

**Representasi Identitas Mahasiswa
Melalui Gaya Berpakaian Di Tiktok
(Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Agama
Islam Universitas Muhammadiyah
Bengkulu)**

Resita Aprelia Sanjaya

Universitas Muhammadiyah Bengkulu, Bengkulu

Email: apreliasanjaya243@gmail.com

Amrullah

Universitas Muhammadiyah Bengkulu, Bengkulu

Email: amrullah@umb.ac.id

Lesti Heriyanti

Universitas Muhammadiyah Bengkulu, Bengkulu

Email: lestiheriyanti@umb.ac.id

Article History

Submitted: 19 Juli 2025

Revised: 15 Agustus 2025

Accepted: 27 Agustus 2025

How to Cite:

Sanjaya, Resita Aprelia, Amrullah, Lesti Heriyanti. "Representasi Identitas Mahasiswa Melalui Gaya Berpakaian Di Tiktok (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Bengkulu)." *NUANSA: Jurnal Penelitian Ilmu Sosial Dan Kegamaan Islam* 22, no. 2 (2025): 51-68



Abstrak

“The purpose of this study is to understand how students of the Faculty of Islamic Studies (FAI) at Muhammadiyah University Bengkulu (UMB) express their identity through their clothing style on TikTok. In this digital age, social media platforms have become an important means for people to express themselves, their identity, and their social values. This study employs a qualitative approach using the case study method. The research utilizes a qualitative approach with the case study method. In selecting informants, purposive sampling was employed, involving five active students from FAI-UMB who frequently access content on TikTok. Although the number of respondents is not large, this sample size is considered sufficient for a qualitative case study, as the focus is on the depth of information rather than the number of participants. The selection of five participants also aligns with the principle of data saturation, meaning that adding more participants is deemed unnecessary. The data collection techniques applied include unstructured interviews with five active FAI-UMB student informants, observations conducted over approximately two months, and documentation. The validity of the data is further strengthened by broader observations. The results of this study indicate that the way FAI UMB students dress on TikTok not only reflects their academic and religious identities but is also influenced by fashion trends and personal preferences. This identity can be seen in their choice of colors, clothing styles, and the content they upload, which combines Islamic values with innovative visual representations. This study draws on the symbolic interactionism theory, which explains how individuals express their identity through social interaction and the use of symbols, such as clothing. For example, clothing can function as a medium for communicating identity to create meaning. The conclusion of this study is that TikTok serves as a strategic platform for FAI-UMB students to shape and express their complex identities, which are a combination of religious values, pop culture, and personal desires to appear unique and appealing to the public.

“(Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami cara mahasiswa Fakultas Agama Islam (FAI) di Universitas Muhammadiyah Bengkulu (UMB) mengungkapkan identitas mereka melalui gaya berpakaian di TikTok. Di zaman digital ini, platform media sosial telah menjadi sarana penting bagi orang untuk mengekspresikan diri, identitas, serta nilai-nilai sosial mereka. Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus. Dalam menentukan informan, digunakan Teknik purposive sampling yang melibatkan lima mahasiswa aktif dari FAI-UMB yang sering mengakses konten di TikTok. Walaupun jumlah responden tidak terlalu banyak, jumlah ini dianggap cukup untuk penelitian studi kasus kualitatif karena penekanan ada pada kedalaman informasi daripada jumlah sampel. Pemilihan lima peserta juga sejalan dengan prinsip saturasi data, yaitu penambahan peserta

lebih lanjut dianggap tidak perlu. Teknik pengumpulan data yang diterapkan adalah wawancara yang tidak terstruktur dengan lima narasumber mahasiswa aktif FAI-UMB, melakukan observasi selama kurang lebih dua bulan, serta terdapat dokumentasi. Keabsahan data di perkuat dengan observasi yang lebih luas. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa cara berpakaian mahasiswa FAI UMB di TikTok tidak hanya mencerminkan identitas akademis dan agama mereka, tetapi juga dipengaruhi oleh tren mode dan keinginan pribadi. Identitas ini dapat dilihat dari pilihan warna, model pakaian, serta konten yang diunggah yang memadukan nilai-nilai Islam dengan representasi visual yang inovatif. Penelitian ini merujuk pada pendekatan teori interaksionisme simbolik, yang menjelaskan bagaimana individu menampilkan identitas melalui interaksi sosial dan penggunaan simbol, seperti pakaian. Contohnya, pakaian bisa berfungsi sebagai media komunikasi identitas untuk menciptakan makna. Kesimpulan dari penelitian ini, TikTok berfungsi sebagai platform strategis bagi mahasiswa FAI-UMB untuk membentuk dan mengekspresikan identitas yang kompleks, yang merupakan kombinasi dari nilai-nilai keagamaan, budaya pop, dan keinginan pribadi untuk terlihat unik serta menarik di hadapan publik.)”

Kata Kunci:

Identitas Mahasiswa, Representasi Diri, Gaya Hidup, TikTok

Pendahuluan

Kemajuan di bidang teknologi adalah sesuatu yang tidak dapat dihindari dalam kehidupan, karena perkembangan ini terjadi bersamaan dengan peningkatan pengetahuan. Proses perubahan teknologi yang terjadi dengan cepat telah membawa pengaruh yang besar pada kehidupan manusia, baik dalam sisi sosial maupun budaya¹. Perkembangan dalam sektor informasi sangat penting, contoh yang jelas adalah kemudahan dalam mendapatkan informasi, yang bisa dilakukan di berbagai tempat dan waktu berkat penyebaran internet yang luas². Dengan pesatnya kemajuan teknologi, banyak jenis media sosial baru juga muncul untuk memfasilitasi komunikasi antar individu³. Media sosial merupakan sarana komunikasi digital yang memungkinkan individu untuk melakukan interaksi secara daring, membagikan konten visual dan tekstual, serta membangun jejaring sosial tanpa batasan geografis.

Dalam konteks penggunaannya, media sosial memberikan keleluasaan bagi setiap individu untuk membuat akun pribadi sebagai identitas virtual, mengirim pesan, berbagi foto

¹ Muhamad Ngafifi, “KEMAJUAN TEKNOLOGI DAN POLA HIDUP MANUSIA DALAM PERSPEKTIF SOSIAL BUDAYA,” *Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi Dan Aplikasi* 2, no. 1 (2021): 1.

² Anita Septiani Rosana, “Kemajuan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Dalam Industri Media Di Indonesia,” *Gema Eksos* 5, no. 2 (2010): 2, <https://www.neliti.com/id/publications/218225/kemajuan-teknologi-informasi-dan-komunikasi-dalam-industri-media-di-indonesia>.

³ Demmy Deriyanto et al., “Persepsi Mahasiswa Universitas Tribhuwana Tunggaladewi Malang Terhadap Penggunaan Aplikasi Tik Tok,” *Jisip* 7, no. 2 (2020): 3, www.publikasi.unitri.ac.id.

dan video, serta melakukan berbagai aktivitas sosial secara daring⁴. Platform media sosial yang paling umum digunakan antara lain WhatsApp, Instagram, TikTok, Twitter, dan LinkedIn. Platform-platform ini tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, namun juga telah berkembang menjadi media informasi, komunikasi profesional, hingga sebagai sarana eksistensi diri dalam lingkungan sosial digital⁵. Kehadiran media sosial telah membawa perubahan yang signifikan dalam pola interaksi sosial masyarakat, termasuk dalam kalangan mahasiswa. Interaksi yang sebelumnya bersifat langsung (*face-to-face*) kini banyak bergeser menjadi interaksi virtual (*online-based*). Perubahan ini turut memengaruhi dinamika hubungan sosial, baik dalam bentuk penguatan hubungan (relasi yang lebih intens dan terjaga), maupun potensi munculnya distorsi komunikasi (kesalahpahaman atau keterasingan emosional) di antara individu⁶. Perubahan tersebut juga dapat berdampak lebih luas terhadap struktur sosial di suatu komunitas, termasuk di lingkungan akademik.

