

Konstruksi Narasi Perempuan Muslimah pada Tren Fashion Syari'ah di Gontornews.com dan Chanelmuslim.com

Dera Eka Candelia
UIN Sunan Ampel Surabaya
deraekac@gmail.com

Lukman Aditya Maulana
UIN Sunan Ampel Surabaya
lukmanadityamaulana@gmail.com

ABSTRACT

The trend of Sharia fashion is growing in Indonesia alongside increasing public awareness of the halal lifestyle. This has attracted public attention, leading the media to produce extensive content and news related to Sharia fashion trends that portray Muslim women. The media plays a crucial role in shaping public perceptions of Sharia fashion, particularly in constructing the identity of Muslim women. This study aims to analyze how Gontornews.com and Chanelmuslim.com frame the narrative of Muslim women in the Sharia fashion trend. Using a constructivist approach and Robert N. Entman's framing analysis, this research explores four key framing elements: define problems, diagnose causes, make moral judgment, and treatment recommendation. Data were collected from news articles published on both portals between August 2, 2024, and January 22, 2025. The findings reveal that Gontornews.com views the hijrah trend as a driving force in the Muslim fashion industry, while Chanelmuslim.com highlights the challenges Muslim women face in dressing modestly yet stylishly. Gontornews.com emphasizes social and cultural influences on fashion preferences, whereas Chanelmuslim.com focuses more on individual awareness. Both agree that Muslim fashion should reflect Islamic values; however, Gontornews.com underscores religious compliance, while Chanelmuslim.com highlights the balance between trends and Muslim identity. In terms of recommendations, Gontornews.com encourages innovation within the industry, whereas Chanelmuslim.com urges Muslim women to remain fashionable without blindly following trends. Both media outlets construct narratives that reinforce the identity of Muslim women as key players in the Sharia fashion industry and agents of social change. These findings affirm that the media not only disseminates information but also constructs social reality, shaping public perceptions of Sharia fashion and the identity of Muslim women in Indonesia.

Keywords: sharia fashion; online media; muslim women; constructivism; framing.

ABSTRAK

Tren fashion syari'ah semakin berkembang di Indonesia seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap gaya hidup halal. Hal ini menjadi perhatian publik yang menyebabkan media banyak menyajikan konten atau berita yang berkaitan dengan tren fashion syari'ah yang dapat menggambarkan perempuan muslimah. Media memiliki peran penting dalam membentuk persepsi publik mengenai fashion syari'ah, khususnya dalam mengonstruksi identitas perempuan Muslimah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana Gontornews.com dan Chanelmuslim.com membingkai narasi perempuan Muslimah dalam tren fashion syari'ah. Penelitian menggunakan pendekatan konstruktivisme dan jenis analisis framing Robert N. Entman, penelitian ini mengeksplorasi empat elemen utama framing, yaitu define problems, diagnose causes, make moral judgment, dan treatment recommendation. Data diperoleh dari berita yang diterbitkan di kedua portal selama periode 2 Agustus 2024 hingga 22 Januari 2025. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Gontornews.com melihat tren hijrah sebagai pendorong industri fashion Muslim, sementara Chanelmuslim.com menyoroti tantangan Muslimah dalam berpakaian sesuai syariat namun tetap stylish. Gontornews.com menekankan pengaruh sosial dan budaya dalam preferensi fashion, sedangkan Chanelmuslim.com lebih fokus pada kesadaran individu. Keduanya sepakat bahwa fashion Muslimah harus

mencerminkan nilai Islam, tetapi Gontornews.com lebih menyoroti kepatuhan agama, sementara Chanelmuslim.com menekankan keseimbangan tren dan identitas Muslimah. Dalam rekomendasi, Gontornews.com mendorong inovasi industri, sedangkan Chanelmuslim.com mengajak Muslimah tetap modis tanpa mengikuti tren berlebihan. Keduanya membentuk narasi yang menguatkan identitas perempuan Muslimah sebagai pelaku industri fashion syari'ah sekaligus agen perubahan sosial. Temuan ini menegaskan bahwa media tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membangun realitas sosial yang memengaruhi cara pandang masyarakat terhadap fashion syari'ah dan identitas perempuan Muslimah di Indonesia.

Kata kunci : fashion syari'ah; media online; perempuan Muslimah; konstruktivisme; framing.

Pendahuluan

Di era modernisasi dan globalisasi saat ini, perkembangan zaman terus melaju dengan cepat membawa berbagai perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia (Tasha Aprillia & Damaiyanti, 2022: 131). Munculnya dorongan secara alamiah terhadap teknologi dan pengetahuan menyebabkan sumber daya yang tersebar di berbagai belahan dunia dimaksimalkan sebagai pengembangan kehidupan manusia (Afifah & Yudiantoro, 2022 : 365). Di antara berbagai aspek kehidupan yang terpengaruh, salah satu yang mengalami perubahan signifikan adalah industri fashion. Kemajuan teknologi membantu dalam perkembangan fashion yang lebih cepat dan meluas melalui media digital dan platform e-commerce. Perkembangan ini menciptakan setiap individu berkeinginan untuk menjadi pusat perhatian sekaligus menikmati penampilan orang lain melalui citra diri yang mereka tampilkan lewat pakaian yang dikenakan. Hal ini menjadikan dunia fashion di Indonesia berkembang dengan sangat cepat dan tak terelakkan.

Fashion saat ini menjadi bagian penting dari kehidupan yang dianggap dapat mengekspresikan diri (Nisak & Sulistyowati, 2022: 87). Fashion merupakan bagian integral dari kehidupan manusia yang mencerminkan identitas, budaya, dan perkembangan zaman (Trisnawati, 2016 : 37). Sebagai bentuk ekspresi diri, fashion tidak hanya berfungsi untuk memenuhi kebutuhan akan pakaian, tetapi juga menjadi medium komunikasi nonverbal yang mampu menyampaikan pesan tertentu, seperti status sosial, nilai budaya, hingga preferensi individu. Fashion dapat diartikan sebagai cara seseorang mengekspresikan diri melalui busana atau aksesoris yang dikenakan, yang sekaligus mencerminkan situasi, sikap, dan perasaan individu tersebut (Tenaya, 2021: 246). Banyak orang cenderung mengasosiasikan fashion dengan pakaian atau busana semata. Namun, pada kenyataannya, fashion mencakup segala sesuatu yang berhubungan dengan gaya dan penampilan yang tengah menjadi tren di kalangan masyarakat.

