

**JIPKM : Jurnal Ilmiah Psikologi dan Kesehatan Masyarakat**

<https://jipkm.com/index.php/jipkm>

ISSN: 3026-4553

**MENJEMBATANI GAYA DAN KEPERCAYAAN: PERILAKU  
BERPAKAIAN GEN Z DALAM PERSPEKTIF PSIKOLOGI  
DAN AGAMA ISLAM**

**Ayuning Listari**

[2410914120007@mhs.ulm.ac.id](mailto:2410914120007@mhs.ulm.ac.id)

**Nasywa Sasi Kirania**

[2410914320014@mhs.ulm.ac.id](mailto:2410914320014@mhs.ulm.ac.id)

**Nurul Annisa**

[2410914320020@mhs.ulm.ac.id](mailto:2410914320020@mhs.ulm.ac.id)

**Universitas Lambung Mangkurat**

**Abstract**

*The issue of Gen Z's fashion choices in the digital era, especially in Indonesia, is heavily influenced by social media and global trends, which often contrast with Islamic religious norms. Gen Z individuals frequently face a dilemma between expressing their identity through modern fashion and adhering to Islamic dress codes. This study aims to analyze Gen Z's dressing behavior from psychological and Islamic perspectives, aiming to find a balance between self-expression and religious values. The method used is a literature review, examining various sources on dressing behavior, psychological theories, and Islamic teachings on dress ethics. The findings show that Gen Z's dressing behavior is influenced by identity exploration, the need for social acceptance, and social media influence. From an Islamic perspective, clothing reflects honor and virtue, requiring adherence to Sharia principles. This study suggests a holistic educational approach for communities and educators to support Gen Z in understanding dressing principles that balance modern trends with religious teachings.*

**Keywords:** *Generation Z, self-expression, the psychology of dressing, social media, Islamic sharia, religious identity, Fashion Syariah.*

**JIPKM : Jurnal Ilmiah Psikologi dan Kesehatan Masyarakat**

Vol. 1 No. 3 (2024)

Edisi Juli-Desember

## Abstrak

*Isu berpakaian Gen Z yang tumbuh di era digital, khususnya di Indonesia, diwarnai oleh pengaruh media sosial dan tren global yang seringkali bertolak belakang dengan norma agama Islam. Para individu Gen Z kerap mengalami dilema antara mengekspresikan identitas diri melalui gaya berpakaian modern dan memenuhi ketentuan syariat Islam. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku berpakaian Gen Z dari perspektif psikologi dan agama Islam, serta menemukan keseimbangan antara ekspresi diri dengan nilai-nilai agama. Metode yang digunakan adalah kajian pustaka, dengan mengkaji berbagai literatur tentang perilaku berpakaian, teori psikologis, dan ajaran Islam mengenai etika berpakaian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku berpakaian Gen Z dipengaruhi oleh identitas diri, keinginan untuk diterima secara sosial, dan pengaruh media sosial. Dalam perspektif Islam, pakaian adalah cerminan kehormatan dan keutamaan yang menuntut kepatuhan terhadap syariah. Studi ini mengusulkan perlunya pendekatan edukatif yang holistik bagi masyarakat dan pendidik untuk mendukung Gen Z dalam memahami prinsip berpakaian yang harmonis antara tren modern dan ajaran agama.*

**Kata Kunci:** *Generasi Z, ekspresi diri, psikologi berpakaian, media sosial, syariah Islam, identitas religi us, Fashion Syariah.*

## PENDAHULUAN

Gen Z atau yang biasanya dikenal sebagai Generasi Z merupakan orang-orang dengan kelahiran diantara tahun 1997 hingga 2012. Generasi Z tumbuh di era teknologi digital yang sedang berkembang pesat, sangat mudah untuk mengakses serta menggali segala informasi baru yang sedang beredar dan di luar jangkauan. Kondisi lingkungan yang sedang di hadapi oleh generasi Z tidak hanya itu, tetapi terdapat juga pengaruh globalisasi serta perubahan nilai-nilai sosial dan budaya. Salah satu dampak yang disebabkan oleh pengaruh tersebut ialah gaya berpakaian pada Gen Z. keadaan ini mempermudah pemasaran digital dan menjadi faktor utama dampak dari perubahan gaya berpakaian, di tambah dengan fenomena globalisasi yang menjadi pemicu perubahan signifikan dalam pola berpakaian yang sangat cepat dan hal ini menyebabkan kebiasaan hingga kecenderungan generasi Z untuk mengikuti tren di dalam suatu lingkungan.

Dikenal sebagai generasi yang mudah beradaptasi dengan perubahan hingga bebas berekspresi terhadap gaya berpakaian yang mencerminkan pribadi tersebut kini sedang berada di persimpangan antara nilai-nilai modern dan tradisional dengan tuntutan serta tekanan sosial dan ekspektasi dari lingkungan yang sangat beragam dari segi agama, budaya, sosial, dan agama yang dimana mereka harus menyeimbangkan antara ekspresi gaya pribadi dan agama yang dipercaya, hal ini marak terjadi terutama di negara dengan mayoritas muslim seperti Indonesia. Namun, terkadang tren pakaian yang diikuti oleh para Gen Z sangat bertolak belakang dengan nilai-nilai agama khususnya agama islam. Pengaruh nilai budaya barat sering bertentangan dengan nilai agama islam, terkait cara berpakaian. Hal tersebut sering menjadi perdebatan dan menimbulkan banyak pertanyaan mengenai sejauh mana pakaian menjadi sarana untuk berekspresi tanpa melanggar prinsip-prinsip agama.

