



Weber memberi petunjuk tentang tipe ideal dalam kekuasaan bersumber pada tradisi dan kharisma yang instrumental rasional.<sup>1</sup> Cara penggolongan ini lebih pada aspek kekuatan legitimasi pada kekuasaan, sehingga tidak bisa diterapkan langsung pada penelitian ini yang lebih banyak melihat ekspresi gaya hidup. Sementara, pola gaya hidup yang dipakai dalam penelitian ini menggunakan pendekatan AIO (*Activities, Interests dan Opinions*). Plumer mendeskripsikan bahwa gaya hidup seseorang bisa diketahui dengan cara melihat bentuk aktivitas, bagaimana dan di mana seseorang menghabiskan waktu, bagaimana opini yang sedang dibangun, dan bagaimana karakteristik pendidikan serta lingkungan pergaulannya.<sup>2</sup> Pendekatan Plumer ini cukup menyederhanakan untuk melihat karakteristik gaya hidup informan yang secara eksplisit menunjukkan pemahaman mereka dalam beragama atau paling tidak aktivitas, sikap, pilihan dan pemikiran mereka didasarkan atas semangat keagamaan.

Meskipun demikian, konsep Weber ini tidak bisa diabaikan, karena beberapa hal bisa menjadi rujukan, terutama tentang tindakan dan opini atau pemikiran yang dibangun. Aronovitch menjelaskan lebih detail tentang tipe ideal. Tipe ideal adalah penjelasan berupa elemen-elemen atau kelompok yang didasarkan atas bagaimana kelompok tersebut bertindak, berpikir, dan menyesuaikan diri dengan lingkungan.<sup>3</sup> Konsep tipe ideal Aronovitch ini sebenarnya tidak berbeda bahkan diturunkan dari empat tipe tindakan sosial

---

<sup>1</sup> Max Weber, *From Max Weber: Essays in Sociology*, terj. Noorkholish (Jakarta: Pustaka Pelajar, 2009), 189-313.

<sup>2</sup> Joseph T. Plummer, "The Concept and Application of Lifestyle Segmentation", *Journal of Marketing*, Vol. 38, No. 1 (1974), 33-37; Rob Lawson dan Sarah Todd, "Consumer Lifestyle: A Social Stratification Perspective", *Theory Marketing*, Vol. 2, No. 3 (2002), 295-307.

<sup>3</sup> Hilliard Aronovitch, "Interpreting Weber's Ideal-Types", *Philosophy of the Social Sciences*, Vol. 42, No. 3 (2012), 356-369.

Weber yang berbasis pada orientasi dan tujuan yang ingin dicapai individu.<sup>4</sup> Peneliti menggabungkan dua konsep tersebut dengan mengeksplorasi dan mendeskripsikan motif dan tujuan serta latar belakang sosial. Kedua faktor ini ikut serta mempengaruhi tindakan individu.

Tipologi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah penggolongan yang didasarkan pada pengaruh nilai budaya, pemahaman agama, dan orientasi tindakan. Varian-varian atau tipe gaya hidup beragama perempuan Muslim kelas menengah ini berfungsi sebagai tolok ukur untuk memastikan kesamaan dalam sikap dan tindakan atas pemahaman agama dan pilihan gaya hidup mereka. Hal lain yang mendukung penentuan dan penggolong varian pada kelas menengah adalah hubungan keberagaman kelas menengah baru dengan peluang gelombang pasar melalui produk-produk yang berhubungan dengan kegiatan keagamaan Islam yang dalam konteks penelitian ini dapat dilihat pada pola shopping, busana dan hijab, kegiatan sosial dan seterusnya. Ekpresi keagamaan yang inovatif tersebut pada aspek lain mengandung makna yang menurut Lukens-Bull adalah sebuah komodifikasi agama yang memiliki ideologisasi komoditas dan komoditasi agama, yaitu menjual ideologi seperti halnya menjual produk.<sup>5</sup> Komodifikasi agama memiliki keterkaitan dengan cara bagaimana beragama. Agama dikemas dan ditawarkan kepada pengikutnya yang bisa menghasilkan kerangka kerja untuk tatanan moral masyarakat melalui objektivasi dan

---

<sup>4</sup> Empat tipe tindakan sosial tersebut adalah *zweck-rational action*, *wert-rational action*, *affectual action* dan *traditional action*. Penjelasan ini ada pada Bab II.

<sup>5</sup> Roland Lukens-Bull, "Commodification of religion and the 'religification' of commodities", dalam Patta Kitiarsa (ed.), *Religious Commodifications in Asia: Marketing Goods*, (London dan New York: Roudledge, 2008), 220-234.



Berdasarkan data yang diperoleh dari informan, peneliti menemukan tiga varian atau tipe gaya hidup beragama perempuan Muslim kelas menengah, yaitu *legal religius*, *populer religius* dan *personal religius*. Kata terakhir pada *term* pelabelan ini menunjukkan kesamaan, karena ketiga varian ini pada dasarnya memiliki ciri yang hampir sama, terutama pada aspek cara pandang dalam beragama. Istilah *religius* di belakang setiap varian tersebut menjelaskan keberagaman mereka. *Religius* berarti beragama adalah hal-hal yang bersifat keagamaan atau yang berhubungan dengan agama. Dalam konteks penelitian ini, istilah *religius* tentunya mengarah pada perspektif sosiologis yang lebih diarahkan pada aspek budaya. Sebagaimana yang peneliti sebutkan pada bagian terakhir bab keempat, secara umum perempuan Muslim kelas menengah memandang agama terutama persoalan syariat atau perbedaan *madhhab fiqhīyah* tidak mempersoalkan benar tidaknya keyakinan yang dianut seseorang, mereka mementingkan bagaimana keyakinan agama berpengaruh pada sikap dan perilaku penganutnya.

