

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

Dengan melihat pertanyaan penelitian, yakni: **“Bagaimana dampak globalisasi terhadap produk hijab sebagai subkultur Islam yang kontroversial dalam era modern dapat melakukan penetrasi pasar ke dalam industri *fashion* di Britania Raya?”** maka, penulis mendapatkan jawaban bahwa unsur budaya, politik, teknologi, dan bisnis turut memicu perkembangan subkultur hijab yang kini telah bertambah nilai sebagai produk bermerek serta gerakan baru pemberdayaan perempuan. Penelitian ini membahas tentang isu terkait dengan agama dan budaya yang merupakan bagian dari isu identitas. Kajian mengenai identitas, budaya, dan perkembangan Teknologi Informasi khususnya di bidang mode dapat dijadikan bahan untuk penelitian lebih lanjut.

Dari penelitian ini, penulis menemukan bahwa **teori globalisasi** membuktikan bahwa perkembangan teknologi telah memunculkan berbagai macam fenomena baru termasuk globalisasi. Globalisasi turut mempengaruhi berbagai macam aspek kehidupan manusia, termasuk agama dan budaya Muslim. Khususnya bagi Muslim yang tinggal di negara barat. Peristiwa terorisme yang terjadi negara-negara barat memberikan citra yang buruk tentang Islam di mata dunia. Warga Muslim di negara barat menjadi target diskriminasi oleh masyarakat sekitar karena perbuatan sebagian kecil oknum.

Hal tersebut memicu adanya **politik identitas**, sebagai bentuk pergerakan dari komunitas Muslim untuk merepresentasikan identitas yang sebenarnya di mata

dunia. Usaha tersebut didukung oleh kemajuan teknologi seperti internet yang memudahkan penyampaian informasi dalam lingkup global. Sehingga identitas kaum yang termarginal tidak dideskripsikan secara sepihak.

Salah satu negara barat dengan populasi Muslim yang besar adalah Britania Raya. Umat Muslim di Britania Raya sebagian besar merupakan imigran yang telah berbaur dengan masyarakat sekitar. Hal ini membuktikan bahwa proses **akulturasi budaya** antara warga Muslim di Britania Raya berbaur dengan budaya setempat tanpa menghilangkan esensi dari identitas keislamannya. Britania Raya merupakan salah satu negara maju di dunia yang memiliki gaya hidup urban. Komunikasi antar warga memberikan pemahaman tentang islam lebih baik dibandingkan pemberitaan oleh media massa. Sehingga populasi Muslim di Britania Raya dapat maju dan berkembang di berbagai bidang.

Islam merupakan agama yang memiliki budaya tersendiri, dalam bahasan penelitian ini khususnya mengarah pada pakaian Islami yang dikenal dengan hijab. Konsep hijab tersebut telah menuai kontroversi khususnya di negara-negara barat. Dalam negara sekuler, identitas keagamaan menjadi hal yang sensitif jika masuk ke dalam ruang publik. Sedangkan wanita Muslim yang meyakini kepentingan hijab sebagai bagian dari keimanannya menjadi atensi bagi masyarakat lain. Hijab merupakan bagian dari gaya hidup *modest* yang dianut oleh ajaran Muslim. Meski dikenal secara luas sebagai penutup kepala, namun dalam arti yang sebenarnya juga tentang perilaku yang tidak berlebihan. Dalam wujud fisik merupakan penutup aurat yang ditentukan dalam al-Quran.

Dengan segala kontroversinya, pakaian Islami yang dikenal dengan hijab, perkembangannya tidak dapat dihentikan. Dari masa ke masa, atribut Islami ini tetap menjadi perdebatan. Meski hijab mendapat banyak kritikan terutama di dalam lingkungan yang memiliki banyak perdebatan tentang Islam, semakin banyak wanita Muslim yang tertarik untuk mengenakan hijab. Terlebih lagi dengan pilihan modelnya yang kian variatif dan mengikuti perkembangan mode. *Fashion* hijab dinilai menjadi lebih menarik dan memiliki potensi bisnis yang menjajikan.

