

***TREND FASHION STYLE HIJAB***  
**DALAM INDUSTRI *FASHION* DI UNIQLO**  
**(STUDI KASUS HANA TAJIMA SIMPSON DALAM UNIQLO)**



**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Sarjana guna memperoleh gelar Sarjana*  
**Departemen Sastra Jepang**  
**Fakultas Ilmu Budaya**  
**Universitas Hasanuddin Makassar**

**OLEH :**

**SALAM MARINUS JAYA TAMAELA SAPAL**  
**F081171002**

**DEPARTEMEN SASTRA JEPANG**

**FAKULTAS ILMU BUDAYA**

**UNIVERSITAS HASANUDDIN**

**MAKASSAR**

**2021**



UNIVERSITAS HASANUDDIN  
FAKULTAS ILMU BUDAYA  
DEPARTEMEN SASTRA JEPANG

LEMBAR PENGESAHAN

Sesuai dengan surat penugasan Dekan Fakultas Ilmu Budaya Universitas Hasanuddin Nomor: 810/UN4.9.1/KEP/2021 pada tanggal 14 April 2021, dengan ini kami menyatakan menerima dan menyetujui skripsi yang berjudul “ *Trend Fashion Style Hijab Dalam Industri Fashion Di UNIQLO*” yang disusun oleh Salam Marinus Jaya Tamaela Sapal., NIM.F081171002 untuk diteruskan kepada panitia ujian skripsi Departemen Sastra Jepang Fakultas Ilmu Budaya Universitas Hasanuddin.



Makassar, 05 Agustus 2021

Konsultan I

Meta Sekar Puji Astuti, S.S., M.A., Ph.D  
NIP. 1971090320051 2 006

Konsultan II

Rudy Yusuf, S.S., M.Phil.  
NIP. 197911112008121002

Disetujui untuk diteruskan

kepada Panitia Ujian Skripsi

Ketua Departemen Sastra Jepang  
Fakultas Ilmu Budaya Universitas Hasanuddin

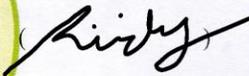
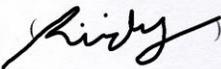
Meta Sekar Puji Astuti, S.S., M.A., Ph.D  
NIP. 19710903200501 2 006

**UNIVERSITAS HASANUDDIN**  
**FAKULTAS ILMU BUDAYA**  
**DEPARTEMEN SASTRA JEPANG**

Pada hari jumat tanggal 12 November 2021, Panitia Ujian Skripsi menerima dengan baik skripsi yang berjudul ***"Trend Fashion Style Hijab Dalam Industri Fashion di UNIQLO"*** yang diajukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana Sastra pada Departemen Sastra Jepang Fakultas Ilmu Budaya Universitas Hasanuddin.

Makassar, 12 November 2021

**Panitia Ujian Skripsi:**

1. Ketua : Meta Sekar Puji Astuti, S.S., M.A., Ph.D (  )
2. Sekretaris : Rudy Yusuf, S.S., M.Phill (  )
3. Penguji I : Drs. Dias Pradadimara, M.A., M.S (  )
4. Penguji II : Nurfitri, S.S., M.Hum (  )
5. Konsultan I : Meta Sekar Puji Astuti, S.S., M.A., Ph.D (  )
6. Konsultan II : Rudy Yusuf, S.S., M.Phill (  )

**SKRIPSI**

**TREND FASHION STYLE HIJAB**

**DALAM INDUSTRI FASHION DI UNIQLO**

Disusun dan diajukan oleh:

**SALAM MARINUS JAYA TAMAELA SAPAL**

No Pokok: F081171002

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian Skripsi

Pada tanggal 12 November 2021

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

UNIVERSITAS HASANUDDIN

Menyetujui

Komisi Pembimbing

Konsultan I

Konsultan II



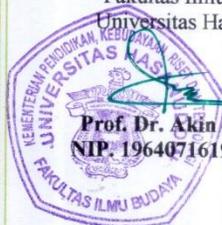
Meta Sekar Puji Astuti, S.S., M.A., Ph.D.  
NIP. 19710903200501 2 006



Rudy Yusuf, S.S., M.Phil.  
NIP. 1971090320051 2 006

Dekan  
Fakultas Ilmu Budaya  
Universitas Hasanuddin

Ketua Departemen Sastra Jepang  
Fakultas Ilmu Budaya  
Universitas Hasanuddin



Prof. Dr. Akin Duli, M.A.  
NIP. 19640716199103 1 010



Meta Sekar Puji Astuti, S.S., M.A., Ph.D.  
NIP. 19710903200501 2 006

**PERNYATAAN KEASLIAN**

***Trend Fashion Style Hijab Dalam Industri Fashion di UNIQLO***

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : SALAM MARINUS JAYA TAMAELA SAPAL

Nim : F081171002

Departemen : Sastra Jepang

Judul : *Trend Fashion Style Hijab Dalam Industri Fashion di UNIQLO*

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil penelitian sendiri, jika dikemudian hari ternyata ditemukan plagiarisme, maka saya bersedia mendapat sanksi sesuai hukum yang berlaku dan saya bertanggung jawab secara pribadi dan tidak melibatkan pembimbing dan penguji.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan tanpa paksaan ataupun tekanan dari pihak lain.

Makassar, 12 November 2021



**(SALAM MARINUS JAYA TAMAELA SAPAL)**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Ilahi Rabbi Allah S.W.T. Sholawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad S.A.W beserta para keluarga, para sahabat dan para pengikutnya seluruh umat Islam. Terimakasih ya Allah akhirnya penulis bisa menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“Trend Fashion Style Hijab Dalam Industri Fashion di UNIQLO (Studi kasus Hana Tajima Simpson di UNIQLO)”**

Saat penulisan Skripsi ini ada banyak Hal dan pengalaman yang penulis lalui, mulai dari pengambilan data langsung ke UNIQLO setiap pekan dan harus membagi waktu antara kerja dan kuliah, tapi Alhamdulillah skripsi ini bisa terselesaikan walaupun jauh dari kata sempurna.

Selanjutnya penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penulisan skripsi ini diantaranya adalah :

1. Kepada kedua orang tua dan keluarga yang telah membesarkan dengan penuh cinta dan kasih sayang, yang telah memberikan inspirasi, semangat, dukungan, sehingga penulis bisa masuk dan lulus di salah satu Perguruan Tinggi Negeri terbaik di Indonesia yaitu Universitas Hasanuddin Makassar dan bisa menyelesaikan skripsi ini.
2. Kepada saudaraku Ical sebagai sponsor selama kuliah. Marko, dengan dukungan sarana sepeda motornya. Nona, yang selalu memberi dukungan moral. Pajar, dengan segala kritik yang membangun. Lina, yang menemani untuk memotret

foto di UNIQLO untuk keperluan Skripsi dan Adit, selalu jadi *mood booster* dengan kelucuan-nya saat penulis sedang *stuck* saat mengerjakan skripsi, terimakasih juga untuk tante ku Selfianti Amd.kom yang selalu membantu penulis saat kuliah dan selalu mengingatkan penulis untuk sabar dalam mengerjakan skripsi dan om Adi samsir pabisi yang selalu mengantar ke kampus terimakasih atas dukungan kalian.

