

TRANSFORMASI PENGGUNAAN JILBAB OLEH ARTIS INDONESIA (2001-2017)

Syahid Wizdan Alfakhruji^a, Sulasman^b, Fathia Lestari^c

syahidalfakhrzy@gmail.com, sulasman@uinsgd.ac.id, fathialestari@uinsgd.ac.id

^{a b c} UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Indonesia

ARTICLE INFO

Received: 16th April 2026

Revised: 24th April 2026

Accepted: 26th April 2026

Published: 28th April 2026

Permalink/DOI

<https://doi.org/10.51190/jazirah.v6i3.382>



This work is licensed under CC BY-SA 4.0.

Print ISSN: 2716-4454,
Online ISSN: 2774-3144

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis transformasi penggunaan jilbab oleh artis Indonesia dalam kurun waktu 2001 hingga 2017. Masalah utama yang diangkat adalah proses dekonstruksi citra jilbab yang semula dipandang kaku dan menghambat profesionalitas di era Orde Baru menjadi identitas populer yang modern dan emansipatif melalui peran strategis figur publik. Tujuan penelitian ini adalah memetakan fase perubahan estetika jilbab dan mengidentifikasi faktor pendorong yang mengubah atribut religius tersebut menjadi simbol prestasi internasional. Metode yang digunakan adalah metode penelitian sejarah yang meliputi empat tahapan: heuristik melalui pengumpulan sumber primer berupa kliping media sezaman (Pikiran Rakyat, Galamedia) dan sumber lisan (dokumentasi wawancara narasumber), kritik sumber, interpretasi, serta historiografi. Analisis dilakukan menggunakan teori hibriditas budaya Homi K. Bhabha untuk melihat munculnya "Ruang Ketiga" sebagai wilayah negosiasi antara nilai spiritual dan estetika industri hiburan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa transformasi diawali oleh aksi pionir artis seperti Inneke Koesherawati dan Nella Regar pada tahun 2001 yang menavigasi identitas di tengah risiko karier profesional. Perkembangan ini mencapai puncaknya pada tahun 2017 melalui pencapaian Dian Pelangi di New York Fashion Week, yang secara historis menandai fase kemapanan jilbab sebagai identitas populer yang diakui global. Penelitian menyimpulkan bahwa artis berperan sebagai agen hibriditas yang menciptakan 'Ruang Ketiga' (Third Space), sebuah wilayah negosiasi yang berhasil mempertemukan budaya populer dengan nilai religius. Kehadiran ruang ini mendestabilisasi narasi lama mengenai jilbab, mengubahnya dari busana marginal menjadi simbol kemajuan dan profesionalisme Muslimah modern di ruang publik Indonesia.

KATA KUNCI : Artis, Jilbab, Transformasi Budaya, Indonesia

ABSTRACT

This research analyzes the transformation of hijab usage among Indonesian celebrities from 2001 to 2017. The primary issue addressed is the deconstruction of the hijab's image, which was initially perceived as rigid and a hindrance to professionalism during the New Order era, into a modern and emancipatory popular identity through the strategic role of public figures. The objective of this study is to map the phases of changes in hijab aesthetics and identify the driving factors that transformed this religious attribute into a symbol of international achievement. The methodology employed is the historical research method, encompassing four stages: heuristics through the collection of primary sources in the form of contemporary media clippings (Pikiran Rakyat, Galamedia) and oral sources (interview documentation), source criticism, interpretation, and historiography. The analysis was conducted using Homi K. Bhabha's theory of cultural hybridity to observe the emergence of a "Third Space" as a realm of negotiation between spiritual values and the aesthetics of the entertainment industry. The results indicate that the transformation was initiated by the pioneering actions of celebrities such as Inneke Koesherawati and Nella Regar in 2001, who navigated their identities amidst professional career risks. This development culminated in 2017 with Dian Pelangi's achievements at New York Fashion Week, which historically marked the phase of the hijab's establishment as a globally recognized popular identity. This research concludes that celebrities act as agents of hybridity who create a "Third Space," a negotiation zone that successfully converges popular culture with religious values. The presence of this space destabilizes old narratives regarding the hijab, transforming it from marginal attire into a symbol of progress and professionalism for modern Muslim women in Indonesia's public sphere.

KEYWORDS: Celebrities, Hijab, Cultural Transformation, Indonesia.

PENDAHULUAN

Transformasi penggunaan jilbab di panggung hiburan Indonesia merupakan bagian dari dinamika panjang sejarah busana Muslimah yang dipengaruhi oleh kebijakan politik dan perkembangan tren sosial. Pada masa Orde Baru, penggunaan jilbab di ruang publik sempat mengalami hambatan akibat kebijakan pemerintah yang represif, salah satunya melalui SK 052/C/Kep/D.82 tahun 1982 yang melarang penggunaan jilbab di sekolah-sekolah negeri.¹ Kebijakan ini tidak hanya membatasi ruang gerak keagamaan, tetapi juga membentuk persepsi bahwa busana Muslimah belum sepenuhnya selaras dengan fungsi profesionalitas di ruang publik, termasuk dalam industri hiburan.² Namun, pasca-tumbanganya Orde Baru, terjadi lonjakan penggunaan jilbab yang signifikan seiring dengan berkembangnya teknologi informasi dan media massa, di mana jilbab mulai diterima sebagai identitas populer yang dinamis dan modern.³ Pergeseran inilah yang kemudian memicu munculnya fenomena artis berjilbab di tahun 2001 sebagai agen perubahan yang mendobrak stigma lama di tengah masyarakat Indonesia.

