

***FOMO, JOMO* DAN AGAMIS-ESTETIK: KATEGORISASI PERILAKU
SOSIAL KEAGAMAAN SANTRIWATI DALAM TREN HIJAB *STYLISH*
DI PESANTREN SALAF YOGYAKARTA**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Bidang Sosiologi**

Disusun oleh:

Tia Nurul Afifah

21107020007

PROGRAM STUDI SOSIOLOGI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

2025

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tia Nurul Afifah

NIM : 21107020007

Program Studi : Sosiologi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi penulis yang berjudul **FOMO, JOMO dan Agamis-Estetik: Kategorisasi Perilaku Sosial Keagamaan Santriwati dalam Tren Hijab Stylish di Pesantren Salaf Yogyakarta** adalah hasil karya pribadi dan sepanjang pengetahuan penulis tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian – bagian tertentu yang penulis ambil sebagai acuan.

Penulis menggunakan *Artificial Intelligence ChatGPT* sebagai alat bantu untuk mendukung proses coding awal kategorisasi dari data mentah transkrip wawancara. Penulis tidak menggunakan ChatGPT dalam penyelesaian proses skripsi baik itu dalam penulisan, sistematika, hasil data maupun analisis. Semua murni hasil pemikiran penulis.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar maka sepenuhnya menjadi tanggungjawab penulis.

Yogyakarta, 11 Agustus 2025

Yang menyatakan,



Tia Nurul Afifah

NIM: 21107020007

NOTA DINAS PEMBIMBING

NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Skripsi

Lamp : -

Kepada :

Yth Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

UIN Sunan Kalijaga

Di Yogyakarta

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah memeriksa, mengarahkan, dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Tia Nurul Afifah

NIM : 21107020007

Prodi : Sosiologi

Judul : FOMO, JOMO dan Agamis-Estetik: Kategorisasi Perilaku Sosial Keagamaan Santriwati dalam Tren Hijab *Stylish* di Pesantren Salaf Yogyakarta

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Sosiologi.

Dengan ini saya mengharapkan saudara tersebut segera dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah. Atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 11 Agustus 2025
Pembimbing,



Ui Ardaninggar Luhtitianti, M.A.
NIP. 19850407 201801 2 001

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-3536/Un.02/DSH/PP.00.9/08/2025

Tugas Akhir dengan judul : FOMO, JOMO DAN AGAMIS-ESTETIK: KATEGORISASI PERILAKU SOSIAL KEAGAMAAN SANTRIWATI DALAM TREN HIJAB STYLISH DI PESANTREN SALAF YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : TIA NURUL AFIFAH
Nomor Induk Mahasiswa : 21107020007
Telah diujikan pada : Rabu, 20 Agustus 2025
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang
Ui Ardaninggar Luhtitianti, M.A.
SIGNED

Valid ID: 68a872e32b1f0



Penguji I
Dwi Nur Laela Fithriya, S.IP., M.A.
SIGNED

Valid ID: 68a822fc0002c



Penguji II
Dr. Yayan Suryana, M.Ag
SIGNED

Valid ID: 68a86f621a1f5



Yogyakarta, 20 Agustus 2025
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Prof. Dr. Erika Setyanti Kusumaputri, S.Psi., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 68abc41ecce5

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segala puji bagi Allah SWT atas berkah karunia serta kemudahan yang telah diberikan hingga pada akhirnya tugas akhir skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Karya ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya serta seluruh keluarga yang selalu memberikan motivasi, dukungan serta do'a.

Selanjutnya, terimakasih disampaikan kepada Ibu Ui Ardaninggar Luhtitianti yang telah dengan sabar membimbing dan memberi arahan kepada saya dalam menyusun skripsi ini.

Tidak lupa kepada orang – orang terdekat yang telah memberikan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyusunan skripsi ini.

Terakhir, untuk diri saya sendiri yang telah berjuang sejauh ini menghadapi berbagai fase. Hingga pada akhirnya salah satu amanah yang harus dijalankan selesai yakni menuntaskan tugas akhir skripsi ini dengan baik.

MOTTO

“Jika menurutmu ujung jalan sudah pasti keputusan, maka tetaplah berjalan di atas harapan. Barangkali di tepinya muncul arah terbaik yang selama ini dicari”



KATA PENGANTAR

Bismilahirrahmanirrahim

Assalamualaikum wr.wb Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya. Sholawat serta salam semoga tetap tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah menuntun manusia dari zaman kegelapan menuju zaman terang benderang, jalan kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat.

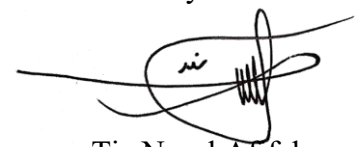
Penyusunan skripsi ini merupakan kajian singkat tentang “FOMO, JOMO dan Agamis-*Estetik*: Kategorisasi Perilaku Sosial Keagamaan Santriwati dalam Tren Hijab *Stylish* di Pesantren Salaf Yogyakarta”. Peneliti menyadari secara penuh bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini penulis mengucapkan rasa syukur dan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Noorhaidi, M.A., M.Phil., Ph.D selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Erika Setyanti Kusumaputri, S.Psi., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora.
3. Ibu Dr. Napsiah, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora.
4. Ibu Ui Ardaninggar Luhtitianti, M.A. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penulisan skripsi ini.
5. Ibu Dwi Nur Laela Fithriya, S.IP., M.A. dan Bapak Yayan Suryana selaku Dosen Penguji yang telah memberikan saran serta masukan dalam proses terakhir skripsi ini.
6. Segenap Dosen Program Studi Sosiologi yang telah memberikan ilmu pengetahuan, wawasan serta bimbingannya kepada peneliti selama masa perkuliahan.
7. Para narasumber yang telah bersedia meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam proses penelitian ini.

8. Kepada Bapak Darusalam beserta keluarga yang selalu memberikan dukungan, nasihat serta do'a untuk peneliti, hingga peneliti mampu menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Kepada Abdul Aziz Maulana, adik sekaligus sahabat terbaik yang selalu bersedia berbagi cerita dalam proses ini.
10. Kepada keluarga besar SUN, HMPS Sosiologi, Laboratorium Sosiologi dan UKM PPS Cepedi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
11. Kepada Eka Rahmawati, Gitasiani Putri Oktavia, Aura Azahra dan Wahyuni Aristia teman satu program studi yang mengisi hari – hari peneliti selama menjalani masa perkuliahan. Telah banyak membantu, selalu memberikan dukungan, saran dan motivasi untuk peneliti hingga pada akhirnya skripsi ini selesai.
12. Kepada keluarga besar LIMAPUSAKA, terutama Triya Barokah, Sovianika Ashari dan Shivaun Nabila yang selalu kebersamaan dengan peneliti selama menempuh pendidikan di Yogyakarta.
13. Kepada teman – teman satu bimbingan yang telah memberikan motivasi bagi peneliti hingga akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini.
14. Kepada teman – teman yang telah memberikan dukungan serta do'a bagi peneliti.
15. Tidak lupa bagi diri sendiri yang telah berjuang keras untuk bertahan sejauh ini. Mau belajar dan beradaptasi dengan berbagai hal baru. Termasuk pada saat proses penyusunan tugas akhir skripsi ini. Banyak tantangan yang membawa peneliti belajar banyak hal. Hingga akhirnya tugas akhir skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Yogyakarta, 11 Agustus 2025

Penyusun



Tia Nurul Arifah

NIM 21107020007

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	i
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Tinjauan Pustaka.....	7
F. Kerangka Konseptual	14
G. Metode Penelitian	23
H. Sistematika Pembahasan.....	31
BAB II LATAR BELAKANG DAN GAMBARAN SOSIAL SANTRIWATI DI PONDOK PESANTREN SALAF	33
A. Profil Perilaku Sosial, Keagamaan, Budaya, Ekonomi Santriwati di Pondok Pesantren Al Munawwir (Komplek Q dan Komplek R2)	33
B. Profil Perilaku Sosial, Keagamaan, Budaya, Ekonomi Santriwati di Pondok Pesantren Al Barokah Yogyakarta	39
C. Profil Perilaku Sosial, Keagamaan, Budaya, Ekonomi Santriwati di Pondok Pesantren Al Luqmaniyyah	44
D. Profil Perilaku Sosial, Keagamaan, Budaya, Ekonomi Santriwati di Pondok Pesantren Nurul Ummah Kotagede	50

BAB III DINAMIKA PERILAKU SOSIAL KEAGAMAAN SANTRIWATI DALAM TREN HIJAB <i>STYLISH</i> DI PONDOK PESANTREN SALAF.....	56
A. Motivasi Berhijab Santriwati di Pondok Pesantren Salaf.....	56
B. Tren Hijab Yang Diikuti Oleh Santriwati di Pondok Pesantren Salaf.....	68
C. Alasan Memakai Hijab Stylish Bagi Santriwati di Pondok Pesantren Salaf	77
D. Aturan Berhijab dan Respon Pesantren Salaf Terhadap Fenomena Hijab Stylish di Kalangan Santriwati	84
BAB IV KATEGORISASI PERILAKU SOSIAL KEGAMAAN DALAM TREN HIJAB <i>STYLISH</i> SANTRIWATI DI PESANTREN SALAF	99
A. FOMO, JOMO atau Agamis-Estetik : Gaya Berhijab Santri di Pesantren Salaf.....	99
B. Ragam Ekspresi Gaya Jilbab: Reflektivitas Santriwati Di Tengah Modernitas	113
C. Estetika, Keagamaan, dan Otoritas Kultural dalam Praktik Berhijab.....	119
BAB V PENUTUP	123
A. Kesimpulan.....	123
B. Saran	124
DAFTAR PUSTAKA	126
LAMPIRAN.....	131
CURICULUM VITAE.....	137

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

Tabel 1: Proses awal <i>coding</i> menggunakan GPT-4o	28
Tabel 2: Kategorisasi Tema Melalui Penandaan Kode Warna	30
Tabel 3: Respon Santriwati Terhadap Gaya Hijab.....	114



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1: Perpaduan Hijab Stylish dan Syariat Agama	68
Gambar 2: Gaya Hijab Yang Sesuai Syariat Agama	73
Gambar 3: Gaya Hijab Stylish	75
Gambar 4: Gaya Hijab Segi Empat Konvensional.....	89
Gambar 5: Style Hijab Santriwati di dalam Pesantren.....	136
Gambar 6: Style Hijab Santriwati Saat Kuliah	136
Gambar 7: Style Hijab Santriwati Saat Acara Kampus	136



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Pertanyaan Wawancara Penelitian	131
Lampiran 2: Transkrip Wawancara.....	133
Lampiran 3: Coding Data Informan Srikandi	133
Lampiran 4: Coding Data Informan Arimbi	134
Lampiran 5: Dokumentasi Catatan Lapangan.....	135



