

CADAR DAN KONTESTASI IDENTITAS PEREMPUAN MUSLIMAH MODERN

A. Saifuddin¹, Sunaniah², Ulfa Utami Mappe³

saifuddin@unm.ac.id

Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri
Makassar, Indonesia

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 melihat 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.

Kata kunci: Islam, Fashion, Modernisme, Identitas, Kelompok Muslimah Bercadar

1. PENDAHULUAN

Di era global modern, agama selalu dibenturkan dengan pemahaman konvensional modernisasi. Pola pandangan sekuler terus memainkan peran utama dalam kehidupan sosial Masyarakat, politik dan kebudayaan. Harus diakui bahwa peran tersebut justru meningkat bukannya menurun, sehingga pada tahun-tahun belakangan ini telah muncul kegairahan aktivitas akademis diseperti gagasan-gagasan semisal “agama politik,” “nasionalisme keagamaan,” dan “masyarakat pasca sekuler”. Dalam terminologi yang luas agama tampaknya menjadi komponen kebudayaan publik yang semakin penting daripada sekadar urusan kepercayaan dan praktik pribadi (Turner, 2013).

Agama bagi para pemeluknya seringkali diyakini sebagai sumber nilai yang menyeluruh, melingkupi bahkan menginspirasi lahirnya nilai-nilai yang kemudian berkembang dalam kehidupan manusia. Dengan kata lain, agama memiliki peran dalam ruang publik. Islam misalnya sebagai agama yang berkembang pesat di Indonesia, tidak hanya menjadi *center* peradaban, namun turut pula mempengaruhi tatanan masyarakat.

Islam sebagai budaya populer di Indonesia bangkit seiring dengan lahirnya kelas menengah di Indonesia pada tahun 1980-an, yang didukung dengan gerakan politik Islam serta privatisasi media yang terjadi pada tahun 1990-an. Kemudian tumbangannya rezim Soeharto kian membuka kebebasan dalam berekspresi menjadi hari “kemenangan” dimana umat Islam dapat meluapkan gairah keagamaan setelah terkekang pengalaman traumatik pengucilan struktural akibat kebijakan Orde Baru (James & Marshall, 2012). Keberhasilan dalam meraih kebebasan melakukan praktik beragama ini kemudian dimanifestasikan dalam berbagai kegiatan spiritual untuk meluapkan semangat beragama yang tengah berapi-api. Ariel Heryanto mengatakan bahwa sejak tahun 1980-an, sejumlah umat Muslim urban yang berpendidikan tinggi memiliki kekuatan politik serta menempati posisi ekonomi yang tinggi (Heryanto, 2015). Sebagai implikasinya, muncul urgensi pada umat Muslim tersebut untuk “merayakan” hak-hak yang baru mereka dapatkan tersebut, salah satunya lewat ekspresi identitas Muslim di ranah publik yang lekat dengan aktivitas gaya hidup dan konsumsi, seperti disampaikan Hoesterey dan Clark, “...like the new bourgeoisie elsewhere, Indonesia’s newly rich Muslims have a new-found preoccupation with lifestyle issues such as the display of wealth and exuberant consumption (James & Marshall, 2012).”

Lebih lanjut dalam konteks ini, agama kemudian dipandang sebagai bagian dari kebudayaan. Identitas-identitas keagamaan bahkan biasanya lebih mudah ketika dimaterialisasi melalui cara berpikir, cara bertindak dan berperilaku. Artinya, dalam konteks ini agama berperan sebagai praktik keagamaan dan bukan sebagai doktrin keagamaan, agama berkaitan tentang bagaimana seseorang menjalankan agamanya. Serta agama menjadi sesuatu yang bersifat konkrit, seperti halnya yang di kemukakan oleh Louis Althusser bahwa ideologi dapat dimaterialisasi ke dalam bentuk-bentuk tertentu yang konkrit, dalam hal ini Islam misalnya, dapat dimaterialisasi ke dalam berbagai bentuk kultural seperti jilbab, sarung, kegiatan pengajian dan seterusnya yang merupakan salah satu bentuk materi dari ideologi Islam itu sendiri. Dengan demikian, cara beragama seseorang menjadi sesuatu yang bersifat kultural.