3. Ibu Meta Sekar Puji Astuti, S.S.,M.A.,Ph.D selaku pembimbing 1 yang telah memberikan saran selama proses pengerjaan skripsi. Dan saya selalu mengingat *quote* meta sensei kurang lebih seperti ini “ketika ditanya tips saya bisa lulus saya hanya bisa membuat pernyataan : saya bukan orang pintar, saya bukan orang yang sukses, hanya mungkin tuhan merasa kasihan dengan saya, saya terus merengsek dan terus melaju. So do it !!!”
4. Bapak Rudy Yusuf, S.S.,M.Phil selaku pembimbing II yang selalu menyempatkan waktu dan tenaganya untuk membimbing walaupun dalam keadaan yang kurang sehat, sensei selalu memberikan dukungan dan motivasi agar penulis semangat untuk mengerjakan skripsi. Sensei juga selalu punya metode agar mempermudah penulis dalam penulisan skripsi.
5. Bapak Dias Pradadimara, M.A yang selalu membantu dan memberikan ide serta masukan dari penulisan proposal hingga skripsi. Dan selalu berkata “kerja-kerja mi cepat skripsimu biar cepat wisuda”

6. Kepada dosen penguji bapak Dias Pradadimara M.S.,M.A Ibu Nurfitri S.S., M.Hum dan bapak atas bimbingan revisi Skripsi.
7. Ibu Uga yang membantu pengurusan berkas dari mahasiswa baru, KKN, hingga persyaratan ujian Skripsi dan Yudisium.
8. warits S.S yang selalu jadi teman yang selalu membantu dari mahasiswa baru sampai pengurusan berkas sidang skripsi serta menjadi pembimbing 3 yang selalu memperbaiki ejaan kata dan mencarikan kata-kata yang tepat untuk skripsi.
9. Aswar S.Hut teman 1 kost yang selalu membantu dalam suka maupun duka, selalu memberi semangat padahal dirinya yang tidak semangat. 😊
10. Semua teman angkatan 2017 Sastra Jepang yang selama ini berjuang bersama saat mahasiswa baru, terimakasih bantuanya selama 4 tahun ini. Afdal, Atha, Amin, Alda, Ana, Besse, Bena, Chan, Chyntia, Ewid, Fatiha, Fitrah, Fauziah, Iis, Ifa, Juliadi, Janet, Jannah, Jihan, Herman, Lutfi, Mutiah, Novi, Nadia, Rian, Ronald, Rayen, Tazkiah, Vonia. Truntut Atha, Rian, Fitrah. Terimakasih atas segala kerandoman dan asupan meme bergizinya. 😊
11. Marselina Sura S.S teman pertama saat penerimaan mahasiswa baru di Fakultas Ilmu Budaya dan selalu bertukar pikiran dengan penulis serta saling support untuk menyelesaikan studi. 😊
12. kepada kak Arisaka Edy atau kerap di sapa kak AI, terimakasih sudah membantu menjadi perantara ke dosen pembimbing dari proposal sampai sidang skripsi, kak Alief Nur Situdju terimakasih m sudah menjadi perantara saya dengan pak

Dias dan mengirimkan berkas lembar pengesahan dari Yogyakarta, terimakasih juga untuk kak Indra kaze atau kerap disapa papi, terimakasih telah menjadi sosok inspiratif, serta terimakasih juga untuk kak Jimmin Muslimin atau kerap disapa kajims yang selalu memberikan secangkir kopi dan cemilan kalau mampir ke Starbucks untuk kerja skripsi, serta senpaitachi dan kouhaitachi yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

13. kepada HIMASPA KM-FIB UH, telah menjadi keluarga bagi penulis, dan menyediakan ruang, terimakasih juga untuk PMB-UH LATENRITATTA perhimpunan mahasiswa bone yang menjadi saudara tak sedarah terimakasih telah menyediakan wadah bagi penulis untuk berproses. Juga untuk teman-teman KKN UNHAS GEL. 104 BONE 4 2020 atas pengalaman berharganya, kita tetap bersosialisasi ke puskesmas, pasar tradisional dan desa-desa tentang pencegahan covid-19 dan pola hidup sehat, serta teman-teman UKM KARATE-DO UNHAS, kalian luar biasa.
14. Serta seluruh pihak yang telah membantu dalam proses penulisan Skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Semoga Allah S.W.T. Dapat membalas segala kebaikan yang penulis terima, Amin ya Rabbal Alaimin.

Makassar, 12 November 2021

Penulis

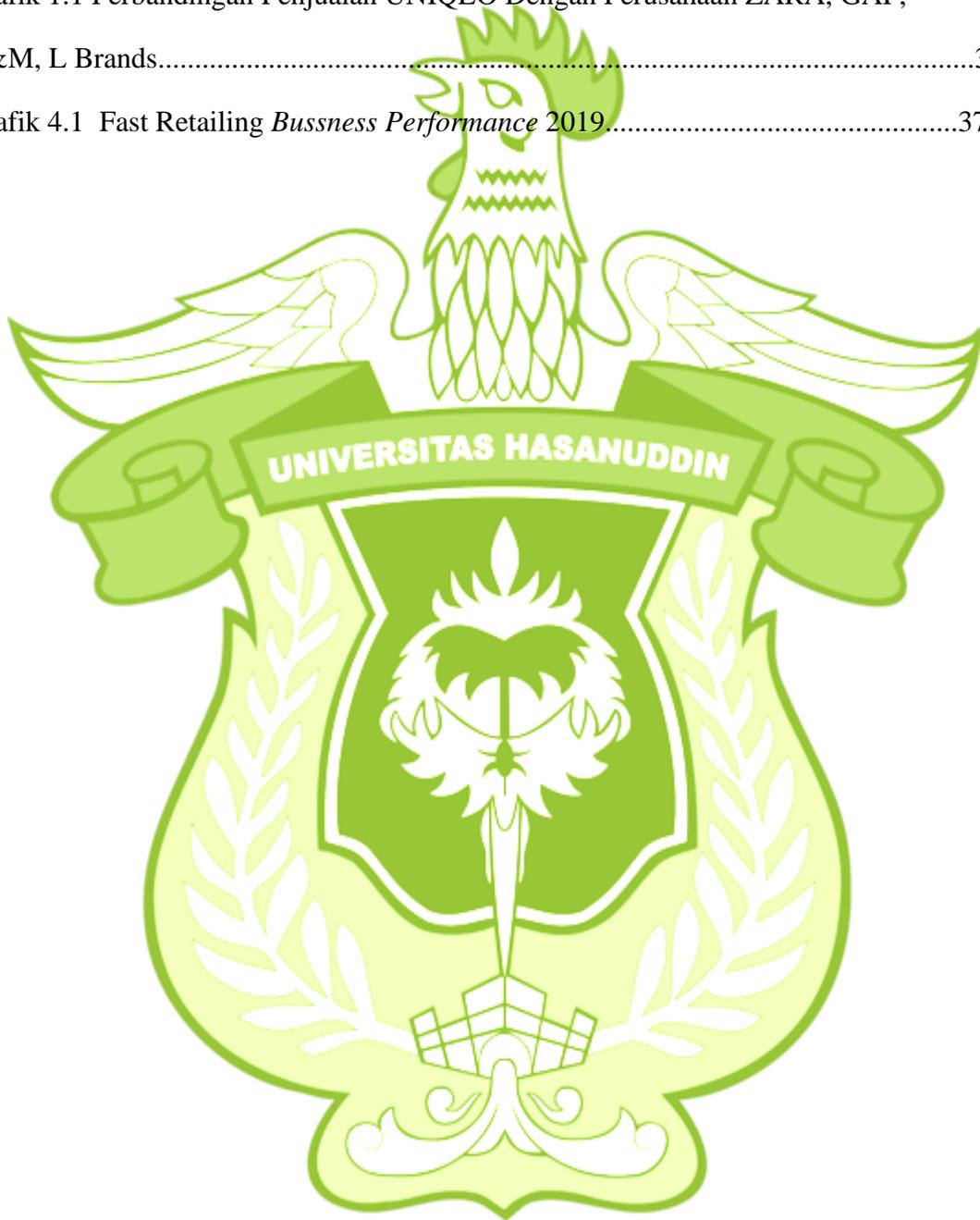
## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PENERIMAAN.....	iv
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI.....	v
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GRAFIK.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
ABSTRAK BAHASA INDONESIA.....	xv
ABSTRAK BAHASA INGGRIS.....	xvi
ABSTRAK BAHASA JEPANG.....	xvii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Dan Manfaat.....	6
1.4 Batasan Penelitian.....	6
1.5 Metode Penelitian.....	7
1.6 Penelitian Terdahulu.....	8
1.7 Sistematika Penulisan.....	11