Dibalik fenomena berpakaian Gen Z, tentunya memiliki faktor-faktor yang menjadi latar belakang. Salah satu faktor psikologis yang mendorong para Gen Z untuk memilih beberapa gaya berpakaian tertentu, diantaranya yaitu pencarian identitas. Pakaian biasanya dipandang sebagai suatu penanda atau petanda yang membangun makna, perspektif, hingga citra tertentu bagi pemakainya. Hal tersebut dipengaruhi oleh persepsi diri dan kebutuhan sosial seorang individu yang dapat memengaruhi keputusan berpakaian, yang di mulai dari tahap, menerima informasi dari suatu lingkungan yang diperoleh melalui proses kognitif dengan pancaindra individu lalu diinterpretasikan sebagai respon (Insan, 2023). Saat menerima informasi, individu akan mengolah informasi tersebut melalui kognitif atau yang biasa disebut dengan proses kognitif. Proses kognitif merupakan aktivitas memproses stimulus yang diteruskan ke sistem memori kemudian individu menginterpretasikan stimulus tersebut berdasarkan informasi yang ada. Individu akan melakukan persepsi pada dirinya apa bila informasi yang diterima sesuai dengan diri individu, namun persepsi tersebut akan ditolak oleh individu apabila informasi yang di terima tidak sesuai dengan diri dari individu

tersebut (Insan, 2023). Ditimpa dengan kebutuhan sosial individu tersebut yang ingin diterima oleh lingkungan sekitar dengan mengikuti tren fashion yang beredar di usia kalangan nya dan kebutuhan akan validasi keikutsertaan dalam mengikuti pakaian yang dikenakan.

Dalam syariat Islam, cara berpakaian diatur dengan prinsip untuk menjaga kehormatan dan kesederhanaan, serta untuk menutup aurat dengan baik. Pakaian yang dikenakan seharusnya tidak menampakkan lekuk-lekuk tubuh dan tidak ketat, agar dapat menjaga privasi dan martabat diri. Tujuan utama dari prinsip ini adalah untuk mencegah godaan dan menjaga rasa hormat antara individu, baik terhadap diri sendiri maupun orang lain. Namun, di tengah pesatnya perkembangan zaman dan arus modernitas, prinsip berpakaian sesuai syariat Islam sering kali terabaikan. Pengaruh tren fashion yang berkembang cepat, yang mudah diakses melalui media sosial dan pemasaran digital, sering kali lebih dominan daripada nilai-nilai agama. Banyak generasi muda, termasuk Gen Z, yang lebih cenderung mengikuti tren berpakaian yang sedang populer, tanpa mempertimbangkan apakah gaya tersebut sejalan dengan ajaran Islam atau tidak.

Hal ini menimbulkan kesenjangan antara nilai agama yang mengatur tata cara berpakaian dan keinginan untuk tampil sesuai dengan tren yang berkembang. Beberapa dari mereka merasa bahwa aturan berpakaian yang ada dalam Islam tidak lagi relevan dengan gaya hidup modern dan lebih tertinggal dibandingkan dengan standar mode global. Oleh karena itu, penting bagi Gen Z, serta orang tua, pendidik, dan masyarakat sekitar, untuk memiliki pemahaman yang lebih mendalam tentang prinsip-prinsip berpakaian dalam Islam. Pemahaman ini akan membantu mereka menyadari pentingnya menjaga keselarasan antara ekspresi diri melalui pakaian dan kewajiban untuk tetap mematuhi aturan agama

Pentingnya pendekatan yang bijak dalam mengintegrasikan gaya berpakaian dengan prinsip agama sangat relevan bagi Gen Z. Pendekatan ini harus melibatkan pemahaman yang holistik tentang bagaimana mereka bisa

mengekspresikan diri tanpa harus mengorbankan nilai-nilai agama. Diperlukan kesadaran bahwa pakaian tidak hanya sekadar simbol identitas pribadi, tetapi juga cerminan dari komitmen terhadap ajaran agama. Oleh karena itu, pendidikan yang baik tentang prinsip-prinsip berpakaian Islam sangat penting, baik di keluarga, sekolah, maupun masyarakat. Dengan pemahaman yang tepat, diharapkan Gen Z dapat menemukan keseimbangan antara kebebasan berekspresi melalui pakaian dan penghormatan terhadap nilai-nilai agama yang mereka anut.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode *library research* atau kajian pustaka, yaitu studi teoritis yang melibatkan referensi dan literatur ilmiah lainnya yang relevan dengan budaya, nilai, dan norma yang muncul dalam konteks sosial yang diteliti (Sugiyono, 2012). Dalam penelitian ini, peneliti akan mengkaji literatur yang berhubungan dengan perilaku berpakaian Gen Z, teori psikologi tentang identitas dan kepribadian, serta ajaran agama Islam mengenai etika berpakaian. Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari dua kategori utama yaitu sumber primer seperti buku, artikel jurnal ilmiah, hasil penelitian terdahulu (Ridwan dkk, 2021) dan fatwa atau dokumen agama terkait etika berpakaian dalam Islam. Selain itu, menggunakan sumber sekunder meliputi artikel media massa, laporan penelitian survei (Ridwan dkk, 2021) serta opini atau esai yang relevan dengan perilaku berpakaian Gen Z dan kaitannya dengan norma agama dan psikologis. Peneliti akan mengumpulkan data dari berbagai perpustakaan, basis data daring (seperti Google Scholar, *Connected Papers*, dan portal akademik lainnya), serta koleksi jurnal dan buku terkait psikologi dan agama Islam. Literatur yang dikumpulkan akan dipilih berdasarkan relevansi dengan topik, kualitas sumber, serta keakuratan dan kebaruan informasi yang diberikan. Literatur yang terpilih akan diklasifikasikan menjadi dua bagian besar, yakni literatur yang berfokus pada aspek psikologis dan literatur yang berfokus pada perspektif agama Islam

