

“ISLAM POPULER”: CADAR DAN KONTESTASI IDENTITAS PEREMPUAN MUSLIMAH MODERN

Sunaniah

Mahasiswa Pascasarjana Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Gadjah Mada
Email: Sunaniah@mail.ugm.ac.id

Abstrak

Islam dan fashion acap dianggap sebagai dua ‘dunia’ yang berbeda dan berjauhan, Islam dianggap sebagai ranah spiritual dan sakral yang bersifat luhur dan ‘statis’ sementara fashion dianggap sebagai ranah material dan profan yang bercorak temporer, dinamis dan modern. Namun penelitian ini berangkat dari asumsi sebaliknya, bahwa Islam dan fashion adalah dua ‘dunia’ yang berdekatan dan erat bertalian. Melalui penelitian ini penulis berupaya mengkaji tentang penggabungan konsep syar’i dan fashion yang dilakukan oleh komunitas perempuan muslimah bercadar. Kelompok muslimah bercadar yang mungkin dikenal dengan kelompok yang kritis terhadap fashion sebagai institusi yang dibentuk dari modernisme, ternyata turut mempraktikkan melalui tampilan cadar yang fashionable. Dengan berupaya keluar dari stigma, mereka justru mengamini mode berpakaian yang lebih kosmopolitan, dimana mereka merasa tetap dalam batas-batas moral dan dapat diterima secara sosial dan agama. Studi ini bertujuan untuk mengungkap konstruksi kesalehan yang dibangun oleh komunitas muslimah bercadar, serta mitos kecantikan yang turut pula diwacanakan dalam media sosial mereka. Penelitian ini juga berupaya mengungkap kepentingan-kepentingan identitas yang ingin ditampilkan oleh komunitas perempuan bercadar, dengan melihat bagaimana mereka resisten terhadap modernitas. Penelitian ini dianalisis melalui pendekatan netnografi dengan memilih komunitas dunia maya di *Instagram* yakni Niqab Squad Indonesia sebagai subyek dalam penelitian ini.

Tesis ini menggunakan konsep identitas oleh Castells, pembacaan fashion sebagai komunikasi oleh Barnard dan konsep *Muslimwoman*. Hasil analisa tesis ini memperlihatkan kompleksitas konstruksi identitas yang didefinisikan oleh kelompok muslimah bercadar melalui media virtual. Mereka membangun narasi tentang kesalehan melalui konsep muslimah ideal, wacana kecantikan dinarasikan mengikuti logika ‘kapitalisme Islami’ dengan lebih spesifik pada industri fashion muslim. Pada akhirnya, identitas perempuan muslimah hanya dikonstruksikan berdasarkan komoditi dan konsumsi.

Keyword : Islam, Fashion, Modernisme, Identitas, Kelompok Muslimah Bercada



"POPULAR ISLAM": NIQAB AND IDENTITY CONTESTATION OF MODERN MUSLIM WOMEN

Sunaniah

Postgraduate student in Sociology, Social and Political Sciences Faculty
Gadjah Mada University

Email: Sunaniah@mail.ugm.ac.id

Abstract

Islam and fashion are often deemed as two different 'worlds' that are far apart. Islam is considered a spiritual realm and cosmopolitan which is noble and 'static', while fashion is deemed as a material realm and cosmopolitan which is temporary, dynamic and modern. However, this research emerges from the opposite assumption, that Islam and fashion are two 'worlds' that are close together and closely related. Through this research, the writer seeks to examine the concept incorporation of syar'i and fashion conducted by the Muslim women niqab community. The community that may be known as a critical group towards fashion as an institution formed from modernism, it turns out that they also practice fashion by their fashionable niqab. By trying to get out of stigma, they actually adopt a more cosmopolitan fashion which remain within moral boundaries and are socially and religiously acceptable. This study aims to uncover the pious construction built by the niqab Muslim community, as well as the beauty myths that are also depicted on their social media. This research also seeks to reveal the interests of identity that niqab women's communities want to show, by seeing how they are resistant to modernity. This research was analyzed through a netnographic approach by choosing one of the virtual world communities on Instagram which is the Indonesian Niqab Squad as the subject of this study.

This thesis uses the concept of identity by Castells, reading fashion as communication by Barnard and the Muslim women concept. The result of this thesis analysis shows the complexity of identity construction defined by niqab Muslim groups through virtual media. They develop narration about piety through the ideal Muslim concept, the beauty discourse is narrated to follow the logic of 'Islamic capitalism' more specifically in the Muslim fashion industry. In the end, the identity of Muslim women is only constructed based on commodities and consumption.

Keyword: Islam, Fashion, Modernism, Identity, Niqab Muslim Women Group