Titik balik transformasi ini muncul secara signifikan pada awal milenium baru, yang ditandai dengan keputusan beberapa artis papan atas untuk mengenakan jilbab secara konsisten di tengah puncak karier mereka. Inneke Koeshrawati dan Nella Regar menjadi figur penting yang mendobrak stigma lama di industri hiburan Indonesia pada era tersebut. Kehadiran mereka memicu diskusi publik karena pada masa itu jilbab masih dianggap 'perlu tidak perlu' oleh masyarakat dan persentasenya di kalangan artis masih sangat kecil.⁴ Nella Regar menunjukkan konsistensi yang luar biasa dengan menolak tawaran bermain di empat sinetron karena diharuskan membuka jilbab, meskipun ditawarkan materi yang menggiurkan mencapai puluhan juta rupiah. Fenomena ini diperkuat oleh Inneke Koeshrawati yang memantapkan niatnya setelah Ramadan tahun 2000, meskipun awalnya sempat mengalami kebimbangan dan menghadapi kontroversi terkait citra lamanya di dunia hiburan.⁵ Keberanian para perintis inilah yang akhirnya memaksa industri media untuk mulai beradaptasi dengan kehadiran identitas Muslimah di ruang publik. Penelitian yang mengkaji hal ini menyebutkan bahwa adanya momen kebebasan berbicara pasca otoritarian di Indonesia menjadi langkah strategis wanita muslim di Indonesia termasuk *public figure* secara signifikan mulai menggunakan jilbab sebagai sebuah identitas.⁶

¹ S Rohmawati, 2020, *Busana Muslimah Dan Dinamikanya Di Indonesia*, Aqlam 5 (1), hlm.96.

² P Indrianti, 2013, *Gaya Busana Kerja Muslimah Indonesia Dalam Perspektif Fungsi Dan Syariah Islam*, 15 (2), hlm. 155.

³ F Salwa dkk., 2025, *Analisis Data Tren Hijab Di Indonesia*, 6 (2), hlm. 360.

⁴ D Dam, 2001, *Tolak Tawaran Sinetron*, Bandung: Pikiran Rakyat, 9 Desember, hlm. 1.

⁵ I Koeshrawati, 2012, *Proses Inneke Koeshrawati Kenakan Jilbab*, KapanLagi.com via YouTube, 19 Juni, menit 2.

⁶ E F Nisa, 2013, *The Internet Subculture of Indonesian Face Veiled Women*, International Journal of Cultural Studies 16 (3), hlm. 242.

Memasuki dekade 2010, transformasi jilbab di kalangan figur publik mencapai titik akselerasi di mana jilbab tidak lagi dipandang sebagai risiko profesional, melainkan identitas yang memiliki nilai estetika dan komersial tinggi. Kehadiran Zaskia Adya Mecca yang mencatatkan lonjakan popularitas pasca-berjilbab menjadi bukti nyata bahwa industri hiburan mulai menyesuaikan diri dengan arus religiusitas massa.⁷ Puncak dari transformasi ini terjadi pada tahun 2017 melalui pencapaian desainer Dian Pelangi yang berhasil membawa *modest fashion* Indonesia ke panggung *New York Fashion Week*.⁸ Peristiwa ini menjadi momentum sejarah yang krusial karena berhasil mendekonstruksi citra jilbab dari busana yang dianggap konservatif dan eksklusif menjadi tren universal yang diakui secara global. Dengan demikian, tahun 2017 menandai akhir dari masa negosiasi identitas yang penuh penderitaan bagi para perintis di awal 2001, menuju era baru di mana jilbab telah mapan sebagai simbol kemajuan, profesionalisme, dan kebanggaan identitas muslimah modern di Indonesia.

Urgensi penelitian ini terletak pada upaya peninjauan transisi yang jelas dalam penggunaan jilbab di kalangan figur publik, dari sebuah identitas yang dianggap menghambat karier profesional pada tahun 2001 menjadi simbol prestasi internasional pada tahun 2017. Perubahan ini menunjukkan bahwa jilbab tidak lagi dipandang sebagai atribut keagamaan yang kaku, melainkan telah diterima sebagai bagian dari industri kreatif dan gaya hidup modern. Berbagai penelitian sudah dikakukan oleh peneliti di antaranya adalah oleh Bas Hulshof yang menyebutkan secara umum bahwa jilbab menjadi cara wanita muslim mengekspresikan dalam menjalankan syariat agama mereka di ruang publik di berbagai kalangan termasuk pada publik figur sekalipun.⁹ Penelitian tersebut hanya menjelaskan mengenai ekspresi muslim berjilbab sebagai identitas secara umum, tetapi tidak membahas secara umum pada sebuah profesi yaitu publik figur. Begitupun dengan penelitian Annisa R Beta yang menyebutkan bahwa proses istilah "hijaber" di berbagai platform sosial media merupakan sebuah identitas gender dan agama yang bekerja di ekonomi kreatif dan berpengaruh signifikan sebagai tren di kaum muda perkotaan di Indonesia.¹⁰ Penelitian tersebut hanya meninjau tentang tren secara umum di sosial media yang menasar kaum muda di Indonesia, namun masih secara general belum secara eksplisit membahas ke arah publik figur.

Berdasarkan rangkaian peristiwa tersebut, terlihat adanya transisi yang jelas dalam penggunaan jilbab di kalangan figur publik, dari sebuah identitas yang dianggap menghambat karier profesional pada tahun 2001 menjadi simbol prestasi

⁷ Z A Mecca, 2023, *Perjalanan Spiritual & Self Love Zaskia Adya Mecca*, She Talks About via YouTube, 2 April, menit 5.

⁸ F Olyvia, 2017, *Hijab Dian Pelangi Jadi Sorotan di New York Fashion Week*, CNN Indonesia, 8 September.

⁹ B Hulshof, 2019, *Religious Expression in Modern Society*, Utrecht: Utrecht University, hlm. 4.

