

EKSTERNALISASI GAYA PAKAIAN *THE NURULS* GENERASI Z DALAM BERPAKAIAN ISLAMI DI KABUPATEN BOGOR

¹Nayla Sarah [Institut Agama Sahid, Bogor, 16810, Indonesia]

²Erna Ernawati [Institut Agama Sahid, Bogor, 16810, Indonesia]

³Aldi Surizkika [Institut Agama Sahid, Bogor, 16810, Indonesia]

E-mail: naylasarah1520@gmail.com

Abstract

The majority of various groups, including generation Z, choose a simple style of clothing as their daily clothing style with a percentage of 73%. On the other hand, Islamic clothing is often juxtaposed with the idea of "fast fashion" which aims to combine modesty with a fashionable style. very popular with generation Z. The externalization of The Nuruls' clothing style in this case can be seen in their efforts to balance the diversity of global fashion trends with religious obligations. The aim of this research is to determine the process of externalizing Nurul's fashion style in generation Z in Islamic clothing. This research method uses qualitative methods. The results suggest that Generation Z's externalization process involves observing, adopting, and expressing external inspiration into the individual's personal style identity. In conclusion, there are significant changes in the clothing style of generation Z in Bogor Regency.

Keywords: Fashion, Clothing Styles According to Islam, Generation Z.

Abstrak

Mayoritas dari berbagai kalangan termasuk generasi Z memilih gaya busana *simple* sebagai gaya berpakaian sehari-hari dengan persentase 73%. Di sisi lain, pakaian islami sering kali disandingkan dengan ide "fast fashion" yang bertujuan untuk menggabungkan kesopanan dengan gaya yang modis, hal ini sangat disukai oleh generasi Z. Eksternalisasi gaya pakaian The Nuruls dalam hal ini dapat terlihat pada upaya untuk menyeimbangkan antara keberagaman tren mode global dengan kewajiban agama. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui proses eksternalisasi gaya pakaian The Nuruls generasi Z dalam berpakaian islami. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Hasil menunjukkan proses eksternalisasi generasi Z melibatkan pengamatan, adopsi, dan ekspresi dari inspirasi luar ke dalam identitas gaya pribadi individu. Kesimpulannya ialah adanya perubahan signifikan dalam gaya berpakaian generasi Z Kabupaten Bogor.

Kata Kunci: Mode Busana, Gaya Pakaian Menurut Islam, Generasi Z.

PENDAHULUAN

Menurut Databoks katadata, Populix merilis survei yang bertajuk "*Indonesia in 2022: Looking at Fashion Trends & Economy Revival*" mayoritas masyarakat Indonesia dari berbagai kalangan memilih gaya busana *simple* sebagai gaya berpakaian sehari-hari dengan persentase 73%. Adapun berdasarkan usia, gaya berpakaian *simple* pun menjadi pilihan bagi semua kalangan. Hal ini menunjukkan mayoritas masyarakat lebih menyukai pakaian sederhana dan nyaman namun tetap *fashionable* untuk dipakai sehari-hari. Selain berpakaian *simple* 73%, ada gaya busana kasual 68%, *sporty* 35%, dan *vintage* 22% (Dihni, 2022).

Berbagai macam pilihan mode busana yang ada saat ini, memungkinkan setiap orang untuk berpakaian sesuai dengan gaya hidup mereka sendiri. Di tengah masyarakat yang cenderung ingin tampil dengan barang-barang baru, merek-merek ternama menjadi pilihan, mayoritas masyarakat memilih tampil gaya dengan pakaian tren terbaru yang layak pakai (Safitri, 2019). Tren memakai pakaian sederhana semakin populer di kalangan masyarakat saat ini. Mode busana *simple* menawarkan kemudahan dan kenyamanan dalam gaya berpakaian sehari-hari. Oleh karena itu, masyarakat cenderung memilih pakaian yang minimalis, dengan desain yang sederhana dan warna yang netral. Mode busana *simple* memberikan kesan sederhana dan

mudah dipadukan dengan berbagai aksesoris atau *outerwear* yang dapat mengubah tampilan secara sederhana.