Britania Raya merupakan negara pecinta mode. Berbagai macam warna budaya ada di Britania Raya, khususnya di ibu kota London dengan perpaduan masyarakat dengan latar belakang dan budaya yang berbeda-beda. Sebagai negara yang sekuler, Britania Raya memiliki masyarakat yang sangat beragam. Maka dari itu, masyarakat Muslim dapat berkembang meski sebagai kaum minoritas. Dengan populasi masyarakat Muslim yang kian berkembang, kemunculan gaya hidup baru *fashion* tersebut bisa menjadi peluang bisnis yang menguntungkan.

Populasi generasi Muslim muda yang dinamis memberikan citra baru terhadap persepsi mengenai Muslim. Seiring dengan perkembangan teknologi dan internet, pencitraan tentang masyarakat Muslim dapat lebih terlihat untuk dunia luar. Dengan gaya yang modern dan terkini, meski dalam pakaiannya yang Islami, masyarakat Muslim dapat berbaur dengan budaya populer, salah satunya dari segi mode.

Tren sosial media digunakan sebagai wadah untuk menyalurkan kreativitas kaum Muslim muda. Di sela pemberitaan mengenai Muslim yang hampir selalu

negatif, mereka menunjukkan jati diri mereka sebagai Muslim yang tidak jauh berbeda dengan masyarakat lainnya. Melalui konten yang dibagikan oleh ‘Mipsterz’ atau Muslim hipster di sosial media, semakin meningkatkan popularitas *fashion* hijab secara global tak terkecuali di Britania Raya. *Fashion* hijab pun menjadi komoditas yang memiliki nilai politis dan bisnis. Hal ini menunjukkan bahwa gerakan ini bisa menjadi pendekatan politik melalui *fashion*. Meski dalam kenyataannya, kelompok tersebut tidak sepenuhnya melakukan ‘dakwah’, karena tidak semua tren hijab yang berkembang tersebut memenuhi nilai-nilai yang terkandung dalam Syariah Islam.

Dalam teori **neoliberalisme**, industri *fashion* hijab menjadi lahan baru yang menjajikan dalam industri *fashion*. Pertumbuhan industri *fashion* hijab di Britania Raya semakin meningkat atas dasar permintaan yang semakin tinggi, dan respon yang positif di dalam dunia *mainstream fashion*. Semakin banyaknya pegiat *fashion* hijab yang bermunculan, popularitas *fashion* hijab semakin tinggi, sehingga komunitas Muslim di dunia menjadi perhatian industri *mainstream fashion*. Merek ternama seperti DKNY, Mango, Uniqlo, Dolce & Gabbana, mengeluarkan koleksi dengan tema yang khusus ditargetkan kepada konsumen Muslim maupun target pasar lain yang ingin berpenampilan *modest*. Perkembangan industri *modest fashion* ini didorong oleh faktor ekonomi. Karena, industri tersebut dapat diterima secara ekonomi, dan menguntungkan dalam sektor bisnis.

Dengan diterimanya konsep *modesty* sebagai bagian dari industri *mainstream fashion*, maka hal ini menunjukkan adanya inklusivitas dari industri yang dominan

dengan budaya sekuler. Melihat dari **teori perilaku konsumen**, secara psikologis, konsumen memiliki kebutuhan untuk diakui, dan diterima oleh lingkungannya. Sehingga, dengan semakin banyaknya merek *fashion* ternama yang mengusung konsep *modesty*, konsumen Muslim merasa diterima dalam masyarakat luas di tengah pemberitaan negatif mengenai kepercayaan mereka.