¹⁰ A R Beta, 2014, *Hijabers: How Young Urban Muslim Women Redefine Themselves in Indonesia*, The International Communication Gazette 76 (4-5), hlm. 380.

internasional pada tahun 2017. Perubahan ini menunjukkan bahwa jilbab tidak lagi dipandang sebagai atribut keagamaan yang kaku, melainkan telah diterima sebagai bagian dari industri kreatif dan gaya hidup modern. Oleh karena itu, penelitian ini membatasi ruang lingkup pada rentang tahun 2001 hingga 2017 untuk memetakan bagaimana proses transformasi tersebut berlangsung dan bagaimana para artis menavigasi identitas mereka di tengah perubahan persepsi masyarakat. Dengan batasan tahun 2017, penelitian ini akan menutup analisis pada momentum pengakuan global terhadap busana Muslimah Indonesia, yang ditandai dengan partisipasi Dian Pelangi di ajang *New York Fashion Week (NYFW) First Stage 2017*. Peristiwa sejarah ini menjadi titik balik penting yang mengukuhkan posisi Indonesia di panggung mode dunia sekaligus menandai fase kemapanan jilbab sebagai identitas populer yang diakui secara internasional.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian sejarah yang menggunakan pendekatan kualitatif. Metodologi yang diterapkan dalam penelitian ini mengikuti empat tahapan sistematis penelitian sejarah, yaitu heuristik, kritik, interpretasi, dan historiografi.¹¹ Pada tahap heuristik, penulis mengumpulkan sumber primer dan sekunder yang relevan dengan fenomena artis dan kerudung di Indonesia. Sumber primer tertulis diperoleh melalui teknik dokumentasi kliping media massa sezaman di Dispusipda, seperti koran Pikiran Rakyat (2001, 2005), Galamedia (2001, 2002), serta majalah bertema wanita dan gaya hidup seperti Lisa (2001), Paras (2009), Femina (2012), dan Ummi (2013). Selain sumber tertulis, penulis juga melakukan pengumpulan sumber lisan melalui teknik observasi dan analisis terhadap rekaman wawancara serta podcast para pelaku sejarah utama, di antaranya Inneke Koesharawaty, Zaskia Adya Mecca, Shireen Sungkar, dan Dian Pelangi.

Tahap selanjutnya adalah kritik sumber, di mana penulis melakukan uji keabsahan terhadap data yang telah dikumpulkan. Kritik eksternal dilakukan untuk menguji otentisitas fisik sumber, sedangkan kritik internal dilakukan untuk menguji kredibilitas isi atau informasi yang disampaikan oleh para narasumber dan penulis berita. Setelah data dinyatakan valid, dilakukan tahap interpretasi menggunakan kerangka analisis Teori Hibriditas Budaya (*Cultural Hybridity*) dari Homi K. Bhabha. Melalui teori ini, penulis menganalisis bagaimana interaksi antara identitas religius (kerudung) dan budaya kontemporer (artis) menciptakan identitas baru di "Ruang Ketiga" (*Third Space*).¹² Terakhir, penulis melakukan historiografi, yaitu proses menyusun dan

¹¹ S Sulasman, 2014, *Metodologi Penelitian Sejarah*, Bandung: Pustaka Setia, hlm. 12.

¹² H K Bhabha, 1994, *The Location of Culture*, New York: Routledge, hlm. 12.

melaporkan hasil penafsiran fakta sejarah menjadi narasi ilmiah yang sistematis dalam bentuk artikel jurnal ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Fase Perintisan dan Dekonstruksi Stigma Jilbab (2001-2005)

Identitas jilbab di Indonesia sempat mengalami masa-masa sulit selama era Orde Baru, di mana penggunaannya dipandang dengan penuh kecurigaan dan sempat dilarang di sekolah-sekolah negeri melalui kebijakan seragam nasional.¹³ Namun, situasi ini berbalik drastis pasca-Reformasi.¹⁴ Titik balik transformasi ini muncul secara nyata pada tahun 2001 melalui keputusan beberapa artis papan atas untuk mengenakan jilbab justru di saat mereka berada di puncak karier. Nama-nama besar seperti Inneke Koeshrawati, Nella Regar, hingga penyanyi rock Inka Christie menjadi pionir yang mendobrak stigma lama. Keputusan berani para figur publik ini memicu lonjakan penggunaan jilbab yang sangat signifikan di masyarakat. Jilbab yang tadinya dianggap sebagai simbol yang membatasi ruang gerak profesional, kini mulai diterima sebagai bagian dari gaya hidup modern dan pilihan spiritual yang tetap bisa bersanding dengan karier di dunia hiburan¹⁵.

Inneke Koeshrawati menjadi tokoh sentral yang memulai gelombang transformasi ini dengan menavigasi identitas religiusnya di tengah risiko karier yang besar. Sebelum memutuskan berhijab pada tahun 2001, Inneke dikenal sebagai artis dengan citra yang sangat kuat sebagai model di berbagai majalah dewasa. Berdasarkan dokumentasi wawancara, Inneke mengakui bahwa proses perubahannya dipicu oleh kesadaran spiritual yang mendalam setelah ia mulai tertarik mendengarkan ceramah keagamaan mengenai pengampunan dosa. Keyakinannya diperkuat oleh pemahaman bahwa menutup aurat merupakan sebuah harga mati atau kewajiban mutlak yang diperintahkan Tuhan bagi setiap Muslimah. Meskipun keputusannya sempat diwarnai kebimbangan karena masih terikat banyak kontrak kerja di industri hiburan, Inneke akhirnya memilih untuk memantapkan niatnya setelah momentum Ramadan tahun 2000.¹⁶ Berdasarkan laporan media Galamedia (2001), transformasi Inneke justru dicatat memberikan dampak positif terhadap citranya, di mana media menonjolkan bahwa aura kecantikannya justru semakin tampak setelah mengenakan jilbab.

¹³ S Rohmawati, 2020, *Busana Muslimah Dan Dinamikanya Di Indonesia*, Aqlam: Journal of Islam and Plurality 5 (1), hlm. 100.

¹⁴ Y W Munawar, 2020, *Sejarah Jilbab di Indonesia Tahun 1970-2015*, Bandung: Jambantan, hlm. 71.

¹⁵ I L Syaepu dan M Sauki, 2021, *Komodifikasi Agama: Islam Fashion Sebagai Gaya Hidup di Era Modern dalam Pandangan Mahasiswa dan Santri*, Communicative: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Dakwah 2 (2), hlm. 12.

¹⁶ I Koeshrawati, 2012, *Proses Inneke Koeshrawati Kenakan Jilbab*, KapanLagi.com via YouTube, 19 Juni, menit 11.