Tren fashion mengacu pada berbagai mode atau gaya terkini yang menjadi perhatian dan digunakan oleh banyak orang dalam kurun waktu tertentu. Tren ini mencakup berbagai aspek, seperti pakaian, gaya rambut, pola hias, hingga penggunaan hijab, yang mencerminkan preferensi dan kebutuhan masyarakat pada saat itu. Dalam konteks fashion, tren ditandai dengan popularitas suatu gaya atau busana yang menjadi topik pembicaraan dan pusat perhatian publik (Saputra & Sukmawati, 2023: 59). Namun, tren bersifat sementara, karena hanya berlangsung dalam waktu tertentu sebelum digantikan oleh tren baru. Tren fashion tidak hanya mencerminkan apa yang sedang diminati, tetapi juga menjadi bagian dari dinamika budaya dan sosial masyarakat (Rahmawaty et al., 2021: 432). Sehingga, dengan kemudahan penyebaran tren fashion menyebabkan luasnya pandangan mengenai fashion terutama di Indonesia.

Tren fashion di Indonesia juga sama halnya yaitu berkembang pesat seiring dengan pengaruh globalisasi, teknologi, dan media sosial yang mempercepat penyebaran gaya dan inovasi dari berbagai belahan dunia (Vitry & Syamsir, 2024: 113). Mulai dari fashion modern yang terinspirasi oleh desainer internasional hingga gaya tradisional yang mengangkat kain-kain khas seperti batik dan tenun, industri fashion di Indonesia terus menunjukkan kreativitas dan adaptabilitasnya. Tidak ketinggalan, tren fashion yang dibawa oleh negara lain juga dinikmati oleh masyarakat Indonesia sebagai ajang agar tidak tertinggal zaman. Berbagai ajang fashion, baik

nasional maupun internasional, turut memperkuat posisi Indonesia sebagai salah satu pusat mode yang potensial di Asia (Aulia, 2021: 4). Di tengah keberagaman gaya tersebut, salah satu segmen yang mengalami pertumbuhan signifikan adalah fashion syari'ah, yang semakin diminati masyarakat dan menjadi cerminan kuat dari nilai-nilai budaya dan spiritual yang berkembang di Indonesia (Fajar et al., 2024: 30).

Sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki sejarah panjang dalam perkembangan fashion syari'ah, yang saat ini tengah mengalami pertumbuhan pesat, baik di tingkat global maupun nasional (Saputri, 2020: 32). Perkembangan tren fashion syari'ah di Indonesia semakin terlihat seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap gaya hidup halal yang mencakup seluruh aspek kehidupan, termasuk dalam hal berpakaian (Ayyah & Murniningsih, 2021: 538). Fashion syari'ah tidak hanya sekadar mengikuti tren mode, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai keislaman, khususnya dalam mengekspresikan identitas perempuan Muslimah (Fatwa & Nurkumala, 2023: 35). Busana yang sesuai dengan prinsip-prinsip syari'ah, seperti menutup aurat dengan cara yang sopan dan tidak membentuk tubuh, kini telah menjadi pilihan utama bagi banyak perempuan Muslim di Indonesia. Tren ini tidak hanya berkaitan dengan estetika, tetapi juga dengan komitmen untuk menjaga kehormatan dan kesucian dalam kehidupan sehari-hari (Muslim & Rahma, 2024: 36). Di sisi lain, fashion syari'ah juga menghadirkan inovasi desain yang tetap modern dan stylish, sehingga perempuan Muslimah dapat tampil percaya diri tanpa harus mengorbankan nilai-nilai agama yang dijunjung tinggi.

Seiring dengan kemajuan teknologi digital dan media online, hal ini mempermudah penyebaran tren fashion syari'ah melalui platform berita seperti Gontornews.com dan Chanelmuslim.com, yang secara konsisten membahas isu-isu terkait mode Islami. Kedua media ini tidak hanya berperan sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai agen pembentuk opini publik mengenai identitas perempuan Muslimah dalam ranah fashion. Melalui berbagai artikel, ulasan, dan wawancara dengan desainer maupun tokoh Muslimah, media ini membangun narasi yang menekankan bahwa fashion syari'ah bukan sekadar pilihan busana, tetapi juga bentuk ekspresi diri yang selaras dengan ajaran Islam. Selain itu, representasi perempuan Muslimah dalam pemberitaan media turut berkontribusi dalam membentuk persepsi masyarakat mengenai standar kesopanan, keanggunan, dan profesionalisme dalam berbusana. Dengan narasi yang diangkat, media memiliki pengaruh besar dalam mendorong penerimaan dan apresiasi terhadap tren fashion syari'ah, yang pada akhirnya memperkuat eksistensinya dalam industri mode, baik di tingkat nasional maupun global (Zahra et al., 2024: 32).

Penelitian ini menggunakan pendekatan konstruktivisme dan analisis framing model Robert N. Entman. Pendekatan konstruktivisme dipilih karena fokus penelitian adalah pada bagaimana media, yaitu Gontornews.com dan Chanelmuslim.com, membentuk realitas sosial melalui narasi yang disajikan mengenai perempuan muslimah pada tren fashion syari'ah. Pendekatan ini memandang bahwa realitas sosial dibangun melalui interaksi dan interpretasi, sehingga media tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga mengonstruksi persepsi publik berdasarkan agenda dan nilai tertentu (Kharisma, 2017: 171). Penelitian ini juga menggunakan kategori narasi sosial yang mencakup narasi fashion syari'ah sebagai identitas islam, narasi perempuan muslimah sebagai pelaku industri fashion, narasi media sebagai penggerak tren fashion syari'ah. Adapun analisis framing Robert N. Entman digunakan untuk menganalisis cara media membingkai berita, dengan menggunakan empat perangkat utama yaitu, *define problems*, *diagnose causes*, *make moral judgment*, dan *treatment recommendation* (Anggoro, 2014: 31). Keempat elemen ini memungkinkan penelitian untuk menggali bagaimana narasi yang dikonstruksi dalam berita, serta bagaimana hal tersebut memengaruhi opini publik. Data yang dianalisis berasal dari pemberitaan di situs Gontornews.com dan Chanelmuslim.com selama periode 2 Agustus 2024 hingga 22 Januari 2025.