Antusiasme masyarakat Britania Raya terhadap *fashion* hijab terlihat dari adanya acara-acara dengan tema gaya hidup Muslim, diantaranya adalah ‘Muslim Lifestyle Expo’ di London, diskusi akademik mengenai *fashion* hijab di London College of Fashion, peragaan busana London Fashion Week 2016 yang pertama kali menampilkan koleksi pakaian hijab karya desainer asal Indonesia; Dian Pelangi dengan mahasiswi London College of Fashion, kemudian masuknya acara London Modest Fashion Week yang diselenggarakan oleh Haute Elan, sebuah perusahaan *e-commerce modest fashion* asal Britania pada bulan Februari 2017 ke dalam agenda fashion week di London, dan yang terakhir adalah acara yang serupa, yakni London Modest Fashion Week yang diselenggarakan oleh Modanisa, perusahaan *e-commerce* asal Turki yang diselenggarakan pada 15-16 April 2017.

Selain itu, pelaku industri *modest fashion* didominasi oleh kaum wanita. Wanita Muslim berperan dalam mempopulerkan pergerakan ini sebagai *fashion* blogger, desainer, dan pebisnis. Hal ini menunjukkan bahwa **teori feminisme** berlaku dalam perkembangan *modest fashion* dimana kaum wanita banyak terlibat aktif dalam pergerakan ekonomi industri tersebut.

Berdasarkan gerakan baru tersebut, industri *fashion* hijab menjadi berkembang pesat dan mudah dijangkau seiring dengan kemajuan teknologi. Munculnya *e-commerce* yang mengkhususkan produk *fashion* hijab, memudahkan aktivitas bisnis antara penjual dengan konsumernya dari seluruh penjuru dunia. Hal ini, mendorong peningkatan **bisnis internasional** dimana para pelaku bisnis dan konsumen dapat berinteraksi antar lintas negara.

Kini, hijab memiliki persepsi baru di dalam dunia modern. Dalam perkembangannya, hijab digunakan hanya untuk memenuhi kebutuhan dari wujud fisik keyakinan seorang wanita Muslim. Masuknya budaya hijab ke dalam dunia modern di Britania Raya, awal mulanya dianggap sebagai sesuatu yang kuno dan terbelakang. Namun, kemudahan penyebaran informasi melalui teknologi internet, persepsi mengenai *hijab* yang dipandang negatif, dapat mengalami perubahan makna. Tidak hanya menjadi simbol keagamaan, hijab kini memiliki nilai yang dapat diterima masyarakat modern, dalam wujud yang *fashionable* dan tidak kuno.

Britania Raya menjadi salah satu negara sekuler yang turut mendukung perkembangan *fashion* hijab. Britania Raya sebagai negara maju yang memiliki pengaruh besar dalam dunia global, popularitas *fashion* hijab di negara ini memberikan kontribusi dalam peningkatan persepsi politik yang lebih terhadap Muslim, dan industri *fashion* hijab.

Pada mulanya Studi HI merupakan disiplin ilmu yang fokus mempelajari tentang *war & peace*, dikategorikan sebagai *high politics*. Seiring dengan perkembangan zaman, terutama dengan adanya fenomena globalisasi, studi HI

