

# EKSPRESI DAN REPRESENTASI BUDAYA PEREMPUAN MUSLIM KELAS MENENGAH DI SURABAYA

Rofhani

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, Indonesia  
E-mail: nanirofhani@gmail.com

**Abstract:** This article discusses Islamic culture that undergoes shift in meaning as a form of expression and self-representation of Middle Class Muslim Women. Basically, the religious movement of women constitutes a form of identity assertion. The Middle Class Muslim Women unconsciously exhibit new culture, although it must be admitted that not all Middle Class Muslims in Indonesia follow popular lifestyle. Instead, they demonstrate culture different from what of fundamentalist groups with their turban, cloak, and veil of a specific color. Middle Class Muslim Women create an alternative lifestyle which conforms Islamic norms, flexible, not rigid to build Islamic identity. In general, Middle Class Muslim Women in Surabaya have a relatively similar lifestyle. They tend to be rationalistic in understanding religion. They prefer, for example, more scientific materials to enrich their religious knowledge. Although they are rationalistic and follow the values of modernity, they still adhere to normative values of religion. The ethical values or religious norms are their main guideline for behavior including the reason for wearing Muslim clothing and veil.

**Keywords:** Middle Class Muslim Women; Islamic culture; lifestyle.

## Pendahuluan

Perkembangan kehidupan perkotaan secara tidak langsung membentuk gaya hidup hedonis, sikap pragmatis dan budaya konsumtif dalam kehidupan modern.<sup>1</sup> Kondisi tersebut membawa dampak yang tidak

---

<sup>1</sup> Modernitas memiliki makna ambigu, tetapi istilah ini tergantung pada ruang dan waktu terutama jika dikaitkan dengan budaya. Secara singkat Sztompka menyimpulkan ciri modernitas adalah individualisme, diferensiasi, rasionalitas, ekonomisme dan perkembangan. Giddens menyebut modernisasi adalah globalisasi sehingga intensifikasi relasi sosial antarlokasi yang bersifat global menuju pada liberalisme dan pos-

kecil pada tumbuhnya *global culture* yang berujung pada hegemoni, kekacauan dan trans-nasional budaya, sehingga terjadi reaksi identitas pada kehidupan modern.<sup>2</sup> Pada aspek beragama, reaksi identitas menunjukkan berbagai bentuk sesuai dengan keyakinan dan pemahaman individu yang terekspresi pada kehidupan keseharian. Fenomena sosial ini semakin menarik dikaji jika dihubungkan dengan kelompok kelas menengah yang memiliki kekhasan dan keunikan dalam beragama.

Kelas menengah (*middle class*) adalah kelompok yang memiliki keunikan, dengan posisi di tengah (*middle*). Kelompok ini merupakan jembatan sekaligus penghubung antara kelompok kelas atas (*up*) dan kelompok kelas bawah (*down*). Karena itu kelompok ini cukup fleksibel serta dianggap dapat membawa perubahan sosial. Kelas menengah, menurut Hellmuth Lange dan Derek Wynne, dianggap menarik terutama pada pembahasan gaya hidup dan konsumerisme.<sup>3</sup> Dalam konteks keindonesiaan, diskursus kelas menengah<sup>4</sup> menjadi

---

modernisasi. Lihat Piotr Sztompka, *Sosiologi Perubahan Sosial*, terj. Alimandan (Jakarta: Prenada, 2004), 85-86; Anthony Giddens, *The Consequences of Modernity* (USA: Stanford University Press, 1996), 63-65.

<sup>2</sup> Mike Featherstone, "Global Culture", dalam Mike Featherstone (ed.), *Global Culture: Nationalism, Globalization and Modernity, a Theory, Culture and Society Special Issue* (London: SAGE Publications, 1997), 6-7.

<sup>3</sup> Hellmuth Lange dan Lange Meier, *The New Middle Classes: Globalizing Lifestyles, Consumerism and Environmental Concern* (London: Spinger, 2009), 1-28 dan 49-64; Derek Wynne, *Leisure, Lifestyle, and the New Middle Class: A Case Study* (London: Routledge, 1998), 9-30 dan 69-93; Mike Featherstone, *Costumer Culture and Postmodernism* (London: SAGE Publication Ltd., 1993), 83-93 dan 95-110; Lee Artz dan Yahya R. Kamalipor (eds.), *The Globalization of Corporate Media Hegemony* (Albany: University of New York, 2003), 3-32.

<sup>4</sup> Pembahasan mengenai kelas menengah di Indonesia diawali oleh majalah *Prisma* edisi Februari 1984 yang diterbitkan oleh LP3ES dengan tema *Kelas Menengah Baru: Menggapai Harta dan Kuasa* yang isinya mengulas kelas menengah sebagai produk pembangunan ekonomi Orde Baru. Dilanjutkan oleh harian *KOMPAS* yang meliput tentang gaya hidup kelas menengah tahun 1986. Lihat, Richard Tanter dan Kenneth Young (ed.), *The Politics of Middle Class Indonesia* (Melbourne: Monash Papers on Souteast Asia, 1990); Happy Bone Zulkarnain, Faisal Siagian dan Laode Ida (eds.), *Kelas Menengah Digugat* (Jakarta: Penerbit Fikahati Aneska, 1993); Robert W. Hefner pada tahun 1993 menulis "Islam, State, and Civil Society: ICMi and the Struggle for the Indonesia Middle Class". Demikian juga tulisan Richard Robison dan David S.G. Goodman (eds.), *The New Rich in Asia: Mobile Phones, McDonald's and Middle Class Revolution* (London and New York: Routledge, 1993). Tulisan-tulisan tersebut membahas eksistensi, gaya hidup, peranan, pengaruh dan posisi kelas menengah di Indonesia.

bombastis terutama pada aspek spiritualitas.<sup>5</sup> Jalan spiritual menjadi pilihan masyarakat perkotaan Indonesia seperti Jakarta, Bandung, Surabaya, dan Medan. Fenomena tersebut bisa dilihat dari beberapa perkumpulan keagamaan dan sufisme<sup>6</sup> di perkotaan.

Kondisi Muslim kelas menengah di Indonesia ini diperkuat Fealy bahwa Islam di Indonesia adalah pasar yang laris dan tempat berjualan simbol kesalehan Islam, tempat komodifikasi ruang budaya dan spiritual dan membentuk keberagaman dalam kehidupan sehari-hari.<sup>7</sup> Penulisan kelas menengah semakin menarik jika dikaitkan dengan perempuan. Rinaldo<sup>8</sup> mensinyalir beberapa gerakan keagamaan menunjukkan bahwa perempuan memiliki keaktifan yang lebih pada gerakan keagamaan terutama bentuk *social market* keagamaan yang terjadi di beberapa negara Asia Tenggara termasuk Indonesia. Rinaldo memberi contoh bahwa kelompok pengajian al-Qur'ân perempuan elite bermunculan, yang menjadikan anggota-anggotanya sebagai agen perubahan. Demikian juga Samia Serageldin dalam tulisannya “The Islamic Salon: Elite Women Religious Network in Egypt” yang memaparkan bahwa salon adalah tempat atau sarana ekspresi yang cukup eksklusif pada perempuan Muslim kelas menengah dan kelas

---

<sup>5</sup> Fenomena ini tidak berdiri sendiri, melainkan menjadi fenomena global di era *New Age*. Gerakan spiritual *New Age* terbentuk di pertengahan abad ke-20, yang bertujuan mewujudkan spiritualitas tanpa batas atau tanpa ikatan dogma agama tertentu. Martin dan Howell menyebut sebagai Gerakan Agama Baru (*New Religious Movements* [NRMs]) yang mengutamakan praktik transformasi kesadaran dan kemungkinan untuk mengalami kehadiran imanen Tuhan. Martin dan Howell sepakat dengan pendapat Troeltsch bahwa mistisisme dapat menjadi bagian integral dari penyelarasan agama dengan modernitas. Lihat, Martin van Bruinessen dan Julia Day Howell, *Urban Sufisme* (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), 5-6.

<sup>6</sup> Istilah sufisme pertama kali dikenalkan oleh Fazlur Rahman dengan sebutan neo-sufisme (tasawuf yang bercirikan pada kepatuhan pada syariat dan kepedulian pada masalah dunia). Sedangkan untuk Indonesia dikenalkan oleh Hamka dengan sebutan tasawuf modern. Tasawuf modern berbeda dari konsep tasawuf lama yang penekanannya lebih pada aspek *esoteris*. Tasawuf modern memadukan lahiriyah dan batiniyah (*eksoteris* dan *esoteris*) disertai sikap positif pada dunia. M.T. Ja'fari menyebut fenomena tersebut dengan istilah “tasawuf positif”, sedangkan Julia Day Howell menyebutnya *contemporary Sufism* (tasawuf kontemporer).

<sup>7</sup> Greg Fealy, “Mengonsumsi Islam: Agama yang Dijadikan Jualan dan Kesalehan yang Diidam-idamkan di Indonesia”, dalam Greg Fealy dan Sally White (eds.), *Ustadz Seleb, Bisnis Moral dan Fatwa Online: Ragam Ekspresi Islam Kontemporer Indonesia*, terj. Ahmad Muhajir (Jakarta: Komunitas Bambu, 2012), 16-37.

<sup>8</sup> Rachel Ricardo, “Women and Piety Movements”, dalam Bryan S. Turner (ed.), *The Sociology of Religion* (UK: Blackwell Publishing Ltd, 2010), 584-601.

elite di Mesir.<sup>9</sup> Secara tidak langsung, gerakan keagamaan perempuan yang bersifat kolektif memberikan peluang bagi perempuan untuk mengonstruksi jenis komunitas baru dan identitas sosialnya.

Gerakan keagamaan perempuan tersebut pada dasarnya adalah bentuk penegasan identitas. Secara tidak sadar, perempuan Muslim kelas menengah menunjukkan budaya baru. Meskipun demikian harus diakui bahwa tidak semua kalangan Muslim kelas menengah di Indonesia mengikuti gaya hidup yang populer, tetapi pada sisi lain mereka menampilkan budaya yang berbeda dari kelompok fundamentalis<sup>10</sup> yang berjubah, berkerudung panjang, dan bercadar dengan warna tertentu. Kelompok perempuan Muslim kelas menengah ini membentuk gaya hidup alternatif dan cocok dengan aturan Islam, fleksibel, tidak terlihat kaku dengan semangat membangun identitas Islam.

Beberapa akademisi sudah pernah mengulas terkait potret keberagaman komunitas Muslim kelas menengah, antara lain: Rubaidi<sup>11</sup>, Mastuki HS<sup>12</sup>, Claudia Nef Saluz<sup>13</sup>, Warsito Raharjo Jati<sup>14</sup>, dan lain-lain.

---

<sup>9</sup> Miriam Cooke dan Bruce B. Lawrence (eds.), *Muslim Network from Hajj to Hip-Hop* (North Carolina: The University of North Carolina Press, 2005), 155-168 dan 169-190; Ann Helmann dan Margaret Beetham (eds.), *New Woman Hybridities: Femininity, Feminism and International Consumer Culture 1880-1930* (London: Routledge, 2004), 1-14.

<sup>10</sup> Kelompok fundamentalis sering dipakai untuk menyebut kelompok salafi. Fenomena identitas salafi (terutama bentuk tampilan) ini juga terlihat di Indonesia sejak pertengahan tahun 1980. Gerakan ini tumbuh subur terutama di kampus-kampus perguruan tinggi umum bernama *harakah tarbiyah*. Mereka mengadakan *halqah* dan *damrah* di setiap *usrah* (kelompok kecil). Dalam waktu yang cukup singkat gerakan ini merambah di wilayah Indonesia dan menjelma menjadi simpul kekuatan aktivisme terbesar di kampus-kampus di berbagai universitas di Indonesia. Pasca jatuhnya Soeharto, gerakan ini memproklamkan keberadaannya dengan menamakan Hizbut Tahrir Indonesia (HTI). Lihat, Roel Meijer, *Global Salafism: Islam's New Religious Movement* (London: C. Hurst Company, 2009), 12-16; Noorhaidi Hasan, "Ideologi, Identitas dan Ekonomi Politik Kekerasan", *Prisma*, Vol. 29, (Oktober, 2010), 5-8.

<sup>11</sup> Rubaidi, "Pergeseran Kelas Menengah NU: Dari Modernis kepada Islamisme dan Post Islamisme" (Disertasi--Pascasarjana IAIN Sunan Ampel, Surabaya, 2013).