Berdasarkan latar belakang di atas maka memperlihatkan urgensi penelitian dengan judul "Konstruksi Narasi Perempuan Muslimah pada Tren Fashion Syari'ah di Gontornews.com dan Chanelmuslim.com", terletak pada peran media dalam membentuk opini publik, terutama dalam

konteks gambaran perempuan muslimah pada tren fashion syari'ah. Penelitian ini penting karena membantu mengungkap pembingkai narasi dari dua media Islami yang dapat mempengaruhi persepsi pembaca terhadap gambaran Perempuan Muslimah yang sesuai dengan fashion syari'ah. Mengingat jika fashion merupakan hal yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari saat ini yang dapat menjadi pusat perhatian publik sehingga perlu adanya pemahaman yang dibentuk oleh media sehingga dapat relevan. Melalui konsep framing Robert N. Entman, penelitian ini menganalisis bagaimana media menonjolkan aspek-aspek tertentu dari realitas yang dapat memengaruhi pandangan publik.

Hasil dan Pembahasan

Profil Gontornews.com dan Chanelmuslim.com

Dalam penelitian ini subjek penelitian utama yaitu berita yang disajikan di media pemberitaan online yang mengeluarkan berita terkait dengan perempuan muslimah pada tren fashion syari'ah, di mana Gontornews.com dan Chanelmuslim.com menjadi pilihan peneliti. Dalam era digital saat ini, portal berita online seperti Gontornews.com dan Chanelmuslim.com telah menjadi sumber informasi bagi banyak orang terutama yang pembahasannya terkait Islam. Kedua media ini tidak hanya menyediakan berita terkini, tetapi juga berperan dalam membentuk opini publik melalui narasi yang mereka sajikan. Dengan kemudahan akses informasi melalui perangkat mobile dan internet, masyarakat kini lebih terlibat dalam diskusi politik dan sosial yang terjadi di sekitar.

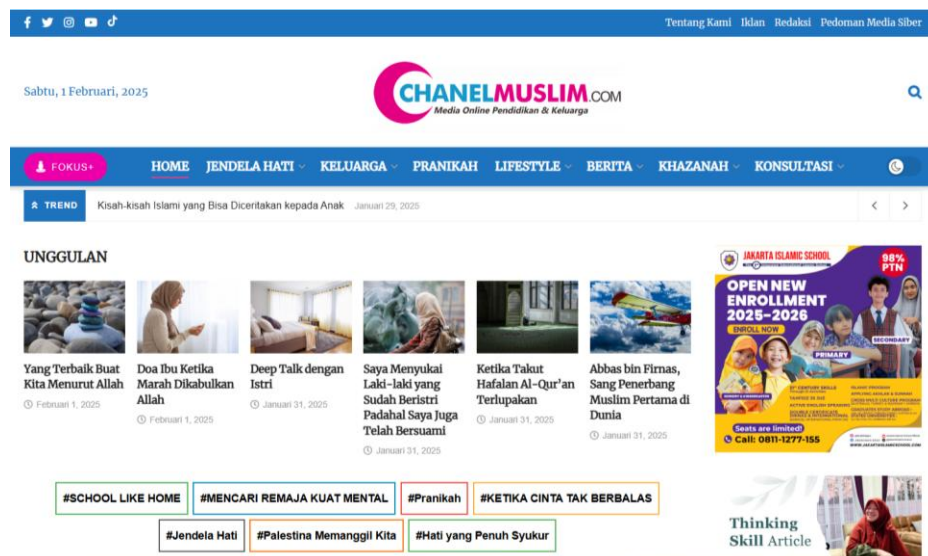
Gontornews.com merupakan portal berita yang dikelola oleh tim manajemen dan redaksi Majalah Gontor, yang merupakan bagian dari Pondok Modern Darussalam Gontor. Berbeda dengan Majalah Gontor yang terbit setiap bulan, Gontornews.com menyajikan berita harian secara real-time, dengan fokus pada isu-isu Dunia Islam, keislaman, dan kehidupan pesantren. Situs ini bertujuan untuk menyediakan informasi bagi pembacanya, terutama alumni Pondok Modern Gontor yang tersebar di berbagai penjuru dunia. Kantor redaksinya berlokasi di Jalan Taman Sejahtera No.1A, Gandaria Selatan, Cilandak, Jakarta Selatan. Gontornews.com memiliki visi menjadi media online yang profesional dan menjadi sumber berita pilihan masyarakat, khususnya di kalangan pondok pesantren di Indonesia serta alumni Gontor di seluruh dunia. Misinya adalah melahirkan gerakan kemasyarakatan yang sesuai dengan nilai-nilai ajaran dan jiwa Pondok Modern Gontor, yang dapat diaktualisasikan dalam kehidupan masyarakat (Gontornews.com, 2023).



