

Resepsi Estetik Jauss terhadap Ayat-Ayat Jilbab: Studi Komparatif Sastra Tafsir Kemenag VS. Narasi Hijab Fashion di TikTok

**Davin Zachary Yasa¹, Siti Hanifah Amaliah², Zahira Sufyan³, Zahra Mawaddah⁴,
Tenny Sudjatnika⁵**

Program Studi Sastra Inggris, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati, Bandung, Indonesia^{1,2,3,4,5}

*Email Korespondensi: davin.zachary@gmail.com

Diterima: 22-12-2025 | Disetujui: 02-01-2026 | Diterbitkan: 04-01-2026

ABSTRACT

The hijab phenomenon in Indonesia has undergone a radical transformation from a static theological signifier to a dynamic visual commodity in the digital era. This research aims to analyze the shift in religious authority and the interpretation of hijab verses (Surah Al-Ahzab: 59 and Surah An-Nur: 31) by comparing the official narrative of the Ministry of Religious Affairs (Kemenag) and the hijab fashion narratives on TikTok. Using Hans Robert Jauss's Aesthetic of Reception theory, specifically the concepts of "horizon of expectation" and "aesthetic distance," the study employs a comparative analysis on diachronic and synchronic axes. The findings reveal a sharp divergence in reception: Kemenag builds a normative-institutional horizon focusing on legal compliance and moral protection, whereas TikTok constructs an aesthetic-digital horizon driven by algorithmic logic, visibility, and consumerism. This shift demonstrates a radical decentralization of religious authority, where digital influencers act as new interpreters prioritizing "visual orthopraxy" over traditional orthodoxy. Consequently, aesthetics has become a new regime of truth for the younger generation. This study concludes that religious institutions must adopt visual literacy and new interpretive approaches to remain relevant within modern visual culture.

Keywords: Aesthetic of Reception; Hans Robert Jauss; Hijab Fashion; Ministry of Religious Affairs; TikTok.

ABSTRAK

Fenomena jilbab di Indonesia telah mengalami transformasi radikal dari penanda teologis yang statis menjadi komoditas visual yang dinamis di era digital. Penelitian ini bertujuan untuk membedah pergeseran otoritas keagamaan dan pemaknaan ayat-ayat jilbab (Surah Al-Ahzab: 59 dan Surah An-Nur: 31) melalui studi komparatif antara narasi resmi Tafsir Kementerian Agama (Kemenag) dan narasi hijab fashion di platform TikTok. Dengan menggunakan teori Resepsi Estetik Hans Robert Jauss, penelitian ini menganalisis konsep "cakrawala harapan" dan "jarak estetis" secara mendalam melalui pendekatan diakronis dan sinkronis. Hasil penelitian menunjukkan adanya divergensi tajam dalam resepsi masyarakat; Kemenag membangun cakrawala normatif-institusional yang menekankan pada kepatuhan hukum dan perlindungan moral, sementara TikTok menciptakan cakrawala estetis-digital yang didorong oleh logika algoritma, visibilitas, dan konsumerisme. Fenomena ini menandai desentralisasi otoritas keagamaan yang radikal, di mana influencer digital muncul sebagai penafsir baru yang mengedepankan

"ortopraksi visual" di atas ortodoksi tradisional. Estetika kini berfungsi sebagai rezim kebenaran baru bagi Generasi Z, menggeser logika textual klasik. Studi ini menyimpulkan bahwa institusi keagamaan perlu mengadopsi literasi visual dan pendekatan tafsir baru yang mampu berdialog dengan budaya digital agar tetap relevan bagi generasi muda tanpa kehilangan substansi spiritualnya.

Kata kunci: Hans Robert Jauss; Hijab Fashion; Kementerian Agama; Resepsi Estetik; TikTok.