Dalam hal ini, media sosial dapat mempengaruhi norma sosial, pandangan kolektif, serta perilaku antar kelompok dalam lingkungan pendidikan tinggi, sehingga penting untuk dianalisis secara kritis dalam konteks penelitian sosial dan komunikasi kontemporer. Pemanfaatan platform sosial dalam masyarakat, terutama di antara mahasiswa, memiliki efek yang bervariasi dan penting. Banyak hal yang berpengaruh terhadap pemanfaatan media sosial oleh pelajar, seperti interaksi, pendidikan, peluang kerja, partisipasi sosial, dan kesejahteraan mental⁷. Media sosial sepertinya memiliki daya tarik yang besar, mendorong pengguna untuk tetap aktif dan mengikuti perkembangan sosial. Salah satu contohnya adalah TikTok, yang telah meraih popularitas luar biasa sejak tahun 2020 dan kini menjadi salah satu aplikasi yang paling banyak diunduh dan digunakan oleh orang-orang di berbagai belahan dunia, termasuk di Indonesia⁸.

Sesuai penjelasan dari Dony Eryatsha, yang menjabat sebagai kepala kebijakan publik TikTok Indonesia, mayoritas penggunanya di Indonesia adalah generasi Z dan Y, yaitu individu yang berusia antara 14 hingga 24 tahun⁹. Media social seperti TikTok tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga sebagai wadah untuk mengekspresikan diri dan membangun jati diri bagi para pengguna, termasuk para siswa Platform ini memberi kesempatan kepada pengguna untuk menunjukkan cara hidup, prinsip-prinsip, dan karakter mereka melalui konten visual yang inovatif serta menyesuaikan dengan tren

⁴ N Ainun AC Sari, R Hartina, R Awalia, H Irianti, "Komunikasi Dan Media Sosial," *Jurnal The Messenger*, no. December (2018): 4.

⁵ Yunita Dwi Wulansari et al., "Pengaruh Media Sosial Terhadap Konstruksi Identitas Mahasiswa Universitas Jember," *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis* 4, no. 2 (2024): 5, <https://doi.org/10.37481/jmh.v4i2.768>.

⁶ Yahya Afandi, "Gereja Dan Pengaruh Teknologi Informasi 'Digital Ecclesiology,'" *Fidei: Jurnal Teologi Sistematis Dan Praktika* 1, no. 2 (2019): 6, <https://doi.org/10.34081/270033>.

⁷ Luluk Makrifatul Madhani, Indah Nur Bella Sari, and M. Nurul Ikhsan Shaleh, "Dampak Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Perilaku Islami Mahasiswa Di Yogyakarta," *At-Thullab : Jurnal Mahasiswa Studi Islam* 3, no. 1 (2021): 7, <https://doi.org/10.20885/tullab.vol3.iss1.art7>.

⁸ Fadhlizha Izzati Rinanda Firamadhina and Hetty Krisnani, "PERILAKU GENERASI Z TERHADAP PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK: TikTok Sebagai Media Edukasi Dan Aktivisme," *Share : Social Work Journal* 10, no. 2 (2021): 199, <https://doi.org/10.24198/share.v10i2.31443>.

⁹ Shafirah Pertiwi, "Konsumsi Media Sosial Tik Tok Pada Mahasiswa Universitas Sriwijaya Kampus Indralaya," *Jurnal Empirika* 6, no. 2 (2022): 122–38, <https://doi.org/10.47753/je.v6i2.109>.

yang ada di TikTok 10. Berkembangnya ketenaran tren fashion di platform media sosial telah menghasilkan suatu norma visual terkait ide “berpakaian dengan baik”, yang secara tidak langsung memengaruhi persepsi dan ekspektasi pengguna lain mengenai penampilan dan jati diri mereka 11. Partisipasi dalam tren mode menunjukkan bahwa identitas itu dinamis dan dibentuk secara sosial melalui praktik digital yang berulang 12. Pakaian tidak hanya berfungsi sebagai pelindung tubuh atau sarana penampilan, melainkan juga merupakan bagian integral dari budaya, serta manifestasi nilai-nilai agama dan etika sosial 13.

Dalam konteks keagamaan, Al-Qur’an menggambarkan peristiwa simbolik terkait pentingnya pakaian dalam kisah Nabi Adam dan pasangannya. Menurut narasi dalam Kitab Suci, setelah Nabi Adam dan istrinya tergoda oleh bujukan setan dan melanggar larangan Tuhan dengan mendekati serta mencicipi buah dari pohon yang dilarang, keduanya tiba-tiba menyadari aurat mereka terbuka. Sebagai bentuk spontanitas dan rasa malu, mereka kemudian berusaha menutupi tubuh mereka dengan daun-daunan (QS Al-A’raf: 22). Peristiwa ini mengandung makna simbolik yang mendalam, yaitu bahwa kesadaran akan aurat dan kebutuhan untuk menutupinya merupakan bagian dari fitrah manusia, yang selanjutnya dimaknai sebagai fondasi nilai berpakaian dalam tradisi Islam maupun dalam struktur budaya masyarakat. Ayat tersebut memberikan petunjuk bahwa Adam as. dan istrinya bukan hanya sekadar memakai satu helai daun untuk menutupi bagian tubuh yang seharusnya dirahasiakan, tetapi mereka menutupi diri dengan banyak daun, yang dapat disimpulkan dari penggunaan kata (*yakhshifani*) dalam ayat Al-A’raf yang telah disebutkan, mereka melakukan tindakan itu supaya bagian tubuh yang seharusnya dirahasiakan benar-benar terlindungi dan baju yang mereka pakai bukan model pendek, tipis, atau kelihatan dalamnya¹⁴. Di Indonesia, masyarakat hanya mengenakan busana tradisional berdasarkan agama mereka pada saat acara keagamaan. Namun, tidak dapat dipungkiri bahwa busana tradisional yang berkaitan dengan agama, seperti yang dianut oleh umat Islam, juga sering dipakai dalam kehidupan sehari-hari. Perkembangan industri mode di Indonesia telah menggambarkan kemajuan yang cukup berarti. Para wanita sekarang sangat mengamati cara gaya busana mereka, sehingga saat ini mereka memiliki kesadaran yang lebih terhadap gambaran sosial dan kepribadian diri mereka¹⁵.

¹⁰ Abdul Mubddiun and M Rizal Ardiansah Putra, “Analisis Konsep Diri Influencer Mahasiswa Ilmu Komunikasi Di Universitas Muhammadiyah Buton Dalam Membangun Personal Branding Di Tiktok” 4 (2024).

¹¹ Aulia Rahma Putri Maloka, “Perencanaan Buku Ilustrasi Style Fashion Bagi Remaja Gen Z Untuk Meningkatkan Self-Esteem Melalui Berpakaian,” 2024, <https://repository.upnjatim.ac.id/id/eprint/24105>.

¹² Atikah Mufflikhah, Purwoko Dwicahyo Setiawan, and Ahmad Riza Faizal, “ANALISIS KONSTRUKSI IDENTITAS MELALUI TREN DRESS WELL DI TIKTOK” 8, no. 2 (2025).

¹³ Ahmad Fauzi, “Pakaian Wanita Muslimah Dalam Perspektif Hukum Islam,” *Iqtishodia: Jurnal Ekonomi Syariah* 1, no. 1 (2016): 41–58, <https://doi.org/10.35897/iqtishodia.v1i1.56>.

¹⁴ Bahrun Ali Murtopo, “Etika Berpakaian Dalam Islam: Tinjauan Busana Wanita Sesuai Ketentuan Islam,” *TAJDID: Jurnal Pemikiran Keislaman Dan Kemanusiaan* 1, no. 2 (2020): 243–51, <https://doi.org/10.52266/tajdid.v1i2.48>.