Gambar 1. Tampilan Situs Gontornews.com

Sedangkan media lain yaitu Chanelmuslim.com adalah platform media daring yang resmi diluncurkan pada 9 Mei 2016, dengan fokus utama pada penyediaan informasi serta kajian yang

berkaitan dengan kehidupan keluarga muslim. Portal ini memiliki visi untuk menjadi referensi utama dalam bidang pendidikan dan keluarga, dengan tujuan menghadirkan konten yang bermanfaat serta relevan bagi masyarakat muslim. Sebagai bagian dari misinya, Chanelmuslim.com berupaya menyediakan bacaan yang wajib diakses oleh keluarga muslim yang kreatif, berpikiran terbuka, berpegang teguh pada nilai-nilai Islam, cerdas, serta mengikuti tren yang positif. Media ini didirikan oleh Hj. Fifi P. Jubilea, S.E., S.Pd., M.Sc., Ph.D., yang juga dikenal sebagai pendiri Jakarta Islamic School. Dalam operasionalnya, Chanelmuslim.com berpusat di Jalan Manunggal III No.45, Cipinang Melayu, Jakarta Timur, yang menjadi pusat kegiatan redaksi serta pengelolaan kontennya. Adapun visi Chanelmuslim.com adalah menjadi acuan media online dalam bidang pendidikan dan keluarga. Misinya adalah menyediakan bacaan wajib bagi keluarga muslim yang kreatif, berpikiran terbuka, islami, cerdas, dan modis, serta menjadi acuan kebaikan yang sejuk dan menenteramkan (Chanelmuslim.com, 2016).



Gambar 2. Tampilan Situs Chanelmuslim.com

Adapun berita yang digunakan dalam penelitian ini yaitu, berita pertama berjudul “Hijrah dan Kemajuan Tren Fashion Muslim Indonesia” ditulis oleh Edithya Miranti, reporter Majalah Gontor, dan diterbitkan pada 2 Agustus 2024 di Gontornews.com. Artikel ini membahas bagaimana fenomena hijrah di Indonesia berdampak pada perkembangan tren fashion Muslim, dengan semakin banyaknya masyarakat yang beralih ke busana syar’i. Selain itu, artikel ini juga menyoroti pertumbuhan industri fashion Muslim di Indonesia yang pesat, tantangan yang dihadapi para pelaku usaha, serta upaya pemerintah dalam menjadikan Indonesia sebagai pusat fashion Muslim dunia. Sementara itu, berita kedua berjudul “Fairuz A Rafiq Bagikan Gaya Busana Muslim yang Menjadi Fashion Statementnya” diterbitkan oleh Chanelmuslim.com pada 22 Januari 2025. Penelitian ini mengulas bagaimana Fairuz A Rafiq memilih dan memadukan busana Muslim dalam kesehariannya dengan tetap mengutamakan kesopanan dan kenyamanan serta membagikan tips berpakaian yang tidak hanya stylish tetapi juga sesuai dengan ajaran Islam, seperti memilih pakaian longgar, bermain dengan aksesoris, dan memastikan busana yang dikenakan tetap nyaman serta *wudhu friendly*.

Konstruksi Narasi Perempuan Muslimah pada Berita Tren Fashion Syari’ah

Konstruktivisme adalah pendekatan yang menekankan bahwa pengetahuan dan pemahaman individu terbentuk melalui interaksi sosial dan pengalaman subjektif (Habsy, 2017: 93). Dalam

konteks tren fashion syari'ah, media memiliki peran penting dalam membentuk persepsi publik terhadap identitas dan representasi perempuan Muslimah. Melalui konstruksi narasi dalam pemberitaan, media dapat mempengaruhi bagaimana masyarakat memahami konsep fashion syari'ah, baik dari segi nilai-nilai religius, estetika, maupun tren industri (Indriani, 2023: 3). Dalam hal ini, Gontornews.com dan Chanelmuslim.com berperan sebagai aktor dalam membangun realitas fashion syari'ah dengan menyajikan berita yang mencerminkan perspektif tertentu. Proses ini melibatkan seleksi, penafsiran, dan penyajian informasi yang tidak hanya merefleksikan perkembangan tren fashion Muslimah, tetapi juga mengartikulasikan norma-norma sosial dan religius yang menyertainya. Dengan demikian, konstruksi narasi yang dihadirkan oleh media turut membentuk cara pandang masyarakat terhadap fashion syari'ah sebagai bagian dari identitas dan gaya hidup perempuan Muslimah.

Pendekatan analisis framing yang dikembangkan oleh Robert M. Entman merupakan salah satu model yang berpengaruh dalam studi framing, terutama dalam kajian media. Dalam artikelnya pada tahun 1993, Entman mendefinisikan framing sebagai proses pemilihan dan penonjolan aspek tertentu dari suatu realitas guna membentuk makna bagi khalayak (Anggoro, 2014: 29). Framing berperan penting dalam membentuk cara masyarakat memahami suatu isu atau fenomena, khususnya melalui pemberitaan media massa (Kusumaningsih, 2023: 28). Penelitian ini menganalisis konstruksi narasi mengenai perempuan Muslimah dalam tren fashion syari'ah sebagaimana disajikan oleh Gontornews.com dan Chanelmuslim.com menggunakan analisis framing model Robert M. Entman. Pemberitaan dalam kedua portal tersebut dikaji untuk memahami bagaimana media membingkai representasi perempuan Muslimah dalam tren fashion syari'ah serta nilai-nilai yang ditekankan dalam konstruksi narasi yang mereka bangun.

Model framing yang dikembangkan oleh Entman terdiri dari empat elemen utama yang menjadi landasan dalam proses pembingkaiannya suatu isu oleh media. Keempat elemen ini memungkinkan media untuk menyusun narasi yang dapat mempengaruhi persepsi audiens serta memberikan struktur analisis yang lebih sistematis bagi para peneliti (Siregar & Qurniawati, 2022: 8). Dalam konteks penelitian ini, empat perangkat framing yang digunakan untuk mengidentifikasi bagaimana media membingkai tren fashion syari'ah bagi perempuan Muslimah mencakup *define problems* (pendefinisian masalah), *diagnose causes* (identifikasi penyebab), *make moral judgment* (penilaian moral), dan *treatment recommendation* (rekomendasi solusi). Melalui pendekatan ini, dapat dipahami bahwa dalam menyajikan pemberitaan, media tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk cara pandang publik terhadap tren fashion syari'ah dengan menyusun narasi yang mengarah pada makna tertentu (Nurdin, 2021: 149).