<sup>12</sup> Ia menjelaskan tentang perkembangan dan mobilitas kelas menengah santri dari Orde Baru sampai dengan Era Reformasi yang mengalami polarisasi pemikiran dan membentuk mobilisasi sosial. Hasil penulisan ini mengelompokkan kelas menengah santri menjadi empat macam, yaitu kelompok tradisionalisme, liberalisme, post-tradisionalisme, dan fundamentalisme. Lihat Mastuki HS, *Kebangkitan Kelas Menengah*

Berbeda dengan penelitian sebelumnya, artikel ini secara khusus menjelaskan ekspresi budaya melalui gaya hidup sebagai bentuk kesadaran beragama pada perempuan Muslim kelas menengah di Kota Surabaya. Berbeda dari, misalnya, penulisan Dien Media yang mengeksplorasi hubungan iklan di media dengan konsumsi yang mempengaruhi gaya hidup perempuan perkotaan serta penulisan Claudia Nef Saluz yang mengeksplorasi perubahan model jilbab sebagai proses hibriditas dan asimilasi budaya global dan lokal, kajian ini menemukan lebih jelas pemahaman agama dan konstruksi sosial yang berpengaruh pada pilihan ekspresi gaya hidup beragama mereka. Dengan ditemukannya beberapa tipe beragama perempuan Muslim kelas menengah di Surabaya—sebagai lokus penulisan—beserta motifnya, maka penulisan ini dikatakan menarik, karena membongkar sesuatu yang tersembunyi di balik fenomena yang sengaja dimunculkan.

### **Muslim Kelas Menengah Surabaya**

Melihat data jumlah penduduk Surabaya bisa dikatakan bahwa jumlah Muslim di kota ini mencapai 90% lebih. Sedangkan untuk melihat fenomena Muslim kelas menengah di Kota Surabaya bisa dikatakan jumlahnya semakin meningkat. Hal ini bisa diamati, salah satunya adalah jumlah Muslim yang berkunjung dan berbelanja di mall-mall yang ada di Kota Surabaya. Realitas tersebut terlihat dari mereka yang berbusana Muslim (yang ditandai pemakaian

---

*Santri: Dari Tradisionalisme, Liberalisme, Post-Tradisionalisme, hingga Fundamentalisme* (Jakarta: Pustaka Dunia, 2010).

<sup>13</sup> Ia menjelaskan tentang model kerudung pada mahasiswa Universitas Gadjah Mada, dari model cadar sampai dengan model jilbab gaul. Model kerudung adalah salah satu ekspresi Islam pada golongan muda perkotaan dalam kehidupan keseharian. Ditemukan ada ambiguitas pada praktik berjilbab disebabkan pengaruh budaya global yang berasimilasi dengan budaya lokal. Lihat Claudia Nef Saluz, “Islamic Pop Culture in Indonesia: An anthropological Field Study on Veiling Practices among Students of Gadjah Mada University of Yogyakarta” (Arbeitsblatt Nr. 41--Institut für Sozialanthropologie, Universität Bern, Bern, 2007).

<sup>14</sup> Ada tiga artikel yang ditulis Warsito Raharjo Jati, antara lain: “Islam Populer sebagai Pencarian Identitas Muslim Kelas Menengah Indonesia”, *Teosofi: Jurnal Tasawuf dan Pemikiran Islam*, Vol. 5, No. 1 (Juni, 2015); Warsito Raharjo Jati, “Tinjauan Perspektif Intelektual Muslim terhadap Genealogi Kelas Menengah Muslim di Indonesia”, *Islamica: Jurnal Studi Keislaman*, Vol. 9, No. 1 (September, 2014); Warsito Raharjo Jati, “Less Cash Society: Menakar Mode Konsumerisme Baru kelas Menengah Indonesia”, *Jurnal Sosioteknologi*, Vol. 14, No. 2 (Agustus, 2015);

kerudung/jilbab bagi perempuan) dan keramaian mushalla pada waktu salat Dzuhur ataupun Ashar. Contoh nyata yang bisa ditemui adalah di Grand City Mall yang terletak di daerah Gubeng di mana mushalla yang disediakan sangat bersih dan nyaman. Fenomena lainnya adalah semakin banyak keluarga Muslim yang melaksanakan resepsi pernikahan di mall ataupun di hotel-hotel. Pameran dan festival Muslim yang digelar di Kota Surabaya dalam lima tahun terakhir, selain merupakan fenomena perkembangan *fashion*, juga tidak bisa dilepaskan dari peningkatan jumlah Muslim kelas menengah di Surabaya serta semangat menunjukkan Islam di arena publik. Selain itu geliat Muslim kelas menengah di Surabaya bisa dilihat dari fenomena ramainya mall-mall pada saat bulan Ramadhan dan menjelang hari raya Idul Fitri. Tema-tema yang diusung oleh para pemilik modal adalah tema-tema yang bernafaskan Islam. Terlepas dari analisis pasar ataupun strategi pemasaran yang mencoba mendulang keuntungan di berbagai *event* yang dinantikan oleh kaum Muslim, bisa dipahami bahwa kondisi tersebut menandakan adanya perkembangan dan dinamika pertumbuhan ekonomi yang dalam penulisan ini dikaitkan dengan Muslim kelas menengah.

Hal lain yang bisa dijadikan gambaran umum keberadaan perkembangan Muslim kelas menengah di Surabaya adalah munculnya berbagai perumahan yang bersifat eksklusif dan *clustering* yang bertema keluarga Islami. Salah satu contohnya adalah perumahan Andalusia di daerah Injoko di kawasan Surabaya Selatan atau perumahan dengan penamaan Masjid Agung Residence yang terletak di dekat Masjid Nasional al-Akbar Surabaya. Penamaan dua contoh kompleks perumahan tersebut bisa dipahami sebagai konsep hunian yang diperuntukkan minimal untuk kalangan Muslim kelas menengah.

Kota Surabaya merupakan kota yang cukup religius. Data Kantor Kementerian Agama Kota Surabaya menyebutkan bahwa penduduk Muslim yang menjalankan ibadah ke Tanah Suci Mekah, terutama ibadah umrah, selalu mengalami peningkatan jumlah dari tahun ke tahun. Fenomena ibadah umrah (yang disebut juga “haji kecil” sebagai pengganti haji yang kuotanya sangat dibatasi) merupakan “langkah awal” melengkapi rukun Islam. Hal ini menandakan bahwa kaum Muslim mempunyai semangat melaksanakan ajaran agamanya. Hampir enam tahun terakhir fenomena ini bisa dijumpai di Surabaya di mana biro perjalanan haji atau umrah mengadakan pameran haji dan umrah di mall-mall maupun tempat-tempat eksklusif lainnya.

Tempat yang menjadi *venue* langganan pameran-pameran yang bertema Islam tersebut misalnya Royal Plaza dan Jatim Expo yang keduanya berada di Jl. Ahmad Yani di kawasan Surabaya Selatan. Pada 14-17 November 2013, misalnya, diadakan festival Muslim yang bertema umrah, haji dan *fashion parade* yang bertempat di Convention Hall Tunjungan Plaza III lantai enam.<sup>15</sup> Pihak Jawa Pos Group, sebagai sponsor utama acara tersebut, nampaknya secara cerdas melihat perkembangan dan peningkatan Muslim kelas menengah di Kota Surabaya baik secara ekonomi maupun kuantitas.

Tidak berlebihan kiranya jika penulis menyebut Surabaya sebagai kota religius. Hal ini dikarenakan dahulu Surabaya merupakan salah satu pusat perkembangan dan penyebaran Islam di Jawa bagian timur dengan tokoh utamanya Sunan Ampel serta *icon* Masjid Ampel yaitu masjid tua yang berada di daerah Kelurahan Ampel Kecamatan Semampir di kawasan utara kota Surabaya yang mayoritas penduduknya beretnis Arab. Masjid ini menjadi salah satu tempat wisata religi di Kota Surabaya selain Masjid Nasional al-Akbar bagi warga luar Surabaya ataupun warga Surabaya sendiri. Masjid seluas 120x180 meter persegi tersebut didirikan pada tahun 1421 oleh Sunan Ampel (salah satu dari sembilan wali yang menyebarkan agama Islam di Jawa) yang makamnya terletak di kompleks Masjid Ampel.<sup>16</sup>

Religiositas masyarakat Muslim Surabaya juga bisa diamati, misalnya, di masjid terbesar di Surabaya, yaitu Masjid Nasional al-Akbar yang menjadi sarana pengembangan pemahaman keagamaan, termasuk Muslim kelas menengah, di Surabaya. Hal ini bisa dilihat dari bentuk-bentuk pengajian yang ditawarkan oleh pengelola Masjid, mulai yang bersifat gratis sampai dengan yang berbayar. Salah satu contohnya adalah *ngaji internet*<sup>17</sup> yang menjadi andalan dan bisa dikatakan cukup bergengsi khususnya saat bulan Ramadhan. Pengajian ini dilaksanakan secara gratis dan pesertanya kian bertambah dari tahun ke tahun. Berdasarkan pengamatan penulis, jika dilihat dari pesertanya, pengajian ini diikuti oleh mereka yang mempunyai pendidikan cukup tinggi. Mereka adalah para profesional

<sup>15</sup> Penulis juga menyempatkan diri mengunjungi acara tersebut sebagai salah satu langkah pengamatan langsung terhadap kelas menengah.

<sup>16</sup> "Sistem Informasi Masjid", <http://simbi.kemenag.go.id/simas/index.php/profil/masjid/564/> (Diakses 13 Januari 2014).

<sup>17</sup> *Ngaji internet* dilakukan dengan membuka situs-situs yang terkait dengan tema keislaman, dilaksanakan pada bulan Ramadhan setelah salat Dzuhur dan Asar selama satu jam.

yang jika dilihat dari pakaian dan tatacara berbicara adalah kelas menengah. Peserta pengajian ini semakin beragam dan berjumlah banyak terutama ketika akhir pekan. Khusus di hari Sabtu dan Minggu pada bulan Ramadhan, jamaah yang mengikuti salat tarawih semakin ramai. Bisa dipastikan apabila jamaah datang ke Masjid al-Akbar menjelang waktu salat Isya' pengunjung kesulitan mencari tempat parkir kendaraan di area halaman dalam masjid karena penuh. Hal ini juga terlihat ketika 10 hari terakhir bulan Ramadhan di mana bisa dipastikan jika datang pada pukul 01.00 WIB pengunjung kesulitan mencari parkir kendaraan terutama roda empat. Fenonema ini menunjukkan betapa Muslim kelas menengah di Surabaya memiliki semangat menjalankan ajaran agama, minimal seperti yang terlihat di saat bulan Ramadhan.

### **Ekspresi dan Representasi Diri Perempuan Muslim Kelas Menengah**

Penulis menemukan beberapa bentuk ekspresi dan representasi diri keberagamaan dan gaya hidup perempuan Muslim kelas menengah, terutama di Kota Surabaya. Bagian ini juga menjelaskan proses dan hasil konstruksi sosial individu dalam perjalanan hidup (*life story*) sebagai kelas menengah. Penulis berargumen bahwa ekspresi dan representasi diri memiliki hubungan yang saling bergantung dan simultan. Keduanya ditampilkan pada ruang publik dalam bentuk tindakan personal yang menjelaskan konsep diri dan membentuk gaya hidup. Ekspresi dan representasi diri adalah bentuk proses konstruksi pengetahuan sebagaimana yang dikemukakan oleh Berger bahwa pengetahuan seseorang dihasilkan dari pemahaman kenyataan dan pengetahuan menurut dirinya. Individu tidak hanya secara *intensional* (sesuai pemahaman yang diyakini) mencoba memahami realitas sosial, namun ia secara terus menerus melakukan dialektika dengan realitas sosial. Demikian juga pada paham keagamaan, perilaku bergaya hidup dalam beragama adalah hasil dari pemahaman agama yang disebabkan oleh proses hubungan antara individu dengan masyarakat. Keterkaitan (*linkage*) antara realitas makro dan mikro bersifat interaktif membentuk perilaku yang dalam dal ini berbentuk ekspresi dan representasi diri.

