



ISSN 3063-7112

AEJ (Advances in Education Journal)



## **Etika Gaya Hidup Remaja SMA: Relevansi Fiqih Pakaian dan Aurat di Era Digital**

**Awaliyah Azzahrah Ridwan<sup>1\*</sup>**

Universitas Negeri Jakarta, Indonesia

email: [awaliyah.azzahrah.ridwan@mhs.unj.ac.id](mailto:awaliyah.azzahrah.ridwan@mhs.unj.ac.id)

**Nabila Ramadhani<sup>2</sup>**

Universitas Negeri Jakarta, Indonesia

email: [nabila.ramadhani@mhs.unj.ac.id](mailto:nabila.ramadhani@mhs.unj.ac.id)

**Sofia Zaeti Nur Siregar<sup>3</sup>**

Universitas Negeri Jakarta, Indonesia

email: [sofia.zaeti.nur@mhs.unj.ac.id](mailto:sofia.zaeti.nur@mhs.unj.ac.id)

**Abdul Fadhil<sup>4</sup>**

Universitas Negeri Jakarta, Indonesia

email: [abdul\\_fadhil@unj.ac.id](mailto:abdul_fadhil@unj.ac.id)

### **Abstrak**

#### **History Artikel:**

Diterima 1 Desember 2025

Direvisi 5 Desember 2025

Diterima 8 Desember 2025

Tersedia online 10

Desember 2025

Penelitian ini menganalisis bagaimana etika Fiqih pakaian perlu diinterpretasikan untuk menghadapi tantangan gaya hidup generasi muda khususnya anak SMA. Menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kepustakaan (library research) dan analisis kontekstual-kritis. Dalam konteks ini, konsep tradisional Libas Syuhrah yang mengacu pada pakaian mencolok yang telah mengalami perubahan menjadi narsisme digital. Fiqih klasik melarang Syuhrah karena dianggap memiliki Ghuluw dan Isrāf, dengan tujuan untuk menjaga Maqāṣid Al-Syari‘ah. Tetapi, di era digital, Syuhrah sudah berubah menjadi sarana flexing untuk mendapatkan pengakuan di media sosial. Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa fungsi pakaian telah berubah dari alat ketataan menjadi alat performatif yang terdapat Tabarruj secara digital, menyebabkan ketidakselarasan dalam praktik busana muslimah. Penelitian ini menyimpulkan bahwa relevansi Fiqih pakaian terletak pada kemampuannya menjadi kompas etika yang berfokus pada pengendalian niat narsistik. Implikasi utama dari penelitian ini adalah kebutuhan untuk memperkuat dua pilar akhlak, yaitu Iffah (menjaga diri) dan Haya (malu), sebagai pertahanan internal bagi remaja.

#### **Kata kunci:**

Fiqih, Libas Syuhrah, Narsisme Digital

### **Pendahuluan**

Perubahan yang paling mencolok dalam beberapa tahun terakhir adalah hadirnya teknologi digital yang sangat besar, terutama melalui social media. Untuk generasi muda khususnya anak SMA saat ini, *platform* digital telah menjadi suatu kebutuhan bukan hanya sekedar pelengkap, itu adalah lingkungan utama mereka dalam membangun dan menunjukkan identitas diri mereka. Di tengah suasana virtual yang ramai ini, gaya berpakaian dan penampilan juga ikut berubah menjadi sebuah bahasa global yang sangat efektif, ini menjadi sebuah alat untuk mengekspresikan diri, menunjukkan status sosial, dan yang paling penting, mencari pengakuan dari orang lain. Keinginan untuk menonjol, viral, atau hanya sekedar

mendapatkan *likes* telah merubah cara pandang para remaja, menjadikan penampilan dan ciri visual sebagai barang berharga yang harus ditampilkan.

Situasi sosial ini pada dasarnya menciptakan ketegangan etika dengan ajaran dasar dalam pendidikan Islam, khususnya dalam konteks Fiqih Pakaian dan Aurat. Secara norma, Fiqih memandang pakaian dengan tujuan utama sebagai *satr* (penutup aurat) dan *zinah* (hiasan yang pantas), yang ditujukan untuk melindungi *iffah* (kesucian) dan meneguhkan *haya* (rasa malu) (Helmy, 2020). Fiqih mendukung etika kesederhanaan dan ketenangan, yang bertentangan dengan tuntutan dari budaya digital yang cenderung mencolok dan sensasional. Konflik ini muncul jelas dalam ide tentang *Libas Syuhrah* (pakaian yang mencolok).