Dalam perangkat framing yang dijelaskan pada model framing Robert N. Entman maka diperoleh hasil penelitian sebagai berikut.

1. *Define Problems* Berita Perempuan Muslimah pada Tren Fashion Syari'ah

Dalam berita berjudul "Hijrah dan Kemajuan Tren Fashion Muslim Indonesia" yang dipublikasikan oleh Gontornews.com, permasalahan utama yang diangkat adalah dampak dari fenomena hijrah yang turut mempengaruhi tren fashion Muslim di Indonesia. Fenomena hijrah menjadi penggerak utama dalam perubahan gaya hidup, yang turut mencakup perubahan pada pilihan busana. Meskipun demikian, berita ini juga menyoroti adanya tantangan besar yang dihadapi industri fashion Muslim, yakni persaingan global yang semakin ketat. Munculnya tren hijrah sebagai bagian dari perkembangan spiritual dan sosial menjadi dilema tersendiri bagi para pelaku industri, karena harus dapat menyesuaikan diri dengan perkembangan tren fashion yang terus berubah.

Sebaliknya, pada berita yang dipublikasikan oleh Chanelmuslim.com dengan judul "Fairuz A Rafiq Bagikan Gaya Busana Muslim yang Menjadi Fashion Statementnya," permasalahan yang diangkat lebih fokus pada tantangan yang dihadapi oleh perempuan Muslimah dalam memilih busana. Dalam konteks ini, perempuan Muslimah sering kali kesulitan untuk menemukan busana yang memenuhi dua kriteria penting yaitu tetap sopan sesuai dengan tuntunan agama, namun juga tetap tampil stylish dan sesuai dengan kebutuhan sehari-hari

mereka. Keseimbangan antara menjaga nilai-nilai keislaman dan memenuhi tuntutan fashion modern menjadi isu yang krusial dalam pemberitaan ini, terutama bagi perempuan yang aktif dan ingin tampil fashionable tanpa mengorbankan prinsip-prinsip kesopanan.

2. *Diagnose Causes* Berita Perempuan Muslimah pada Tren Fashion Syari'ah

Gontornews.com mengidentifikasi beberapa faktor penyebab dari fenomena tren fashion Muslim di Indonesia, antara lain pengaruh sosial dan budaya yang semakin kuat serta meningkatnya kesadaran masyarakat tentang pentingnya menjalani gaya hidup halal. Fenomena hijrah yang juga berbarengan dengan perubahan kesadaran ini, membuat fashion Muslim tidak hanya dilihat sebagai pilihan estetika, tetapi juga sebagai bentuk ekspresi dari komitmen agama. Proses ini berkelindan dengan perkembangan tren global yang juga berperan dalam memperkenalkan nilai-nilai baru dalam fashion yang sejalan dengan prinsip syari'ah. Kondisi ini menjadi faktor pendorong utama bagi pertumbuhan industri fashion Muslim, meskipun dihadapkan pada tantangan besar dalam bersaing di tingkat internasional.

Sementara itu, di Chanelmuslim.com, penyebab utama perubahan tren fashion Muslim bagi perempuan lebih dipengaruhi oleh preferensi individu masing-masing serta kesadaran yang semakin tinggi mengenai pentingnya tampil sopan. Kesadaran ini muncul seiring dengan meningkatnya pemahaman tentang bagaimana fashion dapat menjadi sarana untuk mengekspresikan identitas dan nilai-nilai Muslimah. Namun, meskipun kesadaran ini semakin kuat, perempuan Muslimah tetap harus memilih busana yang tidak hanya memenuhi kaidah kesopanan, tetapi juga tetap stylish dan memenuhi kebutuhan fungsional mereka dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, perubahan tren fashion ini sangat dipengaruhi oleh kombinasi antara faktor individu, sosial, dan kesadaran agama yang semakin berkembang.

3. *Make Moral Judgement* Berita Perempuan Muslimah pada Tren Fashion Syari'ah

Gontornews.com menilai bahwa fashion syari'ah bukan sekadar tren, tetapi memiliki nilai-nilai keislaman yang mendalam yang harus dijaga agar tidak melenceng dari ajaran agama. Dalam narasi ini, terdapat penekanan pada pentingnya mempertahankan prinsip-prinsip syari'ah dalam setiap aspek fashion yang dipilih. Fashion syari'ah harus dapat mencerminkan nilai kesederhanaan, kejujuran, dan tentunya kesopanan, yang menjadi ciri khas perempuan Muslimah yang sesungguhnya. Menurut pandangan yang diungkapkan, ada tanggung jawab besar bagi desainer, produsen, dan konsumen fashion untuk memastikan bahwa tren yang berkembang tidak mengorbankan nilai-nilai agama dan moral yang seharusnya dijaga.

Sementara itu, di Chanelmuslim.com, moral judgment yang muncul berkaitan dengan fashion Muslimah tidak hanya tentang mengikuti tren, tetapi lebih kepada pentingnya busana yang mencerminkan identitas dan karakter seorang Muslimah sejati. Fashion Muslimah menurut pandangan ini harus mencerminkan kesopanan, kesederhanaan, serta nilai-nilai Islam yang terkandung dalam ajaran agama. Perempuan Muslimah dituntut untuk tetap menjaga prinsip kesopanan dalam berpakaian, yang tidak hanya sekadar mengikuti apa yang sedang populer di kalangan masyarakat, tetapi juga mengedepankan nilai-nilai luhur yang terkandung dalam agama Islam.

4. *Treatment Recommendation* Berita Perempuan Muslimah pada Tren Fashion Syari'ah

Gontornews.com memberikan rekomendasi kepada pelaku industri fashion Muslim untuk terus berinovasi dalam merespons perkembangan pasar yang semakin kompetitif, terutama dalam menghadapi tantangan global. Pelaku usaha di bidang fashion Muslim di Indonesia harus memahami dengan baik kebutuhan konsumen yang terus berkembang, agar dapat menawarkan produk yang tidak hanya memenuhi tuntutan pasar, tetapi juga sejalan dengan prinsip syari'ah. Inovasi yang terus-menerus dan pemahaman yang mendalam tentang preferensi konsumen menjadi kunci untuk tetap kompetitif di pasar global. Dalam hal ini, industri fashion Muslim harus tetap menjaga kualitas produk, serta tetap berpegang pada nilai-nilai keislaman yang menjadi ciri khas dari fashion syari'ah itu sendiri.

