BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Memahami agama dan masyakarat dapat dilakukan dari berbagai macam pendekatan, selain aspek doktrin teologis-normatif, aspek tradisi menempati pembahasan yang terus berkembang. Hal ini disebabkan oleh faktor konstruksi manusia (*human construction*) yang tidak terpisah dari sejarah, sosial, ekonomi, politik dan budaya. Terjadi proses evolusi ekspresi keberagamaan dari esoteris (batiniah) menjadi eksoteris (lahiriah), menimbulkan persoalan yang tidak sederhana terutama di area perkotaan.

Bagi masyarakat perkotaan modernisasi adalah situasi yang tidak bisa dihindari. Modernisasi adalah proses membentuk modernitas,[1] ditandai dengan rasionalisme yang berorientasi pada industrialisasi bersistem kapitalisme, sehingga membentuk gaya hidup hedonis, sikap pragmatis dan budaya konsumtif[2]. Pada aspek budaya, Featherstone melihat kondisi tersebut menimbulkan *global culture* yang berujung pada hegemoni, kekacauan dan trans-

[1] Proses modernitas mengakibatkan kondisi sosial pada dominasi sekularisme, rasionalitas instrumental, diferensiasi, birokratisasi ekonomi, politik dan militer, semua itu bertujuan ekonomis yang menumbuhkan nilai moneterisasi. Jainuri, *Orientasi Ideologi*, 106-108.

[2] Modernitas memiliki makna ambigu, tetapi istilah ini tergantung pada ruang dan waktu terutama jika dikaitkan dengan budaya. Secara singkat Sztompka menyimpulkan ciri modernitas adalah individualime, deferensiasi, rasionalitas, ekonomisme dan perkembangan. Giddens menyebut modernisasi adalah globalisasi sehingga intensifikasi relasi sosial antarlokal yang bersifat global menuju pada liberalisme dan post modernisasi. Piotr Sztompka, *Sosiologi Perubahan Sosial*, terj. Alimandan (Jakarta: Prenada, 2004), 85-86; Anthony Giddens, *The Consequences of Modernity* (USA: Stanford University Press, 1996), 63-65.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

nasional budaya, sehingga terjadi reaksi identitas pada kehidupan modern.[3] Demikian juga pada aspek beragama reaksi identitas menunjukkan berbagai bentuk sesuai dengan keyakinan dan pemahaman individu. Reaksi identitas tersebut diekspresikan dalam kehidupan sehari-hari dan membentuk gaya hidup. Fenomena sosial ini semakin menarik dikaji jika dihubungkan dengan kelompok kelas menengah yang memiliki kekhasan dan keunikan dalam beragama.

Keberagamaan Muslim kelas menengah ini termanifestasi pada ketertarikan imanen-transenden atau sakral-profan sehingga mempengaruhi kesadaran beragama, sementara orientasi dan kesadaran seseorang tersebut dibangun oleh pengalaman dan lingkungan mereka. Perubahan pandangan tersebut disebabkan oleh hubungan spiritualitas masyarakat dengan spiritualitas individu (anggota-anggotanya).[4] Bahwa kesadaran dan pengalaman manusia (realitas keseharian) dapat dibangun teologi dan cara beragama, sebuah ranah khusus yang menempati posisi tersendiri dalam masyarakat. Secara tidak langsung agama menjadi alat melegitimasi yang membentuk konsep pemahaman ajaran agama, mempengaruhi sikap, perilaku dan cara pandang penganutnya dalam kehidupan keseharian.[5] Sebaliknya, melalui kehidupan keseharian diketahui bagaimana ajaran agama diyakini seseorang sekaligus diketahui model dan ekspresi keberagamaan, termasuk yang terjadi di kelas menengah.

---

[3] Mike Featherstone, "Global Culture", dalam *Global Culture: Nationalism, Globalization and Modernity, a Theory, Culture and Society Special Issue*, ed. Mike Feathersone (London: SAGE Publications, 1997), 6-7.

[4] David Ray Griffin, *Visi-visi Postmodern: Spiritualitas dan Masyarakat*, terj. A. Gunawan Admiranto (Yogyakarta: Kanisius, 2005), 16.

[5] Sebagai fenomena dialektik, masyarakat adalah produk manusia dan sebaliknya manusia dibentuk oleh masyarakat. Masyarakat tidak mempunyai bentuk lain kecuali bentuk yang telah diberikan oleh aktivitas dan kesadaran manusia. Oleh karena itu, realitas sosial tidak terpisah dari manusia, manusia adalah produk masyarakat. Peter L. Berger, *Langit Suci*, terj. Hartono (Jakarta: LP3ES, 1991), 3.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kelas menengah atau *middle class* adalah kelompok yang memiliki keunikan, dengan posisi di tengah (*middle*). Kelompok ini merupakan jembatan sekaligus penghubung antara kelompok kelas atas (*up*) dan kelompok kelas bawah (*down*). Karena itu kelompok ini cukup fleksibel serta dianggap dapat membawa perubahan sosial. Kelas menengah, menurut Hellmuth Lange dan Derek Wynne, dianggap menarik terutama pada pembahasan gaya hidup dan konsumerisme.[6] Dalam konteks keindonesiaan, diskusus kelas menengah[7] menjadi bombastis terutama pada aspek spiritualitas.[8] Jalan spiritual menjadi pilihan masyarakat perkotaan Indonesia seperti Jakarta, Bandung, Surabaya, dan Medan. Fenomena tersebut bisa dilihat dari beberapa perkumpulan keagamaan dan sufisme[9] di perkotaan.

---

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

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

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

[9] Istilah sufisme pertama kali dikenalkan oleh Fazlur Rahman dengan sebutan neosufisme (tasawuf yang bercirikan pada kepatuhan pada syariat dan kepedulian pada masalah dunia). Sedangkan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam pandangan Piliang fenomena sufisme perkotaan adalah era post-spiritualitas yang mencoba memadukan antara kekuatan spirit ketuhanan (*spirit of divinity*) dan spirit konsumerisme (*spirit of consumerism*).[10] Muslim Abdurrahman menyebut fenomena ini sebagai "ritual yang terbelah". Menurut Abdurrahman kapitalisme dan komersialisme pada kehidupan keislaman membawa isu perbedaan kelas dan identitas keislaman. Dia mencontohkan peran perempuan melalui simbol kerudung sebagai alat ukur ekspresi kesadaran kelas.[11] Julia Day Howell menamakannya *Urban Sufism*[12] Sedangkan Ahmad Najib Burhani menyebutnya *the taste of spirituality*, yaitu kerinduan ibadah dan ritus keagamaan.[13]

Kondisi Muslim di Indonesia ini diperkuat Fealy bahwa Islam di Indonesia adalah pasar yang laris dan tempat jualan simbol kesalehan Islam, tempat komodifikasi ruang budaya dan spiritual dan membentuk keberagamaan dalam kehidupan sehari-hari.[14] Sedangkan Howell menamakan fenomena tersebut

---

untuk Indonesia dikenalkan oleh Hamka dengan sebutan tasawuf modern. Tasawuf modern berbeda dari konsep tasawuf lama, penekanannya lebih pada aspek *esoteris.* Tasawuf modern memadukan lahiriyah dan batiniyah (*eksoteris* dan *esoteris*) disertai sikap positif pada dunia. M.T. Ja'fari menyebut fenomena tersebut dengan istilah "tasawuf positif", sedangkan Julia Day Howell menyebutnya *contemporary Sufism* (tasawuf kontemporer).

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

[11] 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), 129-130.

[12] Istilah *Urban Sufism* mulai populer di tahun 2003 yang dipakainya pada satu kajian antropologi tentang gerakan sufisme yang marak di wilayah perkotaan di Indonesia, seperti Paramadina, Tazkiya Sejati, ICNIS (Intensive Course and Networking for Islamic Science) dan IIMaN (Indonesian Islamic Media Network). Julia Day Howell, "Modernity and the Borderlands of Islamic Spirituality in Indonesia's New Sufi Networks", dalam *Sufism and the Modern in Islam*, ed. Martin van Bruinessen dan Julia Day Howell (London: I.B Tauris, 2007), 230-232; Julia Day Howell, "Indonesian's Urban Sufis: Challenging Stereotypes of Islamic Revival", *ISIM Newsletter*, 6, (2001), 17.

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

[14] Greg Fealy, "Mengkonsumsi Islam: Agama yang Dijadikan Jualan dan Kesalehan yang Diidam-idamkan di Indonesia", dalam Greg Fealy dan Sally White (ed.), *Ustadz Seleb, Bisnis Moral dan*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sebagai variasi kesalehan aktif dalam bentuk sufisme.[15] Hal ini ditandai dengan larisnya produk layanan keuangan bermerk Islam seperti bank syariah, asuransi syariah, jasa-jasa pemberi motivasi seperti ESQ-nya Ari Ginanjar, tabloid dan majalah yang menawarkan gaya hidup Islami seperti *Paras, NooR* atau *Nurani* serta ustadz-ustadz selebritis seperti Aa Gym, Yusuf Mansur, dan Solmed. Selain tersebut di atas, perkembangan keberagamaan kelas menengah didukung maraknya situs di internet, media televisi, radio dan buku-buku yang menawarkan berbagai berlabel agama. Fenomena ini menunjukkan realitas yang bersifat rohaniah bercampur dengan material; yang ilahiyah tersentuh duniawi, yang transenden dimasuki oleh yang imanen.