Secara historis, larangan terhadap *Libas Syuhrah* adalah pengingat tentang pakaian yang terlalu mahal atau terlalu murahan, yang digunakan untuk tujuan pamer dan kesombongan. Namun, di zaman digital dan pengaruh *influencer*, pemahaman ini telah berubah secara drastis. *Libas Syuhrah* saat ini bukan hanya tentang aspek material pakaian, tetapi juga mengenai pakaian yang dikenakan atau di posting dengan tujuan untuk mencari perhatian atau menarik perhatian secara berlebihan, yang mengarah pada *narsisme* digital, di mana nilai suatu pakaian ditentukan oleh seberapa banyak interaksi dan tanggapan yang didapat di media sosial. Hal ini menunjukkan perubahan fungsi pakaian, dari peran sosial dan spiritual menjadi alat pamer diri untuk memenuhi kebutuhan psikologis akan pengakuan di dunia digital.

Fenomena ini semakin diperburuk dengan banyak pelajar perempuan Muslim yang mengikuti gaya berpakaian yang tidak sesuai, seperti masih menunjukkan bentuk tubuh atau menggunakan bahan transparan, walaupun telah mengenakan hijab (Alawiyah, Handrianto, & Rahman, 2020). Oleh karena itu, penting untuk secara akademis mengevaluasi relevansi materi Fiqih pakaian dan aurat bagi para remaja SMA dalam menghadapi tantangan sekarang. Penelitian empiris menunjukkan bahwa meskipun banyak pelajar Muslim memahami prinsip berpakaian dalam Islam, masih ada ketidakkonsistenan dalam praktik akibat kuatnya pengaruh budaya populer dan media sosial (Hairidha et al., 2025; Rahmanidinie & Faujiah, 2022). Ketidaksesuaian antara pemahaman kognitif dan praktik afektif ini membutuhkan intervensi dari pendidik untuk meningkatkan norma berpakaian siswa melalui pemahaman Fiqih yang sesuai konteks (Munir & Niswati, 2021; Nurhidayanti et al., 2025).

Pertanyaan penting yang harus dijawab adalah, bagaimana ajaran Fiqih bisa berfungsi sebagai penyaring dan pedoman etis saat remaja menghadapi tekanan untuk terus-menerus menampilkan diri? Penelitian ini dilandasi oleh kebutuhan tidak hanya untuk menemukan masalah, tetapi juga untuk memberikan solusi. Dengan demikian, tujuan dari penelitian ini adalah untuk melakukan analisis mendalam dan kritis terhadap reinterpretasi konsep *Libas Syuhrah* dalam konteks *narsisme* digital, mengidentifikasi pertemuan dan benturan antara fungsi pakaian dalam Islam dan di era digital, serta merumuskan model etika gaya hidup digital remaja yang berdasarkan prinsip-prinsip Fiqih yang dapat disesuaikan. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif melalui studi literatur untuk menemukan inovasi. Melalui sintesis data ini, diharapkan Fiqih pakaian dan aurat dapat diaktualisasikan kembali sebagai dasar etis yang relevan dan praktis, membimbing para remaja SMA agar dapat menjalani kehidupan digital secara bertanggung jawab, beretika, dan sejalan dengan nilai-nilai Islam.

## Metode

Metode penelitian ini menggunakan kualitatif dengan pendekatan kajian pustaka (*library research*). Kajian pustaka dilakukan dengan menelaah berbagai sumber literatur yang relevan, baik dari kitab-kitab fiqih klasik dan kontemporer, jurnal ilmiah, maupun hasil penelitian. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk mengkaji relevansi konsep-konsep fiqih mengenai pakaian dan aurat dalam bentuk etika gaya hidup remaja di era digital.

Sumber data yang digunakan terdiri dari dua jenis, yakni sumber primer dan sekunder. Sumber primer, diambil dari kitab-kitab fiqh klasik dan kontemporer yang membahas ketentuan pakaian, seperti *fiqh al-sunnah*, dan karya ulama kontemporer mengenai fiqh berpakaian dan etika. Data lainnya diambil sebagai sumber sekunder, meliputi buku-buku PAI, artikel jurnal ilmiah, skripsi atau tesis terdahulu, serta referensi digital yang relevan dengan topik penelitian seperti etika berpakaian remaja, pengaruh media sosial terhadap perilaku, dan strategi pembelajaran fiqh di sekolah.

Teknik pengumpulan data diawali dengan mengidentifikasi dan mengumpulkan sumber-sumber yang relevan, kemudian data diklasifikasikan berdasarkan aspek fiqh, etika remaja, pengaruh digital dan pembelajaran PAI. Hasil pengelompokan data akan ditelaah (*content analysis*) untuk menemukan konsep, pandangan dan prinsip-prinsip fiqh yang dapat dijadikan dasar analisis relevansi.

## Hasil

### Libas Syuhrah dan Narsisme Digital dalam Fiqih

Pada dasarnya, dalam pandangan Fiqih Islam, pakaian tidak hanya berfungsi sebagai penutup bagi tubuh, melainkan juga sebagai cerminan akhlak dan kehormatan individu. Pakaian memiliki aturan yang bertujuan untuk mempertahankan keseimbangan, pakaian diwajibkan untuk menutupi aurat, tetapi juga harus dihindari dari sifat yang berlebihan yang dapat menimbulkan kebanggaan, serta tidak boleh juga terlihat sangat kumuh atau lusuh sehingga mengundang rasa simpati yang tidak tulus. Keadaan ini dikenal dengan istilah *Libas Syuhrah* yang merujuk pada pakaian yang mencolok.