Dalam dua dekade belakangan ini, kesempatan untuk kelompok Muslim mengartikulasikan identitas mereka sekaligus mendapatkan akses untuk mengonsumsi berbagai produk yang disediakan pasar global semakin terbuka, Rianne Subijanto menerangkan bahwa artikulasi identitas Muslim secara khusus di Indonesia juga didorong oleh jatuhnya rezim Soeharto di tahun 1998, tragedi 11 September 2001 di Amerika, perang di Afganistan dan Irak, dan memburuknya hubungan politik antara Israel dan Palestina (Subianto, 2011). Lebih luas lagi, Carla Jones menunjukkan bahwa krisis ekonomi yang terjadi di Asia pada akhir tahun 1990-an menjadi faktor penting tumbuhnya media yang berfokus pada mode Islami (Annisa, 2011).

Widodo mengemukakan bahwa “*Islam is not merely a religion since entrepreneurs are also transforming it into a popular brand for media, cultural and commercial product (Hariyadi, 2010).*” Sebagai dampaknya, akhir-akhir ini, dikatakan Ibrahim, tengah ditanamkan semacam ideologi yang samar-samar terbentuk, yaitu keinginan di kalangan masyarakat agamis di Indonesia untuk beragama namun tetap trendi atau biar religious tapi tetap modis. Keinginan kaum Islam kelas menengah ke atas tersebut kemudian difasilitasi oleh kemampuan pasar untuk beradaptasi dengan apa saja

(Subandy, 2007). Gokariksel dan McLarney memperlihatkan bentukan ‘kapitalisme Islami’ yang spesifik pada industri budaya ‘Islami’, dimana identitas Muslim dikonstruksikan melalui komoditas dan konsumsi. Kedua peneliti tersebut kemudian menunjukkan bahwa perempuan Muslim menjadi target sekaligus aktor utama dalam industri budaya Islam (Gokariksel & McLarney, 2010). Wacana mengenai perempuan Muslim terus diproduksi, dinegosiasi dan didefinisi ulang dalam berbagai bentuk, salah satunya dalam media, dan lebih lanjut akan dibahas dalam tulisan ini yakni terkait perempuan muslimah bercadar “Niqab Squad” di media sosial *instagram*.

Melalui tulisan ini, penulis berupaya melihat pewacanaan yang ditawarkan oleh kelompok muslimah bercadar “Niqab Squad” di media sosial melalui pendekatan netnography, dimana pendekatan tersebut dilakukan berdasarkan pertimbangan lingkup penelitian yakni ruang virtual dengan lebih spesifik pada media sosial *Instagram*. Secara umum dapat dikatakan bahwa kelompok niqab squad berupaya menawarkan proyek bagaimana menjadi seorang perempuan muslimah yang syar’i, soleha, namun tetap mengikuti perkembangan kehidupan Islam yang lebih modern. Perlu diingat bahwa media yang digunakan mengaktualisasikan diri kelompok tersebut merupakan bentuk komoditi, yang tetap berakar pada kapitalisme yang mempromosikan produk konsumsi. Representasi simbolik dari realitas tersebut semakin dibiaskan dengan kepentingan media sebagai sebuah industri yang berorientasi profit. Seperti yang dikatakan oleh Kellner bahwa *“Media culture is industrial culture, organized on the model of mass production and is produced for a mass audience according to types (genres), following conventional formulas, codes, and rules. It is thus a form of commercial culture and its products are commodities that attempt to attract private profit produced by giant corporations interested in the accumulation of capital (Kitch, 2001).*