Keberanian Inneke untuk tetap eksis di dunia seni peran dengan identitas barunya berhasil membuktikan bahwa jilbab tidak lagi menjadi penghalang bagi profesionalitas seorang artis, sekaligus meruntuhkan stigma negatif yang selama ini melekat pada busana Muslimah di ruang publik.¹⁷

Gambar 1: Foto Inneke Koeshrawati saat menggunakan hijab di acara wardah Tahun 2018



(Sumber : <https://asset.kompas.com/crop/53x29:960x633/750x500/data/photo/2018/05/30/352177766.jpg>)

Tokoh pionir lainnya yang memperkuat fase perintisan ini adalah Nella Regar, seorang penyanyi dan pesohor yang keputusannya berhijab pada tahun 2001 menjadi perbincangan hangat karena alasan prinsip religiusnya yang sangat teguh. Nella menunjukkan sikap berani dengan menolak berbagai kontrak sinetron senilai puluhan juta rupiah demi menjaga konsistensi identitas barunya sebagai Muslimah. Penolakan ini didasari oleh keyakinan teologis yang kuat, di mana ia merujuk pada pesan dalam Al-Qur'an Surat *Al-Baqarah* ayat 40-41 sebagai pedoman untuk tidak menukar perintah Tuhan dengan keuntungan duniawi yang bersifat sementara. Tindakan Nella Regar ini memberikan kontribusi besar dalam mendestabilisasi narasi bahwa jilbab adalah penghalang karier, sekaligus membuktikan bahwa integritas spiritual dapat ditempatkan di atas kepentingan komersial dalam industri hiburan.¹⁸

Selain Inneke dan Nella Regar, penyanyi rock Inka Christie turut memperkuat barisan pionir ini melalui transformasinya pada tahun 2001. Keputusan Inka untuk mengenakan jilbab membawa pengaruh signifikan bagi subkultur musik yang selama ini identik dengan kebebasan berekspresi tanpa batas. Perubahan Inka dinilai memberikan citra yang lebih teduh dan adem tanpa mengurangi karakter vokalnya yang kuat di panggung hiburan. Kehadiran Inka membuktikan bahwa identitas jilbab mampu melintasi berbagai genre

¹⁷ G Galamedia, 2002, *Bulan Berkah Sebagian Artis Berjilbab*, 3 November, hlm. 5.

¹⁸ P Rakyat, 2001, *Tolak Tawaran Sinetron*, 9 Desember, hlm. 5.

profesi, termasuk musik keras, yang sekaligus mempertegas bahwa ruang profesionalitas Muslimah di Indonesia mulai terbuka lebar bagi berbagai latar belakang artis.¹⁹

Meskipun kehadiran para pionir seperti Inneke, Nella, dan Inka telah memulai proses dekonstruksi stigma, realitas industri hiburan pada dekade awal 2000-an menunjukkan bahwa dunia keartisan belum sepenuhnya siap menerima artis berjilbab. Hal ini terlihat dari masih kuatnya persepsi produser dan agensi yang menganggap jilbab sebagai atribut yang membatasi fleksibilitas peran dan daya jual komersial seorang artis. Para artis yang memutuskan berhijab pada masa ini sering kali harus menghadapi konsekuensi profesional yang berat, mulai dari pemutusan kontrak sepihak hingga kesulitan mendapatkan peran utama yang dianggap tidak cocok dengan penampilan religius. Situasi ini menunjukkan bahwa pada fase perintisan, penggunaan jilbab bagi artis masih dianggap sebagai tindakan yang melawan arus industri hiburan nasional yang masih sangat berkiblat pada standar kecantikan konvensional²⁰.

FASE AKSELERASI DAN GAYA HIDUP (2006-2010)

Memasuki fase akselerasi dan gaya hidup, fenomena penggunaan jilbab di kalangan artis Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat dan dapat dikategorikan sebagai fase akselerasi. Pada fase ini, jilbab tidak lagi sekadar dipahami sebagai simbol religius yang bersifat personal dan privat, melainkan telah berkembang menjadi bagian dari identitas publik yang melekat pada figur artis sebagai Muslimah modern. Transformasi ini tidak dapat dilepaskan dari perubahan sosial yang lebih luas, termasuk meningkatnya kesadaran religius di kalangan masyarakat urban, perkembangan media massa dan media sosial, serta tumbuhnya industri *modest fashion* di Indonesia.²¹

Dalam perspektif kajian budaya, fenomena ini menunjukkan terjadinya proses hibridisasi antara nilai religius dan budaya populer²². Artis sebagai figur publik memainkan peran penting dalam membentuk “ruang ketiga” (*third space*), yaitu ruang di mana identitas keislaman dan modernitas tidak lagi dipertentangkan, melainkan dinegosiasikan menjadi satu kesatuan yang harmonis.²³

¹⁹ H Hiburan, 2001, *Inka Christie: Lebih Teduh dan Adem*, hlm. 7.

²⁰ Y Nurdianik, dkk, 2022, *Hijab: Antara Tren Dan Syariat Di Era Kontemporer*, Indonesian Journal of Social Science Review 1 (1), hlm. 42

²¹ R Lewis, 2015, *Modest Fashion: Styling Bodies, Mediating Faith*, Fashion Theory Journal 19 (2), hlm. 251.

²² A Rahmanidinie dan A I Faujiah, 2022, *Adaptasi Busana Muslimah Era Millenial: Antara Trend dan Syariat*, Islamika: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman 22 (1), hlm. 88.

²³ A R Beta, 2014, *Hijabers: How Young Urban Muslim Women Redefine Themselves in Indonesia*, International Communication Gazette 76 (4-5), hlm. 388.