mengenai etika berpakaian. Data yang diperoleh dari literatur akan dianalisis menggunakan metode analisis isi (*content analysis*). Teknik ini digunakan untuk memahami bagaimana konsep-konsep psikologis seperti identitas diri, kepercayaan, serta pengaruh sosial berkaitan dengan pilihan berpakaian Gen Z, serta bagaimana norma-norma agama Islam diterapkan dalam perilaku berpakaian. Analisis psikologis menyangkut data yang terkait dengan teori identitas, teori kepribadian, dan teori tekanan sosial akan dianalisis untuk memahami bagaimana Gen Z menggunakan pakaian sebagai bentuk ekspresi diri dan cara mereka dipengaruhi oleh lingkungan sosial. Analisis agama islam meliputi teks-teks agama dan interpretasi ulama mengenai etika berpakaian dalam Islam akan dipelajari untuk melihat bagaimana prinsip-prinsip agama diterapkan atau dinegosiasikan oleh Gen Z dalam perilaku berpakaian mereka. Dalam metode *library research*, validitas dan reliabilitas data ditentukan oleh kredibilitas sumber yang digunakan. Oleh karena itu, peneliti akan memastikan bahwa sumber yang diambil berasal dari jurnal-jurnal ilmiah yang diakui, buku akademis, serta sumber agama yang otoritatif. Prosedur Penelitian yang peneliti gunakan yaitu pada tahap pertama adalah mengidentifikasi dan mengumpulkan literatur yang relevan dengan perilaku berpakaian, identitas Gen Z, serta prinsip berpakaian dalam Islam. Tahap kedua adalah melakukan analisis terhadap literatur yang terpilih dengan menggunakan metode analisis isi. Tahap ketiga adalah menyusun hasil analisis dalam bentuk naratif yang mengintegrasikan temuan psikologis dan keagamaan untuk memberikan gambaran tentang bagaimana perilaku berpakaian Gen Z menjembatani antara ekspresi individual dan nilai-nilai agama. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana perilaku berpakaian Gen Z dipengaruhi oleh faktor psikologis dan keagamaan, serta bagaimana generasi ini menyeimbangkan gaya modern dengan norma-norma agama Islam.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **A. Perilaku Berpakain Gen Z**

#### **1. Tren Fashion Gen Z**

Gen Z merupakan generasi yang kesehariannya tidak lepas dari pengaruh media sosial maka tidak mengherankan ketika perilaku Gen Z banyak dipengaruhi oleh media sosial, termasuk cara berpakaian mereka. Banyaknya tren-tren fashion yang ada di media sosial seperti Instagram dan TikTok membuat Gen Z cenderung mengikuti tren fesyen yang ada.

#### **2. Ekspresi Diri**

Gen Z merupakan generasi yang identik dengan kebebasan berekspresi diri. Mereka menggunakan pakaian sebagai bentuk untuk mengespresikan diri mereka sebagai suatu individu.

### **B. Teori Psikologis Tentang Perilaku Berpakaian**

#### **1. Teori Identitas Sosial**

Teori identitas sosial merupakan teori yang dipelopori oleh Henry Tajfel (1957, 1959). Teori ini menjelaskan mengenai prasangka, diskriminasi, konflik antarkelompok, dan perubahan sosial (Sarwono dalam Syarafa dkk, 2020). Menurut Henry, identitas sosial adalah bagian pengetahuan seseorang tentang keanggotaannya dalam suatu kelompok atau kelompok sosial, yang melibatkan nilai dan perasaan seseorang sebagai bagian dari kelompok tersebut. Kelompok sosial ini mempunyai pengaruh yang besar dalam menjelaskan konsep identitas sosial. Hal ini karena kelompok dapat membentuk perasaan dan perilaku anggotanya. Ditinjau dari teori identitas sosial, perilaku berpakaian Gen Z bisa dipicu oleh keinginan untuk menjadi bagian dari suatu kelompok tertentu.

