

Aisyah Arsyad - Muhammad Irfan Hasanuddin - Muhammad Muntahibun Nafis
Muhammad Rozali - Rofhani - Siti Mahmudah

MUSLIM SUBJECTIVITY

Spektrum Islam Indonesia

Kata Pengantar
Greg Fealy
Sally White



#111

MUSLIM SUBJECTIVITY

MUSEUM
SUBJECTIVITY

Aisyah Arsyad - Muhammad Irfan Hasanuddin - Muhammad Muntahibun
Nafis - Muhammad Rozali - Rofhani - Siti Mahmudah

MUSLIM SUBJECTIVITY

Spektrum Islam Indonesia



MUSLIM SUBJECTIVITY

Spektrum Islam Indonesia

Penulis

Aisyah Arsyad

Muhammad Irfan Hasanuddin

Muhammad Muntahibun Nafis

Muhammad Rozali

Rofhani

Siti Mahmudah

Editor

M. Nabel

Desain Sampul

Amri Hariri

Tata Letak

Darwoko

Cetakan I, Maret 2017

Diterbitkan oleh:

INSAN  MADANI

PT Pustaka Insan Madani

Jl. Kenanga, Maguwoharjo, Depok, Sleman, Yogyakarta 55282

Telp. 0274-4332394, 4332397, Fax. 0274-4332395

Email : redaksi@insanmadani.com

Website : www.insanmadani.com

© Hak cipta dilindungi undang-undang. Dilarang mencetak ulang atau memperbanyak isi buku dengan cara apa pun tanpa izin tertulis dari penerbit.

ISBN 978-979-026-452-6

INTRODUCTION

Collaboration between Australian and Indonesian Muslims has taken numerous forms over the past twenty years. There have been Muslim exchange programs between Muslim community activists and scholars from both countries, *madrasah* building and accreditation assistance programs, teacher training and professional development programs for Islamic schools, cooperation in counter-radicalisation programs, and special visitor programs for eminent Muslim leaders.

But perhaps the most innovative and distinctive of all the collaborative Islam programs between the two countries is the Partnership in Islamic Education Scholarships (PIES) program, which is now in its fifteenth year. PIES is the product of cooperation between the Australian National University (ANU) and the Directorate of Higher Islamic Education (DIKTIS) at Indonesia's Ministry of Religious Affairs (MORA). It is predominantly funded by Australia Government's Department of Foreign Affairs and Trade (DFAT) through its Australian Aid program. This partnership aims to: assist MORA in strengthening the quality of Islamic tertiary education; develop research and teaching capacity among Islamic academics; deepen understanding between the Muslim communities of both countries, and improve ties between Indonesian and Australian scholars of Islam.

Muslim Subjectivities is the fifth book to come from the program. It represents the culmination of an eighteen-month process which began in mid-2014 with the selection of the six authors who have contributed to this book. They are the second cohort to come to Australia as part of the third PIES grant (2013-2017). This cohort spent a year at ANU's Department of Political and Social Change within the Coral Bell School of Asia Pacific Affairs, commencing in February 2015. All PIES participants are tenured lecturers as well as PhD candidates in the Islamic higher education system. During their time at ANU they were supervised by senior Indonesianists from across campus. As with the previous book in the PIES series, these six scholars have each contributed a chapter, based on their original research for their doctoral theses. Each chapter provides us with a fascinating insight into an aspect of living Islam in Indonesia, and showcases the impressive store of research and knowledge production available within that country's Islamic education sector.

The PIES program was conceived and, in its early years, directed by Emeritus Professor Virginia Hooker. 'Bu Nia', as she has been known to successive generations of Indonesian students, sought to create a means by which talented academics specializing in Islamic studies had the opportunity to experience university life in Australia and add to their academic skills. To participate in the PIES program, the applicants must be enrolled in a PhD at an Indonesian institution and work in an Islamic tertiary institution in Sumatra, East Java or eastern Indonesia. In contrast to other Australian Government scholarship programs, PIES applicants are not required to have a high standard of written and spoken English, so this program reaches scholars who are normally excluded from study in Australia.

Under the program, PIES participants spend two semesters in Australia. Before departing Indonesia, they are given a six-week course in intensive English instruction by IALF in Jakarta and receive briefings

from former PIES students, as well as cultural training to help prepare them for their course of study. Upon arrival in Canberra, this cohort attended a study skills program specially tailored to their needs by Dr Vivien Silvey of the Academic Learning and Skills Centre at the ANU, and throughout their time at the ANU they attended a series of special seminars organized by the program's academic co-ordinator to increase their capacity for research and writing. Dr Silvey also provided the group with a workshop on pedagogical skills to provide the group with a chance to reflect upon their experiences of teaching in Indonesia and to enhance their teaching capacity. Most importantly, the PIES students had two semesters in which they could concentrate fully on writing their dissertations, far from the distractions of their busy academic lives in Indonesia where they have full-time positions that allow little scope for their own research.

Aside from the group's intensive ANU-based activities, they also had the opportunity to travel to the University of Melbourne to present at the Centre of Islamic Law and Society (CILIS) postgraduate conference, as well as to Monash University, where they were hosted by Dr Julian Millie, and the University of Western Sydney (UWS) where they were hosted by Dr Stephen Drakeley. They also presented their research findings to DFAT staff, to the Australia Indonesia Institute (AII) board and secretariat, and to officials from other government departments with an interest in Indonesia and Islamic education.

Throughout 2015, we heard consistently high praise for this group of PIES students from colleagues at ANU and other universities. People were impressed by their commitment to learn and derive the maximum benefit from their time in Australia, as well as their sociability and willingness to engage with fellow students and the broader community. They regularly attended seminars and workshops on campus, contributing readily to the discussion. In particular, they were determined to hone their English language skills, even though this is

not a requirement of the program. All students chose to present their research findings in English in seminars – a considerable achievement! They also charmed us with their openness and humour, and were very popular at ANU's University House where they resided. The Canberra community also benefited from their presence, with a number of the group being involved in outreach and mixing with the wider Muslim community, including acting as imams and regularly giving sermons at the Indonesian embassy. By the end of the program, we felt that a true partnership had indeed evolved, and that we had benefited as much from the program as had the students themselves.

All six PIES scholars who participated in the 2015 cohort, as with the previous groups, are leaders in their own communities and universities. They engage with issues that are of vital importance to Indonesia's future development. The chapters in this book reflect the range of topics the PIES participants address in their dissertations. Muhammad Muntahibun Nafis from IAIN Tulungagung in East Java writes about pluralist Islamic education with a detailed case study of Pesantren Ngalah, an Islamic boarding school famous for its outreach to and accommodation of non-Muslim communities. Nafis analyses the factors contributing to Ngalah's success and how it might become a model for other Islamic schools seeking to promote diversity and tolerance. Muhammad Rozali, a lecturer from the STAI al-Hikmah in North Sumatra, our first PIES participant from that province and from a private Islamic tertiary institution, critically examines the religious leadership and educational role of al-Jamiyatul Washliyah, the largest Islamic organization in Sumatra. He argues that the quality of education and Islamic scholarship within al-Washliyah is declining, due to growing involvement of the organisation's leaders in politics and also the harmful impact of state education policies. Muhammad Irfan Hasanuddin from STAIN Palopo in South Sulawesi studies the rapid expansion of the *dakwah* organization Jamaah Tabligh in his region. He

argues that JT has grown quickly in Palopo because it has been sensitive and adaptive to local culture and has benefitted from recruitment of high-profile local figures who have in turn attracted broad community interest in the organization and its teachings.

Aisyah Arsyad from UIN Alauddin in Makassar, South Sulawesi, explores women's rights in marriage within the context of Islamic jurisprudence. She uses case studies of particular controversial issues, such as unregistered marriage, to demonstrate that Indonesian understandings of the Islamic law underpinning common understandings of these issues are in fact coloured by patriarchal attitudes that have little to do with Islam. She argues for a re-examination of the Islamic law of marriage to better protect the rights of women and children and to align the practice of marriage with the current reality of life in the modern Indonesian state. Rofhani, from UIN Sunan Ampel in Surabaya in East Java, studies the religious behaviour and consumption patterns of middle-class Muslim women in her home city. She finds that religion has become a major factor in the expression of their rising socio-economic status, as women seek to negotiate their understanding of piety with a globalized modernity. Women make lifestyle choices for themselves and their families based on a complex mix of factors reflecting their individual identity, their social environment, and their desire to communicate status and religiosity. Siti Mahmudah, a lecturer at IAIN Raden Intan, Lampung, writes about the thought of the progressive Egyptian Islamic scholar, Kholil Abdul Karim, whose work, she argues, has much relevance for Indonesia, particularly in response to the polarization between fundamentalist and liberal understandings of the faith. She notes similarities between the writings of Karim and various Indonesian progressive thinkers, such as Abdurrahman Wahid and Nurcholish Madjid.

A program such as the PIES program could not take place without the good will and assistance of many people both in Indonesia and

Australia. We would like to take this opportunity to thank Professor Dr Kamaruddin Amin, the director-general of Islamic education at MORA, as well as Mastuki HS and Mizan Sya'roni, who attended to the administration of the PIES program within the Ministry's Directorate of Higher Islamic Education. We were fortunate to be joined on the PIES selection panel by PIES alumni and intellectual Marzuki Wahid, Dr Roosmalawati Rusman from the University of Indonesia and the Australia Awards, Farha Ciciek, a leading thinker on Islam and gender as well as executive director of Tanoker in Jember, and Mr Robert Kingham, from the Australian government-funded madrasah accreditation program, SSQ, who has been a staunch friend of the Islamic education partnership since its inception. The PIES program has also greatly appreciated the generous support of various Australian government officials and agencies. Anna McNicol and Daniel Rantzen have been the primary points of contact with DFAT in Canberra and we greatly appreciate the advice that they have given and the continuing interest that they have shown in the program. Staff at the Australian embassy in Jakarta, including His Excellency Paul Grigson and Deputy Head of Mission, Dr Justin Lee, have consistently supported the PIES program and its alumni, and particular thanks are due to Allison Purnell and her staff at the Policy Outreach and Advocacy Section, who have provided invaluable help, especially in arranging for the PIES students' travel and visas.

At ANU, PSC administrator Helen McMartin ensured that the accommodation, domestic travel and office needs of the students were taken care of with admirable efficiency. Dr Vivien Silvey's courses on academic skills and writing, as well as her course on pedagogical skills, were greatly appreciated by the PIES participants, as also was her own interest in Indonesia and their research projects. Emeritus Professor Virginia Hooker, Emeritus Professor James Fox, Professor Kathryn Robinson, and Dr Phillip Winn supervised PIES students and also

often arranged or attended seminars and discussion groups which gave additional opportunities to participants to deepen their knowledge. The efforts of all the supervisors were greatly appreciated both by the students and also us. We would like to express our deep gratitude to Virginia Hooker for her wise counsel, her constant encouragement and her continued involvement in the program, despite her 'retirement' from academic life. This program would not exist without her.

Finally, at the heart of the PIES undertaking are the students, and we have been fortunate to have had such a remarkable group of people involved in this second stage of the program. Muhammad Nafis and Rofhani took on the primary task of editing this volume but they have enjoyed the strong support of their four colleagues in this process. We hope that the high quality of the following chapters stands as testimony of the worth of this program and the scholars who have been involved in it. *Selamat membaca!*

Associate Professor Greg Fealy
Director, PIES Program

Dr Sally White
Academic Co-ordinator, PIES Program

SAMBUTAN DIREKTUR JENDERAL PENDIDIKAN ISLAM
KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
PROF. DR. PHIL. KAMARUDDIN AMIN, MA.

**Peningkatan Kualifikasi Dosen
Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Menghadapi Era
Globalisasi**

Dalam rangka mencapai target strategis yang telah dicanangkan oleh Kementerian Agama di mana salah satu di antaranya adalah peningkatan akses, mutu, dan relevansi pendidikan tinggi Islam, maka Direktorat Pendidikan Islam Kementerian Agama menuangkannya dalam berbagai upaya seperti Bantuan Operasional Perguruan Tinggi Negeri (BOPTN) dan berbagai bentuk beasiswa lainnya. Hal tersebut dilakukan demi peningkatan kualifikasi dosen dalam menghadapi tantangan globalisasi yang semakin tak terbendung. Karya akademik merupakan salah satu indikator penting untuk meningkatkan kualitas pendidik yang diperoleh melalui berbagai riset baik dalam maupun luar negeri, sebab riset merupakan ‘jantung’ perguruan tinggi. Namun riset saja tanpa dituangkan ke dalam bentuk karya nyata hanya akan menjadi mutiara terpendam yang tidak dapat memberikan manfaat bagi sekitarnya. Oleh karena itu ikhtiar yang paling strategis adalah dengan meningkatkan level pengalaman belajar terutama bagi para dosen yang sedang menempuh program doktoral.

Program 5000 doktor yang sedang berjalan saat ini menjadi bukti keseriusan Kementerian Agama dalam mengembangkan Perguruan Tinggi Keagamaan Islam baik yang berstatus negeri maupun swasta.

Sebab untuk menjadikan Indonesia sebagai pusat peradaban Islam dunia, upaya strategis seperti kerjasama internasional perlu terus digalakkan. Dalam kaitan dengan hal tersebut maka program beasiswa PIES (*Partnership in Islamic Education Scholarships*) yang merupakan hasil kerjasama Kementerian Agama RI dengan Pemerintah Australia dalam hal ini *Departement of Foreign Affairs and Trade* (DFAT) merupakan kerjasama yang terus berkesinambungan yang ditujukan secara khusus bagi para dosen Pendidikan Tinggi Keagamaan Islam (PTKI) yang sedang merampungkan draf disertasi. Target utama dari program ini adalah meningkatkan keterampilan menulis akademik, memperdalam pengetahuan mengenai metode penelitian dan mengalami kehidupan akademik secara langsung di Australia dengan mempresentasikan hasil penelitian di berbagai universitas terkemuka di Australia yang diorganisir oleh Associate Prof. Greg Fealy sebagai Direktur Program dan Dr. Sally White sebagai *Academic Coordinator*. Pengalaman seperti ini tentu saja diharapkan akan meningkatkan kualitas perguruan tinggi karena kualitas dosen yang memiliki pengalaman akademik internasional.

Buku yang berjudul *Muslim Subjectivity: Spektrum Islam Indonesia* ini merupakan hasil karya para peserta PIES Angkatan III tahun 2015 di The Australian National University (ANU), Canberra-Australia. Para kontributor dalam buku ini merupakan dosen dari berbagai latar belakang keilmuan dan riset yang beragam di perguruan tinggi Islam dari berbagai daerah di Indonesia. Keragaman budaya dan *local wisdom* di Indonesia merupakan potensi yang sangat besar untuk dijadikan sebagai obyek kajian dalam level pendidikan tinggi. Isu yang diangkat dalam buku ini pun merupakan isu kontemporer yang memang membutuhkan riset terbaru, seperti kasus nikah siri dalam analisa gender dan hukum Islam (*masalah*), mengkaji nilai-nilai pluralisme dalam dunia pesantren, busana dan hijab sebagai representasi diri di kota-kota besar

di Indonesia, kemajuan dan kemunduran keulamaan al-Wasliyah, wajah kontemporer dakwah di Indonesia sampai kepada pemikiran para tokoh yang memengaruhi pemikir Islam Indonesia seperti Khalil 'Abdul Karim dari Mesir. Kajian seperti ini sangat perlu dijadikan objek penelitian dalam nuansa kehidupan beragama di Indonesia yang semakin plural dan majemuk sebagai negara yang multikultural.

Dengan terbitnya buku ini yang merupakan karya nyata dari dosen Perguruan Tinggi Keagamaan Islam (PTKI), saya mewakili pemerintah Republik Indonesia khususnya Kementerian Agama, ingin menyampaikan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada semua pihak khususnya kepada para supervisor yang telah membimbing para peserta selama studi di The Australian National University (ANU) yaitu, Professor Virginia Hooker, Professor Jim Fox, Prof. Philip, Associate Prof. Greg Fealy, Dr. Sally White, Prof. Kathryn Robinson, Dr. Vivien Silvey, Prof. Marcus Mietzner, Prof. Edward Aspinall, baik yang terkait dengan disertasi maupun dalam peningkatan sistem pedagogi di perguruan tinggi untuk dapat diterapkan di perguruan tinggi masing-masing.

Demikian pula ucapan terima kasih disampaikan kepada Prof. Adam Posamay, Dr. Steven, Dr. Arskal Salim, Dr. Jan Ali dari University of Western Sydney, Prof. Nadirsyah Hosen, Prof. Gary Bouma, Dr. Jullien Millie, dan Dr. Yacinta Kurniasih dari Monash University. Juga kepada Prof. Tim Lindsey dari Melbourne University yang telah memfasilitasi para peserta untuk berpartisipasi dalam CILIS (*Center for Indonesian Law, Islam and Society*) Conference yang tentu saja menjadi pengalaman berharga dalam upaya mengasah kemampuan akademik para peserta. Dan tak lupa ucapan terima kasih kepada seluruh mahasiswa Indonesia yang ada di Canberra maupun di Australia secara umum yang telah bekerja sama dengan para peserta PIES. Kerja sama yang telah terjalin

seperti ini semoga dapat terus ditingkatkan dalam bentuk yang lain agar tercipta budaya akademik yang semakin responsif terhadap berbagai persoalan umat manusia baik dalam skala nasional maupun internasional.

Jakarta, 03 Februari 2017

DAFTAR ISI

Introduction	v
Sambutan Direktur Jenderal Pendidikan Islam Kementerian Agama Republik Indonesia	xiii
Daftar Isi	xvii

Polemik Nikah Siri: Dualisme Hukum Memapankan Sistem Patriarki

Aisyah Arsyad	1
---------------------	---

Wajah Kontemporer Dakwah Islam Indonesia: Pengalaman dari Jamaah Tabligh di Palopo-Sulawesi Selatan Indonesia

Muhammad Irfan Hasanuddin	71
---------------------------------	----

Pesantren dan Pluralisme: Pendidikan Pluralisme ala Pondok Pesantren Ngalah Pasuruan Jawa Timur

Muhammad Muntahibun Nafis	113
---------------------------------	-----

Kemunduran Tradisi Keulamaan Al Jam'iyatul Washliyah Sumatra Utara

Muhammad Rozali	171
-----------------------	-----

Busana-Hijab: Representasi Diri dan Hegemoni Budaya Muslim Kelas Menengah Perkotaan	
Rofhani	223
Pemikiran Khalil ‘Abd al-Karîm (1930-2002) tentang Reformasi Syariat Islam di Mesir dan Pengaruhnya terhadap Pembaruan Pemikiran Islam di Indonesia	
Siti Mahmudah	279
Biodata Penulis	329

Busana-Hijab: Representasi Diri dan Hegemoni Budaya Muslim Kelas Menengah Perkotaan

Rofhani

Abstract

This paper discusses fashion and the hijab which have experienced a transformation in form and value. The past six years at least have seen the phenomenon of the urban middle class who no longer view the hijab as rigid and old-fashioned, but as a model of fashion and the head scarf as both simple and stylish in design. In this paper, I discuss the culture of fashion and the hijab developed by middle class Muslims. It is important to note in this context that the hijab has a consumption value. Middle class Muslim women express a culture of fashion that is exclusive and elegant. However unwittingly, this exclusive attitude constitutes a force of cultural hegemony and domination. The transference of value cannot be avoided when fashion and the hijab become a part of popular culture and are promoted by the middle class and owners of capital.