Perkembangan signifikan dalam fase ini ditunjukkan oleh beberapa artis seperti Shireen Sungkar, yang memilih momentum Ramadan sebagai titik awal transformasinya. Shireen merepresentasikan bagaimana jilbab menjadi jawaban atas pencarian ketenangan batin tanpa harus meninggalkan produktivitas di dunia hiburan. Ia membuktikan bahwa jilbab adalah kewajiban yang memberikan rasa aman dan integritas diri, sekaligus menjadi media dakwah halus bagi rekan sejawat dan penggemarnya.²⁴ Menariknya, pilihan tersebut tidak berdampak negatif terhadap kariernya. Justru, Shireen mampu mempertahankan eksistensinya di dunia hiburan. Hal ini menandakan adanya perubahan paradigma industri media yang mulai menerima bahkan mendukung identitas Muslimah berhijab²⁵. Dengan demikian, Shireen merepresentasikan model baru artis Muslimah yang tidak hanya religius, tetapi juga tetap aktif, produktif, dan relevan di ruang publik.²⁶

Tokoh kunci lainnya dalam fase akselerasi ini adalah Zaskia Adya Mecca, yang membawa revolusi besar terhadap estetika jilbab di mata generasi muda urban. Berdasarkan dokumentasi wawancara, keputusan Zaskia untuk mulai mengenakan jilbab pada tahun 2005 merupakan sebuah proses negosiasi identitas yang sangat jujur ia sempat merasa gamang karena tuntutan profesional dan kekhawatiran akan keterbatasan peran di dunia akting. Namun, melalui perannya dalam sinetron Kiamat Sudah Dekat, Zaskia justru berhasil mendobrak kekakuan citra jilbab yang selama ini dianggap formal dan kuno dengan memperkenalkan gaya hijab yang kasual, santai, dan modis. Ia menjadi representasi nyata dari "ruang ketiga" (*third space*), di mana identitas sebagai Muslimah yang taat tidak lagi dipertentangkan dengan gaya hidup modern yang dinamis. Keberhasilan Zaskia dalam mempertahankan kariernya bahkan menjadikannya sebagai ikon fashion Muslimah menegaskan bahwa jilbab telah bertransformasi menjadi simbol profesionalisme yang kompetitif di ruang publik Indonesia.²⁷ Fenomena ini menunjukkan bahwa hijab tidak lagi berada dalam ranah simbol religius semata, tetapi telah masuk ke dalam industri gaya hidup (*lifestyle industry*). Dalam konteks ini, artis berperan sebagai trendsetter yang menghubungkan nilai religius dengan estetika modern.²⁸

²⁴ S Sungkar, 2014, *Shireen Sungkar Bicara Tentang Dakwah dan Hijab*, Entertainment News via YouTube, 10 Juli, menit 5.

²⁵ A Rahmanidine dan Astri Irtiani Faujiah, 2022, *Adaptasi Busana Muslimah Era Millenial: Antara Trend dan Syariat*, Islamika: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman 22 (1), hlm. 85.

²⁶ Eva F. Nisa, 2013, *The Internet Subculture of Indonesian Face-Veiled Women*, International Journal of Cultural Studies 16 (3), hlm. 243.

²⁷ Z A Mecca, 2023, *Zaskia Adya Mecca Dalam Podcast She Talks About Perjalanan Spiritual dan Self Love*, She Talks About via YouTube, 2 April, menit 11.

²⁸ N Hasan, n.d., *Islam in Provincial Indonesia: Middle Class, Lifestyle, and Democracy*, hlm. 13.

Gambar 1: Foto Zaskia Adya Mecca Menggunakan Hijab di Indonesia
Moslem Fashion Week 2014



(Sumber : <https://www.beritasatu.com/news/195978/zaskia-adya-mecca-bahagia-wanita-indonesia-kini-bangga-pakai-hijab>)

Selain Zaskia, sosok Astrid Khairunisha juga memperkuat narasi fase ini dengan menunjukkan bahwa mengenakan jilbab adalah bentuk komitmen untuk memperbaiki diri dan hubungan dengan Tuhan. Berdasarkan kliping majalah perempuan yang dianalisis, terdapat pemaknaan penting bahwa jilbab bagi Astrid bukan merupakan alat untuk mengubah kepribadian secara drastis, melainkan sebuah upaya reflektif untuk meningkatkan kualitas spiritualitas personal. Pandangan ini memperkuat argumen bahwa pada fase akselerasi, hijab telah menjadi bagian dari proses internalisasi nilai religius yang lebih personal²⁹. Artis tidak lagi merasa dipaksa untuk menyesuaikan diri dengan standar moral yang kaku, melainkan diberikan ruang untuk tetap menjadi diri sendiri dalam koridor religiusitas. Dengan demikian, jilbab pada fase ini berfungsi sebagai simbol autentisitas di mana identitas religius dan identitas profesional dapat berjalan secara simultan tanpa harus saling meniadakan.³⁰

Dengan demikian, jilbab pada fase ini ditunjukkan oleh beberapa artis yaitu Shireen Sungkar, Zaskia Adya Mecca, dan Astrid Khairunisha sebagai sebuah titik balik di mana jilbab tidak lagi dipandang sebagai atribut yang membatasi ruang gerak, melainkan telah menjadi simbol gaya hidup yang modern dan profesional³¹. Kehadiran para figur publik ini di ruang publik berhasil menavigasi identitas religius mereka di tengah gemerlap industri hiburan, sekaligus mengukuhkan posisi jilbab sebagai kapital sosial yang

²⁹ R K Syadiyah, dkk, 2024, *Akulturası Islam dan Budaya Lokal dalam Fesyen Hijab di Indonesia*, POMEURAH: Indonesian Journal of Humanities 1 (2), hlm. 128.

³⁰ W Windy, 2009, *Menjadi Diri Sendiri Meski Telah Berjilbab*, Majalah Paras, April, hlm. 95.

³¹ L D Indriani, 2023, *The Trajectory of Hijab Construction in Indonesia: A Battle of Diverse Interests*, 3 (1), hlm, 17.

memiliki daya tawar tinggi³². Transformasi ini membuktikan bahwa hibridisasi antara nilai spiritual dan budaya populer telah melahirkan sebuah identitas Muslimah baru yang autentik, emansipatif, dan diakui secara luas oleh masyarakat urban Indonesia³³.