Varian pertama, yaitu *legal religius*, adalah varian yang menunjukkan bahwa tindakan dan gaya hidupnya lebih banyak berorientasi pada norma-norma agama yang diyakini sehingga aspek legal formal sangat dominan terlihat. *Kedua*, varian *popular religius* adalah varian yang menempatkan budaya populer menjadi acuan utama dalam gaya hidup beragama. Varian ini selalu memperhitungkan nilai yang ingin dicapai dan secara tidak langsung tindakan tersebut memiliki tujuan membangun citra diri dan opini. *Ketiga*, varian *personal religius* merupakan varian yang mengekspresikan gaya hidup beragama berdasarkan



mensinyalir kebangkitan Islam kontemporer para perempuan Muslim dihadapkan pada dua model, yaitu gaya hidup yang relatif baru dan gaya hidup Islami tradisional. Gaya hidup baru yang dimaksud Esposito ini adalah kebarat-baratan dan modern, terjadi pada minoritas perempuan Muslim. Sedangkan gaya hidup Islam tradisional adalah gaya hidup mayoritas perempuan Muslim yang menjalani kehidupan yang sama dengan generasi terdahulu. Dampak sosial yang muncul di kalangan menengah perkotaan, adalah perkembangan [dan sengaja dikembangkan] sebuah gaya hidup alternatif sesuai nilai-nilai Islam, memadukan kehidupan modern, iman, dan identitas Islam mereka.

Sejalan dengan kondisi tersebut, pelabelan *legal religius* yang peneliti maksud adalah perempuan Muslim kelas menengah perkotaan yang memiliki gaya hidup atau *style* tertentu sesuai dengan kriteria penelitian ini. Meskipun mereka memadukan antara unsur tradisional dan modern, pada dasarnya varian ini (*legal religius*) masih lebih mengedepankan aspek normatif, legal dan formal pada ajaran agama yang diyakininya. Varian ini juga bisa dinamakan sebagai kelompok neo-konservatif. Mereka mempertahankan dan berpegang teguh pada nilai-nilai agama yang tradisional. Kelompok ini mempunyai kesadaran bahwa nilai-nilai agama tersebut harus dipertahankan sebagai tanggungjawab individu untuk menghadapi perubahan sosial yang menurut varian ini bisa menimbulkan kegoyahan keyakinan beragama.

Pemahaman agama varian ini terlihat sedikit tekstualis, normatif, dan aturan legal agama menjadi acuan. Mereka cenderung tetap mempertahankan tradisi lokal dengan sedikit sentuhan modern atau tradisional. Jika varian ini

dikaitkan dengan orientasi tindakan, maka sebenarnya mereka merupakan penggabungan dari tindakan afektif dan tindakan tradisonal, yaitu bahwa ekspresi gaya hidup beragama mereka tergantung dari kondisi dan orientasi emosional berdasarkan pada kebiasaan. Mereka sulit tercerabut dari akar *social background* dan mempertahankan tradisi atau kebiasaan secara turun temurun.

Keberagamaan dengan corak legal dan normatif pada dasarnya sudah ada sejak dulu dan menjadi ciri khas pada semua agama. Abdullah menegaskan bahwa pada aspek normativitas, pemahaman agama biasanya dibangun, diramu, dibakukan, dan ditelaah melalui pendekatan doktrinal-teologis yang pada batas tertentu bercirikan literalis, tekstualis, dan skripturalis.<sup>10</sup> Bahkan, terkadang kelompok literalis ini cenderung mengabsolutkan teks yang telah tertulis tanpa usaha memahami latar belakang (konteks) dari teks-teks keagamaan yang ada. Pemahaman agama yang normatif tersebut lebih menyentuh pada aspek batiniyah-eksoteris. Dogma agama yang dipahami secara literalis menjadi kunci utama tindakan varian ini, demikian juga dengan hal-hal yang bersifat spiritual-etis menjadi perhatian utama mereka.

Bagi varian *legal religius*, konsistensi beragama menjadi bagian dari tindakan mereka. Simbol-simbol agama yang bersifat personal dipertimbangkan dan disesuaikan dengan pemahaman agamanya. Meskipun tindakan mereka masih bersifat afektif dan memegang tradisi, tetapi ekspresi keagamaan dan representasi gaya hidup mereka masih menunjukkan ciri khas sebagai kelas menengah, yaitu tindakan rasional. Sebagaimana yang peneliti yakini bahwa agama dan ekonomi

---

<sup>10</sup> Amin Abdullah, *Studi Agama Normativitas atau Historisitas* (Jakarta: Pustaka Pelajar, 2002), x-vii.



karena kebiasaan tersebut banyak dilakukan oleh Muslim di Indonesia yang biasanya tinggal di pedesaan atau pada beberapa etnis dan golongan tertentu.

Pada sisi yang lain, peneliti melihat bahwa barang atau benda yang mereka konsumsi adalah “wakil” kehadiran mereka di ruang publik atau ruang privat. Penampilan identitas Muslim menjadi tujuan akhir mereka terutama pada lingkungan sosialnya. Keterkaitan antara nilai agama dan kekuatan ekonomi (meminjam istilah Bourdeau, *social capital*) menentukan bentuk ekspresi mereka. Sebagaimana pada argumen awal, faktor pertukaran (*exchange*) tetap terlihat di mana kesalehan sebagai Muslim yang taat dipertukarkan dengan bentuk materi atau benda. Faktor estetika atau keindahan dan elegan (berbeda dengan lainnya) pada benda yang ditampilkan (ornamen rumah, dalam kasus ini) menandakan kekhasan kelas mereka. Secara kualitas dan nominal benda tersebut menandakan kemampuan ekonomi mereka atau sesuai dengan status kelas mereka sebagai kelas menengah.