<b>BAB II. TREND FASHION STYLE HIJAB DALAM INDUSTRI FASHION</b>	
DI UNIQLO.....	12
2.1 Hijab Sebagai <i>Fashion</i> .....	12
2.2 Hijab dalam Industri <i>Fashion</i> di UNIQLO.....	15
2.3 <i>Style</i> Hijab Hana Tajima Menjadi Sebuah <i>Trend</i> .....	19
<b>BAB III. KASUS HANA TAJIMA DALAM UNIQLO</b> .....	27
3.1 Karir Hana Tajima Simpson Dalam UNIQLO.....	27
3.2 Personal Branding Hana Tajima Simpson.....	33
<b>BAB IV. PERKEMBANGAN HIJAB DI UNIQLO</b> .....	36
4.1 Asia Tenggara.....	38
4.1.1 Thailand.....	39
4.1.2 Singapura.....	42
4.1.3 Filipina.....	46
4.1.4 Malaysia.....	50
4.1.5 Indonesia.....	53
4.2 Oceania.....	60
<b>BAB V. KESIMPULAN</b> .....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	66
<b>LAMPIRAN</b> .....	69

## DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Perbandingan Penjualan UNIQLO Dengan Perusahaan ZARA, GAP, H&M, L Brands.....	3
Grafik 4.1 Fast Retailing <i>Bussness Performance</i> 2019.....	37



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Ilustrasi Desain Hijab Hana Tajima Simpson.....	2
Gambar 1.2 Koleksi Hana Tajima untuk UNIQLO Fall/Winter 2015.....	2
Gambar 1.3 Koleksi Hana Tajima untuk UNIQLO Spring/Summer 2020.....	4
Gambar 1.4 Pose Afa Tokyo selebgram hijaber Jepang asal Indonesia.....	5
Gambar 2.1 Pilihan 3 Tipe <i>HEATTECH</i> .....	15
Gambar 2.2 Koleksi <i>HEATTECH</i> Lengan Panjang Untuk Hijab.....	16
Gambar 2.3 Koleksi Hijab Hana Tajima.....	17
Gambar 2.4 Koleksi <i>AIRism</i> dan koleksi Dalaman Hijab.....	18
Profil <i>twitter</i> Hana Tajima dan postingan Hana Tajima saat awal debut dengan UNIQLO .....	19
Gambar 2.6 postingan yang menandai hanatajima dan hanatajima x uniql0 .....	20
Gambar 2.7 Potret Tina Asmara Selebgram Hijab .....	22
Gambar 2.8 Potret Dwi Handayani Selebgram Hijab .....	23
Gambar 2.9 Potret Putri Hasanah Kurnia Selebgram Hijab.....	23
Gambar 2.10 Potret Afa Tokyo Saat Menggunakan Hijab Ala Gadis Jepang.....	24
Gambar 3.1 Koleksi Hana Tajima Simpson Untuk UNIQLO Spring/Summer 2019 .....	28
Gambar 3.2 Potret Hana Tajima Simpson di Studio Pribadinya.....	30
Gambar 3.3 Pembawa Acara 4 News Sedang memberitakan Hana Tajima Simpon.....	30
Gambar 3.4 Wawancara Hana Tajima Simpson 4 News .....	31
Gambar 3.5 Potret Hana Tajima Simpson Dalam Majalah Vouge .....	32
Gambar 3.6 Potret koleksi hijab Hana Tajima Simpson Dalam Majalah <i>elle</i> .....	33

Gambar 3.7 Logo Hana Tajima Simpson For UNIQLO.....	34
Gambar 3.8 Hana Tajima Simpson Sedang Melakukan Tutorial menggu Nakan <i>style</i> Hijab .....	34
Gambar 4.1 Persebaran dan Jumlah Toko Uniqlo di Asia Tenggara dan Oceania Tahun 2015-2020 .....	37
Gambar 4.2 Peresebaran jumlah toko uniqlo di Asia Tenggara dan Oceania.....	38
Gambar 4.3 Sambutan Hana Tajima Simpson .....	39
Gambar 4.4 Persebara UNIQLO toko di Thailand .....	40
Gambar 4.5 Global <i>flagship store</i> Central World stores .....	42
Gambar 4.6 Wawancara Hana Tajima Simpson .....	43
Gambar 4.7 Persebaran toko UNIQLO di Singapura .....	44
Gambar 4.8 Toko <i>Global Flagship Store Mall Orchard</i> Central .....	45
Gambar 4.9 Postingan hijab Hana Tajima di UNIQLO Filipina dalam akun Instagram resmi UNIQLO Filipina .....	46
Gambar 4.10 Persebaran toko UNIQLO di Filipina .....	47
Gambar 4.11 Toko <i>Global Flagship Store SM Mall Of Asia</i> Pasay .....	49
Gambar 4.12 Toko <i>Global Flagship Store Manila Global Flagship Store Makati</i> ..	50
Gambar 4.13 Wawancara Hana Tajima Simpson dalam <i>channel youtube</i> resmi UN IQLO Malaysia .....	51
Gambar 4.14 Persebaran toko UNIQLO di Malaysia .....	52
Gambar 4.15 Toko <i>Global Flagship Store Mall Fahrenheit 88</i> kuala lumpur .....	53
Gambar 4.16 Postingan hijab Hana Tajima di UNIQLO Indonesi dalam akun Ins tagram resmi UNIQLO Indonesia .....	54
Gambar 4.17 Persebaran Jumlah Toko UNIQLO di Indonesia .....	55
Gambar 4.18 Toko <i>Global Flagship Store Lotte Shoping Avenue</i> , Jakarta .....	60

Gambar 4.19 Postingan hijab Hana Tajima di UNIQLO Australia dalam akun

Instagram resmi UNIQLO Australia ..... 61

Gambar 4.20 Persebaran jumlah toko UNIQLO di Australia ..... 62

Gambar 4.21 Toko *Global Flagship Store Chadstone Shopping Center, Melbourne* ..... 63

Gambar 4.22 *MidCity Pett Street Mall dan Westfield Parramatta* ..... 63



## ABSTRAK

**Salam Marinus Jaya Tamaela Sapal, *Trend Fashion Style Hijab dalam Industri Fashion* di UNIQLO ( Studi Kasus Hana Tajima Simpson dalam UNIQLO ). Skripsi. Fakultas Ilmu Budaya Universitas Hasanuddin, 2021, Meta Sekar Puji Astuti, S.S.,M.A.,Ph.D dan Rudy Yusuf, S.S,M.Phil.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses masuknya *style* hijab dalam industri *fashion* di UNIQLO, serta sejauh mana pengaruh Hana Tajima Simpson dalam industri *fashion* di UNIQLO. Pada Penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dengan analisa studi literatur. Penelitian ini menggunakan data laporan keuangan UNIQLO dari tahun 2015-2020, buku,jurnal,serta informasi yang di ambil dari *website* resmi *Fast Retailing*, induk perusahaan UNIQLO.

Penelitian ini memaparkan latar belakang masuknya *style* hijab di UNIQLO sehingga UNIQLO menjadikan hijab sebagai *market place-nya*, pengaruh Hana Tajima Simpson dalam industri *fashion* di UNIQLO adalah dalam bidang ekonomi, hijab menyumbang 30% keuntungan dalam perusahaan dengan penjualan di *global flagship store* yang tersebar diseluruh Dunia. khusus di pasar Asia Tenggara hijab dapat di temukan di seluruh toko UNIQLO Indonesia dan Malaysia dikarenakan penduduk Indonesia dan Malaysia mayoritas Muslim terbesar di Dunia.

**Kata kunci : UNIQLO, Hijab, Hana Tajima Simpson**

## ABSTRACT

**Salam Marinus Jaya Tamaela Sapal, Hijab Fashion Trends in the Fashion Industry at UNIQLO (Case Study of Hana Tajima Simpson at UNIQLO). a Thesis. Hasanuddin University Faculty of Cultural Science, 2021, Meta Sekar Puji Astuti, S.S, M.A., PhD, and Rudy Yusuf, S.S, M.Phil.**

This study aims to determine how the hijab is being introduced to the fashion industry at UNIQLO and the extent of Hana Tajima Simpson's influence in the fashion industry at UNIQLO. This study uses qualitative research methods with an analysis of literature research. This study uses data from UNIQLO's financial report 2015-2020, books, magazines and information taken from the official website of Fast Retailing, UNIQLO's parent company.