Thus I argue that there has developed a hegemony and cultural domination of the middle-class Muslim hijab in urban areas. Middle class Muslim women present themselves as a force of social agency that transforms the culture of piety along the pathway to *shar'ī* (*koridor shar'ī*), or in accord with the rules of Islam. They manifest themselves as Muslim who have a modern lifestyle and follow cultural developments, especially fashion trends. Representing several major cities in Indonesia, the phenomenon of

the development of fashion and the hijab in Surabaya shows that there has been an exchange of values between social status and piety.

Using ethnographic methods, I have found that the fashion and hijab of the middle class is used as an instrument to achieve goals as a modern Muslim. Fashion and the hijab function as a religious commodity, because the choices and the actions of the Muslim middle class are not only based on self-awareness, but also determined by rationality, social structure and material interests. Rational choice is their principle, which in practical terms is related to everyday life and habits that are adapted to space and time.

Abstrak

Tulisan ini membahas tentang busana dan hijab yang mengalami perubahan bentuk dan makna. Sekurang-kurangnya dalam enam tahun ini terlihat fenomena kelas menengah perkotaan yang memandang hijab bukan lagi sebagai sesuatu yang kaku dan kuno, tetapi sebagai model busana dan kerudung yang *simple* dan *stylish*. Dalam konteks ini dibahas tentang budaya busana dan hijab yang dikembangkan Muslim kelas menengah. Hal yang penting dalam pembahasan tulisan ini adalah bahwa hijab memiliki nilai konsumerisme. Mereka menampilkan ekspresi budaya busana yang eksklusif dan elegan, akan tetapi tanpa disadari sikap eksklusif tersebut merupakan kekuatan hegemoni dan dominasi budaya. Transferensi nilai tidak dapat dihindari ketika busana dan hijab dijadikan budaya populer yang dipromosikan oleh kelas menengah dan pemilik modal.

Penulis beragumen bahwa terjadi hegemoni dan dominasi budaya berhijab pada kelas menengah Muslim perkotaan. Mereka mempresentasikan diri sebagai *social agency* yang membawa perubahan budaya kesalehan dalam koridor syar'i atau sesuai dengan aturan Islam. Mereka merepresentasikan diri sebagai Muslim yang bergaya hidup

modern dan mengikuti perkembangan budaya, terutama *trend mode*. Mewakili beberapa kota besar di Indonesia, fenomena perkembangan busana dan hijab di Kota Surabaya menunjukkan bahwa telah terjadi pertukaran nilai antara status sosial dan kesalehan.

Dengan menggunakan metode etnografi ditemukan bahwa busana dan hijab yang digunakan kelas menengah sebagai instrumen untuk mencapai tujuan sebagai Muslim yang modern. Busana dan hijab berfungsi sebagai komoditas agama, dikarenakan pilihan dan tindakan Muslim kelas menengah tidak hanya didasarkan pada kesadaran diri tetapi juga ditentukan oleh rasionalitas, struktur sosial dan kepentingan materi. Pilihan rasional sebagai prinsip mereka, yang secara praktis berkaitan dengan kehidupan sehari-hari dan kebiasaan yang disesuaikan dengan ruang dan waktu.

Introduction¹

In the past decade or so, a transformation has occurred in the way that middle class Muslim women dress. Up until the later Suharto period, dressing to show one's faith was considered suspect on the part of the government and was the preserve of pious santri Muslims or older village women. In the post-Reformasi period, however, the headscarf has become both modern and ubiquitous. More and more women are dressing in flowing garments, department stores have whole floors dedicated to Muslim fashion, and Muslim dress expos attract tens of thousands of visitors and hundreds of exhibitors. It is this phenomenon, the intersection of fashion and piety, that Rofhani investigates in the following chapter. She does so against a backdrop of an increasingly confident middle class that has both the means and education to negotiate the global with the local, and, as Rofhani argues, the capacity to act as agents of social change representing the values of consumerism and capital.

¹ Pengantar oleh Dr. Sally White.

In this chapter, Rofhani points to literature that argues that Muslim fashion is a function of class identity. Muslim fashion and the hijab cannot be separated from the life-style and personal expression of the Muslim middle class. In Indonesia, Muslim fashion, Rofhani argues, is a way for women to 'show off their status and their religiosity', and she regards this as an act of rational choice. Muslim fashion functions as a commodity and the choices and actions of the Muslim middle class not only address questions of identity and self-representation, but are also determined by social structures and material interests. Middle class Muslim women transform society by defining themselves as modern Muslims and choosing a culture of piety and adherence to religious norms. In so doing, they create a consumer culture of piety in the cities that is hegemonic and reflects their class status and position.

The site of Rofhani's research is Surabaya, Indonesia's second largest city. Although a centre for business, trade, industry and education whose population has a relatively high disposable income and monthly expenditure and thus a large middle class, relatively little has been written about the city. Most of the literature on the growing middle class in Indonesia focuses on the megapolis Jakarta. By examining the life styles, aspirations, behaviour and religious values of middle class Muslim women in Surabaya, Rofhani is thus contributing to our knowledge of the forces of social change outside of Jakarta.

In her discussions on the middle class (or classes) in Surabaya, Rofhani defines class not purely in economic terms, but also considers political, cultural and educational factors. In particular, she utilises Solvay Gerke's analysis of the 'new middle class' in Indonesia and its production of a class-based culture Gerke terms 'life-styling' as the middle class create their own version of modernity.² As Rofhani points out, the growth of the

² Solvay Gerke, "Global Lifestyles under Local Conditions: the New Indonesian Middle Class", in Chua Beng-Huat, ed., *Consumption in Asia: Lifestyles and Identities* (London: Routledge, 2000), h. 135-150.

Muslim middle class and its own cultural variant in Surabaya is clear from the number of women wearing Islamic dress in the shopping malls of the city and the popularity of the mosques incorporated into those malls. It is also evident in the number of couple holding wedding receptions in malls and hotels, as well as the frequency of Expos on Islamic themes, especially fashion.

Rofhani's chapter is an excerpt from her dissertation which examines a range of life-styling issues, including shopping, leisure activities, and aspirations. In-depth interviews with informants and participant observation form the basis for her very rich ethnographical material. In this chapter, Rofhani presents the views of four different middle class Muslim women who have all adopted Muslim dress or busana syar'i. What is meant by 'Muslim dress' here is a long, flowing garment that does not emphasise the shape of the body and a long headscarf. However, Rofhani's informants are at pains to emphasise that their dress is not the same as that of 'fundamentalists' or Salafys. Their dress is differentiated from those groups by 'value adding' in terms of colour, motifs and variety of models. The garments they wear are 'simple but stylish', emphasising quality of materials and exclusivity in design. Adopting such a style of dress is about being a modern Muslim woman; open-minded, accommodative and elegant, but pious.

Among her informants, Rofhani distinguishes between two different perspectives on Islamic dress or the hijab. The first group adopts Islamic dress primarily because it is the latest trend; it is 'fashionable'. They are influenced by social groups such as the Hijabers Mom's Community and feel a deep sense of belonging when they dress in the same way as other women they admire. And they are little concerned with the finer points of debates about what type of dress is truly Islamic. The second group views the hijab as an outward symbol of their inner piety, as a symbol of obedience to God. Wearing the hijab reflects their awareness of being an individual who seeks to become more pious in everyday life.

Rofhani's work provides a fascinating insight into the perceptions, motives and religious understandings of her informants. Her interdisciplinary approach in this chapter brings together sociology, ethnography and anthropology. Rofhani's work will take its place among other scholars of expressions of Islamic piety and dress, such as Carla Jones and Suzanne Brenner. Her ability to bring meaning and scholarly value to the everyday and mundane is exceptional, and I hope that she will be able to continue with, and further develop, her research. Her nuanced and perceptive work deserves a much greater audience.

Pendahuluan

Busana Muslim dan jilbab (selanjutnya istilah ini juga ditulis *hijab*) dianggap sebagai penanda kelompok santri³ terutama pada Muslim perkotaan setelah tahun 1990. Proses santrinisasi di Indonesia cukup berhasil setelah Soeharto (penguasa orde Baru 1967-1998) yang dikenal sebagai orang yang 'kejawen'⁴ dan bersikap hati-hati terhadap Islam secara tiba-tiba berangkat menunaikan ibadah haji di tahun 1991. Berdirinya ICMI (Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia) tahun 1990 membawa pengaruh yang cukup signifikan pada proses santrinisasi elite agama dan elite penguasa. Kemesraan pemerintah Orde Baru dengan kaum Muslim semakin terlihat, ditandai dengan surat keputusan (SK) kebebasan memakai jilbab, pendirian Badan Amil Zakat, Infak, dan Sadaqah (BAZIS), serta Kompilasi Hukum Islam (KHI) dan berdirinya beberapa lembaga yang berlabel Islam. Dalam konteks budaya, santrinisasi bisa dilihat pada pagelaran Festival Istiqlal pertama di tahun

³ Istilah "santri" penulis pinjam dari Clifford Geertz tentang tipologi masyarakat Jawa, yaitu priyayi, santri, dan abangan. Istilah ini penulis pakai untuk mempermudah penyebutan, meskipun hal ini tidak begitu tepat dan mudah mengkategorikan seseorang pada salah satu tipe tersebut.

⁴ Istilah "kejawen" berasal dari kata "Jawa", yang berarti segala sesuatu yang berhubungan dengan adat dan kepercayaan Jawa (ke-Jawa-an), yang secara umum terdiri dari seni, budaya, tradisi, ritual, sikap dan filosofi orang-orang Jawa. Kejawen juga memiliki arti spiritualitas suku Jawa.

1991. Pementasan pertama ‘Lautan Jilbab’ tahun 1990 oleh Emha Ainun Najib membuat masyarakat mulai melirik jilbab bukan sebagai barang yang menakutkan. Peristiwa-peristiwa tersebut telah mengubah peta masyarakat Muslim di Indonesia terutama pada kelas menengah.

Pada perkembangan selanjutnya terjadi fenomena bentuk baru keberagamaan Muslim kelas menengah terdidik, di mana mereka tidak hanya mengerjakan ibadah haji dan umrah tetapi juga aktif melakukan kegiatan dzikir di ruang terbuka dan diliput oleh media. Bentuk keberagamaan ini menurut Piliang adalah bentuk gaya hidup (*lifestyle*) yang memadukan kekuatan spirit ketuhanan (*spirit of divinity*) dan spirit konsumerisme (*spirit of consumerism*)⁵. Abdurrahman menyebut fenomena tersebut sebagai ritual yang terbelah.⁶ Kapitalisme dan komersialisme di setiap tingkat kehidupan keislaman telah membawa isu perbedaan kelas ke garis depan identitas Islam. Dia mencontohkan peran perempuan melalui simbol kerudung sebagai alat ukur ekspresi kesadaran kelas.⁷ Howell menyebutnya *Urban Sufism* di mana istilah ini populer pada tahun 2003 melalui kajian antropologinya tentang gerakan sufisme di perkotaan Indonesia. Howell menyebutnya sebagai bentuk kesalehan aktif yang terinspirasi oleh ajaran sufi,⁸ yang dimulai oleh ESQ-nya Ari Ginanjar, Manajemen Qalbu milik Aa Gym, serta zikir-nya Arifin Ilham. Tidak ketinggalan, berbagai situs di internet, televisi,

⁵ Yasraf Amir Piliang, *Post-Realitas: Realitas Kebudayaan dalam Era Post-Metafisika* (Yogyakarta: Jalasutra, 2004), h. 227-228.

⁶ Muslim Abdurrahman, “Ritual yang Terbelah: Perjalanan Haji Dalam Era Kapitalisme Indonesia”, dalam Mark Woodward (ed.), *Jalan Baru Islam: Memetakan Paradigma Mutakhir Islam Indonesia*, terj. Ihsan Ali Fauzi (Bandung: Mizan, 1998), h. 129-130.

⁷ *Ibid.*

⁸ Menurut Howell bentuk kesalehan aktif di Indonesia ada dua macam, yaitu kesalehan aktif yang sangat otonom dan setengah otonom. Kesalehan aktif yang otonom ditandai dengan munculnya beberapa gerakan sufisme yang bersifat cendekia atau akademis yang dipicu oleh gerakan *New Age*. Sedangkan mode kesalehan aktif yang kedua adalah setengah otonom dengan munculnya beberapa gerakan sufisme yang konservatif tetapi terbungkus dan dikemas dengan media. Julia Day Howell, “Modernity and the Borderlands of Islamic Spirituality in Indonesia’s New Sufi Networks”, dalam Martin Van Bruinessen dan Julia D.

dan radio juga menawarkan acara yang berlabel agama.⁹ Buku psikologi bertema spiritualitas banyak diterbitkan di mana di dalamnya dijelaskan bahwa ketenangan hati dan jiwa bisa diperoleh melalui berbagai jalan dan bentuk. Fenomena ini menunjukkan realitas yang bersifat rohaniyah bercampur dengan aspek material, yang ilahiah dengan duniawi, dan yang transenden dengan yang imanen. Burhani menyebutnya dengan istilah *the taste of spirituality*, yaitu kerinduan ibadah dan ritus keagamaan.¹⁰ Menurut Burhani, komunitas tersebut tidak membutuhkan argumentasi apakah Tuhan itu ada atau tidak ada, tetapi hanya membutuhkan penjelasan mengenai kehidupan yang holistik.¹¹ Rinaldo melihat Islam Indonesia adalah bentuk *social market* yang bernuasa keagamaan.¹² Greg Fealy mensinyalir Islam Indonesia adalah pasar yang laris dan tempat berjualan simbol kesalehan Islam. Islam di Indonesia dikomodifikasi dalam ruang budaya dan spiritual, sementara bentuk keberagamaan berdekatan dengan kehidupan sehari-hari.¹³ Jones menilai terdapat hubungan yang erat antara *fashion* dengan keyakinan. Kesalehan sosial ditampilkan melalui peragaan busana Muslim bertema “Muslim Clothing”. Peragaan yang dilaksanakan di hotel berbintang, dengan menggandeng para desainer ternama, menjadikan busana Muslim memiliki nilai jual yang tinggi. Kelas menengah Indonesia

Howell, *Sufism and the Modern in Islam* (London: I.B. Tauris, 2007), h. 230-232; Day Howell, “Indonesian’s Urban Sufis: Challenging Stereotypes of Islamic Revival” (PDF) dalam *ISIM Newsletter (International Institute for the Study of Islam in the Modern World Newsletter 6, 2001)*, 17; Julia Day Howell, “Variasi-Variasi Kesalehan Aktif”, dalam Greg Fealy dan Sally White (ed.), *Ustadz Seleb, Bisnis Moral dan Fatwa Online: Ragam Ekspresi Islam Indonesia*, terj. Ahmad Muhajir (Jakarta: Komunitas Bambu, 2012), h. 40-41.

⁹ Nadirsyah Hosen, “Fatwa Online di Indonesia: Dari Shopping Fatwa Hingga Meng-google Kiai”, dalam Greg Fealy dan Sally White (ed.), *Ustadz Seleb*, h. 163-165.

¹⁰ Ahmad Najib Burhani, *Sufisme Kota* (Jakarta: Serambi, 2001), h. 13-14.

¹¹ *Ibid.*

¹² Rachel Ricardo, “Women and Piety Movements”, dalam Bryan S. Turner, *The Sociology of Religion* (Blackwell: Publishing, 2010), h. 594.

¹³ Greg Fealy, “Mengkonsumsi Islam: Agama yang Dijadikan Jualan dan Kesalehan yang Diidam-idamkan di Indonesia”, dalam Greg Fealy dan Sally White (ed.), *Ustadz Seleb*, h. 16-37.

menampilkan model busana dan jilbab yang *simple* dan *stylish*, berbeda dengan *burka* yang dianggap sebagai pakaian tradisional di Timur Tengah.¹⁴ Amrullah berpendapat bahwa busana Muslim di Indonesia pada saat ini beraneka ragam bentuk dan modenya yang mencerminkan ekspresi individu (pemakainya).¹⁵ Dari berbagai pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa busana Muslim dan jilbab, sebagai salah satu simbol agama, telah menjadi penunjuk/penanda identitas kelas.

Perubahan fashion di Indonesia sendiri dimulai pada akhir tahun 1990. Jones melihat adanya gejala globalisasi busana di Asia yang memadukan antara budaya lokal dengan budaya luar di lingkup Asia tanpa meninggalkan nilai tradisi lokal.¹⁶ Media seperti majalah Femina dan majalah Noor memiliki peran yang tidak kecil dalam perkembangan fashion. Sementara Brenner melihat jilbab bagi perempuan Muslim Jawa sebagai proses rekonstruksi diri dan sosial yang membutuhkan proses yang tidak singkat dalam membentuk budaya Islam yang terlihat modern.¹⁷ Pengetahuan dan pengalaman serta kekuatan ekonomi Muslim kelas menengah perkotaan menjadikan proses perubahan budaya ini berkembang dengan pesat. Akibatnya, antara lain, dapat dilihat pada produksi busana Muslimah secara massal sehingga menjadikan Indonesia sebagai kiblat *fashion* Muslim dunia.¹⁸ Perkembangan busana

¹⁴ Carla Jones, "Fashion and Faith in Urban Indonesia", *Theory: The Journal of Dress, Body and Culture*, 11, 2007, h. 221-232.

¹⁵ E. Amrullah, "Indonesia Muslim Fashion Styles and Designs", *ISIM Review* 22, 2008, h. 22-23.

¹⁶ Carla Jones dkk., "What Happens When Asian Chic Becomes Chic in Asia?", *Fashion Theory*, Vol. 7, No. 4/4, 2003, h. 281-300.

¹⁷ Suzanne Brenner, "Reconstructing Self and Society: Javanese Muslim Women and 'the veil'", *American Ethnologist*, Vol. 23 (4), 1996, h. 673-697.

¹⁸ Vivaneews.com, "Mimpi Indonesia: Kiblat Fashion Muslim Dunia", kementerian Perindustrian Republik Indonesia, <http://www.kemenperin.go.id/artikel/4051/Mimpi-Indonesia:-Kiblat-Fashion-Muslim-Dunia>, (25 Maret 2016); Kompas.com, jum'at, 10 Januari 2014 Mei 2015, "Indonesia Menuju Kiblat Busana Muslim Dunia" <http://female.kompas.com/read/2014/01/10/1153555/Indonesia.Menuju.Kiblat.Busana.Muslim.Dunia>, (25 Maret 2016).