Hal menarik pada varian ini adalah pada representasi gaya hidup, baik pada aktivitas ekonomi dan budaya. Meskipun nilai-nilai tradisional keagamaan yang cenderung fundamental masih dipegang, tetapi mereka juga tidak bisa menghindarkan diri dari kondisi perkotaan dan lingkungan sosial yang mereka hadapi. Pemilihan tempat untuk menghabiskan waktu luang juga dipertimbangkan oleh varian ini. Sebagai salah satu contoh, mall yang mereka pilih adalah mall yang dirasa nyaman dan bersih serta disesuaikan dengan konsistensi mereka menjalankan ajaran agama. Oleh karena itulah sarana ibadah (seperti mushalla





melakukan beberapa negosiasi pada arus modernisasi. Negosiasi tersebut berupa penerimaan terhadap nilai sekularistis dan materialistis, dengan tetap mempertahankan sebagian dari norma-norma agama atau tradisi lama. Contoh yang terlihat adalah pendidikan dasar untuk anak-anak mereka. Meskipun pendidikan sekuler modern menjadi acuan/pilihan, tetapi mereka masih konsisten dengan nilai-nilai dan tradisi agama. Pendidikan dasar agama pada anak diutamakan, mereka mempercayakan pada lembaga pendidikan Islam. Meskipun demikian mereka memiliki kecenderungan untuk pendidikan tingkat menengah pada lembaga pendidikan umum atau lembaga pendidikan agama yang bonafit dan terkenal.

Melihat ciri khas varian *legal religius* tersebut di atas, dapat dikatakan bahwa motif dan tujuan akhir tindakan mereka adalah konsistensi identitas. Mereka tidak sepenuhnya mempunyai sikap terbuka pada perubahan kehidupan di kota. Opini yang dibangun varian ini adalah sikap yang selektif dan cenderung isolatif pada beberapa persoalan yang dianggap tidak ada referensi yang jelas dalam agama. Pola agama varian ini adalah induksi, yaitu memahami agama sebagai satu kesatuan yang tidak terpisah. Cara berfikir yang berawal dari keyakinan dan diperkuat dengan dalil-dalil dan argumentasi dalam agama. Agama adalah alat melegitimasi semua perilaku, sikap dan cara pandang dalam kehidupan keseharian.

## **B. Popular Religius**

Varian kedua yaitu *popular religius* ini terkesan bertolak belakang dan berbeda dari varian pertama. Gaya hidup beragama dalam varian ini adalah gaya hidup yang berorientasi pada nilai-nilai budaya populer. Mereka bertujuan membangun citra diri dan opini tentang status sosial mereka, yaitu Muslim kelas menengah. Secara rasional, mereka selalu mempertimbangkan, mengupayakan, dan memperhitungkan nilai yang ingin dicapai.

Sesuai dengan pelabelan varian ini, yaitu *popular religius*. Kelompok ini sesuai dengan orientasi mereka yang mengikuti budaya populer, maka model beragama mereka lebih memperhitungkan hal-hal yang substantif. Istilah populer dalam pengertian bahasa adalah sesuatu yang dikenal atau disukai orang banyak bersifat umum. Berkaitan dengan representasi budaya, peneliti berpendapat bahwa budaya populer adalah sarana transformasi identitas perempuan Muslim kelas menengah dalam membentuk gaya hidup beragama.

Pelabelan ini sebenarnya peneliti pakai dengan mengacu pada pemahaman mereka sendiri. Pemahaman yang tekstualis cenderung dihindari dengan alasan bahwa konteks dan situasi yang berbeda dari masa ke masa. Penafsiran dan pemahaman yang berbeda melahirkan keragaman pemahaman *fiqhīyah* dan teologis. Praktik-praktik keagamaan yang secara ritual diterjemahkan sesuai dengan konteks dan terkesan tidak seperti teks yang tertulis.

Variasi-variasi beragama pada Muslim Indonesia tersebut oleh beberapa peneliti diistilahkan dengan beberapa tipologi, dimulai dari Islam rakyat (*folk*





rendah budaya populer, hal ini disebabkan karena budaya populer tidak memiliki daya tarik universal, bersifat massal, palsu, dan seragam.<sup>21</sup>

Terlepas dari perdebatan tentang budaya populer, peneliti berpendapat bahwa yang perlu diperhatikan saat ini adalah bahwa nampaknya budaya populer menjadi rujukan gaya hidup kelas menengah perkotaan. Zukin menilai gaya hidup perkotaan menggambarkan suatu representasi tentang perubahan struktur dan adaptasi.<sup>22</sup> Zukin menambahkan juga bahwa, dalam kerangka analisis, gaya hidup kelas menengah membentuk pola konsumsi yang dipengaruhi oleh ruang, simbol, lingkungan sosial, dan pendidikan. Pilihan-pilihan tersebut merupakan kesadaran diri sebagai konsekuensi pilihan gaya hidup.

Pada konteks ini *event* atau pameran bertema Islam di Surabaya yang setiap tahun selalu diramaikan oleh kelas menengah adalah proses komunikasi antarmereka. Kelas menengah secara tidak langsung memproduksi, mereproduksi, dan mengonsumsi budaya yang sengaja mereka ciptakan sendiri. Hasil penelitian ini dapat dianalisa bahwa varian *popular religious* menggunakan simbol-simbol agama sebagai instrumen gaya penampilan mereka, sekaligus sebagai penegasan status sosial mereka sebagai kelas menengah yang berbeda.