Melalui media pula, gerakan spiritualitas ini merembet ke Surabaya dan daerah sekitarnya. Sebagaimana yang terjadi di Jakarta, masyarakat Surabaya pun menampakkan semangat spiritualitas keagamaan. Munculnya pengajian Qalbun Salim Islamic Centre yang dinaungi oleh Yayasan Pengelola *Islamic Centre* tahun 1990-an[16] serta kelompok-kelompok pengajian di banyak masjid di Surabaya, misalnya di masjid Al-Falah, adalah bukti mengenai fenomena tersebut. Pada kelompok yang lebih kecil lagi ditemukan misalnya kelompok pengajian Sakinah[17] di daerah Waru (perbatasan antara Surabaya dan Sidoarjo). Munculnya

---

Fatwa Online: Ragam Ekspresi Islam Kontemporer Indonesia, terj. Ahmad Muhajir (Jakarta: Komunitas Bambu, 2012), 16-37.

[15] Julia Day Howell, "Variasi-variasi Kesalehan Aktif: Profesi dan Pendakwah Televisi sebagai Penganjur Sufisme Indonesia", Ibid., 39-56.

[16] Biyanto, "Kebangkitan Spiritualitas di Perkotaan (Penelitian tentang Kecenderungan Masyarakat Muslim Perkotaan untuk Hidup Lebih Religius-Sufistik dan Implikasinya bagi Pemecahan Masalah-masalah Kemanusiaan)", (Penelitian Individual--Lembaga Penelitian IAIN Sunan Ampel, Surabaya, 2005).

[17] Rofhani, "Fenomena Spiritualitas Perempuan Urban (Rasionalitas Tujuan Anggota Pengajian Sakinah di Unimas Garden Regency Waru Sidoarjo)", (Penelitian Individual--Lembaga Penelitian IAIN Sunan Ampel, Surabaya, 2006).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

lembaga pengkajian Islam di Surabaya, misalnya Griya al-Qur'an, ataupun kelompok hijaber Surabaya semakin mempertegas fenomena gairah spritualitas perkotaan, khususnya pada kalangan perempuan Muslim kelas menengah.

Penelitian kelas menengah semakin menarik jika dikaitkan dengan perempuan. Rinaldo[18] mensinyalir beberapa gerakan keagamaan menunjukkan bahwa perempuan memiliki keaktifan yang lebih pada gerakan keagamaan terutama bentuk *social market* keagamanan yang terjadi di beberapa negara Asia Tenggara termasuk Indonesia. Rinaldo memberi contoh, kelompok pengajian al-Qur'an perempuan elite bermunculan, yang menjadikan anggota-anggora sebagai agen perubahan. Demikian juga Samia Serageldin dalam tulisannya "The Islamic Salon: Elite Women Religious Network in Egypt" yang memaparkan bahwa salon adalah tempat atau sarana ekspresi yang cukup eksklusif pada perempuan Muslim kelas menengah dan kelas elite di Mesir.[19] Secara tidak langsung, gerakan keagamaan perempuan yang bersifat kolektif memberikan peluang bagi perempuan untuk mengonstruksi jenis komunitas baru dan identitas sosialnya.

Gerakan keagamaan perempuan tersebut pada dasarnya adalah bentuk penegasan identitas. Secara tidak sadar perempuan Muslim kelas menengah menunjukkan budaya baru. Meskipun demikian harus diakui bahwa tidak semua kalangan Muslim kelas menengah di Indonesia mengikuti gaya hidup yang populer, tetapi pada sisi lain mereka menampilkan budaya yang berbeda dari

---

[18] Rachel Ricardo, "Women and Piety Movements", dalam *The Sosiology of Religion*, ed. Bryan S. Turner (UK: Blackwell Publishing Ltd, 2010), 584-601.

[19] Miriam Cooke and Bruce B. Lauwrence (ed.), *Muslim Network from Hajj to Hip-Hop* (North Carolina: The University of North Carolina Press, 2005), 155-168 & 169-190; Ann Helmann dan Margaret Beetham (ed.), *New Woman Hybridities: Feminity, Feminism and International Consumer Culture 1880-1930* (London: Routledge, 2004), 1-14.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kelompok fundamentalis[20] yang berjubah, berkerudung panjang, dan bercadar dengan warna tertentu. Kelompok perempuan Muslim kelas menengah ini membentuk gaya hidup alternatif dan cocok dengan aturan Islam, fleksibel, tidak terlihat kaku dengan semangat membangun identitas Islam.

Hal yang menarik dalam penelitian ini nanti dijumpai bahwa mereka menggunakan instrumen simbol agama untuk mencapai tujuan menjadi Muslim yang akomodatif. Meskipun pada sisi lain bisa dikatakan mereka juga menunjukkan gejala neo-konservatif yang menonjolkan simbol Islam yang diadaptasikan dengan kondisi ekonomi, status, pendidikan mereka di perkotaan. Sebagai salah satu contoh jilbab panjang atau tulisan arab yang ditampilkan diharapkan menjadi pembeda identitas yang jelas untuk menunjukkan kesalehan di area publik. Mereka mengikuti budaya populer yang sedang berkembang (menjadi trend), tetapi pada sisi lain mereka menghindar dari massifikasi budaya, terutama terhadap budaya yang berkaitan dengan perilaku simbolik.[21] Tidak dapat diingkari bahwa kelompok perempuan Muslim kelas menengah rela melakukan privatisasi dan spiritualitas. Pada aspek privatisasi, kelas menengah

---

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

[21] Kuntowijoyo menyebutkan adanya dua kemungkinan sikap budaya yang muncul, yaitu *budaya elite* (pemilik tetap sebagai subjek budaya, tidak mengalami alienasi dan mengalami pencerdasan. Maka pemilik budaya elite identitasnya tidak tenggelam dalam budaya), dan *budaya massa* (mengalami objektifasi [hanya sebagai objek saja], alienasi dan pembodohan. Maka pemilik budaya ini tidak berperan apa-apa dalam pembentukan simbol budaya). Kuntowijoyo, "Budaya Elite dan Budaya Massa" dalam *Lifestyle Ecstacy: Kebudayaan Pop dalam Masyarakat Komoditas Indonesia*, ed. Idi Subangun Ibrahim (Yogyakarta: Jalasutra, 2004), 10-11.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berusaha menampakkan kepemilikan pribadi yang khas dan berbeda. Sedangkan pada aspek spiritualitas, mereka melakukan adopsi budaya spiritual baik secara kelompok atau pribadi. Sehingga muncul asumsi bahwa terjadi proses pembentukan model beragama yang menjadi gaya hidup (*lifestyle*) pada kelas menengah.

Terjadi dialog antara agama dan gaya, dua ranah yang terkesan berbeda. Agama sebagai doktrin yang harus ditaati dan menjadi bagian dari keyakinan (iman), sedangkan gaya adalah pilihan yang bisa dipertukarkan yang disesuaikan dengan ruang waktu. Sesungguhnya perubahan gaya beragama kelas menengah dipengaruhi oleh faktor ekonomi, pendidikan, status dan wawasan. Kelas menengah mencoba menampakkan eksistensi dirinya dengan berusaha "memiliki" (*to have*) dan "menjadi" (*to be*).[22] Proses perubahan tindakan dan pemikiran kelas menengah berkaitan erat dengan rasionalitas yang terdiri dari *mean* atau alat yaitu bentuk rasionalitas dan *end* atau tujuan yaitu budaya.

Pemilihan Surabaya sebagai *setting* penelitian karena kota metropolitan yang cukup representatif dan kota besar kedua di Indonesia setelah Jakarta. Dalam penelitian yang berskala nasional ataupun internasional, Surabaya sering terlewati sebagai fokus dan lokus penelitian para peneliti. Kebanyakan penelitian diarahkan ke Yogyakarta dan melompat ke Bali ataupun Sulawesi. Jika diperhatikan lebih jauh, Surabaya memiliki keunikan budaya dan keberagamaan masyarakatnya, antara yang tradisional dan modern. Surabaya, sebagai kota metropolitan setelah Jakarta, telah (dan sedang) mengalami perkembangan baik

[22] Fromm menjelaskan bahwa perilaku seseorang selalu diiringi oleh dua modus atau motif yaitu *to have* dan *to be* (memiliki dan menjadi). Erich Fromm, *Memiliki dan Menjadi: Tentang Dua Modus Eksistensi*, terj. F. Soesilohardo (Jakarta: LP3ES, 1987), 124-126.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dari aspek keagamaan, perekonomian, pendidikan, sarana dan prasarana publik yang lengkap.

Beberapa kelebihan yang dimiliki oleh Surabaya yang telah disebut di atas, didukung dengan jumlah Muslim kelas menengah yang lebih dari lima puluh persen, secara representatif Surabaya bisa mewakili penggelompokan gaya beragama perempuan Muslim kelas menengah Indonesia. Penelitian ini menunjukkan corak Islam akomodatif pada perempuan Muslim disesuaikan dengan aturan-aturan Islam. Berdasarkan fenomena-fenomena yang telah disebut di atas, penelitian ini membahas makna keberagamaan kelas menengah dengan memperhatikan gaya hidup (*lifestyle*) mereka. Adapun subjek utama penelitian ini adalah perempuan Muslim perkotaan di Surabaya.

