

## ABSTRACT

The broad studies on Islamist politics have been giving much attention to male participation but less to women. Although Islamist women provide unceasing support to sustain political Islam, their active roles are often seen as complementary. Within the Ideological Muslimah community which I elaborate on in this research, however, women form a solid membership base and show active agency. This research studies how emotion shapes the identity, motivation, agency, strategy, and political trajectory of the women actors. This research begins with several questions: 1] Why do women join the Ideological Muslimah Islamist movement? How does emotion lead them to engage in Islamism? 2] How does the identity of Ideological Muslimah activists configure their political activism? and 3] What kind of agency is cultivated by the Ideological Muslimah activists in the community? How does such an agency operate and manifest in activism?

This research was conducted using in-depth interviews, participant observation, and documentation of some of their online activities. By applying the theory of passionate politics initiated by James Jasper et al, voice theory by Maria Lugones and Elizabeth Spelman, as well as agency theory from Saba Mahmood and habitus from Pierre Bourdieu, this research portrays the narratives and experiences of the actors from their insider perspectives.

This research found that the emotional dimension greatly influences the involvement of the actors in the movement both at the stage of recruitment and action. Actors develop their personal and collective identities through the process of self-cultivation, which is inherently intertwined with emotional experiences, some of which are influenced by the community. Throughout the mentoring process, they acquire their passionate agency and manifest it in their passionate activism. Passionate agency refers to the capacity to act that arises because the individual utilizes her emotional faculty in self-cultivation, ethical formulation, and action. Passionate agency manifests in three strategic agencies for activism, namely: adaptive, defensive, and confrontative passionate agency. Through these agencies, actors negotiate, withstand socio-political pressure, and confront values considered detrimental to their interests. This research discovers that the agency of the actors manifests in diverse expressions even in anomalies that challenge the idea of uniformity in the movement. While depersonalization does occur at the macro level, it is not as readily apparent in the micro and meso level at personal, cultural and spiritual lives of the actors. This diversity illustrates the evolving political landscape of Islam that grows in spectrum. By including narratives from the insiders' perspective and discussing the nexus of emotion, agency, identity, and politics, this study aims at providing an alternative for studying the participation of women in Islamism.

**Keywords:** Women, Passion, Islamism, Agency, Identity, Politics

## INTISARI

Kajian Politik Islam lebih banyak memberikan perhatian terhadap keterlibatan laki-laki daripada perempuan. Meskipun perempuan menunjukkan dukungan yang besar dalam gerakan Islam, peran aktif mereka masih dianggap sebagai pelengkap. Padahal dalam komunitas Muslimah Ideologis yang menjadi focus riset saya, para aktifis dalam gerakan ini membangun basis yang kuat dan menampakkan peran agensi yang aktif. Penelitian ini mengkaji bagaimana emosi membentuk identitas, motivasi, agensi, strategi dan arah politik para aktifis Muslimah Ideologis. Riset ini berangkat dengan tiga pertanyaan mendasar: 1] mengapa perempuan bergabung dengan gerakan Muslimah Ideologis? Bagaimana emosi mendorong mereka untuk bergabung? 2] bagaimana identitas aktifis Muslimah Ideologis membentuk aktivisme politik mereka? Dan 3] Jenis agensi yang seperti apa yang muncul dalam komunitas muslimah Ideologis? Bagaimana agensi tersebut beroperasi dalam aktivisme?

Penelitian ini dilakukan dengan wawancara mendalam, observasi partisipatoris dan dokumentasi berbagai data virtual. Dengan menerapkan teori *passionate politics* dari James Jasper dkk, teori *voice* dari Maria Lugones and Elizabeth Spelman, teori agensi dari Saba Mahmood dan *habitus* dari Pierre Bourdieu, penelitian ini memotret narasi dan pengalaman para aktor dengan menggunakan perspektif orang dalam (aktor).

Penelitian ini menemukan bahwa dimensi emosi cukup memengaruhi keterlibatan para aktor baik di level rekrutmen maupun aksi/mobilisasi. Para aktor mengembangkan identitas kolektif melalui proses pembentukan diri, yang sangat lekat dengan pengalaman emotif, sebagian di antaranya dibentuk oleh komunitas. Melalui proses pembinaan, mereka memperoleh agensi emotive (*passionate agency*) yang termanifestasikan dalam gairah aktivisme mereka. Agensi emotive merupakan kapasitas untuk melakukan sesuatu, yang tumbuh sejalan dengan pemanfaatan fungsi emosi dalam pembentukan diri, etik dan aksi. Agensi ini muncul dalam tiga bentuk: agensi adaptif, agensi defensif dan agensi konfrontatif. Melalui tiga agensi ini, para aktor bernegosiasi, mempertahankan diri dari tekanan dan menyerang nilai-nilai yang membahayakan kepentingan mereka. Penelitian ini menemukan bahwa agensi para aktor tampak dalam ekspresi yang berbeda-beda bahkan memunculkan berbagai anomali yang mematahkan asumsi keseragaman dalam kelompok. Meskipun depersonalisasi memang muncul di level macro, depersonalisasi tidak begitu terlihat di level mikro dan meso, baik dalam kehidupan personal, kultural, maupun spiritual para aktor. Keragaman pengalaman para aktor di lapangan menunjukkan bahwa politik Islam pun memiliki spektrum. Dengan memunculkan narasi para aktor dan mendiskusikan hubungan emosi, agensi, dan identitas mereka dalam politik, penelitian ini diharapkan dapat memberi cara pandang baru dalam melihat keterlibatan perempuan dalam gerakan Islam.

**Kata Kunci:** Perempuan, passion, Islamisme, Agensi, Identitas, Politik