Peneliti menemukan bahwa munculnya *Hijaber Mom Community* di Surabaya adalah salah satu instrumen komunikasi varian ini. Busana dan hijab digunakan sebagai mekanisme dan ideologi di arena publik. Di sisi lain, simbol-simbol agama juga dipakai sebagai sarana komunikasi politik budaya, politik

---

<sup>21</sup> Ariel Heriyanto, *Identitas dan Kenikmatan: Politik Budaya Layar Indonesia*, terj. Eric Sasono (Jakarta: Gramedia, 2015), 23-24.

<sup>22</sup> Sharon Zukin, "Urban Lifestyle: Diversity and Standardisation in Spaces of Consumption", *Urban Studies*, Vol. 35, No. 5-6 (1998), 825-839.

gender, dan *performance* atas kekuatan perempuan. Sebagaimana yang dikatakan oleh Yakin, boneka Barbie yang populer di kalangan perempuan dipakai sebagai alat komunikasi ekspresi tubuh sebagai perilaku, termasuk perilaku keagamaan dengan menggunakan fashion dan tubuh boneka Barbie.<sup>23</sup> Politik dan produksi budaya menggunakan agama boneka Barbie yang berbusana Muslim dan berjilbab sebagai simbol budaya populer di kalangan perempuan. Jones melihat bahwa busana Muslim memunculkan dua hal yang berbeda yaitu kesalehan Islam dan konsumerisme, sebuah fenomena komodifikasi agama yang tidak bisa dikatakan sebagai proses yang sederhana. Jones melihat bahwa busana Muslim lebih menunjukkan pada hubungan antara kepercayaan, gender dan materialitas.<sup>24</sup> Sementara Gökariksel melihat bahwa perempuan dan *fashion* (busana Muslim) adalah sebuah pola penampilan kebaikan secara pribadi, menjadi komoditas yang dapat ditukar dengan nilai.<sup>25</sup> Pada konteks ini perempuan lebih terlihat sebagai sarana dan wadah yang subur dalam mengembangkan citra politik budaya Islam yang secara estetika dianggap memiliki daya tarik yang lebih kuat. Kepopuleran sebuah desain dan mode busana ikut berperan dan mewarnai gaya beragama pengikutnya. Pada sisi yang berbeda pula peran perempuan dalam ranah ini dianggap sebagai sarana yang tepat untuk mengembangkan politik budaya kesalehan.

---

<sup>23</sup> Amina Yakin, "Islamic Barbie: The Politic of Gender and Performantivity", *Fashion Theory*, Vol. 11, No. 2/3, 173-188;

<sup>24</sup> Carla Jones, "Fashion and Faith in Urban Indonesia", *Fashion Theory*, Vol. 11, 2/3, Juni, 2007, 211-232; "Better Women: The Cultural Politics of Gendered Expertise in Indonesia", *American Anthropologist*, Vol. 112, No. 2, 270-282.

<sup>25</sup> Banu Gökariksel dan Ellen Melarney, "Muslim Women, Consumer Capitalisme, and Islamic Culture Industry", *Journal Middle East Women's Studies*, Vol. 6, No. 3, Fall, 2010, 1-18.



perempuan Muslim kelas menengah. Kesan warna busana yang semula gelap dan monoton, diganti dengan warna cerah, *bright* dan *colorful*. *Event* pameran, seminar Islam, pengajian, bakti sosial, kelompok *hijaber*, media sosial, dan artis terkenal (Ratih Sanggarwati dan Inne – pada kasus penelitian ini) adalah sarana reproduksi budaya populer yang diproduksi oleh perempuan Muslim kelas menengah, yang kemudian dilanjutkan dengan proses konsumsi.

Dengan kalimat lain bisa disebutkan bahwa budaya populer adalah bentuk konsumsi simbolik. Penekanan konsumsi simbolik terletak pada nilai simbolik suatu produk lebih besar dibandingkan dengan nilai guna dan fungsi produk tersebut. Barang atau produk yang dikonsumsi atau yang dipakai adalah simbol kehadiran mereka di ruang yang mereka pilih. Meskipun mereka merespon dan terlibat dengan budaya populer, kelas menengah varian *popular religious* tetap melakukan perubahan-perubahan dan variasi-variasi budaya populer. Mereka menyadari tentang pentingnya identitas diri yang tegas dan jelas, karena tujuan yang ingin dicapai oleh kelompok ini adalah sebagai Muslim kelas menengah yang memiliki karakteristik yang khas.

Tanpa menafikan latar sosial dan pendidikan agama yang dialami oleh varian ini, beberapa alasan perubahan mode yang dilakukan oleh Inne, Nelly, Sukma, dan Rosi—yang semula berjilbab pendek berubah menjadi *shar'ī* pada waktu tertentu—adalah karena *trend* model, yaitu model yang mutakhir atau bergaya modern. Pilihan model busana tersebut tidak disebabkan oleh perubahan pandangan, keyakinan, dan ideologi menjadi fundamentalis. Pilihan tersebut mutlak karena alasan perkembangan *trend* busana. Sementara *trend* mode busana

dan hijab *ala* fundamentalis, yang “dimodifikasi” sedemikian rupa, adalah bentuk representasi kesalehan publik yang modis. Di sisi lain, bisa dinilai bahwa penolakan mereka terhadap pandangan dan ideologi sebagai kelompok fundamentalis adalah penanda bahwa mereka sedang membangun konsep diri. Bagi varian *popular religious* busana dan hijab tidak hanya sebagai kebutuhan religiusitas, tetapi penampilan identitas yang memiliki makna dan nilai penting bagi kehidupan sehari-hari mereka.