¹⁵ Muhammad AUFAR Athala and Saidatunnisa Rahmawati, “Pengaruh Islam Dalam Cara Berpakaian Masyarakat Modern,” *Journal Islamic Education* 1, no. 4 (2023): 270–79, <https://maryamsejahtera.com/index.php/Education/index>.

Mahasiswa Fakultas Agama Islam (FAI) Universitas Muhammadiyah Bengkulu (UMB) memiliki dasar nilai-nilai spiritual yang sepatutnya digunakan sebagai filter terhadap berbagai pengaruh eksternal. Akan tetapi, sebagai kelompok yang aktif di dunia maya, mahasiswa FAI menampilkan cara yang khas dalam menunjukkan identitas mereka melalui gaya berpakaian. Mereka tidak hanya mencerminkan identitas sebagai mahasiswa di dalam ranah akademis, tetapi juga mengusung identitas keagamaan yang kuat sebagai bagian dari komunitas FAI. Di sisi lain, tren fashion modern dan budaya populer, khususnya di platform seperti TikTok, turut memengaruhi cara mahasiswa berpakaian dan mengekspresikan diri secara visual. Hal ini menerangkan adanya interaksi yang rumit antara nilai-nilai agama, gaya hidup kampus, dan pengaruh global dalam pembentukan identitas mahasiswa di zaman digital.

Telah dilakukan banyak studi yang mengeksplorasi hubungan antara platform media sosial dan proses pembentukan identitas seperti studi oleh 16 mengatakan bahwa Instagram (media social) digunakan oleh para informan sebagai media untuk membentuk citra diri layaknya tampil di panggung (*front stage*), dengan mengunggah foto berpakaian terbaik yang telah disusun agar memberi kesan positif. Meski gaya sehari-hari (*back stage*) tak jauh berbeda, foto yang ditampilkan tetap dipilih dengan cermat. Dalam proses ini, terlihat tiga bentuk representasi menurut Stuart Hall: reflektif (*fashion mencerminkan diri*), intensional (*sengaja menyampaikan pesan*), dan konstruksionis (*membangun makna lewat simbol visual seperti filter dan warna*). Dengan demikian, fashion di Instagram bukan hanya soal penampilan, tetapi juga strategi menunjukkan identitas sosial di ruang digital. Namun, tema mengenai bagaimana mahasiswa Islam merepresentasikan identitas mereka melalui cara berpakaian di TikTok masih belum banyak diteliti. Oleh karenanya, penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan mengenai cara mahasiswa FAI UMB mengekspresikan identitas mereka melalui gaya berpakaian di TikTok. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan baru dalam pemahaman mengenai hubungan antara identitas religius, presentasi diri, dan dampak media sosial di kalangan mahasiswa.¹⁷

Selanjutnya, hasil dari penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat praktis dalam penyusunan kebijakan mengenai penggunaan media sosial di lingkungan kampus serta menjadi acuan untuk penelitian berikutnya tentang identitas digital mahasiswa. Selain itu manfaat teoritis penelitian ini dalam kajian sosiologi yaitu untuk meningkatkan pemahaman mengenai bagaimana bentuk dan ekspresi identitas keagamaan mahasiswa berlangsung melalui platform media sosial, terutama TikTok, dengan menggunakan pendekatan interaksionisme simbolik dari George Herbert Mead. Identitas (*self*) atau diri seseorang dikembangkan melalui interaksi sosial, di mana individu belajar tentang dirinya dengan memperhatikan reaksi orang lain terhadap tindakan yang dilakukannya. Dalam kajian ini, mahasiswa FAI UMB mengekspresikan gaya berpakaian Islami sebagai simbol identitas mereka di TikTok. Ketika mereka mengunggah video, mereka tidak hanya mengenakan pakaian untuk diri mereka sendiri,

¹⁶ Anggun Permatasari, "GAYA HIDUP FASHION SEBAGAI PENDORONG DALAM PEMBENTUKAN CITRA DIRI DI INSTAGRAM PADA MAHASISWI KPI ANGKATAN 2022 UIN SAIZU PURWOKERTO," 2025, 6, <https://www.city.kawasaki.jp/500/page/0000174493.html>.

¹⁷ Permatasari.

melainkan juga mempertimbangkan bagaimana penampilan mereka akan ditafsirkan oleh orang lain (*society*) di masyarakat, termasuk teman, dosen, atau pengikut di media sosial. Proses ini mencerminkan bagaimana mereka memanfaatkan pikiran (*mind*) untuk merenungkan makna dari simbol-simbol yang mereka tampilkan, seperti hijab, pakaian syar'i, atau gaya Islami lainnya. Dengan kata lain, mereka merenung, memberikan makna, dan selanjutnya mengekspresikan identitas religius melalui simbol-simbol yang dapat dipahami oleh orang. Karenanya, studi ini dapat meningkatkan pengembangan teori Mead dengan menampilkan bagaimana identitas terbentuk (pikiran, diri, dan masyarakat) terjadi dalam ruang digital, bukan hanya dalam interaksi tatap muka, tetapi juga dalam interaksi melalui platform media sosial yang bersifat visual seperti TikTok.

Media sosial telah menjadi ruang penting dalam proses pembentukan identitas diri di kalangan generasi muda, termasuk mahasiswa Muslim. Kehadirannya tidak hanya mengubah pola komunikasi, tetapi juga memungkinkan terjadinya representasi diri secara visual dan simbolik. Studi oleh¹⁸ menekankan bahwa media sosial seperti Instagram dan TikTok memfasilitasi pengguna dalam membangun personal branding, yang secara tidak langsung merepresentasikan identitas, nilai, dan kepercayaan diri individu di hadapan publik digital. Analisis perkembangan konsep personal branding menurut teori Peter Montoya menunjukkan bahwa meskipun akun ketiga telah menunjukkan potensi yang signifikan, mereka sebagian besar masih dalam tahap awal pengembangan. Setiap Influencer memiliki kekuatan di bidang personal branding, personal seperti, seperti spesialisasi dan kenampakan, namun mereka juga memiliki area yang perlu ditingkatkan, seperti keteguhan dan nama yang sesuai. Spesialisasi dan kenampakan, tetapi mereka juga memiliki area yang perlu ditingkatkan, seperti keteguhan dan nama yang sesuai.¹⁹

Studi lain pada²⁰ mengungkapkan bahwa media sosial ialah salah satu platform internet yang memungkinkan pengguna dapat berinteraksi, berbagi informasi, dan membuat konten.²¹ Dalam penyajian di TikTok tren fashion memberikan pengaruh signifikan terhadap cara berpakaian mahasiswa sehingga membuat mereka menemukan juga mengekspresikan diri melalui gaya berpakaian yang membuat mereka terlihat lebih percaya diri. Dalam konteks mahasiswa Muslim, media sosial juga dapat menjadi sarana ekspresi religiusitas.²² Mengungkapkan bahwa mahasiswa di Yogyakarta memanfaatkan TikTok untuk menampilkan gaya hidup Islami, seperti penggunaan hijab, kutipan ayat Al-Qur'an, hingga ceramah singkat, sebagai bentuk dakwah kreatif. Fenomena ini menunjukkan bahwa representasi keagamaan tidak lagi hanya terbatas di ruang ibadah atau akademik, tetapi meluas ke dunia digital yang penuh dengan simbol dan visual²³.

¹⁸ Happy Herryloveita Lady, "Analisis Personal Branding Pada Media Sosial Tiktok @Yogayogikembar," no. 5974 (2023): 32–33.

¹⁹ Lady.