## 2. Teori Self-Presentation

*Self-presentation* merupakan usaha yang dilakukan oleh suatu individu secara sengaja untuk membentuk kesan tertentu mengenai diri mereka sendiri. *Self-presentation* merupakan hal yang penting untuk memahami diri sendiri. Hal ini karena self-representation membantu individu dalam menciptakan kesan positif pada orang lain, meminimalkan kesan negatif, dan menjelaskan diri sendiri kepada orang lain melalui kesan yang diberikan (Taylor dkk, 2015 dalam Rahmah dkk, 2020).

Perilaku berpakaian Gen Z merupakan salah satu bentuk dari *self-presentation*. Perilaku berpakaian Gen Z dapat dipandang sebagai suatu usaha untuk mengespresikan diri dan menampilkan suatu *image* tertentu yang mereka inginkan kepada orang lain.

## 3. Teori Motivasi

Motivasi dapat diartikan sebagai dorongan yang didapatkan dari faktor luar maupun faktor dari dalam diri suatu individu untuk mencapai tujuan tertentu guna memenuhi kebutuhannya (Prihartanta, 2015). Abraham Maslow (1943;1970 dalam Prihartanta, 2015) mengatakan bahwa semua manusia pada dasarnya memiliki kebutuhan pokok yang ingin dipenuhinya. Teori motivasi yang dikemukakan oleh Maslow dikenal juga dengan teori kebutuhan. Dalam teorinya, Maslow menunjukkan bahwa terdapat lima tingkatan kebutuhan manusia yang disebut juga Hirarki Kebutuhan Maslow. Lima tingkatan tersebut secara berurutan dari yang paling bawah adalah kebutuhan fisiologis atau *Physiological* (rasa lapar, haus, dan sebagainya), kebutuhan rasa aman atau *safety* (merasa aman dan terlindungi), kebutuhan akan rasa cinta dan rasa memiliki atau *belonginess* (mempunyai hubungan dengan orang lain, rasa diterima dan rasa memiliki), kebutuhan akan rasa penghargaan atau *esteem needs* (berprestasi, berkompetisi, dan mendapatkan dukungan serta pengakuan) kebutuhan aktualisasi diri atau *self-actualization* (mendapatkan kepuasan diri).

Menurut teori ini, perilaku berpakaian Gen Z dipandang sebagai suatu usaha untuk memenuhi kebutuhannya secara berurutan, mulai dari kebutuhan fisiologis yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dasar hingga sebagai bentuk aktualisasi diri dengan mengespresikan diri lewat pakaian.

### **C. Perspektif Islam**

#### **1. Kepatuhan Terhadap Syariah**

Islam merupakan agama yang mengatur seluruh aktivitas dan hubungan antara manusia dan penciptanya dan manusia dengan lingkungan sekitarnya, termasuk cara berpakaian. Di dalam Islam, tentu sudah terdapat aturan mengenai cara berpakaian yang telah tercantum di dalam Al-Quran dan Sunnah. Salah satunya di surat Al-A'raf ayat 26, yang artinya “Hai anak Adam, sesungguhnya Kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutup auratmu dan pakaian indah untuk perhiasan. Dan pakaian takwa itulah yang paling baik. Yang demikian itu adalah sebahagian dari tanda-tanda kekuasaan Allah, mudah-mudahan mereka selalu ingat.” (Sudarmi dkk, 2024).

Muslim yang baik, tentu akan berusaha untuk memenuhi kewajiban ini dengan berpakaian mengikuti aturan Islam. Berpakaian yang baik menurut Islam adalah dengan menutup aurat di depan yang bukan mahramnya, tidak berlebihan dalam berpakaian, tidak menampakkan lekukan tubuh, serta tidak menyerupai lawan jenis.

#### **2. Ekspresi Identitas Religius**

Di dalam Al-Quran Surat Al-Ahzab ayat 59, Allah mengatakan bahwa “Hai nabi, katakanlah kepada isteri-isterimu, anak-anak perempuanmu dan isteri-isteri orang-orang mukmin: “Hendaklah mereka mengulurkan jilbabnya ke seluruh tubuh mereka” yang demikian itu supaya mereka lebih mudah dikenal,

karena itu mereka tidak diganggu, dan Allah adalah Maha Pengampun lagi Maha Penyanyang.”

Berpakaian sesuai syariat islam merupakan salah satu bentuk ekspresi diri yang mencerminkan identitas religius umat muslim. Bagi umat muslim yang taat pada agamanya, berpakaian sesuai syariat bukan hanya untuk menutup aurat semata, tetapi sebagai simbol komitmen terhadap nilai-nilai islam.

### **3. Fashion Syariah**

Generasi Gen Z yang menjunjung tinggi nilai-nilai agama cenderung untuk berpakaian sesuai dengan syariat islam. Keinginan gen Z untuk tetap mematuhi syariah namun tetap terlihat modis menjadi cikal-bakal terbentuknya tren *fashion syariah* ini. Munculnya trend ini membuktikan bahwa pakaian muslim dapat diterima oleh berbagai kalangan, termasuk Gen Z (Sudarmi dkk, 2024)

## **C. Penelitian Terkait**

### **1. Hubungan antara Psikologi dan Gaya berpakaian**

Penelitian sebelumnya menunjukkan adanya hubungan yang erat antara psikologi dan gaya berpakaian. Penelitian yang dilakukan oleh Salma & Falah (2023) menunjukkan bahwa fashion merupakan salah satu bentuk ekspresi diri dan karakter seseorang. Risnawati (2014) juga mengatakan bahwa kepribadian seseorang dapat dilihat dari cara dirinya berbusana dan berdandan.