*Libas Syuhrah*, menurut para ulama klasik, termasuk *Imam Ibnu Taimiyah* diartikan sebagai jenis pakaian yang dikenakan hanya untuk tujuan menarik perhatian orang lain dan menjadikan pemakainya objek pembicaraan, yang dapat memicu timbulnya sifat sombong atau pamer (*riya'*). Larangan ini memiliki landasan yang tegas dan didasarkan pada Hadits Rasulullah SAW.

حَدَّثَنَا هَاشِمٌ حَدَّثَنَا شَرِيكٌ عَنْ عُثْمَانَ يَعْنِي ابْنَ الْمُغِيْرَةِ وَهُوَ الْأَعْشَى عَنْ مُهَاجِرِ الشَّامِيِّ عَنْ ابْنِ عُمَرَ قَالَ  
قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مَنْ لَبِسَ تَوْبَةً فِي الدُّنْيَا أَنْبَسَهُ اللَّهُ تَوْبَةً مَذْلَلَةً يَوْمَ الْقِيَامَةِ

Artinya: "Telah bercerita pada kami Hasyim, Syarik dari Usman yaitu *Ibn al-Mughirah* yaitu al-A'sya dari Muhajir asy-Syami dari *Ibn Umar* ra., Rasulullah Saw. bersabda: "Siapa yang memakai pakaian syuhrah di dunia, maka Allah akan memberinya pakaian hina pada hari kiamat". (HR. Abu Dawud. No 4029)

Hadits yang ada diatas mengulas mengenai *Libas Syuhrah*, yaitu jenis pakaian yang, saat dikenakan oleh seseorang dapat menimbulkan kepercayaan diri berlebihan yang berujung pada kesombongan dan kebanggaan diri. Pakaian tersebut dapat dikategorikan sebagai mewah, yang mana si pemakai akan merasa angkuh. Tetapi, pakaian yang sederhana, tidak *glamor*, bahkan dalam keadaan yang compang-camping pun dapat menyebabkan perasaan sombong di dalam hati dan merasa dirinya *zuhud* (sederhana), meskipun pemakai berusaha tampil menunjukkan kesederhanaan dan tidak sombong di hadapan orang lain

Tujuan filosofis Fiqih yang melarang *Libas Syuhrah* lebih mendalam dari sekadar urusan kesombongan. Larangan ini merupakan bagian dari upaya Islam untuk memastikan keseimbangan serta moderasi dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam berpakaian.

Dengan demikian, *Libas Syuhrah* seharusnya dihindari karena mengandung dua elemen yang sangat dilarang dalam Islam, yaitu *Ghuluw* (berlebihan) dan *Isrāf* (boros).

Dalam konteks *Maqāṣid Al-Syarī‘ah*, perilaku berlebihan dalam berpakaian dapat menyebabkan kerusakan yang membahayakan tujuan syariat yang lebih tinggi, bahkan melampaui aspek spiritual. (Fauzi Yati 2021), dalam penelitiannya tentang pakaian *syar'i*, menjelaskan dengan mendalam bahwa pakaian yang berlebihan (*ghuluw*) dapat mengakibatkan *Maqāṣid Al-Syarī‘ah* tidak terjaga. Misalnya, mengenakan pakaian yang terlalu longgar atau rumit saat berkendara dapat mengganggu konsentrasi, tersangkut pada mesin, atau menutupi pandangan. Hal ini merupakan ancaman nyata bagi *Hifz Al-Nafs* (menjaga jiwa), yang merupakan salah satu dari lima tujuan utama syariat. Selain itu, pakaian yang terlalu mewah adalah bentuk *Isrāf* (boros) yang mengancam *Hifz Al-Māl* (menjaga harta), dimana sumber daya digunakan untuk pamer, bukan untuk kepentingan umum.

Dengan demikian, pelarangan terhadap *Libas Syuhrah* merupakan kebijakan Fiqih yang komprehensif. Fiqih Pakaian berusaha memastikan bahwa fungsi dasar pakaian sebagai penjaga martabat dan harga diri (*Hifz Al-‘Ird*) (Helmy, 2020) tetap terjaga, dan tidak digunakan sebagai alat untuk mengejar status sosial di hadapan orang lain. Ini merupakan larangan terhadap niat pamer yang dapat merusak prinsip kesederhanaan, moderasi, dan berpotensi mendatangkan kerugian nyata baik secara fisik maupun finansial bagi individu maupun masyarakat.