²⁰ Adelia Nava, "Representasi Gaya Hidup Mahasiswa Melalui Tayangan Video Media Sosial Tiktok Di Universitas Pancasakti," no. 2022 (2023): 1–16.

²¹ Nava.

²² Muhamad Parhan, "Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah Di Kalangan Mahasiswa Muslim UPI," *Jurnal Ilmu Dakwah Dan Komunikasi Islam* 1, no. 1 (2022): 13.

²³ Muhamad Parhan.

Selain itu, penelitian²⁴ mengemukakan bahwa identitas diri yang terbentuk melalui media sosial tidak bersifat tetap, melainkan cair, tergantung konteks sosial dan tren yang berlangsung. Selain itu pengungkapan identitas ini sesuai dengan teori dari pengungkapan diri (selfdisclosure) yang dikeumkakan johnson.²⁵

Hal ini sejalan dengan pandangan²⁶ yang menyebutkan bahwa individu di ruang sosial akan menyajikan dirinya sesuai dengan "panggung sosial" tempat mereka tampil. Dalam hal ini, TikTok menjadi "panggung digital" bagi mahasiswa Muslim untuk merancang identitas yang kompleks antara norma agama, gaya hidup modern, dan ekspektasi audiens. Meskipun demikian, tidak semua pengguna dapat dengan mudah menyeimbangkan ekspresi religius dan popularitas di media sosial. Terdapat potensi terjadinya konflik identitas, terutama ketika nilai-nilai agama berbenturan dengan tuntutan gaya atau algoritma yang mendukung konten viral. popularitas media sosial juga membawa risiko overexposure dan standar kecantikan atau penampilan yang tidak selalu sejalan dengan nilai-nilai keislaman. Didukung oleh teori dramaturgi oleh Ervin Goffman yang mengatakan bahwa media social sebagai tempat penyajian identitas atau presentasi diri mereka disebut "front stage" sedangkan presentasi diri pada actor di real life bisa disebut "backstage".²⁷

Dalam penelitian ini digunakan pendekatan teori interaksionisme simbolik dari George Herbert Mead sebagai landasan teoritis. Mead mengatakan mengenai (*mind*) sebuah pikiran dimana pikiran tidak hanya muncul dalam satu respon pada dirinya saja melainkan muncul terhadap komunitas lain, artinya mahasiswa yang merepresentasikan sebuah identitas melalui gaya berpakaian di media social TikTok bukan hanya respon yang muncul dari dirinya melainkan respon yang timbul dari orang lain akibat tindakannya. Selain itu Mead mengatakan mengenai pandangan tentang diri (*Self*), diri itu ialah kemampuan untuk menerima dirinya sebagai suatu obyek dan dilain pihak sebagai subyek. Yang artinya mahasiswa merepresentasikan identitasnya melalui TikTok dimana pada platform menjadi ruang interaksi simbolik yang membentuk identitas secara terus-menerus. George Herbert Mead 1934,²⁸ menjelaskan bahwa identitas terbentuk melalui interaksi sosial, di mana simbol (seperti pakaian) memainkan peran penting dalam menciptakan makna. Dalam konteks ini, pakaian bukan sekadar kebutuhan fisik, tetapi simbol komunikasi yang merepresentasikan nilai-nilai keagamaan, status sosial, dan gaya hidup.²⁹

Dengan demikian, penelitian ini memiliki urgensi untuk menggali bagaimana mahasiswa Fakultas Agama Islam (FAI) merepresentasikan identitas mereka di platform seperti TikTok. Hal ini tidak hanya penting untuk memahami dinamika sosial mahasiswa Muslim di era digital, tetapi juga memberikan kontribusi dalam pengembangan

²⁴ Siti Nadila et al., "Pengungkapan Identitas Diri Melalui Media Sosial: Studi Mengenai Etnografi Virtual Melalui Vlog," *Jurnal Komunikasi KAREBA* 7, no. 1 (2018): 83–92.

²⁵ Nadila et al.

²⁶ Hafri Yuliani, "DISERTASI PRESENTASI DIRI AKTOR POLITIK DI MEDIA SOSIAL (Studi Pada : Akun Instagram @rohidin.Mersyah Dan Akun Tik Tok @helmihasanchannel)," 2024.

²⁷ Yuliani.

²⁸ Teresia Noiman Derung, "Interaksionisme Simbolik Dalam Kehidupan Bermasyarakat," *SAPA - Jurnal Kateketik Dan Pastoral* 2, no. 1 (2017): 118–31, <https://doi.org/10.53544/sapa.v2i1.33>.

²⁹ Derung.

pendekatan dakwah dan pembentukan karakter di era teknologi. Dengan didukung oleh teori interaksionisme simbolik maka penelitian ini. Studi sebelumnya yang dilakukan oleh Yuliani yang berjudul Disertasi Presentasi Diri Aktor Politik Di Media Sosial (Studi pada : Akun Instagram @rohidin.mersyah dan Akun Tik Tok @helmihasanchannel) penelitian Yuliani memiliki titik fokus TikTok berfungsi sebagai "panggung digital" tempat mahasiswa Muslim menyusun dan menampilkan identitas mereka di hadapan publik, dengan menyeimbangkan antara ekspresi religius, gaya hidup modern, dan ekspektasi audiens 30. Sedangkan penelitian ini titik fokusnya terdapat pada bagaimana mahasiswa dapat merepresentasikan identitas mereka dalam gaya berpakaian pada TikTok.³¹

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus untuk mengeksplorasi bagaimana mahasiswa Fakultas Agama Islam (FAI) Universitas Muhammadiyah Bengkulu (UMB) merepresentasikan identitas mereka melalui berpakaian di TikTok. Menurut sugiyono, metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, Teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan) analisis data, bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.³² Metode penelitian kualitatif didefinisikan sebagai metode penelitian ilmu-ilmu social yang mengumpulkan dan menganalisis data berupa kata-kata (lisan maupun tulisan) dan perbuatan-perbuatan manusia serta peneliti tidak berusaha menghitung atau mengkuantifikasikan data kualitatif yang telah diperoleh dan dengan demikian tidak menganalisis angka-angka.³³ Metode kualitatif dipilih karena penelitian ini memusatkan pada kesadaran akan makna, konteks, dan dinamika pembentukan identitas yang kompleks di ruang digital, serta menggali secara mendalam perspektif subjektif partisipan.³⁴ Sementara itu, desain studi kasus dipilih karena memungkinkan peneliti untuk meneliti secara rinci suatu fenomena tertentu dalam konteks tertentu, yaitu representasi identitas mahasiswa FAI UMB melalui konten visual yang diunggah di TikTok.

Teknik pengambilan informan menggunakan Teknik purposive sampling. Sampling purposive adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu yang dilakukan oleh peneliti sendiri yang didasarkan pada ciri atau sifat-sifat populasi yang

³⁰ Yuliani, "DISERTASI PRESENTASI DIRI AKTOR POLITIK DI MEDIA SOSIAL (Studi Pada : Akun Instagram @rohidin.Mersyah Dan Akun Tik Tok @helmihasanchannel)."

³¹ Yuliani.

³² prof. dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*, *Proceedings of the National Academy of Sciences*, vol. 3, 2023, <http://dx.doi.org/10.1016/j.bpj.2015.06.056><https://academic.oup.com/bioinformatics/article-abstract/34/13/2201/4852827>[internal-pdf://semisupervised-3254828305/semisupervised.ppt](https://academic.oup.com/bioinformatics/article-abstract/34/13/2201/4852827/internal-pdf)<http://dx.doi.org/10.1016/j.str.2013.02.005><http://dx.doi.org/10.1016/j.str.2013.02.005>

³³ Dr.Afrizal, *Metode Penelitian Kualitatif*, 2014.