Ekspresi diri ini adalah wujud dari proses internalisasi individu berdasarkan pemaknaan pribadi. Proses internalisasi pengetahuan dan pengalaman yang diobjektivasi oleh individu membentuk ekspresi. Dalam tulisan ini ekspresi seseorang dipahami sebagai proses



pengungkapan diri melalui simbol yang bersifat pribadi ataupun bersifat sosial. Individu mengekspresikan sesuatu tujuan bersifat pribadi (terutama) sebagai hasil dari internalisasi. Objektivasi pengetahuan dan pengalaman dieksternalisasikan oleh kelas menengah melalui proses representasi diri. Proses eksternalisasi ini diwujudkan dalam bentuk penampilan eksternal melalui simbol, penampilan luar, ritual yang bersifat publik dan artefak yang lebih bersifat materi dengan menghadirkan simbol-simbol yang maksud dalam rangka mengomunikasikan diri dengan lingkungannya. Jadi representasi diri secara tidak langsung menjelaskan motif, tujuan dan karakteristik perilaku kelas menengah secara sosial.

Terkait dengan ekspresi dan representasi diri perempuan Muslim kelas menengah, ada beberapa hal yang penting untuk dicermati, yaitu: *pertama*, terkait ekspresi personal keagamaan perempuan Muslim kelas menengah. Ekspresi ini berbentuk simbol keagamaan dan aktivitas keagamaan yang bersifat personal untuk menegaskan diri dan ciri khas mereka sebagai perempuan Muslim kelas menengah. *Kedua*, ekspresi sosial keagamaan sebagai sarana rekreasi sosial dan pernyataan secara publik bahwa mereka adalah perempuan Muslim kelas menengah. Ekspresi ini berbentuk kegiatan mereka di kelompok pengajian dan bakti sosial. *Ketiga*, representasi ekonomi kelas menengah. Proses representasi tersebut diaktualisasikan pada pola *shopping* yang menjelaskan motif perempuan Muslim kelas menengah tersebut ketika mereka memilih tempat untuk *spending time* dan perawatan tubuh. *Keempat*, terkait busana dan mode jilbab/hijab sebagai bentuk gaya (*style*) serta penampilan dan, pada saat yang sama, bentuk kesalehan sebagai Muslim. *Kelima*, hubungan keberagaman Muslim kelas menengah dengan konsep keimanan mereka yang dalam hal ini akan terlihat secara eksotis bahwa agama diwujudkan dalam bentuk materi berwujud ekspresi dan representasi keberagaman.

### **Busana dan Hijab sebagai Representasi Budaya Perempuan Muslim Kelas Menengah**

Agama dan budaya merupakan sistem nilai yang terdiri dari simbol-simbol yang saling berinteraksi. Interaksi tersebut terjadi karena tiga hal, yaitu agama mempengaruhi pembentukan budaya, budaya mempengaruhi simbol agama, dan budaya yang bisa menggantikan sistem nilai dan simbol nilai.<sup>18</sup> Pada konteks tulisan ini, relasi agama dan budaya disebabkan adanya perubahan pemahaman

<sup>18</sup> Kuntowijoyo, *Muslim tanpa Masjid* (Bandung: Mizan, 2001), 201.

agama dan dorongan perubahan sosial. Busana Muslim dan hijab memiliki makna yang kompleks bagi perempuan Muslim kelas menengah. Busana, bagi mereka, tidak hanya berfungsi sebagai penutup tubuh, tetapi memiliki makna kesopanan, profesi, budaya, identitas perasaan percaya diri (*self confidence*), dan status sosial. Bagian ini mencoba mengeksplorasi tentang representasi budaya perempuan Muslim kelas menengah yang menampilkan busana Muslim dan hijab sebagai simbol beragama sekaligus sebagai gaya penampilan serta simbol kesalehan.

Kelas menengah menampilkan identitas dan pencapaian pemahaman mereka terhadap ajaran Islam. Dengan demikian, menjadi wajar apabila sebagian perempuan Muslim melihat hijab sebagai sesuatu yang *fashionable* dan sebagian lagi sebagai bentuk ketaatan terhadap agama. Perkembangan busana dan hijab sendiri tidak hanya terjadi, misalnya, di Jakarta sebagai pusat mode, tetapi juga di kota-kota besar lainnya di Indonesia. Akhir tahun 1990, perkembangan *fashion* di Indonesia mengalami perubahan yang cukup drastis. Jones melihat adanya gejala globalisasi busana di Asia, yang memadukan antara budaya lokal dengan luar di lingkup Asia tanpa meninggalkan nilai tradisi lokal.<sup>19</sup> Media masa, khususnya majalah perempuan seperti *Femina* dan beberapa tahun kemudian disusul majalah yang bernuansa Islam yaitu *Noor*, memiliki peran yang tidak kecil dalam perkembangan dunia *fashion* di kalangan perempuan Muslim.

Hasil penulisan Brenner<sup>20</sup> menjelaskan bahwa hijab atau kerudung bagi perempuan Muslim Jawa adalah proses rekonstruksi diri dan sosial yang membutuhkan proses yang tidak singkat, yang menurut Brenner fenomena tersebut adalah bentuk Islam yang modern. Pengetahuan dan pengalaman serta kekuatan ekonomi kelas menengah perkotaan menjadikan proses perubahan budaya ini kemudian berkembang dengan pesat. Peragaan busana Muslim dan hijab di hotel berbintang dengan menggandeng para desainer ternama, sebagai contoh, menjadikan busana Muslim memiliki nilai jual yang tinggi. Kelas menengah Indonesia menampilkan model busana dan kerudung yang *simple* dan *stylish*, berbeda dari *burka* yang dianggap

---

<sup>19</sup> Carla Jones dkk., "What Happens When Asian Chic Becomes Chic in Asia?", *Fashion Theory*, Vol. 7, No. 4/4 (2003), 281-300.

<sup>20</sup> Suzanne Brenner, "Reconstructing Self and Society: Javanese Muslim women and 'the veil'", *American Ethnologist*, Vol. 23, 4 (1996), 673-697.

sebagai pakaian tradisional *ala* Timur Tengah.<sup>21</sup> Amrullah berpendapat bahwa busana Muslim di Indonesia pada saat ini beraneka ragam bentuk dan mode yang mencerminkan ekspresi individu (pemakainya).<sup>22</sup> Dari berbagai pendapat di atas dapat dikatakan bahwa busana dan hijab merupakan salah satu simbol agama yang menunjukkan identitas kelas yang mengkomunikasikan posisi seseorang pada posisi dan situasi tertentu dan berbeda.

Dalam proses interaksi sosial, busana Muslim dan hijab adalah penanda serta simbol yang paling mudah untuk mengenali seseorang sebagai Muslim, terutama bagi perempuan. Meskipun bagi penulis hal tersebut bukan syarat mutlak penanda perempuan Muslim, karena akan menimbulkan kesan diskriminatif bagi mereka yang Muslim namun tidak berhijab, tapi dalam realitas sosial, terutama pada budaya Islam Indonesia, hal yang paling mudah untuk ditandai adalah pemakaian busana Muslim dan hijab bagi perempuan Muslim. Dengan kata lain, tulisan ini tidak berpretensi sama sekali untuk mendiskriminasi perempuan Muslim yang tidak berhijab.

Dalam kajian ini, busana dan hijab dimaknai dengan segala jenis pakaian Muslim beserta atribut yang dipakai oleh perempuan Muslim kelas menengah. Busana dan hijab menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari gaya hidup yang diekspresikan oleh perempuan Muslim kelas menengah, terutama di Surabaya. Munculnya komunitas *hijaber* atau yang disebut dengan *Hijabers Community*<sup>23</sup> pada golongan muda, dan pada golongan dewasa adalah *Hijaber Mom Community* (HMC) di Jakarta, memberikan pengaruh yang besar terhadap perkembangan

<sup>21</sup> Carla Jones, "Fashion and Faith in Urban Indonesia", *Theory: The Journal of Dress, Body and Culture*, 11, (2007), 221-232.

<sup>22</sup> E. Amrullah, "Indonesia Muslim Fashion Styles and Designs", *ISIM Review*, 22, (2008), 22-23.

<sup>23</sup> Hijabers Community (HC) adalah komunitas jilbab kontemporer yang terdiri atas sekumpulan perempuan muda yang ingin mengenakan bahwa berbusana Muslim tetap terlihat modis yang khas anak muda. Komunitas ini mengembangkan tren baru berkerudung bagi perempuan Muslim Indonesia. Hijabers Community ini didirikan oleh Dian Pelangi dan Ria Miranda pada tahun 2011. Komunitas ini berkembang di grup BlackBerry dengan Jenahara Nasution sebagai penggagasnya. Perkembangan anggota Hijabers Community melalui media sosial seperti Facebook, Twitter dan Instagram. Lihat, Kompas.com 11 Agustus 2011, "Hijabers Community Bersyar Melalui Fashion Taat Kaidah" dalam <http://female.kompas.com/read/2011/08/11/13253987/Hijabers.Community>. Bersyar. Melalui.Fashion.Taat.Kaidah, (Diakses 17 Mei 2015); Annisa R. Beta, "Hijaber: How young urban Muslim women redefine themselves in Indonesia", *The International Communication Gazette*, Vol. 76, No. 4-5 (2014), 377-389.

busana Muslim di Indonesia. Seiring dengan perkembangan media sosial, kemunculan komunitas ini cepat tersebar dan berkembang dengan jumlah anggotanya yang tidak sedikit serta tersebar di kota-kota besar lain di Indonesia khususnya Bandung dan Surabaya.

Terlihat di sini semangat beragama masyarakat perkotaan yang memandang hijab bukan lagi sebagai sesuatu yang kaku dan kuno melainkan sesuatu yang bisa dimodifikasi dan diproduksi. Efek yang terlihat adalah produksi *massal* busana Muslimah oleh banyak kalangan, khususnya para desainer dan pemilik modal, sehingga Indonesia menjadi kiblat *fashion* Muslim dunia.<sup>24</sup> Terlepas dari perspektif ekonomi yang menguntungkan sebagian pemilik modal, dipastikan bahwa kelompok *hijabers* tersebut lahir dari semangat keberagaman entitas masyarakat tertentu, yaitu masyarakat Muslim perkotaan yang bersentuhan dan berdialektika dengan budaya pop (*pop culture*) dan budaya konsumerisme.

Budaya pop sendiri telah menjadi bagian kehidupan modern yang mulai berkembang antara tahun 1920-1930, di mana sinema dan radio menjadi pemicu produksi massal dan konsumsi kebudayaan serta didukung oleh perubahan sosial dan kemajuan industri. Semua itu memainkan peran dalam perdebatan atas budaya massa.<sup>25</sup> Budaya massa yang kemudian dianggap identik dengan budaya pop memiliki makna tersendiri pada kelas dan status sosial tertentu yang terkadang berarti baik atau sebaliknya. Terlepas dari perdebatan ini, telah terjadi perubahan budaya busana Muslim di Indonesia sebagai fenomena yang sayang untuk diabaikan begitu saja.

Pameran dan festival Muslim yang digelar di Surabaya dalam lima tahun terakhir adalah fenomena perkembangan fashion yang tidak bisa dilepaskan dari jumlah Muslim kelas menengah di Surabaya yang meningkat dan juga semangat menunjukkan Islam di arena publik. Pendapat Barnard menjadi tidak berlebihan bahwa busana (*fashion*) menjadi alat komunikasi sekaligus sebagai mekanisme dan ideologi yang berlaku pada hampir setiap arena dunia modern. Busana

<sup>24</sup> “Mimpi Indonesia Kiblat Busana Muslim Dunia”, dalam <http://www.kemenperin.go.id/artikel/4051/Mimpi-Indonesia:-Kiblat-Fashion-Muslim-Dunia>; Kompas.com 10 Januari 2014, “Indonesia Menuju Kiblat Busana Muslim Dunia” dalam <http://female.kompas.com/read/2014/01/10/1153555/Indonesia.Menuju.Kiblat.Busana.Muslim.Dunia> (Diakses 18 Mei 2015).

<sup>25</sup> Dominic Strinati, *An Introduction to Theories of Popular Culture* (London: Routledge, 1995), 4-5 dan 10-21; Iain Chambers, *Popular Culture: The Metropolitan Experience* (New York: Methuen, 1996), 33-34.

digunakan untuk menunjukkan standar nilai sosial atau status seseorang berdasarkan atas penilaian orang lain.<sup>26</sup> Proses perubahan busana dan hijab pada perempuan Muslim kelas menengah ini adalah suatu proses yang tidak dapat dihindarkan. Pembacaan mereka terhadap perkembangan mode dan juga pengetahuan mereka tentang agama membentuk suatu budaya tersendiri terutama jika semua itu didukung oleh kekuatan ekonomi yang mereka miliki.