Di sisi lain, Chanelmuslim.com merekomendasikan agar perempuan Muslimah dapat tetap modis tanpa harus mengikuti tren secara berlebihan. Rekomendasi ini mencakup pentingnya memilih pakaian yang tidak hanya sopan dan nyaman, tetapi juga sesuai dengan nilai-nilai Islam yang menjadi panduan hidup. Dalam konteks ini, perempuan Muslimah tidak perlu khawatir ketinggalan zaman atau terlihat tidak modis, karena pilihan fashion yang tepat dapat mencerminkan identitas diri tanpa mengorbankan prinsip-prinsip agama. Dengan demikian, perempuan Muslimah dapat tetap merasa percaya diri dan tampil dengan cara yang sejalan dengan ajaran Islam, tanpa harus mengikuti setiap perubahan tren yang ada di pasar fashion.

Analisis ini menunjukkan bagaimana media membingkai tren fashion syari'ah dalam membangun identitas perempuan Muslimah dan mengarahkan persepsi publik tentang nilai-nilai yang harus dipertahankan dalam fashion Islami. Selain itu, dalam konstruksi narasi mengenai tren fashion syari'ah bagi perempuan Muslimah, terdapat beberapa kategori yang dapat membantu memperjelas makna dari teks berita yang disajikan. Kategori tersebut mencakup narasi fashion syari'ah sebagai identitas Islam, narasi perempuan Muslimah sebagai pelaku industri fashion, dan narasi media sebagai penggerak tren fashion syari'ah. Ketiga kategori ini berperan penting dalam membentuk persepsi publik terhadap fashion syari'ah, khususnya dalam kaitannya dengan nilai-nilai keislaman, peran perempuan dalam industri mode, serta bagaimana media membingkai dan mempromosikan tren ini. Adapun narasi sosial Perempuan Muslimah pada Tren Fashion Syari'ah, sebagai berikut:

1. Fashion Syari'ah dan Identitas Islam

Menurut Gontornews.com, fashion syari'ah dalam konsep Islam tidak hanya berkaitan dengan penutupan aurat, tetapi juga dengan pembentukan identitas diri yang mencerminkan nilai-nilai agama. Dalam pandangan ini, fashion menjadi sarana untuk menginternalisasi etika berpakaian yang mengacu pada ajaran Islam. Fashion syari'ah bukan hanya tentang memilih pakaian yang menutupi tubuh, tetapi juga tentang cara berpakaian yang mencerminkan moralitas dan kesederhanaan dalam kehidupan sehari-hari. Pakaian yang dipilih oleh perempuan Muslimah harus mencerminkan kesopanan dan menjaga kehormatan diri, serta menjadi media untuk mengekspresikan iman dan ketaatan pada ajaran agama. Melalui fashion syari'ah, perempuan Muslimah dapat memperlihatkan komitmen mereka terhadap nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari.

Di sisi lain, Chanelmuslim.com mengungkapkan bahwa di tengah berkembangnya tren fashion Muslimah yang semakin bervariasi, masih ada perempuan Muslimah yang memilih untuk memprioritaskan aspek kesopanan dalam gaya busananya, seperti yang ditunjukkan oleh Fairuz A Rafiq. Bagi Fairuz, berbusana Muslimah bukan hanya sekedar mengikuti tren yang sedang populer, tetapi lebih tentang mencerminkan nilai-nilai yang diyakini dan dipegang teguh dalam kehidupan pribadi. Fashion menjadi cara untuk mengekspresikan keyakinan agama dan prinsip hidup tanpa harus mengorbankan identitas sebagai seorang Muslimah. Dalam hal ini, fashion syari'ah bukan hanya sekedar pilihan estetika, tetapi juga merupakan pernyataan tentang keyakinan dan kesetiaan pada nilai-nilai Islam yang tak bisa dipisahkan dari kehidupan sehari-hari.

2. Perempuan Muslimah dalam Industri Fashion

Gontornews.com menyajikan narasi tentang peran perempuan dalam industri fashion syari'ah, khususnya melalui brand Falasifa Indonesia, yang dipimpin oleh seorang pengusaha perempuan. Falasifa Indonesia dikenal dengan koleksi pakaian yang mengusung konsep modest fashion, yaitu pakaian yang sopan, longgar, dan tidak menerawang, yang cocok untuk perempuan Muslimah yang ingin tetap tampil modis tanpa melanggar prinsip-prinsip kesopanan. Dalam konteks ini, perempuan Muslimah tidak hanya berperan sebagai konsumen fashion, tetapi juga sebagai penggerak utama dalam menciptakan tren baru yang mengedepankan nilai-nilai syari'ah. Perempuan di industri fashion syari'ah memiliki

kesempatan untuk mendefinisikan kembali bagaimana pakaian dapat mencerminkan kesederhanaan, keanggunan, dan kesopanan dalam kehidupan sehari-hari, sekaligus tetap mempertahankan eksistensinya di dunia fashion yang lebih luas.

Sebaliknya, Chanelmuslim.com menyoroti Fairuz A Rafiq sebagai contoh perempuan Muslimah yang aktif berperan dalam dunia fashion. Fairuz tidak hanya dikenal sebagai selebriti, tetapi juga sebagai sosok yang menginspirasi banyak perempuan Muslimah dengan gaya busana yang ia kenakan. Menurut Chanelmuslim, Fairuz A Rafiq membagikan gaya busana Muslimah yang tidak hanya menjadi fashion statement dalam kesehariannya, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai kesopanan dan identitas seorang Muslimah sejati. Dalam narasi ini, perempuan Muslimah seperti Fairuz A Rafiq berfungsi sebagai influencer yang dapat mempengaruhi tren dan norma berpakaian di kalangan sesama perempuan Muslimah, serta mendorong mereka untuk tampil modis dengan tetap menjaga kesopanan dalam berbusana.