*Libas Syuhrah* saat ini juga dikenal sebagai narsisme digital yang merujuk pada tindakan memanfaatkan pakaian sebagai daya tarik visual yang diperlihatkan secara berlebihan, dengan tujuan utama untuk mendapatkan pengakuan dan puji. Di dunia digital, tantangan *Libas Syuhrah* berubah dari isu materi menjadi isu perhatian. Media sosial menciptakan *attention economy*, di mana pengakuan sosial diperoleh dari *likes*, *views*, dan *followers*. Pakaian menjadi aset visual utama yang paling mudah dioptimalkan untuk menarik perhatian ini. Tindakan ini mirip dengan *flexing* di platform media sosial. Larangan tindakan *flexing* ini sama halnya dengan larangan *tabarruj*. *Tabarruj* diartikan sebagai sikap yang menunjukkan sesuatu dengan berlebihan dan mencolok, sebagaimana dalam firman Allah SWT Q.S Al-Ahzab ayat 33.

..... وَلَا تَبَرُّجْنَ تَبَرُّجَ الْجَاهِلِيَّةِ الْأُولَى.....

Artinya: “....dan janganlah berhias (dan bertingkah laku) seperti orang-orang jahiliyah dahulu....” (Q.S Al-Ahzab: 33)

Ayat ini menetapkan pentingnya etika dalam berhias diri termasuk dalam berpakaian. Para ulama modern seperti Yusuf al-Qaradhwai berpendapat bahwa sikap *flexing* mempunyai kesamaan dengan *tabarruj jahiliyah*, karena keduanya punya tujuan untuk mencari perhatian publik yang berlebihan. *Libas Syuhrah* digital terlihat dalam bentuk *oversharing* tentang penampilan, yang dapat menimbulkan penyakit hati yang lebih berbahaya daripada kesombongan harta, yaitu kesombongan atas perhatian yang diterima.

Untuk Generasi Z, pakaian berfungsi sebagai bentuk komunikasi non-verbal yang ampuh dalam menciptakan citra diri (*self-branding*) yang unik dan modis (Musaffa & Abdurrahman, 2023; Farhani & Kurniadi, [2022]). Perubahan fungsi pakaian berlangsung ketika baju tidak lagi sekadar menjadi alat kepatuhan tetapi berfungsi sebagai sarana performatif untuk menarik perhatian. Tekanan ini semakin diperkuat oleh dinamika *Fast Fashion* dan *algoritma* media sosial. *Fast Fashion* mendorong pergantian pakaian yang cepat demi menciptakan konten yang menarik (Farhani & Kurniadi, [2022]), sedangkan

*algoritma* lebih mengutamakan konten yang mencolok. Akibatnya, remaja dihadapkan pada sebuah dilema berupa pakaian yang sederhana (*Tawādu'*) cenderung "memudar", sedangkan tampilan yang melanggar batas etika Fiqih lebih cepat menarik perhatian.

Ketidaksesuaian dalam etika berpakaian di kalangan pelajar terlihat jelas sebagai bukti kegagalan Fiqih pakaian untuk menghadapi tantangan ini. Penelitian banyak yang menunjukkan bahwa meskipun pelajar muslimah memahami apa yang diharuskan oleh Fiqih, mereka mengalami kesulitan dalam menerapkannya secara konsisten akibat dorongan validasi sosial (Hairidha et al., 2025; Rahmanidinie & Faujiah, 2022). Fenomena "*Muslimah berpakaian tapi syuhrah*", yaitu muslimah yang mengenakan hijab tetapi juga memakai pakaian ketat, transparan, atau berpose dengan cara yang menarik perhatian, merefleksikan pelanggaran terhadap esensi *tabarruj* dan *syuhrah* (Alawiyah, Handrianto, & Rahman, 2020). Ini mengindikasikan bahwa Fiqih Pakaian saat ini perlu berfokus pada pengendalian niat narsistik yang bersifat tersembunyi.

Relevansi Fiqih mengenai pakaian terletak pada kemampuannya untuk berfungsi sebagai kompas etika yang memberikan arahan kepada remaja. Fiqih menyuguhkan solusi melalui penguatan dua pilar utama dalam akhlak. *Pertama*, Prinsip *Iffah* (kesucian). *Iffah* menekankan pentingnya integritas dan menjaga martabat diri. Pakaian yang dipakai harus mencerminkan nilai-nilai mulia, bukan untuk menjadi objek fitnah digital atau dipandang rendah oleh orang lain. *Iffah* berperan sebagai penyaring yang menentukan apa yang boleh dipamerkan.