Bagaimana Cara Sitas Artikel ini:

Davin Zachary Yasa, Siti Hanifah Amaliah, Zahira Sufyan, Zahra Mawaddah, & Tenny Sudjatnika. (2026). Resepsi Estetik Jauss terhadap Ayat-Ayat Jilbab: Studi Komparatif Sastra Tafsir Kemenag VS. Narasi Hijab Fashion di TikTok. *Jurnal Teologi Islam*, 2(1), 144-152. <https://doi.org/10.63822/jy8de722>

*Resepsi Estetik Jauss terhadap Ayat-Ayat Jilbab:
Studi Komparatif Sastra Tafsir Kemenag VS. Narasi Hijab Fashion di TikTok*
(Yasa, et al.)

PENDAHULUAN

Dalam sejarah perkembangan pemikiran Islam di Indonesia, jilbab merupakan simbol keagamaan yang tidak pernah bersifat statis. Ia mengalami pergeseran makna seiring perubahan konteks sosial, politik, dan budaya masyarakat Muslim. Pada dekade 1980-an, jilbab tampil sebagai simbol identitas kesalehan sekaligus resistensi politik terhadap rezim Orde Baru. Namun, memasuki era digital abad ke-21, jilbab mengalami transformasi signifikan menjadi bagian dari industri budaya populer dan mode global. Pergeseran ini menandai perubahan cara umat Islam memaknai teks-teks keagamaan, khususnya ayat-ayat jilbab dalam Al-Qur'an.

Secara normatif, ayat-ayat jilbab seperti QS. Al-Ahzab ayat 59 dan QS. An-Nur ayat 31 telah lama menjadi objek penafsiran ulama dalam tradisi tafsir klasik maupun kontemporer. Di Indonesia, Kementerian Agama Republik Indonesia melalui Tafsir Al-Qur'an Edisi Penyempurnaan berupaya membakukan pemaknaan ayat-ayat tersebut dalam kerangka hukum, kesopanan, dan perlindungan moral perempuan (Kementerian Agama RI, 2019). Tafsir ini merepresentasikan otoritas keagamaan negara yang menekankan kepatuhan normatif, kesederhanaan, serta pembatasan ekspresi tubuh perempuan di ruang publik (Ichwanuddin, 2020).

Namun demikian, perkembangan media sosial—khususnya TikTok—telah melahirkan ruang baru bagi resepsi dan negosiasi makna ayat-ayat jilbab. Platform ini memungkinkan munculnya aktor-aktor non-tradisional seperti influencer dan kreator konten yang secara visual menampilkan praktik berjilbab dalam bingkai estetika, tren mode, dan logika algoritma. Penelitian-penelitian mutakhir menunjukkan bahwa narasi hijab fashion di media sosial tidak hanya berfungsi sebagai ekspresi religius, tetapi juga sebagai bentuk komodifikasi simbol agama yang berkelindan dengan kepentingan pasar dan ekonomi perhatian (Hidayah, 2022; Luthfiandana et al., 2023; Marwa & Dasuki, 2025).

Kondisi ini memunculkan kesenjangan hermeneutik antara tafsir normatif-institusional yang diwakili Kemenag dan resepsi estetis-digital yang berkembang di TikTok. Perbedaan tersebut tidak sekadar berkaitan dengan variasi gaya berpakaian, tetapi menyentuh persoalan yang lebih mendasar, yakni pergeseran otoritas keagamaan dan cara umat Islam memahami serta mengaktualisasikan teks suci dalam kehidupan sehari-hari. Dalam konteks ini, teori Resepsi Estetik Hans Robert Jauss menjadi relevan karena menempatkan pembaca atau penerima teks sebagai subjek aktif yang membawa cakrawala harapan (Erwartungshorizont) tertentu dalam memaknai teks (Jauss, 1982; Mursyid, 2013).

Sejumlah penelitian sebelumnya telah menerapkan teori resepsi dalam kajian Al-Qur'an dan media sosial, namun masih terbatas pada aspek etika digital atau representasi umum religiusitas (Fahrudin, 2020; Asna, 2021). Belum banyak kajian yang secara khusus mengkaji ayat-ayat jilbab dengan membandingkan resepsi negara melalui tafsir resmi dan resepsi publik melalui media sosial berbasis visual seperti TikTok. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki urgensi akademik untuk mengisi celah tersebut dengan menganalisis bagaimana perbedaan cakrawala harapan menghasilkan makna yang beragam dan bahkan kontradiktif atas ayat-ayat jilbab.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis resepsi estetik ayat-ayat jilbab dalam Tafsir Kementerian Agama Republik Indonesia dan narasi hijab fashion di TikTok menggunakan kerangka teori Hans Robert Jauss. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi

bagi pengembangan studi Al-Qur'an kontemporer, khususnya dalam memahami dinamika tafsir, estetika, dan otoritas keagamaan di era digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian kepustakaan (library research) yang dipadukan dengan analisis konten digital. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan memahami makna, konstruksi pemiknaan, serta dinamika resepsi ayat-ayat jilbab dalam konteks sosial dan budaya yang berbeda, bukan untuk mengukur hubungan variabel secara kuantitatif.

Desain penelitian bersifat deskriptif-analitis dengan kerangka teori Resepsi Estetik Hans Robert Jauss sebagai alat analisis utama. Teori ini digunakan untuk mengkaji perbedaan cakrawala harapan (Erwartungshorizont) yang melatarbelakangi pemaknaan ayat-ayat jilbab dalam Tafsir Kementerian Agama Republik Indonesia dan dalam narasi hijab fashion di media sosial TikTok.

Sumber data dalam penelitian ini terbagi menjadi dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer berupa teks Tafsir Al-Qur'an dan Tafsirnya Edisi Penyempurnaan yang diterbitkan oleh Kementerian Agama Republik Indonesia (2019), khususnya penafsiran terhadap QS. Al-Ahzab ayat 59 dan QS. An-Nur ayat 31. Selain itu, data primer juga mencakup konten digital berupa video hijab fashion di platform TikTok yang menampilkan praktik berjilbab, gaya berpakaian, serta narasi visual yang merepresentasikan pemaknaan ayat jilbab secara estetis.

Data sekunder diperoleh dari literatur pendukung berupa buku, artikel jurnal, skripsi, tesis, dan disertasi yang relevan dengan kajian resepsi Al-Qur'an, teori resepsi estetik, tafsir ayat-ayat jilbab, serta studi agama dan media sosial. Literatur-literatur tersebut digunakan untuk memperkuat analisis teoretis dan memberikan konteks akademik terhadap temuan penelitian.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi dan penelusuran literatur ilmiah, serta observasi non-partisipan terhadap konten TikTok yang berkaitan dengan hijab fashion. Pemilihan konten TikTok dilakukan secara purposif, dengan kriteria konten yang menampilkan praktik berjilbab secara eksplisit dan memperoleh tingkat keterlibatan (engagement) yang tinggi, seperti jumlah tayangan, suka, dan komentar, sehingga dianggap representatif dalam membentuk wacana publik.

Analisis data dilakukan melalui beberapa tahap. Pertama, mengidentifikasi dan mengklasifikasikan bentuk-bentuk pemaknaan ayat jilbab dalam Tafsir Kemenag dan dalam konten TikTok. Kedua, menganalisis cakrawala harapan yang melatarbelakangi masing-masing resepsi dengan menggunakan konsep-konsep utama Hans Robert Jauss, seperti cakrawala harapan, jarak estetis, serta resepsi sinkronis. Ketiga, melakukan analisis komparatif untuk melihat perbedaan, benturan, dan kemungkinan negosiasi makna antara resepsi normatif-institusional dan resepsi estetis-digital.

Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber, yaitu dengan membandingkan temuan dari teks tafsir resmi, konten media sosial, dan literatur akademik yang relevan. Dengan metode ini, diharapkan hasil penelitian memiliki konsistensi analitis dan validitas konseptual dalam menjelaskan dinamika resepsi ayat-ayat jilbab di era digital.