Penelitian terkait lainnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Farhani & Kurniadi (2022) mengenai pemakaian fast fashion sebagai bentuk citra diri generasi Z. penelitian ini menunjukkan bahwa Gen Z menunjukkan citra diri dengan berpenampilan menarik menggunakan *fast fashion*. Penelitian ini relevan dengan tinjauan pustaka karena menambah pengetahuan tentang keinginan Gen Z untuk menampilkan citra diri yang menarik.

## **2. Pengaruh Nilai-Nilai Agama pada Pilihan Fashion Gen Z**

Nilai-nilai agama memberikan pengaruh pada cara berpakaian Gen Z. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Kusumawati dkk (2019) Gen Z melibatkan agama pada keputusannya dalam berpakaian. Hal ini juga didukung oleh penelitian lain yang dilakukan oleh Rahman & Indra (2024) yang menunjukkan bahwa fashion halal, gaya hidup, dan citra merek mempengaruhi preferensi hijab Generasi Z. Selain itu, penelitian lain yang dilakukan oleh Anggraini dkk (2022) menunjukkan bahwa muslimah generasi Z mengikuti perkembangan *trend fashion* tetapi masih memperhatikan aturan-aturan syariah islam.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **A. Gaya Berpakaian Gen Z dalam Perspektif Psikologi**

Menurut Walgito (2010) psikologi merupakan suatu ilmu yang mempelajari jiwa yang dapat diamati melalui tingkah laku atau aktivitas-aktivitas yang ditampakkan oleh suatu individu sebagai bentuk manifestasi atau penjelmaan jiwa individu tersebut. Tingkah laku atau aktivitas-aktivitas di sini mencakup segala aktivitas yang dilakukan oleh individu tersebut, termasuk cara atau gaya berpakaian.

Cara atau gaya berpakaian seseorang seringkali disebut sebagai *Fashion*. Dikutip dari buku *Fashion Merchandising* (1981) oleh Marry D. Troxell (dalam Sudarmi dkk, 2024) *fashion* merupakan gaya yang diterima secara luas dan digunakan oleh sebagian besar anggota kelompok pada waktu tertentu. Cara seseorang berpakaian merupakan salah satu bentuk seseorang dalam mengespresikan dirinya.

Pemilihan gaya berpakaian sering kali berhubungan dengan bagaimana individu memandang dirinya sendiri dan bagaimana mereka ingin dipandang oleh

orang lain. Hal ini sesuai dengan teori konsep diri. Konsep diri sendiri merupakan pandangan mengenai diri sendiri yang meliputi keyakinan sendiri, pandangan, dan penilaian individu terhadap dirinya sendiri. Konsep diri mencakup cara individu memandang dirinya sendiri sebagai manusia, apa yang dirinya pikirkan tentang dirinya sendiri, dan apa yang dia harapkan tentang dirinya sebagai suatu individu (Desmita, 2016 dalam Novita dan Sumarsih, 2021)

Selain teori konsep diri, gaya berpakaian juga berhubungan dengan teori-teori dalam psikologi seperti, teori identitas sosial, teori representasi diri, serta teori motivasi. Dalam hal gaya berpakaian, teori identitas sosial menyatakan keinginan seseorang untuk diterima dalam suatu kelompok lewat gaya berpakaian tertentu. Teori representasi diri sendiri merupakan usaha yang dilakukan oleh suatu individu untuk membuat kesan tertentu mengenai dirinya sendiri. Dalam hal ini, pemilihan gaya berpakaian oleh individu sering kali dilakukan untuk memberikan kesan positif pada orang lain. Sementara itu, teori motivasi mengemukakan bahwa perilaku seseorang dapat dipengaruhi oleh motivasi yang berasal dari diri sendiri maupun dari luar.

Dilihat dari perspektif psikologi, terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi cara berpakaian seseorang, hal ini bisa dari dalam diri individu itu sendiri maupun dari luar. Faktor dari dalam diri sendiri berkaitan dengan keinginan individu untuk mengekspresikan dirinya sendiri dan citra diri yang ingin dibangun. Sedangkan faktor dari luar seperti keinginan seorang individu untuk mendapatkan validasi atau pujian.

Pemilihan cara berpakaian juga membawa dampak psikologis terhadap pemakaiannya. Pakaian yang merupakan bentuk ekspresi diri akan membawa rasa percaya diri apabila seorang individu dapat berpakaian sesuai keinginannya. Menurut Farhani dan Kurniadi (2022) dalam penelitian mereka, para informan mengaku bahwa penampilan merupakan hal yang nomor satu dibandingkan karir. Hal ini karena adanya keinginan untuk mendapatkan citra diri yang menarik.