Tren saat ini yang sedang ramai diperbincangkan ialah *fast fashion outfit* salah satunya ialah *The Nuruls*. *The Nuruls* adalah *slang word* untuk perempuan terutama yang berhijab dengan ciri khas tertentu (Irawan, 2024). Gaya pakaian *The Nuruls* banyak sekali digunakan oleh anak muda karena pakaiannya termasuk *simple* dan mudah sekali untuk dikenakan sehari-hari, *The Nuruls* membudaya dan tanpa disadari digemari oleh segala lapisan masyarakat di Indonesia. Tren *The Nuruls* memberikan ruang bagi perempuan berhijab untuk mengekspresikan diri mereka dengan gaya busana yang unik dan kreatif. Mereka dikenal memiliki keahlian dalam menggabungkan hijab dengan pakaian saat ini, menggabungkan elemen-elemen tradisional dengan tren fashion terkini, menyusun pakaian dengan menggabungkan berbagai item yang berbeda, menciptakan gaya unik dan memikat. Hal ini memperluas pandangan tentang keberagaman dalam fashion dan mempromosikan inklusivitas dalam mode industri.

The Nuruls umumnya hanya sebutan untuk kelompok tertentu terlebih ialah perempuan berhijab, seiring berjalannya waktu hal ini menjadi stereotype yang dibuat oleh masyarakat sendiri. Pada podcast yang dipandu oleh Deddy Corbuzier dan Vidi Aldiano, konten kreator Halda Rianta menyebutkan *The Nuruls* merujuk kepada sekelompok anak muda, terutama pada kaum perempuan yang sering berkumpul atau nongkrong di suatu tempat sambil bersenang-senang, seperti berjoget-joget ria (Irawan, 2024).

Anak muda yang dimaksud adalah generasi Z yang terdiri dari individu-individu yang lahir antara pertengahan 1990-an hingga pertengahan 2000-an (Wening & Kusumadewi, 2023). Generasi ini sangat erat kaitannya dengan teknologi dan informasi, sehingga generasi Z dapat dengan mudah mengikuti perkembangan *fashion* terbaru, terutama produk *fast fashion* yang terus menerus menghadirkan tren terbaru. Generasi Z menjadi target pasar yang menjanjikan bagi *fast fashion*, karena generasi Z dianggap

mampu membuat keputusan gaya mereka sendiri. Generasi Z cenderung memakai pakaian kekinian sebagai bentuk ekspresi diri dan identitas, dengan mengenakan pakaian yang sesuai dengan gaya mereka, mereka dapat merasa masuk dalam kelompok sosial yang mereka kenali.

Generasi Z memiliki gaya *fashion* yang unik dan beragam. Generasi Z seringkali memadukan elemen-elemen dari berbagai era dan gaya fashion sebelumnya untuk menciptakan tampilan yang unik dan kreatif. Generasi Z tidak takut untuk bereksperimen dengan warna, pola, dan aksesoris yang mencolok, menciptakan gaya yang segar dan berani. Salah satu ciri khas *fashion* generasi Z adalah mengikuti tren fashion terkini, terlebih ialah perempuan. Perempuan generasi Z memiliki kebebasan dalam memilih tren *fashion* sesuai dengan situasi dan kondisi tertentu (Choirunnisa & Setiawan, 2023). Generasi Z juga sangat kreatif dalam menggabungkan pakaian dan aksesoris. Generasi Z seringkali memadukan item-item fashion yang tidak biasa dan tidak lazim, menciptakan tampilan yang *out-of-the-box* dan unik. Mereka tak segan-segan mencoba kombinasi yang tidak konvensional atau mengenakan aksesoris yang mencolok. Secara keseluruhan, *fashion* generasi Z adalah tentang keberanian untuk bereksperimen dan menjadi diri sendiri terutama generasi Z perempuan berhijab.