*Resepsi Estetik Jauss terhadap Ayat-Ayat Jilbab:
Studi Komparatif Sastra Tafsir Kemenag VS. Narasi Hijab Fashion di TikTok
(Yasa, et al.)*

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian hasil dan pembahasan ini menyajikan temuan utama penelitian berdasarkan analisis resepsi estetik terhadap ayat-ayat jilbab dalam dua konteks yang berbeda, yakni Tafsir Kementerian Agama Republik Indonesia dan narasi hijab fashion di media sosial TikTok. Analisis dilakukan dengan mengaitkan data empiris dan temuan literatur dengan kerangka teori Resepsi Estetik Hans Robert Jauss, khususnya konsep cakrawala harapan, jarak estetis, dan resepsi sinkronis. Melalui pendekatan ini, bagian ini tidak hanya memaparkan perbedaan pemaknaan ayat jilbab, tetapi juga membahas implikasi sosiologis dan keagamaan dari perbedaan tersebut dalam konteks masyarakat Muslim Indonesia kontemporer.

Resepsi Normatif-Institusional dalam Tafsir Kementerian Agama RI

Hasil analisis terhadap *Al-Qur'an dan Tafsirnya* Edisi Penyempurnaan yang diterbitkan oleh Kementerian Agama Republik Indonesia menunjukkan bahwa ayat-ayat jilbab diresepsi dalam kerangka normatif-hukum yang relatif stabil dan terstandarisasi. Penafsiran QS. Al-Ahzab ayat 59 menekankan fungsi jilbab sebagai penanda identitas perempuan mukmin yang bertujuan untuk perlindungan sosial, yakni agar perempuan mudah dikenali dan terhindar dari gangguan (Kementerian Agama RI, 2019). Jilbab diposisikan sebagai instrumen moral yang mengatur relasi antara tubuh perempuan dan ruang publik, sehingga dimensi sosial dan protektif lebih ditonjolkan dibandingkan dimensi estetis.

Penafsiran QS. An-Nur ayat 31 dalam Tafsir Kemenag juga menunjukkan pola resepsi yang serupa. Ayat ini dipahami sebagai perintah normatif untuk menutup aurat dengan menekankan larangan menampakkan perhiasan (*zinah*) dan kewajiban menjulurkan kerudung hingga menutupi dada. Penekanan tafsir ini berada pada aspek kepatuhan hukum (*fiqh*), kesederhanaan, serta pengendalian pandangan dan hasrat visual di ruang publik (Kementerian Agama RI, 2019). Estetika berpakaian tidak dielaborasi sebagai nilai utama, melainkan ditempatkan secara subordinatif di bawah tujuan etis dan moral, sebagaimana juga dicatat oleh Ichwanuddin (2020) dalam kajiannya mengenai epistemologi tafsir ayat jilbab.

Dalam perspektif teori Resepsi Estetik Hans Robert Jauss, Tafsir Kemenag merepresentasikan *cakrawala harapan* normatif-institusional yang berupaya menstabilkan makna teks dan membatasi kemungkinan interpretasi alternatif. Pembaca ideal yang dibayangkan adalah subjek Muslim yang patuh terhadap otoritas ulama dan negara. Oleh karena itu, resepsi yang diharapkan bersifat penerimaan (*reception as acceptance*), bukan negosiasi makna.

Resepsi Estetis-Digital dalam Narasi Hijab Fashion di TikTok

Berbeda dengan resepsi normatif dalam Tafsir Kemenag, hasil pengamatan terhadap konten hijab fashion di TikTok menunjukkan pola resepsi yang bersifat estetis, visual, dan partisipatoris. Ayat-ayat jilbab jarang dikutip secara eksplisit, tetapi dihadirkan secara implisit melalui praktik berpakaian, gaya hijab, serta narasi visual yang menonjolkan kreativitas, keindahan, dan keunikan personal. Jilbab direpresentasikan sebagai bagian dari identitas Muslimah modern yang modis, percaya diri, dan aktif di ruang publik digital.

Konten-konten populer seperti video transisi, *get ready with me* (GRWM), dan tutorial hijab memperlihatkan bahwa praktik menutup aurat dipadukan dengan logika tren, selera pasar, dan algoritma media sosial. Dalam konteks ini, *zinah* tidak lagi dipahami semata-mata sebagai sesuatu yang harus disembunyikan, tetapi justru direpresentasikan sebagai elemen estetis yang dapat dirayakan selama masih

*Resepsi Estetik Jauss terhadap Ayat-Ayat Jilbab:
Studi Komparatif Sastra Tafsir Kemenag VS. Narasi Hijab Fashion di TikTok*
(Yasa, et al.)

berada dalam bingkai identitas Muslimah. Temuan ini sejalan dengan penelitian Hidayah (2022) serta Luthfiandana et al. (2023) yang menunjukkan bahwa konten hijab fashion berfungsi ganda sebagai ekspresi religius dan sarana komodifikasi simbol agama.