Gen Z yang lekat dengan media sosial tentunya juga mendapat pengaruh yang besar dari media sosial dalam hal berpakaian. Hal ini dikarenakan generasi Z merupakan generasi yang cenderung akan mengikuti trend yang ada di media sosial karena adanya ketakutan untuk ketinggalan sesuatu yang baru, atau disebut juga dengan FOMO (*Fear of Missing Out*) (Chakrabarti, 2024). Ditambah lagi, terdapat strategi *marketing endorser* dimana para *brand fashion* akan menggunakan *influencer* dan *celebrity* untuk memengaruhi konsumen agar membeli produk mereka. Salah satu penelitian menunjukkan bahwa pengaruh *endorser* Instagram terhadap keputusan membeli *fashion item* pada kalangan Gen Z sangat signifikan (Marbun dkk, 2024)

## **B. Gaya Berpakaian Gen Z dalam Perspektif Islam**

Agama islam merupakan agama yang tidak hanya mengatur mengenai ibadah saja namun mencangkup seluruh *lifestyle* penganutnya, termasuk dalam hal berpakaian. Terdapat beberapa dalil yang tertera dalam Al-Qur'an mengenai cara berpakaian, salah satunya adalah dalam Surah al-A'raf ayat 26. Artinya: "Hai anak Adam, sesungguhnya Kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutupi auratmu dan pakaian indah untuk perhiasan. Dan pakaian takwa itulah yang paling baik. Yang demikian itu adalah sebagian dari tanda-tanda kekuasaan Allah, mudah-mudahan mereka selalu ingat."

Sudarmi dkk (2024) mengatakan, ditinjau dari literatur keislaman, terdapat beberapa ketentuan dalam standar *fashion* muslim yang sesuai dengan prinsip syariah, termasuk mengenai bahan dan penggunaannya. Mengenai bahan, dalam islam muslim dilarang mengenakan pakaian dengan bahan yang tipis hingga memperlihatkan tubuhnya, hal ini tertuang dalam Hadis Riwayat Bukhari dan Muslim, yang artinya: Rasulullah SAW bersabda: "Siapa saja perempuan yang

memakai pakaian tipis sehingga memperlihatkan tubuhnya, maka dia tidak akan mencium bau surga." (HR. Bukhari dan Muslim).

Pakaian dalam islam tidak hanya sebagai alat pelindung tubuh, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai yang ada di dalam islam. Hal ini tertuang dalam Surah Al-Ahzab ayat 59, yang artinya: "Hai Nabi, katakanlah kepada isteri-isterimu, anak-anak perempuanmu dan isteri-isteri orang mukmin: 'Hendaklah mereka mengulurkan jilbabnya ke seluruh tubuh mereka.' Yang demikian itu supaya mereka lebih mudah untuk dikenal, karena itu mereka tidak di ganggu. Dan Allah adalah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang."

Sebagai umat muslim yang baik, tentu generasi Z juga berusaha untuk mengikuti pedoman-Nya, termasuk dalam berpakaian. Generasi Z sendiri merupakan generasi yang tumbuh dengan media sosial. Maka dari itu perilaku Gen Z banyak dipengaruhi oleh konten-konten yang ada pada media sosial, termasuk cara mereka berpakaian.

Media sosial tentunya memberikan dampak yang positif maupun negatif bagi umat muslim, termasuk dalam cara berpakaian. Kemudahan informasi lewat media sosial mempengaruhi gaya berpakaian Gen Z yang kerap kali tidak sesuai dengan ajaran islam. Terdapat banyak *trend-trend* berpakaian yang tidak sesuai dengan ajaran islam dan mengatasnamakan kebebasan berekspresi. Islam bukannya melarang kebebasan berekspresi, hanya saja kebebasan berekspresi itu tidaklah boleh sampai melanggar aturan-atura yang telah ditetapkan-Nya.

Meskipun terdapat konten-konten yang negatif pada media sosial mengenai cara berpakaian, terdapat juga konten-konten dan *trend* yang mendukung para umat muslim untuk berpakaian sesuai syariah. Sebagai contoh, terdapat *trend* halal *fashion* yang meningkat di kalangan Gen Z (Maziyyah dkk, 2023 dalam Rahman & Indra, 2024). Halal *fashion* merujuk pada cara berpakaian yang sesuai prinsip dan syariah islam (Rahman & Indra, 2024).

Penelitian yang dilakukan oleh Kusumawati dkk (2019) menunjukkan bahwa religiulitas memiliki pengaruh langsung pada keterlibatan dalam *fashion* muslim Gen Z. Hal ini menunjukkan bahwa Gen Z juga memperhatikan syariaah islam dalam cara berpakaian.

### **C. Analisis Perbandingan Gaya berpakaian Gen Z dalam Perspektif Psikologi dan Islam**

#### **1. Persamaan**

Psikologi memandang bahwa perilaku berpakaian Gen Z merupakan cara mereka mengeskpresikan identitas diri mereka sebagai suatu individu dan bagaimana mereka ingin dilihat oleh orang lain. Dalam agama islam sendiri, pakaian juga digunakan sebagai bentuk untuk mengespresikan identitas penganutnya sebagai muslim yang taat akan aturan Allah SWT.

Hal ini menjukkan bahwa baik dalam perspektif psikologi maupun islam, pakaian sama-sama dipandang sebagai bentuk untuk mengespresikan identitas sebagai suatu individu.