*Kedua*, Prinsip *Haya* (malu). *Haya* berfungsi sebagai *firewall* internal yang sangat penting untuk melawan *syuhrah* digital yang tidak sehat. Rasa malu yang sesuai dengan syariat akan menghalangi remaja untuk melakukan pose yang tidak pantas, terlalu menonjolkan detail pakaian, atau mencari pengakuan yang dapat mendatangkan kesombongan. Penguatan prinsip *haya* melalui pendidikan fiqih yang relevan harus menjadi prioritas, dengan menekankan bahwa tujuan berpakaian seharusnya adalah kerendahan hati dan keridhaan Allah, bukan demi pengakuan manusia (Munir & Niswati, 2021; Nurhidayanti et al., 2025). Dengan menghubungkan *Libas Syuhrah* dengan bahaya narsisme digital, Fiqih pakaian bertransformasi dari sekadar serangkaian aturan yang ketat menjadi alat untuk kritik budaya dan pengendalian niat.

### **Fungsi Pakaian dalam Islam dan pakaian di era Digital**

Dalam khazanah keilmuan Islam, pakaian memiliki kedudukan fundamental yang tidak hanya bersifat material, tetapi juga normatif dan etik. Fiqih menempatkan pakaian sebagai instrumen penting dalam menjaga kehormatan dan kesucian diri melalui kewajiban menutup aurat. Konsep ini terkait langsung dengan *maqāṣid al-syārī‘ah*, khususnya pada aspek *ḥifz al-‘ird* (penjagaan martabat), sehingga ketentuan menutup aurat tidak sekadar dipahami sebagai aturan legalistik, melainkan juga sebagai ekspresi ketaatan spiritual dan kontrol moral atas perilaku tubuh dalam ruang sosial (Listari et al., 2024). Dengan demikian, pakaian dalam Islam terkait erat dengan kesadaran niat, tujuan, dan kecermatan dalam menampilkan diri di hadapan publik.

Dari perspektif antropologi dan sosiologi Islam, pakaian berfungsi sebagai simbol identitas yang memperlihatkan afiliasi religius, kelas sosial, serta konstruksi kultural suatu komunitas. Pakaian berperan sebagai bahasa sosial yang mengkomunikasikan nilai, preferensi budaya, dan tingkat religiusitas seseorang. Dalam konteks Indonesia, bentuk-bentuk busana religius seperti jilbab Nusantara, gamis modern, atau gaya modest fashion merupakan hasil interaksi antara nilai spiritual dan ekspresi budaya lokal (Sari et al., 2025). Integrasi dimensi

religius dan kultural inilah yang menjadikan pakaian bukan sekadar penutup tubuh, tetapi representasi dari identitas Muslim yang terus berkembang.

Namun, memasuki era digital, makna pakaian mengalami pergeseran yang signifikan. Media sosial seperti Instagram dan TikTok mengutamakan visualisasi sebagai basis utama interaksi, sehingga pakaian berubah menjadi komoditas performatif yang tidak lagi hanya mencerminkan moralitas, tetapi juga membangun citra diri dalam ekosistem digital. Fenomena Outfit of the Day (OOTD) dan strategi self-branding yang marak di kalangan Gen Z menunjukkan bahwa pakaian digunakan sebagai alat representasi diri untuk memperoleh pengakuan sosial, engagement, dan popularitas (Sari et al., 2025).

Pada titik ini muncul konflik nilai yang berhubungan erat dengan problem narsisme digital. Sementara fiqih menekankan kesederhanaan (*tawādu'*) dan etika menundukkan pandangan, media sosial justru mendorong eksposur diri untuk mendapatkan validasi publik. Remaja Muslim khususnya mengalami tension antara tuntutan keagamaan dan logika algoritma media sosial. Kontradiksi internal tersebut tampak ketika remaja ingin tampil syar'i, tetapi juga ingin terlihat estetis, mengikuti tren, dan mendapatkan perhatian. Tekanan Fear of Missing Out (FoMO) memperkuat kebutuhan mereka untuk terus memamerkan gaya berpakaian agar tidak tertinggal secara sosial (Septy et al., 2024).

Fenomena yang lebih kompleks terlihat pada maraknya penggunaan pakaian syar'i sebagai alat untuk membangun citra religius di media sosial. Dalam beberapa kasus, pakaian syar'i dikomodifikasi menjadi branding device bagi influencer yang ingin terlihat religius, meskipun gaya hidup mereka tidak selalu selaras dengan nilai kesederhanaan atau batas-batas aurat yang mereka tampilkan. Kritik publik sering muncul ketika citra "influencer syar'i" tidak sejalan dengan perilaku di balik layar, sehingga pakaian kehilangan makna spiritualnya dan berubah menjadi instrumen pencitraan dan komodifikasi kesalehan. Pergeseran ini memperlihatkan bagaimana pakaian yang secara normatif harus bermakna etis dapat menjadi sarana narsisme dan alat aktualisasi diri yang bertujuan memperkuat persona digital.