Pembahasan busana dan hijab sebagai bentuk gaya penampilan sekaligus sebagai simbol ketaatan dan kesalehan perempuan terhadap ajaran agama menjadi fokus yang tidak boleh diabaikan, terutama status mereka sebagai kelas menengah. Penulis berargumen bahwa perbedaan gaya dan bentuk kesalehan adalah proses konsumsi simbolis dan transformasi identitas yang secara tidak langsung memberi nilai tambah (*value added*) dan nilai seni (*the work of art*) pada diri mereka. Secara tidak langsung, aktivitas budaya perempuan Muslim kelas menengah adalah suatu perubahan yang kemudian menjadi bentuk baru pola konsumsi dan kesenangan sekaligus representasi kesalehan sebagai seorang perempuan Muslim yang harus menutup aurat. Dalam berbagai perspektif, fenomena tersebut merupakan perwujudan gaya hidup kelas menengah yang membuat perasaan mereka menjadi aman.

Untuk menjelaskan lebih detail tentang representasi budaya dimaksud, penulis memaparkan hasil wawancara dan observasi terkait busana dan hijab sebagai gaya penampilan perempuan Muslim dan busana dan hijab sebagai representasi bentuk kesalehan kelas menengah. Mereka menunjukkan identitas dan pencapaian pemahaman terhadap Islam, yang secara praktis merupakan artikulasi praktik keberagaman dan budaya konsumsi. Uraian berikut berdasarkan penelitian yang penulis lakukan di Kota Surabaya.

### **Tren Mode Busana dan Hijab Perempuan Muslim Kelas Menengah Surabaya**

Dalam kajian gender, konstruksi dan *stereotype* perempuan identik dengan penampilan yang selalu berganti sesuai dengan tempat dan waktu. Semua itu menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari perempuan Muslim kelas menengah, termasuk mereka yang tinggal di Kota Surabaya. *Image* media yang secara terus menerus menampilkan perempuan dalam masyarakat modern sebagai sosok yang tidak hanya sebagai seorang yang bekerja (berdaya dan aktif), tetapi juga terlihat

<sup>26</sup> Malcolm Barnard, *Fashion as Communication* (London: Routledge, 2002), 29-32.

cantik, muda, kaya, dan langsing<sup>27</sup> telah menjadi sarana legitimasi bahwa perempuan memiliki makna yang berbeda. *Image* perempuan tersebut membenarkan pendapat Gerke bahwa kelas menengah memiliki ciri yang mudah dikenali yaitu gaya (*styling*) dan pola konsumsi.

Perubahan model busana dan hijab menjadi fenomena yang tidak bisa dihindari oleh perempuan Muslim, selain karena informasi yang mereka miliki juga karena motif menjadi Muslim yang modern dan *open minded*. Adalah Rosi, Sukma, dan Inne [tiga perempuan Muslim kelas menengah di Surabaya] yang memiliki pandangan tentang busana dan hijab yang *chic* dan *fashionable*. Ketiga perempuan ini tidak memiliki pengalaman khusus sebagai alasan mereka memakai hijab. Hasil kajian ini menemukan bahwa ternyata lingkungan pergaulan dan perubahan budaya pakaian Muslim menjadi faktor utama perubahan pada diri mereka.

Rosi adalah sarjana strata satu dari salah satu Perguruan Tinggi Negeri di Surabaya yang memiliki pengetahuan dan wawasan cukup luas. Gaya bicara dan bergaul Rosi tidak terkesan sebagai seorang yang pernah menggeluti dunia kimiawi. Rosi memiliki penghasilan yang cukup tinggi. Bekerja sebagai *marketing* di salah satu perusahaan asuransi tentu menjadikan penampilan berbusana sebagai salah satu perhatian utamanya. Dari segi penampilan sendiri penulis melihat bahwa Rosi adalah perempuan kelas menengah. Aksesoris lain, seperti dompet dan tas yang dibawa oleh Rosi sering berganti model, menyesuaikan warna baju dan terlihat semua itu berlabel *brand* terkenal. Mengikuti tren busana Muslim menjadi “ritual” tidak terlewatkan oleh Rosi. Dia selalu menyempatkan diri untuk mengunjungi hampir setiap *event* pameran busana Muslim, terutama yang digelar di Surabaya.

Pada suatu kesempatan wawancara dengan Rosi, dia menjelaskan latar belakang keluarga dan pendidikan dasar yang diperolehnya. Sebagai cucu tokoh NU (Nahdlatul Ulama) dan salah satu pendiri Yayasan Taman Pendidikan dan Sosial Nahdlatul Ulama Khodijah Surabaya, bisa dipastikan jika Rosi memiliki pendidikan agama sejak kecil. Meskipun demikian, orang tua Rosi menyekolahkaninya di sekolah negeri (baca: umum) dan bukan sekolah Islam. Lingkungan keluarga yang termasuk kaum *santri* (yakni kakeknya) tidak membuat

---

<sup>27</sup> Margaret L. Andersen, *Thinking about Women: Sociological Perspectives on Sex and Gender* (New York: Macmillan Publishing, 1993), 54-58.

penampilan Rosi sebagai seorang Muslim yang berhijab sejak dirinya memasuki masa *'âqil bâligh*. Rosi mengatakan bahwa dia berbusana Muslim dan berhijab baru delapan tahun yang lalu (wawancara dilakukan pada tahun 2013). Alasan Rosi mengenakan kerudung (hijab) karena lingkungan sekolah anaknya dan dukungan suaminya.<sup>28</sup>

Hampir senada dengan informan lainnya, Rosi memilih sekolah Islam untuk anaknya di tingkat dasar dengan tujuan supaya pengetahuan dasar tentang agama Islam dimiliki sejak kecil, dan sekolah yang dia pilih tentunya merupakan sekolah Islam yang memiliki reputasi dan berkualitas di Surabaya.<sup>29</sup> Meskipun pada saat wawancara anak Rosi sudah menyelesaikan SMP, Rosi memiliki prinsip tidak ingin memaksakan anaknya memakai hijab. Bagi Rosi, berhijab harus berangkat dari hati bukan karena paksaan. Lingkungan pergaulan di sekolah anaknya, dan juga sedikit pengaruh keluarga besarnya, adalah proses kontruksi yang utuh atas keputusan Rosi memakai hijab.

Dalam berbagai pertemuan dan *update* status di media sosial milik Rosi dan teman-temannya, terlihat dandanan Rosi sebagai seorang *hijaber*, meskipun dia bukan anggota HMC Surabaya. Hijab yang dipakai Rosi mengikuti mode yang sedang tren. Terkadang dia memakai model *turban* atau *pashmina* (kerudung panjang) dengan berbagai macam model dan jarang sekali dia terlihat memakai jilbab segi empat dengan model yang biasa ataupun jilbab *instant* (jilbab yang bisa langsung dipakai dan tidak membutuhkan keterampilan jika memakainya).

Rosi memiliki pendapat tentang pakaian yang bersifat Islami, yaitu pakaian yang menutup aurat, tidak menunjukkan lekuk tubuh, sesuai syariat dengan melihat situasi dan kondisi serta faktor keamanan. Pendapat ini dia kemukakan dalam grup *Whatsapp* (WA) yang sedang *share* (berdiskusi) tentang busana Muslim. Baginya, tidak ada pantangan memakai celana sebagaimana yang dia dengar dari seorang ustaz di salah satu pengajian yang pernah dia ikuti.<sup>30</sup> Selama proses

<sup>28</sup> Rosi, *Wawancara*, Surabaya, 7 September 2013.

<sup>29</sup> Sebagaimana sekolah negeri, masyarakat Surabaya menganggap bahwa hanya ada beberapa sekolah Islam swasta yang bagus dan maju serta seimbang antara pengetahuan agama dan umum. Karena kualitas yang ditawarkan oleh pihak yayasan, maka sudah tentu untuk masuk sekolah tersebut membutuhkan biaya yang tidak kecil dan hanya orang-orang yang kuat secara ekonomilah yang mampu menyekolahkan anak-anaknya di sekolah-sekolah tersebut.

<sup>30</sup> Rosi, *Wawancara*, Surabaya, 11 Agustus 2015.

wawancara, penulis menjumpai bahwa busana yang dikenakan Rosi sangat *fashionable* [meskipun faktanya hal itu tidak selalu berbanding lurus dengan pendapatnya mengenai pakaian Islami sebagaimana yang ia definisikan di atas]. Pada pertemuan pertama dengan Rosi di Excelso Coffe, misalnya, terlihat dia mengenakan *sheath dress* yang cukup ketat, tetapi pada situasi yang lain, terutama saat pengajian, Rosi memakai *abaya* yang longgar.

Penulis melihat perubahan model busana dan hijab yang disesuaikan oleh kondisi adalah bentuk penafsiran kondisi individu (Rosi) terhadap pengetahuan agama yang diperolehnya dan juga hasil internalisasi dari berbagai macam hubungan sosial yang dimilikinya. Sikap akomodatifnya terhadap model busana ini adalah bentuk gaya hidup beragama yang tetap menunjukkan statusnya sebagai kelas menengah dengan tetap memperhatikan kualitas produk busana dan hijab yang dipakainya. Pada sisi lain bisa dilihat bahwa hal ini adalah suatu proses pergeseran pemaknaan terhadap busana Muslim yang dahulu terkesan hanya dipakai oleh perempuan di pesantren, perempuan yang sudah tua dan/atau telah melaksanakan ibadah haji sehingga terkesan *kuno* dan *kampungan*.

Penulis melihat ada yang berbeda antara Rosi dan Sukma sebagai ibu rumah tangga yang bersuamikan seorang pengusaha di Surabaya. Sukma adalah sosok perempuan yang tidak banyak bicara tetapi memiliki *social connections* yang cukup luas. Berlatar dari pengalamannya yang pernah bekerja sebagai sekretaris di salah satu perusahaan swasta di Jakarta, menjadi suatu kewajaran bila penampilan dan gaya berbusana Sukma *fashionable*. Meskipun demikian, Sukma memiliki gaya hijab yang tetapn (baca: konsisten) dalam berbagai kesempatan dan *update* status di media sosial miliknya. Sukma menyatakan bahwa dia tidak menyukai gaya hijab seperti yang sedang tren oleh para *hijaber*. Bagi Sukma, berhijab haruslah sesuai dengan karakter dan kepantasan pada bentuk wajah dan tubuh serta kenyamanan pemakainya.<sup>31</sup>

Keputusan Sukma mengenakan hijab secara konsisten dimulai setelah dia menunaikan ibadah umrah kedua tahun 2010; sebuah proses panjang untuk membuat keputusan berhijab. Dia sendiri sebenarnya telah mulai belajar memakai hijab setelah ibadah umrah pertamanya. Sukma mengenal dan belajar ilmu agama, terutama tentang syariat (aturan dan hukum) Islam, sejak tahun 2008. Menurut

---

<sup>31</sup> Sukma, *Wawancara*, Surabaya, 9 Maret 2014.



pengakuannya, selama tiga tahun terakhir ini (wawancara dilakukan pada 2014) Sukma melanjutkan kursus membaca tartil al-Qur'an di Griya Al-Qur'an Surabaya.<sup>32</sup>

Berhijab, bagi Sukma, adalah totalitas niat dan keinginan sendiri serta adanya izin dari suami. Menariknya, berlatar dari pengalamannya itu Sukma justru melarang anak perempuannya yang pertama mengenakan hijab. Alasannya cukup sederhana, yaitu berhijab adalah keputusan yang harus konsisten dan mendapat persetujuan dari suami. Proses konstruksi pengetahuan agama secara bertahap membentuk pemahaman keagamaan Sukma. Di sisi lain juga bisa dilihat bahwa ketaatan terhadap suami adalah hal yang utama meskipun hal itu terkait persoalan berbusana dan berhijab. Pada konteks ini penulis melihat adanya unsur ketaatan kepada suami yang menjadi pertimbangan utama bagi Sukma, dengan kalimat yang berbeda, bahwa keputusannya berhijab adalah semata-mata tidak karena aturan agama. Secara sosiologis, dalam konteks ini, Sukma masih memahami konstruk sosial tentang laki-laki yang memiliki kekuatan dan keputusan yang harus ditaati disertai alasan agar menjadi istri yang salehah. Secara tidak langsung Sukma berada pada posisi ter subordinasi meskipun itu berkaitan hanya dengan pemahaman dan keyakinan agamanya.