B. Identifikasi dan Batasan Masalah

Secara sosiologis, ajaran agama termanifestasi pada sikap dan perilaku penganut agama yang membentuk ekspresi beragama. Ekpresi beragama menggambarkan semangat, tingkat pemahaman dan kepatuhan pada ajaran agama. Penelitian ini membahas keberagamaan kelas menengah di Surabaya dengan subjek penelitian perempuan Muslim. Agar penelitian ini terarah diperlukan pembatasan.

Pertama, penelitian ini menjelaskan dan menganalisis keberagamaan perempuan Muslim kelas menengah di Surabaya. Mereka memiliki keragaman pandangan, prinsip dan nilai agama yang dipegangnya. Keragaman pandangan dan keberagamaan mereka merupakan konstruksi sosial yang selama ini mereka

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

alami. Konstruksi tersebut disebabkan oleh latar belakang sosial, yang terdiiri dari pemahaman keagamaan, pendidikan, budaya, aturan sosial, lingkungan, keluarga dan ekonomi.

Kedua, bahwa analisis keberagamaan perempuan Muslim kelas menengah dalam menjelaskan prinsip, nilai dan sikap diekspresikan dan direpresentasikan dalam aktivitas dan simbil-simbol agama sebagai instrumen untuk memahami arah dan corak keyakinan mereka. Simbol dan aktivitas mereka adalah pilihan rasional yang tidak hanya didasarkan faktor ekonomi, tetapi juga pemahaman agama.

Ketiga, bahwa konstruksi sosial dan pilihan rasional berefek pada gaya beragama, sehingga kritik dan analisa yang digunakan dalam penelitian ini tidak hanya mengacu pada intensi individu tetapi intervensi external (lingkungan) turut serta membentuk membentuk budaya Islam di tataran kelas menengah.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukaan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana latar belakang, motif dan tujuan keberagamaan perempuan Muslim kelas menengah di Kota Surabaya?
2. Bagaimana perempuan Muslim kelas menengah mengekspresikan gaya hidup dan merepresentasikan dirinya dalam rangka membangun gaya hidup beragama mereka?

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Bagaimana bentuk atau model gaya hidup beragama perempuan Muslim kelas menengah di Surabaya?

D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menjelaskan latar belakang sosial, motif dan tujuan perempuan Muslim kelas menengah di Surabaya dalam mengaplikasikan pemahaman agama yang dihasilkan dari konstruksi sosial, kondisi ekonomi dan pendidikan.
2. Menjelaskan bentuk ekspresi keberagamaan dan representasi diri perempuan Muslim kelas menengah di Surabaya.
3. Menemukan bentuk atau model gaya hidup beragama perempuan Muslim kelas menengah di Surabaya, yang terlihat dari ekspresi keagamaan dan representasi diri melalui simbol-simbol yang digunakan mereka.

E. Kegunaan Penelitian

Secara teoretis, penelitian ini akan menunjukkan pemaknaan agama perempuan Muslim kelas menengah di Surabaya, yang terekspresikan dalam perilaku sehari-hari. Kekhasan dan keunikan dalam beragama kelas sosial ini akan terlihat di masyarakat. Latar belakang sosial, pendidikan, ekonomi dan aktivitas perempuan Muslim kelas menengah ini akan dilihat untuk mengetahui apakah ada keterkaitan dengan ekspresi keberagamaan dan representasi diri yang mereka tampilkan. Diasumsikan bahwa produk pemikiran seseorang dibangun dan dikonstruksi oleh lingkungan sosialnya yang berupa budaya besar, disamping ada

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kekuatan dan keinginan individu dalam menghadapi konstruk sosial tersebut. Proses tersebut dihadapi oleh kelas menengah dalam membangun gaya hidup beragama.

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi kajian keagamaan (*religious study*) dalam perspektif budaya kekinian, yang pada gilirannya diketahui beberapa orientasi keberagamaan pada masyarakat Muslim perkotaan. Penelitian ini memberikan kontribusi pada tipologi Muslim kelas menengah perkotaan yang secara teoretis didasarkan pada antara aspek beragama yang lebih banyak bersifat doktrin atau ritual dan gaya hidup (*lifestyle*) yang bersifat pilihan. Selama ini – sepanjang pengetahuan peneliti – jarang dan bahkan tidak tersentuh oleh penelitian-penelitian keagamaan.

Secara praktis, penelitian ini berguna untuk menemukan keragaman beragama 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, terutama difokuskan pada kota Surabaya sebagai representasi kota metropolis. Implikasi hasil penelitian ini juga dapat digunakan sebagai wacana [jika belum layak disebut sebagai rujukan], terutama dengan ditemukannya fenomena keberagamaan di perkotaan, sehingga bisa membantu menentukan strategi pengembangan keilmuan pengkajian agama. Hasil penelitian ini memberikan sumbangan teoretis tentang perubahan sosial, bahwa perubahan pada kelas menengah disebabkan oleh sistem ekonomi yang berpengaruh pada sistem gagasan, pengetahuan dan kepercayaan mereka.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

F. Kajian Teoretis

Selama ini banyak kalangan akademisi yang melakukan penelitian tentang kelas menengah Indonesia, terutama perannya pada perkembangan politik, ekonomi, pendidikan dan agama. Penelitian yang selama ini dilakukan berfokus pada satu aspek, misalnya politik atau agama saja, kalaupun ada penelitian yang menghubungkan dua aspek, para peneliti mendeskripsikan hubungan antara agama dan ekonomi. Penelitian Carla Jones[23] dan Greg Fealy[24] menjelaskan bahwa komodifikasi agama ditunjukkan dengan kesalehan. Nancy Hefner,[25] Miriam Cooke,[26] dan Rachel Rinaldo[27] mendeskripsikan bahwa perempuan Muslim kelas menengah berpartisipasi secara sosial dan politik di ruang publik. Para peneliti tersebut tidak menjelaskan lebih rinci bagaimana hubungan antara agama, ekonomi dan budaya berpengaruh pada Muslim kelas menengah Indonesia terutama pada perempuan.

---

[23] Carla Jones, "Fashion and Faith in Urban Indonesia", *Fashion Theory*, Vol. 11, 2/3 (Juni, 2007), 211-231.

[24] Greg Fealy, "Mengonsumsi Islam: Agama yang Dijadikan Jualan dan Kesalehan yang Diidam-idamkan di Indonesia", dalam Greg Fealy dan Sally White (ed.), *Ustadz Seleb*, terj. Ahmad Muhajir, 15-38.

[25] Nancy J. Smith-Hefner, "Javanese Women and the Veil in Post-Soeharto Indonesia," *The Journal of Asian Studies*, Vol. 66, No. 2 (Mei, 2007), 389-420.

[26] Miriam Cooke, "Deploying the Muslim Woman", *Journal of Feminist Studies in Religion*, Vol. 24, No. 1 (2008), 106-110.

[27] Rachel Rinaldo, "Envisioning the Nation: Women Activists, Religion and Public Sphere in Indonesia", *Social Force*, Vol. 86, No. 4 (Juni, 2008), 422-431; Rachel Rinaldo, "Muslim Women, Middle Class Habitus, and Modernity in Indonesia", *Contemporary Islam*, Vol. 2, No. 1 (Maret, 2008), 23-39.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pada kasus di Indonesia, Haviz dan Robison mensinyalir bahwa perkembangan politik ekonomi di Indonesia tidak hanya dibentuk oleh situasi politik Islam di Indonesia, tetapi juga perkembangan ekonomi pasar akibat globalisasi.[28] Robison juga tidak menafikan bahwa peran Muslim kelas menengah mempengaruhi pertumbuhan perekonomian Indonesia.[29] Peningkatan jumlah kelas menengah Muslim memberikan pengaruh yang tidak kecil munculnya fenomena komodifikasi agama yang berupa simbol-simbol agama. Label halal, syariah dan saleh adalah kalimat yang menjadi perhatian utama pada sejumlah produk dan komoditas yang mengatasnamakan agama.

Komodifikasi agama,[30] menurut Kitiarsa, membantu mendefinisikan agama sebagai komoditas pasar sebagaimana terjadinya pertukaran di arena pasar spiritual. Secara luas, Kitiarsa menjelaskan jaringan transnasional agama memicu perkembangan komodifikasi agama, yang secara garis besar disebabkan oleh munculnya fundamentalisme, fenomena de-sekularisasi dan trend kesalehan dalam beragama. Komodifikasi agama menjelma dalam berbagai bentuk dan warna, yang di antaranya dalam bentuk fisik, budaya, institusi dan juga simbol properti. Secara tidak langsung simbol properti seperti pakaian, musik atau lainnya mempertukarkan nilai kesalehan.