Dalam konteks pendidikan, materi fiqih tentang pakaian dan aurat tetap relevan untuk remaja di era digital. Pemahaman fiqih memberikan landasan normatif mengenai batas-batas kesopanan dan tujuan etis pakaian, sementara literasi digital membantu mereka memahami bagaimana tren visual, algoritma, dan kapitalisasi fashion mempengaruhi perilaku berpakaian. Integrasi keduanya menjadi penting agar remaja mampu menilai tren fashion secara kritis, memilih konten secara bijak, dan menyelaraskan gaya berpakaian dengan nilai spiritual meskipun berada dalam ruang digital yang kompetitif dan sering kali mendorong budaya pamer.

### **Model Etika Gaya Hidup Digital dalam Berpakaian**

Model etika gaya hidup digital dalam berpakaian merupakan salah satu upaya dalam mengintegrasikan nilai-nilai fiqih mengenai etika berpakaian serta kewajiban menjaga aurat dalam tuntutan hidup di era digital. Dalam konteks ini, etika gaya hidup digital perlu dikembangkan untuk memanfaatkan ruang digital berlangsung secara optimal dan bertanggung. Dengan prinsip kesopanan, kesesuaian konteks dan tanggung jawab sosial menjadi dasar penting dalam merumuskan model etika gaya hidup dalam berpakaian, agar praktik representasi diri di ruang digital tetap menjaga martabat individu dan keharmonisan sosial

Prinsip kesopanan dalam ruang digital. Kesopanan dalam berpakaian tidak lagi dimaknai sebagai tertutupnya tubuh, melainkan mencakup etika visual: yakni bagaimana tubuh ditampilkan, sudut pandang pengambilan gambar, ekspresi dan konteks unggahan. Pada muslim misalnya, konsep *modesty* (kesopanan) berkaitan erat dengan hijab dan batasan aurat, namun media sosial menggeser pengertian tersebut ke arah estetika dan komodifikasi.

Penelitian sebelumnya dilakukan oleh Karakavak & Özbölük (2022) menunjukkan bahwa hijab di media sosial tidak hanya berfungsi sebagai simbol religius, tetapi juga sebagai saran dalam membangun citra sosial dan daya tarik visual. Melalui influencer dapat mengubah cara pandang dan makna kesopanan dari nilai spiritual menjadi gaya hidup dan komoditas pasar fashion. Hal ini membuktikan bahwa kesopanan di ruang digital perlu dipahami sebagai kesadaran etis dan bukan semata aturan normatif.

Pada kesesuaian konteks dari ruang fisik ke ruang digital, didapati tantangan etis baru yang tidak sepenuhnya terjawab oleh norma berpakaian secara konvensional. Dalam ruang fisik (*real life*) kontek berpakaian dapat diatur oleh norma sosial yang jelas, seperti aturan berpakaian di sekolah, kantor, tempat ibadah, maupun ruang publik. Akan tetapi, dalam ruang digital, aturan ini menjadi lebih terbuka karena audiens bersifat anonim, tak terbatas dan lintas budaya. Selain itu, kesesuaian pakaian yang dianggap wajar dalam ruang privat dapat menjadi problematis saat dipublikasikan dalam ruang publik digital. Dalam konteks ini mencakup: Tujuan unggahan (edukasi, hiburan dan promosi dini), Segmentasi audiens (remaja, anak-anak, atau publik umum) dan Nilai budaya dan agama yang melekat pada masyarakat. Oleh karena itu, kesesuaian konteks dari fisik ke ruang digital sangat mempengaruhi pola pikir dan gaya hidup orang lain.

Selain prinsip kesopanan dan kesesuaian konteks pada model etika gaya hidup digital dalam berpakaian, juga diperlukan sikap tanggung jawab sosial. Individu dituntut untuk bisa menyadari representasi busana di media sosial sebagai bentuk norma kolektif, standar kecantikan dan pola perilaku masyarakat, terutama generasi muda.

Dalam perspektif islam, etika berpakaian tidak hanya berlaku di ruang fisik, tetapi juga harus diterapkan dalam ruang digital, termasuk dalam cara pengambilan gambar, penggunaan filter, narasi visual, penyaringan busana sesuai syariat dan pelurusan niat pada unggahan. Dengan demikian, etika berpakaian digital berfungsi sebagai instrumen penjagaan martabat individu dan harmoni sosial dalam budaya digital.

## **Diskusi**

Analisis menunjukkan bahwa ada perubahan dalam fokus Fiqih pakaian dari penekanan pada hukum fisik ke etika niat. Dalam fiqh klasik, Larangan Libas Syuhrah ditegaskan karena mengandung unsur Ghuluw dan Isrāf, yang dapat merusak Maqāṣid Al-Syarī‘ah (Fauzi Yati, 2021). Namun, di zaman digital sekarang, Syuhrah telah berubah menjadi narsisme digital, sehingga ancaman telah beralih dari aspek materi ke persoalan moral dan psikologis, seperti mabuk perhatian. Justifikasi teologis untuk reinterpretasi ini ada dalam larangan Tabarruj.