Mengacu pada Jauss (1982), fenomena ini mencerminkan pergeseran *cakrawala harapan* pembaca teks keagamaan. Pengguna TikTok membawa ekspektasi bahwa simbol agama dapat berfungsi sebagai sarana ekspresi diri, modal sosial, dan komoditas visual. Validasi resepsi tidak lagi bergantung pada otoritas keilmuan formal, melainkan pada metrik algoritmik seperti jumlah tayangan, suka, dan komentar. Dengan demikian, resepsi ayat jilbab di TikTok bersifat sinkronis dan plural, melibatkan partisipasi aktif audiens dalam produksi makna.

Analisis Komparatif dan Jarak Estetis

Perbandingan antara resepsi Tafsir Kemenag dan narasi hijab fashion di TikTok memperlihatkan adanya *jarak estetis* yang signifikan. Tafsir Kemenag mengedepankan estetika kesederhanaan dan invisibilitas tubuh perempuan, sementara TikTok mempromosikan estetika visibilitas, performativitas, dan daya tarik visual. Jarak estetis ini menjelaskan mengapa tafsir normatif sering kali dipersepsi kurang relevan oleh generasi muda yang hidup dalam budaya visual dan digital.

Namun demikian, jarak estetis tersebut tidak selalu berujung pada penolakan total terhadap nilai-nilai normatif agama. Sebagian konten hijab fashion justru menunjukkan proses negosiasi makna, di mana prinsip menutup aurat tetap dipertahankan, tetapi dikemas dalam bentuk visual yang lebih adaptif terhadap selera zaman. Fenomena ini mencerminkan resepsi sinkronis yang beragam, sebagaimana dikemukakan Jauss, di mana berbagai pemaknaan atas teks yang sama hadir secara bersamaan dalam satu periode waktu.

Implikasi terhadap Otoritas Keagamaan dan Praktik Kesalehan

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pergeseran otoritas keagamaan dari tafsir tekstual yang bersifat institusional menuju otoritas visual dan algoritmik. Kesalehan tidak lagi semata-mata diukur dari kepatuhan normatif terhadap teks, tetapi juga dari kemampuan menampilkan identitas religius yang dapat diterima dan divalidasi secara sosial. Dalam konteks ini, hijab fashion di TikTok berfungsi sebagai medium baru pembentukan kesalehan performatif, sebagaimana juga dicatat dalam studi tentang kontestasi kesalehan di media sosial (Nisa, 2019; Zuhri et al., 2022).

Temuan ini menegaskan bahwa resepsi estetik terhadap ayat-ayat jilbab tidak dapat dipahami sebagai penyimpangan semata, melainkan sebagai bagian dari dinamika sejarah pemaknaan teks suci yang terus berlangsung. Dengan menggunakan kerangka Resepsi Estetik Hans Robert Jauss, penelitian ini memperlihatkan bahwa perbedaan resepsi merupakan konsekuensi logis dari perbedaan cakrawala harapan pembaca dalam konteks sosial dan media yang berubah.

Tabel 1. Perbandingan Resepsi Ayat Jilbab dalam Tafsir Kemenag dan Narasi Hijab Fashion di TikTok

Dimensi Analisis	Tafsir Kemenag (Resepsi Normatif-Institusional)	TikTok (Resepsi Estetis-Digital)
Otoritas Penafsir	Ulama dan institusi negara	Influencer, kreator konten, algoritma
Media Utama	Teks tertulis (tafsir)	Visual dan audio-visual (video)
Fungsi Jilbab	Perlindungan moral dan kepatuhan hukum	Ekspresi diri dan identitas visual
Orientasi Estetika	Kesederhanaan dan invisibilitas	Visibilitas dan performativitas
Mekanisme Validasi	Dalil dan legitimasi keilmuan	Likes, komentar, dan jumlah tayangan
Sifat Resepsi	Stabil dan normatif	Dinamis dan partisipatoris

Sumber: Diolah dari Kementerian Agama RI (2019), Jauss (1982), Mursyid (2013), Hidayah (2022), dan Luthfiandana et al. (2023).