PUNCAK TRANSFORMASI DAN PENGAKUAN GLOBAL(2010-2017)

Memasuki tahun 2010 hingga 2017, penggunaan jilbab di Indonesia mencapai masa puncaknya. Pada tahun-tahun ini, jilbab tidak lagi dianggap sebagai sekadar pakaian untuk ibadah atau tren gaya-gayaan saja, tetapi sudah menjadi identitas perempuan modern yang diakui oleh dunia. Indonesia berhasil menunjukkan bahwa perempuan tetap bisa tampil cantik, modis, dan profesional tanpa harus meninggalkan kewajiban agamanya. Keberhasilan ini membuat mata dunia mulai melirik Indonesia sebagai pusat busana Muslim, di mana gaya hidup beragama dan kreativitas dalam berpakaian bisa berjalan beriringan dan diterima secara internasional.³⁴

Pada periode ini, media massa memiliki peran yang sangat besar dalam menyebarkan tren jilbab ke seluruh lapisan masyarakat. Majalah-majalah perempuan ternama dan situs berita mulai memberikan ruang khusus untuk membahas gaya hidup Muslimah, mulai dari tips padu padan busana hingga profil artis yang sukses berhijab. Hal ini membuat jilbab tidak lagi dipandang sebagai pakaian yang tertutup dan membosankan, melainkan sebagai sesuatu yang keren dan modern. Media tidak hanya melaporkan perkembangan mode, tetapi juga membantu membangun kepercayaan diri perempuan Indonesia bahwa identitas agama bisa tampil beriringan dengan standar kecantikan masa kini.³⁵

Munculnya berbagai komunitas jilbab di ruang publik urban menjadi bukti kuat bahwa penggunaan hijab telah berkembang menjadi sebuah gerakan identitas kolektif yang dinamis. Komunitas seperti Hijabers Community (HC), yang dipelopori oleh desainer dan figur publik seperti Dian Pelangi, Ria Miranda, dan Jenahara, berperan penting dalam memberikan citra baru bahwa perempuan berhijab bisa tetap tampil modis, menyenangkan, dan penuh warna. Komunitas ini tidak hanya sekadar berbagi tips kecantikan, tetapi juga menjadi wadah di mana nilai-nilai agama dinegosiasikan dengan tren mode global serta gaya hidup urban yang aktif. Melalui aktivitas di media sosial seperti Instagram

³² B F Alamsyah dan M Mundhir, 2026, *Between Dogma and Lifestyle: Reinterpreting the Hijab in the Era of Commodification through the Perspectives of Mernissi and Wadud*, Al-Fahmu: Jurnal Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir 5 (1), hlm. 311.

³³ T T Nugrahenny, 2016, *Menyingkap Mekanisme Tanda di Balik Hiperrealitas Tren Hijab (Analisis Semiotika pada Fenomena Tren Hijab)*, Jurnal Komunikasi Indonesia 5 (1), hlm. 9

³⁴ F Femina, 2012, *Estetika Busana Muslim Indonesia dan Ambisi Kiblat Fashion Dunia*, hlm. 14.

³⁵ Hijab.id, 2015, *Mengenal Perkembangan Gaya Hijab Indonesia Dari Dulu Hingga Sekarang*, hlm. 3.

dan blog, mereka berhasil meyakinkan publik bahwa jilbab adalah bagian dari identitas modern yang mendukung kreativitas serta partisipasi perempuan di berbagai sektor profesional tanpa menghilangkan sisi religiusnya.³⁶

Keterlibatan aktif figur publik dalam komunitas tersebut kemudian mendorong lahirnya industri *modest fashion* yang tumbuh sangat pesat di Indonesia³⁷. Jilbab tidak lagi diproduksi secara massal dengan model yang seragam, melainkan mulai sentuhan kreativitas desainer yang memperhatikan detail, bahan, dan estetika. Nama-nama seperti Dian Pelangi menjadi pelopor yang membuktikan bahwa bisnis busana Muslim memiliki nilai ekonomi yang sangat besar dan mampu menggerakkan roda industri kreatif nasional³⁸. Hal ini menandai pergeseran penting di mana jilbab tidak hanya menjadi simbol ketaatan agama, tetapi juga produk budaya yang memiliki daya saing tinggi di pasar ekonomi, baik di dalam negeri maupun di kancah internasional.³⁹

Puncak dari fase ini ditandai dengan keberhasilan para tokoh hijabers Indonesia menembus pusat mode dunia. Dian Pelangi, sebagai salah satu pelopor, berhasil memamerkan karyanya di ajang bergengsi seperti *London Fashion Week* dan *New York Fashion Week* pada tahun 2017. Pencapaian ini membuktikan bahwa identitas jilbab Indonesia tidak hanya diterima sebagai simbol keagamaan, tetapi juga diakui sebagai karya seni yang inovatif dan berkelas. Media internasional pun mulai menaruh perhatian besar pada fenomena ini, yang secara tidak langsung mengubah citra Muslimah di mata dunia; dari yang awalnya sering dianggap tertutup atau konservatif, menjadi sosok yang kreatif, berprestasi, dan mampu bersaing di panggung global.⁴⁰

³⁶ A Beta, 2014, *Hijabers: How Young Urban Muslim Women Redefine Themselves in Indonesia*, hlm 12.

³⁷ A N Shadrina, dkk, 2021, *Pengaruh Trendfashion, Gaya Hidup, Dan Brand Image Terhadap Preferensi Fashion Hijab*, JolE: Journal of Islamic Economics 1 (2), hlm. 49.

³⁸ V D A Fauziah, 2021, *Peranan Dian Pelangi Dalam Melakukan Multi Track Diplomasi Dan Nation Branding Fashion Muslimah Indonesia Di Amerika Serikat*, Bandar Lampung: Universitas Lampung, hlm. 19.

³⁹ D Pelangi, 2013, *Dian Pelangi: Menginspirasi dan Berbagi Kebaikan*, Denz Moyz via YouTube, 20 Mei, menit 7.

⁴⁰ F Olyvia, 2017, *Hijab Dian Pelangi Jadi Sorotan di New York Fashion Week*, CNN Indonesia, 12 September, daring.