Muslim dan jilbab ini tidak hanya terjadi di kota-kota metropolitan, seperti Jakarta dan Surabaya, tetapi juga di kota-kota besar lainnya di Indonesia.

Busana Muslim dan jilbab menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari gaya hidup yang diekspresikan oleh Muslim kelas menengah. Berdirinya *Hijabers Community*¹⁹ dan *Hijabers Mom Community*²⁰ memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap perkembangan budaya berbusana Muslim dan hijab bagi Muslim perkotaan. Terlepas dari perspektif ekonomi yang menguntungkan para pihak pemilik modal, dipastikan bahwa kelompok *Hijabers* ini lahir dari semangat keberagaman entitas masyarakat tertentu, yaitu masyarakat Muslim perkotaan yang bersentuhan serta berdialektika dengan budaya pop dan budaya konsumerisme.

Budaya pop atau *pop-culture* menjadi bagian kehidupan modern yang mulai berkembang antara tahun 1920-1930 di mana *cinema* dan radio menjadi pemicu produksi massal yang juga didukung oleh perubahan sosial dan kemajuan industri. Semua itu memainkan peran

¹⁹ *Hijabers Community (HC)* adalah komunitas jilbab kontemporer yang terdiri atas sekumpulan orang yang ingin terlihat sama dalam bergaya dan berbusana 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.

Kompas.com, Kamis, 11 Agustus 2014, "Hijabers Community, Bersyar Melalui Fashion Taat Kaidah," <http://female.kompas.com/read/2011/08/11/13253987/Hijabers.Community.Bersyar.Melalui.Fashion.Taat.Kaidah> (25 Maret 2016) Annisa R. Beta, "Hijaber: How Young Urban Muslim Women Redefine Themselves in Indonesia", *The International Communication Gazette*, Vol. 76, No. 4-5, (2014), h. 377-389.

²⁰ *Hijaber Mom Community* ini memiliki tujuan yang sama dengan *Hijabers Community*, dibentuk oleh Monika Jufry, sebagai sarana perempuan Muslim yang sudah memasuki usia dewasa, sudah menikah dan di atas usia 30 tahun. Arina Yulistara, "Monika Jufry: HijabersMom Community Bukan Kumpulan *Socialite* Berjilbab," *Wolipop.detik.com*. Kamis, 30 Nopember 2014,

dalam perdebatan atas budaya massa.²¹ 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, terjadinya perubahan pada budaya busana Muslim di Indonesia merupakan fakta yang tidak bisa dibantah dan diabaikan.

Kelompok kelas menengah atau biasa disebut dengan *middle class* adalah kelompok yang memiliki keunikan. Posisi kelas menengah yang berada di tengah (*middle*) membuat kelompok ini dianggap fleksibel. Tingkat ekonomi dan tingkat pendidikan yang relatif cukup tinggi adalah jembatan atau penghubung antara kelompok kelas atas dan kelompok kelas bawah. Kelompok kelas menengah dianggap dapat membawa perubahan sosial, yang diawali pada perubahan pertumbuhan ekonomi dengan didukung fakta bahwa konsumerisme di Indonesia meningkat dari tahun ke tahun.²² McKinsey Global Institute (MGI) memprediksi tahun 2030 kelas menengah Indonesia berpotensi menjadi 135 juta orang dari 45 juta orang di tahun 2010. Posisi tersebut dikategorikan sebagai kelas konsumen dengan pendapatan per kapita lebih besar atau sama dengan US\$3600 per tahun.²³ Data-data tersebut meyakinkan

<http://wolipop.detik.com/read/2014/10/30/113827/2734202/233/monika-jufry-hijabersmom-community-bukan-kumpulan-socialite-berjilbab> (25 Maret 2016); Arina Yulistara, "HijabersMom Community, Wadah Pengembangan Diri untuk Para Istri Berjilbab Rabu", *Wolipop.detik.com*. Rabo, 29 Nopember 2014, <http://wolipop.detik.com/read/2014/10/29/141708/2733162/233/hijabersmom-community-wadah-pengembangan-diri-untuk-para-istri-berjilbab>, (25 Maret 2016)

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

²² Wildan Noor Ramadhan, "Siapakah Kelas Menengah di Indonesia?", *kompasiana.com*, http://www.kompasiana.com/kanopi_feui/siapakah-kelas-menengah-di-indonesia_551821aca333117607b66354 (10 Mei 2016); <http://inventure.id/tag/kelas-menengah/>. (10 Mei 2016).

²³ McKinsey Global Institute (MGI) "The Archipelago Economy: Unleashing Indonesia's Potential", September 2012, <http://www.mckinsey.com/global-themes/asia-pacific/the-archipelago-economy>. (10 Mei 2016).

penulis bahwa perubahan ekonomi terutama pada bentuk konsumerisme berpengaruh pada perubahan sosial, yang secara tidak langsung pula terjadi perubahan-perubahan dalam budaya dan keberagamaan.

Ekspresi gaya hidup dan pilihan budaya kelas menengah perempuan Muslim adalah proses konstruksi budaya yang kemudian dibungkus dengan “kemasan” agama. Tulisan Serageldin yang berjudul “The Islamic Salon: Elite Women’s Religious Networks in Egypt” menjelaskan tentang fenomena perempuan kelas menengah dan kelas elit. Salon Islam, yang dikhususkan untuk Muslim adalah tempat dan sarana ekspresi yang cukup eksklusif.²⁴ Meskipun tulisan tersebut mengambil kasus di Mesir, tetapi realitas ini juga terjadi di Indonesia terutama pada masyarakat Muslim perkotaan. Fenomena yang menunjukkan bahwa ekspresi beragama dan pilihan budaya memperhatikan tubuh adalah tindakan rasional yang bermotif dan bertujuan yang jelas, *show off their status and their religiosity*. Pada konteks ini pilihan rasional (*rational choice*)²⁵ sebagai prinsip mereka, tindakan sosial yang tergantung pada keyakinan dan sikap individu yang dianggap benar dan rasional. Secara praktis pilihan rasional berkaitan dengan kehidupan sehari-hari (*everyday life*) dan kebiasaan - *human behaviour* sesuai ruang (*space*) dan waktu (*time*).

Tulisan ini menggunakan metode etnografi dengan analisis individu mengenai pandangan perempuan kelas menengah tentang

²⁴ Miriam Cooke dan Bruce B. Lawrence (ed.), *Muslim Networks from Hajj to Hip-Hop* (The University of North Carolina Press, 2005), h. 155-168, 169-190. Lihat juga Ann Helmann dan Margaret Beetham (ed.), *New Woman Hybridities: Femininity, Feminism and International Consumer Culture 1880-1930* (London: Routledge, 2004), h. 1-14.

²⁵ Teori pilihan rasional berpedoman bahwa fenomena sosial adalah dampak tindakan individu yang bermotivasi, rasional dan pribadi. Pilihan tersebut dipertimbangkan segala konsekuensi yang terjadi termasuk untung rugi. Zenonas Norkus, “Max Weber’s Interpretive Sociology and Rational Choice Approach” dalam *Rationality and Society*, Vol. 12 (3), (London: Sage 2000), h. 259-282; Frank Lovett, “Rational Choice Theory and Explanation”, dalam *Rationality and Society*, Vol. 18, No. 2, (Sage Publication, 2006), h. 237-272; Raymond Boudon, “Teori Pilihan Rasional” dalam Bryan Turner, ed., *Teori Sosial Dari Klasik Sampai Postmodern*, ter. E.Setyawati dkk, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012), h. 295-297.

busana Muslim dan hijab/jilbab yang dikombinasikan dengan analisa fenomena yang terjadi di Kota Surabaya. Penulis berargumen bahwa terjadi hegemoni dan dominasi budaya berhijab pada kelas menengah Muslim perkotaan. Mereka mempresentasikan diri sebagai *social agency* yang membawa perubahan budaya kesalehan dalam koridor syar'i. Menurut hemat penulis telah terjadi pertukaran nilai antara status sosial dan kesalehan. Busana Muslim dan hijab telah beralih berfungsi sebagai "komoditas agama". Hal ini dikarenakan bahwa pilihan dan tindakan Muslim kelas menengah tidak hanya didasarkan pada kesadaran diri tetapi juga ditentukan oleh struktur sosial dengan kepentingan materi. Sarana dan prasarana ekspresi budaya dalam bentuk busana dan hijab ditampilkan secara eksklusif dan elegan oleh kelas menengah Muslim perkotaan.

Dengan demikian, kajian ini berbeda dari kajian-kajian sebelumnya, Jones (2007, 2010), Beta (2014), Wolfgang (2012), dan Brenner (1996) yang memfokuskan studi pada pergeseran pemakaian hijab yang dianalisis sebagai bentuk keyakinan, redefinisi diri dan peragaan busana. Juga Hasan (2009, 2011), yang menjelaskan aspek politis yang menghubungkan antara gaya hidup Muslim kelas menengah dengan demokrasi di Indonesia. Argument Jones yang menyatakan bahwa kesalehan publik berkaitan dengan gender, keyakinan memperkuat argumen penulis bahwa dibalik kegelisahan tersebut terjadi bentuk hegemoni yang tanpa disadari oleh kelas menengah. Busana dan hijab tidak hanya sebagai penegasan identitas tetapi lebih menunjukkan pada transformasi identitas. Tulisan ini menjelaskan lebih jauh bagaimana perempuan Muslim kelas menengah menggunakan busana dan hijab untuk merepresentasikan diri. Mereka menggunakan dan mengonsumsi busana dan hijab dalam rangka untuk mentransformasi identitas mereka, yang secara tidak langsung terungkap bentuk hegemoni dan dominasi budaya mereka sebagai upaya membangun budaya kesalehan di perkotaan. Dalam konteks ini busana Muslim dan hijab digunakan

sebagai instrumen untuk mencapai tujuan sebagai Muslim yang modern. Mereka menampilkan identitas sebagai Muslim memiliki *trend mode* tersendiri, bergaya hidup modern dan mengikuti budaya populer atau budaya yang sedang diikuti dan disenangi oleh masyarakat.

Surabaya dan Muslim Kelas Menengah

Secara praktis tulisan ini menemukan keragaman keberagaman perempuan Muslim kelas menengah di Surabaya. Penelitian ini juga menemukan bentuk budaya baru dengan menggunakan simbol-simbol agama sebagai gaya hidup perempuan Muslim kelas menengah perkotaan. Meskipun fokus tulisan ini terbatas pada masyarakat kelas menengah di Kota Surabaya, tetapi sebenarnya fenomena serupa juga ditemui di kota-kota lainya.

Bagi banyak Indonesianis, Kota Surabaya sering terlewat dalam pembahasan dan penelitian mereka. Pada umumnya para peneliti lebih tertarik pada Kota Yogyakarta dan kemudian Bali tanpa melirik Surabaya. Secara historis, *arek-arek* Surabaya²⁶ memiliki peran pada revolusi kemerdekaan. Hefner dan Peacock dan beberapa peneliti lainnya menyebutkan Surabaya memiliki aspek sosial budaya yang unik. Ciri khas masyarakat asli Surabaya adalah terbuka dan memiliki dialek khas yaitu *boso Suroboyoan*. Dialek ini terkenal kasar dan sering dipakai dalam dialog Ludruk. Meskipun Ludruk adalah budaya khas Jawa Timur, tetapi pada kenyataannya budaya Ludruk identik dengan Surabaya.²⁷ Ciri khas masyarakat Surabaya mudah bergaul, egaliter, dan

²⁶ *Arek* adalah bahasa Jawa yang berarti anak atau remaja. Sebutan *arek* lebih umum digunakan pada daerah Surabaya dan Malang. Sayangnya, beberapa tahun terakhir ini, istilah *arek Suroboyo* atau *arek Malang* memiliki konotasi yang tidak baik yang disebabkan oleh sikap anarkis suporter sepak bola yang menyebut diri mereka sebagai *arek Suroboyo* atau *arek Malang*.

²⁷ *Ludruk* adalah teater musikal yang menceritakan kehidupan rakyat sehari-hari. *Ludruk*, menurut Hefner, adalah tarian rakyat yang penuh dengan simbol yang bisa berupa gambaran kehidupan keseharian masyarakat bawah yang mampu melakukan kritik dan pujian. Menurut Peacock kesenian *Ludruk* di Surabaya ini lebih sering dimainkan oleh masyarakat kelas

menggunakan struktur bahasa Jawa yang kasar atau bahasa Jawa *ngoko*.²⁸

H.W Dick menyatakan bahwa Surabaya mengalami perkembangan ekonomi sejak abad ke-19. Posisi strategis kota Surabaya sebagai pusat kegiatan ekonomi masyarakat membuatnya selalu dinamis. Dick juga mengatakan bahwa Surabaya adalah 'kota kerja' yang sudah dimulai tahun 1900-an.²⁹ Surabaya adalah kota kedua terbesar setelah Jakarta dan representasi kota metropolis, hal mana menjadikan Surabaya sebagai pusat aktivitas dan tujuan utama bagi orang dari berbagai daerah, khususnya Jawa Timur. Pembangunan kota Surabaya sangat cepat dan telah berkali-kali memperoleh penghargaan Adipura Kencana secara berturut-turut selama enam tahun mulai tahun 2006 sampai dengan tahun 2011. Di tahun 2103 Surabaya mendapat penghargaan Future Gov Award Indonesia 2013 kategori Future City of The Year.³⁰ Pola kehidupan seperti inilah yang menjadi karakter dan ciri khas masyarakat Surabaya di masa lampau yang kemudian berkembang ke arah pendidikan, budaya, dan pariwisata seperti sekarang ini.

Kota Surabaya termasuk dalam deretan kota besar di Indonesia yang mengalami fenomena urbanisasi besar-besaran. Surabaya merupakan pusat bisnis, perdagangan, industri, dan pendidikan di kawasan Jawa Timur dan sekitarnya. Posisi strategis Surabaya sebagai pusat kegiatan

bawah dan juga disukai oleh masyarakat kampung karena menggunakan bahasa Jawa khas Jawa Timuran. Carl J. Hefner, *Ludruk Folk Theatre of East Jawa: Toward a Theory of Symbolic Action* (USA: University of Hawaii, 1994), h. 11-23; Lihat juga dalam James Peacock, *Rites of Modernisation: Symbolic and Social Aspects of Indonesia Proletarian Drama* (Chicago: Chicago University Press, 1968), h. 90-92, 215-220; Victor T. King dan William D. Wilder, *The Modern Anthropology of South-East Asia: An Introduction* (London: Routledge Curzon, 2003), h. 153-155.

²⁸ Dalam struktur bahasa Jawa terdapat tiga tingkatan, yaitu bahasa Jawa *kromo inggil*, *madya* dan *ngoko*. Tingkatan penggunaan ini menunjukkan tingkatan kehalusan penggunaan bahasa pada orang Jawa. Pada sisi lain juga menunjukkan status seseorang, wilayah atau daerah terutama pada Jawa Tengah dan Jawa Timur.

²⁹ Howard W. Dick, *Surabaya City of Work: A Socioeconomic History, 1990-2000* (USA: Ohio University Press, 2002).

³⁰ <http://www.surabaya.go.id/profilkota/index.php?id=26> (14 Januari 2015).

ekonomi di kawasan Indonesia Timur membuat masyarakatnya selalu dinamis sehingga menjadi tujuan utama bagi masyarakat dari berbagai daerah.³¹ Sebagian besar penduduknya bergerak dalam bidang jasa, industri, dan perdagangan, hal mana bisa dilihat dari banyaknya perusahaan besar yang berkantor di Surabaya³² sehingga jarang ditemukan lahan persawahan. Meskipun tidak bisa dijadikan sebagai satu-satunya parameter, tetapi minimal bisa dijadikan sebagai bahan pertimbangan bahwa Surabaya mengalami pertumbuhan yang pesat terutama setelah Orde Baru.

Data Badan Pusat Statistik (BPS) 2014 menyebutkan bahwa pengeluaran perkapita masyarakat Surabaya berada pada angka 938 ribu lebih/bulan di bawah masyarakat Malang yang mencapai angka di atas 1 juta/bulan. Angka pengeluaran perkapita Surabaya lebih kecil jika dibandingkan dengan Jakarta yang rerata pengeluaran perkapita tahun 2014 sekitar 1.4 juta perbulan perorang.³³ Tetapi selisih angka tersebut dianggap wajar karena wilayah pemerintahan Kota Surabaya setara dengan kabupaten, sementara Jakarta setara dengan provinsi. Data lain yang menguatkan bahwa Surabaya adalah kota yang sejahtera adalah pengeluaran belanja makanan dan minuman serta rokok sebesar 39.79% dan belanja non-makanan termasuk membayar pajak dan asuransi sebesar 60.21%.³⁴ Pengeluaran perkapita rata-rata pengeluaran rumah

³¹ Howard Dick menyebut bahwa pada masa era Orde Baru Surabaya memberikan sumbangan yang tidak sedikit dalam menstabilkan perekonomian di bagian timur Indonesia setelah Jakarta di bagian barat Indonesia. Howard Dick, James J. Fox, Jamie Mackie, (ed.), *Balanced Development East Java in the New Order* (Jakarta: Gramedia, 1997), h. 465-470.

³² Misalnya PT. Sampoerna Tbk, Maspion, Wing's Group, Unilever, Pakuwon Group, Jawa Pos Group dan PT. PAL. Sementara pusat perkantoran dan high-rise building (CBD) berada di sekitar Jalan Tunjungan, Basuki Rahmad, Darmo, Mayjen Sungkono, HR. Muhammad dan Ahmad Yani. Sedangkan kawasan industri di Surabaya di antaranya Surabaya Industrial Estate Rungkut (SIER), Karangpilang dan Margomulyo.

³³ <http://jakarta.bps.go.id/backend/pdf/publikasi/Statistik-Daerah-Provinsi-DKI-Jakarta-2015.pdf>

³⁴ *Statistik Daerah Kota Surabaya 2014*, h. 31.