Tidak begitu sulit melihat orientasi dan motif Sukma berhijab. Dari beberapa kali wawancara dengannya, penulis menyimpulkan bahwa simbol agama yang dikenakan oleh Sukma ditampilkan melalui busana dan hijab, yang secara dominan lebih mengedepankan nilai estetis dibandingkan nilai etis beragama. Ekspresi beragama yang bersifat personal juga tidak terlihat di rumahnya. Simbol-simbol tradisi Jawa di rumahnya yang berlokasi di daerah Surabaya Timur justru terlihat. Rumah yang didesain dengan *furniture* ukiran Jawa dan Madura menandakan bahwa pemilik rumah menyukai nilai-nilai tradisi lama yang untuk saat ini bisa dijadikan sebagai suatu pembeda status sosial secara ekonomi.

Sukma menceritakan bahwa ukiran Madura tersebut khusus didatangkan dari Madura demikian juga dengan ukiran Jawa yang didatangkan dari Jepara, Jawa Tengah. Bingkai besar foto keluarga menempel di dinding ruang tamu disertai beberapa bingkai kecil foto anggota keluarga yang menghiasi meja kecil di setiap sudut ruang. Penulis tidak menemukan simbol Islam yang menempel di dinding

---

<sup>32</sup> Ibid.

rumahnya. Simbol-simbol tradisi Jawa dan foto menandakan bahwa beragama bagi Sukma adalah sebuah ekspresi yang lebih bersifat publik. Busana dan hijab juga ia jadikan sebagai sarana representasi diri pada kelas dan status tertentu.<sup>33</sup>

Tanpa mengabaikan motif dan tujuan Sukma memakai hijab, yaitu apakah karena kesadaran atas pemahaman agama ataukah karena tindakan yang mendapat izin suami, penulis melihat bahwa Sukma merupakan sosok perempuan Muslim kelas menengah yang modis dan selalu mengikuti serta memperhatikan tren busana. Tidak sulit bagi Sukma untuk mengikuti tren busana dan hijab dengan kekuatan ekonomi yang dia miliki. Dalam beberapa kesempatan terlihat Sukma lebih mendahului memakai model busana yang sedang tren di Jakarta dibandingkan dengan teman-temannya. Pada kesempatan acara arisan di bulan Januari 2014, misalnya, Sukma memakai busana Muslim yang berbeda dari teman-temannya. Dia memakai busana Muslim model *simple* dengan warna pastel, sementara teman-temannya memakai busana dan hijab yang bermodel tumpuk dan berwarna cerah sesuai dengan tren tahun 2013. Informasi dan mendapatkan busana yang sedang tren di tahun 2014 adalah persoalan mudah bagi Sukma karena saudaranya yang tinggal di Jakarta memiliki kesamaan berpakaian Muslim yang juga *fashionable*. Meskipun Surabaya adalah kota metropolitan kedua setelah Jakarta dan pusat bisnis Indonesia bagian timur, tetapi untuk persoalan kiblat mode busana tetap ada di Jakarta sebagai pusat perkembangan desainer-desainer Indonesia.

Sukma dan Rosi memiliki kesamaan dalam memilih *brand* busana Muslim. Meskipun mereka tidak terfokus pada satu *brand*, tetapi tidak jarang mereka terlihat memakai busana dan hijab produksi Shafira, sebuah *brand* busana Muslim nasional yang berkelas dan ternama. Kualitas dan *brand* menjadi perhatian tersendiri bagi kelas menengah. Pada konteks ini, konsumsi suatu produk dengan *brand* dan modenya adalah wujud kebutuhan identitas dan pada saat yang sama berfungsi secara sosial dan ekonomi. Secara sosial, identitas dipertukarkan dengan harga dan *brand*. Nilai *exchange* terlihat pada penghargaan dan petunjuk status pemakai barang tertentu yang bernilai nominal tinggi. Pada sisi lain, terjadi suatu kombinasi antara nilai ekonomi dengan motif agama yang memiliki basis kelas tersendiri.

Tidak jauh berbeda dari Inne, ibu dari dua anak ini adalah mantan peragawati dan model majalah *Femina* di saat dia masih aktif kuliah di

---

<sup>33</sup> Ibid.

salah satu Perguruan Tinggi Negeri di Surabaya. Inne memakai hijab setelah dia menunaikan ibadah umrah tahun 2000. Pada awalnya dia masih “buka pasang” jilbab, terutama ketika ada sesi pemotretan model atau peragaan busana. Menurut pengakuannya, ada dua hal yang dia pahami tentang hijab, yaitu sebuah busana yang pantas dipakai oleh perempuan Muslim yang alim dan berilmu agama tinggi seperti para istri kyai atau anak pesantren. Kedua adalah budaya Arab yang lebih disebabkan karena faktor cuaca. Dengan demikian, tidak ada peristiwa khusus di balik keputusan Inne memakai hijab, namun lebih karena adanya sebuah kesadaran dari pemahaman dan pengetahuan agama yang diperolehnya. Proses internalisasi dari pengajian yang diikuti oleh Inne mengubah penampilan busananya. Inne menjelaskan kepada penulis: “Dengan berjilbab maka saya merasakan keamanan karena minimal ada yang mengucapkan *salam*, dan itu berarti ada doa bagi sesama Muslim”.<sup>34</sup> Bermodal sosial yang cukup menjanjikan, Inne memiliki koneksi yang luas. Sebagai seorang menantu mantan Wali Kota Surabaya dan juga mantan model majalah perempuan yang cukup ternama, tentu tidak sulit baginya untuk melakukan berbagai aktivitas sosial yang melibatkan pejabat pemerintahan Kota Surabaya dan para sosialita.

Inne sendiri merupakan salah satu penggagas HMC cabang Surabaya di tahun 2012 di mana dia ditunjuk sebagai ketua. Tidak berlebihan jika kemudian Inne dikatakan sebagai sosialita dengan gaya dan penampilan busana “Muslimah modern”. Frasa ini juga menjadi kunci dalam berbagai pembicaraan dan perbincangan Inne, baik pada kondisi formal ataupun informal. “Seorang Muslimah tidak boleh terlihat *kucel* dan *kumal*”, demikian ungkap Inne.<sup>35</sup> Dengan posisi demikian, Inne memiliki kegiatan yang tidak sedikit, seperti mengajar di sekolah kepribadian John Robert Power (JRP), sekolah model Muslimah, presenter acara Muslimah Modern di TV SBO Surabaya selama bulan Ramadhan 2015 serta kegiatan-kegiatan lain yang masih berhubungan dengan dunianya sebagai mantan peragawati.

Tidak jelas konsep “Muslimah modern” menurut Inne, tetapi jika dilihat dari latar pengalaman dan pengetahuan serta berbekal sebagai pemenang wajah *Femina* tahun 1992 dia mengikuti jejak Ratih Sanggarwati, seorang mantan peragawati terkemuka di Indonesia, yang sekarang merupakan seorang *hijaber*. Ratih Sanggarwati dikenal

<sup>34</sup> Inne, *Wawancara*, Surabaya, 14 Juli 2015.

<sup>35</sup> *Ibid*.

sebagai *founder* majalah *Noor* di tahun 2002. Majalah *Noor* sendiri memiliki konsep yang mirip dengan majalah *Femina* karena pemegang saham terbesar majalah ini adalah keluarga besar Alisyahbana, yaitu Sri Antaria Alisyahbana yang juga sebagai *founder*.<sup>36</sup> Sebagaimana majalah *Femina*, majalah *Noor* menyajikan konten Islami yang menjawab kebutuhan, tantangan dan juga gaya hidup Muslimah modern.

Istilah “Muslimah modern” yang dikemukakan Inne tidak jauh berbeda dari pendapat Ratih Sanggarwati yang mengatakan bahwa: “Allah menyentuh kita dengan *fashion*, lihatlah berwarna-warni *although black is beautiful*, tidak ada warna yang haram dalam Islam”.<sup>37</sup> Pembicaraan tersebut diiringi dengan pertunjukkan Ratih kepada teman-temannya yang ikut hadir dengan beraneka warna busana di suatu acara diskusi pada bulan Ramadhan 2015 yang bertema “Adakah Busana Islam” yang diselenggarakan oleh Institut Peradaban di Jakarta. Keterikatan Inne dengan Ratih tidak dapat dihindari, karena mereka sering tampil bersama di acara HMC di Surabaya ataupun acara-acara lain di majalah *Noor* dan juga *Femina*. Ratih dengan prinsipnya “*fashion* adalah bagian dari sentuhan Allah” dan “busana Islam adalah busana yang respek terhadap diri pribadi dan juga orang lain”, sebagaimana yang dijelaskan Ratih kepada peserta seminar di forum kajian di Jakarta 7 Juli 2015, sementara Inne dengan slogannya yang memakai bahasa dalam Hadīth *khayr al-nās anfa‘uhum li al-nās* (sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi manusia lain). “Melalui *fashion* saya bisa bermanfaat bagi orang lain”.<sup>38</sup> Hadīth ini menjadi justifikasi sekaligus legitimasi yang dipakai oleh Inne untuk menjadikan dirinya sebagai model berbusana yang *stylish* namun tetap dalam koridor ajaran Islam.

Dalam akun Instagram milik Inne yang penulis peroleh, Inne sering meng-*upload* dan memperbaharui fotonya pada setiap kegiatan yang telah dilakukan. Pada konteks penampilan busana, Inne memiliki

---

<sup>36</sup> Selain Sri Artaria juga ada Mario Alisyahbana yang mendukung majalah *Noor*. Mereka adalah kerabat dari Sutan Takdir Alisyahbana (1908-1994), seorang sastrawan Indonesia yang terkenal dengan karya besarnya *Layar Terkembang*. Ada beberapa majalah yang menjadi rujukan para *hijaber* dan *fashion* Muslimah di Indonesia selain majalah *Noor* yaitu, majalah *Alisha*, *Hijabella Magazine*, *Muslimah Magazine* (MusmagZ), majalah *Paras*, dan *Scarf Magazine*. Sementara juga secara *online* tersedia media yang menjadi rujukan para *hijaber* seperti Aquila, Ummi online, Hijapedia, *Noor magazine* dan juga Muslimah Magazine versi *online*.

<sup>37</sup> Ratih Sanggarwati, *Wawancara*, Jakarta, 7 Juli 2015.

<sup>38</sup> Ibid.; Inne, *Wawancara*, Surabaya, 25 Juli 2015.

pilihan rasional, faktor ekonomi dan agama (bentuk busana Muslim). Secara tidak langsung Inne menjelaskan kepada komunitasnya terutama di akun Instagram bahwa penampilan, gaya, tren dan merek atau *brand* menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari penampilan perempuan, meskipun itu pada perempuan Muslim yang berhijab. Terlepas apakah Inne berperan sebagai *trendsetter* dalam berbusana Muslim dan berhijab sebagaimana visi dan misi HMC, yang kebetulan pada saat itu dia sebagai ketua komunitas tersebut, penulis mempunyai kesimpulan sementara bahwa Inne sebagai penggerak HMC di Surabaya berusaha menjadi aktor (meminjam istilah Giddens) dalam melakukan perubahan budaya busana Muslim dan hijab yang disesuaikan dengan perkembangan mode.

Terlepas juga dari pengamalan dan aplikasi pemahaman ajaran agama, eksternalisasi—sebagai hasil internalisasi agama—yang diperoleh Inne adalah bentuk representasi bahwa dia memahami agama sesuai dengan keyakinannya. *Fashion*, dengan demikian, merupakan wujud nyata dan bentuk simbol agama perempuan Muslim kelas menengah, yang selalu meng-*update* perkembangan dan perubahannya setiap waktu. Dunia konsumsi dalam bentuk *fashion* memuat nilai kecepatan atas pergantian *image*, identitas, dan ideologi.<sup>39</sup> Durasi waktu, dengan demikian, menentukan perubahan dan pergantian citra gaya penampilan busana dan hijab.