ABSTRAK

Pada perkembangannya hijab yang semula merupakan kewajiban agama mengalami perubahan menjadi sebuah tren di banyak kalangan perempuan muslim, terutama generasi Z. Menyebarnya tren gaya hijab ini tidak hanya terjadi dalam masyarakat modern secara luas, tetapi juga berpengaruh dalam lingkungan dengan aturan yang relatif ketat, seperti pesantren salaf. Fenomena berkembangnya tren gaya hijab di kalangan santriwati generasi Z pesantren salaf ini tidak hanya menunjukkan adanya pengaruh budaya dari luar pesantren. Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana perilaku sosial keagamaan santriwati dalam tren hijab *stylish* di pesantren salaf Yogyakarta.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian ini dilakukan di empat pondok pesantren salaf Yogyakarta meliputi Pesantren Al Munawwir Krapyak, Al Barokah, Nurul Ummah Kotagede dan Al Luqmaniyah. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, dokumentasi dan wawancara mendalam kepada 10 santriwati yang ditentukan melalui teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data menggunakan metode analisis Milles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan menarik kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan adanya proses sosial kompleks yang terjadi pada para santriwati generasi Z dalam berhijab. Proses ini melalui beragam lingkungan yakni keluarga, media sosial, sekolah, pesantren dan lingkungan tinggal yang membentuk dasar persepsi para santriwati. Dengan meluasnya ruang sosial yang mereka masuki, para santriwati berinteraksi dengan tren gaya hijab yang terus berkembang. Dalam merespon tren, para santriwati memunculkan tiga pola utama yang menggambarkan cara mereka mengekspresikan identitas melalui hijab yaitu FOMO (*Fear of Missing Out*) ringan, Agamis-estetik dan JOMO (*Joy of Missing Out*). FOMO ringan mengenakan hijab *stylish* dengan tidak menitikbertkan rasa cemas yang melebihi batas terhadap tren. Kelompok JOMO memilih untuk tidak mengikuti tren. Sedangkan kelompok Agamis-estetik mengintegrasikan tren gaya hijab dengan tata cara berhijab syari. Tiga kategori ini terjadi karena adanya interaksi antara tren hijab *stylish*, aturan pesantren, nilai-nilai yang terbentuk dan kebutuhan santriwati untuk mengekspresikan identitasnya.

ABSTRACT

Over time, the hijab which was originally a religious obligation, has evolved into a trend among many Muslim women, particularly among Generation Z. The spread of this hijab style trend is not only evident in modern society at large but also influences environments with relatively strict rules, such as Salafi boarding schools. The phenomenon of the growing trend of stylish hijab styles among Generation Z female students in Salafi boarding schools not only indicates the influence of external cultural factors. Therefore, this study aims to examine how the religious and social behavior of female students in Salafi boarding schools in Yogyakarta is shaped by the trend of stylish hijab styles.

This study uses a qualitative descriptive approach. The research was conducted in four Salafi Islamic boarding schools in Yogyakarta, including Al Munawwir Krapyak, Al Barokah, Nurul Ummah Kotagede, and Al Luqmaniyyah. Data collection was carried out through observation, documentation, and in-depth interviews with 10 female students selected using purposive sampling techniques. Data analysis techniques used the Miles and Huberman method, which includes data reduction, data presentation, and drawing conclusions.

The results of the study indicate the presence of complex social processes occurring among Generation Z female students in wearing the hijab. These processes occur across various environments, including family, social media, school, boarding school, and living environments, which form the basis of the female students' perceptions. As they enter broader social spaces, the female students interact with evolving hijab style trends. In responding to these trends, the female students exhibit three main patterns that reflect how they interpret and express their identity through the hijab: mild FOMO (Fear of Missing Out), religious-aesthetic, and JOMO (Joy of Missing Out). Mild FOMO involves wearing stylish hijabs without excessive anxiety about trends. The JOMO group chooses not to follow trends. Meanwhile, the religious-aesthetic group integrates hijab style trends with sharia-compliant hijab practices. These three categories exist due to the interaction between stylish hijab trends, boarding school rules, established values, and female students' need to express their identity.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan zaman mengubah gaya kehidupan individu dalam berbagai aspek. Salah satu aspek yang berubah secara signifikan adalah *fashion*. Berbagai jenis *fashion* di Indonesia, mengalami perkembangan yang sangat pesat. Salah satunya adalah hijab. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), hijab merupakan kerudung lebar yang dipakai wanita muslim untuk menutupi kepala dan leher sampai dada. Sejalan dengan pemahaman masyarakat umum terhadap hijab yang merupakan penutup wajib perempuan muslim pada bagian kepalanya.

Pada perkembangannya hijab merupakan kewajiban agama mengalami perubahan menjadi sebuah tren di banyak kalangan perempuan muslim, terutama generasi Z. Hal tersebut ditandai dengan adanya kreativitas mereka yang menciptakan berbagai kreasi hijab yang lebih modis, menarik, unik dan penampilannya kekinian mengikuti tren perkembangan *fashion*. Syariat agama islam mengajarkan untuk menggunakan pakaian dengan sopan, tidak memperlihatkan bentuk tubuh dan sederhana.¹

Kendati demikian, pada masa ini muncul pergeseran budaya digital pada generasi Z yang mempengaruhi cara mempraktikkan agama.

¹ Tuti, Ahmad Zabidi, and Tomi, "Pemakaian Jilbab (Studi Penerapan QS Al-Ahzab [33]:59) Di Desa Berlimbang," *Ilmiah Falsafah* 8, no. 2 (2022): 52–65.

Fenomena ini mencerminkan evolusi sosial dan budaya yang kompleks di mana hijab berubah menjadi ekspresi mode dan gaya hidup. Durasi akses media sosial oleh generasi Z saat ini, mempengaruhi bagaimana mereka mengikuti apa yang disajikan secara konsisten. Konten yang beredar secara luas membentuk persepsi pada individu-individu yang terpapar. Persepsi tersebut bisa saja terbentuk dari dorongan individu itu sendiri atau orang lain. Dorongan dari orang lain ini dapat terjadi dalam penggunaan media sosial yang mencakup berbagai aplikasi seperti tik-tok, instagram, facebook, twitter (X), lemon 8, snack video, canva, youtube dan lain sebagainya. Media sosial menyediakan berbagai akun yang menampilkan beragam konten tentang hijab. Seperti halnya baru-baru ini muncul gaya hijab yang banyak digandrungi oleh generasi Z yang disebut “*“hijab mleyot”*”. Desain yang longgar dan fleksibel, membuat hijab ini memberikan kesan yang santai namun tetap modis, sehingga cocok untuk beragam aktivitas.²

Perubahan gaya hijab yang terjadi tidak hanya ada dalam masyarakat modern secara luas, tetapi juga berpengaruh dalam lingkungan dengan aturan yang relatif ketat, seperti pesantren. Pesantren sebagai lembaga pendidikan Islam yang selama ini identik dengan aturan penggunaan gaya hijab bagi santriwatinya juga tidak bisa lepas dari tren *fashion* yang terus berkembang. Fenomena ini dengan mudah dijumpai di dunia pesantren,

² Wicaksana, Y. S. (n.d.). *Gaya Favorit Gen Z! Sashfir Founder Lafiye Sebagai Trendsetter Hijab Mleyot*. Sabtu, 27 April 2024 .

khususnya pesantren yang memiliki santri generasi Z. Fenomena ini dapat juga dilihat di lingkungan pondok pesantren salaf di Yogyakarta. Penulis memandang pondok pesantren berlatar belakang salaf, dengan peraturan yang relatif lebih ketat dibandingkan di pesantren-pesantren modern, menjadi fenomena yang menarik untuk melihat bagaimana santriwati berdamai dengan aturan pondok pesantren dan tren *fashion* hijab di dunia sosial.

Pesantren yang secara historis merupakan lembaga pendidikan tertua, memiliki peran sebagai pusat penyiaran agama islam setelah masjid.³ Sistem pendidikan didalamnya menyatukan antara pengajaran agama dengan kehidupan berasrama yang disiplin, dimana terdapat aturan-aturan yang harus dipatuhi dan kyai memegang peran sentral sebagai pemimpin dan pembimbing spiritual. Terdapat banyak sisi menarik yang bisa dilihat dari pesantren di Indonesia. Adanya sifat ke-Islaman dan ke-Indonesiaan yang terintegrasi dalam pesantren juga menjadi daya tarik kuat yang menarik banyak ahli untuk mengkaji lingkungan tersebut.⁴ Tidak hanya itu, sistem dan metode yang mempertahankan keasliannya, kesederhanaan yang ada, interaksi kyai dan santri, dan keadaan fisik pesantren pun menjadi daya tarik tersendiri. Dengan situasi yang demikian pesantren memiliki kiprah besar bagi masyarakat sejak masa pra kolonial, kolonial, pasca kolonial, bahkan dimasa kini.

³ Ryan, Cooper, and Tauer, "Definisi Pondok Pesantren," *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents* VI, no. 2 (2021): 12–26.

⁴ Abdurrahman Abdurrahman, "Sejarah Pesantren Di Indonesia:," *Jurnal Penelitian Ilmiah INTAJ* 4, no. 1 (2020): 84–105, <https://doi.org/10.35897/intaj.v4i1.388>.

Pesantren merupakan lembaga pendidikan islam yang mengajarkan ilmu agama sekaligus membentuk moral dan karakter santri melalui rutinitas yang ada dalam pesantren dan bimbingan kyai. Dengan adanya perkembangan zaman, banyak jenis pesantren yang tetap ada di masa kini. Bukan berarti pondok pesantren kehilangan kekhasannya, akan tetapi ia terus berkembang dengan penyesuaian yang ada. Secara umum, jenis-jenis pesantren yang tersebar di Indonesia, meliputi pesantren salaf, pesantren modern (khalaf), pesantren semi modern, pesantren takhassus, dan *boarding school* model pesantren.

Dalam kajian ini, penulis berfokus pada perilaku sosial keagamaan santriwati dalam pondok pesantren salaf. Pondok pesantren salaf merupakan pondok pesantren yang mengajarkan Al-Qur'an dan ilmu-ilmu agama islam sebagaimana berjalan seperti sejak awal pertumbuhannya. Jenjang dalam pendidikan pondok pesantren dilakukan dengan cara memberikan kitab pegangan yang tingkatannya lebih tinggi dengan tema kitab yang sama, setelah selesainya suatu kitab. Terdapat dua jenis santri dalam pondok pesantren salaf. Pertama, santri tinggal dalam asrama yang disediakan dalam lingkungan pondok pesantren. Kedua, santri yang tinggal di luar lingkungan pondok pesantren atau biasa disebut santri kalong. Secara ringkas, pesantren salaf melakukan pengajaran agama islam secara khusus kepada para santri, melalui sarana kitab kuning. Menggunakan metode tradisional tanpa mengintegrasikan pendidikan umum di dalamnya.

Pengajarannya yang masih bersifat tradisional, membutuhkan peran kyai sebagai figur sentral dalam pondok pesantren salaf.⁵

Berawal dari dinamika tren *fashion* hijab yang terjadi sangat pesat, membuat kajian ini menarik untuk dibahas. Terlebih melihat objek kajian penelitian ini adalah santriwati yang masuk dalam Generasi Z, di pondok pesantren salaf yang menuntut kesederhanaan. Generasi Z merupakan individu yang masih dalam fase peralihan menuju dewasa. Selain itu, menimbang pondok pesantren salaf di Yogyakarta sebagai latar tempat memiliki berbagai santriwati yang berasal dari latar belakang berbeda, baik lingkungan tumbuh sebelumnya atau pendidikan yang sedang ditempuh saat ini. Faktor sosial yang berbeda, tentu akan membentuk perilaku sosial baru yang diwujudkan setiap individu.