³⁴ John W. Creswell, *Penelitian Kualitatif Dan Desain Riset Memilih Diantara Lima Pendekatan*, ed. 3 (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013).

sudah diketahui sebelumnya. Misalnya akan melakukan penelitian tentang kualitas makanan, maka sampel sumber datanya adalah orang yang ahli makanan ³⁵. Subjek penelitian terdiri dari lima orang mahasiswa aktif FAI UMB yang memiliki akun Tik Tok dan rutin melihat video berisi konten gaya berpakaian atau aktivitas sehari-hari yang menampilkan penampilan tren berpakaian. Karakteristik partisipan mencakup latar belakang program studi yang berbeda (Pendidikan Agama Islam dan Komunikasi Penyiaran Islam), jenis kelamin (tiga laki-laki dan dua perempuan), serta tingkat semester yang bervariasi (semester 4 hingga 6), aktif menggunakan aplikasi Tik Tok. Pengambilan data informan dilakukan secara purposive sampling dengan kriteria utama yaitu mahasiswa aktif Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Bengkulu (FAI UMB) dan aktif di Tik Tok minimal selama satu tahun.³⁶

Menurut sugiyono ³⁷, terdapat tiga teknik dalam pengumpulan data kualitatif yaitu: 1. Observasi Observasi adalah pengamatan dan pencatatan yang dilakukan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian 2. Wawancara (interview) Wawancara adalah kegiatan tanya jawab yang dilakukan oleh dua orang untuk bertukar informasi, sehingga dapat dikonstruksikan dalam sebuah makna yang mengacu pada suatu topik tertentu. Dokumentasi Dokumentasi merupakan cara mengumpulkan informasi secara baik secara visual, verbal maupun tulisan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui tiga metode utama. Pertama, observasi non-partisipatif pada video Tik Tok partisipan selama periode empat minggu bertujuan untuk mengidentifikasi gaya berpakaian dan cara penyajian identitas di dalam konten yang mereka unggah. Kedua, wawancara mendalam dilakukan baik secara tatap muka maupun daring melalui WhatsApp untuk menggali narasi subjektif informan terkait motivasi, pemaknaan identitas, dan pengalaman mereka di Tik Tok. Ketiga, dokumentasi berupa tangkapan layar video Tik Tok dan profil akun informan digunakan sebagai data pendukung yang membantu memperkuat temuan dari observasi dan wawancara.³⁸

Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa cara berpakaian mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Bengkulu di Tik Tok tidak hanya merefleksikan identitas akademik dan agama mereka, tetapi juga dipengaruhi oleh mode terkini dan preferensi pribadi. Hal ini mengindikasikan bahwa identitas yang diperlihatkan melalui cara berpakaian di Tik Tok adalah hasil dari interaksionisme simbolik, di mana para mahasiswa menterjemahkan arti sosial dari simbol-simbol pakaian dan merespons harapan dari audiens digital yang lebih besar. Identitas ini terlihat dari pilihan warna, cara berpakaian, dan konten yang mereka posting, yang mengintegrasikan nilai-nilai Islam dengan tampilan visual yang kreatif. Ciri-ciri informan yang terpilih mencakup latar

³⁵ Imam Machali, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 2021.

³⁶ Machali.

³⁷ Zuchri Abdussamad, *Metode Penelitian Kualitatif, Proceedings of the National Academy of Sciences*, vol. 3, 2015, <http://dx.doi.org/10.1016/j.bpj.2015.06.056> <https://academic.oup.com/bioinformatics/article-abstract/34/13/2201/4852827> <https://academic.oup.com/bioinformatics/article-abstract/34/13/2201/4852827/internal-pdf/semisupervised-3254828305/semisupervised.ppt> <http://dx.doi.org/10.1016/j.str.2013.02.005> <http://dx.doi.org/10.1016/j.str.2013.02.005>

³⁸ Abdussamad.

belakang pendidikan yang bervariasi (Pendidikan Agama Islam dan Komunikasi Penyiaran Islam), jenis kelamin (tiga pria dan dua wanita), serta semester yang berbeda (semester 4 hingga 6) saat mereka aktif menggunakan Tik Tok.

Table 1: Hasil Data Observasi

No	Jenis Kelamin	Program Studi	Prefensi Gaya Berpakaian	Penerapan Nilai Agama
1	Laki-laki	Komunikasi Penyiaran Islam	Casual dengan nuansa sporty	Memakai celana Panjang & baju lengan pendek
2	Perempuan	Komunikasi Penyiaran Islam	Hijab modern dengan warna pastel	Menutup aurat, tidak ketat
3	Laki-laki	Pendidikan Agama Islam	Streetwear dengan motif islami	Tetap sopan
4	Perempuan	Komunikasi Penyiaran Islam	Model hijab yang sedang tren	Menggunakan inner untuk menutup leher
5	Laki-laki	Pendidikan Agama Islam	Formal dengan sentuhan trendy	Baju kemeja lengan Panjang

Hasil tabel 1 dapat dijelaskan bahwa mahasiswa FAI UMB merepresentasikan identitas diri mereka melalui konten-konten visual media social pada platform Tik Tok. Dapat dilihat dari tabel di atas bahwa gaya berpakaian perempuan cenderung tetap sopan dan menjaga nilai keagamaan meskipun tetap dengan gaya berpakaian modern dari tren Tik Tok, begitu juga pada mahasiswa laki-laki. Bisa dilihat mahasiswa laki-laki juga memiliki gaya berpakaian yang modern sesuai tren Tik Tok tetapi tetap mempertahankan nilai keagamaannya sebagai mahasiswa FAI.

Representasi Identitas Mahasiswa melalui Gaya Berpakaian di Tik Tok

Representasi diri pada seorang mahasiswa adalah cara mereka menunjukkan siapa diri mereka melalui berbagai cara seperti cara berpakaian, tindakan, dan konten di media sosial. Penyampaian diri ini biasanya berkaitan dengan bagaimana individu ingin terlihat oleh orang lain, termasuk posisi sosial, prinsip-prinsip, dan gambaran yang ingin mereka ciptakan dalam lingkungan sosial atau di platform digital. Hal ini sejalan dengan teori interaksionisme simbolik, penciptaan representasi diri terjadi melalui interaksi social di mana arti dari symbol seperti busana atau konten digital diatur secara Bersama berdasarkan cara mereka melihat diri sendiri dan bagaimana orang lain melihat mereka. Tik Tok telah menjadi platform strategis bagi mahasiswa Fakultas Agama Islam (FAI) Universitas Muhammadiyah Bengkulu (UMB) untuk membangun dan mengkomunikasikan identitas diri mereka secara visual.

“karena menurut saya Tik Tok adalah aplikasi yang sering di akses anak muda zaman sekarang, jadi memudahkan saya dalam pembuatan video pendek yang kreatif dalam menyampaikan konten-konten visual yang menarik sesuai tren tetapi masih pada konteks islami” (1 2025).