terus berkembang untuk menjawab seputar isu-isu sosial-politik internasional yang tidak lagi hanya sebatas hubungan antar-negara. Kemudian, studi ini mulai mempelajari tentang *low politics*, dimana isu identitas juga menjadi suatu hal yang membentuk interaksi dalam masyarakat pada tingkat nasional maupun internasional.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Bakry, U. S. (2016). *Metode Penelitian Hubungan Internasional*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Grewal, I. (2005). *Transnational America: Feminisms, Diasporas, Neoliberalisms*. Durham & London: Duke University Press.
- Haddad, Y. Y. (2002). *Muslims in the West: From Sojourners to Citizens*. New York: Oxford University Press.
- Hadiwinata, B. S. (2002). *Politik Bisnis Internasional*. Yogyakarta: Kanisus.
- Heywood, A. (2011). *Global Politics*. Hampshire, UK: Palgrave Foundations.
- Joshi, R. M. (2009). *International Business*. Oxford University Press.
- Kawamura, Y. (2005). *Fashion-ology – an intro to fashion studies*. Oxford: Berg.
- Kornblum, W. (2005). *Sociology In A Changing World (Seventh Edition ed.)*. Wadsworth.
- Lewis, R. (2015). *Muslim Fashion - Contemporary Style Cultures*. Durham, London: Duke University Press.
- Shihab, M. Q. (2004). *Jilbab – Pakaian Wanita Muslimah*. Jakarta: Lentera Hati.
- Simamora, B. (2008). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Storey, J. (2009). *Cultural Theory and Popular Culture: An Introduction (Fifth edition ed.)*. Pearson Longman.
- Strinati, D. (2004). *An Introduction to Theories of Popular Culture (Second Edition ed.)*. London & New York: Taylor & Francis.
- Tarlo, E., & Moors, A. (2013). *Islamic Fashion and Anti-Fashion - New Perspectives from Europe and North America*. London, New York: Bloomsbury.

Vertovec, S. (2002). Islamophobia and Muslim Recognition in Britain. In Y. Y. Haddad, *Muslims in the West - From Sojourners to Citizens* (p. 19). Oxford: Oxford Press.

Jurnal

Fakih, M. (2004). Neoliberalisme Dan Globalisasi. *Ekonomi Politik Digital Journal Al-Manär* , 1.

Kaldor, M. (2010). The Idea of Global Civil Society. *Arches Quarterly* , 4 (6).

Lewis, R. (2010). Marketing Muslim Lifestyle: A New Media Genre. *Journal Of Middle East Women's Studies* 6 no. 3 , 58-90.

McLarney, Gökariksel, B., & Ellen. (2010). Muslim Women, Consumer Capitalism, and the Islamic Culture Industry. *Journal of Middle East Women's Studies* , 6 (3), 1-18.

Miah, S. (2010). The Rhetoric of Integration in a Globalised Community. *Arches Quarterly* , 4 (6), 78.

Karya Tulis Ilmiah

Suterwalla, S. H. (2013). *From Punk to the Hijab: British Women's Embodied Dress as Performative Resistance, 1970s to the Present*. Thesis, London: Royal College of Art.

Dokumen

British Fashion Council & Oxford Economics. *The Value of the UK Fashion Industry*. British Fashion Council & Oxford Economics. British Fashion Council & Oxford Economics.

Masood, E. (2006). *British Muslims - Media Guide*. British Council.

Thomson Reuters. (n.d.). State Of The Global Islamic Economy 2014-2015. Diakses melalui Dinar Standard: <http://www.dinarstandard.com/state-global-islamic-economy-report-2013/>

Thomson Reuters. (n.d.). State Of The Global Islamic Economy Report 2015/16. Diakses melalui Dinar Standard: <http://www.dinarstandard.com/state-of-the-global-islamic-economy-report-2015/>

Tillman, H. (2009). The Value of the UK Fashion Industry. British Fashion Council, Oxford Economics.

Artikel di Internet

Al-Mossallami, O. (n.d.). First-ever London Modest Fashion week makes its mark. Diakses melalui Middle East Eye: <http://www.middleeasteye.net/news/london-modest-fashion-week-template-1146426991>

Alkhalisi, Z. (n.d.). Nike has a new product for Muslim women: The 'Pro Hijab'. Diakses melalui CNN Money: <http://money.cnn.com/2017/03/07/news/nike-pro-hijab/>

BBC. (n.d.). History of Islam in the UK. Diakses melalui BBC: http://www.bbc.co.uk/religion/religions/islam/history/uk_1.shtml

BBC. (n.d.). It's about freedom': Ban boosts burkini sales 'by 200%'. Diakses melalui BBC: <http://www.bbc.com/news/world-europe-37171749>

BBC. (n.d.). The Islamic veil across Europe. Diakses melalui BBC: <http://www.bbc.com/news/world-europe-13038095>