Fenomena berkembangnya tren gaya hijab di kalangan santriwati generasi Z pesantren salaf ini tidak hanya menunjukkan adanya pengaruh budaya dari luar pesantren. Hal ini mengindikasikan transformasi cara berpikir generasi muda muslim. Perubahan ini menimbulkan pertanyaan, Menandakan apa adanya tren *fashion* hijab *stylish* di pesantren salaf ini? Apakah hal ini sekadar bentuk adaptasi terhadap tren, atau justru menunjukkan konstruksi perilaku sosial terhadap hijab sebagai simbol identitas agama?

⁵ Ahmad Ihwanul Muttaqin, "Modernisasi Pesantren; Upaya Rekonstruksi Pendidikan Islam (Studi Komparasi Pemikiran Abdurrahman Wahid Dan Nurcholish Madjid)," *Tarbiyatuna* 7, no. 2 (2014): 66–98.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana perilaku sosial keagamaan santriwati dalam tren hijab *stylish* di pesantren salaf Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas maka dapat disimpulkan bahwa tujuan penelitian ini dilakukan untuk mendalami perilaku sosial keagamaan santriwati dalam tren hijab *stylish* di pesantren salaf Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, manfaat yang akan diperoleh dengan adanya penelitian ini :

1. Manfaat Teoritis

- a. Hasil penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat memberi manfaat untuk perkembangan ilmu pengetahuan dalam bidang sosiologi, khususnya sosiologi agama dan sosiologi budaya.

Terutama yang berkaitan dengan perilaku sosial keagamaan santriwati terkait tren hijab *stylish* dalam pesantren salaf.

- b. Berdasarkan pada temuan yang didapat di lapangan, penelitian ini diharapkan bisa menjadi media untuk memperluas wawasan dan menjadi sumbangsih untuk penelitian berikutnya.

2. Manfaat Praktis

Bagi masyarakat diharapkan penelitian ini bisa menjadi media penambah wawasan seputar kategorisasi perilaku sosial keagamaan santriwati dalam tren hijab *stylish* di pesantren salaf Yogyakarta

E. Tinjauan Pustaka

Penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti bukanlah penelitian yang pertama, melainkan telah ada peneliti terdahulu yang melakukan penelitian dengan topik serupa. Maka pada bagian ini akan diuraikan beberapa penelitian terdahulu yang memiliki topik serupa.

Anggraeni Putri Prastini⁶, Tami Kurniawati⁷ meneliti terkait proses pemaknaan *fashion* hijab yang ditampilkan selebriti dalam media televisi. Hal tersebut membuahkan representasi perilaku berhijab dalam komunitas Hijab *Queen* dan *Hijabers Community Yogyakarta*. Kedua penelitian itu berbeda dengan penelitian ini, mengingat penelitian ini tidak memfokuskan kajiannya dalam media massa dan komunitas hijab yang secara resmi dibentuk. Akan tetapi, berfokus pada santriwati dalam lingkungan pondok pesantren.

Kajian yang dilakukan oleh Iefa Kahana⁸ berfokus pada perilaku berbusana pada *followers* Instagram produk hijab yaitu Hijab Alila.

Penelitian ini membahas mengenai hubungan dalam intensitas mengakses

⁶ Anggraeni Putri Prastini, "Pemaknaan Komunitas Hijab Queen Terhadap Pesan Fashion Hijab Pada Program Dua Hijab Trans 7," 2018.

⁷ Tami Kurniawati, "Televisi, Proses Persepsi Komunitas Terhadap Tampilan Visual Selebriti Berhijab Syar'i Di Televisi (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Anggota Hijabers Community Yogyakarta)," 2016.

⁸ Iefa Kahana, "Hubungan Intensitas Mengakses Instagram Hijab Alila Dengan Perilaku Berbusana Follower Hijab Alila" 8, no. 5 (2019): 55.

Instagram Hijab Alila dengan manifestasi busana *followers*. Hal tersebut berbeda dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis, mengingat penelitian ini tidak hanya mengkaji *followers* dalam sebuah akun Instagram dan menghubungkan intensitas dalam aksesnya terhadap perilaku berbusana, melainkan melakukan kajian secara lebih luas, meliputi media sosial dan lingkungan sosial santriwati.

Penelitian yang dilakukan oleh Reni Puput Sundari⁹, Elita Ardiyanti Pangesti Putri¹⁰, Nikmatullah, Umniati, Salwa Dama Nazila¹¹, Amanda Rohmah Widyanita, Shofi Rizq Najmah Shabrina, Fransiscus Xaverius Sri Sadewo¹² mengkaji mengenai pengaruh dalam keputusan penggunaan hijab mahasiswi setelah mengakses konten terkait hijab, baik melalui media massa maupun media sosial. Hal itu berbeda dengan fokus kajian yang akan dilakukan penulis, mengingat penelitian ini tidak membahas mengenai keputusan penggunaan hijab. Penelitian ini menitikberatkan pada hijab yang dikenakan santriwati sebagai representasi dari perilaku sosial keagamaan mereka.

⁹ Reni Puput Sundari, "Hubungan Menonton Program Acara Dua Hijab Di Trans 7 Terhadap Minat Menggunakan Hijab Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta (Periode 2014-2016)," 2017.

¹⁰ Elita Ardiyanti Pangesti Putri, "Pengaruh Intensitas Mengakses Akun Instagram @HAMIDAHRAHMAYANTI Terhadap Penggunaan Hijab Kepada Mahasiswi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta,," 2019.

¹¹ Nikmatullah, Umniati, Salwa Dama Nazila, "Rekonstruksi Fenomena Penggunaan Hijab Di Kalangan Muslimah Muda," *Indonesian Society and Religion Research* 1, no. 2 (2024): 97–105, <https://doi.org/10.61798/isah.v1i2.164>.

¹² A.R Widyanita, S.R.N Shabrina, and F.X.S Sadewo, "Analisis Trend Fashion Hijab Dalam Kajian Budaya Populer Di Kalangan Generasi Milenial," *Majalah Ilmiah Tabuah* 26 No.2, no. Trend Fashion Hijab dalam kajian budaya populer (2022): 73–79.

Oktavia Vindy Nur Azizah dan A Zahid¹³, Elisa Br Ginting, Suwarjo Suwarjo, Johannes Sohirimon Lumbanbatu, Din Oloan Sihotang¹⁴, Alda Aulia Nadhila, Siti Khoerun Ni'mah, Zahra Fauziah Jasmine, Armelia Ari Firdatama, Anis Sufanniyah¹⁵, Liza Muliana, Ambar Sari Dewi¹⁶ juga meneliti mengenai hijab. Penelitian tersebut berfokus pada pembentukan identitas perempuan muslim melalui media sosial, khususnya tiktok dan Instagram. Pada kajiannya juga membahas mengenai penggunaan hijab sebagai bentuk ekspresi identitas Muslimah. Hal itu menandakan adanya perbedaan terhadap penelitian ini. Kajian yang dilakukan berfokus pada gaya hijab yang dikenakan sebagai sebuah perilaku sosial kegamaan, bukan bagaimana proses penggunaan hijab sebagai identitas muslimah itu terbentuk.

Euis Karmila¹⁷ mengkaji mengenai tren hijab yang dikenakan oleh siswi SMA sederajat. Studi komparatif dilakukan dalam penelitian tersebut.

¹³ Oktavia Vindy Nur Azizah and A Zahid, "IDENTITAS DIRI PEREMPUAN MUSLIM GENERASI Z (Studi Kasus Pengguna TikTok Mahasiswa FEBI 2019 UIN SATU Tulungagung)," *Pute Waya : Sociology of Religion Journal* 4, no. 1 (2023): 42–62, <https://doi.org/10.51667/pwjsa.v4i1.1409>.

¹⁴ Elisa Br Ginting et al., "The Relationship between the Fear of Missing Out (FoMO) and Social Media Use in Articulating Islamic Identity among Muslim Millennials," *International Journal of Islamic Educational Psychology* 4, no. 2 (2023): progres, <https://doi.org/10.18196/ijiep.v4i2.18457>.

¹⁵ Alda Aulia Nadhila et al., "Analisis Pengaruh Media Sosial Terhadap Mindset Pengguna Hijab Sebagai Identitas Diri Atau Fenomena Sosial Di Kalangan Mahasiswa Universitas Tidar," *Blantika: Multidisciplinary Journal* 1, no. 1 (2023): 114–21, <https://doi.org/10.57096/blantika.v1i1.25>.

¹⁶ Liza Muliana and Ambar Sari Dewi, "Jilbab: Antara Identitas Agama Dan Transformasi Trend Model Berjilbab Di Kalangan Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta," *Innovative: Journal Of Social Science Research* 4, no. 4 SE-Articles (2024): 1887–98, <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/11649>.

¹⁷ Euis Karmila, "Tren Berhijab Di Kalangan Anak Muda: Studi Komparatif Pada Siswi SMA/MA/SMK Di Pekanbaru," *El Madani : Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam* 1, no. 01 (2020): 1–18, <https://doi.org/10.53678/elmadani.v1i01.46>.

Komparasi antara siswi SMA, MA dan SMK di Pekanbaru dilakukan untuk mengetahui perbedaan gaya hijab yang dikenakan dengan latar belakang sekolah yang berbeda. Hal itu menandakan adanya perbedaan dengan penelitian ini, penulis ingin mengkaji dalam lingkungan pondok pesantren salaf yang memiliki aturan terkait penggunaan hijab bagi para santriwatinya.

Penelitian yang dilakukan oleh Yulia Nurdianik, Siti Gomo Attas, dan Miftahul Kahairah Anwar¹⁸, Siti Khadijah, Wafa Kamilah¹⁹ mengkaji mengenai pergeseran fungsi hijab yang awalnya memiliki nilai spiritualis yang besar menjadi komoditas perdagangan. Hal ini merupakan sebuah perwujudan dari adanya tren dan gaya yang disebarluaskan melalui para aktor berpengaruh seperti selebriti. Pada penelitiannya banyak membahas mengenai hijab secara teologis, hijab sebagai kewajiban agama mengalami peralihan mengikuti perkembangan zaman. Hal ini bertentangan dengan penelitian yang akan dilakukan yang berfokus pada lingkungan sosial dan media sebagai basis perilaku sosial informan.

¹⁸ Yulia Nurdianik, Siti Gomo Attas, and Miftahul Kahairah Anwar, “Hijab: Antara Tren Dan Syariat Di Era Kontemporer,” *Indonesian Journal of Social Science Review* 1, no. 1 (2022): 11–20.