Dari apa yang disampaikan oleh narasumber 1 bahwa melalui konten-kontennya, gaya berpakaian mereka tidak hanya mencerminkan identitas akademis dan religius mereka, tetapi juga dipengaruhi oleh tren fashion terkini dan preferensi pribadi masing-masing individu. Hal ini menunjukkan bahwa identitas mahasiswa tidak bersifat tetap, tetapi dinamis, dan terbentuk dari interaksi antara nilai-nilai agama, budaya populer, dan ekspresi diri individu. Ini sejalan dengan teori interaksionisme simbolik oleh George Herbert Mead mengenai *mind, self and society*³⁹. Yang mana di dalam teori ini, identitas seseorang atau self terbentuk melalui proses interaksi seseorang. Mahasiswa tidak memakai pakaian secara bebas namun mereka melihat penilaian dari orang lain akan gaya berpakaian yang mereka pakai (*society*). Dimana proses ini disebut sebagai (*mind*) atau pikiran mereka terhadap apa yang mereka temukan di media social terkait gaya berpakaian yang masih mencantumkan symbol-symbol mereka sebagai mahasiswa FAI, symbol sosial ini terbentuk seperti pakaian, tren atau gaya.⁴⁰

Melalui observasi pada video TikTok partisipan selama empat minggu, ditemukan bahwa mayoritas mahasiswa FAI UMB cenderung menggabungkan gaya berpakaian Islami dengan elemen tren mode modern. Yang mana dalam pemilihan warna, model pakaian, dan cara penyajian konten menjadi media simbolik dalam pembentukan identitas digital. Sebagaimana dikatakan oleh⁴¹, identitas bersifat dinamis dan dibentuk secara sosial melalui praktik digital yang berulang. Dalam konteks ini, mahasiswa FAI UMB tidak sekadar mengadopsi tren, tetapi juga merepresentasikan nilai-nilai keislaman melalui penampilan yang kreatif dan menarik.⁴²

“jadi mbak, bagi saya konten yang saya unggah pada Tik Tok itu bisa menjadi cerminan identitas saya, seperti gaya berpakaian saya yang sesuai syariat tapi tetap memadukan dengan tren fashion terkini, seperti warna hijab pastel, serta pakaian yang lagi tren” (2 2025).

Ucap narasumber perempuan dua, yang mana dapat dijelaskan bahwa Konten yang diposting oleh mahasiswa pada platform media sosial sering kali mencerminkan siapa diri mereka sesungguhnya, ini sehubungan dengan teori interaksionisme simbolik yang mana bahwa identitas mahasiswa terbentuk melalui interaksi simbolik antara nilai religius, tren fashion, dan ekspresi diri, di mana makna atas simbol seperti hijab dan gaya berpakaian dimaknai secara personal dan sosial sebagaimana dijelaskan dalam teori *mind, self, and society* dari George Herbert Mead⁴³. Mahasiswa yang memiliki keyakinan untuk mengekspresikan nilai-nilai agama mereka melalui cara berpakaian yang sesuai dengan ketentuan Syariah, seperti dengan menggunakan hijab, yang dipadukan dengan mode terkini, seperti memilih warna atau desain

³⁹ Nina Siti Salmaniah Siregar, “Kajian Tentang Interaksionisme Simbolik,” *Perspektif* 1, no. 2 (2016): 100–110, <https://doi.org/10.31289/perspektif.v1i2.86>.

⁴⁰ Siregar.

⁴¹ Muflikhah, Setiawan, and Faizal, “ANALISIS KONSTRUKSI IDENTITAS MELALUI TREN DRESS WELL DI TIKTOK.”

⁴² Muflikhah, Setiawan, and Faizal.

⁴³ Millah Zaimatul, “Dinamika Makna Jilbab Mahasiswi IAIN Ponorogo Di Era Trend Fashion Jilbab” 53, no. 9 (2019): 1–69.

pakaian yang modern. Pilihan pribadi juga terlihat jelas dalam pemilihan gaya berpakaian, aksesoris, atau cara pengambilan foto yang mencerminkan karakter mereka. Ini menunjukkan bahwa identitas mahasiswa terbentuk dari kombinasi antara nilai-nilai religius, budaya populer (seperti tren fashion), dan cara mereka mengekspresikan diri sebagai individu yang berbeda.

Pengaruh FOMO (Fear of Missing Out) terhadap Perubahan Gaya Berpakaian

Salah satu faktor utama yang mendorong mahasiswa FAI UMB untuk mengikuti tren fashion di TikTok adalah adanya rasa keinginan untuk ikut serta dalam hal yang baru atau FOMO (*Fear of Missing Out*). Keinginan untuk tidak ketinggalan ini timbul karena orang-orang memahami tren mode sebagai lambang sosial yang mencerminkan penerimaan, keberadaan, dan koneksi dengan komunitas mereka, sehingga mereka merasa terdorong untuk beradaptasi demi menjaga citra diri yang sesuai dalam interaksi sosial, baik di kehidupan sehari-hari maupun di media social seperti TikTok.⁴⁴ Hasil dari table 1 juga bisa menunjukkan bahwa sebagian besar dari mereka ada rasa ingin mengikuti perkembangan tren yang sedang viral.

“pasti ada kak, apalagi dapat dilihat sekarang kebanyakan mahasiswa telah memilih penggunaan fashion tren kekinian, maka saya padukan tren tersebut dengan tidak menghilangkan nilai-nilai keagamaan saya sebagai *salah satu mahasiswa FAI, saya juga sering melihat perkembangan-perkembangan fashion zaman sekarang supaya tidak dibilang ketinggalan zaman outfitnya*” (3 2025).

Sebagai contoh, seorang partisipan laki-laki menyatakan bahwa ia sering mengubah gaya berpakaian setelah melihat konten fashion dari akun-akun populer di TikTok. Ini sejalan dengan pemikiran Mead mengenai (*mind*), dimana seseorang menggunakan pikiran mereka untuk menempatkan diri pada posisi orang lain, dan kemampuan dalam menggunakan symbol yang mempunyai makna yang sama, sehingga manusia akan mampu menafsirkan arti dari sebuah pikiran yang tepat. lalu Ia merasa perlu mengikuti tren agar tetap relevan dan diterima di lingkungan social (*society*).⁴⁵ Kondisi ini sejalan dengan hasil penelitian.⁴⁶ yang menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh yang kuat dalam menarik perhatian pengguna untuk mengikuti tren yang berkembang di masyarakat⁴⁷. Namun, meskipun FOMO memicu perubahan gaya berpakaian, beberapa partisipan masih melakukan seleksi berdasarkan nilai-nilai agama “*sebelum saya mengikuti tren terkini saya sering sekali menyesuaikan tren pakaian saya dengan identitas saya sebagai salah satu mahasiswa FAI*” (4 2025). Ucapan salah satu partisipan laki-laki yang menyatakan bahwa ia lebih memilih mengadaptasi tren dengan tetap mempertimbangkan kesesuaian dengan ajaran Islam. Ini menunjukkan adanya proses filtrasi antara pengaruh eksternal dan internalisasi nilai-nilai keagamaan.

Dinamika Norma Agama, Budaya Kampus, dan Globalisasi

⁴⁴ Devi Nabilla, Iria Aqza & Purnamasari, “Fomo Dan Trend Fashion Dalam Gaya Hidup Mahasiswa Kota Semarang (Studi Pada Spill Outfit Racun Shopee Haul),” *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi* 7, no. 1 (2024).

⁴⁵ Ahmad Khaerul Kholidi, Irwan, and Adi Faizun, “Interaksionisme Simbolik George Herbert Mead Di Era New Normal Pasca Covid 19 Di Indonesia,” *At-Ta’Lim* 2, no. 1 (2022): 1–12.

⁴⁶ Deriyanto et al., “Persepsi Mahasiswa Universitas Tribhuwana Tunggaladewi Malang Terhadap Penggunaan Aplikasi Tik Tok.”

⁴⁷ Deriyanto et al.

Mahasiswa FAI UMB memiliki latar belakang nilai agama yang kuat, yang seharusnya menjadi filter dalam menyerap pengaruh eksternal. Namun, kehadiran tren mode modern dan budaya populer di Tik Tok turut memengaruhi cara mereka berpakaian dan mengekspresikan diri secara visual. Hasil analisis menunjukkan adanya dinamika antara norma agama, budaya kampus, dan pengaruh global. Dalam perspektif interaksionisme simbolik, dinamika ini mencerminkan proses negosiasi makna yang terus berlangsung, di mana mahasiswa menafsirkan dan menyeimbangkan simbol-simbol religius serta tren global dalam membentuk identitas diri, yang dapat diterima dalam berbagai konteks sosial, baik lokal maupun digital.⁴⁸

“untuk cara berpakaian tentunya ada, kami sebagai mahasiswa FAI dituntut untuk memakai pakaian yang sopan, seperti pada perempuan menggunakan rok atau gamis, sedangkan laki-laki memakai celana Panjang dan atasan yang sopan, tetapi kami tetap memadukan sesuai dengan tren sekarang”(1 2025).