This study describes the background to the emergence of hijab styles in UNIQLO and the rapidly growing hijab, so that UNIQLO makes hijab its market. Hana Tajima Simpson's influence in the fashion industry at UNIQLO is in the economy, the hijab is 30% profitable.

**Key words : UNIQLO, Hijab, Hana Tajima Simpson**

## 概要

**Salam Marinus Jaya Tamaela Sapal**、ユニクロのファッション業界におけるヒジャーブのファッショントレンド（ユニクロの田島花シンプソンのケーススタディ）。論文。ハサヌディン大学人文科学部、2021年、**Meta Sekar Puji Astuti, S.S.,M.A.,Ph.D dan Rudy Yusuf, S.S,M.Phil.**

本研究は、ユニクロのファッション業界にヒジャーブスタイルを取り入れていく過程と、ユニクロのファッション業界における但馬花シンプソンの影響度を明らかにすることを目的としています。

この研究では、文献研究アプローチによる定性的研究方法を使用しています。この調査では、2015年から2020年までのユニクロの財務報告データ、書籍、ジャーナル、およびユニクロの親会社である *Fast Retailing* の公式ウェブサイトから取得した情報を使用しています。

本研究では、ユニクロへのヒジャーブスタイルの参入と急速に成長するハラル産業の背景を説明し、ユニクロがヒジャーブを市場に、ユニクロのファッション業界における田島花シンプソンの影響力は経済分野にあり、ヒジャーブは利益の30%を占めています。世界の旗艦店で販売している企業では、世界中に広がっています。特に東南アジア市場では、インドネシアとマレーシアの人口が世界最大のイスラム教徒の過半数であるため、ヒジャーブはインドネシアとマレーシアのすべてのユニクロ店で見つけることができます。

**キーワード：** ユニクロ、ヒジャーブ、花田島シンプソン

*“Skripsi ini kupersembahkan kepada orang-orang tersayang”*

*dan*

*“Jiwa-jiwa yang tak pernah mengenal kata lelah”*

*“Jangan dengarkan kata orang yang tidak kasih kita uang jajan”*

*Kemudian*

*Teruntuk diriku :*

*“Terimakasih sudah bertahan sejauh ini”*

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar belakang

Perkembangan hijab di Asia semakin menjadi pusat perhatian. Beberapa merek terkenal juga berusaha mengatasi masalah pasar dengan memberikan variasi untuk jilbab wanita. Salah satunya adalah retailer terbesar dari Jepang, UNIQLO<sup>1</sup>. UNIQLO berusaha memperluas pasarnya dengan memperkenalkan berbagai macam pakaian yang nyaman. Sebagai kemajuan mendasar dalam industri gaya hijab, UNIQLO bekerja sama dengan blogger desain terkenal Hana Tajima untuk merancang busana tertutup yang santai.

Hana Tajima Simpson adalah seorang desainer dan blogger muslim lahir 31 Desember 1986 di Inggris. Hana Tajima Simpson memberika gaya baru pada industri *fashion* Jepang, khususnya UNIQLO, karyanya secara umum dilirik oleh berbagai majalah *fashion* terkenal seperti *Elle* dan *Vouge*. Hana Tajima bekerja sama dengan industri *fashion* terkemuka asal Jepang yaitu UNIQLO, Hana Tajima x UNIQLO.

Hana Tajima Simpson merancang desain hijab yang istimewa dan menarik karena dapat membuat hijab dengan gaya yang lebih kekinian dan tetap sopan. Hal itulah menjadi daya tarik bagi pengguna hijab yang menginginkan desain yang moderen dan modis.

---

<sup>1</sup> Penulisan sesuai dengan nama brand



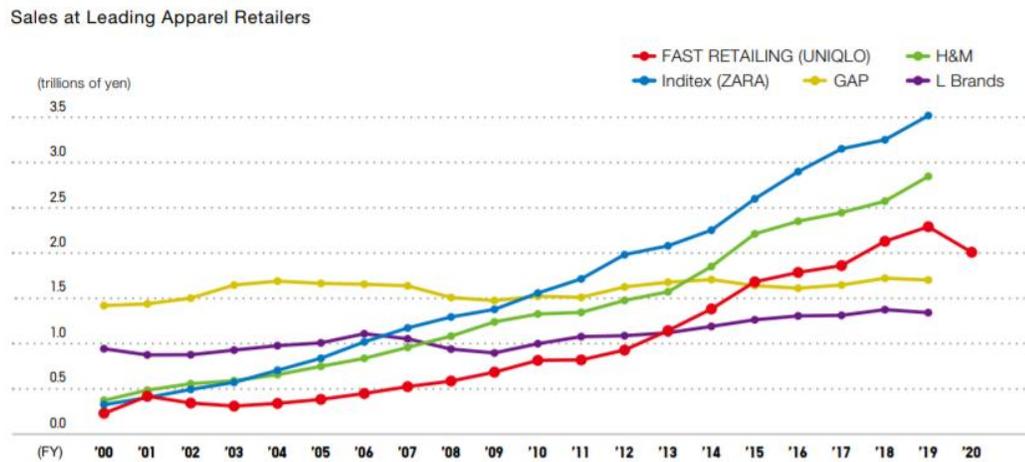
Gambar 1.1 Ilustrasi Desain Hijab Hana Tajima Simpson  
(Sumber : <http://www.hana-tajima.com/illustration>)

Kolaborasi antara UNIQLO dan Hana Tajima dimulai pada musim dingin 2015 yang dengan peluncuran pertama di Malaysia, Singapura, Thailand dan Indonesia. Koleksi ini kemudian tersedia di Amerika, Inggris, Filipina untuk musim semi dan musim panas, serta di Jepang juga tersedia di 4 gerai yaitu Ginza, Shinjuku Higashiguchi, Kichijoji, Shinsaibashi.



Gambar 1.2 Koleksi Hana Tajima untuk Uniqlo Fall/Winter 2015  
(Sumber: [uniqlo.jp](http://uniqlo.jp))

Kolaborasi antara Hana Tajima dengan UNIQLO memberikan warna baru di industri *fashion* tidak hanya di Jepang, tetapi juga secara global. *Trend Fashion* Jepang selama ini didominasi busana gaya barat. Akan tetapi hadirnya Hana Tajima turut meramaikan industri *fashion* Jepang. Hasil karyanya banyak diburu dan paling dinanti setiap musim. Dilansir dari situs <sup>2</sup>*all famous trend* penghasilan Hana Tajima di 2018-2019 sebesar 5 juta US Dollar atau setara dengan 74 miliar rupiah.



\*Compiled from individual annual report data and calculated using exchange rates as of end of November 2020.

Grafik 1.1 Perbandingan penjualan UNIQLO dengan perusahaan ZARA, GAP, H&M, L Brands  
(Sumber: *Fast Retailing Annual Report 2020*)

<sup>2</sup> Fashion Desainer Hana Tajima. <https://allfamoustrend.com/hana-tajima>. (di akses tanggal 2 oktober 2020 pukul 13:17)

Pendapatan laba FYED<sup>3</sup> 2019 meningkat cukup signifikan, pendapatan dan laba UNIQLO FYED 2020 menurun tajam di semua pasar luar negeri setelah Covid-19. penjualan UNIQLO Internasional, dan penjualan di sana mulai pulih lebih cepat dari perkiraan mulai Maret 2020 setelah Covid-19, Penjualan UNIQLO Jepang mulai pulih dari pertengahan Mei 2020. (*Fast Retailing Annual Report 2020*).

Selain sebagai desainer, Hana Tajima Simpson juga aktif menulis dilaman blog pribadinya di, [www.hanatajima.com](http://www.hanatajima.com). Hana Tajima Simpson adalah seorang desainer wanita muslim yang berhasil mengubah sebuah konsep busana muslimah para wanita di seluruh dunia, kesuksesan Hana Tajima Simpson di dunia *fashion* dan *blogger* muslimah yang memicu penulis ingin melakukan observasi dan mengidentifikasi lebih lanjut, serta dasar pemikiran untuk melakukan penelitian ini.