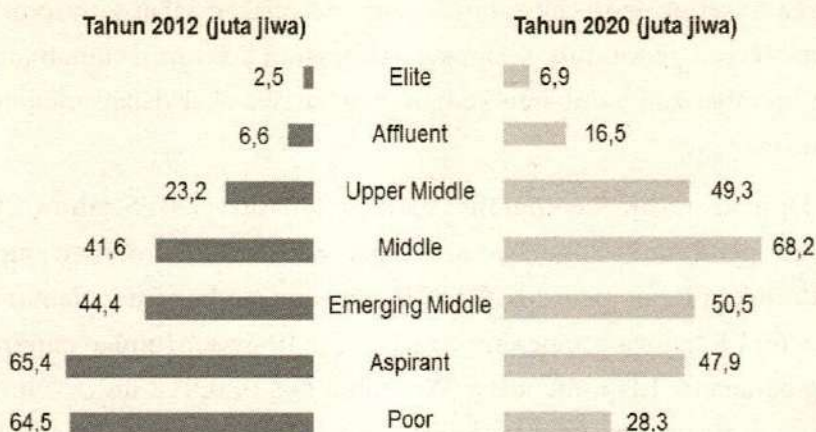
tangga tersebut perlu diketahui karena merupakan salah satu indikator kesejahteraan penduduk. Selain karena besaran konsumsi rumah tangga juga memberikan gambaran kemampuan masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya.

Ditinjau secara demografis, berdasarkan survei BPS tahun 2014, jumlah penduduk Surabaya mencapai 3.200.454 jiwa dan jumlah penduduk imigran mencapai 92.876 jiwa, dengan berjenis kelamin laki-laki 1.602.875 jiwa dan perempuan 1.597.579 jiwa.³⁵ Jumlah penduduk yang beragama Islam mencapai 90% lebih ($\pm 3.030.012$ jiwa).³⁶ Jumlah ini cukup banyak mengingat Surabaya juga sangat dekat dengan Kota Gresik ataupun Jombang yang dikenal sebagai “kota santri” dengan banyak pesantren yang berdiri.

Sejalan dengan itu, perkembangan kelas menengah secara nasional diperkirakan meningkat. Boston Consulting Group melakukan penelitian dan memperkirakan bahwa populasi kelas menengah Indonesia dari tahun 2012 sampai dengan 2020 mengalami peningkatan yang cukup tinggi. Adapun kriteria penggolongan kelas sosial yang dipakai adalah ekonomi, yaitu belanja dalam sebulan (*monthly expenditure*). Kelompok *elite* berbelanja lebih dari \$750/bulan, kelompok *Affluent* antara \$500–750/bulan, *upper middle* antara \$300–500/bulan, *Middle* antara \$200–300/bulan, *emerging middle* antara \$150 – 200/bulan, kelompok *Aspirant Middle* antara \$100–150/bulan dan kelompok *poor* kurang dari \$100/bulan.

³⁵ Surabaya dalam Angka 2014, h. 86.

³⁶ *Ibid.*, h. 179.



Dalam konteks tulisan ini, teori kelas tidak hanya ditentukan oleh faktor ekonomi, tetapi juga faktor politik, budaya, dan pendidikan. Pada konteks Asia, Robison mengukur kelas menengah melalui tingkat ekonomi yaitu pendapatan (*income*) yang cukup (*have enough*). Akan tetapi penentuan ini perlu dibedakan pada masyarakat kota dan desa sebagai salah satu model kelas sosial di Indonesia.³⁷ Shiraishi Takashi mengembangkan ukuran kelas menengah Robison dengan melihat status sosial, tingkat pendapatan dan gaya hidup.³⁸ Konsep ini diperjelas oleh Solvay Gerke tentang kelas menengah Indonesia. Gerke memberikan pedoman yang mudah untuk mengidentifikasi kelas menengah selain kriteria yang telah disebut di atas, yaitu pola konsumsi atau gaya hidup. Gerke menyebut golongan ini adalah “*new middle class*” atau golongan menengah baru. Kelas menengah baru Indonesia menurut Gerke ini membentuk budaya tersendiri yang disebut dengan *life-styling*.³⁹ Hughes

³⁷ Richard Robison, “The Emergence of the Middle Class in Southeast Asia” Working Paper No. 57, dalam *Asia Research Centre on Social and Economic Change*, (Australia: Murdoch University, 1995), h. 3.

³⁸ Shiraishi Takashi, “The Rise of New Urban Middle Classes in Southeast Asia: What is its national regional significance?”, dalam *RIETI Discussion Paper Series 04-E-01*, The Research Institute of Economy, Trade and Industry, <http://www.rieti.go.jp/en/> (24 agustus 2015).

³⁹ Solvay Gerke, “Global Lifestyles under Local Conditions: the New Indonesian Middle Class”, dalam Chua Beng-Huat, *Consumption in Asia: Lifestyles and Identities* (London: Routledge, 2000), h. 135-150.

dan Woldeki⁴⁰ memberikan tambahan bahwa kelas menengah tertarik pada aliran (*genre*) musik tertentu dan juga teater. Bahasa asing terutama bahasa Inggris yang telah menjadi terminologi Indonesia atau “Indo-English” selalu menjadi ciri khas mereka. Mereka lebih suka memakai bahasa dan istilah asing (bahasa Inggris pada umumnya) dalam pergaulan atau berbisnis. Sebagai akibatnya, sekolah dan prestasi akademik juga menjadi hal penting. Dalam pendidikan anak, Muslim kelas menengah Surabaya memiliki kecenderungan memilih sekolah negeri favorit atau sekolah Islam yang memiliki kualitas bagus dan termurah. Selain itu dijumpai juga mereka menyekolahkan anak-anak mereka ke luar negeri, terutama di tingkat perguruan tinggi.

Gaya hidup kelas menengah baru memiliki penampilan yang berbeda, terutama setelah krisis ekonomi Indonesia tahun 1997. Pola konsumsi adalah salah satu simbol yang mudah untuk mengidentifikasi mereka. Gaya berbelanja dan tempat belanja menjadi hal yang penting, demikian juga bahasa. Perbedaan dan perubahan pendidikan dan gaya hidup mereka mengakibatkan pergeseran pemukiman dari kampung kota menuju perumahan yang lebih tertata rapi.

Fenomena kelas menengah Surabaya yang bisa dikatakan jumlahnya semakin meningkat. Hal ini salah satunya dilihat dari banyaknya masyarakat Muslim yang berkunjung dan berbelanja di mall-mall. Realitas ini bisa dilihat dari mereka yang berbaju Muslim dengan ditandai pemakaian kerudung bagi perempuan, atau juga bisa dilihat keramaian mushalla di saat waktu shalat Dhuhr ataupun Ashar. Contoh yang konkret, misalnya, bisa ditemui di Grand City Mall yang terletak di daerah Gubeng di mana musala yang disediakan sangat bersih dan nyaman. Fenomena lain bisa dilihat dari semakin banyaknya keluarga Muslim melaksanakan resepsi pernikahan di mall maupun di

⁴⁰ Helen Hughes dan Berhanu Woldekidan, “The Emergence of the Middle Class in ASEAN Countries”, dalam *ASEAN Economic Bulletin*, Vol. 11. No. 2, November 1994, h. 138-149 (Institute of Southeast Asia Studies, 1994), h. 140-142.

hotel-hotel. Pameran dan festival Muslim 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.



Poster Expo Muslim Fashion di Surabaya 2014



Poster Expo Muslim Fashion di Surabaya 2015

Busana-Hijab: Representasi Diri

Agama dan budaya adalah sistem nilai, terdiri dari simbol-simbol yang saling berinteraksi. Proses interaksi terjadi karena tiga hal, yaitu agama memengaruhi pembentukan budaya, budaya memengaruhi simbol agama dan budaya bisa menggantikan sistem nilai dan simbol. Kajian tentang agama dan perempuan yang dihubungkan dengan budaya memiliki kekhasan yang cukup menarik. Beberapa gerakan keagamaan menunjukkan bahwa perempuan seperti alat untuk menyelesaikan masalah modernitas dan perubahan sosial yang secara kolektif memberi peluang kepada perempuan untuk mengkonstruksi jenis komunitas dan identitas sosialnya.

Dalam kajian gender, konstruksi dan *stereotype* perempuan identik dengan penampilan yang selalu berganti sesuai dengan tempat dan waktu. Tidak ketinggalan pula media membentuk *image* perempuan modern, mereka adalah perempuan yang tidak hanya terlihat sebagai seorang yang bekerja (baca: berdaya dan aktif), tetapi juga terlihat cantik, muda, kaya, dan langsing.⁴¹ Image tersebut dijadikan sarana legitimasi bahwa perempuan memiliki makna yang berbeda, sekaligus membenarkan pendapat Gerke bahwa kelas menengah memiliki ciri yang mudah dikenali yaitu gaya (*styling*) dan pola konsumsi.

Pada aspek yang lain, busana dan hijab memiliki makna yang berbeda bagi beberapa perempuan Muslim; suatu bentuk penampilan kesalehan, ketaatan pada ajaran agama, dan juga perwujudan ibadah. Beberapa pendapat mengatakan bahwa perempuan Muslim kelas menengah banyak tertarik pada bentuk kesalehan Islam disebabkan oleh modernisasi dan munculnya lembaga syariah yang memberikan manfaat yang nyata bagi perempuan. Rinaldo dan Van Doorn-Hardermelihat bahwa organisasi masyarakat seperti Muhammadiyah dan Nahdlatul

⁴¹ Margaret L. Andersen, *Thinking about Women: Sociological Perspectives on Sex and Gender* (New York: Macmillan Publishing, 1993), h. 54-58.

Ulama (NU)serta beberapa partai politik yang berbasis Islam seperti Partai Keadilan Sosial (PKS) memberikan peluang pada perempuan untuk tampil di ruang publik.⁴² Penampilan kesalehan di ruang publik bisa dilihat dari munculnya beberapa kelompok pengajian Islam yang lain baik yang bersifat fundamentalis seperti pengajian *usrah*, *liqâ'*, dan *tarbiyah*.⁴³ Demikian juga kelompok pengajian yang terkesan modern pun bermunculan di mana kelompok pengajian sejenis ini biasanya beranggotakan kelas menengah perkotaan yang memiliki *style* yang khas. Kelompok atau lembaga pengajian tersebut merupakan sarana transfer pengetahuan agama, sehingga penampilan kesalehan mudah ditemui terutama di kota-kota. Media juga memiliki peran signifikan dalam hal ini. Terbitnya beberapa majalah atau tabloid⁴⁴ yang menghadirkan warna Islam dengan membidik para perempuan sebagai pembaca utama adalah fenomena yang tidak bisa diabaikan.

Dalam konteks ini, busana Muslim dan hijab tidak hanya sekedar sebagai penutup tubuh tetapi memiliki makna kesopanan, profesi, budaya, identitas, perasaan percaya diri (*self confidence*), status sosial, dan simbol kesalehan terhadap ajaran agama. Mereka menampilkan identitas dan pencapaian pemahaman Islam sebagai bentuk representasi diri, terlepas dari pertanyaan apakah keputusan mereka memakai

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

⁴³ *Usrah*, *liqâ'*, dan *tarbiyah* adalah beberapa 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 panjang namun batas bawahnya di atas mata kaki dan bahkan tidak jarang memakai jubah seperti orang-orang Arab.

⁴⁴ Terdapat banyak media yang berbentuk majalah ataupun tabloid khusus perempuan Muslimah, baik yang khusus membahas *fashion* atau yang bersifat umum. Eka Puspita, "Rekomendasi 6 Majalah Islami untuk Fashion Muslimah", abiumi.com, 21 Juni 2015, <http://abiummi.com/rekomendasi-6-majalah-islami-untuk-fashion-muslimah/>, (15 Maret 2016).

busana Muslim dan hijab berangkat dari kesadaran atas ajaran agama, aturan tertulis pemerintahan daerah, lembaga, atau karena lingkungan sosialnya.

Tren serta perubahan model busana dan hijab menjadi fenomena yang tidak bisa dihindari oleh perempuan Muslim kelas menengah. Pendapat Barnard menjadi tidak berlebihan di mana busana (*fashion*) menjadi alat komunikasi sekaligus mekanisme dan ideologi yang berlaku pada hampir setiap arena dunia modern. Busana digunakan untuk menunjukkan standar nilai sosial atau status seseorang berdasarkan atas penilaian orang lain.⁴⁵ Tingkat pendidikan dan pengetahuan yang dimiliki kelas menengah membawa mereka pada pembacaan perkembangan mode dan pengetahuan tentang agama. Kondisi ini membentuk suatu budaya yang khas di kalangan mereka, terutama karena kekuatan ekonomi yang mereka miliki. Sikap akomodatif kelas menengah terhadap model busana adalah bentuk gaya hidup beragama yang menunjukkan statusnya sebagai kelas menengah dengan memperhatikan kualitas produk busana dan hijab yang dipakai.

Menjadi penting untuk dicermati mengenai bentuk penafsiran kondisi individu terhadap pengetahuan agama yang diperoleh kelas menengah. Hubungan sosial (*social connections*) yang dimiliki kelas menengah sangat menentukan dalam proses internalisasi keagamaannya. Di samping informasi yang mereka peroleh, mereka juga memiliki motif agar menjadi Muslim yang modern dan *open minded*. Pada sisi lain bisa dilihat terjadi pergeseran pemaknaan terhadap busana Muslim yang dulu terkesan kuno atau kampungan yang hanya dipakai oleh orang pesantren, orang yang sudah tua, dan orang yang telah melakukan ibadah haji.

Model baju jubah (abaya) atau busana yang longgarden hijab panjang dengan warna yang senada atau sama adalah tren mode busana

⁴⁵ Malcolm Barnard, *Fashion as Communication* (London: Routledge, 2002), h. 29-32.

Muslim saat ini. Model busana yang demikian itu disebut dengan busana syar'i. Penggunaan kata syar'i pada saat ini menjadi istilah yang sangat umum dan sering digunakan untuk melegitimasi bahwa sesuatu sesuai dengan aturan Islam atau tidak. Pada konteks ini tidak jarang terjadi perbedaan pendapat secara *fiqhiyah* terutama di kalangan para ulama. Tanpa melihat perbedaan pendapat tersebut, yang menjadi pembahasan ini adalah istilah busana syar'i sebagai alat komunikasi, menjelaskan keberagamaan dan status sosial seseorang. Secara umum istilah busana dan hijab syar'i memunculkan pemahaman tentang kesalehan yang direpresentasikan dalam bentuk dan model di kalangan perempuan sebagai instrumen untuk mempresentasikan diri sebagai Muslim kelas menengah.

Rosi dan Nelly, keduanya adalah perempuan Muslim kelas menengah di Surabaya, memiliki pandangan bahwa busana Muslim dan hijab yang harus *chic, fashionable*, dan "terkadang" harus *syar'i*. Kedua perempuan ini tidak memiliki pengalaman yang khusus dan argumen mengapa mereka memakai hijab. Hasil dari wawancara dalam beberapa pertemuan menyimpulkan bahwa lingkungan sosial (pergaulan) menjadi faktor utama bagi mereka memakai busana Muslim dan hijab. Secara umum penulis melihat bahwa budaya berbusana Muslim – yang menjadi fenomena sosial sejak tahun 2010 memengaruhi gaya berbusana perempuan Muslim kelas menengah – berlaku bagi kedua informan tersebut. Beberapa alasan perubahan model busana yang mereka kenakan adalah karena tren atau mode yang sedang berkembang. Penampilan Rosi dan Nelly saat ini memakai busana dan hijab syar'i. Pilihan model busana tersebut tidak disebabkan oleh perubahan pandangan atau keyakinan mereka menjadi fundamentalis⁴⁶ tetapi hanya sebatas mengikuti tren.

⁴⁶ 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 hitam) bagi perempuan.

Kedua informan tersebut secara tegas melakukan penolakan sebagai kelompok fundamentalis dan menyatakan diri sebagai pengikut mode yang sedang berkembang. Dalam sebuah pertemuan arisan, Rosi menyatakan bahwa pakaian Muslim saat ini harus syar'i. dia mengatakan, "Meskipun saya memakai hijab panjang dan berjubah yang longgar, bukan berarti saya menjadi seorang fundamentalis atau ingin memulai memakai cadar."⁴⁷ Pergeseran dan perubahan busana terlihat pada Rosi di mana dua tahun yang lalu penampilannya mengenakan *sheath dress* yang cukup ketat dan memakai hijab model turban atau pashmina (kerudung panjang). Jarang sekali dia memakai jilbab segi empat dengan model yang biasa ataupun jilbab *instant* (jilbab yang bisa langsung dipakai serta tidak membutuhkan keterampilan jika memakainya). Demikian juga dengan mode busana syar'i yang diikuti oleh Nelly. Perempuan Muslim ini mengalami perubahan penampilan, dari sebelumnya sering memakai celana *jeans* telah berubah – dalam beberapa pertemuan terakhir – memakai mode rok yang longgar dan hijab panjang. Dia mengatakan, "Saya memakai baju seperti ini karena acara *Hijaber Mom Community*aja, jadi masih sering memakai celana *jeans* dan kerudung segi empat yang biasanya."⁴⁸

Meskipun pada situasi dan tempat yang berbeda, terutama di forum pengajian, Rosi memakai abaya yang longgar. Rosi berpendapat tentang pakaian Islami, yaitu pakaian yang menutup aurat, tidak menunjukkan lekuk tubuh, sesuai syari'at, melihat situasi dan kondisi serta faktor keamanan. Bagi Rosi tidak ada pantangan memakai celana sebagaimana yang pernah dia dengar dari seorang ustaz di salah satu pengajian yang pernah dia ikuti.⁴⁹ Model busana dan hijab yang disesuaikan dengan tempat dan situasi memberi petunjuk bahwa kedua perempuan ini memiliki sikap akomodatif terhadap perubahan. *Social connection*

⁴⁷ Rosi, *Wawancara*, Surabaya, 15 Januari 2016.

⁴⁸ Nely, *Wawancara*, Surabaya, 7 Februari 2016.

⁴⁹ Rosi, *Wawancara*, Surabaya, 7 Agustus 2014.

kedua informan ini tampaknya lebih dominan memengaruhi perubahan penampilan mode busana mereka.

Legitimasi busana dan hijab syar'i bagi Rosi dan Nelly adalah penyesuaian identitas. Secara sosiologis setiap individu memiliki tipe identitas yang secara spesifik menjelaskan bahwa individu memiliki banyak identitas yang memengaruhi perilaku, pikiran, perasaan atau emosi. Akan tetapi karakteristik identitas individu terikat dan dipengaruhi oleh karakteristik masyarakat di mana mereka berada. Burke berpendapat bahwa karakteristik identitas seseorang menyesuaikan dengan karakteristik masyarakat di mana dia berada.⁵⁰ Sementara Castells memahami identitas sebagai sumber makna dan pengalaman, yaitu proses konstruksi makna berdasarkan atribut budaya baik secara individu ataupun kolektif.⁵¹ Penegasan identitas busana dan hijab syar'i memiliki nilai yang penting bagi Rosi dan Nelly. Identitas dibentuk oleh proses-proses sosial, sedangkan proses sosial membentuk dan mempertahankan identitas yang ditentukan oleh struktur sosial.⁵² Pada konteks ini identitas memberikan nilai yang penting bagi kelas menengah dalam rangka menghadirkan diri di lingkungan mereka.