Dari pernyataan partisipan di atas ia menjelaskan bahwa mereka mendapat masukan dari dosen mengenai pentingnya menjaga identitas sebagai mahasiswa Fakultas Agama Islam. Meski demikian, ada juga tekanan dari lingkungan virtual untuk tetap “kekinian” dan relevan dengan tren yang berkembang. Ini sejalan dengan teori interaksionisme simbolik, di mana identitas mahasiswa terbentuk melalui interaksi sosial yang melibatkan berbagai simbol dan makna (Dadi 1998), seperti nasihat dari dosen (norma tradisional) dan tren media sosial (aspirasi modern). Dalam konteks ini, mahasiswa memaknai simbol-simbol tersebut melalui proses berpikir (*mind*), menyesuaikan diri dengan harapan sosial (*society*), dan membentuk jati diri mereka (*self*) di tengah tarik menarik antara nilai keagamaan dan tuntutan budaya populer digital. Fenomena ini mencerminkan kompleksitas identitas mahasiswa Islam di ruang digital, di mana mereka harus menyeimbangkan antara norma tradisional dan aspirasi modern.⁴⁹

Pakaian yang sesuai untuk umat Islam sangatlah penting dan mencakup berbagai aspek: Pertama, berpakaian yang teratur, bersih, dan sopan merupakan karakteristik khas dari umat Islam. Ajaran Islam mendorong para pengikutnya untuk merawat penampilan guna menunjukkan penghormatan kepada diri dan orang lain. Selain itu, pakaian yang sesuai dengan Syariat Islam memiliki tujuan untuk mempertahankan martabat, menghindari perilaku yang tidak senonoh, dan mencerminkan nilai-nilai kesopanan. Di samping itu, mengenakan pakaian yang selaras dengan Syariat Islam juga menunjukkan identitas dan komitmen terhadap ajaran agama, serta mendukung pengembangan budaya dan tradisi Islam. Oleh karena itu, memilih pakaian yang pantas bagi umat Islam bukan hanya soal penampilan, tetapi juga merupakan wujud ketaatan, kesopanan, dan usaha untuk menjaga martabat pribadi

⁴⁸ Anugerah et all. Harefa Tatema, *Dasar-Dasar Ilmu Sosial Dan Budaya Prespektif Teori Dan Aplikasi*, 2002.

⁴⁹ Ahmad Dadi, “Interaksionisme Simbolik,” *Komunikasi Antar Budaya* 9, no. 2 (1998): 302.

dan komunitas Muslim⁵⁰. Menurut⁵¹, media sosial memainkan peran penting dalam konstruksi identitas mahasiswa, termasuk dalam hal gaya berpakaian. Dalam konteks penelitian ini, TikTok menjadi arena di mana identitas multi- dimensi dibentuk, yaitu perpaduan antara norma agama, budaya populer, dan individualitas. Proses ini bukanlah bentuk penyerapan pasif terhadap pengaruh luar, tetapi lebih kepada negosiasi aktif antara berbagai aspek identitas.⁵²

Strategi Visual dalam Membangun Identitas Digital

Selain gaya berpakaian, cara penyajian konten juga menjadi bagian penting dalam representasi identitas mahasiswa FAI UMB di TikTok. Analisis visual dokumentasi menunjukkan bahwa partisipan cenderung menggunakan editing video yang menarik, musik trending, dan caption yang mengandung pesan edukatif atau religius. Pendekatan ini mencerminkan upaya mereka untuk menyesuaikan diri dengan estetika platform sekaligus tetap menjaga integritas identitas keagamaan. Dalam pandangan interaksionisme simbolik, pendekatan ini mencerminkan bahwa pelajar secara aktif memanfaatkan symbol-simbol⁵³, digital seperti lagu, gambar, dan tulisan sebagai sarana komunikasi untuk membentuk pemahaman tentang diri mereka, sembari menegosiasikan identitas mereka agar tetap sesuai dan diterima di dalam komunitas media social tanpa mengabaikan prinsip-prinsip yang mereka pegang.⁵⁴

“saya sendiri tentu membuat konten-konten terkait pesan edukasi yang religius tetapi tetap kekinian yang menggunakan music trending, karena kan kebanyakan anak-anak sekarang menyukai konten islami untuk dijadikan bahan motivasi, sehingga dapat diterima pada para penonton di aplikasi Tik Tok ” (5 2025).

Dari pernyataan narasumber kelima diungkapkan bahwa ia menggabungkan lagu populer di Tik Tok dengan narasi tentang nilai-nilai Islam, sehingga konten mereka mudah diterima oleh audiens luas tanpa meninggalkan esensi dakwah. Strategi ini dapat dilihat sebagai bentuk adaptasi kreatif dalam rangka memperluas jangkauan dan pengaruh di dunia digital⁵⁵. Penelitian menyatakan bahwa di era digital saat ini, identitas seseorang tidak hanya dibentuk melalui interaksi langsung, tetapi juga melalui representasi visual di ruang digital. Oleh karena itu, mahasiswa FAI UMB tidak hanya berperan sebagai individu yang mengekspresikan diri, tetapi juga sebagai agen perubahan yang memanfaatkan media sosial sebagai wadah untuk menyebarkan nilai-nilai positif.⁵⁶

⁵⁰ Abu Emina Elies, “Cleanliness and Pleasant Appearance in Islam,” 2018, <https://www.abuaminaelias.com/cleanliness-and-pleasant-appearance-in-islam/>.

⁵¹ Wulansari et al., “Pengaruh Media Sosial Terhadap Konstruksi Identitas Mahasiswa Universitas Jember.”

⁵² Wulansari et al.

⁵³ Aftonur Rosyad, Universitas Pangeran, and Diponegoro Nganjuk, “Interaksi Simbolik Dan Religiusitas Siswa Katholik Dan Muslim Di SMAK Agustinus Kediri” 5, no. 1 (2024): 11–30.

⁵⁴ Rosyad, Pangeran, and Nganjuk.

⁵⁵ Pertiwi, “Konsumsi Media Sosial Tik Tok Pada Mahasiswa Universitas Sriwijaya Kampus Indralaya.”

⁵⁶ Pertiwi.

Penutup

Berdasarkan hasil analisis, Penelitian ini menunjukkan bahwa TikTok menjadi media strategis bagi mahasiswa Fakultas Agama Islam (FAI) Universitas Muhammadiyah Bengkulu dalam membentuk dan mengekspresikan identitas diri yang kompleks. Identitas tersebut merupakan gabungan dari nilai-nilai religius, budaya populer, serta preferensi dan ekspresi pribadi. Gaya berpakaian mahasiswa di TikTok tidak hanya merefleksikan komitmen terhadap ajaran agama Islam dan identitas akademik, namun juga dipengaruhi oleh tren fashion kekinian dan dorongan psikologis seperti Fear of Missing Out (FOMO). Dalam proses pembentukan identitas ini, mahasiswa FAI melakukan negosiasi makna antara norma keagamaan, budaya kampus, dan tekanan globalisasi digital. Mereka menampilkan konten dengan visual kreatif, musik trending, dan narasi religius sebagai bentuk strategi untuk menjaga relevansi di ruang digital tanpa meninggalkan nilai-nilai syariat.