Gambar 1: Foto Dian Pelangi di Acara New York Fashion Week tahun 2017



(Sumber : https://akcdn.detik.net.id/visual/2017/08/22/07c6ee91-1b6b-4ebf-87bf-ecdf230a3204_169.jpg?w=650&q=80)

Lebih jauh, partisipasi Dian Pelangi dalam berbagai ajang fashion internasional menunjukkan bahwa Muslimah Indonesia telah memasuki arena global sebagai produsen budaya, bukan sekadar konsumen. Kehadirannya di panggung bergengsi seperti *London Fashion Week* dan *New York Fashion Week* memperlihatkan bahwa nilai-nilai Islam dapat berjalan seiring dengan tren global tanpa kehilangan autentisitasnya. Fenomena ini menandai pergeseran posisi Indonesia di mata dunia, di mana kreativitas desainer lokal tidak lagi hanya mengekor pada tren Barat, tetapi justru menjadi rujukan utama bagi perkembangan *modest fashion* di tingkat internasional. Hal ini mempertegas bahwa identitas religius yang dibawa oleh para figur publik Indonesia telah menjadi kekuatan diplomasi budaya yang modern dan kompetitif di kancah global.⁴¹

Kondisi ini pada akhirnya mengukuhkan posisi jilbab sebagai kekuatan budaya dan ekonomi yang stabil di Indonesia⁴². Keberhasilan para desainer dan figur publik dalam membawa identitas ini ke panggung dunia telah menciptakan ekosistem industri yang mandiri, di mana jilbab tidak lagi bergantung pada validasi tren Barat untuk tetap eksis. Dengan berakhirnya fase ini pada tahun 2017, terlihat jelas bahwa proses transformasi yang panjang sejak era 2000-an telah berhasil menempatkan Indonesia sebagai kiblat baru bagi perkembangan busana Muslim dunia. Identitas jilbab yang dibawa oleh para artis kini telah mencapai titik kemapanannya, menjadi bagian tak terpisahkan dari wajah modernitas Indonesia yang religius namun tetap progresif dan terbuka terhadap perkembangan zaman.⁴³

⁴¹ R Lewis, 2015, *Modest Fashion: Styling Bodies, Mediating Faith*, Fashion Theory 19 (2), hlm. 250.

⁴² S R Cahyani, 2019, *Konstruksi Kecantikan Pada Iklan Wardah Versi "Halal Dari Awal"*, Riau: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, hlm. 25.

⁴³ Emma Tarlo, 2013, *Islamic Fashion and Anti-Fashion*, Fashion Theory 17 (3), hlm.270.

Kondisi tersebut pada akhirnya mempertegas posisi jilbab sebagai kekuatan budaya dan ekonomi yang stabil di Indonesia. Keberhasilan para desainer serta figur publik dalam membawa identitas ini ke panggung dunia telah menciptakan sebuah ekosistem industri yang mandiri, di mana jilbab tidak lagi bergantung pada validasi tren Barat untuk tetap eksis. Dengan berakhirnya fase puncak ini pada tahun 2017, terlihat jelas bahwa proses transformasi panjang yang dimulai sejak era 2000-an telah berhasil menempatkan Indonesia sebagai kiblat baru bagi perkembangan busana Muslim dunia. Identitas jilbab yang dibawa oleh para artis kini telah mencapai titik kemapanannya, menjadi bagian tak terpisahkan dari wajah modernitas Indonesia yang religius, namun tetap progresif dan terbuka terhadap perkembangan zaman.⁴⁴

Seluruh rangkaian peristiwa ini membuktikan bahwa transformasi jilbab di kalangan figur publik bukan sekadar perubahan gaya berpakaian, melainkan sebuah pencapaian intelektual dan kultural yang luar biasa. Melalui proses yang panjang, Muslimah Indonesia telah berhasil membuktikan bahwa identitas religius bisa tampil sangat kompetitif di panggung dunia tanpa harus mengorbankan nilai-nilai dasarnya. Keberhasilan ini menciptakan sebuah standar baru bagi perempuan Muslim di berbagai belahan dunia lainnya, di mana Indonesia kini berdiri tegak sebagai contoh nyata dari moderasi Islam yang kreatif, modern, dan berdaya. Dengan demikian, jilbab kini telah mapan sebagai simbol kekuatan perempuan yang mampu menyatukan pesan Tuhan dengan dinamika zaman dalam satu harmoni yang indah.⁴⁵

Dengan demikian, terlihat bahwa transformasi jilbab di kalangan artis adalah hasil dari proses tarik-ulur yang rumit. Di satu sisi, ada aturan agama (syariat) yang ingin dijalankan, tapi di sisi lain ada tekanan dari dunia hiburan (kapitalisme industri) yang menuntut mereka untuk tetap tampil modis agar laku di pasar. Melalui perjalanan sejarah dari tahun 2001 hingga 2017, para artis ini berhasil menemukan jalan tengah. Mereka tidak lagi melihat jilbab sebagai penghalang karier, melainkan mengubahnya menjadi sebuah gaya hidup modern yang punya nilai ekonomi tinggi. Akhirnya, jilbab bukan cuma jadi lambang ketaatan kepada Tuhan, tapi juga menjadi tren populer yang diakui sampai ke tingkat internasional.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai transformasi penggunaan jilbab oleh artis Indonesia dalam kurun waktu 2001 hingga 2017, dapat disimpulkan bahwa fenomena ini bukan sekadar perubahan tren mode, melainkan sebuah proses negosiasi identitas yang sangat dinamis. Transformasi ini melewati tiga

⁴⁴ N Göle, 2012, *The Visibility of Islam in Public Space*, *Public Culture* 14 (1), hlm. 80.

⁴⁵ C Jones, 2010, *Materializing Piety: Gendered Anxieties about Faithful Consumption in Contemporary Urban Indonesia*, *American Ethnologist* 37 (4), hlm. 630.

fase krusial: perintisan, akselerasi, dan puncak pengakuan global. Pada fase perintisan, para tokoh pionir berhasil mendobrak stigma Orde Baru yang memandang jilbab sebagai penghambat karier. Memasuki fase akselerasi, jilbab mulai diterima sebagai identitas populer yang modis melalui peran media dan komunitas, hingga akhirnya mencapai puncak kemapanan di panggung internasional sebagai simbol profesionalisme dan kreativitas.