Analisis ini menunjukkan bahwa fenomena flexing memiliki kesamaan substansial dengan tabarruj jahiliyah karena keduanya bertujuan mencari perhatian secara berlebihan (Baaly et al., 2025). Ini menegaskan bahwa inti permasalahan Fiqih modern tidak terletak pada kecocokan pakaian dengan syariat, melainkan pada etika penampilan dan niat narsistik di balik pilihan tersebut. Pelanggaran Syuhrah di zaman kini tampak melalui perilaku oversharing dalam berpakaian. Krisis ini semakin diperburuk oleh tekanan dari Fast Fashion dan Self-Branding, yang mengubah fungsi pakaian dari alat ketaatan menjadi alat performatif

Poin ketidakkonsistenan praktik (Hairidha et al. , 2025) serta fenomena "Muslimah Berpakaian tetapi Syuhrah" (Alawiyah, Handrianto, & Rahma, 2020) menunjukkan kegagalan Fiqih dalam mengatur niat. Temuan mengenai narsisme digital ini memiliki implikasi penting bahwa Fiqih pakaian harus bertransformasi menjadi kompas etika berbasis karakter. Solusinya mencakup penguatan dua pilar akhlak. Iffah (menjaga diri) yang perlu diinternalisasikan sebagai filter yang mengedepankan martabat pribadi, sementara Haya (malu) berfungsi sebagai "internal firewall" (Munir & Niswati, 2021) yang menghalangi perilaku melampaui batas di ruang publik virtual. Dengan demikian, Fiqih perlu melakukan pergeseran dari fokus pada aturan fisik menjadi pendidikan niat dan pengendalian diri

### **Kesimpulan**

Perkembangan teknologi digital, khususnya media sosial telah mengubah cara remaja membangun identitas diri, dimana gaya berpakaian berubah menjadi sarana utama ekspresi diri dan pencarian pengakuan sosial. Pergeseran ini menciptakan ketegangan dengan ajaran fiqh tentang cara berpakaian dan menutup aurat, dengan menekankan kesopanan, kesederhanaan dan penjagaan martabat melalui konsep seperti *satr al-aurah, iffah, haya' dan libas syuhrah*.

Di era digital, *libas syuhrah* mengalami reinterpretasi menjadi bentuk narsisme visual, di mana pakaian digunakan sebagai alat komodifikasi perhatian melalui like, view dan algoritma. Fenomena ini diperkuat oleh budaya *fast fashion*, logika media sosial, serta tekanan sosial yang menyebabkan ketidaksesuaian antara pemahaman fiqh dan praktik berpakaian remaja muslim.

Model etika gaya hidup digital dalam berpakaian yang relevan perlu mengintegrasikan nilai-nilai fiqh dengan literasi digital melalui tiga prinsip utama, yaitu kesopanan visual, kesesuaian konteks dan tanggung jawab sosial. Dengan demikian, internalisasi prinsip *iffah dan haya'*, serta meluruskan niat dalam merepresentasikan diri, fiqh pakaian dan aurat dapat diaktualisasikan sebagai pedoman etis yang membimbing remaja untuk menjalani kehidupan digital dengan penuh tanggung jawab, menjaga martabat diri dan tetap selaras dengan nilai-nilai islam

### **Referensi**

- Ahmad Burhanuddin, Sawaluddin Siregar, & Zainal Efendi Hasibuan. (2025). Analisis Deskriptif Penggunaan Hijab Antara Syariat dan Tren Fashion. Amsal Al-Qur'an: Jurnal Al-Qur'an dan Hadis, 2(1), 126–140. <https://Ejournal.yayasanbhz.org/index.php/Amsal>
- Frandita Juwika, Atikah Yesi Duana Sari, Ridho Wahyudi Siregar, & Jendri. (2025). Penafsiran Ayat Tentang Berpakaian (Berhias). Akhlak: Jurnal Pendidikan Agama Islam Dan Filsafat, 2(1), 275–286. <https://doi.org/10.61132/akhlak.v2i1.388>
- Hanisya Hairidha, Muhammad Iqbal, Maryam, & Aisyah. (2025). Etika Berpakaian dalam Islam: Studi Fikih terhadap Mahasiswa Muslimah dan Muslim. Indonesian Journal of Islamic Jurisprudence, Economic and Legal Theory (IJIJEL). Diterima 02-04-2025.
- Uswatun Hasanah, Dila Purwa Lestari, & Aulia Mayada. (2025). Pandangan Fiqih Islam Tentang Etika Menutup Aurat di Media Sosial. SUJUD: JURNAL AGAMA, SOSIAL DAN BUDAYA, 1(4), 466–471. <https://doi.org/10.63822/a83v5366>
- Hasanah, U. dkk (2023). Pandangan Fiqih Islam Tentang Etika Menutup Aurat di Media Sosial.
- Rohman, M. (2022). Pengaruh Trend Fashion Jilbab Terhadap Religiusitas Remaja Muslim Milenial.
- Saleh, S. (2021). Pemahaman Remaja Putri terhadap Ayat-ayat Berpakaian Islami dan Pengamalannya.