Gambar 1.3 Koleksi Hana untuk Uniqlo fall/winter 2020  
(Sumber: Uniqlo.jp)

---

<sup>3</sup> Laporan keuangan UNIQLO setiap akhir tahun



Gambar 1.4 Pose Afa Tokyo selebgram hijaber Jepang asal Indonesia  
(Sumber: Instagram @aufatokyo)

Popularitas Hana Tajima Simpson menginspirasi banyak kalangan anak muda agar tidak lagi minder menggunakan hijab karena *style* hijab sekarang bisa dikombinasikan dengan beberapa model fashion dan tidak kaku.<sup>4</sup>

Hana tajima sendiri memotivasi banyak orang salah satunya selebgram sekaligus seorang model hijab cantik dalam akun Instagram @aufatokyo dilansir dari *Buzzfeed News*, awalnya Rahmalia tidak percaya diri Secara khusus, gaya busana Ramalia sangat berbeda dari pakaian populer di Jepang, dia hanya mengenakan jilbab tua dan pakaian yang sederhana, diapung canggung dan merasa berbeda. Kemudian, ia

---

<sup>4</sup> Inspirasi Dalam Berhijab. <https://fashionstraat.wordpress.com/2014/06/14/dina-toki-o-inspirasi-baru-dalam-berhijab/>. (diakses 18 oktober 2020 pukul 01:22)

bertemu Hana Tajima, yang membuat berbagai pakaian untuk mengeluarkannya dari kecemasan.<sup>5</sup>

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, muncul beberapa pertanyaan yang ingin penulis ketahui jawabannya. Demi mengetahui jawabannya, maka penulis memutuskan untuk melakukan penelitian tentang *Trend Fashion Style Hijab Dalam Industri Fashion di UNIQLO (Studi kasus Hana Tajima Simpson dalam UNIQLO)*.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana proses masuknya *style* hijab dalam industri *fashion* di UNIQLO?
2. Sejauh mana pengaruh *style* hijab Hana Tajima Simpson dalam industri *fashion* di UNIQLO ?

## **1.3 Tujuan Dan Manfaat**

Adapun tujuan yang ingin dicapai adalah mengetahui bagaimana proses masuknya *style* hijab dalam industri *fashion* di UNIQLO dan sejauh mana pengaruh *style* hijab dalam industri *fashion* di UNIQLO. Sedangkan manfaat yang ingin dicapai ialah

---

<sup>5</sup> Rahmalia Afa Yazid Menjadi Sorotan di Dunia Fesyen.  
<https://starglammagz.com/2020/02/27/2222/>.(diakses 18 oktober 2020 pukul 04:26)

1. Memberikan informasi kepada pembaca akan eksistensi *style* hijab dalam industri *fashion* di UNIQLO saat ini.
2. Memberikan informasi kepada pembaca tentang bagaimana pengaruh *style* hijab dalam industri *fashion* di UNIQLO.

#### **1.4 Batasan Penelitian**

Penelitian ini akan membahas bagaimana *trend fashion style* hijab Hana Tajima Simpson di tahun tertentu, yaitu sejak 2015 hingga 2020. Periode waktu ini dipilih karena Hana Tajima Simpson mulai berkolaborasi dengan UNIQLO di tahun 2015 hingga sekarang. Hal ini membuat penulis memutuskan untuk membahas dan meneliti lebih dalam akan hal tersebut.

Dalam penelitian ini, penulis ingin membahas bagaimana Hana Tajima Simpson meniti karir di industri *fashion* dan menjadikan hijab sebagai busana yang syar'i dan moderen. Hana Tajima Simpson memulai karirnya di industri *fashion* pada tahun 2015 dan berkolaborasi dengan UNIQLO. Sejak itulah, Hana Tajima Simpson menjadi sangat terkenal dan mulai melebarkan sayapnya dalam berkarir di industri *fashion* hingga menjadi seorang *blogger*. Oleh karena itu, penulis memutuskan batasan penelitian dari awal mulainya secara umum pada 2015 hingga 2020.

## 1.5 Metode Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi literatur. Metode studi literatur adalah serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat, serta mengelolah bahan penelitian (Zed, 2008:3). Penulis akan melihat fenomena *trend fashion style* hijab melalui data yang berupa akun media sosial resmi Hana Tajima Simpson yang berupa blog [www.hanatajima.com](http://www.hanatajima.com) dan juga beberapa akun jejaring sosialnya seperti, *Instagram* (@hntaj), dan *Twitter* (@HanaTajima). Meski tentu saja tidak semua hal dalam akun media sosial resmi Hana Tajima Simpson akan dimasukkan oleh penulis, namun berbagai hal dari ketiga akun media sosial resmi Hana Tajima Simpson tersebut akan tetap diamati penulis.

Pada blog resmi Hana Tajima Simpson, terdapat catatan harian Hana Tajima sejak debut beserta foto-foto yang diunggah oleh Hana Tajima Simpson. Pada Instagram resminya terdapat lebih 359 foto dan video yang telah diunggah Hana Tajima, sedangkan pada *Twitter* resminya terdapat status-status singkat yang ditulis Hana Tajima Simpson. Penulis akan melihat bagaimana kehidupan Hana Tajima Simpson sebagai desainer dan bagaimana hijab sebagai *personal branding* Hana Tajima Simpson dalam berkarir di industri *fashion*.

Penulis juga akan melihat sejauh mana pengaruh Hana Tajima Simpson di Industri *fashion* dengan mengumpulkan data yang berupa acara-acara *fashion launching* UNIQLO yang dihadiri oleh Hana Tajima Simpson, majalah-majalah

*fashion* yang menjadikan Hana Tajima sebagai model atau *brand ambassador*nya. Informasi terkait data di atas akan didapatkan melalui *website* resmi majalah *fashion* seperti *Vogue.com* dan *Elle.com*.

## 1.6 Penelitian Terdahulu

Tulisan dalam jurnal “Identitas, *Harajuku Style*, Provokasi Sensibilitas Gender” oleh Chyntia Anggaraini pada tahun 2018. Pada penelitian ini *Harajuku style* sebagai salah satu jenis dari *street style* dibentuk berdasarkan selera dan keinginan penggunaannya masing-masing. Oleh karena itu, gaya ini memiliki makna yang berbeda-beda dalam setiap tampilannya, termasuk makna perlawanan yang diekspresikan. Salah satu elemen yang paling sensitif dalam busana atau dalam hal lain adalah gender. Banyak sekali aturan-aturan yang membatasi perempuan dan laki-laki dalam mengenakan pakain, yang di sebabkan oleh perbedaan gender. Hal inilah yang dikritik atau dilawan oleh para pengguna *harajuku style* (Anggraini, 2018:167).

Kemudian skripsi “Komodifikasi Teknologi *HEATTECH* dan *AIRism* dalam Ekspansi Global UNIQLO” oleh Selin Gasong Suliling tahun 2019. Penelitian ini membahas tentang sejarah UNIQLO, serta ekspansi global UNIQLO. Bagaimana strategi penjualan dan teknologi apa yang mereka kembangkan (Gasong, 2019).

Dan skripsi “Memakai *Harajuku Style: Brand-Brand* Lokal dan *Street Style* di Jepang” oleh Chintya Anggraini tahun 2018. Penelitian ini membahas *harajuku style* di Tokyo, Jepang, sebagai salah satu bagian dari *street style* yang populer bahkan di

seluruh dunia sejak tahun 1990-an. Dalam berbagai tulisan dan kajian umumnya *style* tersebut hanya dilihat dan dikaji dari tampilannya, namun bukan dari hal yang menyusun gaya tersebut seperti asal pakaian atau aksesoris yang digunakan dalam membentuk gaya. Belum ada kajian yang melihat *brand-brand* yang digunakan.