Sedangkan berpakaian menurut Islam terutama perempuan, pakaian dianggap memenuhi syariat Islam apabila perempuan menutup auratnya dengan benar. Dan adapun sebaik-baiknya pakaian perempuan adalah pakaian yang dapat menutup aurat, yaitu menutup seluruh tubuh kecuali wajah dan telapak tangan, sehingga tidak memicu fitnah atau hal-hal negatif lainnya (Iskandar & Adji, 2022).

Melihat generasi Z yang cenderung berpakaian modern seperti mode busana *The Nuruls*, terlebih lagi adalah perempuan berhijab, memberikan informasi bahwa globalisasi dan karakteristik dari para generasi Z membuat pemilihan model dari pakaian semakin banyak, namun banyak diantara mereka berpakaian tidak sesuai dengan syariat Islam. Pada latar belakang tersebut peneliti

tertarik untuk mengurai bagaimana proses eksternalisasi gaya pakaian *The Nuruls* generasi Z dalam berpakaian islami di Kabupaten Bogor. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui proses eksternalisasi gaya pakaian *The Nuruls* generasi Z dalam berpakaian islami di Kabupaten Bogor.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini, metode yang digunakan oleh peneliti adalah metode kualitatif. Peneliti menggunakan metode kualitatif karena jenis penelitian ini mengandalkan pemahaman realitas sosial. Data yang digunakan ialah data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan secara langsung dari lokasi penelitian dan data sekunder diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang peneliti butuhkan. Pengolahan data yang dilakukan adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses eksternalisasi secara sederhana dipahami sebagai proses visualisasi atau verbalisasi pikiran dari dimensi batiniah ke dimensi lahiriah. Proses eksternalisasi sendiri menjadi bagian yang sangat penting dalam kehidupan individu dunia sosio-kulturalnya (Rifai, 2020).

Pada penelitian ini, beberapa generasi Z dari alumni pondok pesantren mengalami perubahan dalam segi berpakaian, terlebih lagi ialah perempuan. Gaya berpakaian itu berubah seperti yang awalnya memakai gamis berubah menjadi rok, dari rok berubah menjadi celana, gaya kerudung yang tadinya dipanjangkan menjadi lebih disingkatkan. Perubahan ini mendeskripsikan dirinya melalui faktor-faktor dalam bentuk alasan-alasan mengapa generasi Z pada alumni pondok pesantren merubah gaya pakaian ketika sudah lulus dari pondok. Faktor-faktor yang merubah penampilan tersebut bisa berasal dari eksternal maupun internal. Faktor eksternal biasanya berasal dari luar diri individu itu sendiri yang terpengaruh dari dunia luar atau lingkungan pribadi, sedangkan faktor internal biasanya berasal dari keinginan individu tanpa ada dorongan dari siapapun

Salah satu gaya pakaian yang alumni generasi Z ikuti sedikitnya ialah cara

berpakaian yang menyerupai *The Nuruls*. Santri maupun alumni pondok pesantren terlebih ialah perempuan, pada awalnya berasumsi bahwa pakaian tersebut tidak sesuai dengan syariat islam. Namun, dalam hal ini beberapa dari alumni pondok pesantren generasi Z mempunyai pandangan lain terhadap gaya pakaian yang memakai celana ataupun cara pakai kerudung/hijab yang didasari oleh proses eksternalisasi yang dilakukan alumni pondok pesantren generasi Z khususnya perempuan.

Proses eksternalisasi atau cara seseorang mengekspresikan diri dapat terjadi melalui interaksi sosial, lingkungan, dan media. Interaksi sosial melibatkan komunikasi dan hubungan langsung antara individu dengan individu lainnya. Interaksi tersebut bisa dari keluarganya, temannya, atau orang lain yang suka berinteraksi dengannya. Lingkungan dimana tempat seseorang tinggal pun memiliki peran dalam membentuk bagaimana orang memilih dan mengenakan pakaian generasi Z ini. Sedangkan media sendiri melibatkan komunikasi yang dimediasi melalui alat atau platform teknologi yang memungkinkan bisa menunjukkan ekspresi diri tanpa interaksi langsung.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, lingkungan individu memiliki peran penting dalam berpakaian, RNZ (22) menyampaikan bahwa lingkungan keluarganya memiliki aturan berpakaian yang begitu strict sehingga dapat mempengaruhi cara berpakaian RNZ, walaupun begitu RNZ (22) tetap dibolehkan memakai pakaian yang ia suka asal tidak melewati batas, selagi berada dibawah kontrol dan pengawasan orang tuanya. Hal ini dikuatkan dengan penelitian terdahulu yang mengatakan bahwa peran keluarga dan kerabat cenderung memberikan arahan untuk memakai busana yang rapih (Utami, 2018).