Hubungan antara agama dan ekonomi terlihat jelas, ketika muncul budaya populer yang menimbulkan konsumerisme. Penelitian agama yang pada awalnya

---

[28] Vedi R. Haviz dan Richard Robison, "Political Economy and Islamic Politics: Insights from the Indonesian Case", *New Political Economy*, Vol. 17, No. 2 (April, 2012), 137-155.
[29] Richard Robison dan David S.G. Goodman (ed.), *The New Rich in Asia: Mobile phones and Middle-class Revolution* (London dan New York: Routledge, 1996), 78-98.
[30] Pattana Kitiarsa, "Toward a Sociology of Religious Commodification", dalam *The Sosiology of Religion*, ed. Bryan S. Turner, 564-579.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dilihat dari perspektif sosiologis, pada akhirnya menghadirkan perspektif ekonomi karena muncul persoalan dan fenomena sosial yang lebih komplek terutama dihubungkan dengan kelas menengah yang secara ekonomi, pendidikan dan status mereka memiliki kesempatan memilih dan bertransakti sesuai tujuan yang diharapkan mereka. Stark dan Finke berpendapat bahwa tindakan beragama memiliki hubungan dengan ekonomi.[31] Beberapa fenomena yang berkembang saat ini mengindikasikan bahwa agama seperti "arena pasar" yang memiliki grafik *supply and demand* (penawaran dan permintaan) bagi panganutnya, sehingga pilihan rasional (*rational choice*) menjadi alat analisis untuk melihat fenomena tersebut. Bankston menegaskan bahwa teori pilihan rasional bisa digunakan untuk menganalisis penelitian agama, terutama pada sosiologi agama yang tidak bisa dilihat pada satu aspek saja, karena pada saat ini agama telah menjadi komoditi yang secara tidak langsung berperan pada konseptualisasi agama.[32]

Tanpa melupakan kekuatan subjektif pada individu, dengan metode *verstehen,* yaitu memahami bahwa agama adalah keyakinan bersifat subjektif dan pada sisi lain individu mempunyai kekuatan memilih, maka penelitian ini mencoba melihat bahwa antara subjek dan objek, antara unsur makro dan mikro mempunyai keterkaitan dengan pilihan tindakan individu. Peneliti sepakat dengan pendapat Ritzer bahwa realitas sosial adalah hasil persilangan, penggabungan dan

[31] Rodney Stark Roger Finke, "Beyond Church and Sect: Dynamics and Stability in Religious Economics", dalam *Sacred Markets, Sacred Canopies: Essay on Religious Markets and Religious Pluralism*, ed. Ted G. Jelen (USA: Rowman and Littlefield Publishers, 2002), 63-90.
[32] Carl L. Bankston III, "Rationality, Choice and the Religious Economy: The Problem of Belief", *Review of Religious Research*, Vol. 43, No. 4 (Juni, 2002), 311-325.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kerjasama dari hubungan subjektif-objektif dan makrokospik-mikrokospik.[33] Peneliti berpedoman bahwa realitas sosial adalah bagian dari *continuum* yang bergabung menjadi satu kesatuan. Secara teoretis, diferensiasi di setiap bagian tersebut memudahkan analisis untuk memahami tindakan individu.

Dengan memahami perspektif budaya yang berperan dalam proses beragama seseorang, secara teoretis kajian kultural atau *cultural studies* menjadi bagian yang tidak terhindarkan dalam penelitian ini. Terutama pada konteks ekonomi modern kajian kultural membahas materialisme kultural yang mengeksplorasi bagaimana bentuk konstruksi dan representasi sosial keberagamaan kelas menengah. Sejalan dengan pendapat Barker juga bahwa analisis penelitian tentang budaya populer mengarah pada proses ekonomi politik yang membahas sumber daya ekonomi dan sosial. Persoalan tentang kelas, gender, ras dan bangsa mempunyai kekhasan yang tidak bisa direduksi, tetapi mempunyai implikasi secara sosial termasuk agama, ekonomi dan politik.[34] Secara khusus komodifikasi agama menggiring pada persoalan subyektivitas, bagaimana satu pribadi mendefinisikan diri kepada orang lain. Kesadaran diri menjadi kunci utama untuk menjelaskan identitas sebagai upaya untuk mendeskripsikan diri dan merepresentasikan diri dalam dunia sosial.

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini memiliki cakupan yang cukup kompleks. Meskipun demikian peneliti meyakini bahwa dengan memakai kajian teoretis lintas disiplin dan lintas paradigma persoalan yang sekilas nampak cukup

---

[33] George Ritzer, *Sosiologi Ilmu Pengetahuan Berparadigma Ganda*, terj. Alimandan (Jakarta: Rajawali Pers, 1985), 156-160.
[34] Chris Barker, *Cultural Studies: Teori dan Praktik*, terj. Nurhadi (Jakarta: Kreasi Wacana, 2011), 8-12.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kompleks dapat diurai, tanpa menafikan bangunan teori besar yang telah mapan dalam kajian ilmu-ilmu sosial. Penelitian ini terdiri dari dua ranah, yaitu ranah keberagamaan dan ranah gaya hidup. Pada ranah keberagamaan lebih menunjukkan prespektif yang bersifat subjektif dan bagaimana individu dibentuk pemahamannya, sehingga teori yang berfungsi sebagai alat analisa adalah teori konstruksi sosial. Sedangkan pada ranah gaya hidup yang secara tidak langsung ada pilihan yang berlapis-lapis, sehingga alat analisa yang digunakan adalah teori pilihan rasional (*rational choice theory*) sebagai kelanjutan dari tindakan rasional indvidu yang secara tidak langsung dipengaruhi oleh aspek luar atau hasil konstruksi sosial.

G. Metode Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang diajukan, jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif,[35] yang menekankan kualitas pengertian, konsep, nilai-nilai serta ciri-ciri yang melekat pada subjek penelitian. Penelitian ini membahas keberagamaan kelas menengah dengan pendekatan sosial dan budaya melalui ekspresi gaya hidup dan pemaknaan agama subjek penelitian. Oleh karena itu paradigma penelitian ini adalah konstruktivisme,[36] dengan pendekatan

[35] Penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif yang berupa situasi, peristiwa, orang, peristiwa, perilaku, interaksi yang diambil dari pengalaman, sikap, kepercayaan, pemikiran dan cerita. Data-data tersebut dapat diambil dari dokumen, korespondensi, rekaman, sejarah tentang peristiwa. Isadore Newman dan Carolyn R. Benz, *Qualitative-Quantitative Research Methodology: Exploring the Interactive Continum* (USA: Southern Illinois University Press, 1988), 16-17; Kaelan, *Metode Penelitian Kualitatif Bidang Filsafat* (Yogyakarta: Paradigma, 2005), 5.

[36] Secara ontologis, paradigma konstruktivisme adalah relatif, yaitu realitas yang dikonstruksikan secara sosial, pengalaman, lokal, dan spesifik. Secara epistemologis, paradigma ini bersifat transaksional dan subjektif, bahwa peneliti dan informan terhubung secara timbal balik. Sedangkan secara metodologis menggunakan metode hermeneutis dan dialektis, yang berarti

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

interpretatif untuk mendeskripsikan fenomena dengan menginterpretasikan subjek penelitian berdasarkan pernyataan informan.[37] Peneliti menjelaskan proses pembentukan makna dan menerangkan bagaimana makna-makna tersebut terkandung dalam bahasa dan tindakan informan atau subjek penelitian.[38] Artinya, dunia realitas kehidupan informan dipandang sebagai konstruksi melalui proses interaksi sosial yang kompleks, melibatkan sejarah, bahasa dan tindakan.

Dengan kata lain penelitian ini juga mengkaji aspek pikiran subjek penelitian, karenanya penelitian ini menggunakan fenomenologi untuk mengkaji pikiran orang dari aspek mental ataupun isi. Dalam pandangan Creswell, pendekatan fenomenologi empiris (*empirical phenomenology*) ini memfokuskan deskripsi pengalaman partisipan pada suatu fenomena,[39] peneliti menggambarkan teknik mengakses, mengonseptualisasi serta merepresentasi kesadaran fenomenal baik yang bersifat inferensial atau eksperimental.[40] Pendekatan fenomenologi memfokuskan pada kesadaran fenomenal, yaitu merupakan suatu disiplin sentral dalam lapangan tentang studi-studi kesadaran. Dalam fenomenologi dua hal yang harus diperhatikan yaitu, *epoche* dan *eidetic vision. Epoche* berarti menunda semua penilaian. Peneliti menampilkan fenomena secara natural tanpa ada

---

konstruksi individu hanya dapat diciptakan dan disempurnakan melalui interaksi antara peneliti dengan informan. Egon G. Guba dan Yvonna S. Lincoln, "Berbagai Paradigma yang Bersaing dalam Penelitian Kualitatif" dalam Handbook of Qualitative Research, ed. Norman K. Denzin dan Yvonna S. Lincoln, terj. Dariyanto dkk. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), 135-137.

[37] David E. Mc Nabb, *Research Methods for Political Science: Quantitative and Qualitative Methods* (New York: ME Sharpe, 2004), 345.

[38] Thomas A. Schwandt, "Pendekatan Konstruktivis-Interpretivis dalam Penelitian Manusia" dalam Handbook of Qualitatve Research, ed. Denzin dan Lincoln, 146-147.

[39] John W. Creswell, *Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing Among Five Approaches* (Los Angeles: Sage Publication, 2013), 77.

[40] Richard Steven "Phenomenological Approaches to the Study of Conscious Awareness" dalam *Investigating Phenomenal Consciousness*, ed. Max Velmans (Amsterdam and Philadephia: John Benjamin B.V. Publishing, 2000), 99-100.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pendapat peneliti. Sedangkan *Eidetic vision* berarti terlihat, objek ditangkap esensinya terletak di belakang fenomena, ciri-ciri yang penting dan tidak berubah dari satu fenomena dimungkinkan bisa mengenali fenomena tersebut.