Simbol-simbol seperti hijab, pakaian syar'i, warna-warna pastel, dan elemen mode modern digunakan secara sadar untuk menyampaikan pesan identitas yang dapat diterima oleh audiens luas di TikTok. Dengan menggunakan teori interaksionisme simbolik George Herbert Mead, penelitian ini menekankan bahwa identitas mahasiswa tidak bersifat statis, melainkan dinamis dan dibentuk melalui interaksi sosial, baik langsung maupun virtual. Proses representasi ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya menjadi sarana ekspresi diri, tetapi juga alat dakwah kreatif dan arena pembentukan identitas religius di era digital. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan kebijakan pemanfaatan media sosial di lingkungan kampus serta memberikan kontribusi terhadap studi-studi lanjutan mengenai identitas digital mahasiswa Muslim di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- 1, P. Narsum. 2025. "Wawancara."
 - 2, P. Narsum. 2025. "Wawancara."
 - 3, L. Narasumber. 2025. "Wawancara."
 - 4, L. Narasumber. 2025. "Wawancara."
 - 5, L. Narasumber. 2025. "Wawancara."
- AC Sari, R Hartina, R Awalita, H Irianti, N. Ainun. 2018. "Komunikasi Dan Media Sosial." *Jurnal The Messenger* (December).
- Afandi, Yahya. 2019. "Gereja Dan Pengaruh Teknologi Informasi 'Digital Ecclesiology.'" *Fidei: Jurnal Teologi Sistematis Dan Praktika* 1(2):270–83. doi: 10.34081/270033.
- Astrid Nasution, Octy, Yohanes Bahari, and Jl H. Hadari Nawawi. 2024. "Kemiskinan Pada Gelandangan Dan Pengemis (Gepeng) Diperkotaan: Perspektif Teori Habitus Oleh Pierre Bourdieu." *Journal on Education* 07(01):4591–98.
- Athala, Muhammad Aufar, and Saidatunnisa Rahmawati. 2023. "Pengaruh Islam Dalam Cara Berpakaian Masyarakat Modern." *Journal Islamic Education* 1(4):270–79.
- Creswell, John W. 2013. *Penelitian Kualitatif Dan Desain Riset Memilih Diantara Lima Pendekatan*. edited by 3. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Deriyanto, Demmy, Fathul Qorib, Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Tribhuwana, and Tunggadewi Malang. 2020. "Persepsi Mahasiswa Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang Terhadap Penggunaan Aplikasi Tik Tok." *Jisip* 7(2):77.
- Derung, Teresia Noiman. 2017. "Interaksionisme Simbolik Dalam Kehidupan

- Bermasyarakat.” *SAPA - Jurnal Kateketik Dan Pastoral* 2(1):118–31. doi: 10.53544/sapa.v2i1.33.
- Elies, Abu Emina. 2018. “Cleanliness and Pleasant Appearance in Islam.”
- Fauzi, Ahmad. 2016. “Pakaian Wanita Muslimah Dalam Perspektif Hukum Islam.” *Iqtishodia: Jurnal Ekonomi Syariah* 1(1):41–58. doi: 10.35897/iqtishodia.v1i1.56.
- Felix, Antonius, Dimas Okta Briyanti, Felix Melvin Young, Ivan Livaro, and William Wijaya. 2023. “Strategi Identitas Digital: Analisis Personal Branding Di Platform Tiktok.” *JDMR Jurnal Digital Media & Relationship* 5(2):92–100.
- Firamadhina, Fadhlizha Izzati Rinanda, and Hetty Krisnani. 2021. “PERILAKU GENERASI Z TERHADAP PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK: TikTok Sebagai Media Edukasi Dan Aktivisme.” *Share : Social Work Journal* 10(2):199. doi: 10.24198/share.v10i2.31443.
- Imran, Hasyim Ali. 2014. “Pola Penggunaan Media Komunikasi.” *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media* 17(1):1. doi: 10.31445/jskm.2013.170101.
- Lady, Happy Herryloveita. 2023. “Analisis Personal Branding Pada Media Sosial Tiktok @Yogayogikembar.” (5974):32–33.
- Madhani, Luluk Makrifatul, Indah Nur Bella Sari, and M. Nurul Ikhsan Shaleh. 2021. “Dampak Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Perilaku Islami Mahasiswa Di Yogyakarta.” *At-Thullab: Jurnal Mahasiswa Studi Islam* 3(1):627–47. doi: 10.20885/tullab.vol3.iss1.art7.
- Maloka, Aulia Rahma Putri. 2024. “Perencanaan Buku Ilustrasi Style Fashion Bagi Remaja Gen Z Untuk Meningkatkan Self-Esteem Melalui Berpakaian.”
- Maulida, Aisyah Ichسانی, Pitri Noviyanti, and Wahyunengsih Wahyunengsih. 2022. “The Effect of Using TikTok on Z Generation Etiquette.” *IJIP : Indonesian Journal of Islamic Psychology* 4(2):80–87. doi: 10.18326/ijip.v4i2.47.
- Mubbdion, Abdul, and M. Rizal Ardiansah Putra. 2024. “Analisis Konsep Diri Influencer Mahasiswa Ilmu Komunikasi Di Universitas Muhammadiyah Buton Dalam Membangun Personal Branding Di TikTok.” 4.
- Muflikhah, Atikah, Purwoko Dwicahyo Setiawan, and Ahmad Riza Faizal. 2025. “ANALISIS KONSTRUKSI IDENTITAS MELALUI TREN DRESS WELL DI TIKTOK.” 8(2).
- Muhamad Parhan. 2022. “Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah Di Kalangan Mahasiswa Muslim UPI.” *Jurnal Ilmu Dakwah Dan Komunikasi Islam* 1(1):13.
- Murtopo, Bahrūn Ali. 2020. “Etika Berpakaian Dalam Islam: Tinjauan Busana Wanita Sesuai Ketentuan Islam.” *TAJDID: Jurnal Pemikiran Keislaman Dan Kemanusiaan* 1(2):243–51. doi: 10.52266/tadjid.v1i2.48.
- Musta’in, Mustaâ€™in. 1970. ““TEORI DIRI’ SEBUAH TAFSIR MAKNA SIMBOLIK (PENDEKATAN TEORI DRAMATURGI ERVING GOFFMAN).” *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 4(2):269–83. doi: 10.24090/komunika.v4i2.154.
- Nadila, Siti, Tenri Ajeng Fitriya, Alimuddin Unde, and Syamsuddin Aziz. 2018. “Pengungkapan Identitas Diri Melalui Media Sosial: Studi Mengenai Etnografi Virtual Melalui Vlog.” *Jurnal Komunikasi KAREBA* 7(1):83–92.
- Ngafifi, Muhamad. 2021. “KEMAJUAN TEKNOLOGI DAN POLA HIDUP MANUSIA

- Representasi Identitas Mahasiswa Melalui Gaya Berpakaian Di Tiktok (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Bengkulu)*
DALAM PERSPEKTIF SOSIAL BUDAYA.” *Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi Dan Aplikasi* 2(1):33–47.
- Pertiwi, Shafirah. 2022. “Konsumsi Media Sosial Tik Tok Pada Mahasiswa Universitas Sriwijaya Kampus Indralaya.” *Jurnal Empirika* 6(2):122–38. doi: 10.47753/je.v6i2.109.
- Rosana, Anita Septiani. 2010. “Kemajuan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Dalam Industri Media Di Indonesia.” *Gema Eksos* 5(2):146–48.
- Wulansari, Yunita Dwi, Julia Shandra Afcarina, Shalsa Aina Widi Zahrafani, and Wafiatul Afifah. 2024. “Pengaruh Media Sosial Terhadap Konstruksi Identitas Mahasiswa Universitas Jember.” *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis* 4(2):336–46. doi: 10.37481/jmh.v4i2.768.
- Yuliani, Hafri. 2024. “DISERTASI PRESENTASI DIRI AKTOR POLITIK DI MEDIA SOSIAL (Studi Pada : Akun Instagram @rohidin.Mersyah Dan Akun Tik Tok @helmihasanchannel).”