Beda hal nya dengan informan DPS (22) dan IF (22) menyatakan bahwa lingkungan keluarga DPS (22) dan IF (22) tidak memiliki aturan khusus dalam berpakaian, selagi itu tidak melewati batas dan nyaman bagi mereka. Hal ini dikuatkan juga oleh penelitian terdahulu yang mengatakan bahwa keluarga dan kerabat memberikan arahan untuk

berpenampilan dengan mengutamakan kenyamanan (Utami, 2018).

Informan mengakui bahwa dalam proses eksternalisasinya, informan menerima tips dan juga meminta saran dari teman-teman terdekat mengenai gaya pakaian yang cocok untuk informan. RNZ (22), RFA (22) dan IF (22) menjelaskan bahwa mereka cenderung mencari pendapat orang lain mengenai outfit yang cocok bagi informan melalui interaksi sosial yang aktif. RNZ (22), RFA (22) dan IF (22) lebih cenderung meminta saran daripada menerima komentar spontan mengenai cara berpakaian mereka. RNZ (22), RFA (22), dan IF (22) semuanya menunjukkan ketergantungan pada pendapat orang-orang terdekat seperti saudara atau teman ketika mereka merasa bingung atau membutuhkan tips dalam mencocokkan pakaian. Meskipun frekuensi meminta pendapat berbeda-beda, ketiganya menekankan pentingnya umpan balik dalam memilih pakaian yang cocok dengan preferensi dan bentuk tubuh mereka.

Selain itu faktor eksternal seperti media menjadi proses eksternalisasi juga karena apa yang informan lihat, apa yang informan terima, jika itu bagus untuk informan maka akan terinfluenasi.

RFA (22), DPS (22), IF (22), dan RNZ (22) menyampaikan bahwa inspirasi gaya berpakaian didapatkan dari berbagai sumber, terutama dari media sosial dan figur publik. RFA (22) terinspirasi gaya Alivia Fitri dan Anissa Salma, sementara DPS (22) mendapatkan referensi dari konten acak di TikTok. IF (22) terinspirasi oleh Julia Prassasti, tetapi tidak sepenuhnya meniru, lebih memilih gaya yang sopan dan sederhana. RNZ (22) mengagumi sosok tertentu namun merasa belum mampu sepenuhnya meniru gaya mereka. Secara keseluruhan, keempat individu itu mencari inspirasi dari sosok yang mereka kagumi, namun tetap mempertahankan identitas dan kenyamanan pribadi dalam berpakaian.

Eksternalisasi terbentuk dari beberapa faktor yang diketahui dari apa yang informan lihat dan apa yang informan rasakan, melalui interaksi dengan teman terdekat ataupun juga dari lingkungan mereka. Dan efek dari media influencer sehingga menginspirasi RFA (22),

IF (22), RNZ (22), dan DPS (22). Proses eksternalisasi pada keempat individu ini melibatkan pengamatan, adopsi, dan ekspresi dari inspirasi luar ke dalam identitas gaya pribadi keempat individu tersebut. RFA (22), IF (22), RNZ (22), dan DPS (22) mengambil referensi dari media sosial, figur publik, dan orang-orang terdekat, kemudian mengintegrasikannya ke dalam ekspresi gaya pribadi mereka yang unik. Proses ini mencerminkan bagaimana keempat individu itu mengolah informasi eksternal dan mengekspresikan diri melalui pilihan pakaian dan penampilan.