Peneliti mengungkapkan kesadaran subjektif, yaitu berusaha mengungkap sesuatu yang tersembunyi (*unveiling or exposing to view something that was hidden*).[41] Kesadaran subjektif tersebut merupakan hasil konstruksi yang dipahami informan, sehingga diketahui bagaimana informan membangun konsep, nilai dan ukuran-ukuran yang dipakai dalam proses memahami dan menjalankan agamanya. Selanjutnya metode *verstehen* yang menjelaskan *lebenswelt* yaitu dunia kehidupan sehari-hari dan struktur dunia sosial digunakan oleh peneliti.[42] Secara singkat hal ini akan menjelaskan bagaimana pengalaman informan membentuk dunianya (lingkungan) secara individul atau kolektif.[43] Interaksi sosial terwujud karena ada kesamaan pandangan dan kemudian muncul prespektif

---

[41] Ibid., 107; Charles J. Adams, "The Hermeneutics of Henry Corbin", dalam *Approaches to Islam in Religious Studies*, ed. Richard C. Martin (USA: The University of Arizona Press, 1985), 143.

[42] *Verstehen* atau pemahaman interpretif adalah prosedur untuk menyisipkan peristiwa mental dengan perilaku yang disebabkan oleh lingkungan sosial dan akibat behavioral atau kebiasaan. Manusia di seluruh masyarakat dan lingkungan sejarah mengalami kehidupan sebagai pemaknaan (*meaningful*), mereka mengungkapkan makna tersebut dalam pola-pola yang dapat dilihat sehingga dapat dianalisis dan dipahami. George Ritzer dan Barry Smart, *Handbook Teori Sosial*, terj. Imam Muttaqien dkk. (Bandung: Nusa Media, 2011), 754; Sindung Haryanto, *Spektrum Teori Sosial dari Klasik hingga Postmodern* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2012), 147; Martin (ed.), *Approaches to Islam*, 8; George Ritzer (ed.), *The Blackwell Companion to Major Classical Theorists* (London: Blackwell Publishing Ltd, 2003), 355-358; Harvie Ferguson, *Phenomenological Sociology* (London: Sage Publications, 2006), 83.

[43] Dalam konteks ini diperlukan tiga kata kunci yaitu: (1) *taken-for granted world* yang menekankan interaksi sosial harus diterima sebagai situasi yang sudah ada, (2) *common-sense knowledge* yang memaksimalkan pengetahuan akal sehat, dan (3) *typification*, yaitu kategori tipe-tipe yang tidak hanya menunjukkan proses tetapi juga hasil. Pada sisi lain manusia berkomunikasi berdasarkan pada asumsi yang sama antara dirinya dengan yang orang lain, membuat kesepakatan dan persetujuan secara komprehensif. Robert Wuthnow dkk., *Cultural Analysis* (London dan New York: Routledge & Kegan Paul, 1987), 34; Geoff Payne dan Judy Payne, *Key Concepts in Social Research* (London: SAGE Publications Ltd, 2004), 77; George Ritzer (ed.), *The Blackwell Companion*, 361-362.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

timbal balik (*reciprocal perspective*), yang berarti individu melukiskan pengalaman dan biografinya untuk memahami orang lain.

Dalam mendeskripsikan perilaku keberagamaan, interpretasi dan pemaknaan simbol selalu berkaitan dengan konstruk sosial di mana pemikiran seseorang dibentuk oleh dunianya.[44] Simbol menjadi bahan, peristiwa dan objek yang menunjukkan modal pengetahuan dan pengalaman seseorang.[45] Peneliti memfokuskan pada tindakan-tindakan individu yang bisa dikomunikasikan melalui simbol-simbol, pemikiran (*mind*), bahasa tubuh (*body*), kondisi kejiwaan (*soul*), persoalan yang dihadapi (*matter*), maupun hubungannya dengan sosial kemasyarakatan di sekitarnya.

1. Teknik Penentuan Informan

Subjek penelitian atau informan ada 10 (sepuluh)[46] perempuan Muslim yang berasal dari kelas menengah atas (*upper middle class*), berumur antara 35-48 tahun. Penetapan mereka sebagai kelompok ini dengan definisi yang digunakan oleh Solay Gerke, di mana *styling* adalah unsur utama yang dilihat selain aspek

---

[44] Finn Collin, *Social Reality* (New York: Routledge, 1997), 164-165.

[45] Spandley memandang simbol terdiri dari tiga unsur, pertama simbol sebagai suatu istilah penduduk asli yang digunakan oleh informan. Kedua, simbol sebagai suatu rujukan yaitu apapun yang dapat dipikirkan oleh pengalaman manusia. Ketiga, hubungan simbol dengan rujukan yang berkaitan dengan makna, sifatnya berubah-ubah. James P. Spadley, *Metode Etnografi*, terj. Misbah Zulfa Elizabeth (Yogyakarta: Tiara Wacana, 2007), 134-135.

[46] Penelitian kualitatif tidak memberi batas minimal jumlah informan. Jumlah ini dirasa cukup dan sesuai dengan kebutuhan penelitian ini. Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Rosdakarya, 2005), 174-175; Noeng Muhajir, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Telaah Posivistik Rasionalistik dan Phenomenologik* (Yogyakarta: Rake Sarasin, 1996), 134-135; Michael Quinn Patton, *Qualitative Research & Evaluation Methods* (London: SAGE Publication, 1990), 230.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pendidikan, ekonomi dan status sosial.[47] Penentuan aspek *styling* dalam penelitian ini terdiri dari pola konsumsi dan gaya hidup, dengan mengamati kegiatan sosial keagamaan dan bagaimana informan menghabiskan waktu luang, misalnya kegiatan pengajian, berbelanja, *karaoke*[48] dan lokasi *hangout*.[49] Meskipun ini bukan sesuatu yang mutlak sebagai pengukuran aspek *styling*, tetapi dengan merujuk pendapat Assael[50] bahwa gaya hidup bisa diukur dan dilihat dari aktivitas, interes dan opini.

Pada aspek pendidikan, tiga informan telah menempuh pendidikan pascasarjana dan selebihnya adalah sarjana strata satu (S-1). Beberapa ahli berpendapat kelas menengah diukur dari tingkat pendidikan, karena bisa menentukan pilihan-pilihan kebutuhan hidup di perkotaan, mereka juga disebut *new urban middle class* (kelas menengah baru perkotaan).[51]

Sedangkan aspek ekonomi, sepuluh informan ini tergolong kelas menengah pada golongan *upper middle class* yang menurut penentuan Bank Dunia belanja perkapita perhari sekitar 10–20 dolar AS atau sekitar 130-260 ribu rupiah perhari. Tetapi sepanjang penelitian ini dilakukan, peneliti melihat gaya hidup atau *styling* semua informan melebihi batas ukuran belanja di atas. Untuk memperkuat tingkat ekonomi informan peneliti juga melihat profesi, pekerjaan,

---

[47] Konsep Gerke tentang kelas menengah ini disesuaikan dengan kondisi Asia setelah tahun 2000. Penjelasan kelas menengah diuraikan pada bab II.

[48] Karaoke adalah tempat hiburan yang disediakan untuk para pengunjung yang suka menyanyi atau untuk melatih *hobby* menyanyi.

[49] Istilah *hangout* sering dipakai untuk kegiatan berkumpul atau menghabiskan waktu bersama orang-orang tertentu di tempat tertentu.

[50] Pembahasan ini pada bab II.

[51] Alvin Gouldver, Solvay Gerke, Richard Robinson, Shiraishi Takashi, Renald Kasali dan Yuswohady berpendapat bahwa kelas menengah saat ini dijuluki *new urban midlle class* (kelas menengah baru perkotaan) dengan melihat *income*, pekerjaan, pendidikan, dan *lifestyle* yang mereka ciptakan sesuai dengan pendapatan dan status mereka. Secara detail pembahasan ini dijelaskan pada Bab II bagian A.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

lokasi rumah, dan usaha informan. Empat informan adalah profesional, dua informan lainnya adalah pengusaha dan empat lainnya adalah ibu rumah tangga. Meskipun di antara informan terpilih sebagai ibu rumah tangga, tetapi status dan pekerjaan suami perlu dipertimbangkan. Pekerjaan suami adalah bagian yang tidak bisa diabaikan pada budaya Indonesia, terutama masyarakat Indonesia yang kental dengan sistem partiarki. Data pendukung lainnya adalah benda-benda kepemilikan seperti mobil, *gadget*, *furniture* rumah, pilihan sekolah bagi anak-anak mereka dan aktifitas informan adalah petunjuk kekuatan ekonomi informan.

Penentuan sepuluh perempuan Muslim kelas menengah sebagai informan dalam penelitian ini berdasarkan pengamatan peneliti dari beberapa komunitas, yang terdiri dari komunitas ibu-ibu pengantar anak sekolah sebanyak tiga informan, mereka bertiga mempunyai komunitas yang salah satu kegiatannya adalah arisan. Tiga informan lainnya adalah komunitas pengajian, terdiri dari satu anggota pengajian di al-Falah dan dua anggota pengajian khusus dari rumah ke rumah. Sedangkan tiga informan profesional yang berpendidikan pascasarjana peneliti kenal di beberapa kegiatan akademik dan pelatihan. Sedangkan satu informan peneliti kenal dari informan lainnya, yang kemudian diketahui sebagai pendiri kelompok hijaber di Surabaya.