#### **2. Perbandingan**

Pada perspektif psikologi, gaya berpakaian Gen Z dipengaruhi oleh keiginan bagaimana dirinya ingin dipandang oleh orang lain. Psikologi memandang bahwa masing-masing orang memiliki kebebasan bagaimana dirinya ingin mengekspresikan diri, termasuk lewat pakaian. Dalam perspektif psikologi, Gen Z berpakaian dengan tujuan agar merasa diterima pada suatu kelompok tertentu, meningkatkan kepercayaan diri, serta mengikuti *trend fashion* yang ada.

Ini berbeda dengan perspektif Islam yang mengharuskan umatnya untuk berpakaian sesuai aturan yang sudah ditetapkan dalam Islam. Sehingga tujuan Gen Z dalam berpakaian adalah berusaha untuk berpakaian sesuai ajaran Islam.

## **IMPLIKASI TEMUAN**

Penulisan ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran akan perbedaan cara berpakaian antara ekspresi diri dan nilai-nilai agama. Namun, yang memiliki kesadaran tidak hanya generasi Z, tetapi juga tenaga pendidik, masyarakat, dan orang tua yang berperan penting dalam memberikan wawasan lebih untuk generasi berikutnya. Oleh karena itu, sangat penting bagi mereka untuk berperan aktif dalam menjembatani gaya berpakaian masa kini dengan cara berpakaian yang sesuai dengan ajaran agama Islam. Dengan harapan dapat terciptanya keseimbangan yang harmonis antara kebebasan berekspresi dan penghormatan terhadap nilai-nilai agama, sehingga Gen Z dapat menjalani kehidupan sehari-hari dengan cara berpakaian yang tidak hanya mencerminkan identitas pribadi, tetapi juga selaras dengan ajaran agama yang mereka anut. Ada pula implikasi bagi Pendidikan dan masyarakat. Bagi Masyarakat diharapkan masyarakat dapat memberikan dukungan bagi Gen Z dalam menyeimbangkan antara mengikuti tren dengan tetap memegang nilai-nilai agama. Pemahaman yang lebih mendalam tentang aturan berpakaian dalam Islam penting untuk membangun budaya berpakaian yang selaras antara ekspresi pribadi dan identitas keagamaan. Sedangkan, bagi Pendidikan Institusi pendidikan diharapkan memberikan bimbingan yang memperkenalkan prinsip-prinsip berpakaian yang sesuai dengan nilai-nilai agama sambil tetap menghormati kebebasan berekspresi. Melalui pendidikan formal dan informal, diharapkan Gen Z dapat mempelajari dan menghargai pentingnya berpakaian secara berimbang antara tren modern dan nilai agama yang dianut. Selain itu, masih terdapat banyak aspek yang dapat diteliti lebih lanjut mengenai fenomena tersebut. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat memperdalam aspek-aspek berikut:

1. Analisis Dampak Media Sosial secara Lebih Spesifik : Studi lebih lanjut dapat menganalisis peran *platform* tertentu (seperti Instagram atau TikTok) terhadap pola pakaian Gen Z, melihat bagaimana konten-konten spesifik

mempengaruhi pilihan fesyen yang konsisten dengan atau bertentangan dengan nilai agama.

2. Perbedaan Respons *Gender* dalam Berpakaian : Mempelajari bagaimana pria dan wanita di Gen Z beradaptasi dengan tren mode sesuai dengan identitas religius-masing-masing akan memberikan pemahaman lebih dalam masing-masing mengenai variabel gender dalam konteks ini.

3. Eksplorasi Lintas Budaya : Meneliti perilaku berpakaian Gen Z di berbagai negara mayoritas Muslim lainnya dapat memberi perspektif komparatif tentang keseimbangan antara ekspresi individu dan kepatuhan terhadap ajaran agama dalam konteks global.

## **KESIMPULAN**

Penelitian ini mendalami perilaku berpakaian Generasi Z (Gen Z) dalam konteks psikologi dan nilai-nilai agama Islam, mengungkap berbagai faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi keputusan berpakaian mereka. Dari sudut pandang psikologi, Gen Z memilih gaya berpakaian sebagai bentuk ekspresi diri dan pencarian identitas. Media sosial dan tren *fashion* global mendorong mereka untuk beradaptasi agar diterima dalam kelompok sosial tertentu, bahkan memicu rasa FOMO (*Fear of Missing Out*). Di sisi lain, perspektif Islam menggaris bawahi bahwa pakaian adalah cerminan kehormatan dan keutamaan, fokus pada aturan penutupan aurat yang mencerminkan identitas religius umat Islam. Dalam kesehariannya, Gen Z menghadapi dilema antara mengikuti tren modern dan menaati syariat Islam, terutama di negara mayoritas Muslim seperti Indonesia.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, T., & Erlita, E. (2021). Analisis pengaruh kebutuhan aktualisasi diri, penghargaan dan kebutuhan sosial terhadap pengembangan karir (Survei pada PT. Bukit Angkasa Makmur Bengkulu Tengah). *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 95-106.
- Awaluddin, M., & Syam, A. (2024). Tren Fashion Syariah dalam Digitalisasi Marketing di Era Milineal dan Gen Z. *Economic Reviews Journal*, 3(3), 2172-2178.
- Insan, I. (2023). Pengantar Psikologi Sosial. Zahir Publishing.
- Immanuel, G., & Pannindriya, S. T. (2020). Dampak globalisasi terhadap gaya berpakaian generasi Z Bali. *COMMENTATE: Journal of Communication Management*, 1(2), 162-175.
- Christianna, A. (2021). IDENTITAS KULTURAL DALAM PAKAIAN PEREMPUAN JAWA Kajian semiotika lukisan damar kurung karya Masmundari.
- Walgito, B. (2010). Pengantar Psikologi Umum. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sudarmi, Awaluddin, M., & Syam, A. (2024). Tren Fashion Syariah dalam Digitalisasi Marketing di Era Milineal dan Gen Z. *Economic Reviews Journal*, 3(3), 2172-2178.
- Novita, L. (2021). Pengaruh konsep diri terhadap kepercayaan diri siswa. *Jurnal Pendidikan dan Pengajaran Guru Sekolah Dasar (JPPGuseda)*, 4(2), 92-96.
- Farhani, A. P., & Kurniadi, O. (2022, July). Pemakaian Produk Fast Fashion sebagai Bentuk Citra Diri Generasi Z. In *Bandung Conference Series: Public Relations* (Vol. 2, No. 2, pp. 451-456).
- Kusumawati, A., Listyorini, S., Suharyono, & Yulianto, E. (2019). The Impact of