Nilai-nilai keterpesonaan dalam dunia *fashion* yang penuh dengan konsumerisme juga didukung oleh bahasa yang dipakai sebagai komunikasi. Kelas menengah memiliki kekhasan bahasa yang digunakan. Bahasa, bagi kelas menengah, adalah simbol pencapaian mereka atas pengetahuan, pergaulan dan *social connection* mereka. Simbol bahasa yang digunakan oleh Inne, misalnya, menjadi dasar memahami dirinya sebagai perempuan Muslim yang memiliki pengetahuan dan wawasan agama yang lumayan baik. Demikian juga bahasa yang dipakai oleh Inne dalam *chat* ataupun *update* status di media Instagramnya adalah bahasa serta istilah “gado-gado”, yang bercampur antara bahasa Indonesia, bahasa Inggris, bahasa Arab, dan juga terkadang bahasa *gaul*. Konstruksi pengalaman serta pesan-pesan sponsor yang selalu ditemui oleh Inne pada tuntutan profesinya membuat konsep slogan “Muslimah modern” menjadi kalimat yang sering disampaikan oleh Inne dalam konteks gaya dan penampilan;

---

<sup>39</sup> Nilufer Göle, “Islam in Public: New Visibilities and New Imaginaries,” *Public Culture*, 14, 1 (2002), 173-190.

sebuah makna modern yang artifisial-material serta akomodatif. Gaya, busana, dan tampilan aksesoris adalah keniscayaan bagi “Muslimah modern”.

Berdasarkan penjelasan tiga informan (Rosi, Sukma, dan Inne) yang telah penulis sebutkan di atas, busana adalah tren. Nilai-nilai agama dipertukarkan dengan simbol materi. Busana dan hijab bagi perempuan Muslim kelas menengah lebih memperlihatkan aspek estetis daripada aspek etis. Transformasi estetis membentuk budaya busana dan hijab yang disesuaikan dengan ruang dan waktu. Identitas perempuan Muslim kelas menengah dikonstruksi melalui praktik-praktik komoditi dan konsumsi.<sup>40</sup> Profanisasi fungsi busana dan hijab tidak bisa dihindari ketika busana hijab beralih fungsi, yaitu sebagai komoditas agama.

Konsumsi dan produksi busana-hijab merupakan bentuk fetisisme. Menjadi semakin jelas yang dikatakan oleh Burton bahwa budaya populer selalu disertai dengan komoditas yang mengalami fetisisme, yaitu terdapat nilai yang dipertukarkan.<sup>41</sup> Konsumsi individu terhadap suatu produk tidak berada pada level yang dibutuhkan, tetapi lebih ditunjukkan pada kepuasan mendapatkan komoditas tersebut. Kepuasan dan kenikmatan adalah hasil usaha kerja mereka yang diobjektifikasi melalui busana dan hijab.

Pada akhir bagian ini penulis berpendapat bahwa pilihan dan tindakan perempuan Muslim kelas menengah Surabaya tidak hanya didasarkan pada kesadaran diri, tetapi juga ditentukan oleh struktur sosial dengan kepentingan materi. Representasi budaya yang diwujudkan melalui busana dan hijab tidak hanya sebagai kebutuhan religiusitas tetapi lebih menunjukkan penampilan identitas yang bernilai tinggi bagi kehidupan sehari-hari kelas menengah terutama perempuan Muslim.

### **Bentuk Kesalehan Perempuan Muslim Kelas Menengah**

Di sisi lain, busana dan hijab memiliki makna yang berbeda bagi beberapa perempuan Muslim, yaitu sebagai suatu bentuk penampilan kesalehan, ketaatan pada ajaran agama, dan juga perwujudan ibadah. Beberapa pendapat mengatakan bahwa perempuan Muslim kelas

---

<sup>40</sup> Johanna Pink (ed.), *Muslim Societies in the Age of Mass Consumption: Politics, Culture, and Identity between the Local and the Global* (Newcastle: Cambridge Scholars Publishing, 2009), ix-xviii.

<sup>41</sup> Graeme Burton, *Media dan Budaya Populer*, terj. Alfathri Aldin (Yogyakarta: Jalasutra, 2012), 35-36.

menengah banyak tertarik pada bentuk kesalehan Islam disebabkan oleh modernisasi dan munculnya lembaga shari'ah yang memberikan manfaat nyata bagi mereka.

Rinaldo dan Van Doorn-Harder melihat bahwa organisasi kemasyarakatan, seperti Muhammadiyah dan NU, serta beberapa partai politik yang berbasis Islam, seperti Partai Keadilan Sejahtera (PKS), memberikan peluang pada perempuan untuk tampil di ruang publik.<sup>42</sup> Penampilan kesalehan di ruang publik semakin berkembang dengan munculnya beberapa lembaga pengajaran Islam yang dikhususkan bagi perempuan, misalnya bentuk pengajian di lembaga-lembaga ataupun kelompok seperti model *usrab*, *liqá'*, dan *tarbîyah*.<sup>43</sup> Sarana transfer pengetahuan agama tersebut membuat penampilan kesalehan mudah ditemui terutama di kota-kota. Peran media pun tidak ketinggalan. Terbitnya beberapa media yang menghadirkan warna Islam dengan membidik para perempuan sebagai pembacanya adalah fenomena yang tidak bisa diabaikan begitu saja. Kelas menengah, yang memang memiliki kekuatan ekonomi dan berwawasan luas, dengan mudah dapat mengakses dan mengikuti beberapa kegiatan keagamaan yang secara spesifik dirancang dan disediakan khusus bagi mereka.

Liza dan Trinil, dua perempuan Muslim kelas menengah yang tinggal di Surabaya, memiliki penampilan hijab dengan ukuran yang panjang disertai busana yang longgar. Meskipun tampilan busana mereka hampir mirip dengan beberapa kelompok yang dianggap sebagai fundamentalis,<sup>44</sup> tetapi bisa dipastikan bahwa mereka bukan anggota maupun simpatisan kelompok ini. Hal tersebut dikarenakan

---

<sup>42</sup> Rachel Rinaldo, "Envisioning the Nation: Women Activists, Religion and Public Sphere in Indonesia", *Social Forces*, Vol. 86. No. 4 (Juni, 2008), 1781-1804; Van Doorn-Harder, Pieternella, *Women Shaping Islam: Indonesian Women Reading the Qur'an* (Urbana and Chicago: University of Illinois Press, 2006), 50-86.

<sup>43</sup> *Usrab*, *liqá'* dan *tarbîyah* adalah istilah-istilah yang sering dipakai untuk pengajian kelompok kecil. Istilah ini dikonotasikan pada kelompok Islam fundamentalis dan juga salafi. Para peserta pengajian model seperti ini biasanya terpisah antara laki-laki dan perempuan. Sedangkan busana yang mereka pakai untuk perempuan biasanya berjubah dan jilbab panjang sedangkan untuk laki-laki memiliki ciri jenggot dan busana baju koko dan kebanyakan mereka memakai celana agak pendek/*cingkrang* (*ijbál*) atau bahkan tidak jarang memakai jubah seperti orang-orang Arab.

<sup>44</sup> Kelompok fundamentalis yang dimaksud dalam tulisan ini adalah beberapa kelompok yang secara umum disebut kaum salafi dengan ciri pakaian yang longgar, gamis dan jilbab yang panjang serta memakai warna tertentu, biasanya warna gelap.

warna busana yang mereka berdua pakai berwarna-warni dan terkesan *fashionable*.

Hijab, bagi Liza, adalah bentuk ketaatan kepada ajaran Islam yang harus dilakukan secara konsisten. Baginya, hal ini merupakan suatu proses perubahan yang tidak mudah. Liza sendiri dibesarkan dalam lingkungan *priyayi*<sup>45</sup> yang pada saat itu bapaknya adalah seorang bupati di Kabupaten Madiun dan kemudian pindah ke Surabaya ketika Liza masih duduk di bangku SMA. Sebagai mantan anak pejabat pada masa Orde Baru, bisa dipastikan bahwa Liza memiliki kekuatan ekonomi dan pendidikan yang baik. Bersuamikan seorang arsitek yang cukup terkenal di Surabaya, sudah tentu rumah yang ditempatinya—yang berlokasi di daerah Surabaya bagian Timur—memiliki arsitektur modern.

Sebagai seorang sarjana psikologi, Liza memahami betul kondisi keluarganya yang sempat menanyakan penampilannya saat pertama kali memakai hijab. Kebiasaan Liza memakai jilbab berawal hanya ketika mengantar anaknya sekolah, di salah satu sekolah Islam ternama, dan ketika ia mengikuti pengajian. Liza menjelaskan kepada penulis tentang latar belakang orang tuanya yang mengalami perubahan dari gambaran sebagai orang priyayi menjadi gambaran sebagai seorang santri yang disimbolkan dengan jilbab. Liza mengatakan dengan kalimat: “Orang tuaku Islam yang zaman dulu, Islam keturunan, yang katanya dan katanya. Semua yang dilakukan karena pengarahan lisan tanpa ada pembacaan ataupun *ngaji* secara khusus seperti saya. Ibuku memakai jilbab baru tiga tahun ini, *maklumlah* ibuku istri pejabat yang dulunya pakai *jambul*.”<sup>46</sup>

Pada masa Orde Baru, istri seorang pejabat ketika tampil di ruang publik baik di saat mendampingi suami ataupun ketika menghadiri acara Dharma Wanita, ada suatu keharusan bahwa dia harus pandai berdandan dengan memakai *konde* serta rambut *sasak* (rambut yang

<sup>45</sup> Geertz mengategorikan kelompok priyayi tidak hanya para bangsawan tetapi juga orang Jawa yang bekerja sebagai pegawai administrasi negara. Geertz juga mengidentifikasi priyayi sebagai sub-kultur elite yang penting, mereka memiliki perhatian terhadap seni Jawa, dengan gaya bicara (bahasa Jawa Krama) dan etika Jawa. Secara umum mereka kurang berminat terhadap kesalehan Islam (*Islamic piety*). Tentang perkembangan agama pada kalangan priyayi, Maliki meneliti dan membedakan beberapa tipe yaitu Militer Pretorian, Santrinisasi Priyayi dan Priyaisasi Santri. Lihat Clifford Geertz, *The Religion of Java* (New York: Free Press, 1960), 227-260; Zainuddin Maliki, *Agama Priyayi* (Yogyakarta: Pustaka Marwa, 2004), 251-293.

<sup>46</sup> Liza, *Wawancara*, Surabaya, 26 September 2013.



disisir sedemikian rupa sehingga terlihat tinggi dan sesuai dengan bentuk wajah) dengan memakai busana daerah yang mengedepankan model kain panjang (*jari*) terutama pada perempuan Jawa.<sup>47</sup>

Bagi Liza menjadi Muslim yang saleh merupakan belajar dan proses. Proses internalisasi selama pengajian yang dia ikuti membuatnya berubah, terutama setelah menjalankan ibadah umrah pertama dengan suaminya, dari memakai hijab yang pendek menjadi hijab yang panjang. Hal ini adalah keputusan yang tidak mudah dan atas izin suaminya. Liza memiliki prinsip tentang busana. “Busana *is simple, simple is beautiful*. Jangan sampai memakai jilbab seperti *shower cap*. Pakaian saya, hijab saya adalah dua lembar, gamis dan jilbab.”<sup>48</sup> Pernyataan Liza tersebut memang sesuai dengan busana yang dia kenakan. Pada beberapa kesempatan dan acara yang berbeda, penulis melihat Liza selalu memakai gamis dan hijab yang panjang. Meskipun Liza tidak terlalu akomodatif terhadap model busana dan hijab yang *fashionable* seperti yang sedang tren di HMC, tetapi bisa dipastikan bahwa secara kualitas busana Liza menunjukkan posisi kelas sosialnya.

Secara eksplisit, Liza tidak memberikan penjelasan tentang tujuannya berhijab, tetapi dengan alasan berhijab dengan dua lembar, yaitu gamis dan jilbab panjang, menunjukkan suatu simbol ketaatan terhadap doktrin agama yang diperolehnya dari ustaz tempat dia mengaji. Orientasi keagamaan Liza secara eksplisit disimbolkan dengan hijab yang panjang; warna keagamaan yang sedikit terkesan fundamentalis. Eksternalisasi pemahaman hijab yang ditampilkan oleh Liza adalah bentuk kesalehan dan ketaatan atas keyakinannya.