3. Media dan Normalisasi Tren Fashion Syari'ah

Gontornews.com mengangkat bagaimana media berperan dalam normalisasi dan penguatan tren fashion syari'ah di Indonesia, dengan mencanangkan Indonesia sebagai kiblat fashion Muslim dunia. Narasi ini menunjukkan bahwa melalui dukungan pemerintah dan media, fashion Muslim semakin mendapat tempat yang strategis di dunia internasional. Pemerintah Indonesia telah berupaya untuk mempromosikan tren fashion syari'ah sebagai bagian dari identitas nasional, yang mencerminkan keberagaman budaya dan agama yang ada di negara ini. Indonesia, dengan populasi Muslim terbesar di dunia, diposisikan sebagai pusat pengembangan fashion Muslim yang dapat bersaing di pasar global, sekaligus mempertahankan prinsip-prinsip Islam dalam setiap desain dan produknya. Media memainkan peran penting dalam menyebarkan narasi ini, sehingga fashion syari'ah menjadi bagian dari gaya hidup yang diterima secara luas.

Di sisi lain, Chanelmuslim.com mengedepankan peran media dalam menginspirasi perempuan Muslimah untuk tetap modis dengan busana yang mencerminkan identitas mereka sebagai seorang Muslimah. Melalui kisah inspiratif dari figur seperti Fairuz A Rafiq, media berperan dalam mempopulerkan tren fashion Muslim yang tidak hanya mengikuti tren dunia, tetapi juga mengedepankan nilai kesopanan dan kesederhanaan. Fairuz A Rafiq, dengan gaya busananya yang menjadi fashion statement, berhasil menginspirasi banyak perempuan Muslimah untuk tampil modis tanpa harus kehilangan identitas keislaman mereka. Dalam konteks ini, media membantu dalam normalisasi tren fashion syari'ah dengan mengangkat figur-figur publik yang dapat mengedukasi masyarakat tentang pentingnya kesopanan dalam berpakaian, serta bagaimana perempuan Muslimah dapat tetap tampil percaya diri dan modern tanpa melanggar prinsip agama.

Berdasarkan analisis framing model Robert N. Entman terhadap konstruksi narasi fashion syari'ah dan representasi perempuan Muslimah di Gontornews.com dan Chanelmuslim.com, terdapat perbedaan dalam cara kedua media membingkai pemberitaan. Gontornews.com lebih menekankan aspek religius dan nilai-nilai syari'ah dalam tren fashion Muslimah, menggambarkan busana syari'ah sebagai bagian dari identitas keislaman yang ideal. Sementara itu, Chanelmuslim.com lebih banyak menyoroti sisi modernitas dan tren industri fashion syari'ah, dengan menampilkan berbagai inovasi serta peran perempuan Muslimah dalam dunia fashion. Melalui pemilihan diksi, sudut pandang, dan fokus pemberitaan, kedua media ini tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk persepsi publik tentang fashion syari'ah baik sebagai ekspresi ketaatan religius maupun sebagai bagian dari gaya hidup kontemporer. Meskipun demikian, Gontornews.com dan Chanelmuslim.com memiliki pendekatan framing yang berbeda namun saling melengkapi dalam membentuk narasi tentang fashion syari'ah dan representasi perempuan Muslimah.

Penutup

Gontornews.com dan Chanelmuslim.com menunjukkan perbedaan dalam membingkai narasi fashion syari'ah bagi perempuan Muslimah. Gontornews.com lebih menekankan aspek religius dan identitas Islam dalam fashion Muslimah, dengan menyoroti hijrah sebagai faktor utama perubahan tren. Sementara itu, Chanelmuslim.com lebih mengedepankan keseimbangan antara kesopanan dan tren fashion modern, dengan memberikan inspirasi melalui figur publik seperti Fairuz A Rafiq. Dalam *define problems*, Gontornews.com melihat tren hijrah sebagai penggerak utama industri fashion Muslim, sedangkan Chanelmuslim.com menggarisbawahi tantangan Muslimah dalam memilih pakaian yang sesuai dengan syariat tetapi tetap stylish. Dalam *diagnose causes*, Gontornews.com menyoroti pengaruh sosial, budaya, dan kesadaran gaya hidup halal, sedangkan Chanelmuslim.com lebih menekankan preferensi individu dan kesadaran untuk tetap tampil sopan. Pada *make moral judgment*, kedua media menegaskan bahwa fashion Muslimah harus mencerminkan nilai Islam, tetapi Gontornews.com lebih menekankan aspek ketundukan terhadap agama, sementara Chanelmuslim.com menyoroti keseimbangan antara tren dan identitas Muslimah. Dalam *treatment recommendation*, Gontornews.com merekomendasikan inovasi bagi pelaku industri fashion agar tetap kompetitif di pasar global, sedangkan Chanelmuslim.com mendorong perempuan Muslimah untuk tetap modis tanpa harus mengikuti tren secara berlebihan.

Penelitian ini menegaskan bahwa media memiliki peran besar dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap fashion syari'ah, baik sebagai ekspresi religius maupun sebagai bagian dari industri mode. Dengan pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana media membingkai tren fashion Muslimah, penelitian ini dapat menjadi dasar bagi kajian lebih lanjut mengenai pengaruh media terhadap konstruksi identitas perempuan Muslimah. Ke depan, penelitian dapat dikembangkan dengan memperluas cakupan media, termasuk platform media sosial dan influencer Muslimah, guna memahami lebih lanjut bagaimana tren fashion syari'ah dipengaruhi oleh berbagai aktor dalam ekosistem media digital. Selain itu, pendekatan interdisipliner yang menggabungkan studi komunikasi, sosiologi, dan ekonomi kreatif dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang peran fashion syari'ah dalam dinamika sosial dan budaya masyarakat Muslim modern.