- Suna, Susandi, A., & Habibi Muhammad, D. (2022). Etika Berbusana Muslimah Dalam Perspektif Agama Islam Dan Budaya. *JURNAL PENDIDIKAN DAN KONSELING*, 4. <https://media.neliti.com/media/publications/439630-none-66bcd1ad.pdf>
- Listari, A., Kirania, N. S., & Annisa, N. (2024). Menjembatani Gaya dan Kepercayaan: Perilaku Berpakaian Gen Z dalam Perspektif Psikologi dan Agama Islam. *JIPKM: Jurnal Ilmiah Psikologi dan Kesehatan Masyarakat*.
- Sari, F. I., Mauliza, V., & Ginting, R. (2025). OOTD sebagai Bentuk Komunikasi Visual dalam Membangun Self-Branding di Era Digital. *JIPIKOM*, 7(1), 1–10.
- Septy, R. N., Mayrawanti, N. A. E., & Kusmayati, N. K. (2024). Pengaruh Konsumtif Fast Fashion dalam Gaya Hidup Berpakaian Gen Z. *JPIM*, 8(3).
- Karakavak, Z., & Özbölük, T. (2022). When modesty meets fashion:how social media and influencerschange the meaning of hijab. *Journal of Marketing Islamic*.
- Mas'udah, D. (2018). DAMPAK MEDIA SOSIAL TERHADAP PERKEMBANGAN MASYARAKAT INDONESIAKONSUMSI WANITA MUSLIM TERHADAP PRODUK ISLAMMODE. *Jurnal Sosiologi Reflektif*, 12.
- Suna, Susandi, A., & Habibi Muhammad, D. (2022). Etika Berbusana Muslimah Dalam Perspektif Agama Islam Dan Budaya. *JURNAL PENDIDIKAN DAN KONSELING*, 4. <https://media.neliti.com/media/publications/439630-none-66bcd1ad.pdf>
- Agama, Institut, Islam Negeri, and Iain Salatiga. n.d. “DIMENSI ETIKA, ESTETIKA DAN HUKUM DALAM AYAT- AYAT AL- QUR’AN TENTANG PAKAIAN Muhammad Irfan Helmy Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga.” 61–77.
- Alawiyah, Syarifah, Budi Handrianto, and Imas Kania Rahman. 2020. “Adab Berpakaian Wanita Muslimah Sesuai Tuntunan Syariat Islam.” 4(2):4–9. doi: 10.37274/rais.v4i02.338.
- Anwar, Khoirul, and Nihayatut Tasliyah. 2025. “Fiqh Gaya Hidup Global Dalam Menyikapi Perubahan Sosial Dan Tantangan Keagamaan Kontemporer.” 2(2):292–307. doi: 10.35316/jummy.v2i2.6799.
- Fenomenologi, Studi, Terhadap Citra, and Diri Generasi. n.d. “Pemakaian Produk Fast Fashion Sebagai Bentuk Citra Diri Generasi Z.”
- Hairidha, Hanisya, and Muhammad Iqbal. 2025. “ETIKA BERPAKAIAN DALAM ISLAM : STUDI FIKIH.” 1508–15.
- Ikhsan, Muh, Lomba Sultan, Pasasarjana Uin, and Alauddin Makassar. 2025. “Konstruksi Pemikiran Hukum Islam Organisasi Muhammadiyah Dan Nahdlatul Ulama.” 03:171–78.
- Munir, Miftakhul, Sekolah Tinggi, Ilmu Tarbiyah, Persatuan Guru, Republik Indonesia, Pasuruan Indonesia, and Suci Niswati. 2021. “Peningkatan Akhlak Berpakaian Dan Berhias Siswi Melalui Pemahaman Fiqih Wanita Di Man Kota Pasuruan.” 184–200.
- Penelitian, Jurnal, and Ilmiah Multidisiplin. 2024. “PENGARUH KONSUMTIF FAST FASHION DALAM GAYA HIDUP BERPAKAIAN GEN Z Rosana Nabila Septy 1 , Nur Afifah Eka Mayrawanti 2 , Nindya Kartika Kusmayati 3.” 8(3):421–32.
- Rahmanidinie, Anitia, and Astri Irtiani Faujiah. 2022. “Adaptasi Busana Muslimah Era Millenial : Antara Trend Dan Syariat Pendahuluan.” 22(1).

Strategi, D. A. N., Muhammad Ulul, and Albab Musaffa. 2023. “TABLIGHI JAMAAT CLOTHING FIKIH: BETWEEN DOCTRINE , IDENTITY , AND STRATEGY.” 22(1):48–69.

Yati, Fauzi. 2023. ““ Pakaian Syar ’ i ” Dalam Perspektif Maqashid Al-Syariah.” 8:73–81.