Situasi modern dan era keterbukaan saat ini adalah situasi fluiditas (*cair*). Tidak ada paksaan dan tidak terjadi tekanan dari luar. *Interest*, opini, dan pilihan diri menentukan hidup, *self-management*, *self-discipline* atau disebut dengan era *do it your self* adalah pilihan rasional gaya hidup beragama varian *popular religious*. Kesadaran menciptakan diri kembali atau disebut era *reality show*, berpenampilan “cool” dan narsistik dalam bentuk *selfie* atau *wefie* merupakan hal yang wajar dan cenderung sebagai keharusan. Varian ini selalu meng-*update* diri dalam lingkungan media sosial. Penerimaan dan kesadaran eksotisme kultural dan multikultural membawa varian ini semakin *fluid* dan selalu mengalami perubahan yang sangat cepat. Terkadang sedikit sulit menebak arah budaya yang dipilih tanpa ada analisis yang mendalam. Demikian juga era *yogies* menjadi ciri khas yang menarik pada varian ini. Mereka (kasus Nelly dan Inne) tertarik pada kesehatan atau *wellness* yang dianggap sebagai salah satu unsur motivasi untuk melakukan aktivitas keagamaan secara rutin. Dengan demikian, secara tidak langsung, gaya hidup *wellness* membentuk gaya hidup beragama perempuan Muslim kelas menengah pada varian ini. Tidak berlebihan jika peneliti menilai

bahwa semua aktivitas varian ini, termasuk di komunitas *hijaber*, adalah sarana yang mereka gunakan untuk menjadikan dirinya sebagai *trendsetter* (panutan) budaya Muslim kelas menengah.

Kelompok ini melakukan moderasi-moderasi atas perubahan sosial yang mereka hadapi. Mereka menyadari bahwa kehidupan, situasi dan kondisi selalu mengalami dinamika. Kelompok ini bisa dikatakan sebagai kelompok yang melakukan moderasi nilai-nilai agama yang disesuaikan dengan perubahan yang terjadi secara terus menerus, oleh Kamali di sebut *middle parth* atau *wassatiyyah*.<sup>29</sup> Sekilas varian *popular religius* terlihat sebagai kelompok yang selalu mengikuti mode atau dalam istilah sehari-hari disebut “korban mode” atau larut pada perubahan *trend* yang sedang berkembang atau budaya populer. Meskipun demikian, sebenarnya mereka memiliki tujuan yang jelas. Tujuan dan motif sebagai *trendsetter* budaya Muslim adalah alasan kuat menolak anggapan tersebut. Diferensiasi, kreatifitas, wawasan dan perhitungan yang matang selalu diupayakan oleh kelompok ini. Varian ini menyadari bahwa mereka mampu menjadi aktor atau agen perubahan sosial terutama dalam hal membuat perubahan dan penyadaran budaya busana yang modis dan *stylish* bagi perempuan Muslim.

Konteks ini bisa dianalisa dengan memakai sudut pandang yang berbeda di mana konsumsi budaya populer yang terkesan pada *speed* (kecepatan) yang tinggi menyebabkan terjadinya proses hegemoni antarmereka sendiri dan juga struktur makro. Komunitas, perkumpulan, dan kegiatan yang terkesan eksklusif (*Hijaber Mom Community* dan *garage sale*) menunjukkan suatu sikap elitis dan memiliki

---

<sup>29</sup> Muhammad Hashim Kamali, *The Middle Parth of Moderation in Islam: The Qur’anic of Wasatiyyah*, (New York: Oxford University Press, 2015), 25-30.

*social network* yang luas, yang memperkuat keyakinan mereka untuk melakukan proses hegemoni kepada kelas di bawahnya. Dalam rangka memperkuat posisi tersebut, varian ini selalu melakukan inovasi-inovasi.

Diferensiasi status sosial tidak hanya dapat dilihat dari budaya busana dan hijab tetapi juga pada desain yang ditampilkan. Perubahan desain memberi daya tarik (*eye appeal*) dan nilai tambah (*added value*) pada produk yang diluncurkan. Produksi dan reproduksi budaya yang mereka bangun secara tidak langsung memberikan keuntungan pada konsumen ataupun produsen budaya. Konsumen distimulasi untuk mencari model secara terus menerus. Perubahan-perubahan yang terjadi mempengaruhi konstruksi identitas, pembentukan relasi, dan kategori-kategori peristiwa. Proses tersebut sejatinya adalah proses peneguhan identitas yang dibungkus dengan konsumerisme. Slogan “saya belanja maka saya ada”<sup>30</sup> nampaknya menjadi motif tersembunyi. Nilai pertukaran (*exchange value*) terlihat pada pertukaran nilai kesalehan (hijab) dengan unsur konsumtif. Pada titik ini, konsumsi budaya populer memiliki dua nilai, yaitu sebagai wujud pemuasan kebutuhan identitas dan sebagai fungsi representasi sosial dan ekonomi.