- Religiosity on Fashion Involvement and Patronage Intention among Generation XYZ of Indonesian Muslim Consumers. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 9(10), 237-255.
- Rahman, R., & Indra, I. (2024). The influence of halal fashion, lifestyle, and brand image on Gen Z's hijab fashion preferences in Indonesia. *Journal of Islamic Economics Lariba*, 10(1), 251-270.
- Dhimas Abdillah Syarafa, L. A. (2020). Fashion Sebagai Komunikasi Identitas Sosial Mahasiswa FISIP Universitas Bengkulu. *JURNAL KANGANGA*, 4.
- Tenriwali Ridha Rahmah, N. P. (2020). Hubungan Antara Self Presentation Pada Media Sosial Dan Pembentukan Identitas Dri Pada Remaja Akhir. *Prosiding Temu Ilmiah Nasional (TEMILNA)*, 134.
- Ni Kadek, Y. D. (2021). Fast Fashion Sebagai Lifestyle Generasi Z di Denpasar (Fast Fashion as a Generation Z Lifestyle in Denpasar). In *Seminar Nasional Desain–SANDI* (Vol. 1).
- Sudarmi, Awaluddin, M., Syam, A., & Mahmuddin. (2024). Tren Fashion Syariah dalam Digitalisasi Marketing di Era Milineal dan Gen Z. *Economic Reviews Journal*, 3(3), 2172 –. <https://doi.org/10.56709/mrj.v3i3.329>
- Salma, G., & Falah, A. M. (2023). Fashion Sebagai Bentuk Ekspresi Diri dan Karakter Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bandung. *ATRAT: Jurnal Seni Rupa*, 11(1), 94-103.
- Risnawati, V. N. (2014). Busana Mencerminkan Kepribadian. *JURNAL STIE SEMARANG (EDISI ELEKTRONIK)*, 6(1), 18-27.
- Farhani, A. P., & Kurniadi, O. (2022, July). Pemakaian Produk Fast Fashion sebagai Bentuk Citra Diri Generasi Z. In *Bandung Conference Series: Public Relations* (Vol. 2, No. 2, pp. 451-456).
- Kusumawati, A., Listyorini, S., Suharyono, & Yulianto, E. (2019). The Impact of Religiosity on Fashion Involvement and Patronage Intention among Generation XYZ of Indonesian Muslim Consumers. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 9(10), 237-255.

- Rahman, R., & Indra, I. (2024). The influence of halal fashion, lifestyle, and brand image on Gen Z's hijab fashion preferences in Indonesia. *Journal of Islamic Economics Lariba*, 10(1), 251-270.
- Anggraini, M., Nusrida, H., & Kamarni, N. (2022). Pola Prilaku Konsumsi Muslimah Generasi Z Terhadap Produk Trend Fashion (Studi Kasus Mahasiswi Uin Imam Bonjol). *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 5(3), 52-64.
- Sari, M., & Asmendri, A. (2020). Penelitian kepustakaan (library research) dalam penelitian pendidikan IPA. *Natural Science*, 6(1), 41-53.
- Ridwan, M., Suhar, A. M., Ulum, B., & Muhammad, F. (2021). Pentingnya penerapan literature review pada penelitian ilmiah. *Jurnal Masohi*, 2(1), 42-5
- Alifuddin, M. (2014). Etika Berbusana dalam Perspektif Agama Dan Budaya. *Shautut Tarbiyah*, 20(2), 80–89.
- Hasanah, D. F. (2017). Hubungan Religiusitas Dengan Gaya Berpakaian Di Kalangan Mahasiswi FISIP UIN Jakarta. Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
- Setiawan, H. (2019). Wanita, jilbab & akhlak. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Lutvia, L. (2001). Gaya Berbusana" Abg" Dewasa Ini. *Wacana Seni Rupa Maret*, 2001(2), 1.
- Arifatus, S. (2020). Jilbab Seperti Punuk Unta (Fiqhul Hadis Perspektif Yusuf Qardlawi). Fakultas Ushuluddin, Adab dan Humaniora Program Studi Ilmu Hadits.