Peneliti menentukan mereka sebagai subyek penelitian atau informan atas persetujuan mereka. Meskipun di antara mereka ada yang saling mengenal, tetapi mereka tidak mengetahui bahwa di antara mereka sebagai informan penelitian ini. Terdapat dua informan yang saling mengetahui bahwa mereka berdua adalah subyek penelitian, karena pengambilan data dengan teknik *snowball*. Sebagai

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bagian kode etik penelitian, maka peneliti mengganti nama informan dengan menggunakan nama samaran untuk menjaga privasi dan rahasia informan, kecuali beberapa di antara mereka mengizinkan penulisan nama aslinya pada penelitian ini.

2. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini dimulai dari awal tahun 2013 sampai dengan awal tahun 2016. Penelitian dilakukan dalam periode dua tahun lebih ini karena peneliti ingin benar-benar mengetahui bagaimana pemahaman keagamaan mereka secara mendalam dengan mengikuti kegiatan mereka dari waktu ke waktu terutama pada aspek *styling* mereka. Selama periode penelitian ini peneliti menemukan beberapa perubahan mereka mulai dari penampilan mode busana, hijab dan aksesoris, kosa kata, status di media sosial yang terdiri dari facebook, photo profile dan instragram. Peneliti juga melakukan wawancara (*getting along*) di rumah, kantor dan mall. Tidak mudah peneliti mengetahui pemahaman keagamaan mereka, proses wawacara mendalam (*getting in*) peneliti lakukan dengan cara bergabung dengan kegiatan mereka, misalnya mengikuti pengajian, berbelanja, *karaoke*, *hangout*, makan siang, dan menonton bioskop. Proses tersebut membuat peneliti mengenal musik, makanan, restoran yang sering dikunjungi dan istilah-istilah yang dipakai informan. Cara-cara tersebut memudahkan peneliti menggali informasi tentang kehidupan keseharian mereka (*everyday* life).

Selain tersebut di atas, perubahan mereka dapat peneliti ketahui dari simbol keagamaan yang mereka gunakan, misalnya tulisan Arab atau *icon*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

keagamaan yang dipakai di kantor, media sosial, rumah dan mobil. Simbol-simbol agama lainnya adalah ahli agama, ustadz atau kyai yang didatangkan di kegiatan keagamaan mereka. Pilihan tempat belanja dan jenis kegiatan di waktu luang mereka menjadi data yang penting mengetahui *styling* mereka. Demikian juga pilihan pendidikan formal dan informal bagi anak-anak mereka adalah data yang tidak kalah penting dalam penelitian ini karena kelas menengah perkotaan pada umumnya juga memperhatikan bagaimana anak-anak mereka memiliki pendidikan yang baik dan pretisius.

Penulis tidak selalu menggunakan alat perekam pada saat wawancara. Pada beberapa informan meneliti menggunakan alat tersebut, tetapi perekaman tersebut terkadang penulis hindari jika informan yang diwawancarai tidak berkenan. Selanjutnya penulis mentranskrip dan memeriksa hasil wawancara dan dialog tersebut.

3. Teknik Analisis Data

Analisis data empirik penelitian ini menggunakan metode reflektif[52] yang berbasis pada analisis etnometodologi dengan mengombinasikan sensibilitas metode fenomenologi.[53] Etnometodologi memfokuskan perhatian pada *setting*

---

[52] Metode reflektif ini digunakan untuk melihat pengaruh proses produksi pengetahuan. Metode reflektif mempunyai dua ciri: *pertama*, hasil interpretasi terhadap penafsiran realitas atau fakta empiris dilakukan dengan hati-hati dan memperhatikan kemungkinan bias atau asumsi pribadi karena adanya jarak dan waktu. *Kedua*, adalah refleksi terhadap penafsiran dengan memperhatikan hubungan antara peneliti dengan masyarakat, tradisi dan budaya. Mats Alvesson and Kaj Skoldberg, *Reflextive Methodology: New Vitas for Qualitative Research* (London: SAGE Publications Ltd, 2000), 5-6.

[53] Etnometodologi adalah studi tentang bagaimana individu menciptakan dan memahami kehidupan sehari-hari. Sedangkan penelitian empiris mengenai setiap individu berbasis pada fenomenologi. James A. Holstein dan Jaber F.Gubrium, ”Fenomenologi, Etnometodologi dan Praktik Interpretif” dalam *Handbook of Qualitative Research*, ed. Denzin dan Lincoln, 337-339.

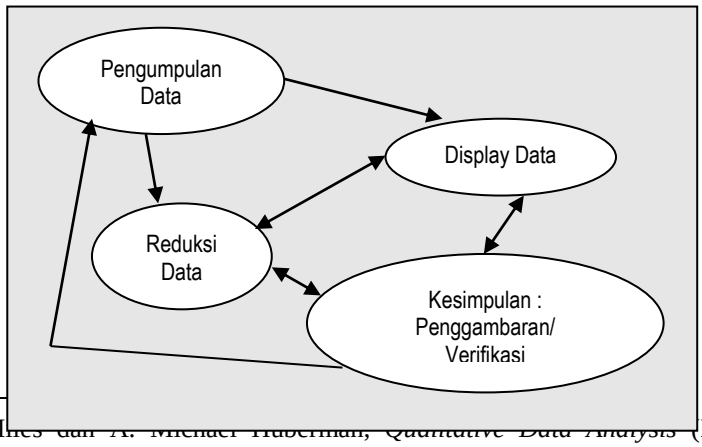
digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sosial yang tampak secara interaksional. Peneliti memberikan gambaran bagaimana informan atau kelompok sosialnya mengenali, memaparkan dan mempertimbangkan aturan kehidupan mereka sehari-hari. Analisis ini kemudian digabungkan dengan analisis fenomenologi yang memusatkan perhatian pada makna dan pengalaman subjektif informan dalam keseharian mereka.

Teknik analisis data penelitian ini dilakukan dengan *on going proses* atau *on going analysis*, yang berarti secara terus menerus dan tidak terpisahnya antara analisis data yang dilakukan selama pengumpulan data dengan pengumpulan data itu sendiri. Peneliti mengerjakan analisis data tersebut sejak di lapangan dengan tidak meninggalkan latar belakang *life story* informan.

Penelitian ini menggunakan analisis data Miles dan Hubberman, yang secara detail dan prosedural terdapat tiga sub-proses yang saling berkaitan, data yang diperoleh melalui tiga tahap yaitu reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data.[54] Bagan di bawah ini menunjukkan proses analisis data model interaktif yang dilakukan dalam penelitian ini.

Bagan 1.1
Analisis Data Model Interaktif



[54] Mattew B. Miles dan A. Michael Huberman, *Qualitative Data Analysis* (London: SAGE Publication, 1994), 10-12.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sumber: Mattew B.Miles dan A.Michael Huberman, *Qualitative Data Analysis*

Tahap Pertama adalah reduksi data (*data reduction*) adalah penyederhanaan dan penyeleksian data. Peneliti mereduksi *archetype* informan, menggolongkan dan menyesuaikan kategori-kategori tematik yang ditemukan. Proses reduksi data ini menggunakan metode etnografis,[55] melalui analisis domain[56] yang memperhatikan istilah yang dipakai informan. Analisis domain dan penyajian simbol-simbol yang dipakai informan seperti model pakaian, ekspresi wajah membantu peneliti memasukkan informan pada ketegori mana sesuai dengan *archetype* yang dimiliki informan.

Tahap kedua adalah penyajian data (*display of data*). Penyajian data ini terfokus pada ringkasan terstruktur (*structured summaries*), sinopsis dan deskripsi singkat yang kemudian dibuat diagram ataupun matrik dengan teks. Peneliti menceritakan *archetype* subjek penelitian disesuaikan dengan tema-tema yang telah disusun secara berurutan. Analisis dilanjutkan dengan mengarahkan adanya temuan motivasi informan ketika menentukan pilihan gaya hidupnya sesuai dengan pemahaman agama dan konstruksi dunia sosial yang dialami selama ini.

---

[55] Etnografi berusaha mendeskripsikan makna-makna tindakan dan kejadian orang lain yang terekspresi melalui bahasa, kata-kata, dan perbuatan. Melalui metode Etnografi dapat diuraikan suatu budaya secara menyeluruh, baik yang bersifat material, seperti artefak budaya dan yang bersifat abstrak, seperti pengalaman, kepercayaan norma, dan sistem nilai kelompok yang diteliti. Sehingga ciri utama Etnografi adalah menguraikan *thick description* melalui cara pengamatan terlibat (*observatory participant*) seperti yang diungkapkan oleh Geertz. Spadley, *Metode Etnografi*, 5; Geertz, *The Interpretation of Culture*, 9-10.