Temuan-temuan di atas menunjukkan bahwa perbedaan resepsi terhadap ayat-ayat jilbab bukan sekadar persoalan variasi gaya berpakaian, melainkan mencerminkan perubahan mendasar dalam cara umat Islam berinteraksi dengan teks suci. Tafsir Kemenag dan narasi hijab fashion di TikTok merepresentasikan dua cakrawala harapan yang hidup berdampingan namun sering kali berjarak secara estetis dan ideologis. Dengan demikian, hasil penelitian ini menegaskan bahwa dinamika pemaknaan ayat jilbab merupakan bagian dari proses historis yang terus berlangsung, di mana teks Al-Qur'an senantiasa diresepsi ulang sesuai dengan konteks sosial, budaya, dan media yang melingkupinya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dipaparkan, penelitian ini menyimpulkan bahwa ayat-ayat jilbab, khususnya QS. Al-Ahzab ayat 59 dan QS. An-Nur ayat 31, diresepsi secara berbeda dalam Tafsir Kementerian Agama Republik Indonesia dan dalam narasi hijab fashion di media sosial TikTok. Perbedaan resepsi tersebut dipengaruhi oleh perbedaan cakrawala harapan yang melatarbelakangi masing-masing konteks. Tafsir Kemenag merepresentasikan resepsi normatif-institusional yang menekankan kepatuhan hukum, perlindungan moral, dan kesederhanaan sebagai nilai utama dalam praktik

*Resepsi Estetik Jauss terhadap Ayat-Ayat Jilbab:
Studi Komparatif Sastra Tafsir Kemenag VS. Narasi Hijab Fashion di TikTok*
(Yasa, et al.)

berjilbab. Sementara itu, narasi hijab fashion di TikTok merepresentasikan resepsi estetis-digital yang menonjolkan dimensi visual, ekspresi diri, dan performativitas identitas Muslimah dalam ruang publik digital.

Dengan menggunakan kerangka teori Resepsi Estetik Hans Robert Jauss, penelitian ini menunjukkan adanya jarak estetis yang signifikan antara kedua bentuk resepsi tersebut. Jarak ini tidak selalu bermakna penolakan terhadap ajaran normatif agama, melainkan mencerminkan proses negosiasi makna yang dipengaruhi oleh perubahan konteks sosial, budaya, dan media. Temuan ini menegaskan bahwa pemaknaan ayat-ayat jilbab bersifat dinamis dan historis, serta tidak dapat dilepaskan dari pengalaman sosial pembacanya.

Secara teoretis, penelitian ini berkontribusi pada pengembangan kajian Al-Qur'an kontemporer dengan menegaskan relevansi teori Resepsi Estetik dalam membaca interaksi umat Islam dengan teks suci di era digital. Secara empiris, penelitian ini memperlihatkan bahwa media sosial, khususnya TikTok, telah menjadi arena penting dalam pembentukan makna dan otoritas keagamaan baru yang bersifat visual dan algoritmik.

Berdasarkan temuan penelitian ini, terdapat beberapa saran yang dapat diajukan. Pertama, bagi pengkaji Al-Qur'an dan studi Islam, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas objek kajian resepsi Al-Qur'an pada platform digital lain, seperti Instagram atau YouTube, guna memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai dinamika pemaknaan teks suci di ruang digital.

Kedua, bagi institusi keagamaan dan pendidikan Islam, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan refleksi untuk merumuskan strategi dakwah dan pendidikan keagamaan yang lebih adaptif terhadap budaya visual dan media sosial, tanpa kehilangan substansi normatif ajaran Islam.