Dalam tulisan ini, terdapat tiga jenis brand yang dipakai untuk membentuk *harajuku style*, yakni *brand* lokal, *brand* internasional dan *brand* lokal-internasional, dan akan dijelaskan ketiga jenis *brand* ini dimana ketiganya menggambarkan tarik menarik antara identitas dan pemasaran lokal dengan identitas global. Pemasaran massal sejalan dengan semakin dimasukkannya Jepang ke dalam jaringan pasar dunia, termasuk dalam dunia *fashion*. Dengan menganalisa tampilan yang muncul dalam majalah FRUiTS majalah utama yang menampilkan foto-foto anak muda yang memakai *harajuku style* di Tokyo bisa diketahui bahwa sebagian besar *brand* yang dipakai adalah *brand* lokal Jepang (Anggraini, 2018: 137).

Berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya, penulis meneliti bagaimana fenomena *Trend Fashion Style* hijab dalam Industri *Fashion* Jepang studi Kasus Hana Tajima Simpson dalam UNIQLO. Penulis ingin melihat bagaimana proses masuknya hijab dalam industri *fashion* Jepang serta apa yang membuat UNIQLO ingin menggandeng Hana Tajima sebagai partner dan menjadikan hijab sebagai *market place*-nya. Sehingga akhirnya berkolaborasi menjadi Hana Tajima x UNIQLO.

Penulis akan mengamati bagaimana Hana Tajima Simpson menjalani dan mempublikasikan aktivitasnya sebagai desainer, bagaimana Hana Tajima Simpson

membangun eksistensi *trend tyle* hijab dan bagaimana Hana Tajima Simpson dapat mencuri perhatian publik dengan *fashion style* hijab melalui unggahan-unggahan dan aktivitasnya lewat akun media sosial pribadinya dan web resmi UNIQLO. Selain itu, penulis juga akan mengamati sejauh mana pengaruh Hana Tajima Simpson di industri *fashion* dan majalah-majalah *fashion*.

### **1.7 Sistematika Penulisan**

Pada bab 1 berisi pendahuluan yaitu pengenalan mengenai batasan penelitian yang dipilih oleh penulis, seperti latar belakang yang berisi pengenalan singkat mengenai objek penelitian penulis, rumusan masalah, tujuan, manfaat dan batasan penelitian, metode penelitian dan penelitian terdahulu yang akan di gunakan dalam penelitian. Pada bab II membahas mengenai *trend fashion style* hijab dalam industri *fashion* di UNIQLO dan teori yang berkaitan yaitu teori komodifikasi industri kebudayaan. Pada bab III membahas Hana Tajima Simpson dalam UNIQLO. Pada bab IV perkembangan hijab di UNIQLO secara terperinci. Dan bab V akan berisi tentang kesimpulan penelitian.

**BAB II**  
***TREND FASHION STYLE HIJAB***  
**DALAM INDUSTRI *FASHION* DI UNIQLO**

**2.1 Hijab Sebagai *Fashion***

*Fashion* mungkin adalah cara yang paling mudah bagi kita untuk mengenali seseorang. Dunia *fashion* adalah model kaum bangsawan sebagai struktur atau jenis penghargaan. Model pakaian seseorang juga harus disesuaikan dengan fungsinya sebagai tanda yang membedakan pakaian untuk tempat kerja, olahraga, acara, layanan tertentu. Dalam hal apapun, untuk musim tertentu seperti musim dingin, musim semi, musim panas atau pakaian musim gugur. Dengan postmodernisme, begitu juga dengan kondisi-kondisi yang lain, Jean Baudrillard menjelaskan bahwa dirinya mengupas modernitas, bukan postmodernitas. Modernitas adalah sebuah kode dan *fashion* adalah lambangnya”.<sup>6</sup>

Industri *fashion* dunia telah mengalami perkembangan dalam hal mengubah kesan individu tentang kapasitas penting pakaian menjadi alat untuk mengkomunikasikan karakter, membuat kesuksesan dari inovasi dan antarmuka masyarakat dunia. Gaya biasanya digambarkan baik sebagai jenis pakaian biasa dan sebagai hal yang boros daripada kebutuhan. Sebuah merek dagang karakterisasi lebih lanjut, yang

---

<sup>6</sup> George Ritzer, Teori Sosial postmodern, (Yogyakarta : Kreasi Waca, 2009), Cet. V, Hal. 87-98

memberikan hal 'desain', berkonotasi kerangka nilai yang stabil dan bergerak dimana barang dagangan dapat dilihat sebagai atau ketinggalan jaman, dan selanjutnya penilaian ulang yang representatif mendorong kualitas sosial dan moneter mereka yang berulang dan cepat berubah.

Pakaian telah menjadi tanda yang kokoh dari kepribadian sosial, kelas sosial, pandangan mental diri, dan lingkungan. Tergantung pada waktu dan perencana atau mediator chic, pakaian dapat menjadi deklarasi sistem kepercayaan, studi sosial, atau campuran keduanya. Dengan demikian, desain dianggap sebagai pola kesan kualitas sosial, sosial, dan ekologi yang luar biasa dari suatu periode serta mengambil bagian penting dalam melengkapi potret diri mental seseorang.<sup>7</sup>

Perkembangan bisnis *fashion* yang berkembang tanpa disadari juga memberikan minat masyarakat untuk memilih gaya yang ideal, baik dalam memilih jenis pakaian, jeans, jilbab, dll. Sehingga perusahaan memiliki sistem sendiri dalam bersaing pasar. Maka dari itu, perusahaan secara konsisten merencanakan busana yang lebih inovatif dan kreatif agar tidak tercekik dalam persaingan bisnis.

Tingkat persaingan di industri *fashion* sangat ketat disebabkan oleh globalisasi yang membuat sektor bisnis lokal maupun internasional diuntut untuk memahami kebutuhan pembeli yang terus meningkat. Dalam industri *fashion* di Indonesia telah

---

<sup>7</sup> Journal Fashion Muslim 2015, (di akses 18 April 2021 pada pukul 20:44)

mendukung berkembangnya banyak produsen yang mencoba mengambil keuntungan dari industri ini, yang dengan demikian menimbulkan persaingan yang tinggi.

Dalam industri *fashion* di Indonesia, perusahaan lokal dan asing saling bersaing untuk mempertahankan pasar. Berkaitan dengan kondisi ini, mereka memusatkan perhatian pada perilaku pembeli sehingga mereka kemudian dapat menentukan sistem promosi yang baik dan tepat agar barang-barang mereka dapat bersaing di pasar modern<sup>8</sup>. UNIQLO melihat perkembangan muslim yang sangat pesat maka dari itu *fashion style* hijab mulai di lirik dan UNIQLO menjadikan hijab bagian dari marketnya, tentu saja target utamanya adalah umat muslim di seluruh dunia.

---

<sup>8</sup> Journal Kiblat Fashion Muslim Dunia, (di akses 18 April 2021 pada pukul 21:14)

## 2.2 Hijab dalam Industri *Fashion* di UNIQLO

UNIQLO menggunakan kata “teknologi” sebagai *branding* untuk komoditasnya dengan “citra” teknologi sehingga konsumen mengenal UNIQLO sebagai *brand* yang menjual pakaian *basic casual*, namun berteknologi tinggi dan fungsional. Konsumen akan tertarik untuk membeli pakaian fungsional yang telah dipromosikan. Industri pakaian saat ini bermain dengan teknologi untuk membuat pakaian yang lebih, baik dari estetika maupun kegunaanya (Selin 2019).