Fashion yang merupakan produk dari sistem industri kapitalis telah mengarahkan kepercayaan selera konsumen manusia kepada “agama” fashion tertentu. Disebut “agama” karena setiap produk fashion mempunyai penganutnya sendiri dan mencerminkan bagaimana konsumen fashion tersebut memposisikan dirinya sebagai penganut aliran fashion tertentu; atau dengan kata lain fashion yang mewakili jati diri konsumen tersebut. Konsumen pada akhirnya akan menghambakan produk fashion yang mereka adopsi dengan dalih fashion yang mencerminkan diri mereka, kualitas produk yang bagus, produk yang eksklusif dan berbagai macam alasan lainnya yang sebenarnya semua itu di-*setting* oleh kelas penguasa industri fashion. Sejalan dengan yang dikatakan Marx yang kemudian diadopsi oleh Adorno, bahwa fetisisme komoditas menyangkut budaya populer merupakan ideologi yang diterapkan oleh kelas penguasa industri terhadap konsumen. Ditambah lagi, jika dikaitkan dengan aspek-aspek yang ada dalam agama, fashion dan budaya populer sudah mulai memasuki ranah menjadi sebuah agama atau kepercayaan bagi masyarakat konsumen, dapat disebut juga agama konsumerisme. Aspek-aspek agama seperti kepercayaan atau ideologi, ritus, simbol, pengalaman keagamaan dan masyarakat pemeluk agama dapat dilihat dari industri fashion di dunia (Raho, 2013).

Wacana tentang busana dan identitas ini menjadi menarik untuk didiskusikan karena pada lanskap budaya populer Islam di Indonesia, busana Muslim bukan hanya menjadi petanda identitas keislaman seseorang, melainkan dikatakan Ibrahim juga

sebagai bagian penting dari ungkapan kemodernan sikap dan gaya hidup sebagai Muslim yang trendi dan *up to date*. Kehadiran fashion Islami ini kemudian melibatkan pertarungan makna yang kian memudarkan batasan antara sekularisme dan spiritualisme. Hal ini terwujud melalui rubrik-rubrik fashion di media yang secara bersamaan mengawinkan Islam dan konsep gaya modern (Subandy, 2007).

Terkait pewacanaan tersebut, tulisan ini mengungkap lebih dalam kepentingan yang menjadi bagian dari komersialisasi agama yang melibatkan kepentingan identitas yang ditampilkan oleh para subyek yang terkait. Dalam hal ini, kelompok perempuan Muslimah bercadar menjadi subyek pembacaan fenomena perempuan bercadar di media social. Peneliti melihat konteks penggunaan cadar lebih modern merupakan sebuah gerakan yang ditampilkan melalui media virtual dan menjadi langkah perempuan Muslimah yang berupaya keluar dari stigma negatif penggunaan cadar itu sendiri, yakni sering kali dikaitkan dengan terorisme atau paham ekstrim. Perempuan Muslimah bercadar yang ditampilkan di social media menggambarkan perempuan yang fashionable namun tetap syar'i. Tren fashion cadar menjadi menarik bagi peneliti, mengingat fenomena tersebut semakin berkembang dengan banyak komunitas yang menjadi *center* para niqabis, seperti Niqab Squad dan komunitas muslimah bercadar yang merupakan bentukan dari publik *figure* yakni artis dan desainer. Ketertarikan peneliti terhadap fenomena ini dikarenakan peneliti melihat tren fashion cadar ini tidak hanya menampilkan fashion yang mencirikan seorang muslimah tetapi ada banyak bentuk kuasa yang ingin ditampilkan melalui media virtual. Baik muslimah bercadar secara individu maupun melalui komunitas, mereka berupaya menampilkan diri dan memberi penegasan akan kehadiran mereka sebagai makhluk yang sama dengan yang lain. Namun di sisi lain, turut pula kepentingan para penguasa industri dalam hal ini fashion, mengambil peran dalam perubahan tersebut. Fenomena penggunaan cadar, tidak hanya menjembatani seseorang untuk merekognisi identitas mereka sebagai perempuan muslimah bercadar tetapi turut pula menjadi target dan aktor utama dari kapitalisasi agama.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, dalam hal ini penulis menggunakan pendekatan netnografi. Alasan penulis menggunakan pendekatan tersebut karena lingkup penelitian adalah media virtual dengan spesifikasi pada media sosial instagram. Metode penelitian netnografi merupakan sebuah metode yang berbasis observasi partisipan di ranah online (Kozinets, 2010). Dalam praktiknya penelitian netnografi sendiri menggunakan CMC (computer-mediated-communication) sebagai sumber data utama untuk dapat memperoleh pemahaman yang setara dengan studi etnografi mengenai kebudayaan dan fenomena komunitas online.