BBC. (n.d.). United Kingdom profile – Overview. Diakses melalui BBC: <http://www.bbc.com/news/world-europe-18027954>

BBC. (n.d.). Why is popular culture one of Britain's best exports? Diakses melalui BBC: <http://www.bbc.co.uk/guides/zstq6fr>

- Beckford, M. (n.d.). Muslims in UK top 3 million for first time... with over 50% born outside Britain: Number in country doubles in a decade as immigration and birth rates soar. Diakses melalui Dailymail: <http://www.dailymail.co.uk/news/article-3424584/Muslims-UK-3-million-time-50-born-outside-Britain-Number-country-doubles-decade-immigration-birth-rates-soar.html>
- British Council. (n.d.). Fashion Utopias: IFS 2016 - Indonesia. Diakses melalui British Council: <http://design.britishcouncil.org/projects/ifs/ifs-2016/indonesia/>
- Brotton, J. (n.d.). The first Muslims in England. Diakses melalui BBC: <http://www.bbc.com/news/magazine-35843991>
- Brown, H. (n.d.). How can brands and retailers cater for the £367bn Muslim fashion market? Diakses melalui Drapers: <https://www.drapersonline.com/retail/how-can-brands-and-retailers-cater-for-the-367bn-muslim-fashion-market/7011438.article>
- Business of Fashion, McKinsey & Company. (n.d.). The State of Fashion 2017. Diakses melalui Business of Fashion: <https://www.businessoffashion.com/articles/news-analysis/the-state-of-fashion-2017>
- Byrne, C. (n.d.). Muslim lifestyle magazine goes mainstream". Diakses melalui Independent: <http://www.independent.co.uk/news/media/muslim-lifestyle-magazine-goes-mainstream-315805.html>
- Center, P. R. (n.d.). The Future of World Religions: Population Growth Projections, 2010-2050. Diakses melalui PEW Forum: <http://www.pewforum.org/2015/04/02/religious-projections-2010-2050/>
- Central Intelligence Agency. (n.d.). The World Fact Book – United Kingdom. Diakses melalui Central Intelligence Agency: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/uk.html>

- Channel 4. (n.d.). Bringing the hijab to the high street. Diakses melalui Channel 4:
<https://www.channel4.com/news/bringing-the-hijab-to-the-high-street>
- Cochrane, L. (n.d.). Fashion blogger Dina Torkia: 'There's a fear factor around the hijab. Diakses melalui The Guardian:
<https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2015/mar/16/fashion-blogger-dina-torkia-hijab-dina-tokio-liberty-bbc-muslim-women>
- Cooper, K. (n.d.). Dian Pelangi: Young designer, grand ambitions. Diakses melalui The Jakarta Post: <http://www.thejakartapost.com/news/2013/07/21/dian-pelangi-young-designer-grand-ambitions.html>
- Dattoo, S. (n.d.). Meet the Muslim Women Inspiring a Modest Revolution. Diakses melalui Bloomberg : <https://www.bloomberg.com/news/articles/2017-03-02/meet-the-muslim-women-inspiring-a-modest-revolution>
- Dodd, V. (n.d.). Majority of British Muslims have witnessed Islamophobia – study. Diakses melalui The Guardian:
<https://www.theguardian.com/world/2015/nov/11/majority-of-british-muslims-have-witnessed-islamophobia-study>
- Dudung. (n.d.). *Pengertian dan Bentuk Akulturasi Menurut Para Ahli*. Diakses melalui Dosen Pendidikan: <http://www.dosenpendidikan.com/pengertian-dan-bentuk-akulturasi-menurut-para-ahli/>
- Dugan, E. (n.d.). Britain's hidden racism: Workplace inequality has grown in the last decade. Diakses melalui Independent:
<http://www.independent.co.uk/news/uk/home-news/britains-hidden-racism-workplace-inequality-has-grown-in-the-last-decade-9898930.html>
- Faith & Fashion*. (n.d.). Diakses melalui University of the Arts London:
<http://www.arts.ac.uk/research/current-research/ual-research-projects/fashion-design/faith-and-fashion/>
- Fenton, S. (n.d.). British Muslim women face 'double bind' of gender and religious discrimination, report warns. Diakses melalui Independent:

<http://www.independent.co.uk/news/uk/home-news/british-muslim-women-face-double-bind-of-gender-and-religious-discrimination-report-warns-a7049031.html>

Ferla, R. L. (n.d.). For Ramadan, Courting the Muslim Shopper. Diakses melalui NY Times: https://www.nytimes.com/2015/06/25/fashion/for-ramadan-courting-the-muslim-shopper.html?_r=0

Foreman, L. (n.d.). Can The Hijab Actually Be Relatable To All Women? Diakses melalui Refinery29: <http://www.refinery29.com/2016/05/111866/hijab-clothing-line-london-fashion-week>

Foreman, L. (n.d.). Can The Hijab Actually Be Relatable To All Women? Diakses melalui Refinery 29: <http://www.refinery29.com/2016/05/111866/hijab-clothing-line-london-fashion-week>

Gani, A. (n.d.). Muslim population in England and Wales nearly doubles in 10 years. Diakses melalui The Guardian: <https://www.theguardian.com/world/2015/feb/11/muslim-population-england-wales-nearly-doubles-10-years>

KBBI. (n.d.). Diakses melalui KBBI Kemdikbud: <http://kbbi.kemdikbud.go.id>

Lewis, R. (n.d.). 2015: The Year the Mainstream Woke Up to Muslim Fashion? Diakses melalui Huffington Post: http://www.huffingtonpost.co.uk/professor-reina-lewis/2015-the-year-mainstream-muslim-fashion_b_8347916.html

Lewis, R. (n.d.). The Cultural Politics Of Muslim Fashion. Diakses melalui Vocativ: <http://www.vocativ.com/274454/the-cultural-politics-of-muslim-fashion/>

Mail Online. (n.d.). In five years this will be the norm!: Muslim designer praises London's first Modest Fashion Week for putting hijabs and long hemlines in the spotlight (and she says they're here to stay). Diakses melalui Daily Mail: <http://www.dailymail.co.uk/femail/article-4241500/London-hosts-Modest-Fashion-Week.html>

- Mangla, I. S. (n.d.). Muslim Fashion Market Poised To Skyrocket As Retailers Like Uniqlo Embrace 'Modest' Lines. Diakses melalui International Business Times: <http://www.ibtimes.com/muslim-fashion-market-poised-skyrocket-retailers-uniqlo-embrace-modest-lines-2121207>
- Monalisa. (n.d.). Dian Pelangi jadi Desainer Muslim Pertama di London Fashion Week. Diakses melalui Antara News: <http://www.antarane.ws.com/berita/545235/dian-pelangi-jadi-desainer-muslim-pertama-di-london-fashion-week>
- Monica Ainley, F. S. (n.d.). The rise of 'modest' fashion. Diakses melalui CNN Style: <http://edition.cnn.com/2017/03/08/fashion/the-modist-modest-fashion-online/index.html>
- Nair, P. (n.d.). Can employers ban hijabs in the workplace? Diakses melalui Growth Business: <http://www.growthbusiness.co.uk/can-employers-ban-hijabs-in-the-workplace-2537361/>
- Nair, P. (n.d.). Is wearing a hijab illegal now? UK lawyers explain. Diakses melalui Growth Business: <http://www.growthbusiness.co.uk/wearing-hijab-illegal-now-uk-lawyers-explain-2550020/>
- National Geographic. (n.d.). Hijab: Veiled in Controversy. Diakses melalui National Geographic: <http://www.nationalgeographic.org/media/hijab/>
- Office for National Statistics. (n.d.). Religion in England and Wales 2011. Diakses melalui Office for National Statistics: <https://www.ons.gov.uk/peoplepopulationandcommunity/culturalidentity/religion/articles/religioninenglandandwales2011/2012-12-11>
- Pew Research Center. (n.d.). The Future of World Religions: Population Growth Projections 2010-2050. Diakses melalui Pew Research Center: <http://www.pewforum.org/2015/04/02/religious-projections-2010-2050/>
- Philby, C. (n.d.). Less religious and more ethnically diverse: Census reveals a picture of Britain today. Diakses melalui Independent:

- <http://www.independent.co.uk/news/uk/home-news/less-religious-and-more-ethnically-diverse-census-reveals-a-picture-of-britain-today-8406506.html>
- Rodulfo, K. (n.d.). Why Over 150 Million Watch These Hijabi Beauty Influencers. Diakses melalui Elle: <http://www.elle.com/beauty/a44241/hijabi-beauty-influencers/>
- Schiffer, J. (n.d.). Nike's sports hijab launch highlights the lack of foresight at big brands. Diakses melalui Glossy: http://www.glossy.co/diversity-in-fashion/nikes-sports-hijab-launch-highlights-the-lack-of-foresight-at-big-brands?utm_source=digiday.com&utm_medium=referral&utm_campaign=digidaydis&utm_content=schiffer-nikes-sports-hijab-launch-highlights-the-lack-of-foresight-at-big-brands
- Sherwood, H. (n.d.). Muslim Lifestyle Expo in London Highlights Largely Untapped Market. Diakses melalui The Guardian: <https://www.theguardian.com/world/2016/apr/07/muslim-lifestyle-expo-london-global-brands-spending-power>
- Soy, S. K. (n.d.). The Case Study as a Research Method. Diakses melalui The University of Texas at Austin: <https://www.ischool.utexas.edu/~ssoy/usesusers/l391d1b.htm>
- Steven Swinford, C. H. (n.d.). Britain needs 'national debate' about banning Muslim girls from wearing veils in public. Diakses melalui Telegraph: <http://www.telegraph.co.uk/news/politics/10311469/Britain-needs-national-debate-about-banning-Muslim-girls-from-wearing-veils-in-public.html>
- Teori Pasar. (n.d.). Diakses melalui Scribd: <https://www.scribd.com/doc/90624076/TEORI-PASAR>
- The Associated Press. (n.d.). Muslim 'hijabi hipsters' reinterpreting traditional notions of modesty, where fashion meets faith. Diakses melalui NY Daily News: <http://www.nydailynews.com/life-style/fashion/muslim-hijabi-hipsters-fusing-fashion-faith-article-1.1968964>

The Guardian. (n.d.). Mipsters: like hipsters, but Muslim. Diakses melalui The Guardian:

<https://www.theguardian.com/society/shortcuts/2016/apr/10/mipster-muslim-hipster-exploitative-marketing-term-growing-urban-trend>

The History of English. (n.d.). English as Global Language. Diakses melalui The History of English: http://www.thehistoryofenglish.com/issues_global.html

U.S. Department of State. (n.d.). United Kingdom. Diakses melalui U.S. Department of State: <http://www.state.gov/j/drl/rls/irf/2006/71416.htm>

Valerie Steele, J. S. (n.d.). Fashion Industry. Diakses melalui Global Britannica: <https://global.britannica.com/topic/fashion-industry>

Wikipedia. (n.d.). Britania Raya. Diakses melalui Wikipedia: https://id.wikipedia.org/wiki/Britania_Raya

Wikipedia. (n.d.). Imperium Britania. Diakses melalui Wikipedia: https://id.wikipedia.org/wiki/Imperium_Britania#cite_ref-1

Wikipedia. (n.d.). Religion in the United Kingdom. Diakses melalui Wikipedia: https://en.wikipedia.org/wiki/Religion_in_the_United_Kingdom#History

Majalah

Anggreati, R. (2012, September). Me & My Fashion Style. Majalah Annisa . Jakarta.