Beberapa teknologi yang digunakan antara lain *HEATTECH* dan *AIRism*.<sup>9</sup> *HEATTECH* mengubah kelembapan menjadi kehangatan, serat khusus uap air dipancarkan dari tubuh dan diubah menjadi panas penataan *micro-acrylic* (kantong udara dalam struktur *mesh*, yang menjaga kehangatan dan menahannya

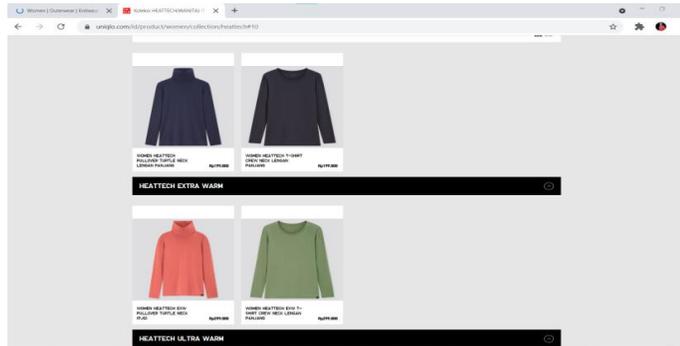
### PILIHAN 3 TIPE HEATTECH



Gambar 2.1 Pilihan 3 Tipe *HEATTECH*  
(Sumber: [www.uniqlo.com](http://www.uniqlo.com))

---

<sup>9</sup> Produk heattech. <https://www.uniqlo.com/id/product/women/collection/heattech>. (di akses pada tanggal 7 Mei 2021 Pukul 16:43)



Gambar 2.2 Koleksi *HEATTECH* Lengan Panjang Untuk Hijab  
(Sumber : [www. Uniqlo.com](http://www.Uniqlo.com))

“UNIQLO telah berkomitmen untuk memberi nilai lebih bagi penggunanya. UNIQLO membuat *innerwear HEATTECH* untuk menghangatkan tubuh kita di cuaca dingin, UNIQLO juga membuat *innerwear AIRism* untuk membuat tubuh kita tetap sejuk di berbagai kondisi. Melalui *booth AIRism Experiment* ini, kami ingin memperlihatkan teknologi dari Jepang yang telah menghasilkan *AIRism*, sehingga pelanggan dapat melihat langsung dan lebih memahami fungsi dari *innerwear AIRism*” ungkap Naoki Kamogawa, Presiden Direktur UNIQLO Indonesia (PT. Fast Retailing Indonesia).

*AIRism* diciptakan seiring dengan keinginan UNIQLO untuk terus menghadirkan pakaian inovatif yang mengubah hidup para penggunanya di seluruh dunia. Dengan teknologi serat dari Jepang yang terkini, *AIRism* memberikan kenyamanan luar biasa, sehingga mendapatkan penghargaan tinggi dari pengguna UNIQLO di pasar internasional sejak debut internasionalnya pada 2012. *AIRism* untuk pria terbuat dari serat *micro-polyester* dari *Toray Industries* yang menjaga *AIRism* tetap kering, halus serta lembut bagai sutra menyerap keringat dari kulit.

Sedangkan, AIRism untuk wanita mengandung serat *cupro*, yaitu regenerasi serat selulosa dari bahan katun yang dapat menyerap dan melepaskan kelembapan di bawah pakaian.

Kain performa tinggi memberikan delapan fitur yang meningkatkan kenyamanan pada lini pakaian pria, wanita, dan anak-anak. Termasuk dalam delapan fitur ini adalah fungsi *dry* dan *odor control* khas UNIQLO, kemampuannya untuk menyerap dengan cepat serta melepaskan kelembapan sehingga tetap sejuk saat tersentuh kulit.



Gambar 2.3 Koleksi Hijab Hana Tajima

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

❖ Koleksi *Trousers&series*

Merupakan koleksi rok panjang dan celana panjang

❖ Koleksi *Jacket*

Merupakan koleksi jaket yang dapat dipadukan dengan *shirts&blouses*

❖ Koleksi *Shirts*

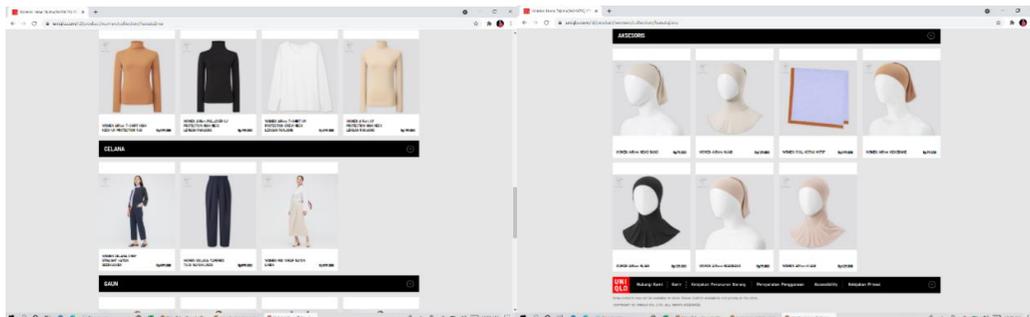
Merupakan koleksi lengan panjang yang dapat dipadukan dengan *Trousers & Series* dan *Jacket*

❖ Koleksi *Accessories*

Merupakan koleksi dalaman atau ciput ninja yang menutup rambut agar lebih rapi dan tak kelihatan saat menggunakan hijab.

❖ Koleksi W Syal

Merupakan kain syal penutup kepala serbaguna yang klasik dalam berbagai motif dan warna.



Gambar 2.4 Koleksi AIRism dan Koleksi Dalaman Hijab  
(Sumber: [www.uniqlo.com](http://www.uniqlo.com))

*AIRism* dikenal sebagai *innerwear* yang ringan, kuat, dan nyaman dipakai di sepanjang aktivitas dan juga ideal sebagai salah satu lapisan busana. Koleksi *innerwear* UNIQLO *AIRism* juga mencakup lini kolaborasi dengan desainer fashion

Hana Tajima yang produknya antara lain adalah *T-shirt high neck AIRism* untuk wanita, *headband* dan *bandana AIRism* untuk wanita yang ideal untuk lapisan hijab. Kenyamanan dan ringannya UNIQLO AIRism membuat produk-produk ini ideal untuk dipakai atau dibawa bepergian. Keragamannya pun menjadikan produk ini mudah dipadu-padankan<sup>10</sup>.

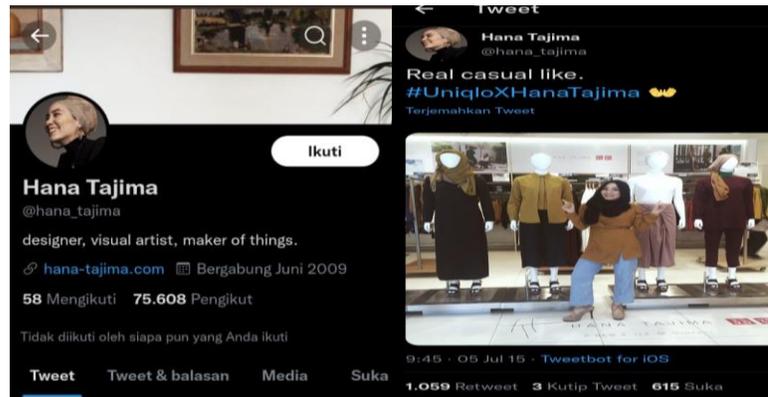
UNIQLO, *brand* retail Jepang yang terdepan, telah menjual lebih dari 200 juta helai produk *AIRism*. Sarat dengan inovasi untuk menciptakan kehidupan yang lebih nyaman, koleksi *AIRism* mencakup serangkaian produk untuk pria, wanita dan anak-anak.

### **2.3 Style Hijab Hana Tajima Menjadi sebuah *Trend***

Dalam akun twitter Hana Tajima terdapat 75.608 akun yang mengikuti Hana Tajima di twitter.

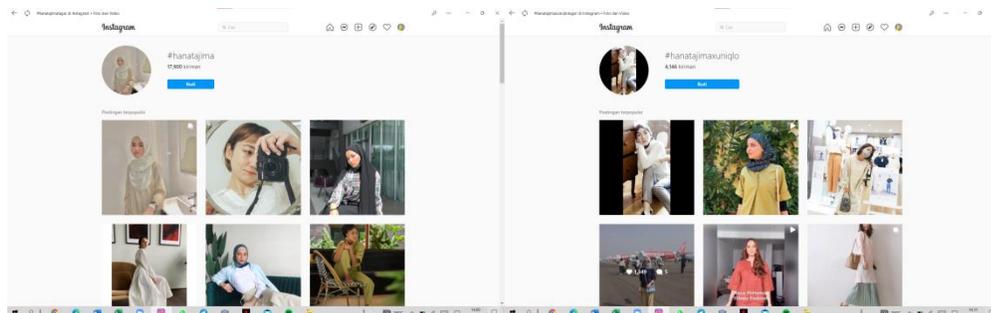
---

<sup>10</sup>ProdukAIRism[https://www.uniqlo.com/id/corp/pressrelease/2018/10/teknologi\\_terkini\\_hadir\\_bersam.html](https://www.uniqlo.com/id/corp/pressrelease/2018/10/teknologi_terkini_hadir_bersam.html). (di akses pada tanggal 10 Mei 2021 pukul 01:25)



Gambar 2.5 profil twitter Hana Tajima dan Postingan Hana Tajima di twitter saat awal debut dengan UNIQLO (Sumber : Twitter.com)

Hana Tajima mengunggah foto produk pertamanya hasil kolaborasinya dengan UNIQLO di twitter. Pada 05 Juli 2015 Unggahan tersebut disambut hangat oleh masyarakat dengan jumlah 1.059 *retweet* (membagikan ulang) dan 3 kutipan *retweet* dan 615 suka dalam aplikasi twitter.