¹⁹ S Khadijah and W Kamilah, “The Commodification of the Hijab in Generation z on Instagram,” *Linkage* 1, no. 1 (2024): 1–14, <https://journal-iasssf.com/index.php/Linkage/article/view/720%0Ahttps://journal-iasssf.com/index.php/Linkage/article/download/720/525>.

Acep Samsudin, Rusdi Hidayat, Berta Melati A.C, dkk²⁰, Yayuh Khufibasyaris, Hendi Suhendi²¹, Yayuh Khufibasyaris²², Riski Rahman, Indra²³ juga mengkaji mengenai hijab. Penelitian-penelitian tersebut membahas mengenai *branding image* suatu brand hijab yang mempengaruhi preferensi hijab dalam kalangan anak muda. Gaya hijab yang dikenakan menggambarkan identitas dan cara hidup sekelompok orang. Berbeda dengan penelitian yang akan dilakukan penulis yang berusaha menguak proses terbentuknya perilaku sosial santriwati dalam tren hijab di lingkungan pondok pesantren salaf yang memiliki aturan.

Elzi Wardani²⁴, Resky Purnamasari Nasaruddin²⁵ berfokus kepada proses terbentuknya komunitas hijab dan perkembangannya serta cara komunitas mengkombinasikan antara agama dan gaya hijab (*fashion*). Mengingat hijab tidak lagi dipandang sebagai hal klasik tetapi gaya modern yang mengikuti perkembangan zaman. Berbeda dengan tulisan Elzi yang

²⁰ Berta Melati A.C et al., “Pengaruh Tren Fashion Dan Brand Image Terhadap Hijab Remaja,” *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 3, no. 2 (2023): 432–37, <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v3i2.2683>.

²¹ Yayuh Khufibasyaris and Hendi Suhendi, “Pengaruh Tren Hijab Fashion Di Media Sosial Tiktok Terhadap Cara Berpakaian Islami Mahasiswi Unisba Fakultas Dakwah Angkatan 2019,” *HIKMAH : Jurnal Dakwah Dan Sosial*, 2024, 1–10, <https://doi.org/10.29313/hikmah.v4i1.3361>.

²² Y Khufibasyaris, “Tren Fesyen Hijab Tiktok Yang Memotivasi Cara Berpakaian Islami,” *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 2024, 17–24, <https://journals.unisba.ac.id/index.php/JRKPI/article/view/3742%0Ahttps://journals.unisba.ac.id/index.php/JRKPI/article/download/3742/1854>.

²³ Riski Rahman and Indra Indra, “The Influence of Halal Fashion, Lifestyle, and Brand Image on Gen Z’s Hijab Fashion Preferences in Indonesia,” *Journal of Islamic Economics Lariba* 10, no. 1 (2024): 251–70, <https://doi.org/10.20885/jielariba.vol10.iss1.art14>.

²⁴ Elzi Wardani, “Gaya Hidup Beragama Komunitas Hijabers Di Kota Padang,” *Indonesian Journal of Religion and Society* 1, no. 1 (2019): 24–37, <https://doi.org/10.36256/ijrs.v1i1.18>.

²⁵ Resky Purnamasari Nasaruddin, “A Study on Hijab Fashion in Hijab Sister Community of Makassar,” *Jurnal JINNSA (Jurnal Interdipliner Sosiologi Agama)* 2, no. 1 (2022): 1–21, <https://doi.org/10.30984/jinnsa.v2i1.242>.

mengkaji terbentuknya sebuah komunitas, penelitian ini berfokus pada proses perilaku berhijab yang dilakukan oleh santriwati dalam pesantren.

Riskiyana Ulfa, Deasy Wulandari, N. Ari Subagio²⁶, Iiq Nahyu Risqiawati, Hendri Hermawan, Muhammad Shulthoni²⁷ melakukan penelitian mengenai faktor yang mempengaruhi pembelian hijab pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Jember dan mahasiswi FEBI UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Riskiyana dkk membahas mengenai pengaruh *hijabers community* terhadap gaya hidup yang selanjutnya berpengaruh terhadap pembelian hijab. Sedangkan Iiq dkk membahas mengenai perkembangan *fashion* yang ada di media sosial mempengaruhi keputusan pembelian hijab. Penelitian-penelitian tersebut berbeda dengan tulisan ini. Keputusan pembelian hijab yang dibahas dalam penelitian diatas melalui pengaruh kelompok luar. Dalam penelitian ini mengkaji pengaruh perilaku berhijab dalam konteks yang lebih luas meliputi faktor eksternal dan internal santriwati.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

²⁶ Riskiyana Ulfa, Deasy Wulandari, and N Ari Subagio, "Pengaruh *Hijabers Community* Terhadap Gaya Hidup Dan Keputusan Pembelian *Hijab* Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Jember (The Influence of *Hijabers Community* through Lifestyle and *Hijab* Purchase Decision in Students ' of Faculty of Economics Univ," *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi Universitas Jember* 1, no. 1 (2019): 67–71.

²⁷ I N Risqiawati, H Hermawan, and ..., "The Influence of *Hijab* Fashion Trends on Consumptive Behavior of Students of the Faculty of Islamic Economics and Business UIN KH Abdurrahman Wahid ...," ... *of Noesantara Islamic* ... 1, no. April (2024): 86–93, <https://journal.ypidathu.or.id/index.php/ijnis/article/view/853%0Ahttps://journal.ypidathu.or.id/index.php/ijnis/article/download/853/814>.

Novia Dwi Sartika, Christoper Yudha Erlangga²⁸, Dewi Ayundasari, Yusra Dewi Siregar, Nabila Yasmin²⁹ berfokus pada perkembangan tren hijab yang ada dalam kalangan Generasi Z. Baik itu mahasiswi atau pelajar yang termasuk dalam rentang usia remaja. Dalam tulisannya juga membahas mengenai negosiasi nilai-nilai konservatif dan tuntutan pergaulan modern pada remaja yang berhijab. Realitas sosial yang terjadi, direpresentasikan dalam perubahan *style* terus menerus. Hal ini berbeda dengan penelitian yang akan dilakukan penulis, mengingat dalam kajiannya membahas mengenai tren hijab yang terjadi pada santriwati di pondok pesantren. Dimana pesantren yang menjadi latar tempat memiliki ruang lingkup yang lebih kecil daripada generasi Z secara umum.

Berbeda dengan penelitian sebelumnya, Sudarmi, Murtiadi Awaluddin, Agus Syam, Mahmuddin³⁰, Firyal Rebecca Putri, Yan Yan Sunarya³¹, Lukmanul Hakim, Indah Puji Rahayu, Yayuli Yayuli, Afief El Ashfahany³² mengarah pada industri *fashion* muslim. Perkembangan modest *fashion* merupakan implementasi pilihan gaya hidup. Tren *fashion*

²⁸ Christoper Yudha Erlangga Novia Dwi Sartika, "Fenomena 'The Nuruls' Di Kota Depok . (Studi Fenomenologi Remaja Berhijab Di Kota Depok)" 04, no. 03 (2024): 781–88, <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v4i3.2167>.

²⁹ Dewi Ayundasari, Yusra Dewi Siregar, and Nabila Yasmin, "Pola Tren Hijab Generasi Z Studi Kasus Mahasiswi Uin Sumatera Utara," *Dar El-Ilmi : Jurnal Studi Keagamaan, Pendidikan Dan Humaniora* 11, no. 1 (2024): 91–103, <https://doi.org/10.52166/darelilmi.v11i1.6433>.

³⁰ Sudarmi et al., "Tren Fashion Syariah Dalam Digitalisasi Marketing Di Era Milineal Dan Gen Z," *Economic Reviews Journal* 3, no. 3 (2024): 2172–78, <https://doi.org/10.56709/mrj.v3i3.329>.

³¹ Firyal Rebecca & Putri and Yan Yan Sunarya, "Kajian Adaptasi Visual Kreatif Dalam Tren Pakaian Anak Global Sebagai Fashion Modest," *Konferensi Sekolah Pascasarjana ITB* 1 (1) (2021): 495–508.

³² Lukmanul Hakim et al., "An Empirical Study on The Influence of Purchase Intention of Generation Z on Muslim Fashion," *Journal of System and Management Sciences* 13, no. 4 (2023): 601–14, <https://doi.org/10.33168/JSMS.2023.0436>.

yang dibahas di dalamnya mencakup berbagai rentang usia dan berbagai jenis *fashion*. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan penulis, didalamnya hanya berfokus pada tren *fashion* hijab pada rentang usia Generasi Z.

Penelitian-penelitian yang telah disebutkan memiliki fokus kajian berbeda dengan kajian yang dilakukan penulis. Penelitian sebelumnya lebih banyak mengkaji mahasiswa perguruan tinggi, komunitas hijab atau pesantren modern yang relatif lebih longgar dalam aturan berpakaian. Sedangkan dalam pesantren salaf yang menjadi fokus kajian penelitian ini mengatur secara rinci mengenai hubungan antara aturan institusi dan pilihan personal. Pesantren salaf memiliki ruang sosial yang unik dimana santriwati berada pada persimpangan antara ketaatan terhadap aturan pesantren dan keterlibatan dalam arus tren hijab *stylish*. Kajian ini melengkapi dimensi sosiologis yang belum tergali yaitu minimnya data empiris mengenai struktur sosial pesantren yang memengaruhi respon santriwati dalam membentuk perilaku sosial melalui hijab.

F. Kerangka Konseptual

1. Konsep FOMO (*Fear of Missing Out*), JOMO (*Joy of Missing Out*) dan Agamis-Estetik.

Dua fenomena psikologis menjadi relevan dalam era digital yang serba cepat. Fenomena ini dikenal dalam istilah FOMO (*Fear of Missing Out*) dan JOMO (*Joy of Missing Out*). Konsep yang saling berlawanan tersebut menjadi kerangka penting dalam

membaca respon santriwati terhadap perubahan tren *fashion* hijab. FOMO merupakan singkatan dari *fearing of missing out*. Berarti rasa takut tertinggal karena tidak mengikuti aktivitas tertentu. Perasaan cemas dan takut yang timbul di dalam diri seseorang akibat ketinggalan sesuatu yang baru, seperti berita, tren, dan hal lainnya. Rasa takut ketinggalan ini mengacu pada perasaan atau persepsi bahwa orang lain sedang melalui pengalaman yang menyenangkan tanpa kehadiran kita. FOMO ditandai dengan keinginan untuk terus ikut serta dalam aktivitas yang sedang dilakukan orang lain.³³

FOMO merupakan fenomena yang relatif baru yang muncul karena banjir informasi digital. Keterlibatan dalam media digital menawarkan jalur yang efisien bagi individu yang ingin terus terhubung dengan apa yang sedang terjadi secara umum. Fenomena ini merupakan salah satu ciri yang paling menonjol dari generasi Z.

Fenomena ini disebabkan karena pada kurun kelahiran generasi Z yaitu seseorang yang lahir kisaran tahun 1997-2012 mengalami perkembangan internet yang begitu pesat.³⁴ FOMO mendorong individu untuk memiliki kecenderungan terus melihat aktivitas sosial baik di dunia maya maupun dunia nyata, kemudian membandingkan

³³ Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841–1848.