Terlepas dari kritik dan kemungkinan yang terjadi, varian *popular religious* mencoba membangun opini transformasi identitas dan demonstrasi agama. Transformasi identitas tidak hanya pada aspek simbolik-estetik, tetapi juga pada substantif-etik. Pemahaman agama yang lebih cenderung substansialis dan unsur-unsur historisitas dikedepankan sehingga mendorong mereka menampilkan simbol-simbol keislaman pada benda, yang secara substansi tetap memuat nilai-

---

<sup>30</sup> Haryanto Soejatmiko, *Saya Belanja maka Saya Ada: Ketika Konsumsi dan Desain sebagai Gaya Hidup* (Yogyakarta: Jalasutra, 2008), 9-10.

nilai etis agama (aturan agama). Aspek historisitas dan latar belakang teks keagamaan berusaha dipahami pada konteks kekinian, yang sudah tentu disesuaikan dengan pemahaman mereka, dan dikonfirmasi kepada ustadz yang mereka tunjuk. Telaah dan pemahaman mereka terhadap ajaran agama tidak meninggalkan aspek kultural, sosiologis, dan juga psikologis.

Varian ini dianggap cukup rasional dan menganggap bahwa identitas sosial adalah konsep diri yang harus diusahakan dan dicapai. Varian ini memiliki tingkat perhitungan yang cukup tinggi di mana tindakan dan keputusan dilakukan secara mandiri, rasional, dan bersifat instrumental. Pilihan tindakan tersebut bertujuan dan memiliki target yang harus dicapai. Oleh karena itu, tingkat rasionalitas mereka melalui proses analisis, perhitungan, dan efisiensi. Dalam konteks inilah relasi antara agama, kelas sosial, kepentingan ekonomi dan mode produksi membutuhkan pilihan yang bersifat rasional.

### ***C. Personal Religius***

Varian terakhir adalah *personal religius*, kelompok yang gaya hidup beragama mereka disesuaikan dengan selera di mana kepentingan subjek atau individu didasarkan pada *stock of knowledge*. Varian ini memiliki keunikan yang berbeda dari dua varian sebelumnya. Sesuai dengan label yang peneliti berikan, varian ini sebenarnya muncul karena terjadinya proses negosiasi diri atas keputusan dan pilihan beragama dan bergaya hidup. Proses negosiasi tersebut berlandaskan pada selera personal dan sangat subjektif.

Perempuan Muslim kelas menengah yang termasuk dalam kelompok ini menggunakan tindakan rasional berdasarkan nilai (*value-rational action*), meminjam konsep Weber. Alasan dan tujuan pilihan tersebut berdasarkan atas nilai-nilai yang diyakini secara personal tanpa pertimbangan apakah pilihan tersebut berhasil atau tidak. Pilihan kelompok ini tentunya tidak mempertimbangkan target yang ingin dicapai sebagaimana kelompok *popular religius*.

Simbol identitas seseorang menjelaskan tentang perkembangan ekonomi dan lingkungan politiknya. Dua hal ini (orientasi politik dan ekonomi) tidak jarang mengaburkan pandangan untuk menilai identitas seseorang. Proses pembentukan identitas beragama pada individu selain disebabkan oleh konstruk personal, juga dimainkan oleh proses di balik konstruksi dan dekonstruksi sosial yang terjadi. Abdulkader Toyeb berpendapat bahwa identitas Muslim dibentuk atas bayang-bayang imperialisme dan kapitalisme. Pendapat Toyeb ini didasarkan atas teori Taylor yang menjelaskan bahwa identitas seseorang disebabkan oleh dialog masa lalu dan saat ini (*dialogue of the past and the present*), dan juga hasil konstruksi kolonialisme dan ketertindasan.<sup>31</sup> Dialog antara masa lalu dan masa sekarang menjadi kunci utama peneliti untuk memberikan pelabelan pada kelompok ini. Terjadi proses konstruksi diri pada varian ini untuk membentuk

---

<sup>31</sup> Tiga tahap yang menurut Toyeb membentuk identitas Muslim di masa modern ini, yaitu masa Muslim reformis yang dipelopori oleh Muhammad Abduh, kedua adalah Islamis yang dikenalkan oleh Maududi, dan ketiga adalah tradisional yang muncul sebagai penyeimbang dua kelompok sebelumnya. Abdulkader Toyeb, "The Shifting Politics of Identity" dalam *Islam and Modernity: Key Issues and Debates*, Muhammad Khaled Masoud, Martin Van Bruinessen, dkk. (Scotland: Ediburgh University Press, 2009), 261-264; Charles Taylor, *Sources of the Self: The Making Modern Identity* (UK: Cambrigde University Press, 1989), 25-35.

identitas baru yang mencoba “mendamaikan” dua kelompok sebelumnya yang terkesan bertolak belakang.

Meskipun konteks yang dipaparkan oleh Toyeb tidak berhubungan secara langsung dengan pembahasan ini, tetapi peneliti melihat ada beberapa hal yang menjadi pertimbangan. Unsur kapitalisme modern yang berbentuk hegemoni budaya konsumerisme dan budaya populer yang berupa *trend* busana dan hijab membentuk sikap di kalangan mereka. Kelompok *personal religius* tidak mudah menerima arus budaya populer yang melanda komunitas Muslim, tetapi pada sisi lain mereka juga tidak menolak atau menghindari budaya dan hijab terutama yang bermodel “gaul”. Hal yang terpenting adalah mengetahui konstruksi personal, yaitu bagaimana pilihan diambil ketika seseorang memutuskan *dress code*, ciri baju, seni yang dipilih, pendidikan, dan ketaatan beragama. Gaya hidup beragama varian ini mereduksi dan mengonfirmasi perkembangan sosial dan budaya dengan nilai-nilai agama. Proses reduksi dan konfirmasi tersebut tentunya disesuaikan dengan pemahaman, selera pribadi yang dianggap sesuai dengan diri informan.

