



INTISARI

Merebaknya pemakaian fesyen di kalangan perempuan Salafi yang dinilai antifesyen oleh publik adalah hal yang menarik untuk diungkap dalam bingkai budaya konsumen. Upaya estetisasi dan apropriasi yang mewarnai praktik berjilbab syar'i untuk tujuan distingsi memperlihatkan kontestasi antara makna syar'i dan modis. Hegemoni nilai-nilai agama dan fesyen yang menyerang perempuan Salafi mengarahkan mereka untuk melakukan upaya negosiasi. Terpaan industri fesyen membuat perempuan Salafi berada dalam dua pilihan, yaitu mematuhi aturan berjilbab kelompok Salafi yang bias laki-laki atau mengikuti tren fesyen yang terus bergerak. Penelitian ini berusaha memberikan penjelasan yang komprehensif terkait praktik fesyen jilbab syar'i, bentuk-bentuk negosiasi yang dilakukan perempuan Salafi, dan alasan melakukan negosiasi.

Dari penelitian dengan metode etnografi budaya melalui wawancara mendalam dan keterlibatan langsung dengan subjek penelitian, ada tiga kategori praktik jilbab syar'i di kalangan perempuan Salafi di Pondok Pesantren Imam Muslim Kota Kediri, yaitu polos, kombinasi, dan trendi. Adanya batasan dalam berfesyen mendorong kelima informan untuk menawar aturan jilbab syar'i yang dibuat oleh ulama Salafi. Ada tiga bentuk negosiasi yang ditunjukkan, yaitu tersembunyi, keseimbangan, dan terbuka. Hal ini melahirkan tiga artikulasi identitas yang dikontestasikan oleh masing-masing informan, yaitu perempuan Salafi berkelas, perempuan Salafi kekinian, dan perempuan Salafi bergaya (*Salafi hijaber*).

Informan dalam menawar aturan kelompok berhubungan dengan persoalan geografi pemakaian fesyen sehingga memunculkan dua bangunan sekat, yaitu ruang "domestik" dan ruang "publik" serta "ruang yang ditutupi" dan "ruang yang dibiarkan terlihat". Hal ini dilakukan dalam rangka menjaga kesyar'ian. Praktik jilbab syar'i di kalangan perempuan Salafi cenderung menghasilkan kategori yang berjenjang, yaitu sepenuhnya syar'i, setengah syar'i, dan kurang syar'i. Dua faktor mempengaruhi upaya negosiasi antara lain faktor dari dalam (internal) dan dari luar (eksternal). Faktor internal mengacu pada persoalan identifikasi diri yang terkait dengan habitus. Faktor eksternal menyandarkan hal-hal di luar dirinya, seperti: (1) relasi dengan suami, keluarga besar, dan lingkungan sosial budaya; (2) kedekatan dengan teman di kelompoknya; (3) kepemilikan modal, yaitu ekonomi, budaya, sosial, dan simbolik; (4) kelonggaran ustaz dalam mendisiplinkan aturan berjilbab syar'i di lingkungan Pondok Pesantren Imam Muslim Kota Kediri yang tergolong Salafi haraki.

Kata kunci: jilbab syar'i, perempuan Salafi, praktik, negosiasi, identitas, fesyen



ABSTRACT

The spread of fashion among Salafi women who are considered anti-fashion by the public is an interesting fact to be revealed, especially in the frame of consumer culture. Any estetization and appropriation efforts that characterize the practice of wearing syar'i hijab for the purpose of distinction show the contestation between the meaning of syar'i and being fashionable at the same time. The hegemony of religious values and fashion that attacks Salafi women leads them to negotiate themselves. The exposure of the fashion industry makes Salafi women in two choices: obeying the rules of wearing hijab regulated by Salafi groups that are biased to men or follow the fashion trends that are constantly moving. This study seeks to provide a comprehensive explanation related to the practice of wearing syar'i hijab fashion, the forms of negotiations undertaken by Salafi women, and the reasons for negotiations.

Research with cultural ethnographic methods through in-depth interviews and direct involvement with research subjects found that there are three categories of syar'i hijab practices among Salafi women in the Islamic boarding school of Imam Muslim in Kediri city, namely: plain, combination, and trendy. The limitation in fashion encourages the five informants to bid on the rules of the syar'i hijab made by Salafi ulema. There are three forms of negotiation that are shown, namely hidden, balance, and open. This gave birth to three identity articulations contested by each informant in the mentioned Islamic boarding school, namely classy Salafi woman, contemporary Salafi woman, and stylish Salafi woman (hijaber Salafi).

Informant in this research negotiated the group's rules of fashion related to the geographical issue which then create two barriers, namely "domestic" and "public" parts, as well as "enclosed parts" and "parts that left visible". The negotiation is strived in order to maintain the syar'i boundary. The practice of wearing syar'i hijab among Salafi women tends to produce a tiered category: fully syar'i, half syar'i, and less syar'i. Two factors influence negotiation efforts, including internal and external factors. Internal factors refer to the problem of self-identification related to *habitus*. External factors rely on factors outside of the women, such as: (1) relationships with husband, extended family, and socio-cultural environment; (2) closeness with friends in the group; (3) capital ownership; economic, cultural, social and symbolic; (4) the concession of *ustaz* (religious leader) in disciplining the practice of wearing hijab in the environment of the Imam Muslim boarding school in Kediri which is classified as Haraki Salafi.

Keywords: Syar'i hijab, Salafi women, practice, negotiation, identity, fashion