---

<sup>47</sup> Nancy J. Smith dan Hefner, “Javanese Women and the Veil in Post Soeharto Indonesia”, *The Journal of Asian Studies*, Vol. 66, No. 02 (Mei, 2007), 389-420; Carla Jones, “Better Women: The Cultural Politics of Gendered Expertise in Indonesia”, *American Anthropologist*, Vol. 112, No. 2 (2010), 270-282. Model gaya rambut dan busana daerah Jawa tradisional adalah suatu budaya paternalistik. Penampilan Ibu Negara Tien Soeharto (istri Presiden Soeharto) di ruang publik atau di segala acara kenegaraan menjadi contoh bagi bawahannya terutama para anggota Dharma Wanita mulai dari tingkat propinsi, kabupaten, kecamatan dan terkadang juga kelompok ibu-ibu PKK (Pembinaan Kesejahteraan Keluarga) di tingkat *grassroot* yaitu RT dan RW. Budaya paternalistik pada bangsa Indonesia ini nampaknya tidak hanya berhenti pada kasus ini, karena terlihat setelah tahun 1991 banyak para pejabat mengikuti Soerhato melakukan ibadah haji.

<sup>48</sup> Liza, *Wawancara*, Surabaya, 26 September 2013. Gamis yang dimaksud dalam penulisan ini adalah baju Muslim berbentuk jubah yang longgar, sedangkan jilbab adalah kerudung panjang yang menutupi kepala sampai perut dan berbentuk hampir sama dengan mukena. Mode busana Muslim ini biasanya banyak dipakai oleh kelompok salafi dan fundamentalis.

Tidak banyak perbedaan dengan Trinil, perempuan yang berusia sekitar empat puluh tahun ini memiliki empat anak perempuan. Keempat anaknya bersekolah di sekolah negeri favorit yang berlokasi di Surabaya Pusat. Pendapat Trinil seperti halnya dengan Liza, bahwa hijab adalah simbol ketaatan dan juga kesadaran seseorang yang ingin berubah sebagai Muslim yang saleh. Sebagai sarjana jurusan bahasa Inggris, Trinil memulai karier sebagai guru les di salah satu lembaga bahasa di Surabaya. Dia menikah dengan seorang sarjana teknik sipil yang kemudian menjadi seorang kontraktor yang sering mendapatkan kepercayaan dari pihak Pemerintahan Propinsi Jawa Timur. Berbekal dari pengalaman suaminya, akhirnya Trinil memberanikan diri bergabung sebagai *broker* properti dan *real estate* di kawasan Surabaya. Pekerjaan ini menurut Trinil tidak membutuhkan waktu yang banyak dan sangat fleksibel sehingga dia tetap memiliki waktu yang banyak dengan anak-anaknya.

Trinil memiliki prinsip yang baik terhadap pendidikan anak-anaknya. “Keempat anakku pada saat SD di sekolah Islam, jangan sampai seperti aku pada usia dewasa baru *ngerti* agama.”<sup>49</sup> Trinil sendiri memang dibesarkan dalam keluarga yang *minim* pengetahuan agama. Bahkan menurutnya, dia masih berbau *abangan*. Istilah ini dipakai oleh Trinil karena orang tuanya adalah keturunan Jawa asli dan masih sering melakukan tradisi-tradisi Jawa. Meskipun demikian, Trinil menegaskan bahwa orangtuanya bukan penganut aliran kepercayaan atau kebatinan. Pengalaman hidup tersebut membuat Trinil memiliki langkah tersendiri dalam melakukan proses konstruksi pengetahuan agama kepada anak-anaknya sejak dini. Dia sudah melakukan ibadah umrah dengan anak-anaknya secara bergantian. Meskipun demikian, Trinil juga mengatakan bahwa dia tidak berubah secara drastis seperti penampilannya saat ini. Trinil juga menceritakan bahwa dia belajar dan mampu membaca al-Qur’ân setelah menyelesaikan pendidikannya di perguruan tinggi. Pengetahuan agama Trinil lebih banyak diperoleh dari kursus pengajian di Masjid Al-Falah Surabaya.

Pemakaian hijab, menurut Trinil, adalah tentang konsistensi yang memerlukan proses yang tidak sebentar serta membutuhkan kesiapan. Hijab baginya adalah wujud ketaatan dan kesalehan seorang Muslimah. Sebagaimana yang dia tulis di media sosialnya: *My hijab doesn't represent how religious I'm... it's simply reminds me that I'm*

---

<sup>49</sup> Trinil, *Wawancara*, Surabaya, 15 September 2014.

*Muslimah... Even when my iman is at the lowest, but I should wear it for the sake of Allah Azza wa Jalla.* Kalimat ini menyiratkan makna bahwa hijab, bagi Trinil, adalah identitas yang harus ditampilkan untuk membedakan status sebagai seorang Muslimah yang taat beragama.

Dalam media sosial milik Trinil, penulis menilai bahwa ada konsistensi tentang wujud simbol bentuk busana dan hijab yang menurutnya sebagai komunikasi kesalehan, sekaligus sebagai pernyataan Trinil tentang pemahaman keberagamaannya. Pemaknaan Trinil tentang busana dan hijab adalah bentuk intensi, yaitu pemaknaan individu yang berdasarkan pengetahuan yang diperoleh dan didasarkan pada makna yang terjadi pada masyarakat atau kelompok Trinil tentang penampilan seorang perempuan Muslim.

Terlepas dari motivasi yang ditampilkan oleh Trinil, ada suatu penanda lain yang menunjukkan bahwa Trinil ikut serta melakukan perubahan budaya Islam di media sosial. Meskipun dia bukan seorang foto model seperti Inne, Trinil memiliki banyak kolega bisnis dan teman-teman pengajian, sehingga media sosial dia jadikan sekaligus sebagai sarana berbisnis. Trinil menceritakan kepada penulis tentang bisnis yang diminati saat ini, dia mencoba membuat komunitas pengusaha Muslimah dengan teman-temannya.

Trinil juga menceritakan tentang pandangannya mengenai model *hijaber* yang sedang menjadi tren saat ini. “Meskipun aku anggota HMC, tapi aku tidak menyukai model yang *aneh-aneh*. Teman-temanku banyak di sana dan itu salah satu sarana bersilatullahmi.”<sup>50</sup> Pada beberapa kesempatan, penulis melihat bahwa Trinil memang bukan termasuk seorang perempuan yang berbusana model *glamour*. Busana, hijab, dan aksesoris yang dikenakan Trinil sederhana tapi berkelas dengan kualitas yang baik. Tubuh mungil dan kulit yang putih langsung menjadikan semua warna yang dipakai Trinil menjadi pantas dan bagus. Trinil juga menjelaskan bahwa dia tidak menghindari warna-warna terang (*bright*) sekaligus ciri khas masyarakat Surabaya yang memang termasuk daerah pesisir.<sup>51</sup>

<sup>50</sup> Ibid.

<sup>51</sup> Ciri masyarakat Jawa pesisir adalah terus terang dalam berbicara dengan gaya bahasa Jawa *krómo ngoko* (bahasa kasar dan terkesan egaliter). Dalam konteks ini masyarakat Surabaya memiliki bahasa yang khas yang secara umum bisa dilihat dari budaya drama *Ludruk*. Warna busana dan *make-up* memakai warna yang terang. Ciri khas warna ini juga bisa dilihat dari corak batik Surabaya yang berwarna-warni, mirip dengan warna batik daerah Sidoarjo dan juga batik Madura.

Berkaitan dengan tulisan di status media sosial Trinil, ada hal lain yang menurut penulis menarik pada informan ini. Meskipun di dalam rumahnya hanya ada satu hiasan dinding berupa *Ayat Kursi*<sup>52</sup> yang terletak di ruang tamu, tetapi pada kaca belakang dua mobil—di antara tiga mobil yang terparkir di garasi rumah Trinil—ditempeli stiker kaligrafi Arab dengan ukuran cukup besar yang berbunyi *Hasbunâ Allâh wa ni'ma al-Wakîl ni'ma al-Mawlâ wa ni'ma al-Našîr*.<sup>53</sup> Menurut penulis, hal ini merupakan realitas yang jarang ditemukan pada kelas menengah di Surabaya, apalagi mobil yang ditempeli stiker tersebut termasuk kategori mobil mewah yang *konon* harganya lebih dari setengah milyar rupiah.

Dengan demikian, terlihat bahwa penegasan identitas yang dilakukan oleh Trinil tidak hanya pada simbol hijab. Simbol tulisan Arab yang ada di kendaraannya menjadi bagian yang tidak bisa diabaikan dalam studi ini. Budaya tulisan Arab yang sedemikian besar dan ditempelkan di kaca mobil pribadi ini tidak banyak dijumpai pada kelas menengah. Jika itu ada, biasanya digunakan untuk sarana promosi produk Islami atau biro perjalanan haji dan umrah. Lantas, apakah ini adalah suatu budaya atau kebiasaan baru penegasan identitas Muslim? Penulis menganggap bahwa hal tersebut merupakan hal yang tidak umum/tidak lazim. Penulis memiliki keyakinan bahwa yang dilakukan oleh Trinil bukanlah hal yang tidak memiliki alasan. Opini yang dibangun oleh Trinil untuk publik adalah penegasan status Muslim yang tergolong kelas menengah. Representasi budaya hijab dan tulisan Arab adalah minat (*interest*) Trinil untuk mewujudkan kesalehan di ruang publik. Terlepas dari mode pembentukan budaya baru di kalangan kelas menengah Surabaya, tetapi realitas menjadi suatu penanda bahwa profanisasi ayat-ayat al-Qur'ân mulai bermunculan.

Kedua informan tersebut (Liza dan Trinil) adalah informan yang lebih dominan menunjukkan busana Muslim dan hijab sebagai bentuk intensi mereka dalam memaknai simbol kesalehan. Kesalehan bagi mereka tidak sekedar bentuk keyakinan, tetapi wujud materi menjadi penting untuk menjelaskan dan mengkomunikasikan status dan

<sup>52</sup> Ayat Kursi adalah penamaan untuk ayat nomor 255 dalam al-Qur'ân surat al-Baqarah.

<sup>53</sup> Kalimat tersebut sebenarnya diambil dari dua ayat dalam dua surat yang berbeda di dalam al-Qur'ân, yaitu ayat 173 surat Âlu 'Imrân dan ayat 78 surat al-Ĥajj. Arti kalimat tersebut kurang lebih adalah "*Cukuplah Allah tempat berserah diri bagi kami, sebaik-baik Pelindung kami, dan sebaik-baik Penolong kami*".

tingkat kesalehan mereka. Busana dan hijab adalah bentuk kesalehan pada Liza dan Triril. Hal ini sedikit berbeda dari pendapat Riza, di mana baginya busana dan hijab tidak harus mengikuti tren atau mode. Riza menjelaskan kepada penulis:

*Islam is colourful.* Saya menjalankan kewajiban berjilbab dengan mode yang standar saja, dari dulu sampai dengan sekarang jilbab saya adalah seperti ini, segitiga; dan busana saya juga tidak selalu mengikuti tren mode. Saya suka melihatnya saja. Yang terpenting busana dan hijab yang dipakai adalah wujud niat untuk menjalankan shari'ah Islam.<sup>54</sup>

Dua bagian pembahasan tentang busana dan hijab di kalangan perempuan Muslim kelas menengah di atas, sekilas memperlihatkan dua perspektif yang berbeda. Penulis berpendapat bahwa sesungguhnya dua hal tersebut memiliki hubungan yang tidak terpisah, yaitu telah terjadi perubahan dan pergeseran makna, dari makna yang bersifat spiritual-sakralis ke makna yang bersifat material-profanis. Penulis sependapat dengan Jones yang mensinyalir bahwa telah terjadi kesalehan yang diwujudkan pada kebendaan; suatu model keberagamaan di Indonesia. Busana Muslim yang *fashionable* dan berharga mahal menunjukkan dua hal, yaitu bentuk busana yang menarik dan kesopanan sebagai salah satu wujud keimanan.<sup>55</sup>

Busana Muslim dan hijab menunjukkan penegasan orientasi perempuan Muslim kelas menengah antara nilai-nilai Islam dan kelas sosial yang memperlihatkan status mereka sebagai bagian dari budaya modern. Mereka merepresentasikan bahwa budaya berbusana mereka berbeda dari kelas di bawahnya. Meskipun kelas menengah terbawa arus masifikasi budaya, tetapi mereka tetap melakukan diferensiasi dengan cara memperhatikan kualitas busana dan aksesoris (alas kaki, *bag*, dompet dan lainnya), semua itu merupakan perwujudan ekspresi kekuatan ekonomi yang mereka miliki. Mereka mengkonstruksi identitas dan menegaskan status sebagai kelompok kelas menengah (*identity as standing*).