Di sisi yang lain varian ini juga tidak menjadi eksklusif, teralienasi, dan termarginalkan. Mereka melakukan beberapa negosiasi, yang menurut pandangan mereka, merupakan sebuah pilihan yang rasional. Varian ini mengidentifikasi diri sebagai kelompok yang berbeda dan penyeimbang bagi dua kondisi yang terkesan bertolakbelakang. Varian *personal religius* memang sedikit memiliki persamaan dengan varian *legal religius* di mana pemahaman keagamaan mereka cenderung literalis dan norma-norma agama serta nilai-nilai yang bersifat formal memiliki peran penting dalam gaya hidup beragama mereka. Oleh karena itu, identitas

personal merupakan aspek yang sangat penting untuk melihat dan mengategorikan seseorang sebagai bagian dari varian ini. Personalitas dan subjektivitas menjadi ciri khas varian ini.

Perkembangan kondisi ekonomi, sosial, politik, dan budaya berperan terhadap pilihan tindakan varian ini. Hal yang perlu digarisbawahi pada varian ini adalah kesadaran diri. Seiring dengan pendapat Tajfel, identitas sosial adalah konsep diri (*individual's self concept*) yang menunjukkan tingkat pendidikan atau pengetahuan individu ataupun kelompok di mana dia bergabung.<sup>32</sup> Masyarakat dan lingkungan menentukan sukses atau tidaknya bentuk-bentuk atau pola berbusana, bahasa, dan berperilaku.<sup>33</sup> Peneliti melihat varian ini sebagai kelompok penyeimbang antara kelompok tekstualis atau dalam kajian ini dinamakan varian *legal religius* dengan kelompok yang cenderung substansialis yaitu mereka yang memiliki gaya hidup *popular religius*. Varian ini ini bisa disebut sebagai kelompok yang memiliki pandangan postmodernisme.<sup>34</sup> Mereka memandang perlu adanya koreksi beberapa aspek perubahan sosial yang bersifat modern, mereka diharuskan untuk menghargai tradisi-tradisi atau nilai—nilai normatif agama dengan mendialogkan tatanan sosial, produk teknologi, fragmentasi gaya hidup, kosumerisme dan beberapa hal yang dianggap memiliki nilai materi. Varian ini mencoba memadukan dan sintesa antara gaya hidup *legal religius*

---

<sup>32</sup> Hendri Tajfel, *Differentiation between Social Groups: Studies in Social Psychology of Intergroup Relations* (London: Academic Press, 1978), 63.

<sup>33</sup> Wolfgang Wagner, Ragini Sen dkk., "The Veil and Muslim Women's Identity: Cultural Pressure and Resistant to Stereotyping", *Culture and Psychology*, Vol. 4, No. 18 (2012), 521-541.

<sup>34</sup> Istilah postmodern memiliki banyak arti. Gidden menyebut sebagai bentuk modernisme yang sudah sadar diri, sedangkan Griffin menyebut sebagai koreksi beberapa aspek modernisme. *The Consequences of Modernity* (USA: Stanford University Press, 1996); Gilbelt, Paul. *Cultural Identity and Political Ethics*. UK: Edinburgh University Press, 2010; Griffin, David Ray. *Visi-Visi Postmodern: Spiritualitas dan Masyarakat*, terj. A. Gunawan Admiranto, (Yogyakarta: Kanisius, 2005).



panjang dan baju abaya. Menurut mereka busana model tersebut adalah busana yang sesuai dengan ajaran Islam. Pemaknaan dan pemahaman istilah *shar'ī* bagi varian ini tidak berbeda dari istilah yang digunakan oleh varian *popular religius*.

Kesalehan beragama memiliki dua orientasi, yaitu orientasi nilai intrinsik dan ekstrinsik.<sup>36</sup> Secara intrinsik, kesalehan adalah wujud motivasi seseorang atas keyakinan agamanya yang menjadi tujuan akhir dan bentuk pencapaian seseorang pada pemahaman agamanya. Sementara di sisi lain, unsur ekstrinsik agama berorientasi bahwa agama adalah alat (*instrument*) dan bisa memberikan keuntungan (*utilitarian*). Busana-hijab *shar'ī* juga memiliki nilai intrinsik dan ekstrinsik. Secara intrinsik, busana-hijab *shar'ī* 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 *shar'ī* memiliki nilai profan yang menunjukkan budaya Islam yang sedang populer, tetapi masih memiliki nilai-nilai agama yang bersifat etis sekaligus estetis. Sebagaimana pada dua varian sebelumnya, bagi varian *personal religius*, model busana dan hijab *shar'ī* mencerminkan bentuk kesalehan yang bersifat publik yang kemudian ditampilkan untuk mempertegas status kekuatan ekonomi mereka.

---

<sup>36</sup> Para ilmuwan sepakat bahwa dalam agama terdapat motif yang bersifat intrinsik dan ekstrinsik. Pembahasan ini menjadi paradigma dalam studi agama terutama jika dihubungkan dengan pembahasan psikologi agama. Allport GW dan Ross MJ, "Personal Religious Orientation and Prejudice", *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 5, (1967), 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), 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), 217-233.