Kedua perempuan tersebut berusaha merepresentasikan diri sekaligus menunjukkan eksistensi diri mereka. Penerimaan, pengakuan, dan persetujuan antaranggota komunitas telah membentuk kesadaran diri, sebagaimana Nelly yang memahami bahwa busana dan hijab syar'i di komunitas *hijaber* adalah bentuk pengakuan terhadap identitas kelompok. Perasaan aman dan menyatu dengan kelompok *hijaber* adalah hasil dari proses penerimaan, pengakuan dan persetujuan. Perasaan tersebut membentuk kesadaran diri bagaimana memahami

⁵⁰ Peter J. Burke dan Jan E. Stets, *Identity Theory* (New York: Oxford University Press, 2009), h. 3-4.

⁵¹ Imanuel Castells, *The Power of Identity* (UK: Blackwell Publishing, 2010), h. 6-7.

⁵² Peter L. Berger dan Thomas Lukmann, *Tafsir Sosial atas Kenyataan*, terj. Hasan Basari (Jakarta: LP3ES, 1990), h. 248.

peran dan identitasnya. Meskipun Nelly bukan anggota aktif di *Hijaber Mom Community*, dia merasakan kehadiran dirinya adalah wujud kepedulian terhadap kegiatan yang bersifat agamis, di samping karena faktor lingkungan sosial (pertemanan). Kesadaran diri dan tindakan Nelly adalah proses sosial yang dialektis, yaitu proses subjektivasi, internalisasi, dan objektivasi.

Giddens menyatakan bahwa kesadaran diri dan tindakan adalah refleksi diri seseorang yang menunjukkan dirinya ada; reflektivitas didefinisikan sebagai karakteristik dari semua tindakan manusia.⁵³ Pandangan ini setidaknya juga berhubungan dengan identitas yang ditunjukkan pada realitas sehari-hari bahwa dalam setiap pranata sosial dalam masyarakat terdapat nilai positif, negatif, fungsional, dan disfungsional. Dalam istilah Merton, identitas memiliki fungsi laten dan fungsi manifes.⁵⁴ Istilah ini sebenarnya menjelaskan fungsi fakta sosial terhadap fakta sosial yang lain. Secara umum busana dan hijab syar'i memiliki fungsi manifes, yaitu bentuk representasi seorang Muslim yang taat. Tetapi pada sisi yang lain, secara laten kelas menengah ini melakukan penolakan terhadap identitas sebagai kelompok fundamentalis.

Konsep identitas adalah unsur kunci dari kenyataan subjektif yang secara dialektis berhubungan dengan masyarakat dan membentuk tipe identitas. Identitas sendiri adalah manifestasi kehadiran diri (*the self*),⁵⁵ sementara konsep *self* adalah proses sosial. Kelas menengah

⁵³ Anthony Giddens, *Konsekuensi-Konsekuensi Modernitas*, terj. Nurhadi (Yogyakarta: Tiara Wacana, 2011), h. 48.

⁵⁴ Fungsi manifes (*manifest*) adalah fungsi yang diharapkan (*intended*), sedangkan fungsi laten (*latent*) adalah fungsi yang tidak diharapkan. George Ritzer, *Sosiologi Ilmu Pengetahuan Berparadigma Ganda*, terj. Alimandan (Jakarta: Rajawali, 1985), h. 27.

⁵⁵ Konsep Mead ini dijelaskan dalam konteks sehari-hari yang digambarkan oleh Goffman dalam teori "dramaturgi". Jeffrey C. Alexander and Steven Seidman (ed.), *Culture and Society: Contemporary Debates* (Cambridge University Press, 1995), h. 105-112; Herbert Blumer, *Symbolic Interactionism: Perspective and Method* (University of California Press, 1969), h. 78-89, 90-100, 101-116; George Ritzer, *Teori Sosiologi Modern*, terj. Alimandan (Jakarta: Kencana, 2010), h. 289-295, 296-306.

merepresentasikan diri dengan tampilan busana dan hijab. Meskipun hal ini harus dipahami sebagai pandangan subjektif, tetapi proses pembentukan perilaku dimungkinkan karena adanya pengaruh orang lain atau lingkungan sosial. Sementara itu kesan akomodatif terhadap beberapa pendapat dan penampilan berbusana mencerminkan bahwa mereka adalah kelompok yang memiliki kekuatan dalam pembentukan peradaban atau disebut dengan *cultural intermediaries*.⁵⁶ Bentuk budaya, tata krama dan penggunaan barang, tempat, dan waktu menjadi karakteristik kelas menengah.

Proses interaksi antara individu dengan kelompok sosialnya menghasilkan kesadaran diri untuk menampilkan identitas. Interaksi individu bisa dilihat dari sikap *gesture* (isyarat), *mind* (pikiran), *self* (diri), dan *society* (masyarakat). Tetapi juga melalui simbol yang menjelaskan pengalaman sosial dan psikologi sosial. Ketika proses penjelasan identitas diri, sangat dimungkinkan nilai-nilai hedonis terpupuk dan pada gilirannya sikap narsistik bermunculan, sehingga pada satu titik mengakibatkan kekaburan identitas. Sehingga dapat dipahami bahwa identitas bisa menceritakan dan mengenalkan diri ataupun kelompok.

Tidak jauh berbeda dengan Inne bahwa secara psikologis busana dan hijab memberi rasa aman pada dirinya dengan alasan bahwa dia sering diberi ucapan “salam” (*assalâmu‘alaykum*) jika bertemu dengan sesama Muslim. Inne mendirikan *Hijaber Mom Community* cabang Surabaya pada tahun 2012. Menurut Inne, jumlah Muslim di Kota Surabaya memiliki potensi dan perempuan Muslim berjilbab cenderung mengikuti mode. Kondisi tersebut membuat Inne semakin semangat mengembangkan komunitas ini. Tidak berlebihan jika Inne dikatakan sebagai sosialita dengan gaya dan penampilan busana Muslimah modern. Kalimat “muslimah modern” adalah kata kunci Inne dalam berbagai perbincangan Inne baik pada kondisi formal ataupun informal. “Seorang

⁵⁶ Piere Bourdieu, *Distinction: A Social Critique of the Justment of Taste* (Cambridge: Harvard University Press, 1984), h. 111-112, 122-123.

Muslimah tidak boleh terlihat *kucel* dan *kumal*", demikian ungkap Inne.⁵⁷ Memang, belum jelas konsep "muslimah modern" menurut Inne, tetapi jika dilihat dari latar pengalaman dan pengetahuannya serta berbekal sebagai pemenang wajah *Femina* tahun 1992, Inne mengikuti jejak Ratih Sanggarwati seorang mantan peragawati terkemuka di Indonesia yang sekarang menjadi seorang *hijaber*. Ratih Sanggarwati sendiri dikenal sebagai *founder* majalah cetak *Noor* pada 2002.⁵⁸ Sebagaimana majalah *Femina*, majalah *Noor* menyajikan konten Islami yang menjawab kebutuhan wanita Muslim, terutama tantangan dan juga gaya hidup Muslimah modern.

Istilah "muslimah modern" yang dikemukakan Inne tidak jauh 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."⁵⁹ Keterikatan Inne dengan Ratih memang tidak dapat dihindari, karena mereka sering tampil di berbagai acara *Hijaber Mom Community* di Surabaya ataupun acara-acara lain di majalah *Noor* dan juga *Femina*. Ratih mengusung slogan "*fashion* adalah bagian dari sentuhan Allah" dan "busana Islam adalah busana yang respek terhadap diri pribadi dan juga orang lain" sementara Inne memakai bahasa dalam hadits yaitu "*khayr al-nās anfa'uhum li al-nās*" (sebaik-baik manusia adalah mereka yang bermanfaat bagi manusia

⁵⁷ Inne, Wawancara, Surabaya, 2 Juli 2015.

⁵⁸ Majalah *Noor* memiliki konsep yang mirip dengan majalah *Femina* karena pemegang saham terbesar majalah ini adalah keluarga besar Alisyahbana yaitu Sri Artaria Alisyahbana juga sebagai *founder*. 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*, *Scarft 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.

⁵⁹ Ratih Sanggarwati, Wawancara, Jakarta, 7 Juli 2015.

lainnya). Melalui *fashion* mereka merasa bisa bermanfaat bagi orang lain.⁶⁰ Kutipan hadits tersebut sekaligus menjadi justifikasi dan legitimasi yang dipakai Inne untuk menjadikan dirinya sebagai model berbusana yang *stylish*.⁶¹ Menjadi lebih terlihat modern, dalam pandangan Inne, adalah ketika dalam perbincangan diselengi dengan bahasa/istilah Inggris. Simbol bahasa yang digunakan Inne menjadi dasar memahami Inne yang memiliki pengetahuan dan wawasan agama yang “lumayan” baik. Demikian juga gaya bahasa Inne di media sosialnya di mana bahasa serta istilah yang ia gunakan bercampur antara bahasa Indonesia, bahasa Inggris, bahasa Arab, dan terkadang juga “bahasa gaul”. Konstruksi pengalaman dan juga pesan-pesan sponsor yang selalu ditemui Inne pada tuntutan profesinya membuat konsep slogan “muslimah modern” memiliki makna modern yang artifisial-material dan akomodatif. Gaya, busana dan tampilan aksesoris adalah keniscayaan bagi muslimah modern.

Sedikit berbeda dengan Trie yang kadang kala memakai baju longgar dan hijab panjang. Hijab bagi Trie adalah identitas yang harus ditampilkan untuk membedakan antara status sebagai seorang Muslimah. Hijab adalah simbol ketaatan dan kesadaran seseorang yang ingin berubah sebagai Muslim yang saleh. Terlepas dari motivasi yang ditampilkan Trie, ada suatu penanda lain yang menunjukkan bahwa Trie ikut serta melakukan perubahan budaya Islam di media sosial. Meskipun bukan foto model seperti Inne, Trie sedang merintis komunitas pengusaha perempuan Muslim bersama dengan teman-temannya.

Trie menceritakan pandangannya tentang model *hijaber* yang sedang menjadi tren saat ini. Trie sendiri juga menjadi anggota *Hijaber Mom Community* (HMC) Surabaya. “Meskipun saya sebagai anggota HMC, tapi saya tidak menyukai model yang *aneh-aneh*. HMC adalah

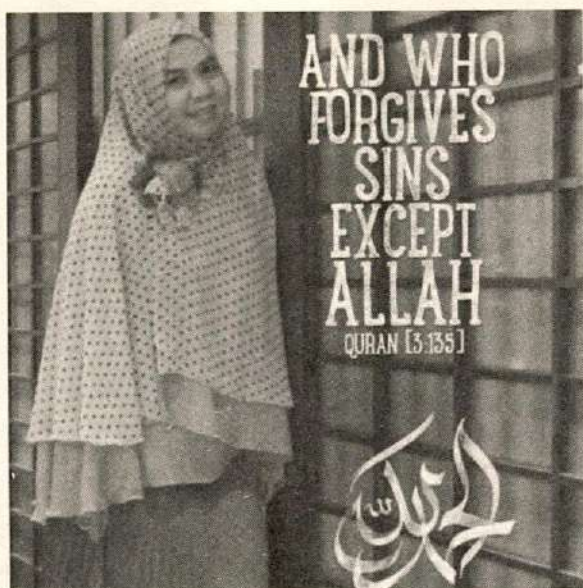
⁶⁰ Ratih Sanggarwati, *Wawancara*, Jakarta, 7 Juli 2015; Inne, *Wawancara*, Jakarta, 2 Juli 2015.

⁶¹ <https://instagram.com/inovaqs/?hl=en>

salah satu sarana bersilaturahmi.”⁶² Dalam beberapa kesempatan yang teramati oleh penulis, Trie bukan termasuk sosok perempuan muslimah yang berbusana dengan model glamour. Busana, hijab, dan aksesoris yang dikenakan oleh Trie terkesan sederhana meskipun tetap berkelas dengan kualitas yang baik. Tubuhnya yang mungil dan kulit yang putih langsung menjadikan semua warna yang dipakai oleh Trie terlihat pantas dan bagus. Trie juga menjelaskan bahwa dia tidak menghindari warna-warna terang (*bright*) sebagaimana yang disukai masyarakat Surabaya sebagai ciri khas warna daerah pesisir.⁶³ Sikap akomodatif Trie terhadap warna busana menunjukkan ada ketidaksepakatan terhadap pemahaman kaum salafi terhadap warna, meskipun Trie sendiri sering mengikuti pengajian kelompok salafi. Sepertinya, objektivasi yang dilakukan oleh Trie hanya sebatas pada perubahan mode berpakaian dari bercelana menjadi abaya atau rok panjang. Terlepas perubahan tersebut karena model yang sedang tren ataukah karena kesadaran diri atas hasil konstruksi pemahaman keagamaannya, tetapi yang dapat penulis simpulkan atas pengakuan Trie adalah bahwa hijab merupakan wujud ketaatan dan kesalehan seorang Muslimah. Sebagaimana yang Trie tulis di media sosialnya: *“My hijab doesn’t represent how religious I’m...it’s simply remind me, that I’m muslimah... Even when my iman is at the lowest, but I should wear it for the sake of Allah Azza wa Jalla.”* Menurut Trie, keputusan berhijab secara konsisten adalah proses yang memerlukan waktu tidak sebentar serta membutuhkan kesiapan diri. Dengan demikian, penulis menyimpulkan bahwa representasi diri sebagai Muslim dan ketaatan atas pemahaman agama pada diri Trie adalah dua hal yang menyatu.

⁶² Trie, *Wawancara*, Surabaya, 27 September 2014.

⁶³ Ciri masyarakat Jawa pesisir adalah terus terang dalam berbicara dengan gaya bahasa Jawa *kromo ngoko* (bahasa kasar dan terkesan egaliter). Dalam konteks ini masyarakat Surabaya memiliki bahasa 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.



Profil Trie (informan) di media sosial

Memperhatikan empat informan di atas penulis melihat dua perspektif yang berbeda, yaitu busana dan hijab sebagai tren dan busana dan hijab sebagai identitas kesalehan. Tetapi sesungguhnya dua hal tersebut memiliki hubungan yang tidak terpisah di mana dalam keduanya terjadi perubahan makna. Busana dan hijab menunjukkan penegasan orientasi kelas menengah antara nilai-nilai Islam dan kelas sosial yang memperlihatkan status mereka sebagai bagian dari budaya modern. Oleh karena itu, pendapat Jones tidak berlebihan bahwa telah terjadi kesalehan yang termanifestasikan pada kebendaan; suatu model keberagamaan yang unik di Indonesia. Wujud keimanan bisa diperlihatkan dengan busana Muslim yang *fashionable* yaitu busana yang menarik dan memiliki harga mahal namun tetap sopan.⁶⁴ Sesungguhnya fenomena ini melebihi pendapat Jones, di mana bagi kelas menengah kualitas dan *brand* (merek) memiliki pencitraan, anggapan dan *image* (kesan) tersendiri. Meskipun mereka tidak terfokus pada satu *brand*,

⁶⁴ Carla Jones, "Materializing Piety: Gendered Anxieties about Faithful Consumption in Contemporary Urban Indonesia," *American Ethnologist*, Vol. 37, No.4, (2010), h. 617-637.

tidak jarang mereka terlihat memakai busana dan hijab produk Shafira; salah satu produk busana Muslim nasional yang *branded* (bermerk). Simbol *brand* yang mereka pakai menunjukkan nilai *exchange*; suatu penghargaan dan petunjuk status pemakai barang yang bernilai nominal tinggi. Di sini terjadi penegasan atas status sosial Muslim kelas menengah, yaitu kombinasi antara nilai ekonomi dengan motif agama yang memiliki kelas tersendiri.

Ketika agama dipahami sebagai suatu sistem keyakinan oleh kalangan kelas menengah, maka hal itu berdampak pada pilihan dan keputusan mereka. Rodney Stark, Bainbridge, Flere, dan lainnya berpendapat bahwa kajian agama dan kehidupan agama yang berkaitan dengan faktor ekonomi berdampak pada keberagamaan dan ekspresi yang ditampilkan oleh pengikutnya.⁶⁵ Kelas menengah yang secara ekonomi dianggap sebagai kelas yang cukup mapan, bahkan dianggap sebagai kelas borjuis (meminjam istilah Karl Max), mempunyai *stock of knowledge* yang tidak bisa diabaikan. Tingkat pendidikan dan tingkat rasionalitas menentukan tindakan mereka, di samping karena motif atau pemaknaan terhadap pengetahuan agamanya. Ruang sosial dan ekonomi yang dimiliki oleh kalangan kelas menengah perkotaan ikut memengaruhi pandangan dan kehidupan keberagamaan mereka yang unik.

Dalam konteks yang lebih luas, posisi status sosial memanfaatkan tingkatan intelektualitas untuk melahirkan kebudayaan ataupun ideologi yang mencerminkan kondisi material keberadaan kelas tertentu. Representasi diri sebagai Muslim yang berbusana-hijab syar'i dipertukarkan dengan materi yang menunjukkan status sosial sebagai kelas menengah perkotaan. Dengan demikian, setiap kelas dapat menciptakan sistem kepercayaan dan keyakinannya tersendiri, disesuaikan dengan kepentingan kelas masing-masing.

⁶⁵ Rodney Stark dan William S. Bainbridge, "Of Churches, Sects, and Cults: Preliminary Concepts for a Theory of Religious Movements", dalam *Journal for the Scientific Study of Religion* 18, (1979), h. 117-131; Laurence Iannaccone, Rodney Stark dan Roger Finke, "Rationality and the

Konsumsi Busana-Hijab: Transformasi Identitas

Berdasarkan fenomena dan data di atas, gaya hidup dan status sosial adalah dua aspek yang terintegrasi bagi kelas menengah. Asad berpendapat bahwa secara antropologis simbol agama menjadi petunjuk untuk memahami agama secara sosiologis, karena di dalam agama terdapat simbol yang bertujuan menyampaikan ide kepada seseorang yang bersifat privat dan publik.⁶⁶ Penganut agama menampilkan simbol agama, menyebabkan penganutnya bisa merasakan dan termotivasi untuk melakukan tujuan tertentu. Agama, dengan demikian, merupakan kesadaran yang bersifat subjektif dan sebagai pandangan hidup yang bersifat objektif.