Penelitian di ruang cyber memerlukan metode yang khusus. Hal ini dikarenakan banyaknya kekhasan dalam ruang siber yang membedakannya dengan praktik ruang offline. Teknologi ruang siber memungkinkan seseorang untuk mempraktikkan budaya lama dengan cara-cara baru. Ruang cyber sebagai sebuah bagian dari konteks budaya juga memungkinkan untuk dikaji dengan menggunakan netnografi. Peneliti

menggunakan metode netnografi untuk mencari dan menganalisis data terkait fenomena penggunaan cadar di media sosial. Dalam konteks ini, netnografi juga meninjau aspek teknologi dan budaya internet secara lebih mendalam dan spesifik. Hal ini karena teknologi cyber sebagai budaya memungkinkan adanya perubahan konsep ruang dan waktu serta aturan dalam komunikasi (Hine, 2005). Menurut Hine, netnografi dan etnografi visual merupakan jenis metode yang sama, tetapi etnografi visual sifatnya lebih makro jika dibandingkan dengan netnografi, sehingga dalam tulisan ini akan menggunakan netnografi sebagai metode analisis karena skop penelitian ini hanya terbatas pada komunitas virtual yang telah ditentukan oleh peneliti.

Instagram menjadi lokasi dalam penelitian ini. Penulis menggunakan Instagram sebagai setting penelitian karena mengingat subyek dalam penelitian ini adalah berasal dari komunitas virtual. Sedangkan komunitas virtual yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah kelompok yang aktif di media sosial Instagram yang disesuaikan dengan tema penelitian ini yakni komunitas perempuan bercadar. Penulis telah menetapkan beberapa subyek penelitian yakni niqab squad, dan beberapa anggota dari niqab squad yang dianalisis secara online. Data diperoleh melalui wacana secara virtual, maupun wawancara. Wawancara dilakukan melalui direct messages (DM) Instagram, E-mail, whatsapp, dan via telephone.

3. HASIL DAN PEMBAHASA PENELITIAN

Konstruksi Kesalehan Dalam Kelompok Muslimah Bercadar

Diskursif tentang kesalehan pada dasarnya memiliki artian yang berbeda dalam setiap kelompok sosial, konteks wilayah maupun konteks waktu. Terma kesalehan sebenarnya disetiap kaum memiliki pandangan yang berbeda dalam melihat hal itu, seperti halnya dalam konteks penggunaan pakaian Islami seperti jilbab. Orang mengatakan bahwa jilbab merupakan gerakan kesalehan, seperti yang ditunjukkan oleh Smith-Hafner (2007) dalam artikelnya tentang praktik-praktik berjilbab di Jawa, Ia mengatakan bahwa berjilbab terus menjadi cara bagi kaum perempuan muslimah untuk memadamkan kesempatan-kesempatan baru mereka bagi otonomi individual dan pilihan pribadi dengan komitmen mereka yang menguat pada Islam yang shaleha (Turner, 2013). Sedangkan menurut Macleod (1993,1992), Ia mengamati bahwa di Mesir saat itu, bagi kaum perempuan yang memasuki angkatan kerja formal, berjilbab justru menjadi sarana bagi kaum perempuan tersebut untuk menegaskan control atas situasi moral yang ambigu. Ia menyatakan bahwa berjilbab memberdayakan kelas sosial dan memudahkan kaum perempuan kelas menengah bawah dengan mengaburkan perbedaan kelas sosial dan memudahkan kaum perempuan untuk melakukan mobilitas tinggi di ruang-ruang publik (Turner, 2013). Artinya dalam hal ini kesalehan bisa dikatakan sebagai sesuatu yang sangat multipretatif, konseptual dan kontekstual. Seseorang, kelompok, maupun wilayah akan memiliki pandangan tersendiri tentang apa itu saleh dan gerakan kesalehan.