³⁴ Oktavia Vindy Nur Azizah and A Zahid, 'IDENTITAS DIRI PEREMPUAN MUSLIM GENERASI Z (Studi Kasus Pengguna TikTok Mahasiswa FEBI 2019 UIN SATU Tulungagung)', *Pute Waya : Sociology of Religion Journal*, 4.1 (2023), pp. 42–62, doi:10.51667/pwjjsa.v4i1.1409.

kehidupan pribadi dengan orang lain. FOMO dapat menimbulkan perilaku impulsif, dimana keputusan dibuat karena keinginan untuk mengikuti orang lain bukan karena kebutuhan. Perilaku ini seringkali berujung pada perasaan tertekan, cemas, rasa iri hingga mempengaruhi kepuasan hidup.³⁵ Sebaliknya JOMO (*Joy of Missing Out*) merupakan antitesis dari FOMO.

JOMO menggambarkan perasaan nyaman individu yang memilih tidak terlibat dalam arus sosial tren. Individu JOMO memiliki rasa tenang dan fokus pada diri sendiri serta memiliki kepercayaan terhadap keseimbangan hidup. JOMO muncul dari kesadaran diri yang tinggi, pengelolaan energi dan waktu yang lebih baik serta kemampuan untuk membatasi diri dari pengaruh eksternal. Perilaku ini berdampak pada adanya rasa kepuasan mendalam yang dimiliki individu terhadap momen yang sedang berlangsung. JOMO menghasilkan individu yang memiliki peningkatan kesejahteraan mental dengan berkurangnya stres, kecemasan dan tekanan sosial sehingga produktivitas menjadi lebih baik.³⁶

Diluar perilaku FOMO dan JOMO, generasi Z juga tidak asing dengan istilah *aesthetic* atau *estetik*. Pada awalnya estetika

³⁵ Mayank Gupta and Aditya Sharma, "Fear of Missing out: A Brief Overview of Origin, Theoretical Underpinnings and Relationship with Mental Health," *World Journal of Clinical Cases* 9, no. 19 (2021): 4881–89, <https://doi.org/10.12998/wjcc.v9.i19.4881>.

³⁶ Abhay Pai et al., "Investigate the Relationship between JOMO and Mental Health Wellbeing," *Proceedings of the International Conference on Digital Wellbeing (ICDW 2023)*, 2023, 144–49, <https://www.imcpublisher.com>.

mengacu pada sesuatu yang indah dan berhubungan dengan seni. Pada ruang lingkup generasi Z, kata *estetik* seringkali digunakan dalam mengekspresikan suatu hal yang dianggap menyenangkan, keren, unik atau nyaman dari segi visual serta perasaan. *Estetik* merupakan ungkapan apresiasi yang digunakan oleh generasi Z terhadap sesuatu yang autentik, inovatif, kreatif dan mengandung kebebasan berekspresi.³⁷ Pada kajian ini, kata *estetik* penulis hubungkan dengan kata agamis sehingga memunculkan istilah agamis-estetik.

Agamis dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) merujuk pada kata sifat yang berarti religius. Kata ini menggambarkan individu, kelompok atau masyarakat yang memiliki perilaku didasarkan pada ajaran agama. Individu yang disebut agamis memiliki keimanan, ketaatan dalam ibadah dan menjunjung tinggi nilai-nilai agama dalam kehidupan sehari-hari.³⁸

Saat kata agamis dan *estetik* digabungkan, maka muncul makna baru yang merupakan integrasi antara keduanya. Agamis-estetik merupakan istilah yang menggambarkan perilaku yang memuat unsur keindahan dengan nilai agama di dalamnya.

³⁷ Marisa Oktaviana et al., "Budaya Komunikasi Virtual Di Twitter Dan Tiktok: Perluasan Makna Kata Estetik," *Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial* 5, no. 2 (2021): 173–86, <https://doi.org/10.22219/satwika.v5i2.17560>.

³⁸ Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. 2023. *Arti Kata "agamis" Menurut KBBI*. <https://www.kbbi.co.id/arti-kata/agamis>.

Tiga istilah yang dituliskan sebelumnya merupakan kategorisasi yang peneliti gunakan dalam menggambarkan perilaku sosial santriwati dalam tren hijab *stylish* di pesantren salaf. Terlepas dari itu, santriwati hidup pada masa kini yang termasuk dalam era modernitas akhir (*late modernity*). Melalui kerangka *late modernity* oleh Anthony Giddens, perilaku sosial berhijab santriwati saat ini merupakan bagian dari yang disebut agama reflektif. Giddens menjelaskan bahwa kehidupan sosial manusia dalam era *late modernity* ditandai dengan adanya reflektivitas yaitu kemampuan individu untuk terus menerus merefleksikan, mengevaluasi dan membentuk ulang identitas berdasarkan informasi baru, pilihan yang tersedia serta perubahan situasi sosial. Dalam era ini tradisi tidak lagi berfungsi sebagai aturan mutlak. Tradisi mencakup beragam hal, termasuk agama di dalamnya. Agama menjadi salah satu pilihan diantara sekian banyak kemungkinan yang ada.³⁹ Individu tidak hidup dalam struktur otoritatif seperti pesantren salaf. Setiap individu memiliki ruang pilihan, ekspresi diri, dan negosiasi makna.

Berhijab dengan berbagai gaya modis, adanya FOMO, JOMO dan agamis-*estetik* merupakan ekspresi nyata dari agama reflektif yang telah disebutkan sebelumnya. FOMO mendorong

³⁹ Anthony Giddens, *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*, *Proceedings of the National Academy of Sciences*, vol. 3 (English, 1991), <https://z-library.sk/book/12048569/318c2d/modernity-and-selfidentity-self-and-society-in-the-late-modern-age.html>.

pengguna media sosial untuk terus terhubung dengan tren sosial sehingga tidak kehilangan pengalaman sosial yang penting. Agama terefleksi dalam kecenderungan modernitas akhir untuk selalu *up to date* terhadap *fashion* hijab *stylish*. Disisi lain JOMO mencerminkan sikap tenang terhadap ketidakterlibatan tren *fashion* hijab *stylish*. Ini merupakan bentuk pengendalian diri dan refleksi yang merupakan ciri dari kesadaran beragama yang matang. Sedangkan agamis-*estetik* merupakan wujud paling kreatif dari perilaku sosial santriwati dalam berhijab.

2. Agama in the Late modernity

Modernitas akhir (*late modernity*) lahir pada akhir periode abad ke-20. Peristiwa ini ditandai dengan adanya kemajuan teknologi yang pesat, globalisasi serta perubahan besar dalam kehidupan sosial dan ekonomi. Salah satu karakteristik utama *late modernity* adalah reflektivitas, yaitu proses evaluasi dan merefleksikan kembali keyakinan dan praktik sosial. Reflektivitas ini mencakup reflektivitas agensi dan reflektivitas institusional. Reflektivitas agensi melibatkan pengawasan individu yang dilakukan secara terus menerus terhadap identitas diri. Individu diharapkan dapat membentuk identitas mereka ketika dihadapkan pada berbagai pilihan melalui keputusan gaya hidup. Sedangkan Reflektivitas institusional mengacu pada institusi tradisional seperti keluarga,

agama serta pendidikan yang terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan norma sosial yang terus berubah.⁴⁰

Selanjutnya, agensi memungkinkan perubahan sosial dapat terjadi melalui tindakan reflektif para agen dalam konteks ruang dan waktu tertentu. Reflektivitas agensi mengacu pada kemampuan individu untuk secara sadar merefleksikan tindakan mereka terhadap situasi sosial di mana tindakan tersebut berlangsung. Dengan reflektivitas ini individu dapat menyesuaikan perilaku mereka sesuai dengan situasi sosial yang dinamis, sekaligus memodifikasi struktur sosial yang membatasi maupun memungkinkan tindakan mereka. Reflektivitas merupakan proses pemantauan terus menerus yang memungkinkan praktik sosial menjadi rekursif, di mana tindakan individu secara simultan mereproduksi dan mengubah struktur sosial. Reflektivitas agensi menjadi inti dari bagaimana individu berperan aktif dalam pembentukan dan transformasi struktur melalui tindakan sosial sehari-hari mereka.

Mengacu pada buku *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age* karya Anthony Giddens, era *late modernity* ditandai oleh perubahan dalam cara pandang individu dalam memahami diri dan dunia sosial mereka. Modernitas tidak hanya terbatas pada perkembangan institusional atau teknologi.

⁴⁰ Easy Sociology. 2024. "Late modernity: An Overview". <https://easysociology.com/general-sociology/late-modernity-an-overview-2/>.

Modernitas melibatkan transformasi mendalam terhadap identitas diri dan tindakan sosial melalui reflektivitas agensi ini. Tidak hanya itu, *late modernity* juga ditandai oleh adanya detradisionalisasi dimana norma sosial dan struktur tradisional tidak lagi dipertahankan secara turun temurun. Termasuk agama yang sebelumnya memiliki otoritas tinggi dalam pedoman kehidupan semakin kehilangan kekuatannya.⁴¹ Hal ini bukan berarti agama kehilangan relevansi sepenuhnya. Agama bersifat reflektif dan personal yang menjadi ruang bagi individu untuk memilih, menafsirkan dan mengekspresikan makna keagamaan secara pribadi.

Giddens menyadari bahwa meningkatnya dominasi pengetahuan ilmiah dalam masyarakat *late modernity* melemahkan adanya kosmologi religius. Namun dalam pandangannya, yang terdampak lebih dalam bukan keyakinan dan praktik agama itu sendiri melainkan tradisi yang mulai tergeser.⁴² Giddens berargumen bahwa ketika tradisi mulai kehilangan otoritas atas individu, maka individu akan semakin reflektif. Semakin banyak pertanyaan yang muncul terhadap apa yang seharusnya mereka kerjakan dalam hidup. Jalur hidup yang harus dilalui individu tidak lagi ditentukan oleh tradisi. Individu dituntut untuk menentukan jalan hidup mereka sendiri.

⁴¹ Giddens, *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*.

⁴² Thompson, Karl. *ReviseSociology*. 2018. "Anthony Giddens – High Modernity and Religious Revival." <https://revisesociology.com/2018/09/04/anthony-giddens-high-modernity-and-religious-revival/>.

Pada umumnya kehidupan individu dalam era *late modernity* akan dijalani dalam kekosongan moral dan perasaan hampa yang disebut krisis *ontological insecurity* oleh Giddens. Dalam situasi ini agama menjalankan fungsi yang krusial. Kehilangan arah hidup karena ketidakpastian dalam kehidupan modern menciptakan ruang bagi kebangkitan agama dalam bentuk yang lebih reflektif dan personal.⁴³ Agama memberikan tujuan moral serta jawaban atas pertanyaan-pertanyaan besar yang dimiliki individu. Agama mengalami pergeseran bentuk dari struktur sosial kolektif menuju ruang eksplorasi reflektif. Agama merupakan sebuah proyek identitas, dimana individu dengan sadar memilih untuk memiliki keyakinan terhadap agama dan menjalani praktik keagamaan sebagai bagian dari proses kehidupan personal mereka.