Analisis menggunakan teori hibriditas budaya Homi K. Bhabha menunjukkan bahwa para artis dan desainer Indonesia telah berhasil menciptakan "Ruang Ketiga" (*Third Space*). Di ruang inilah, nilai-nilai spiritual Islam dan tuntutan modernitas industri hiburan tidak lagi saling bertentangan, melainkan menyatu membentuk identitas Muslimah baru yang autentik dan emansipatif. Jilbab telah bertransformasi dari sekadar simbol ketaatan agama menjadi kekuatan diplomasi budaya yang menempatkan Indonesia sebagai produsen budaya di tingkat global. Penelitian ini membuktikan bahwa keberhasilan Muslimah Indonesia dalam mempertahankan akar tradisinya di tengah arus globalisasi merupakan bentuk agensi yang kuat, yang sekaligus mengukuhkan posisi Indonesia sebagai kiblat baru bagi industri modest fashion dunia. Namun, transformasi ini tidak dapat dilihat secara tunggal sebagai keberhasilan emansipasi artis semata. Secara sosiologis, fenomena ini menunjukkan adanya titik temu yang kompleks antara agensi perempuan dan logika kapitalisme. Di satu sisi, jilbab menjadi alat emansipasi bagi artis untuk mengklaim ruang profesional tanpa harus menanggalkan identitas religiusnya. Namun di sisi lain, fenomena ini juga menandai kemenangan komodifikasi agama, di mana nilai-nilai spiritual (syariat) diintegrasikan ke dalam sistem industri fashion untuk menciptakan ceruk pasar yang menguntungkan. Transformasi dari tahun 2001 hingga 2017 ini mencerminkan bahwa jilbab telah menjadi identitas hibrida ia adalah simbol kesalehan sekaligus komoditas global yang berhasil menavigasi ketegangan antara tuntutan moral agama dan ambisi ekonomi industri kreatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Adya Mecca, Z. (2023, 2 April). *Zaskia Adya Mecca Dalam Podcast She Talks About Perjalanan Spiritual dan Self Love* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=yIVrlxM4js>
- Alamsyah, B. F., & Mundhir. (2026). Between dogma and lifestyle: Reinterpreting the hijab in the era of commodification through the perspectives of Mernissi and Wadud. *Al-Fahmu: Jurnal Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir*, 5(1), 308-320.
- Beta, A. R. (2014). Hijabers: How young urban Muslim women redefine themselves in Indonesia. *International Communication Gazette*, 76(4-5), 377-389.

- Cahyani, S. R. (2019). *Konstruksi kecantikan pada iklan Wardah versi “Halal dari Awal”* [Skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau]. Repositori Institusi.
- Estetika busana muslim Indonesia dan ambisi kiblat fashion dunia. (2012). *Femina*, 14.
- Fauziah, V. D. A. (2021). *Peranan Dian Pelangi dalam melakukan multi track diplomasi dan nation branding fashion muslimah Indonesia di Amerika Serikat* [Skripsi, Universitas Lampung]. Repositori Institusi.
- Gole, N. (2012). The visibility of Islam in public space. *Public Culture*, 14(1), 173-190.
- Hasan, N. (n.d.). *Islam in provincial Indonesia: Middle class, lifestyle, and democracy*.
- Hijab.id. (2015). *Mengenal perkembangan gaya hijab Indonesia dari dulu hingga sekarang*. <https://hijab.id/blog/mengenal-perkembangan-gaya-hijab-indonesia>
- Inka Christie: Lebih teduh dan adem. (2001). *Hiburan*, 7.
- Indriani, L. D. (2023). The trajectory of hijab construction in Indonesia: A battle of diverse interests. *[Nama Jurnal]*, 3(1), 1-18.
- Jones, C. (2010). Materializing piety: Gendered anxieties about faithful consumption in contemporary urban Indonesia. *American Ethnologist*, 37(4), 617-637.
- Lewis, R. (2015). Modest fashion: Styling bodies, mediating faith. *Fashion Theory*, 19(2), 243-270.
- Masruri, A. (2021). Pandangan ulama klasik dan kontemporer tentang jilbab. *Andragogi*, 3(3), 431-447.
- Nisa, E. F. (2013). The internet subculture of Indonesian face-veiled women. *International Journal of Cultural Studies*, 16(3), 241-255.
- Nugrahenny, T. T. (2016). Menyingkap mekanisme tanda di balik hiperrealitas tren hijab (Analisis semiotika pada fenomena tren hijab). *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 5(1). <https://doi.org/10.7454/jki.v5i1.8317>
- Nurdianik, Y., Attas, S. G., & Anwar, M. K. (2022). Hijab: Antara tren dan syariat di era kontemporer. *Indonesian Journal of Social Science Review*, 1(1).
- Olyvia, F. (2017, 12 September). Hijab Dian Pelangi jadi sorotan di New York Fashion Week. *CNN Indonesia*.
- Pelangi, D. (2013, 20 Mei). *Dian Pelangi: Menginspirasi dan berbagi kebaikan* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=G8E6xqoOoPk>
- Rahmanidinie, A., & Faujiah, A. I. (2022). Adaptasi busana muslimah era millennial: Antara trend dan syariat. *Islamika: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, 22(1), 81-90/82-96.

- Shadrina, A. N., Fathoni, M. A., & Handayani, T. (2021). Pengaruh trendfashion, gaya hidup, dan brand image terhadap preferensi fashion hijab. *JoIE: Journal of Islamic Economics*, 1(2), 48-62.
- Sungkar, S. (2014, 10 Juli). *Shireen Sungkar bicara tentang dakwah dan hijab* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=b6zgtu2kYgE>
- Syadiyah, R. K., Sholikhati, S., & Prihatiningtyas, S. (2024). Akulturasi Islam dan budaya lokal dalam fesyen hijab di Indonesia. *POMEURAH: Indonesian Journal of Humanities*, 1(2), 127-166.
- Tarlo, E. (2013). Islamic fashion and anti-fashion. *Fashion Theory*, 17(3), 265-286.
- Windy. (2009, April). Menjadi diri sendiri meski telah berjilbab. *Majalah Paras*, 95.