Pada konteks tulisan ini, representasi budaya perempuan Muslim kelas menengah adalah pola budaya yang tidak berdiri sendiri; terdapat interdependensi antara individu dan sosial. Di sini, Ritzer meneguhkan pendapat Benedict mengenai pola budaya, bahwa

<sup>54</sup> Riza, *Wawancara*, Surabaya 30 Maret 2014.

<sup>55</sup> Carla Jones, "Materializing Piety: Gendered Anxieties about Faithful Consumption in Contemporary Urban Indonesia", *American Ethnologists*, Vol. 37, No. 4 (2010), 617-637.

sesungguhnya dalam realitas antara individu dan lingkungan sosial [atau dalam bahasa Ritzer antara dunia makro dan dunia mikro] bukanlah kondisi yang antagonis atau berlawanan. Budaya (struktur makro) menyediakan bahan mentah, bahwa setiap individu mampu menentukan dirinya sendiri dan memiliki kesempatan untuk mengembangkan dirinya sendiri.<sup>56</sup> Demikian juga sebaliknya, struktur makro menentukan kebiasaan individu. Budaya berbusana dan berhijab baik yang bermotif individual-spiritual (bentuk kesalehan) ataupun bermotif sosial-material (gaya penampilan atau tren mode) membawa dampak yang tidak kecil pada tindakan individu.

### Penutup

Secara umum perempuan Muslim kelas menengah di Surabaya memiliki gaya hidup beragama yang hampir sama. Mereka cenderung rasional dalam memahami agama sehingga mereka lebih menyukai, misalnya, materi keagamaan yang *educated* terutama untuk memperdalam pengetahuan agama. Meskipun mereka rasional dan mengikuti perkembangan nilai-nilai kemodernan, tetapi mereka juga masih memegang nilai normatif pada agama. Nilai etik atau norma-norma agama adalah pedoman utama mereka dalam berperilaku termasuk alasan berbusana Muslim dan berhijab.

Busana Muslim dan hijab bagi mereka adalah sebagai pengenal identitas, di samping sebagai bentuk kewajiban agama dan wujud kesalehan beragama. Meskipun nilai etik sebagai dasar mereka dalam berbusana, tetapi secara bersamaan mereka memperhatikan nilai estetika. Perkembangan mode busana dan hijab menjadi perhatian mereka, demikian juga pada gaya bicara dan pilihan kata yang digunakan. Kelas menengah adalah kelompok yang mudah beradaptasi pada nilai kemodernan yang bersifat global.

Status mereka sebagai kelompok kelas menengah yang tinggal di perkotaan, tingkat pendidikan yang relatif tinggi, dan mudah beradaptasi dengan perubahan membentuk ekspresi keberagaman yang cenderung pragmatis. Mereka cenderung memperhitungkan nilai manfaat segala aktivitas keagamaan, baik personal maupun sosial yang diikuti. Secara tidak langsung mereka selalu membuat dan memutuskan pilihan yang rasional sesuai dengan tingkat ekonomi mereka. Pilihan rasional kelas menengah ini terlihat dengan jelas pada representasi ekonomi. Meskipun tidak semua demikian, tetapi aspek

---

<sup>56</sup> Ruth Benedict, *Patterns of Culture* (Boston: Houghton Mifflin Company, 1989), 251-255.

estetika pada simbol agama yang mereka gunakan juga menunjukkan nilai pertukaran yang memperlihatkan suatu usaha penegasan identitas dan diferensiasi dari kelas lainnya.

### Daftar Rujukan

- Amrullah, E. "Indonesia Muslim Fashion Styles and Designs", *ISIM Review*, 22, 2008.
- Andersen, Margaret L. *Thinking about Women: Sociological Perspectives on Sex and Gender*. New York: Macmillan Publishing, 1993.
- Artz, Lee dan Kamalipor, Yahya R. (eds.). *The Globalization of Corporate Media Hegemony*. Albany: University of New York, 2003.
- Barnard, Malcolm. *Fashion as Communication*. London: Routledge, 2002.
- Benedict, Ruth. *Patterns of Culture*. Boston: Houghton Mifflin Company, 1989.
- Beta, Annisa R. "Hijaber: How young urban Muslim women redefine themselves in Indonesia", *The International Communication Gazette*, Vol. 76, No. 4-5, 2014.
- Brenner, Suzanne. "Reconstructing Self and Society: Javanese Muslim women and 'the veil'", *American Ethnologist*, Vol. 23, 4, 1996.
- Bruinessen, Martin van dan Howell, Julia Day. *Urban Sufisme*. Jakarta: Rajawali Pers, 2008.
- Burton, Graeme. *Media dan Budaya Populer*, terj. Alfathri Aldin. Yogyakarta: Jalasutra, 2012.
- Chambers, Iain. *Popular Culture: The Metropolitan Experience*. New York: Methuen, 1996.
- Cooke, Miriam dan Lawrence, Bruce B. (eds.). *Muslim Network from Hajj to Hip-Hop*. North Carolina: The University of North Carolina Press, 2005.
- Fealy, Greg. "Mengkonsumsi Islam: Agama yang Dijadikan Jualan dan Kesalehan yang Diidam-idamkan di Indonesia", dalam Greg Fealy dan Sally White (eds.), *Ustadz Seleb, Bisnis Moral dan Fatwa Online: Ragam Ekspresi Islam Kontemporer Indonesia*, terj. Ahmad Muhajir. Jakarta: Komunitas Bambu, 2012.
- Featherstone, Mike. "Global Culture", dalam Mike Featherstone (ed.), *Global Culture: Nationalism, Globalization and Modernity, a Theory, Culture and Society Special Issue*. London: SAGE Publications, 1997.
- . *Costumer Culture and Postmodernism*. London: SAGE Publication Ltd., 1993.
- Geertz, Clifford. *The Religion of Java*. New York: Free Press, 1960.

- Giddens, Anthony. *The Consequences of Modernity*. USA: Stanford University Press, 1996.
- Göle, Nilufer. "Islam in Public: New Visibilities and New Imaginaries," *Public Culture*, 14, 1, 2002.
- Hasan, Noorhaidi. "Ideologi, Identitas dan Ekonomi Politik Kekerasan", *Prisma*, Vol. 29, Oktober, 2010.
- Helmann, Ann dan Beetham, Margaret (eds.). *New Woman Hybridities: Feminity, Feminism and International Consumer Culture 1880-1930*. London: Routledge, 2004.
- HS, Mastuki. *Kebangkitan Kelas Menengah Santri: Dari Tradisionalisme, Liberalisme, Post-Tradisionalisme, hingga Fundamentalisme*. Jakarta: Pustaka Dunia, 2010.
- Jati, Warsito Raharjo. "Islam Populer sebagai Pencarian Identitas Muslim Kelas Menengah Indonesia", *Teosofi: Jurnal Tasawuf dan Pemikiran Islam*, Vol. 5, No. 1, Juni, 2015.
- "Less Cash Society: Menakar Mode Konsumerisme Baru kelas Menengah Indonesia", *Jurnal Sosioteknologi*, Vol. 14, No. 2, Agustus, 2015.
- "Tinjauan Perspektif Intelegensia Muslim terhadap Genealogi Kelas Menengah Muslim di Indonesia", *Islamica: Jurnal Studi Keislaman*, Vol. 9, No. 1, September, 2014.
- Jones, Carla dkk. "What Happens When Asian Chic Becomes Chic in Asia?", *Fashion Theory*, Vol. 7, No. 4/4, 2003.
- Jones, Carla. "Better Women: The Cultural Politics of Gendered Expertise in Indonesia", *American Antropologist*, Vol. 112, No. 2, 2010.
- "Fashion and Faith in Urban Indonesia", *Theory: The Journal of Dress, Body and Culture*, 11, 2007.
- "Materializing Piety: Gendered Anxieties about Faithful Consumption in Contemporary Urban Indonesia", *American Ethnologists*, Vol. 37, No. 4, 2010.
- Kuntowijoyo. *Muslim tanpa Masjid*. Bandung: Mizan, 2001.
- Lange, Hellmuth dan Meier, Lange. *The New Middle Classes: Globalizing Lifestyles, Consumerism and Environmental Concern*. London: Spinger, 2009.
- Maliki, Zainuddin. *Agama Priyayi*. Yogyakarta: Pustaka Marwa, 2004.
- Meijer, Roel. *Global Salafism: Islam's New Religious Movement*. London: C. Hurst Company, 2009.



- Pink, Johanna (ed.). *Muslim Societies in the Age of Mass Consumption: Politics, Culture and Identity between the Local and the Global*. Newcastle: Cambridge Scholars Publishing, 2009.
- Ricardo, Rachel. "Women and Piety Movements", dalam Bryan S. Turner (ed.). *The Sociology of Religion*. UK: Blackwell Publishing Ltd, 2010.
- Rinaldo, Rachel. "Envisioning the Nation: Women Activists, Religion and Public Sphere in Indonesia", *Social Forces*, Vol. 86. No. 4, Juni, 2008.
- Robison, Richard dan David S.G. Goodman (ed.). *The New Rich in Asia: Mobile Phones, McDonald's and Middle Class Revolution*. London and New York: Routledge, 1993.
- Rubaidi. "Pergeseran Kelas Menengah NU: Dari Modernis kepada Islamisme dan Post-Islamisme". Disertasi--Pascasarjana IAIN Sunan Ampel, Surabaya, 2013.
- Saluz, Claudia Nef. "Islamic Pop Culture in Indonesia: An Anthropological Field Study on Veiling Practices among Students of Gadjah Mada University of Yogyakarta". Arbeitsblatt Nr. 41-- Institut für Sozialanthropologie, Universität Bern, Bern, 2007.
- Smith, Nancy J. dan Hefner. "Javanese Women and the Veil in Post Soeharto Indonesia", *The Journal of Asian Studies*, Vol. 66, No. 02, Mei, 2007.
- Strinati, Dominic. *An Introduction to Theories of Popular Culture*. London: Routledge, 1995.
- Sztompka, Piotr. *Sosiologi Perubahan Sosial*, terj. Alimandan. Jakarta: Prenada, 2004.
- Tanter, Richard dan Kenneth Young (ed.). *The Politics of Middle Class Indonesia*. Melbourne: Monash Papers on Southeast Asia, 1990.
- Van Doorn-Harder, Pieternella. *Women Shaping Islam: Indonesian Women Reading the Qur'an*. Urbana and Chicago: University of Illinois Press, 2006.
- Wynne, Derek. *Leisure, Lifestyle and the New Middle Class: A Case Study*. London: Routledge, 1998.
- Zulkarnain., Bone, Happy., Siagian, Faisal., dan Ida, Laode (eds.). *Kelas Menengah Digugat*. Jakarta: Penerbit Fikahati Aneska, 1993.

### Internet

[http://female.kompas.com\\_read/2014/01/10/1153555/Indonesia Menuju Kiblat Busana Muslim Dunia](http://female.kompas.com_read/2014/01/10/1153555/Indonesia_Menuju_Kiblat_Busana_Muslim_Dunia).

[http://female.kompas.com/read/2011/08/11/13253987/Hijabers.C  
ommunity. Bersyiar. Melalui.Fashion.Taat.Kaidah](http://female.kompas.com/read/2011/08/11/13253987/Hijabers.Community.Bersyiar.Melalui.Fashion.Taat.Kaidah)  
[http://simbi.kemenag.go.id/simas/index.php/profil/ masjid/564/](http://simbi.kemenag.go.id/simas/index.php/profil/masjid/564/)  
[http://www. kemenperin.go.id/artikel/4051/Mimpi-Indonesia:-  
Kiblat-Fashion-Muslim-Dunia](http://www.kemenperin.go.id/artikel/4051/Mimpi-Indonesia:-Kiblat-Fashion-Muslim-Dunia)

### **Wawancara**

Inne, *Wawancara*, Surabaya, 14 Juli 2015.  
Liza, *Wawancara*, Surabaya, 26 September 2013.  
Ratih Sanggarwati, *Wawancara*, Jakarta, 7 Juli 2015.  
Riza, *Wawancara*, Surabaya 30 Maret 2014.  
Rosi, *Wawancara*, Surabaya, 7 September 2013.  
Sukma, *Wawancara*, Surabaya, 9 Maret 2014.  
Trinil, *Wawancara*, Surabaya, 15 September 2014.