Dalam era *late modernity*, tren *fashion* hijab yang ada menjadi semakin modern. Reflektivitas Giddens memberikan kerangka untuk memahami perubahan makna dalam tren *fashion* hijab tersebut. Berhijab tidak lagi semata-mata menunjukkan kesalehan terhadap ajaran agama, tetapi juga sebagai ekspresi *fashion* dan estetika. Agama tetap berperan sebagai pengatur perilaku dengan mengkolaborasikan aspek keindahan dan gaya. Pada akhirnya hijab menjadi bagian dari budaya tren *fashion* masa kini. Individu sebagai aktor reflektif memilih gaya hijab berdasarkan preferensi pribadi

⁴³ Giddens, *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*.

dalam lingkungan sosial yang terus berubah. Hal ini menampilkan interaksi dialektis antara struktur (norma agama, nilai estetika, pengaruh modernitas) dan agensi (tindakan yang bersumber dari pilihan individu). Selain itu *late modernity* membawa dampak terhadap fenomena sosial seperti FOMO (*Fear of Missing Out*), JOMO, dan agamis-estetik, di mana pemeluk agama merasakan tekanan untuk dapat merespon tren *fashion* hijab.

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yang mana semua data diperoleh dan disajikan dalam bentuk kalimat. Penelitian kualitatif menekankan analisis interpretatif terhadap fenomena sosial. Penelitian ini tidak melibatkan model-model statistik, matematika atau komputer.⁴⁴ Melalui pendekatan deskriptif kualitatif, penelitian ini menghadirkan gambaran mengenai fenomena sosial secara detail. Desain penelitian telah dirumuskan dengan baik sebelumnya untuk mendeskripsikan fenomena yang diteliti secara jelas. Dalam penelitian ini dilakukan pembahasan mendalam terhadap perilaku sosial santriwati dalam tren hijab *stylish* di pesantren salaf.

⁴⁴ Ipa Hafsiyah Yakin, *Metodologi Penelitian (Kuantitatif & Kualitatif)* Cv. Aksara Global Akademia 2023, 2023.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di empat pondok pesantren salaf Yogyakarta meliputi Pesantren Al Munawwir Krapyak, Pesantren Al Barokah Yogyakarta, Pesantren Nurul Ummah Kotagede dan Pesantren Al Luqmaniyyah.

3. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini ditentukan melalui teknik *purposive sampling*, dimana sampel sumber data dilakukan berdasarkan pertimbangan tertentu. Teknik *purposive sampling* memilih beberapa subjek dengan karakteristik tertentu, yang dinilai dapat menjawab tujuan penelitian ini.⁴⁵ Dengan demikian, santriwati di empat Pondok pesantren salaf yang telah disebutkan dan masuk dalam kategori generasi Z (santriwati yang lahir mulai tahun 1997 sampai 2012) serta berstatus sebagai mahasiswa menjadi subjek penelitian ini. Maka dari itu, jumlah informan sebagai subjek penelitian, sebanyak 10 santriwati.

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi merupakan proses sistematis dalam merekam pola perilaku manusia, objek dan kejadian-kejadian tanpa berkomunikasi dengan subjek. Dalam hal ini, peneliti akan

⁴⁵ Aeniyatul, "Bab Iii Metoda Penelitian," *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan* 3, no. November 2018 (2019): 1–9.

melakukan observasi terhadap beberapa peristiwa, diantaranya ; bagaimana santriwati berhijab di universitas pada keseharian atau perayaan yang diadakan. Saat menghabiskan waktu luang, dan saat keluar dari pondok pesantren untuk kerja kelompok, mengunjungi kerabat atau hal-hal lainnya.

b. Wawancara Mendalam

Wawancara merupakan salah satu metode pengumpulan data untuk mendapatkan informasi secara langsung dengan mengungkapkan pertanyaan – pertanyaan pada para informan secara *face to face interview*.⁴⁶ Teknik wawancara yang digunakan adalah wawancara semi-terstruktur. Hal ini bermaksud untuk menggali lebih dalam informasi yang dimiliki masing-masing informan tetapi tetap mengarah pada jawaban tertentu. Sehingga informasi yang diperoleh diharapkan lebih akurat dan memudahkan dalam perbandingan dan analisis data.

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya informan dalam penelitian ini adalah santriwati di empat Pondok pesantren salaf dan masuk dalam kategori generasi Z (santriwati yang lahir mulai tahun 1997 sampai 2012) serta berstatus sebagai mahasiswa.

⁴⁶ P. Joko Subagy,. (2011). *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta. Hal 37-39

Peneliti memilih santriwati generasi Z karena memiliki karakteristik yang khas yaitu keterbukaan terhadap informasi global dan literasi media yang tinggi. Selain itu status mahasiswa menempatkan mereka dalam fase transisi antara pesantren salaf dan dunia modern yang plural. Alasan lain yakni mahasiswa umumnya memiliki kemampuan berpikir kritis, daya analisis serta kesadaran identitas yang lebih berkembang dibandingkan santriwati usia sekolah menengah. Jumlah informan dalam penelitian sebanyak 10 santriwati untuk mewakili masing-masing empat pesantren. Melalui jumlah ini, peneliti dapat menggali data secara mendalam tanpa kehilangan kompleksitas narasi personal informan.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan sebuah laporan tertulis dari suatu peristiwa yang isinya terdiri dari penjelasan dan pikiran peristiwa itu, dan di tulis dengan sengaja untuk menyimpan atau meneruskan keterangan mengenai peristiwa tersebut.⁴⁷

Dokumentasi yang dilakukan nantinya akan berbentuk foto dan catatan lapangan yang akan diambil pada saat observasi.

⁴⁷ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006), hlm. 217.

5. Analisis Data

a. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini, merujuk pada metode analisis Milles dan Huberman yakni:

- 1) Reduksi data, mencari hal – hal penting atau pokok untuk mendapatkan gambaran terkait apa yang diteliti dan mempermudah dalam mengumpulkan data selanjutnya.
- 2) Penyajian data, data yang disajikan dalam penelitian ini adalah jenis data yang kualitatif kemudian disajikan secara deskriptif atau narasi.
- 3) Menarik kesimpulan atau verifikasi, pada tahap ini hal yang dilakukan yakni menarik kesimpulan dari data yang ditemukan. Pengecekan ulang juga dilakukan untuk memastikan kesahihan data yang diperoleh dan meminimaisir kesalahan.

b. Dalam proses analisis data penelitian ini, peneliti memanfaatkan teknologi kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence*) yaitu ChatGPT sebagai alat bantu untuk mendukung proses awal *coding* transkrip wawancara. ChatGPT digunakan dalam membantu mengkategorisasikan transkrip wawancara yang masih mentah ke dalam 3 aspek, yaitu Fomo, Jomo, dan Agamis-Estetik.

Tabel 1: Proses awal *coding* menggunakan GPT-4o

Nama Informan	Kategori	Karakteristik
Dewi Kunti	FOMO ringan	Fleksibel terhadap tren, tetap sopan dan sesuai konteks
Srikandi	FOMO ringan	Modis dan responsif terhadap tren, tapi sadar identitas muslimah
Larasati	FOMO ringan	Mengikuti tren namun selektif dan menjaga rapi
Banowati	FOMO ringan	Sangat mengikuti tren, hampir memiliki semua jenis hijab tren
Arimbi	FOMO ringan	Mengikuti tren jika nyaman, lebih suka gaya simpel
Tara	JOMO	Konsisten dengan nilai syariat, menolak tren tidak syar'i
Woro Sembodro	JOMO	Tidak terpengaruh tren, memilih gaya personal
Sinta	Agamis-estetik	Mengikuti tren stylish, menjaga prinsip NU, dan kenyamanan spiritual
Drupadi	Agamis-estetik	Kreatif mengikuti tren, tetap reflektif secara religius
Utari	Agamis-estetik	Aktif mengeksplorasi model hijab, tetap jaga prinsip syar'i

Perlu ditegaskan bahwa teknologi kecerdasan buatan (AI) hanya digunakan dalam proses *coding* awal dalam pengelolaan data mentah yang diperoleh dari transkrip wawancara. Penggunaan AI pada tahap ini semata-mata bertujuan untuk mempermudah pemilahan data yang muncul dari narasi para informan. Selain itu AI

tidak digunakan dalam melakukan interpretasi, analisis mendalam ataupun penarikan kesimpulan, melainkan hanya sebagai alat bantu dalam mengorganisasi data. Proses interpretasi sepenuhnya dilakukan secara manual dan kritis oleh peneliti, sesuai dengan pendekatan kualitatif yang diterapkan dalam penelitian ini.

6. Keabsahan Data

Penelitian ini menggunakan triangulasi data untuk pengecekan keabsahan data. Terdapat beberapa jenis utama triangulasi data yaitu triangulasi teknik, sumber dan waktu. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi teknik. Triangulasi teknik merupakan metode untuk meningkatkan validitas dan reabilitas data dengan menggunakan berbagai teknik pengumpulan data yang berbeda dari sumber data yang sama. Triangulasi teknik dalam penelitian dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi berupa foto dan catatan lapangan. Selain itu, sebelumnya telah disebutkan bahwa peneliti menggunakan ChatGPT sebagai alat bantu untuk mendukung proses awal *coding* transkrip wawancara. Untuk menjaga keabsahan data, peneliti tidak langsung menerima hasil pemrosesan dari *AI* tersebut. Peneliti kembali melakukan pengecekan manual secara cermat dengan cara memberikan penandaan menggunakan kode warna pada transkrip wawancara.

Tabel 2: Kategorisasi Tema Melalui Penandaan Kode Warna

Pewawancara	Berarti dipondok ada aturan dalam penggunaan hijab itu ya?
Narasumber	<p>Ada mba, jilbabnya nutup dada, bajunya ngga boleh crop kaya gitu, harus nutupin bagian belakang ini (menunjukkan bagian pinggang kebawah), tapi aku sendiri bajunya banyak yang crop, jadi kalau misalkan kuliah gini ya, aku pake baju crop, yaudah kalau dari pondok berarti aku harus nutupin dulu pake apa gitu. Kalau dibilang apa namanya, ee lurus-lurus banget itu aku engga si mba, karena emang agak sisi ngikutin tren nya tuh ada.</p>
Pewawancara	Ini kaya temenku ukhti masyaAllah (sambil menunjuk temenku yang memakai abaya dan jilbab panjang menutup dada)
Narasumber	<p>Iyaa mbaa, sebenarnya penginnya kaya gitu ya, cuman aku masih susah banget.</p> <p>Masih penginnya yang ngetren bagus, yaudah aku juga ngerasa bagus juga gitu, aku pake</p>
Pewawancara	Berarti kamu konsisten hijaban dari SMP tuh gayanya berubah terus ya
Narasumber	<p>Iya mbaa, itu berubah dari waktu ke waktu. Justru aku SMP, SMA lebih nutup deh, nutupnya maksudnya kaya pakaiannya ngga crop terus jilbabnya aku giniin (menurunkan jilbab segi empat yang dipakai). Cuman semenjak aku kuliah, aku jadi kaya keikut arus atau gimana ngga tau. Lebih ke lingkungan juga sih mba, kan dulu model hijab temen-temen juga kaya gitu, terus sekarang temen-temen juga pada ngikutin tren. Aku liat bagus juga, jadi aku juga pake kaya temen-temen. Kalo SMP, SMA kan cewe semua, terus dipesantren ngga boleh pegang HP, satu yayasan juga, sekarang kan karena kuliah jadi lebih sering juga buat akses medsos ya mba, banyak influencer yang seliweran juga di fyp,</p>

	jadi karena konsumsinya setiap hari itu, makanya jadi sedikit banyak berpengaruh gitu si mba. Ngikutin tren-tren hijab yang ditonton, dulu kan engga
--	--

Penandaan ini bertujuan untuk mengkategorikan tema-tema tertentu berdasarkan interpretasi langsung peneliti. Langkah ini dilakukan untuk memastikan bahwa kategorisasi tema benar-benar akurat dengan konteks penelitian serta menjaga integritas dan akurasi data kualitatif yang diperoleh.