Dalam konteks wanita Muslim kelas menengah, model busana dan hijab syar'i mencerminkan bentuk kesalehan yang bersifat publik yang kemudian ditampilkan untuk mempertegas status kekuatan ekonomi mereka. Kelas menengah menjadi objek konsumsi yang bisa sebagai tanda dan bahasa untuk memahami konsumsi.⁶⁷ Objek konsumsi adalah petunjuk yang mudah untuk membedakan kelas, demikian Veblen menjelaskan dalam *The Theory of Leisure Class*. Kelas atau status sosial adalah objek konsumsi yang menarik. Dalam proses konsumsi terjadi perubahan, dari pemborosan waktu (*conspicuous leisure*) ke pemborosan uang (*conspicuous consumption*) yang menjelaskan tentang status dan

Religious Mind", *Economic Inquiry*, Vol. XXXVI, (Juli 1998), h. 373-389; Laurence Iannaccone, "Voodoo Economics?: Reviewing the Rational Choice Approach to Religion", *Journal for the Scientific Study of Religion*, (1995), 35 (1), h. 76-89; Laurence Iannaccone, "Introduction of Economics of Religion", *Journal Economic Literature*, Vol. XXXVI, (September 1998), h. 1465-1496; Sergej Flere, "Religious Capital and Religious Rewards: A Study in the Economics of Religious Life", *Panaeconomicus*, (2012), h. 1, 117-127.

⁶⁶ Talal Asad, "The Construction of Religion as an Anthropological Category", dalam *Genealogies of Religion: Discipline and Reasons of Power in Christianity and Islam* (Baltimore, MD: Johns Hopkins University Press, 1993), h. 27-54.

⁶⁷ Bourdieu dalam *Distinction* menghubungkan *habitus* dengan selera, konsumsi bisa dianggap sebagai pilihan gaya hidup yang dibuat konsumen dengan latar belakang yang menjadi ciri *habitus* suatu kelas. George Ritzer dan Barry Smart (ed.), *Handbook Teori Sosial*, terj. Imam

posisi suatu kelas sosial.⁶⁸ Setiap kelas sosial memiliki perbedaan konsumsi di mana pada umumnya kelas atas mengonsumsi barang tertentu untuk membedakan diri mereka dari kelas di bawahnya, sementara kelas bawah secara terus menerus meniru tingkatan kelas yang lebih atas.

Demikian juga pada kelas menengah, mereka menggunakan dan mengonsumsi busana-hijab syar'i yang berbeda dari kelas di bawahnya baik dari segi kualitas barang, tempat dan waktu yang mereka gunakan. Dalam hal ini Heriyanto menegaskan bahwa kelas menengah Indonesia yang hidup di perkotaan termasuk para profesional yang melakukan negosiasi, merumuskan ulang, menegaskan, dan juga mentransformasikan identitas sosial mereka; suatu proses yang tidak bisa dihindari. Mereka selalu berusaha mengupayakan cita-cita mereka dengan meraih kenikmatan duniawi serta hasrat terhadap gaya hidup yang baru dan *keren* yang disertai dengan kepuasan mengonsumsi barang.⁶⁹ Pada konteks ini, pengetahuan kelas menengah terhadap informasi yang berkembang menjadi penting, yaitu pengetahuan tentang barang-barang baru, nilai sosial, budaya, dan penggunaan barang tersebut secara tepat. Media cetak, media sosial, dan lembaga keagamaan memiliki peran yang tidak kecil dalam mentransformasikan pengetahuan tersebut, tidak terkecuali budaya syar'i.

Menurut Featherstone budaya konsumen bisa dilihat dari tiga perspektif.⁷⁰ *Pertama*, produksi yaitu komoditas yang menimbulkan akumulasi budaya dalam bentuk barang, tempat belanja, dan konsumsi. *Kedua*, secara sosiologis kepuasan dan status yang berasal dari benda menciptakan ikatan dan perbedaan masyarakat. Cara-cara penggunaan

Muttaqien dkk. (Jakarta: Nusa Media, 2011), h. 836-838; Jeffrey C. Alexander dan Steven Seidman, *Culture and Society*, h. 205-215.

⁶⁸ K.J. Veeger, *Realitas Sosial* (Jakarta: Gramedia, 1990), 105-106.

⁶⁹ Ariel Heriyanto, *Identitas dan Kenikmatan: Politik Budaya Layar Indonesia*, terj. Eric Sasono (Jakarta: Gramedia, 2015), h. 27-30.

⁷⁰ Mike Featherstone, *Consumer Culture* (London: SAGE Publication, 1993), h. 13.

benda menunjukkan status sosial. *Ketiga*, secara emosional budaya konsumen menimbulkan kenikmatan secara jasmaniah dan kesenangan estetis. Gaya hidup dan pola konsumsi, menurut Featherstone, menentukan identitas dan perbedaan seseorang pada masyarakat. Konsumsi dan gaya hidup adalah petunjuk yang membedakan identitas dan posisi seseorang pada kelas tertentu dalam usahanya membangun batas status sosial.⁷¹ Mengukur gaya hidup seseorang, dengan demikian, bisa dilihat dari pola konsumsinya dan benda yang ia konsumsi.

Pada kelas menengah perkotaan, budaya konsumen muncul dikarenakan integrasi ekonomi yang bersifat global yang dijumpai oleh perkembangan teknologi, komunikasi dan transportasi. Konsumsi mengubah tatanan nilai dan tatanan simbolis masyarakat perkotaan yang mengalami transformasi identitas. Ini sedikit berbeda dari istilah yang dipakai oleh Abdullah dengan memakai istilah “transformasi sosial”. Gaya hidup adalah proses konsumsi simbolis dan transformasi estetis.⁷² Proses konsumsi simbolis membentuk dan menekankan bahwa nilai simbolik suatu produk lebih besar dibanding nilai guna atau fungsinya. Sedangkan proses transformasi estetis adalah proses seni yang bertumpu pada *the work of art* yang menegaskan nilai-nilai khusus. Dalam proses estetis yang ditekankan adalah nilai simbolik bukan kegunaannya. Proses estetis tersebut bersamaan dengan proses individualisasi yang menimbulkan nilai tertentu pada sub-kultur, sehingga membedakan antara satu budaya dengan budaya yang lain. Meskipun konsumsi bisa dimaknai sebagai proses transformasi simbolis dan transformasi estetis, bagaimanapun juga budaya konsumen cenderung melakukan diferensiasi (perbedaan) yang menghindari keseragaman antarkelas (*cross-class*) atau transformasi identitas.

⁷¹ Mike Featherstone, *Undoing Culture: Globalization Postmodern and Identity* (London: SAGE Publication, 1995), h. 95.

⁷² Irwan Abdullah, *Konstruksi dan Reproduksi Kebudayaan* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), h. 33-36.

Merujuk pada pendapat Tajfel, identitas sosial adalah konsep diri (*individual's self concept*) yang menunjukkan tingkat pendidikan atau pengetahuan individu ataupun kelompok di mana dia bergabung.⁷³ Masyarakat dan lingkungan menentukan sukses atau tidaknya bentuk-bentuk atau pola berbusana, bahasa, dan berperilaku.⁷⁴ Penamaan busana-hijab syar'i sebenarnya merupakan pola penamaan yang dibentuk oleh masyarakat yang terjadi karena ras, etnis, agama, gender, kelas sosial, dan kelompok sosial. Pada konteks tulisan ini gender, agama dan kelas sosial menjadi pemicu berhasilnya penamaan syar'i. Keterlibatan dan keikutsertaan mereka pada organisasi sosial perempuan seperti *Hijaber Mom Community* memudahkan proses transformasi identitas tersebut.

Busana syar'i yang dipakai oleh para informan kelas menengah di atas sedikit berbeda dari busana syar'i yang dipakai oleh kelompok salafi atau fundamental, tetapi masih dalam batas yang diterima sebagai kelompok busana syar'i. Dengan gaya yang sedikit berbeda, busana syar'i yang dipakai oleh kelompok kelas menengah ini memiliki nilai tambah (*value added*), yaitu dari segi warna, motif, dan model yang beragam. Pada sisi lain proses individualisasi ini menimbulkan kekuatan baru yang bersifat positif, yaitu sikap terbuka atau *open-minded* dalam berbagai hal.



Model busana syar'i Inne dan komunitasnya.

Sumber: Instagram

Namun demikian, diferensiasi status sosial pada perempuan Muslim Indonesia tidak bisa dilihat hanya dari budaya berhijab (memakai kerudung) tetapi juga pada desain yang ditampilkan. Perubahan desain model baju memberikan *eye appeal* (daya tarik penglihatan) dan *added value* (nilai tambah) pada produk yang diluncurkan. Perubahan tampilan melalui promosi ternyata mendatangkan keuntungan dalam waktu singkat. Inilah yang kemudian menjadi siklus tiga tahunan melalui hadirnya model baru. Konsumen distimulasi untuk mencari model baru pada setiap produk secara terus-menerus.⁷⁵ Desain pada akhirnya menentukan perbedaan antarkelas atau status sosial. Desain secara khusus memiliki peran mengekspresikan kelas dan status seseorang, karena setiap model dan penampilan memiliki nilai sosial tersendiri. Melalui penampilan sebuah produk, orang tidak lagi memperhatikan apa yang bisa diperbuat dengan barang tersebut, tetapi lebih memperhatikan bagaimana barang tersebut bisa memberikan arti tentang dirinya. Konsumsi dan desain menjadi bagian yang tidak terpisah. Konsumen tidak hanya ditawarkan *what they need* (apa yang mereka butuhkan), tetapi juga *what they desire* (apa yang mereka harapkan). Kata *what* pada akhirnya menjadi *need*; keinginan berubah menjadi yang dibutuhkan.

⁷³ Hendri Tajfel, *Differentiation between Social Groups: Studies in Social Psychology of Intergroup Relations* (London: Academic Press, 1978), h. 63.

⁷⁴ Wolfgang Wagner, Ragini Sen dkk., "The Veil and Muslim Women's Identity: Cultural Pressure and Resistant to Stereotyping", dalam *Culture and Psychology*, Vol. 4, No. 18 (London: SAGE Publications, 2012), h. 521-541.

⁷⁵ Sejarah perkembangan desain sebenarnya merupakan gerakan *Fordisme*. Produksi, kegunaan, dan fungsi suatu produksi lebih dipentingkan, dibandingkan dengan desain atau model. Sistem produksi massal berkembang, tokoh yang berpengaruh saat itu adalah James Watt (penemu mesin uap) dan Henry Ford (industri Amerika yang mengubah pola produksi waktu dengan metode perakitan [*assembly-line methods*]). Terjadi standardisasi estetis, cita rasa dapat dibentuk melalui produk-produk ciptaan massal (*mass-produced product*). Tetapi setelah abad ke-20 penekanan suatu produk beralih pada desain, digunakan untuk menumbuhkan keinginan (*desirability*) dan daya jual (*salability*) daripada produk. Oleh karena itu, diperlukan strategi industri baru untuk mendongkrak penjualan dan keuntungan. George Ritzer dan Douglas J. Goodman, *Teori Sosiologi Modern*, 200-202. George Ritzer dan Barry Smart, *Handbook Teori Sosial*, h. 822.

Perubahan tersebut memengaruhi konstruksi identitas, pembentukan relasi dan kategorisasi peristiwa. Pada titik ini budaya konsumsi memiliki dua nilai,⁷⁶ yaitu sebagai wujud pemuasan kebutuhan identitas dan sebagai fungsi sosial dan ekonomis.

Konsumsi tidak hanya sebagai *a way of life* (sebuah cara hidup), tetapi juga sebagai *mindset* (pola pikir) dan tindakan di mana ketika orang membeli barang bukan karena barang tersebut dibutuhkan tetapi karena tindakan membeli itu bisa memberi kepuasan. Dunia konsumsi menjadi ruang sosial yang hidup dan berkembang di mana para konsumen dikonstruksi kehidupan sosialnya dan juga nilai-nilai keterpesonaannya (*fascination*). Di dalamnya termuat *speed* (kecepatan) yang meliputi pergantian *image*, gaya hidup, tontonan, identitas, dan ideologi, sehingga waktu menjadi suatu durasi yang teramat menentukan pergantian dari citra gaya yang dimunculkan. Budaya konsumsi pada masyarakat kota menjadi media gaya hidup. Dengan memperhatikan relasi antara subjek dan objek konsumsi serta di mana (tempat) dan bagaimana (cara) proses konsumsi itu dilakukan, secara otomatis akan teridentifikasi proses transformasi identitas yang dibangun oleh kelas menengah.

Kesalehan dan Hegemoni Budaya Populer

Agama yang ditampilkan dalam ruang publik dan dikombinasikan dengan budaya konsumsi sesungguhnya merupakan fenomena yang menyatakan bahwa telah terjadi transferensi nilai (*transference of values*) yang ditandai dengan perpindahan nilai sakral kepada hal-hal yang bersifat profan. Kesalehan yang mulanya bermakna sakral dan privat menjelma pada wujud yang publik berupa budaya populer. Budaya global menjadi budaya populer yang dibungkus dengan nilai-nilai kesalehan yang bersifat publik. Kesalehan beragama, yang dalam konteks tulisan

⁷⁶ Haryanto Soejatmiko, *Saya Berbelanja Maka Saya Ada: Ketika Konsumsi dan Desain sebagai Gaya Hidup* (Yogyakarta: Jalasutra, 2008), h. 9-10.

ini diwujudkan dengan busana-hijab syar'i, memiliki dua orientasi yaitu orientasi nilai intrinsik dan ekstrinsik.⁷⁷ Secara intrinsik kesalehan adalah wujud motivasi seseorang atas keyakinan agamanya yang menjadi tujuan akhir dan bentuk pencapaian seseorang pada pemahaman agamanya. Sementara pada sisi lain, unsur ekstrinsik agama berorientasi bahwa agama adalah alat (*instrument*) dan bisa memberikan keuntungan (*utilitarian*).

Hal di atas sebagaimana pendapat Mahmood yang melihat hijab atau jilbab (*veil*) sebagai simbol penegasan identitas perempuan Muslim yang memuat unsur politis, tetapi pada sisi lain hijab atau jilbab memiliki nilai utilitas yang bermanfaat, digunakan untuk menunjukkan kesalehan.⁷⁸ Meskipun kasus yang diungkapkan oleh Mahmood terjadi di Mesir, tetapi sebenarnya hal itu tidak jauh berbeda dengan fenomena di Indonesia saat ini di mana secara politis hijab dipakai sebagai simbol keberpihakan kepada kelompok Muslim terutama dipakai oleh para pejabat ataupun politisi.⁷⁹ Hal yang penting dalam pembahasan tulisan ini adalah bahwa hijab memiliki nilai konsumerisme yang mendatangkan

⁷⁷ Para ahli sepakat bahwa dalam agama terdapat motif yang bersifat intrinsik dan ekstrinsik. Pembahasan ini menjadi paradigma dalam studi agama terutama jika dihubungkan dengan pembahsan psikologi agama. Allport GW dan Ross MJ, "Personal Religious Orientation and Prejudice", *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 5, (1967), h. 432-443; Cohen AB, Hall DE, Koenig HG dan Meador KG, "Social versus Individual Motivation: Implications for Normative Definitions of Religious Orientation", *Personality and Social Psychology Review*, Vol. 9, (2005), h. 48-61; Levric dan Flere, "Intrinsic Religious Orientation and Religious Reward: An Empirical Evaluation of Two Approaches to Religious Motivation", *Rationality and Society*, Vol. 23., No. 2, (2011). h. 217-233.

⁷⁸ Wolfgang Wagner, Ragini Sen dkk., "The Veil and Muslim Women's Identity", h. 521-541; Julius Bautista, "The Meta-theory of Piety: Reflections on the Work of Saba Mahmood", *Contemporary Islam* (2008) h. 2, 75-83.

⁷⁹ Pada kasus di Indonesia, secara politis hijab (biasanya tidak bermodel syar'i, biasanya model yang umum adalah selendang pandang, kerudung, atau empat dan cenderung pendek) sering dipakai para politisi untuk menarik simpatik para pendukungnya yang mayoritas beragama Islam. Seperti halnya dengan label dan sebutan *haji* ataupun *hajjah* yang secara kultural memiliki arti bahwa seseorang adalah Muslim yang taat.

keuntungan bagi para pemilik modal yang kemudian dipakai sebagai instrumen untuk mempertukarkannya dengan nilai kesalehan.

Busana-hijab syar'i yang digunakan oleh wanita Muslim kelas menengah pun dapat dilihat secara intrinsik dan ekstrinsik. Secara intrinsik busana-hijab syar'i memiliki nilai sakral yang menjadi simbol agama untuk mengukur kesalehan seseorang sekaligus sebagai wujud ketaatan yang bersifat teologis dan dogmatis. Sebaliknya, secara ekstrinsik busana-hijab syar'i memiliki nilai profan yang menunjukkan budaya Islam yang sedang populer, tetapi masih memiliki nilai-nilai agama yang bersifat etis sekaligus estetis. Nilai agama atau nilai sakral pada busana-hijab syar'i bisa dilihat dari dua aspek, yaitu aspek bahasa dan aspek model. Pemakaian istilah Arab, yaitu *hijab*, cukup menjadi daya tarik tersendiri bagi wanita Muslim kelas menengah perkotaan. Kata *hijab* adalah istilah yang sering dipakai oleh kalangan wanita Muslim kelas menengah dalam sepuluh tahun terakhir. Mereka memiliki kebanggaan tersendiri dengan penggunaan bahasa/istilah asing yang pada dasarnya menunjukkan identitas. Aspek bahasa Arab tersebut mengalami perluasan makna yaitu aspek model. Nilai sakral busana dan hijab syar'i terlihat dari model yang sedang dibentuk oleh kelas menengah. Pergeseran kata *jilbab* menjadi *hijab*⁸⁰ mengalami pergeseran makna yang tidak hanya didasarkan pada hukum syariat atau aturan-aturan agama yang dianggap paling benar, tetapi juga ditunjukkan dengan perubahan model, terutama jika disandingkan dengan kata syar'i. Istilah hijab syar'i digunakan sebagai model hijab untuk mengukur kesalehan seseorang karena dari yang awalnya bermodel non-syar'i (yaitu yang berukuran pendek) menjadi syar'i (yang berukuran panjang).

Busana dan hijab syar'i menjadi sebuah budaya populer di Indonesia saat ini. Budaya populer sendiri adalah budaya yang diproduksi untuk

⁸⁰ Istilah *jilbab* dikenal di kalangan Muslim Indonesia setelah pementasan 'Lautan Jilbab' tahun 1990 oleh Emha Ainun Najib bersama Teater Salahudin Universitas Gajah Mada Yogyakarta.

pasar massal melalui teknik-teknik industrial produksi massal dan dipasarkan untuk mendapatkan keuntungan dari konsumen massa.⁸¹ Busana-hijab syar'i menjadi tren budaya populer pada kelas menengah. Tidak berlebihan jika kemudian sekelompok kelas menengah mengalami kekhawatiran terhadap terjadinya keseragaman antar mereka sendiri atau dengan kelas lainnya. Mereka memiliki keinginan menjadi *trendsetter* model busana-hijab syar'i. Mereka mempresentasikan busana-hijab syar'i yang berbeda dari kelas lainnya. Pilihan bentuk busana-hijab bermodel syar'i adalah pilihan rasional. Mereka melakukan negosiasi-negosiasi antara yang normatif-tekstualis dengan yang substantif disesuaikan dengan perkembangan mode. Mereka mengekspresikan hasil pemahaman dan bersikap akomodatif dengan tujuan yang jelas. Diferensiasi yang mereka usahakan dan langkah-langkah yang mereka lakukan adalah wujud pilihan rasional sekaligus tindakan rasional. Mereka mempertimbangkan semua akibat dan konsekuensi yang mungkin terjadi.