Gambar 2.6 postingan yang menandai hana tajima dan hijab hanatajima x uniqlo di Instagram (Sumber: Instagram.com #hanatajima #hanatajimaxuniqlo)

Dalam *hashtag*<sup>11</sup> #hanatajima terdapat 17.800 akun instagram yang menggunakan *hashtag* #hanatajima kemudian pada *hashtag* #hanatajimaxuniqlo terdapat 4.146 akun. Kemudian pada acara *launching* koleksi hijab Hana Tajima pada musim panas 2015 Sejumlah selebriti Instagram (selebgram) hijab serta *fashion blogger* memeriahkan acara *launching* koleksi hijab Hana Tjima untuk UNIQLO. Berikut gaya hijab para selebgram hijab:

1. Tina Asmara

Tina Asmara merupakan salah satu selebriti Instagram (selebgram) yang kerap bergaya *stylish*. Sempel namun elegan seolah menjadi motto berbusana bagi wanita dengan *followers* Instagram lebih dari 31 ribu itu. Ketika hadir di acara peluncuran koleksi Hana Tajima untuk UNIQLO, Tina Asmara mengenakan *jumpsuit* berpotongan lebar dengan palet hitam yang membuat penampilan terlihat elegan. Ia melengkapi gayanya dengan pashmina abu-abu serta *box clutch* warna hitam-putih. Setelan tersebut ia maksimalkan dengan pemilihannya *high heels* hitam.

---

<sup>11</sup> Kata atau frasa yang diawali dengan tanda hash (#), yang digunakan di situs web dan aplikasi media social, terutama Twitter, untuk mengidentifikasi konten digital pada topik tertentu.



Gambar 2.7 Potret Tina Asmara selebgram hijab  
(Sumber: <https://wolipop.detik.com/hijab-style/d-2979336/foto-gaya-selebgram-hijab-saat-peluncuran-koleksi-hana-tajima-di-uniqlo>)

## 2. Dwi Handayani

Dwi Handayani atau yang lebih dikenal di Instagram dengan nama akun @dwiandaanda mengenakan koleksi busana gabungan UNIQLO dan Hana Tajima. Kemeja polos keabu-abuan dengan potongan yang disesuaikan dengan jeans merah lebar. Jubahnya juga memakai koleksi terbaru Hana dengan potongan tiga sisi khas di bagian atas. Tas dan *high heels* putih menyeiramakan penampilan. Dengan *followers* Instagram lebih dari 97 ribu itu.



Gambar 2.8 Potret Dwi Handayani selebgram hijab  
(Sumber: <https://wolipop.detik.com/hijab-style/d-2979336/foto-gaya-selebgram-hijab-saat-peluncuran-koleksi-hana-tajima-di-uniqlo>)

### 3. Puteri Hasanah Karunia

Puteria Hasanah Karunia atau lebih akrab disapa Utie tampil modis dengan setelan jas putih dan krem. Kemeja panjang dan celana palazzo tampil ramping. Rompi panjang tentunya menambah kesan stylish pada penampilan Utie. Wanita dengan lebih dari 163 ribu followers Instagram ini tetap bisa diandalkan dengan gaya hijab simpelnya menggunakan *scarf* polos.



Gambar 2.9 Potret Puteri Hasanah Kurnia  
(Sumber: <https://wolipop.detik.com/hijab-style/d-2979336/foto-gaya-selebgram-hijab-saat-peluncuran-koleksi-hana-tajima-di-uniqlo>)

#### 4. Rahmalia Aufa Yazid alias Aufa Tokyo

Sosok hijaber Indonesia yang sangat eksis di Jepang. Kewajibannya untuk mengenakan jilbab, meskipun di Jepang rahmalia sering mengalami kesulitan untuk memilih busana muslim karena Islam adalah agama minoritas di Jepang. Saat ini, Aufa Tokyo telah dinobatkan sebagai salah satu wanita Muslim paling berpengaruh di dunia, versi Instagram *Buzz Feed World*. "Saya perlu menunjukkan bahwa gaya Muslim adalah sesuatu yang melampaui batas ketat dan siapa pun bisa memakainya," katanya seperti dikutip oleh *Buzz Channel News*. Rahmalia bisa menunjukkan bahwa seorang muslimah bisa menjalani kehidupan yang biasa-biasa saja, namun sekaligus tetap bergaya tanpa merasa aneh meski umat Islam adalah minoritas di Jepang. Namun rahmalia tak kehabisan akal untuk memadukan gaya hijab. Rahmalia bisa menggabungkan hijab dengan kimono Jepang dengan hijab yang sudah ditata sedemikian rupa sehingga terlihat sangat *fashionable* ala gadis tradisional Jepang.



Gambar 2.10 Potret Aufa Tokyo saat menggunakan hijab ala gadis Jepang

(Sumber: Instagram @aufatokyo)

*Style* hijab kini banyak disukai oleh para kaula muda. Gaya yang simpel dan juga modis dan tidak kaku. Hal ini yang membuat hijab menjadi fenomenal dan bukan lagi dianggap busana yang kaku dan ketinggalan zaman. Melihat fenomena pada saat sekarang ini, pakaian dan *trend* hijab juga terus berkembang menjadi bagian dari *fashion*. Hal ini menandakan banyaknya permintaan terhadap hijab. Kenyataannya, semakin banyak wanita yang mengenakan hijab pada beberapa tahun terakhir ini merupakan pemandangan umum yang menarik perhatian.

Melihat trend saat ini, pakaian dan hijab juga terus berkembang menjadi bagian dari desain. Hal ini menunjukkan daya tarik hijab. Sejujurnya, meningkatnya jumlah wanita berhijab akhir-akhir ini adalah suatu fenomena. Keunikan ini muncul seiring dengan berkembangnya berbagai macam desain, struktur dan jenis hijab yang unik dan menarik. Penciptaan hijab untuk lingkup yang luas melahirkan berbagai model hijab sehingga nama dan istilah hijab muncul tergantung dari modelnya. Penggunaan hijab tidak hanya terbatas pada satu jenis model saja tetapi memiliki berbagai macam model dalam hijab (berkerudung).

Salah satu cara berbusana yang sampai saat ini menjadi fokus perhatian adalah penggunaan hijab (penutup kepala). Jilbab berasal dari bahasa arab yang artinya sama dengan tabir atau dinding atau penutup.<sup>12</sup> Selain untuk menutupi aurat, hijab

---

<sup>12</sup> Idatul Fitri dan Nurul Khasanah RA, 110 Kekeliruan Dalam Berjilbab, (Jakarta Timur : Al-MAgfiroh. 2013)

ini juga bisa dijadikan sebagai hiasan bagi para wanita untuk mempercantik atau mempercantik diri. Seiring dengan perkembangan zaman, pemikiran tentang hijab telah bergeser, dimana hijab adalah penutup kepala dengan berbagai model atau wujud untuk mempercantik diri. Keunikan inilah yang mendorong berkembangnya berbagai gaya hijab.<sup>13</sup>

---

<sup>13</sup> Arfa Faisar Ananda, *Wanita Dalam Konsep Islam Modernis* ((Jakarta: Pustaka Firdaus, 2004) Hal. 7