H. Sistematika Pembahasan

Pembuatan sistematika pembahasan bertujuan untuk memudahkan penyusunan dan pemahaman dalam tulisan ini. Adapun pembagian sistematika pembahasan sebagai berikut:

Bab i menjelaskan tentang gambaran dan alur penelitian yang akan terdiri dari latar belakang masalah penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan Pustaka, landasan teori, metode penelitian, teknik analisis data serta sistematika pembahasan.

Selanjutnya, bab ii dalam penelitian ini berisi tentang latar belakang pesantren dan gambaran umum mengenai profil perilaku sosial, keagamaan, budaya, ekonomi santriwati di pondok salaf yang menjadi lokasi penelitian, meliputi Pesantren Al Munawwir (Komplek Q dan Komplek R2), Pesantren Al Barokah Yogyakarta, Pesantren Al Luqmaniyyah, dan Pesantren Nurul Ummah Kotagede.

Sementara itu, dalam bab iii membahas mengenai jawaban dari pertanyaan penulis dan menjadi rumusan masalah. Data yang disajikan merupakan himpunan data yang bersumber dari wawancara mendalam dengan para informan. Bab ini berfokus pada bagaimana dinamika perilaku sosial santriwati dalam tren hijab *stylish* di pesantren salaf, dari interaksi sosial mereka dengan teman sebaya, masyarakat luas dan pengaruh lingkungan digital, sehingga membentuk cara pandang mereka terhadap *fashion* hijab.

Sedangkan bab iv berisi tentang analisis mengenai kategorisasi perilaku sosial keagamaan dalam gaya hijab santriwati di pesantren salaf, yang terdiri dari tiga sub bab yaitu FOMO, JOMO atau Agamis-Estetik: Gaya Berhijab Santri di Pesantren salaf, Ragam Ekspresi Gaya Jilbab: Reflektivitas Santriwati Di Tengah Modernitas, serta Estetika, Keagamaan, dan Otoritas Kultural dalam Praktik Berhijab.

Terakhir, dalam bab v ini berisi kesimpulan dan saran. Kesimpulan berisi penjelasan terkait hasil dari penelitian yang telah dianalisis berdasarkan berbagai sudut pandang sosiologis yang ditulis secara ringkas dan padat. Saran berisi rekomendasi dari peneliti untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berlandaskan pada deskripsi yang sudah disajikan oleh peneliti pada bab sebelumnya dapat ditarik kesimpulan bahwa santriwati Generasi Z dalam pondok pesantren salaf di Yogyakarta melalui proses sosial yang kompleks dalam Berhijab. Pengalaman sosial melalui keluarga, lingkungan tinggal, sekolah maupun pesantren telah membentuk dasar persepsi para santriwati terhadap hijab. Para santriwati memaknai hijab sebagai media ekspresi diri, alat perlindungan, identitas sebagai muslimah, kewajiban agama, simbol kenyamanan, ketenangan dan pembentukan citra sosial. Seiring meluasnya ruang sosial yang mereka masuki, para santriwati mulai berinteraksi dengan tren hijab yang tersebar dalam masyarakat luas. Ruang sosial ini memungkinkan adanya cara pandang baru terhadap gaya hijab yang berkembang.

Gaya hijab santriwati di pesantren salaf tidak berlangsung dalam ruang yang statis. Gaya hijab tersebut merupakan hasil dialektika antara nilai-nilai pesantren dan pengaruh budaya populer yang masuk melalui media sosial, pergaulan teman sebaya, serta interaksi terhadap dunia luar. Dalam proses ini muncul tiga pola utama yang menggambarkan perilaku sosial keagamaan santriwati dalam pesantren salaf yaitu FOMO (*Fear of Missing Out*) ringan, Agamis-estetik dan JOMO (*Joy of Missing Out*). Santriwati dalam klasifikasi FOMO ringan menunjukkan bentuk

konformitas yang selektif. Mereka mengikuti tren hijab *stylish* dengan memadukan batas-batas aturan di lingkungan pesantren. Sementara itu kategori Agamis-estetik merepresentasikan respons yang paling reflektif dan kreatif. Santriwati dalam kategori ini menggabungkan gaya hijab *stylish* dengan aturan syariat dalam Berhijab. Kemudian santriwati dalam klasifikasi JOMO menolak keterlibatan dalam arus tren. Mereka lebih memilih gaya yang sederhana dan sesuai dengan nilai-nilai agama. Sehubungan dengan hal ini, pesantren bertindak sebagai ruang bagi modifikasi kultural yang tetap berada dalam aturan syariat.

B. Saran

Penelitian yang telah dilakukan telah mengungkap dinamika gaya Berhijab santriwati di pesantren salaf di Yogyakarta secara mendalam. Akan tetapi setelah ditinjau kembali dari analisis hingga kesimpulan yang didapatkan, disadari adanya keterbatasan dalam penelitian ini. Ruang lingkup penelitian ini masih terbatas pada pesantren salaf, sehingga hasil temuan lebih merefleksikan dinamika sosial budaya yang khas dalam sistem pendidikan berbasis nilai-nilai keagamaan yang kuat. Oleh karena itu, penelitian ini tidak dapat di generalisir terhadap komunitas muslim lainnya terutama yang berada di luar lingkungan pesantren seperti masyarakat urban dengan karakter sosial yang berbeda.

Peneliti memiliki beberapa rekomendasi bagi penelitian selanjutnya untuk dapat memberikan penjelasan yang lebih komprehensif dalam fenomena ini. Direkomendasikan agar penelitian selanjutnya menggunakan

pendekatan fenomenologi dengan wawancara yang lebih mendalam, guna menggali pengalaman subjektif santriwati secara detail terutama dalam memahami makna hijab sebagai bentuk keberagamaan yang dialami secara personal dan spiritual. Metode ini akan memungkinkan peneliti menelusuri bagaimana santriwati menafsirkan perintah Berhijab dalam relasi dengan pengalaman hidup mereka, termasuk pengaruh keluarga, media digital, otoritas pesantren, dan dinamika emosional yang menyertainya. Selain itu diperlukan cakupan penelitian yang lebih luas ke berbagai tipe pesantren (modern, semi-modern, berbasis tarekat) atau pada komunitas muslim di luar pesantren untuk mengembangkan pemahaman tentang konstruksi sosial atas hijab dalam masyarakat muslim Indonesia yang beragam.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Abdurrahman. "Sejarah Pesantren Di Indonesia." *Jurnal Penelitian Ilmiah INTAJ* 4, no. 1 (2020): 84–105. <https://doi.org/10.35897/intaj.v4i1.388>.
- Aeniyatul. "Bab Iii Metoda Penelitian." *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan* 3, no. November 2018 (2019): 1–9.
- almunawwir.com. (2016). *Komplek Q-Pondok Pesantren Al Munawwir*. Yogyakarta: <https://almunawwir.com>.
- almunawwir.com. (2016). *Komplek R2*. Yogyakarta: <https://almunawwir.com>.
- Anggraeni, E. K. (2021). *Fear of Missing Out (FOMO), Ketakutan Kehilangan Momen*. Jakarta Pusat: www.djkn.kemenkeu.go.id/.
- Asari, Aang, and Charismanto Charismanto. "Peran Lembaga Pengabdian Dan Pengembangan Masyarakat (LP2M) Pesantren Al-Luqmaniyyah Yogyakarta Dalam Mengurangi Masalah Krisis Keagamaan Di Masyarakat Pelosok." *Dimas: Jurnal Pemikiran Agama Untuk Pemberdayaan* 21, no. 1 (2021): 123–36. <https://doi.org/10.21580/dms.2021.211.7825>.
- Aulia Nadhila, Alda, Siti Khoerun Ni'maha, Zahra Fauziah Jasmine, Armelia Ari Firdatama, and Anis Sufanniyah, 'Analisis Pengaruh Media Sosial Terhadap Mindset Pengguna Hijab Sebagai Identitas Diri Atau Fenomena Sosial Di Kalangan Mahasiswa Universitas Tidar', *Blantika: Multidisciplinary Journal*, 1.1 (2023), pp. 114–21, doi:10.57096/blantika.v1i1.25
- Ayundasari, Dewi, Yusra Dewi Siregar, and Nabila Yasmin, 'Pola Tren Hijab Generasi Z Studi Kasus Mahasiswi Uin Sumatera Utara', *Dar El-Ilmi : Jurnal Studi Keagamaan, Pendidikan Dan Humaniora*, 11.1 (2024), pp. 91–103, doi:10.52166/darelilmi.v11i1.6433
- Azizah, Oktavia Vindy Nur, and A Zahid, 'IDENTITAS DIRI PEREMPUAN MUSLIM GENERASI Z (Studi Kasus Pengguna TikTok Mahasiswa FEBI 2019 UIN SATU Tulungagung)', *Pute Waya : Sociology of Religion Journal*, 4.1 (2023), pp. 42–62, doi:10.51667/pwjasa.v4i1.1409
- Budi. (2018). *Pesantren Al Barokah Yogyakarta*. Yogyakarta: laduni.id.
- Easy Sociology. 2024. "Late modernity: An Overview". <https://easysociology.com/general-sociology/late-modernity-an-overview-2/>.
- Fenomenologi, Studi, Remaja Berhijab, Di Kota, Vol No, Edisi September, and Desember Hal, 'Fenomena " The Nuruls " Di Kota Depok .', 04.03 (2024),