Kelas menengah juga memperlihatkan busana dan hijab yang dikombinasikan dengan budaya lokal. Hal ini senada dengan tulisan Brenner yang menegaskan bahwa perempuan Jawa Muslim memiliki berbagai motivasi dan tujuan tentang pemakaian hijab (*veil*), yang secara umum bisa dikatakan sebagai suatu ekspresi identitas dan keagamaan. Yuswohady mensinyalir bahwa dalam kurun waktu enam tahun ini telah terjadi revolusi budaya hijab, di mana busana muslim dan hijab yang dahulu identik dengan ibu-ibu peserta pengajian di kampung telah berubah menjadi tampilan yang modern, *stylish*, dan *fashionable*.⁸² *Trade mark* Muslim yang modern dan terbuka adalah kunci utama keberhasilan promosi suatu produk busana, baik yang memiliki label syar'i ataupun tidak. Bagi wanita Muslim kelas menengah, budaya busana muslim

⁸¹ Dominic Strinati, *An Introduction to Theories of Popular Culture*, h. 10-11.

⁸² Yuswohady, *Marketing to the Middle Class Muslim: Kenali Perubahannya, Pahami Perilakunya, Petakan Strateginya* (Jakarta: Gramedia, 2014), 3-7.

dan hijab tidak hanya merupakan kebutuhan religiositas tetapi juga penampilan identitas yang memiliki nilai penting bagi kehidupannya sehari-hari.

Transferensi nilai busana dan hijab syar'i terjadi karena adanya perubahan yang semula terkesan sakral kemudian menjadi profan. Profanisasi busana dan hijab syar'i terlihat ketika keduanya menjadi sebuah budaya populer. Kelas menengah memiliki karakteristik yang sedikit berbeda di mana mereka tidak sekedar mengikuti budaya populer yang sedang menjadi tren, tetapi juga berusaha membuat dan mengembangkan budaya mereka sendiri. Tidak berlebihan kiranya jika penulis berpendapat bahwa aktivitas wanita Muslim kelas menengah melalui *Hijaber Mom Community* adalah salah satu sarana untuk menjadikan diri mereka sebagai *trendsetter* budaya Muslim. Konsumsi dan produksi busana-hijab syar'i bagi mereka merupakan bentuk fetisisme. Menjadi semakin jelas apa yang dikatakan oleh Burton bahwa budaya populer selalu disertai dengan komoditas yang mengalami fetisisme, yaitu terdapat nilai yang dipertukarkan.⁸³ 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 diobjektifasikan melalui busana-hijabsyar'i. *Hijaber Mom Community* dihadirkan sebagai suatu hubungan sosial yang mempertemukan antara produsen dan hasil produksi yang dikonsumsi. Busana-hijab yang ditampilkan oleh komunitas *Hijaber Mom Community* mendefinisikan wujud jiwa yang nyata dan memiliki sifat yang bisa ditangkap secara inderawi. Kesalehan yang bersifat intrinsik dipertukarkan dengan nilai presentasi kelas sosial dan komoditas barang. Pada sisi ini, penulis melihat bahwa pilihan rasional mereka yang mempertimbangkan nilai *utility* dan juga *exchange* adalah proses deferensiasi, secara tidak

⁸³ Graeme Burton, *Media dan Budaya Populer*, terj. Alfathri Aldin (Yogyakarta: Jalasutra, 2012), h. 35-36.

langsung pula terjadi proses hegemoni dengan kepentingan ekonomi yang dikonstruksi oleh pemilik modal.



Cantik Berkain
bersama HmC Surabaya
& Batik Danar Hadi

Selasa 2 Feb 2016
Pkl. 9.00-11.30

HTM Rp 25.000
include Snack,
Doorprize,
diskon khusus 15%
untuk pembelian batik Danar Hadi

- Praktek Cantik Berkain (Inne Nova Ayu)
- Tausiah (Dr. Hasniah Hasan Msi)
- demo make up (Mustika Ratu)
- Fashion show Batik Danarhadi (moms model HmC Surabaya)
- Bazaar

Batik Danarhadi Store
Jl. Diponegoro 184 Surabaya

*peserta membawa kopor sendiri uk. prakas

Tiket : momEcha Rek BCA : 829 - 006 - 8429
+62 811 3422955 A/n Sofie Apriyanti

hijabermom community

Poster Hijaber Mom Community (HMC) Surabaya, kerjasama dengan batik Danar Hadi



Kegiatan Hijaber Mom Community (HMC) Surabaya, kerja sama dengan batik Danar Hadi, 2 Februari 2016

Kegiatan *Hijaber Mom Community* dengan batik Danar Hadi, misalnya, bisa dilihat melalui tiga aspek, yaitu: *pertama*, bahwa setiap kelas sosial menunjukkan identitasnya. (Dua gambar diatas sebagai salah satu contoh). Danar Hadi mewakili *brand* produksi busana yang berbahan batik yang selama ini dikenal sebagai batik berkualitas. Identitas kelas menengah secara tidak langsung melekat pada *brand* tersebut. *Kedua*, barang yang dikonsumsi sebagai wakil kehadirannya berhubungan dengan kondisi psikologis. Pada posisi ini konsumsi diartikan sebagai produk yang berkaitan dengan rasa percaya diri dan sebagai sarana berkomunikasi. *Ketiga*, proses konsumsi adalah sebagai konsumsi citra (*image*) dan alat ekspresi diri bagi kelompok. Bagi kelas menengah, produk lokal yang berkelas global digunakan sebagai instrumen modernitas. Hal demikian itu secara tegas bisa memisahkan dan membedakan antara kelompok sosial yang satu dengan kelompok sosial lainnya. Penanda yang dipakai maupun ide-ide yang dikatakan oleh seseorang secara otomatis menandakan sekaligus memperlihatkan posisi kelas sosialnya.

Pada kasus ini secara tidak sadar terdapat struktur sosial yang bersifat makro yang menghegemoni struktur sosial yang lebih kecil. Kelas menengah menjadi jembatan yang dimanfaatkan oleh para pemilik modal untuk mempromosikan budaya populer, dalam kasus ini hijab dan batik yang terlihat elegan dan sedikit berbeda. Pada satu sisi kelas menengah terlihat sekilas sebagai agen perubahan budaya Muslim, tetapi jika diamati lebih jauh kelas menengah menjadi objek sekaligus sebagai subjek hegemoni budaya. Mereka melakukan konfirmasi-konfirmasi melalui promosi budaya hijab bahwa kebiasaan berhijab dan berbatik menjadi suatu tren di Indonesia yang tidak melanggar aturan agama. Meskipun demikian budaya yang mereka promosikan memiliki nilai yang berbeda, yaitu memiliki nilai diferensiasi dengan kelas sosial lainnya.

Jika diamati lebih jauh maka sebenarnya komunitas *hijaber*⁸⁴ ini adalah miniatur struktur sosial yang menghegemoni anggota-anggotanya dalam membudayakan suatu model busana dan hijab. Secara sadar pula anggota kelompok komunitas ini mengikuti dan mempromosikan budaya busana dan hijab di luar komunitas *hijaber*. Kekuatan komersial atau komoditas suatu barang, dalam level ini, memiliki hubungan dengan budaya populer. Pada level yang paling sederhana, komoditas yang diperlakukan oleh kelas menengah melalui komunitas *Hijaber Mom Community* tidak hanya menjadi objek yang menerima secara pasif tetapi juga sebagai sumber daya budaya. Dalam ranah ekonomi, komoditas memunculkan sirkulasi kemakmuran yang memiliki dua fungsi, yaitu fungsi material dan fungsi budaya⁸⁵. Fungsi material hijab dan batik memenuhi aturan Islam terutama bagi perempuan dari aspek keindahan dan kenyamanan. Fungsi budaya menunjukkan adanya makna dan nilai, yaitu melestarikan budaya lokal yang terkesan eksklusif terutama jika digandengkan dengan *brand* ternama. Komoditas hijab dan batik ini digunakan oleh kelas menengah untuk mengkonstruksi diri, identitas sosial dan hubungan sosial mereka. Materi dan budaya membawa pada pertukaran (*exchange*) yang tidak bisa dihindarkan. Konsumsi kelas menengah menggambarkan kekuatan ekonomi mereka yang secara tidak langsung juga sebagai media meneguhkan identitas mereka sebagai agen perubahan yang melestarikan suatu budaya.

Konteks busana dan hijab syar'i yang dipadukan dengan budaya lokal, dalam hal ini batik, adalah bentuk promosi yang terkesan elegan. Kesalehan dipertontonkan secara publik dan bersifat materi melalui bungkus budaya populer yang memiliki kesan elegan karena ditampilkan oleh kelas menengah. Perlu diperhatikan juga bahwa kelas menengah

⁸⁴ *Hijaber* adalah istilah yang sering digunakan atau disandarkan pada perempuan Muslim yang mengikuti tren hijab.

⁸⁵ John Friske, *Memahami Budaya Populer*, terj. Asma Bey Mahyuddin (Yogyakarta: Jalasutra, 2011), h. 12-14.

Indonesia saat ini merupakan kelas yang diperhatikan oleh pemilik modal dan dijadikan objek komoditas yang menjanjikan. Tampaknya, pendapat Gramsci tentang hegemoni menjadi teruji di mana sarana produksi atau perekonomian menentukan berbagai superstruktur tidak terkecuali agama dan budaya.⁸⁶ Meskipun konsep hegemoni tidak sesederhana itu tetapi dalam konteks kasus ini bisa dikatakan bahwa kekuatan ekonomi yang ditampilkan melalui kelas menengah ataupun komoditas suatu produk yang memiliki *brand* telah melakukan proses profanisasi agama (kesalehan) dengan balutan budaya populer yaitu budaya busana-hijab syar'i serta hijab dan batik.

Ketika agama dipahami sebagai suatu sistem keyakinan bagi kalangan kelas menengah, timbul dampak yang tidak bisa diabaikan tentang pilihan-pilihan mereka. Tingkat rasionalitas kelas menengah tidak jarang menunjukkan bahwa tindakan yang diambil telah melalui proses analisis, perhitungan keuntungan, dan juga efisiensi. Relasi antara agama, kelas sosial, kepentingan ekonomi, dan mode produksi membutuhkan pilihan yang bersifat rasional.⁸⁷ Pemahaman kelas menengah yang dipresentasikan pada empat informan di atas mendeskripsikan bahwa mereka melakukan pilihan yang rasional berdasarkan pada pemahaman keagamaan, motivasi, serta alasan yang mereka ajukan. Terlepas dari motivasi utama mereka yang mempresentasikan diri sebagai Muslim, mereka juga memperhitungkan dan memaksimalkan konsekuensi atas pilihan yang diambil.

⁸⁶ Robert Bocock, *Pengantar Komprehensif untuk Memahami Hegemoni*, terj. Ikramullah Mahyuddin (Yogyakarta: Jalasutra, 2007), h. 26-34.

⁸⁷ Teori pilihan rasional berasal dari pemahaman ekonomi yang merasionalkan pilihan pada tingkatan efisiensi yang dicapai dari sebuah proses tindakan seseorang maupun secara kolektif. David Lehmann "Rational Choice and the Sociology of Religion", dalam *Sociology of Religion*, Bryan S. Turner (ed.) (UK: Blackwell Publishing Ltd, 2010), h. 181-198; Norman K. Denzin, "Reading Rational Choice Theory", *Rationality and Society*, Vol. 2, No. 2, (April 1990), h. 172-189; Zenonas Norkus, "Max Weber's Interpretive Sociology and Rational Choice Approach", dalam *Rationality and Society*, Vol. 12 (3) (London: Sage, 2000), h. 262-267.

Penutup

Tren dan perubahan model busana dan hijab menjadi fenomena yang tidak bisa dihindari oleh perempuan Muslim kelas menengah. Busana dan hijab digunakan oleh kelas menengah untuk menunjukkan standar nilai sosial atau status seseorang. Tingkat pendidikan dan pengetahuan yang dimiliki kelas menengah membawa mereka pada pembacaan perkembangan mode dan pengetahuan tentang agama. Kondisi ini membentuk suatu budaya yang khas di kalangan mereka, terutama karena kekuatan ekonomi yang mereka miliki. Sikap akomodatif kelas menengah terhadap model busana memunculkan bentuk gaya hidup beragama khas kelas menengah, mereka memperhatikan kualitas produk busana dan hijab yang dipakainya.

Busana-hijab syar'i secara intrinsik memiliki nilai sakral, diukur dari kesalehan dan wujud ketaatan yang bersifat teologis dan dogmatis. Sebaliknya, secara ekstrinsik busana dan hijab syar'i memiliki nilai profan yang menunjukkan budaya Islam yang sedang populer, tetapi masih memiliki nilai-nilai religius yang bersifat etis sekaligus tetap mengandung unsur estetika. Transferensi nilai tidak dapat dihindari ketika busana dan hijab dijadikan budaya populer yang dipromosikan oleh kelas menengah dan pemilik modal.

Secara umum, istilah busana dan hijab syar'i menimbulkan pemahaman tentang kesalehan yang harus direpresentasikan dalam bentuk dan model busana serta hijab di kalangan perempuan, sehingga busana dan hijab pada gilirannya menjadi salah satu instrumen untuk mempresentasikan diri sebagai Muslim kelas menengah. Busana dan hijab, dalam konteks ini, berfungsi sebagai komoditas agama. Perlu digarisbawahi bahwa pilihan dan tindakan kelas menengah tidak hanya didasarkan pada kesadaran diri, tetapi juga ditentukan oleh struktur sosial dengan kepentingan materi. Pertukaran nilai tidak dapat dihindari dan

terjadi hegemoni komoditas serta penegasan-penegasan orientasi kelas menengah antara nilai-nilai Islam dan kelas sosial yang memperlihatkan status mereka sebagai bagian dari budaya modern.

Daftar Pustaka

Buku

- Abdullah, Irwan, *Konstruksi dan Reproduksi Kebudayaan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009.
- Alexander, Jeffrey C. dan Steven Seidman (ed.), *Culture and Society: Contemporary Debates*. Cambridge: Cambridge University Press, 1995.
- Andersen, Margaret L., *Thinking about Women: Sociological Perspectives on Sex and Gender*. New York: Macmillan Publishing, 1993.
- Asad, Talal, "The Construction of Religion as an Anthropological Category", dalam *Genealogies of Religion: Discipline and Reasons of Power in Christianity and Islam*. Baltimore, MD: Johns Hopkins University Press, 1993.
- Beng-Huat, Chua, *Consumptions in Asia: Lifestyles and Identities*. London: Routledge, 2000.
- Berger, Peter L. dan Thomas Lukcmann, *Tafsir Sosial atas Kenyataan*, terj. Hasan Basari. Jakarta: LP3ES, 1990.
- Blumer, Herbert, *Symbolic Interactionism: Prespective and Method*. California: University of California Press, 1969.
- Bocock, Robert, *Pengantar Komprehensif untuk Memahami Hegemoni*, terj. Ikramullah Mahyuddin. Yogyakarta: Jalasutra, 2007.
- Bourdieu, Piere, *Distinction: A Social Critique of the Justment of Taste*. Cambridge: Harvard University Press, 1984.
- Burhani, Ahmad Najib, *Sufisme Kota*. Jakarta: Serambi, 2001.
- Burton, Graeme, *Media dan Budaya Populer*, terj. Alfathri Aldin. Yogyakarta: Jalasutra, 2012.

- Cooke, Miriam dan Bruce B. Lawrence (ed.), *Muslim Network from Hajj to Hip-Hop*. North Carolina: The University of North Carolina Press, 2005.
- Dick, Howard W., *Surabaya City of Work: A Socio-economic History, 1990-2000*. USA: Ohio University Press, 2002.
- Dick, Howard, James J. Fox, Jamie Mackie (ed.), *Balanced Development East Java in the New Order*. Jakarta: Gramedia, 1997.
- Doorn-Harder, Van dan Pieterella, *Women Shaping Islam: Indonesian Women Reading the Qur'an*. Urbana and Chicago: University of Illinois Press, 2006.
- Fealy, Greg dan Sally White (ed.), *Ustadz Seleb, Bisnis Moral dan Fatwa Online: Ragam Ekspresi Islam Kontemporer Indonesia*, terj. Ahmad Muhajir. Jakarta: Komunitas Bambu, 2012.
- Featherstone, Mike, *Consumer Culture*. London: SAGE Publication, 1993.
- , Mike, *Undoing Culture: Globalization Postmodern and Identity*. London: SAGE Publication, 1995.
- Friske, John, *Memahami Budaya Populer*, terj. Asma Bey Mahyuddin. Yogyakarta: Jalasutra, 2011.
- Giddens, Anthony, *Konsekuensi-Konsekuensi Modernitas*, terj. Nurhadi. Yogyakarta: Tiara Wacana, 2011.
- Hefner. Carl J., *Ludruk Folk Theatre of East Jawa: Toward a Theory of Symbolic Action*. UK: University of Hawaii, 1994.
- Helmann, Ann dan Margaret Beetham (ed.), "New Woman Hybridities: Feminity, Feminism and International" dalam *Consumer Culture 1880-1930*. London: Routledge, 2004.
- Heriyanto, Ariel, *Identitas dan Kenikmatan: Politik Budaya Layar Indonesia*, terj. Eric Sasono. Jakarta: Gramedia, 2015.

- Howell, Julia Day, "Indonesian's Urban Sufis: Challenging Stereotypes of Islamic Revival" dalam *International Institute for the Study of Islam in the Modern World Newsletter* 6, 2001.
- Iain Chambers, *Popular Culture: The Metropolitan Experience*. New York: Methuen, 1996.
- King, Victor T. dan William D. Wilder, *The Modern Anthropology of South-East Asia: An Introduction*. London: Routledge Curzon, 2003.
- Peacock, James, *Rites of Modernisation: Symbolic and Social Aspects of Indonesia Proletarian Drama*. Chicago: Chicago University Press, 1968.
- Piliang, Yasraf Amir, *Post-Realitas: Realitas Kebudayaan dalam Era Post-Metafisika*. Yogyakarta: Jalasutra, 2004.
- Ritzer, George dan Barry Smart (ed.), *Handbook Teori Sosial*, terj. Imam Muttaqien dkk. Jakarta: Nusa Media, 2011.
- Ritzer, George, *Sosiologi Ilmu Pengetahuan Berparadigma Ganda*, terj. Alimandan. Jakarta: Rajawali, 1985.
- Soejatmiko, Haryanto, *Saya Berbelanja Maka Saya Ada: Ketika Konsumsi dan Desain sebagai Gaya Hidup*. Yogyakarta: Jalasutra, 2008.
- Statistik Daerah Kota Surabaya 2014*.
- Strinati, Dominic, *An Introduction to Theories of Popular Culture*. London: Routledge, 1995.
- Surabaya Dalam Angka 2014*.
- Tajfel, Hendri, *Differentiation between Social Groups: Studies in Social Psychology of Intergroup Relations*. London: Academic Press, 1978.
- Turner, Bryan S. (ed.), *Sociology of Religion*. UK: Blackwell Publishing Ltd, 2010.