Secara personal varian *personal religius* ini memang mempunyai *style* yang khas dan personal, berbeda dari lainnya. Mereka cenderung tidak berganti mode atau *trend* ketika *trend* tersebut sedang berubah. Mereka memiliki *style* tersendiri dan khas yang disesuaikan dengan kecenderungan pribadi. Dengan kata lain, mereka tidak bersedia untuk dikatakan sebagai “korban” mode. Akan tetapi secara implisit mereka menyatakan diri sebagai kelas menengah yang terkesan elitis, terutama karena kekuatan ekonomi, atribut dan simbol agama yang mereka kenakan dan tampilkan. Meskipun varian ini secara eksplisit menyatakan bahwa mereka tidak terpengaruh dengan mode busana yang selalu berkembang, tetapi menurut peneliti varian ini tetap mencerminkan bahwa mereka terbawa arus hegemoni dan kapitalisasi budaya busana Muslim dan komodifikasi agama yang terbungkus pada patron atau istilah *shar‘ī*.

Mereka yang terkelompok dalam varian *personal religius* melakukan reduksi. Memadukan budaya Islam yang terkesan tradisional dengan budaya populer, yaitu memanyungi sekaligus mengawinkan antara tradisional, fundamental dan modern populer. Sakralisasi dan profanisasi simbol agama menjadi ciri khas varian *personal religius*, mereduksi antara norma-norma agama dengan budaya populer. Sehingga representasi budaya mereka lebih terkesan mengalami proses hibridisasi, yang menghasilkan model budaya yang baru, hasil pencangkakan dua budaya yang berbeda. Varian *personal religius* ini adalah produk baru hasil pencangkakan antara *legal religius* dan *popular religius*.

Melacak perbedaan ketiga varian tersebut, *legal religius*, *popular religius* dan *personal religius* bukan merupakan hal mudah. Hal ini karena ketiga varian



		yang elegan	
<b>Popular Religius</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Substantif</li> <li>2. Simbolik</li> <li>3. Sosial</li> <li>4. Pola agama deduksi</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sadar budaya populer</li> <li>2. Nilai etika dan estetika</li> <li>3. Transferensi nilai sakral ke profan</li> <li>4. Profanisasi budaya</li> <li>5. Diferensiasi dan kreatifitas</li> <li>6. Konsumsi simbolik</li> <li>7. Karakteristik yang khas</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Transformasi identitas</li> <li>2. Produksi dan reproduksi budaya</li> <li>3. Demonstrasi agama</li> <li>4. Membangun konsep diri</li> <li>5. <i>Trendsetter</i> budaya Muslim</li> </ol>
<b>Personal Religius</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Subtansial</li> <li>2. Referensial</li> <li>3. Personal</li> <li>4. Sosial</li> <li>5. Pola agama reduksi</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Reduksi: hibriditas budaya – cenderung memilih yang elegan</li> <li>2. Nilai etika dan estetika</li> <li>3. Sakralisasi dan profanisasi simbol agama</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Integrasi identitas</li> <li>2. Simbol budaya: interaksi yang eksklusif dan personal</li> </ol>

Pada aspek yang lebih dalam, ketiga varian ini mengalami polarisasi dalam pemahaman agama. Perempuan Muslim kelas menengah di Surabaya ini memiliki kesamaan dalam mengekspresikan keagamaan secara personal. Ornamen rumah dan mukena sebagai simbol privasi beragama tidak ada perbedaan. Mereka sepakat bahwa konsistensi beragama dimulai dari pendidikan agama. Proses internalisasi dan latar sosial yang berbeda mengakibatkan proses objektivasi yang berbeda sehingga ekspresi dan representasi yang ditampilkan juga berbeda. Proses polarisasi yang berbeda dapat disatukan kembali ketika pada aspek motif atau tujuan akhir kelas menengah yang berorientasi rasional dengan melakukan beberapa pilihan rasional (*rational choice*) sesuai dengan motif utama mereka, yaitu mempertegas dan menunjukkan identitas Muslim (*show their identity*). Mereka menjadikan nilai-nilai normatif sebagai acuan dalam kehidupan sehari-hari dan pada saat yang sama mereka juga tidak melupakan nilai-nilai estetika,

terutama dalam *performance* busana dan hijab. Berpakaian bukan hanya sebagai kewajiban agama, yaitu menutup aurat, tetapi—dalam konteks ini—mereka lebih mempertimbangkan aspek diferensiasi (unsur pembeda) dari kelas sosial lainnya dan sebagai simbol ekspresi kelompok yang mereka ikuti.

Pada aspek sikap, ketiga varian perempuan Muslim kelas menengah ini lebih terlihat pragmatis karena sikap rasional dan beberapa pertimbangan pilihan yang diputuskan. Konsep *exchange* dan *utility* menjadi sebab atas sikap tersebut. Budaya konsumerisme, narsistik dan artikulatif tidak bisa dihindari pada konteks kelas menengah perkotaan, terutama disebabkan oleh tujuan mereka yaitu untuk mempertegas identitas diri.

Secara sadar mereka memiliki kewajiban moral untuk menunjukkan identitas Muslim dengan harapan sebagai *agency* atau *trend setter*. Motif dan tujuan akhir adalah hasil sosial atau *social outcome*. Modal kapital dan modal sosial yang menempel pada perempuan Muslim kelas menengah, berada di lingkungan perkotaan serta arus informasi membentuk motif dan tujuan akhir yang berbeda juga. Secara estetika mereka merepresentasikan agama dengan penampilan yang elegan, sehingga ada konsep *opportunity cost* atau *cost* (biaya) untuk mencapai tujuan representasi agama. Pertukaran nilai atau *exchange value* ditransformasikan dalam bentuk materi atau benda yang elegan yang secara tidak langsung bernominal tinggi.

Di sebagian masyarakat terdapat anggapan bahwa tindakan perempuan Muslim kelas menengah ini dianggap tidak rasional tetapi secara cepat mereka merespon dengan menghasilkan produk-produk sosial yang memiliki nilai positif