Daftar Pustaka

- Afifah, N., & Yudiantoro, D. (2022). Pengaruh Gaya Hidup dan Penggunaan Uang Elektronik terhadap Perilaku Konsumtif. *YUME: Journal of Management*, 5(2), 385–405. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.345>
- Anggoro, A. D. (2014). Media, Politik, dan Kekuasaan. *Jurnal Aristo*, 2(2), 25–52.
- Aulia, V. (2021). Fesyen Muslim dan Diplomasi Budaya Indonesia. *SIYAR Journal*, 1(1), 3–20. <https://doi.org/10.15642/siyar.2021.1.1.3-20>
- Ayyah, H. R. A. N., & Murniningsih, R. (2021). Pengaruh gaya hidup halal dan self-identity terhadap halal fashion di Indonesia. *Unimma*, 537–546. <http://journal.unimma.ac.id/index.php/conference/article/view/5945>
- Chanelmuslim.com*. (2016).
- Fajar, A., Wibowo, E. S., & Rafiuddin, M. (2024). Masa Depan Ekonomi Syari'ah di Indonesia : Sebuah Analisis Kritis Tantangan dan Solusinya. *Jurnal Ekonomi Syari'ah*, 4(1), 29–44.
- Fatwa, D. I., & Nurkumala, E. T. Z. (2023). Penguatan dan Bimbingan Trend Fashion Islami Bagi Mahasiswi di Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Mas Said Surakarta. *Jurnal Dedikasia: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 33. <https://doi.org/10.30983/dedikasia.v3i1.5424>
- Gontornews.com*. (2023).
- Habsy, B. A. (2017). Seni Memahami Penelitian Kualitatif Dalam Bimbingan Dan Konseling : Studi Literatur. *JURKAM: Jurnal Konseling Andi Matappa*, 1(2), 90. <https://doi.org/10.31100/jurkam.v1i2.56>

- Indriani, L. D. (2023). Trajectory Konstruksi Jilbab di Indonesia: Pertarungan Beragam Kepentingan. *Jurnal Mahasiswa Komunikasi Cantrik*, 3(1), 1–18. <https://doi.org/10.20885/cantrik.vol3.iss1.art1>
- Kharisma, T. (2017). Pembingkai Pernyataan Gubernur Jawa Barat Pada Framing of the Statement of West Java Governor About Termination of Kebaktian Kebangunan Rohani in Online. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 5(2), 168–179.
- Kusumaningsih, R. (2023). Peran Media Dalam Mempengaruhi Opini Publik Tentang Hukum Dan Keadilan. *JISHUM (Jurnal Ilmu Sosial Dan Humanior)*, 2(1), 9–22.
- Muslim, M. A., & Rahma, A. A. (2024). Kaidah ‘Am dalam al-Qur’an: Kajian terhadap Surat al-Ahzab Ayat 59 Serta Implikasinya terhadap Ketentuan Berhijab bagi Perempuan Muslim. *Jurnal Studi Quran*, 9(1), 133–154. <https://doi.org/10.21111/studiquan.v9i1.12310>
- Nisak, M., & Sulistyowati, T. (2022). Gaya hidup konsumtif mahasiswi dalam trend fashion (studi kasus mahasiswi jurusan manajemen Universitas Islam Lamongan). *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 4(2), 86–96.
- Nurdin, A. (2021). *Penelitian Teks Media: Teori dan Contoh Praktik Penelitian Bidang Komunikasi*. CV Revka Prima Media.
- Nurdin, Ali, and Desy Rahmadani. “Creative Communications on Tiktok: Construction of the Ministry of Health’s Communication Innovation in COVID-19 Education in Indonesia”. *Proceedings of International Conference on Da’wa and Communication* 3, no. 1 (November 11, 2021): 308-323. Accessed February 20, 2025. <https://proceedings.uinsa.ac.id/index.php/ICONDAC/article/view/507>.
- Rahmawaty, D., Nadiroh, N., Husen, A., Purwanto, A., & Astra, I. M. (2021). Sustainable Fesyen Sebagai Upaya Gerakan Zero Waste Dalam Pembangunan Berkelanjutan Oleh Desainer. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 431–437. <https://doi.org/10.31004/cdj.v2i2.1869>
- Saputra, H. T., & Sukmawati, A. S. (2023). Pengaruh Thrift Shop Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion. *Journal of Economics, Management, Business, and Entrepreneurship*, 1(2), 59–65. <https://doi.org/10.31537/jembe.v2i2.1554>
- Saputri, O. B. (2020). PEMETAAN POTENSI INDONESIA SEBAGAI PUSAT INDUSTRI HALAL DUNIA. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 5(2), 24.
- Siregar, A. K., & Qurniawati, E. F. (2022). Analisis Framing Pemberitaan Buzzer di tempo.co. *Journal of New Media and Communication*, 1(1), 1–15. <https://doi.org/10.55985/jnmc.v1i1.1>
- Tasha Aprillia, S. N., & Damaiyanti, V. P. (2022). Gaya Hidup Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat. *Indonesian Journal of Sociology, Education, and Development*, 3(2), 129–136. <https://ijsed.ap3si.org/index.php/journal/article/view/58>
- Tenaya, A. A. N. A. M. K. (2021). Hegemoni Fashion Barat Pada Busana Bangsawan di Bali Utara (1800-1940). *Mudra Jurnal Seni Budaya*, 36(2), 245–253. <https://doi.org/10.31091/mudra.v36i2.1478>
- Trisnawati, T. Y. (2016). Fashion sebagai Bentuk Ekspresi Diri dalam Komunikasi. *Jurnal The Messenger*, 3(2), 36. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.268>
- Vitry, H. S., & Syamsir. (2024). Analisis Peranan Pemuda Dalam Melestarikan Budaya Lokal Di Era Globalisasi. *Trivikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial*, 3(88), 1–12.
- Zahra, Y. F., Cendikia, H. F., Molfi, I. I., & Murdiana, V. (2024). Media Massa Sebagai Pembentukan Persepsi Publik. *Trivikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial*, 02(12), 31–40.