_____. (ed.), *Teori Sosial Dari Klasik Sampai Postmodern*, terj. E. Setyawati dkk. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012.

Van Bruinessen, Martin dan Julia Day Howell (ed.), *Howell Sufism and the Modern in Islam*. London: I.B Tauris, 2007.

Veeger, K.J., *Realitas Sosial*. Jakarta: Gramedia, 1990.

Woodward, Mark (ed.), *Jalan Baru Islam: Memetakan Paradigma Mutakhir Islam Indonesia*, terj. Ihsan Ali Fauzi. Bandung: Mizan, 1998.

Yuswohady, *Marketing to the Middle Class Muslim: Kenali Perubahannya, Pahami Perilakunya, Petakan Strateginya*. Jakarta; Gramedia, 2014.

Jurnal

AB, Cohen, Hall DE, Koenig HG dan Meador KG, "Social versus Individual Motivation: Implications for Normative Definitions of Religious Orientation," *Personality and Social Psychology Review*, Vol. 9, 2005.

Amrullah, E., "Indonesia Muslim Fashion Styles and Designs", *ISIM Review* 22, 2008.

Bautista, Julius, "The Meta-theory of Piety: Reflections on the Work of Saba Mahmood", *Contemporary Islam* (2008).

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.

Denzin, Norman K., "Reading Rational Choice Theory", *Rationality and Society*, Vol. 2, No. 2, April 1990.

- Flere, Sergej, "Religious Capital and Religious Rewards: A Study in the Economics of Religious Life", *Panoeconomicus*, 2012.
- GW, Allport dan Ross MJ, "Personal Religious Orientation and Prejudice," *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 5, 1967.
- Hasan, Noorhaidi, "Islam ini Provovincial Indonesia: Middle class, lifestyle and Democracy", *Journal Al-Jami'ah*, vol.49, 2001.
- _____, "The making of public Islam: piety, agency, and commodification on the landscape of the Indonesian public sphere", *Contemporary Islam*, Vol.3, No.3. Oct 2009.
- Hughes, Helen dan Berhanu Woldekidan, "The Emergence of the Middle Class in ASEAN Countries", *ASEAN Economic Bulletin*, Vol. 11, No. 2, November 1994.
- Iannaccone, Laurence, "Introduction of Economics of Religion," *Journal Economic Literature*, Vol. XXXVI, September 1998.
- _____, "Voodoo Economics? Reviewing the Rational Choice Approach to Religion", *Journal for the Scientific Study of Religion*, (1995), 35 (I).
- _____, Laurence, Rodney Stark and Roger Finke, "Rationality and the Religious Mind", *Economic Inquiry*, Vol. XXXVI, Juli 1998.
- Jones, Carla, etc., "What Happens When Asian Chic Becomes Chic in Asia?", *Fashion Theory*, Vol. 7, No. 4/4, 2003.
- _____, "Fashion and Faith in Urban Indonesia", *Theory: The Journal of Dress, Body and Culture*, 11, 2007.
- _____, "Marerializing Piety: Gendered Anxieties about Faithful Consumption in Contemporary Urban Indonesia", *American Ethnologist*, Vol. 37, No. 4, 2010.

- _____. "Better Women: The Cultural Politics of Gendered Expertise in Indonesia", *American Antropologist*, Vol. 112, No. 2, 2010.
- _____. "Image of Desire: Creating Virtue and Value in an Indonesia Islamic Lifestyle Magazine", *Journal of Middle East Women's Studies*, Vol. 6, No. 3, Fall, 2010.
- Levric dan Flere, "Intrinsic Religious Orientation and Religious Reward: An Empirical Evaluation of Two Approaches to Religious Motivation", *Rationality and Society*, Vol. 23, No. 2, 2011.
- Lovett, Frank. "Rational Choice Theory and Explanation", dalam *Rationality and Society*, Vol. 18, No. 2, Sage Publication, 2006.
- Norkus, Zenonas, "Max Weber's Interpretive Sociology and Rational Choice Approach", *Rationality and Society*, Vol. 12 (3), 2000.
- Rinaldo, Rachel, "Envisioning the Nation: Women Activists, Religion and Public Sphere in Indonesia", *Social Forces*, Vol. 86, No. 4, Juni 2008.
- Robison, Richard, "The Emergence of Middle Class in Southeast Asia "Working Paper No. 57, *Asia Research Centre on Social and Economic Change*. Australia: Murdoch University, 1995.
- Stark, Rodney dan Wllian S. Bainbridge, "Of Churches, Sects, and Cults: Preliminary Concepts for a Theory of Religious Movements", *Journal for the Scientific Study of Religion*, 18, 1979.
- Takashi, Shiraishi, "The Rise of New Urban Middle Classes in Southeast Asia: What is Its National Regional Significance?", *RIETI Discussion Paper Series 04-E-01*, The Research Institute of Economy, Trade and Industry, <http://www.rieti.go.jp/en/>.
- Wagner, Wolfgang, etc., "The Veil and Muslim Women's Identity: Cultural Pressures and Resistance to Stereotyping", *Culture and Psychology*, 18 (4), 2012.

Website

- <http://female.kompas.com/read/2011/08/11/13253987/Hijabers.Community.Bersyiar.Melalui.Fashion.Taat.Kaidah>
- <http://wolipop.detik.com/read/2014/10/30/113827/2734202/233/monika-jufry-hijabersmom-community-bukan-kumpulan-socialite-berjilbab>
- <http://wolipop.detik.com/read/2014/10/29/141708/2733162/233/hijabersmom-community-wadah-pengembangan-diri-untuk-para-istri-berjilbab>
- <http://www.kemenperin.go.id/artikel/4051/Mimpi-Indonesia:-Kiblat-Fashion-Muslim-Dunia>
- <http://female.kompas.com/read/2014/01/10/1153555/Indonesia.Menuju.Kiblat.Busana.Muslim.Dunia>
- <http://www.surabaya.go.id/profilkota/index.php?id=26>
- <https://instagram.com/inovaqs/?hl=en>
- http://jakarta.bps.go.id/backend/pdf_publikasi/Statistik-Daerah-Provinsi-DKI-Jakarta-2015.pdf
- http://www.kompasiana.com/kanopi_feui/siapakah-kelas-menengah-di-indonesia_551821aca333117607b66354
- <http://www.mckinsey.com/global-themes/asia-pacific/the-archipelago-economy>

BIODATA PENULIS ■



Aisyah Arsyad, dosen pada Fakultas Ushuluddin & Filsafat UIN Alauddin Makassar dan pengurus pada Pusat Studi Gender dan Anak di kampus yang sama (2011-2014). Pendidikan Sekolah Dasar sampai Madrasah Aliyah ditempuh di Pondok Pesantren DDI Mangkoso (Kab. Barru-Sulawesi Selatan), salah satu pesantren terbesar di Kawasan Timur Indonesia. Menyelesaikan

pendidikan S1 Jurusan Tafsir Hadis IAIN Alauddin Makassar tahun 1998. Tahun 2000 memperoleh beasiswa studi S2 dari Kementerian Agama RI bekerja sama dengan beberapa negara Timur Tengah dan Afrika, di Universitas Amir Abdulkadir Constantine-Aljazair Jurusan Fiqh/Ushul Fiqh. Tahun 2011 melanjutkan pendidikan S3 di UIN Alauddin Makassar atas bantuan beasiswa studi (BS) Kemenag RI. Tahun 2012 mendapatkan kesempatan untuk mengikuti *short course* tentang metodologi penelitian gender dan keagamaan selama 3 bulan di Sekolah Pasca Sarjana UGM Yogyakarta. Tahun 2015 mengikuti

program *Partnership in Islamic Education Scholarship* (PIES) selama dua semester di *Departement Political and Social Change* (PSC), College of Asia and The Pacific (CAP) Australian National University (ANU) Canberra-Australia atas bantuan beasiswa dari DFAT Australia. Istri dari Mirwan Embas (ibu dari Emha Gibrael Embas dan Emha Mikael Embas) ini telah menulis beberapa karya ilmiah dalam bentuk buku, antara lain: *Rekonstruksi Metode Menghafal al-Qur'an* (2011), *Menuntun Anda Memahami dan Menghafal Juz 1* (2012), dan *Tafsir Gender* (2014). Beberapa hasil penelitian dan artikel dalam jurnal ilmiah antara lain: *Tathbiqât al-Ijtihâd wa al-Taqlâd 'inda al-Imâm al-Qurthubî* (JICSA, 2012), *Subyektifitas Perempuan Single Parent* (2012), *Religiusitas Kaum Marginal; Studi atas Perempuan penjual Sayur di Pasar Baeng-Baeng* (2014), *Tradisi Yasinan: Dominasi Kultur atas Agama* (Tafsere, 2015). Termasuk dalam tim penerjemah al-Qur'an ke dalam bahasa Makassar (2015). Dapat dihubungi kontak via *email address aisyah.arsyad@uin-alaudidin.ac.id./ichaembas@yahoo.com*.



Muhammad Irfan Hasanuddin, dosen pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo sejak 1999. Sedang menempuh program doktor pada Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar sejak 2011. Memperoleh beasiswa riset pada *Partnership in Islamic Education Scholarship Program* (PIES) pada Department of Politic and Social Change (PSC), Australian National University, 2015. Sebelumnya telah memperoleh Master of Arts pada

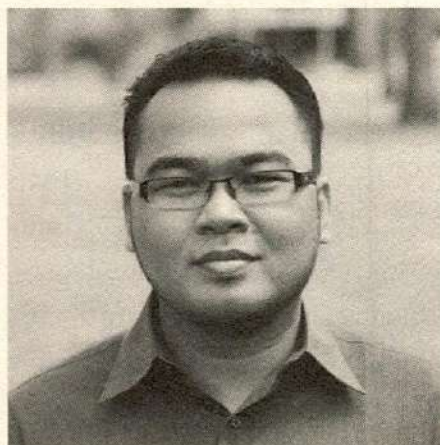
program *Interdisciplinary Islamic Studies* (IIS) UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2006. Menyelesaikan program Sarjana pada Fakultas Tarbiyah Jurusan Pendidikan Bahasa Arab IAIN Alauddin Makassar, 1997. Beberapa karya penelitian telah dihasilkan antara lain: “Soft Jihad: Konstruksi Realitas Sosial Pengguna Jilbab pada Kaum Muda Terpelajar Kota Palopo” (2016), “Geneologi Pembelajaran Bahasa Arab pada Pesantren Modern Datok Sulaiman Palopo” (2014), dan “Fragmentasi Sosial Masyarakat Toraja: Eksperimentasi Masyarakat Muslim Toraja” (2007). Saat ini sedang menggeluti studi tentang madrasah, pesantren, sekolah Islam, dan antropologi masyarakat Muslim.



Muhammad Muntahibun Nafis, dosen di IAIN Tulungagung Jawa Timur. Menyelesaikan program Doktor bidang Ilmu Agama Islam di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta tahun 2016 dengan disertasi berjudul “Pesantren Pluralis; Studi Model PP. Ngalah Pasuruan Jawa Timur”. Memperoleh Gelar M.Ag pada UIN Sunan Kalijaga pada bidang Ilmu Pendidikan Islam dengan tesis berjudul “Radikalisme Religius; Studi

Kekerasan Keagamaan di Surakarta” pada tahun 2004. Menyelesaikan Sarjana S1 di IAIN Sunan Kalijaga pada Fakultas Adab Jurusan Bahasa dan Sastra Arab dengan judul skripsi “Prinsip-prinsip Metode Tarjamah Jawa (Makna Gandul Pesantren)” tahun 2001. Menjadi salah satu peserta program *Partnership in Islamic Education Scholarship* (PIES) dari Australian National University, Canberra, tahun 2015. Satu dari

20 peserta *Shortcourse* Kader Muda Pesantren Ke Syiria dan Yordania program Kementerian Agama RI tahun 2009 (selama 40 hari), satu dari 20 peserta Dauroh Shoifiyyah (*Shortcourse*) pengajar bahasa Arab ke Universitas Umm al-Qurra Makkah Saudi Arabia (selama 40 hari), satu dari 3 dosen Bahasa Arab yang mengikuti Diplom Pascaprogram Tadrib Al-Mu'allimin di Universitas King Saud Riyadh Saudi Arabia tahun 2011 (selama 1,5 tahun).



Muhammad Rozali, dosen di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan. Sedang menyelesaikan PhD yang kedua di Academi of Islamic Studies University of Malaya. Menyelesaikan Doktor di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan tahun 2016. Bergabung dengan *Partnership in Islamic Education Scholarship* (PIES Program) di Departement Political and Social

Change, Australian National University, tahun 2015. Sebelumnya telah memperoleh Master of Arts di Institut Agama Islam Negeri Sumatera Utara, tahun 2013. Sarjana di Fakultas Ushuluddin dan Da'wah Universitas Al-Azhar Mansoura, Republik Arab Mesir.



Rofhani, dosen pada Fakultas Ushuluddin dan Filsafat di UIN Sunan Ampel Surabaya. Menyelesaikan program Master di bidang Islamic Studies di IAIN Ar-Raniry Nanggroe Aceh Darussalam. Menyelesaikan program Doktor di UIN Sunan Ampel Surabaya tahun 2016 pada bidang ilmu-ilmu keislaman dengan disertasi tentang gaya hidup beragama perempuan Muslim kelas

menengah. Penelitian dan tulisan yang dilakukan selama ini berfokus pada kajian agama, budaya, dan feminisme terutama dalam konteks modern. Tahun 2015 mendapatkan beasiswa dari DFAT (Departement of Foreign Affairs and Trade) pemerintah Australia untuk mengikuti program PIES (*The Partnerships in Islamic Education Scholarship*) di Department of Political and Social Change (PSC), College of Asia and The Pasific Australian National University (ANU), Canberra. Tahun 2016 bergabung pada program Multinational Institute of American Studies (MIAS) - Study of the U.S. Institute on U.S. Culture and Society 2016 di New York University, untuk memperdalam pengetahuan tentang budaya selama delapan minggu. Penelitiannya tentang "Shopping Patterns: Religious Lifestyle of Middle Class Muslim Women in Surabaya" dipresentasikan pada 2015 CILIS (Centre for Indonesia Law Islam and Society) Postgraduate Conference di Melbourne Law School, University of Melbourne, Australia. Tahun 2014, tulisannya yang berdasarkan penelitian berjudul "Urban Culture of the Muslim Middle Class" dipresentasikan juga di Seminar Pendidikan Melayu Antarbangsa di Universiti Malaysia Perlis. Di tahun yang sama pula dia mempresentasikan penelitiannya tentang "Trend and Logo of Muslim

Clothing: Socio-Economic Status of Middle Class” pada International Conference on Islamic Economic and Civilization ICIEC 2014 Faculty of Economic and Business University of Airlangga (UNAIR), Surabaya. Dia juga menulis tentang kajian agama yang berjudul “Kami dan Mereka: dari Wahabi ke Global Salafi” di *Religio: Jurnal Studi Agama-Agama No. 2, Vol. II*, Surabaya, September, 2012.



Siti Mahmudah, lahir tanggal 27 Oktober 1968 di Wates Lampung Tengah. Mengajar di Fakultas Syari'ah IAIN Raden Intan sejak 1997, dan diangkat sebagai dosen tetap mata kuliah Sejarah dan Peradaban Islam tahun 2000. Menamatkan S1 Jurusan Peradilan Agama Fakultas Syari'ah IAIN Raden Intan Lampung tahun 1996 dengan skripsi “Wanita Sebagai Wali Hakim dalam Perkawinan Islam”. Tahun 1999 melanjutkan

S2 di IAIN Sunan Kalijaga, lulus tahun 2001 dengan tesis “Bayt al-Hikmah dan Peranannya dalam Transmisi Keilmuan pada Masa Daulah Abbasiyah”. Tahun 2015 (Februari-Desember) menjadi peserta Program PIES (The Partnership in Islamic Education Scholarship) di Australian National University (ANU) Canberra-Australia. Pada tanggal 24-25 November 2015 menjadi peserta konferensi tingkat Internasional pada CILIS (Centre for Indonesian Law, Islam, and Society) Islamic Studies Postgraduate Conference di Melbourne Law School the University of Melbourne Australia. Sejak 2010 penulis menempuh studi S3 di UIN Sunan Kalijaga dan berhasil meraih gelar doktor pada tanggal 29 Februari 2016.

MUSLIM SUBJECTIVITY



The research presented in this book is the product of a unique collaboration on Islamic education between the Australian and Indonesian governments. The six authors of this text have been participants in the Partnerships in Islamic Education Scholarships (PIES) program, which is now in its fifth year. PIES participants are academics from Indonesian Islamic tertiary institutions who undertake a year of study in their PhD programs at Australian National University. The aim of the program, which is fully funded by the Australian Government's Department of Foreign Affairs and Trade, is to assist the Indonesian Ministry of Religious Affairs in strengthening research and teaching capability in Islamic universities and institutions. The six chapters in the book are testimony to the high quality research undertaken by Indonesian scholars.



Associate Professor Greg Fealy (Director, PIES Program, The Australian National University)
Dr Sally White (Academic Co-ordinator, PIES Program, The Australian National University)



Buku berjudul *Muslim Subjectivity: Spektrum Islam Indonesia* ini merupakan hasil karya para peserta PIES Angkatan III tahun 2015 di The Australian National University (ANU), Canberra-Australia. Para kontributor dalam buku ini merupakan dosen dari berbagai latar belakang keilmuan dan riset yang beragam di perguruan tinggi Islam dari berbagai daerah di Indonesia. Keragaman budaya dan *local wisdom* di Indonesia merupakan potensi

yang sangat besar untuk dijadikan sebagai objek kajian dalam level pendidikan tinggi. Karya seperti ini sangat perlu dijadikan objek penelitian dalam nuansa kehidupan beragama di Indonesia yang semakin plural dan majemuk sebagai negara yang multikultural.

Prof. Dr. Kamaruddin Amin, MA (Dirjen Pendidikan Islam Kementerian Agama RI)



Australian
National
University



ISLAMIC STUDIES

ISBN 978-979-026-452-6



9 789790 264526

INSAN MADANI
www.insanmadani.com