pp. 781–88

- Ginting, Elisa Br, Suwarjo Suwarjo, Johannes Sohirimon Lumbanbatu, and Din Oloan Sihotang, 'The Relationship between the *Fear of Missing Out* (FoMO) and Social Media Use in Articulating Islamic Identity among Muslim Millennials', *International Journal of Islamic Educational Psychology*, 4.2 (2023), p. progres, doi:10.18196/ijiep.v4i2.18457
- Hakim, Lukmanul, Indah Puji Rahayu, Yayuli Yayuli, and Afief El Ashfahany, 'An Empirical Study on The Influence of Purchase Intention of Generation Z on Muslim Fashion', *Journal of System and Management Sciences*, 13.4 (2023), pp. 601–14, doi:10.33168/JSMS.2023.0436
- Hamdani, Muhamad Ramdan, and Muhamad Alif Nurafriliadi. "Teori Strukturasi Sebagai Kerangka Konseptual Dalam Menganalisis Dinamika Organisasi Bisnis 1." *Gunung Djati Conference Series* 42 (2024): 685–93.
- Kahana, Iefa. "Hubungan Intensitas Mengakses Instagram Hijab Alila Dengan Perilaku Berbusana Follower Hijab Alila" 8, no. 5 (2019): 55.
- Kamelia, Fajriatul, and Lukman Nusa, 'Bingkai Media Online Coverage of Indonesia ' s Debt in an Online', *Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7.1 (2018), pp. 10–16, doi:10.21070/kanal.v
- Karmila, Euis, 'Tren Berhijab Di Kalangan Anak Muda: Studi Komparatif Pada Siswi SMA/MA/SMK Di Pekanbaru', *El Madani : Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam*, 1.01 (2020), pp. 1–18, doi:10.53678/elmadani.v1i01.46
- Khadijah, S, and W Kamilah, 'The Commodification of the Hijab in Generation z on Instagram', *Linkage*, 1.1 (2024), pp. 1–14 <https://journal-iasssf.com/index.php/Linkage/article/view/720%0Ahttps://journal-iasssf.com/index.php/Linkage/article/download/720/525>.
- Khairul Anam, Rifqi. "Anthony Giddens'S Structuration Theory and Relevance With Sociology of Knowledge." *SSRN Electronic Journal* 1, no. 2 (2025): 73–84.
- Khasri, Muhammad Rodinal Khair. "Strukturasi Identitas Umat Beragama Dalam Perspektif Anthony Giddens." *Jurnal Sosiologi Agama* 15, no. 1 (2021): 129. <https://doi.org/10.14421/jsa.2021.151-08>.
- Khufibasyaris, Y, 'Tren Fesyen Hijab Tiktok Yang Memotivasi Cara Berpakaian Islami', *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 2024, pp. 17–24 <https://journals.unisba.ac.id/index.php/JRKPI/article/view/3742%0Ahttps://journals.unisba.ac.id/index.php/JRKPI/article/download/3742/1854>
- Kurniawati, Tami. "Televisi, Proses Persepsi Komunitas Terhadap Tampilan Visual Selebriti Berhijab Syar'i Di Televisi (Studi Deskriptif Kualitatif Pada

Anggota Hijabers Community Yogyakarta),” 2016.

Lina. (2022). *Pondok Pesantren Nurul Ummah Yogyakarta, Sejarah Singkat Pendirian Pesantren*. Yogyakarta: majalahaula.id.

Maharani, Adelia Putri, Mirana Hanathasia, Annisa Fitriana Lestari, and Universitas Bakrie. “Fenomena *Joy of Missing Out* (JoMO) Pada Komunitas Lyfe With Less Dalam Kampanye #SalingSilang.” *ARUNIKA: Bunga Rampai Ilmu Komunikasi*, 2023, 71–78. <https://ojs.bakrie.ac.id/index.php/arunika/article/view/386>.

Melati A.C, Berta, Acep Samsudin, Rusdi Hidayat, Naufal Azani P.R, Syahrul Dwi K, Muhammad Fathin R, and others, ‘Pengaruh Tren *Fashion* Dan Brand Image Terhadap Hijab Remaja’, *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3.2 (2023), pp. 432–37, doi:10.47467/elmujtama.v3i2.2683

Muliana, Liza, and Ambar Sari Dewi, ‘Jilbab: Antara Identitas Agama Dan Transformasi Trend Model Berjilbab Di Kalangan Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta’, *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4.4 SE-Articles (2024), pp. 1887–98 <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/11649>

Muhamad, N. (2024). *Media Sosial Jadi Sumber Utama Gen Z dalam Mengakses Berita*. databoks.id.

Muttaqin, Ahmad Ihwanul. “Modernisasi Pesantren; Upaya Rekonstruksi Pendidikan Islam (Studi Komparasi Pemikiran Abdurrahman Wahid Dan Nurcholish Madjid).” *Tarbiyatuna* 7, no. 2 (2014): 66–98.

Nasaruddin, Resky Purnamasari, ‘A Study on Hijab *Fashion* in Hijab Sister Community of Makassar’, *Jurnal JINNSA (Jurnal Interdipliner Sosiologi Agama)*, 2.1 (2022), pp. 1–21, doi:10.30984/jinnsa.v2i1.242

Nikmatullah, Umniati, Salwa Dama Nazila, ‘Rekonstruksi Fenomena Penggunaan Hijab Di Kalangan Muslimah Muda’, *Indonesian Society and Religion Research*, 1.2 (2024), pp. 97–105, doi:10.61798/isah.v1i2.164

Novia Dwi Sartika, Christoper Yudha Erlangga. “Fenomena ‘ The Nuruls ’ Di Kota Depok . (Studi Fenomenologi Remaja Berhijab Di Kota Depok)” 04, no. 03 (2024): 781–88. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v4i3.2167>.

Nurdianik, Yulia, Siti Gomo Attas, and Miftahul Kahairah Anwar, ‘Hijab: Antara Tren Dan Syariat Di Era Kontemporer’, *Indonesian Journal of Social Science Review*, 1.1 (2022), pp. 11–20

Prastini, Anggraeni Putri. “Pemaknaan Komunitas Hijab Queen Terhadap Pesan *Fashion* Hijab Pada Program Dua Hijab Trans 7,” 2018.

- Prastya, D. (2024). *Riset APJII: Jumlah Pengguna Internet Indonesia 2024 Didominasi Gen Z*. Jakarta: 2024.
- Putri, Elita Ardiyanti Pangesti. “Pengaruh Intensitas Mengakses Akun Instagram @HAMIDAHRAHMAYANTI Terhadap Penggunaan Hijab Kepada Mahasiswi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.,” 2019.
- Putri, Firyal Rebecca &, and Yan Yan Sunarya, ‘Kajian Adaptasi Visual Kreatif Dalam Tren Pakaian Anak Global Sebagai *Fashion Modest*’, *Konferensi Sekolah Pascasarjana ITB*, 1 (1) (2021), pp. 495–508
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of *Fear of Missing Out*. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841–1848.
- Rahman, Riski, and Indra Indra, ‘The Influence of Halal *Fashion*, Lifestyle, and Brand Image on Gen Z’s Hijab *Fashion* Preferences in Indonesia’, *Journal of Islamic Economics Lariba*, 10.1 (2024), pp. 251–70, doi:10.20885/jielariba.vol10.iss1.art14
- Ridwan, Auliya. “Kajian Sosial Kepesantrenan Dalam Bingkai Varian Teori Praktis: Sebuah Refleksi.” *Jurnal Pendidikan Agama Islam (Journal of Islamic Education Studies)* 8, no. 2 (2020): 153–72. <https://doi.org/10.15642/jpai.2020.8.2.153-172>.
- Risqiwati, I N, H Hermawan, and ..., ‘The Influence of Hijab *Fashion* Trends on Consumptive Behavior of Students of the Faculty of Islamic Economics and Business UIN KH Abdurrahman Wahid ...’, ... of Noesantara Islamic ..., 1.April (2024), pp. 86–93 <https://journal.ypidathu.or.id/index.php/ijnis/article/view/853%0Ahttps://journal.ypidathu.or.id/index.php/ijnis/article/download/853/814>
- Riyanto, G. (2009). *Peter L Berger : Perspektif Metateori Pemikiran*. Jakarta: LP3ES.
- Ryan, Cooper, and Tauer. “Definisi Pondok Pesantren.” *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents VI*, no. 2 (2021): 12–26.
- Subagy, P. J. (2011). *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sudarmi, Murtiadi Awaluddin, Agus Syam, and Mahmuddin, ‘Tren *Fashion* Syariah Dalam Digitalisasi Marketing Di Era Milineal Dan Gen Z’, *Economic Reviews Journal*, 3.3 (2024), pp. 2172–78, doi:10.56709/mrj.v3i3.329
- Sundari, Reni Puput. “Hubungan Menonton Program Acara Dua Hijab Di Trans 7

Terhadap Minat Menggunakan Hijab Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta (Periode 2014-2016),” 2017.

Sulaiman, Aimie, ‘Memahami Teori Konstruksi Sosial Peter L. Berger’, *Society*, 4.1 (2016), pp. 15–22, doi:10.33019/society.v4i1.32

Thompson, Karl. *ReviseSociology*. 2018. “Anthony Giddens – High Modernity and Religious Revival. <https://revisesociology.com/2018/09/04/anthony-giddens-high-modernity-and-religious-revival/>.”

Tuti, Ahmad Zabidi, and Tomi, ‘Pemakaian Jilbab (Studi Penerapan QS Al-Ahzab [33]:59) Di Desa Berlimbang’, *Ilmiah Falsafah*, 8.2 (2022), pp. 52–65

Ulfa, Riskiyana, Deasy Wulandari, and N Ari Subagio, ‘Pengaruh Hijabers Community Terhadap Gaya Hidup Dan Keputusan Pembelian Hijab Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Jember (The Influence of Hijabers Community through Lifestyle and Hijab Purchase Decision in Students ’ of Faculty of Economics Univ’, *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi Universitas Jember*, 1.1 (2019), pp. 67–71

Valentino, Rahmat Alifin, Agus Rusmana, and Ninis Agustini Damayani. “Motif Disabilitas Netra Berprofesi Sebagai Pustakawan.” *Berkala Ilmu Perpustakaan Dan Informasi* 19, no. 2 (2023): 240–54. <https://doi.org/10.22146/bip.v19i2.3585>.

Wardani, Elzi, ‘Gaya Hidup Beragama Komunitas Hijabers Di Kota Padang’, *Indonesian Journal of Religion and Society*, 1.1 (2019), pp. 24–37, doi:10.36256/ijrs.v1i1.18

Wicaksana, Y. S. (n.d.). *Gaya Favorit Gen Z! Sashfir Founder Lafiyye Sebagai Trendsetter “hijab mleyot”*. Sabtu, 27 April 2024 .

Widyanita, A.R, S.R.N Shabrina, and F.X.S Sadewo, ‘Analisis Trend Fashion Hijab Dalam Kajian Budaya Populer Di Kalangan Generasi Milenial’, *Majalah Ilmiah Tabuah*, 26 No.2. Trend Fashion Hijab dalam kajian budaya populer (2022), pp. 73–79

Yayuh Khufibasyaris, and Hendi Suhendi, ‘Pengaruh Tren Hijab Fashion Di Media Sosial Tiktok Terhadap Cara Berpakaian Islami Mahasiswi Unisba Fakultas Dakwah Angkatan 2019’, *HIKMAH : Jurnal Dakwah Dan Sosial*, 2024, pp. 1–10, doi:10.29313/hikmah.v4i1.3361

Zuhriy, M. Syaifuddin. “Budaya Pesantren Dan Pendidikan Karakter Pada Pondok Pesantren Salaf.” *Walisongo: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan* 19, no. 2 (2011): 287. <https://doi.org/10.21580/ws.2011.19.2.159>.