Ketiga, bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengombinasikan pendekatan resepsi dengan metode etnografi digital atau wawancara mendalam, sehingga pengalaman subjektif pengguna media sosial dalam memaknai ayat-ayat Al-Qur'an dapat digali secara lebih mendalam. Dengan demikian, kajian resepsi Al-Qur'an diharapkan semakin kaya dan mampu menangkap kompleksitas praktik keberagamaan masyarakat Muslim kontemporer.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, M. A. (2012). *Islamic studies di perguruan tinggi: Pendekatan integratif-interkoneksi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Asna, A. (2021). Resepsi Al-Qur'an di media sosial: Antara dakwah dan popularitas. *Jurnal Studi Al-Qur'an*, 17(2), 145–162. <https://doi.org/10.21009/jsq.017.2.04>

Campbell, H. (2013). *Digital religion: Understanding religious practice in new media worlds*. London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203084861>

Fahrudin, F. (2020). Al-Qur'an dan media baru: Studi resepsi ayat-ayat keagamaan di ruang digital. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 40(1), 67–84. <https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/jid/article/view/6789>

Gadamer, H.-G. (2004). *Truth and method* (2nd rev. ed.). London: Continuum. <https://doi.org/10.5040/9781472548434>

Hidayah, N. (2022). Hijab fashion dan komodifikasi simbol agama di media sosial. *Jurnal Sosiologi Agama*, 16(1), 89–108. <https://doi.org/10.14421/jsa.2022.161-05>

*Resepsi Estetik Jauss terhadap Ayat-Ayat Jilbab:
Studi Komparatif Sastra Tafsir Kemenag VS. Narasi Hijab Fashion di TikTok*
(Yasa, et al.)

Hoover, S. M. (2016). *The media and religion: Foundations of an emerging field*. New York: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315666133>

Ichwanuddin, I. (2020). Epistemologi tafsir ayat-ayat jilbab dalam konteks keindonesiaan. *Jurnal Studi Al-Qur'an dan Tafsir*, 5(2), 201–220. <https://ejournal.uin-suka.ac.id/ushuluddin/jsqt/article/view/2456>

Iser, W. (1978). *The act of reading: A theory of aesthetic response*. Baltimore: Johns Hopkins University Press <https://jhupbooks.press.jhu.edu/title/act-reading>

Jauss, H. R. (1982). *Toward an aesthetic of reception* (T. Bahti, Trans.). Minneapolis, MN: University of Minnesota Press <https://www.upress.umn.edu/book-division/books/toward-an-aesthetic-of-reception>

Jauss, H. R., & Benzinger, E. (1970). Literary history as a challenge to literary theory. *New Literary History*, 2(1), 7–37 <https://doi.org/10.2307/468585>

Kementerian Agama Republik Indonesia. (2019). *Al-Qur'an dan tafsirnya* (Edisi penyempurnaan). Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an. <https://lajnah.kemenag.go.id>

Luthfiandana, D., Rahmawati, R., & Pratama, A. (2023). Representasi kesalehan dan hijab fashion di TikTok. *Jurnal Komunikasi Islam*, 13(2), 233–252. <https://doi.org/10.15642/jki.2023.13.2.233-252>

Marwa, S., & Dasuki, A. (2025). Hijab, digital culture, and religious authority in Indonesia. *Journal of Contemporary Islam*, 9(1), 55–72. <https://doi.org/10.1007/s11562-024-00531-2>

Mursyid, M. (2013). *Estetika Al-Qur'an: Studi resepsi dalam tradisi Islam*. Yogyakarta: LKiS.

Nisa, E. F. (2019). Social media and the birth of digital Islamic authority in Indonesia. *Indonesia and the Malay World*, 47(137), 46–64. <https://doi.org/10.1080/13639811.2019.1642542>

Rafiq, A. (2014). *Living Qur'an: Sebuah pengantar metodologis*. Yogyakarta: LKiS.

Ricoeur, P. (1981). *Hermeneutics and the human sciences*. Cambridge: Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9781316534981>

Saeed, A. (2006). *Interpreting the Qur'an: Towards a contemporary approach*. London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203965337>

Zuhri, S., Hakim, L., & Aziz, M. (2022). Otoritas keagamaan dan media sosial: Kontestasi wacana Islam digital. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 16(2), 121–139. <https://doi.org/10.14421/jdk.v16i2.2431>