidak

---

<sup>87</sup>Akbar S, Ahmed, *Postmodernisme and Islam: Predicament and Promise*, xii-xiii.

<sup>88</sup>Dominic Strinati, *Popular Culture: Pengantar Menuju Budaya Populer*, 13.

hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai pembentuk selera dan standar estetika busana muslimah.

Salah satu dampak nyata budaya populer terlihat pada meningkatnya kreativitas desain busana muslimah. Para pengusaha butik menjadikan tren sebagai sumber inspirasi, baik dari segi pemilihan bahan seperti shimmer, penggunaan teknik printing, maupun pengemasan koleksi dalam bentuk seri tematik. Praktik ini menunjukkan bahwa budaya populer tidak selalu melahirkan keseragaman mutlak, tetapi justru membuka ruang bagi ekspresi personal pengusaha butik dalam menciptakan “tren syar’i”. Kreativitas tersebut tetap dibingkai oleh nilai-nilai syariat, seperti menjaga kelonggaran busana, menutup aurat, dan menghindari unsur transparan.

Pengusaha seperti Hida Hasan dan Vivi Zubedi memperlihatkan bagaimana tren global dan nasional diolah menjadi desain Abaya yang inovatif tanpa meninggalkan prinsip keislaman. Pemanfaatan kain tradisional seperti Sasirangan dan Tenun Sumba yang dipadukan dengan model abaya modern menunjukkan karakter adaptabilitas budaya populer. Fenomena ini sejalan dengan pandangan Akbar S. Ahmed mengenai pencampuran simbol, yaitu pertemuan antara tradisi, modernitas, nilai lokal, dan simbol global dalam satu ruang budaya postmodern.<sup>89</sup>

Budaya populer juga berdampak pada strategi promosi dan distribusi. Penggunaan *public figure*, selebgram, dan *influencer* berhijab menjadi bagian penting dalam membangun citra merek. RA dan Si.Se.Sa menggandeng Citra Kirana sebagai endorser, Zaina mendapat dukungan dari Hj. Wasilah (istri Wali

---

<sup>89</sup>Akbar S, Ahmed, *Postmodernisme and Islam: Predicament and Promise*, 25

Kota Banjarmasin), sementara Vivi Zubedi dan Hida Hasan telah dikenal luas melalui promosi oleh berbagai figur publik nasional. Kehadiran tokoh publik berfungsi sebagai sarana legitimasi visual, di mana busana muslimah dipersepsikan sebagai modern, elegan, dan tetap Islami. Kondisi ini mencerminkan karakter masyarakat postmodern yang menempatkan citra dan simbol sebagai unsur utama pembentuk makna.<sup>90</sup>

Tren bahan dan gaya tertentu, seperti penggunaan bahan shimmer, juga menunjukkan pengaruh budaya populer terhadap rancangan busana. Bahan ini dimaknai sebagai simbol kemewahan yang tetap dapat diselaraskan dengan kesan syar'i. Pengusaha seperti Rima RJ (Iqrima) dan Eby D'Fashion memanfaatkan tren tersebut dengan tetap menjaga prinsip dasar busana muslimah. Fenomena ini memperlihatkan bahwa budaya populer diterima secara selektif, bukan secara mentah.

Pada sisi resepsi, budaya populer disikapi dengan kesadaran religius oleh para pengusaha butik. Mereka tidak sepenuhnya mengikuti arus tren, tetapi menyaringnya berdasarkan pertimbangan agama, kenyamanan, serta nilai budaya lokal. Sikap selektif ini menunjukkan bahwa akidah tidak berada dalam posisi pasif, melainkan terlibat aktif dalam proses negosiasi dengan tuntutan estetika dan pasar. Proses negosiasi inilah yang membedakan tren busana muslimah di Banjarmasin dari sekadar mode populer biasa.

Pandangan komunitas Muslim turut memengaruhi rancangan busana yang diproduksi dan dijual. Preferensi konsumen yang menginginkan busana sopan,

---

<sup>90</sup>Akbar S, Ahmed, *Postmodernisme and Islam: Predicament and Promise*, 26-27.

nyaman, dan sesuai syariat mendorong pengusaha butik untuk mempertahankan desain syar'i, meskipun mengikuti warna, motif, dan bahan yang sedang tren. Kondisi ini menunjukkan bahwa budaya populer tidak hanya dibentuk dari atas melalui media dan pasar, tetapi juga dari bawah melalui nilai, harapan, dan kesadaran komunitas Muslim.

Secara keseluruhan, dampak budaya populer terhadap pengusaha butik di Banjarmasin bersifat ambivalen. Budaya populer membuka peluang kreativitas, perluasan pasar, dan penguatan identitas merek, namun pada saat yang sama menuntut kehati-hatian agar nilai-nilai Islam tidak tereduksi menjadi simbol estetika semata. Dalam konteks ini, pemikiran Akbar S. Ahmed menjadi relevan untuk membaca budaya populer sebagai ruang tarik-menarik antara *predicament* (tantangan krisis nilai) dan *promise* (peluang ekspresi kreatif keislaman).<sup>91</sup>

---

<sup>91</sup>Akbar S, Ahmed, *Postmodernisme and Islam: Predicament and Promise*, 219-238.