Hal ini sesuai dengan "*The Social Construction of Reality A Treatise in the Sociology of Knowledge Society as a Human Product*" oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckman mengatakan "*The most general answer to this question is that social order is a human product. Or, more precisely, an ongoing human production. It is produced by man in the course of his ongoing externalization.*" (Ramirez & Lepez, 2023). Pernyataan tersebut menjelaskan realitas sosial tidak diberikan secara biologis atau bersumber dari lingkungan alam, melainkan diciptakan oleh manusia dalam interaksinya. Manusia, melalui eksternalisasi, menciptakan struktur sosial yang memungkinkan stabilitas dan keteraturan dalam kehidupan sehari-hari. Proses ini merupakan kebutuhan antropologis karena manusia harus menciptakan lingkungan yang stabil untuk mengarahkan tindakan dan keinginan sendiri.

SIMPULAN

Eksternalisasi *The Nuruls* dalam Berpakaian Islami di kalangan generasi Z alumni pondok pesantren di Kabupaten Bogor menunjukkan adanya perubahan signifikan dalam gaya berpakaian. Perubahan ini terutama terlihat pada alumni perempuan yang sebelumnya mengenakan gamis dan rok panjang, namun kemudian mulai mengadopsi gaya berpakaian yang lebih modern seperti memakai celana dan hijab yang lebih ringkas. Faktor eksternal yang mempengaruhi eksternalisasi ini meliputi interaksi sosial, lingkungan, dan media, sementara faktor internal berasal dari keinginan individu untuk

mengekspresikan diri secara berbeda setelah lulus dari pondok.

file:///C:/Users/ray/Downloads/11212-Article Text-41818-1-10-20200910.pdf

DAFTAR PUSTAKA

- Dihni, V. A. (2022). Survey: Mayoritas Masyarakat Indonesia Memilih Gaya Simple untuk Tren Busana 2022. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/15/survey-mayoritas-masyarakat-indonesia-memilih-gaya-simple-untuk-tren-busana-2022>
- Safitri, E. (2019). Pengaruh Faktor Sosial dan Pribadi Terhadap Perilaku Konsumen dalam Membeli Pakaian Layak Pakai di Pasar Tungging Kota Banjarmasin.
- Wening, S., & Kusumadewi, P. D. A. (2023). TREN BERKAIN GENERASI Z: PELUANG PENGEMBANGAN INDUSTRI KREATIF BIDANG BUSANA. <https://journal.uny.ac.id/index.php/ptbb/article/viewFile/68011/20550>
- Irawan, J. (2024). Apa Arti Kata The Nuruls? Bahasa Gaul di Kalangan Anak Muda yang Kini Viral di Berbagai Platform Media Sosial. Jawapos. <https://www.jawapos.com/infotainment/014035224/apa-arti-kata-the-nuruls-bahasa-gaul-di-kalangan-anak-muda-yang-kini-viral-di-berbagai-platform-media-sosial>
- Iskandar, R., & Adji, D. F. (2022). Menutup Aurat Dalam Pandangan Ulama Kontemporer. Madania: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman, 12(1), 28. <https://doi.org/10.24014/jiik.v12i1.19479>
- Choirunnisa, & Setiawan, H. (2023). Analisis Semiotika Standar Kecantikan Perempuan Di Era Generasi Z Melalui Media Sosial Tiktok : Akun Tiktok Jharna Bhagwani, Nanda Arsyinta. Journal of Social and Political Science, 3(Januari), 115–126. <https://jfisip.uniss.ac.id/>
- Utami, V. Y. (2018). PERAN KELUARGA DALAM PEMILIHAN BUSANA PADA MAHASISWA DISABILITAS (Studi Kasus : Mahasiswa Disabilitas Universitas Negeri Jakarta).
- Ramirez, J. D., & Lepez, C. O. (2023). The social construction of reality. Salud, Ciencia y Tecnologia - Serie de Conferencias, 2. <https://doi.org/10.56294/sctconf2023457>
- Rifai, M. (2020). KONSTRUKSI SOSIAL DA'I SUMENEPATAS PERJODOHAN DINI DI SUMENEP. Tabligh, 21.