[56] Domain adalah istilah pencakup (*cover term*) yang dipakai pada anggota masyarakat tertentu ataupun individu secara spesifik. Spadley, *Metode Etnografi*, 140-141.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Proses ketiga adalah verifikasi dan membuat kesimpulan, tahap ini melakukan komparasi, merumuskan pola dan tema, membuat pengelompokan (*clustering*) melalui triangulasi[57]. Teknik tringulasi ini mempermudah membuat kerangka (*framing*) problem prespektif dan meminimal bias ketika memuat kesimpulan akhir. Langkah ini tidak bisa dikatakan mudah, karena data informasi yang sudah diragkum, dikelompokkan, diseleksi harus saling berhubungan.

Peneliti melakukan triangulasi data dengan mengonfirmasikan hasil pengamatan dengan hasil wawancara, atau mengonfimasi hal-hal yang pakai atau yang dikatakan di luar atau di depan umum dengan apa yang dikatakan di dalam atau pribadi. Sebagai salah satu contoh, peneliti selalu mengamati media sosial (sosmed) milik para informan baik melalui posting *picture display* (foto), *personal message* atau *status* di BBM (*blackberry messenger*) maupun di WA (*WhatsApp*). Peneliti menggunakan jalur media sosial apabila dianggap tidak mungkin bertemu dengan informan dalam waktu dekat. Dalam hal ini, peneliti melakukannya dengan sekedar menyapa dan/atau berkomentar di media yang dipakai oleh informan.

Selain itu dipakai juga triangulasi peneliti (*investigator triangulation*) melalui teman informan dengan harapan bisa memperoleh informasi yang lebih lengkap. Sedangkan triangulasi metode ataupun triangulasi teori digunakan untuk

[57] Metode triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data atau uji validitas dalam penelitian kualitatif dengan memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data hasil penelitian atau sebagai pembanding data tersebut. Teknik triangulasi terdiri dari triangulasi data (*data triangulation*), triangulasi peneliti (*investigator triangulation*), triangulasi teori (*theory triangulation*), triangulasi metodologi (*methodological triangulation*) dan triangulasi interdisipliner (*interdisciplinary triangulation*). Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, 178 & 325-326; Denzin dan Lincoln, *Handbook of Qualitative Research*, 275-276.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

melengkapi langkah *check* dan *balance* dalam penelitian ini. Penjelasan-penjelasan pembanding atau *rival explanation* perlu dilakukan sebagai bahan komparasi sehingga pemberian makna terhadap informan memperkecil subjektivitas peneliti. Kesulitan lain adalah data yang terkumpul tidak selalu diharapkan sebagaimana yang tercantum dalam rumusan masalah. Supaya data yang terkumpul terarah, maka peneliti mempunyai beberapa pedoman pertanyaan (*questions guide*). Meskipun demikian, pertanyaan-pertanyaan tersebut peneliti kembangkan bahkan berubah ketika di lapangan; disesuaikan dengan situasi dan kondisi.

Merujuk alur analisis pada penelitian kualitatif ini, maka peneliti melakukan analisis induktif. Peneliti memulai dari pertanyaan-pertanyaan khusus dan spesifik yang terkait dengan *archetype* informan yang diperoleh dari proses wawancara bebas, pengamatan langsung atau observasi partisipatioris, analisis hasil rekaman, analisis dokumen dari sosial media informan atau dari analisis isi. Melalui data-data empirik tersebut peneliti melakukan analisis gaya hidup perempuan Muslim kelas menengah yang membentuk orientasi kesadaran keberagamaan mereka, disamping itu pemahaman keberagamaan mereka mencerminkan gaya hidup yang dibangun kelas menengah.

H. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini mempunyai dua ranah, yaitu ranah keberagamanan dan ranah gaya hidup kelas menengah di area perkotaan yang dihubungkan dengan budaya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

modern dan konsumerisme. Berikut ini beberapa penelitian telah dilakukan oleh para peneliti dengan fokus dan konsentrasi yang berbeda.

Pertama, Penelitian Rubaidi Rubaidi yang berjudul "Pergeseran Kelas Menengah NU (Dari Moderatisme kepada Islamisme dan Post-Islamisme)". [58] Disertasi pada Program Pascasarjana IAIN Sunan Ampel Surabaya ini mendeskripsikan kelas menengah di kalangan warga Nahdliyin (Nahdlatul Ulama) di Jawa Timur yang mengalami pergeseran ideologi dan ekspresi keislaman mereka dari moderat kepada Islamisme sampai ke post-islamisme.

Kedua, Disertasi Mastuki HS pada program doktor di UIN Syarif Hiyatullah tahun 2008 dan telah diterbitkan menjadi buku berjudul "Kebangkitan kelas menengah santri: dari tradisionalisme, liberalisme, post-tradisionalisme, hingga fundamentalisme"[59]menjelaskan tentang perkembangan dan mobilitas kelas menengah santri dari Orde Baru sampai dengan Reformasi yang mengalami polarisasi pemikiran dan membentuk mobilisasi sosial. Hasil penelitian Mastuki ini menggelompokkan para kelas menengah santri menjadi empat macam, yaitu kelompok tradisionalisme, liberalisme, post-tradisionalisme, dan fundamentalisme.

Ketiga, Dien Media menulis tesis berjudul "Gaya Wanita Perkotaan di Kota Medan" yang memfokuskan kajian tentang pola konsumsi ibu rumah tangga

[58] Rubaidi, "Pergeseran Kelas Menengah NU (Dari Modernis kepada Islamisme dan Post Islamisme)", (Disertasi--Pascasarjana IAIN Sunan Ampel, Surabaya, 2013).
[59] Mastuki HS, *Kebangkitan Kelas Menengah Santri: Dari Tradisionalisme, Liberalisme, Post-Tradisionalisme, hingga Fundamentalisme*, (Jakarta: Pustaka Dunia, 2010).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kelas menengah.[60] Media memaparkan pola konsumsi ibu rumah tangga yang dipengaruhi oleh iklan di media merubah gaya hidup mereka. Metode penelitian ini adalah kualitatif yang bersifat deskriptif, dengan teknis pengambilan data melalui observasi dan wawancara. Hasil penelitian Media memperlihatkan bahwa benda-benda seperti perhiasan, mobil dan sejenisnya menimbulkan kesenangan untuk meningkatkan kehidupan sosial para ibu rumah tangga. Dalam tesis ini juga dijelaskan bahwa pola konsumsi ibu rumah tangga, selain menggunakan uang dan waktu mereka yang bersifat konsumtif, mereka berbelanja produktif seperti berbelanja investasi baik investasi tradisional maupun modern.

Keempat, tesis Muhammad Fadli yang berjudul "Konstelasi Citra Sosial dalam Praktik Ritual Haji: Analisis Kritis terhadap Gaya Hidup Muslim Kelas Menengah di Yogyakarta"[61] menjelaskan adanya pergeseran nilai tentang haji dari etis ke estetisasi, dari ritual agama ke ritual budaya, dari rasionalitas nilai ke rasionalitas ketujuan, dari asketisme ukhrawi ke asketisme duniawi. Praktik haji, menurut Fadli, bergeser ke ranah ekonomi, pertunjukan budaya, prestise, status, citra, dan gaya hidup, terutama haji dengan ONH plus yang saat ini seakan menjadi arena pertunjukan status sosial masyarakat kelas menengah dan kelas atas di Yogyakarta.

Kelima, penelitian Claudia Nef Saluz di Yogyakarta yang berjudul "Islamic Pop Culture Indonesia: An anthropological field study on veiling

---

[60] Dien Media, "Gaya Hidup Wanita Perkotaan: Kajian tentang Pola Konsumsi Ibu Rumah Tangga Kelas Menengah di Kota Medan" (Tesis--Program Pascasarjana Universitas Negeri Medan, Medan, 2008).

[61] Muhammad Fadli, "Konstelasi Citra Sosial dalam Praktik Ritual Haji: Analisis Kritis terhadap Gaya Hidup Muslim Kelas Menengah di Yogyakarta" (Tesis--Program Pascasarjana Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, 2012).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

practices among students of Gadjah Mada University of Yogyakarta"[62] menjelaskan tentang model kerudung pada mahasiswa universitas Gajah Mada, dari model cadar sampai dengan model jilbab gaul. Model kerurung adalah salah satu ekspresi Islam pada golongan muda perkotaan dalam kehidupan keseharian. Ditemukan ada ambiguitas pada praktik berjilbab disebabkan pengaruh budaya global yang berasimilasi dengan budaya lokal.

Selanjutnya tiga tulisan Warsito Raharjo Jati tentang kelas menengah Indonesia yang berjudul "Islam Populer sebagai Pencarian Identitas Muslim Kelas Menengah Indonesia,"[63] "Tinjauan Perspektif Intelegensia Muslim terhadap Genealogi Kelas Menengah Muslim di Indonesia,"[64] dan "Less Cash Society: Menakar Mode Konsumerisme Baru kelas Menengah Indonesia,"[65] adalah penelitian yang bersifat awal dan global. Tiga tulisan tersebut belum menunjukkan eksplorasi yang lebih dalam untuk membuat kategorisasi kelas menengah Indonesia.

Untuk memperkuat dan mempertegas perbedaan penelitian ini dari yang lain, peneliti pernah melakukan penelitian pendahuluan (*preliminary research*) yang berjudul "Fenomena Spiritualitas Perempuan Urban: Penelitian tentang Rasionalitas Tujuan Anggota Pengajian Sakinah di Unimas Garden Regency Waru Sidoarjo". Penelitian tersebut bertujuan mengungkap motif dan tujuan para

---

[62] Claudia Nef Saluz, "Islamic Pop Culture in Indonesia: An anthropological field study on veiling practices among students of Gadjah Mada University of Yogyakarta" (Arbeitsblatt Nr. 41--Institut für Sozialanthropologie, Universität Bern, Bern, 2007).

[63] Warsito Raharjo Jati, "Islam Populer sebagai Pencarian Identitas Muslim Kelas Menengah Indonesia", *Jurnal Teosofi*, Vol. 5, No. 1 (Juni, 2015), 139-163.

[64] Warsito Raharjo Jati, "Tinjauan Perspektif Intelegensia Muslim terhadap Genealogi Kelas Menengah Muslim di Indonesia", *ISLAMICA: Jurnal Studi Keislaman*, Vol. 9, No.1 (September, 2014), 1-29.

[65] Warsito Raharjo Jati, "Less Cash Society: Menakar Mode Konsumerisme Baru kelas Menengah Indonesia", *Jurnal Sosioteknologi*, Vol. 14, No. 2 (Agustus, 2015), 102-112.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pelaku spiritualitas agama. Penelitian tersebut pada akhirnya mengungkap beberapa hal yang menarik, yaitu bentuk komunitas dan gaya hidup (*lifestyle*) keberagamaan mereka, yang – menurut hemat peneliti – perlu dikembangkan dalam penelitian lebih lanjut. Untuk mempermudah melihat penelitian-penelitian terdahulu, peneliti membuat *mapping* seperti berikut:

Tabel 1.1

Mapping Penelitian Terdahulu

No	**Peneliti - Pengarang - Judul Penelitian**	**Metode dan Temuan**
1	Rubaidi. "Pergeseran Kelas Menengah NU (Dari Moderatisme kepada Islamisme dan Post-Islamisme)"	Metode kualitatif—menggunakan teori Habitus Bourdieu, yaitu teori *contuinity and change.* Ditemukan ekspresi keislaman kelas menengah NU terbelah menjadi dua ketegori, yaitu islamisme kanan sebagai garis keras dan islamisme tengah sebagi post-islamisme. Motif-motif di balik pergeseran kelas menegah NU, yaitu motif ideologis dan motif non-ideologis.
2	Mastuki HS. "Kebangkitan Kelas Menengah Santri: Dari Tradisionalisme, Liberalisme, Post-Tradisionalisme, hingga Fundamentalisme"	Metode kualitatif Kelas menengah yang basis informan penelitian adalah para santri dan pendidikan pesantren mengalami perkembangan pemikiran dan melakukan mobolitas sosial.
3	Dien Media. "Gaya hidup Wanita Perkotaan: Kajian tentang Pola Konsumsi Ibu Rumah Tangga Kelas Menengah di Kota Medan"	Metode kualitatif-deskriptif dengan teknik pengambilan data melalui observasi dan wawancara. Ditemukan adanya hubungan antara pola konsumsi dan pengaruh iklan di media yang kemudian mempengaruhi gaya hidup.
4	Muhammad Fadli. "Konstelasi Citra Sosial dalam Praktik Ritual Haji: Analisis Kritis terhadap Gaya	Metode kualitatif. Ditemukan adanya pergeseran nilai tentang haji dari etis ke estetisasi, dari ritual agama ke ritual budaya, dari rasionalitas nilai ke

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

	Hidup Muslim Kelas Menengah di Yogyakarta”	rasionalitas ketujuan, dari asketisme ukhrawi ke asketisme duniawi.
5	Claudia Nef Saluz. “Islamic Pop Culture in Indonesia. An anthropological field study on veiling practices among students of Gadjah Mada University of Yogyakarta”	Metode kualitatif. Pergeraran model jilbab dari bentuk cadar sampai dengan yang model trendy adalah proses hibritas yang bisa yang dari perspektif politik dan pengaruh mass media serta budaya komsumerisme.
6	Warsito Raharjo Jati. “Islam Populer sebagai Pencarian Identitas Muslim Kelas Menengah Indonesia”	Metode kualitatif. Budaya populer Islam menjadi bagian dari proses pembentukan identitas Muslim kelas menengah. Hadirnya “produk islami” adalah salah satu cara memopulerkan Islam secara riil.
7	Warsito Raharjo Jati. “Tinjauan Perspektif Intelegensia Muslim Terhadap Genealogi Kelas Menengah Muslim di Indonesia”	Metode kualitatif. Ditemukan dua genealogi kelas menengah Muslim, yaitu modal kultural dan praktik kelas. Kedua genealogi tersebut merupakan mereka dalam beradaptasi di era modernisme dengan tetap memegang prinsip-prinsip ortodoks agama.
8	Warsito Raharjo Jati. “ Less Cash Society: Menakar Mode Konsumerisme Baru kelas Menengah Indonesia”	Metode kualitatif-penelitian kepustakaan (*library research*). Konsumsi melalui skema masyarakat non-tunai (*less cash society*) ditemukan bahwa teknologi berperan penting mendorong konsumsi kelas menengah Indonesia agar lebih konsumtif. Peningkatan konsumsi dan perkembangan teknologi berpengaruh pada gaya konsumsi terhadap barang untuk mendapatkan rekognisi dan representasi sebagai masyarakat modern.

Berbeda dari penelitian-penelitian yang telah peneliti sebut di atas, penelitian ini lebih khusus menjelaskan ekspresi budaya melalui gaya hidup sebagai bentuk kesadaran beragama pada perempuan Muslim kelas menengah di Kota Surabaya. Berbeda dengan penelitian Dien Media yang mengekplorasi hubungan iklan di media dengan konsumsi yang mempengaruhi gaya hidup

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

perempuan perkotaan, juga penelitian Claudia Nef Saluz yang mengeksplorasi perubahan model jilbab adalah proses hibriditas dan asimilasi budaya global dan lokal. Penelitian ini menemukan lebih jelas pemahaman agama dan konstruksi sosial berpengaruh pada pilihan ekspresi gaya hidup beragama mereka. Dengan ditemukannya beberapa tipe beragama perempuan Muslim kelas menengah di Surabaya beserta motifnya, maka penelitian ini dikatakan menarik, karena membongkar sesuatu yang tersembunyi di balik fenomena yang sengaja dimunculkan.

I. Sistematika Pembahasan

Laporan penelitian dalam bentuk disertasi ini dibagi ke dalam enam bagian. Bab pertama adalah pendahuluan terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, identifikasi dan batasan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, meote penelitian yang terdiri dari teknik penentuan informan, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data. Untuk menjelaskan bahwa penelitian ini merupakan karya orisinil atau belum pernah dibahas oleh orang lain, peneliti mengungkapkan beberapa kajian atau penelitian terdahulu. Di akhir bab pendahuluan ini peneliti menguraikan sistematika pembahasan.

Bab kedua menjelaskan kajian teoretis yang mendialogkan beberapa teori yang dianggap relevan pada penelitian ini. Bab ini terdiri dari tiga bagian. Pertama, konsep kelas menengah Indonesia. Kedua, membahas tentang agama, ekonomi dan pilihan rasional. Bagian ini dibagi lagi dengan pembahasan agama dan keberagamaan, agama dan ekonomi dan terakhir pilihan rasional beragaman.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Ketiga, membahas tentang gaya hidup dan ruang dan waktu, budaya konsumsi dan konsep hidup, kesadaran diri dan identitas.

Pada bab ketiga peneliti memaparkan tentang Muslim kelas menengah kota Surabaya dan perkembangannya di kota Surabaya. Pembahasan bab ini terdiri dari tiga bagian, yaitu sejarah dan perkembangan Muslim kelas menengah Indonesia, perkembangan kota Surabaya dan Muslim kelas menengah Surabaya.

Pada bab keempat peneliti mendeskripsikan hasil wawancara dan pengamatan selama penelitian ini dilakukan. Pada bab ini peneliti membahas ekspresi dan representasi diri perempuan Muslim kelas menengah, yang terdiri dari lima bagian. Bagian pertama membahas ekspresi personal keagamaan yang terdiri dari pembahasan mukena dan ornamen rumah sebagai privasi beragama, dilanjutkan dengan pemmbahasan *ngaji* dan pendidikan dasar agama sebagai konsistensi beragama. Bagian kedua membahas ekspresi sosial keagamaan yang terdiri dari pengajian agama dan kegiatan sosial. Bagian ketiga membahas representasi ekonomi yang berupa pola *shopping*, terdiri dari pilihan tempat menghabiskan waktu dan pilihan produk perawatan tubuh. Bagian keempat membahas representasi budaya berupa busana dan hijab, terdiri dari gaya penampilan dan *trend* mode serta bentuk kesalehan. Pada bagian akhir membahas ekspresi dan representasi beragama senagai bentuk keimanan.

Bab kelima berisi hasil analisa data yang peneliti menjelaskan tiga tipologi yang muncul pada fenomena gaya hidup beragama perempuan Muslim kelas menengah di Kota Surabaya. Tiga tipologi tersebut adalah *legal religius, popular religius dan personal religius.*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bab keenam adalah penutup yang berisi kesimpulan, implikasi teoretik dan rekomendasi penelitian ini.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id