Gerakan kesalehan agama yang saat ini terus diproduksi seringkali disebut mengandung sebuah 'kebangkitan agama', berupaya menggairahkan kembali ajaran dan praktik agama. Terma kesalehan lazimnya mengacu pada pengabdian religious atau spiritual. Turner yang berpijak pada Weber, memandang gerakan-gerakan kesalehan

berwatak kreatif secara kultural, yang melibatkan penekanan kuat pada praktik-praktik keagamaan atau penemuan praktik yang diklaim sebagai benar-benar ortodoks. Oleh karena itu, kesalehan juga membutuhkan perubahan kebiasaan dan praktik dunia material. Terlebih lagi, menurut Turner, kesalehan tidak hanya menciptakan standar perilaku yang baru, namun juga menciptakan kompetisi untuk merebut amal kebajikan (Turner, 2013).

Perbincangan mengenai kesalehan sebagai sebuah identitas pada dasarnya merupakan bentuk pembiasaan diri atau kolektif untuk menerapkan nilai, norma, dan perilaku agamis dalam kehidupan sehari-hari. Dari proses pembiasaan tersebut berkembang menjadi semacam fortifikasi terhadap pembentuk segmen kelas menengah berbasis pada ajaran ideologi pengajaran Islam yang mereka anut. Fortifikasi itu esensinya adalah membentuk masyarakat ideal sesuai dan sepadan, namun justru itu mengarahkan pada kontestasi antar segmen kelas menengah Muslim tersebut. Kontestasi tersebut pada dasarnya untuk membentuk sikap dikotomis “kita” dan “mereka”, yakni proses identifikasi seberapa saleh untuk menjalankan perintah agama. Namun tidak disangka kemudian, dikotomi tersebut secara perlahan menggeser perilaku beribadah yang pada awalnya untuk membentuk spiritualisme, justru mengarah pada materialisme (Ibrahim, 2007).

Dalam konteks yang di konstruksi oleh kelompok niqab squad kesalehan mengarah pada nilai dan norma yang dibentuk berdasarkan pada figure penting yang ada pada komunitas tersebut yakni sosok Indadari sebagai founder niqab squad. Nilai awal yang ditanamkan dalam komunitas niqab squad tentunya dipengaruhi oleh ideologi yang dipahami oleh Indadari, yang kemudian terus berkembang mengikuti periode waktu. Dalam pembacaan lebih lanjut terkait kelompok niqab squad, terlihat bagaimana kelompok niqab squad berupaya membangun “argument” tentang konsep kesalehan. Menjadi perempuan saleha yakni tetap mandiri, syar’i dan tetap modern. Citra perempuan saleh dibangun berdasarkan pada kedua tokoh penting yang menjadi founder niqab squad, yakni Indadari dan Diana Nurliana.

Pada potret pertama tampak Indadari sebagai figure yang sangat penting dalam niqab squad, sebelum menjadi founder niqab squad, ia dikenal sebagai pengusaha hijab style, dan juga dikenal sebagai motivator dengan banyak memproduksi buku-buku terkait cerita perjalanan hijrah dirinya. Menariknya perjalanan hijrah tersebut lebih banyak ditunjukkan melalui proses gaya berbusana, dari hijabers, jilbab syar’i, hingga menggunakan cadar. Cerita perjalanan hijrah yang dituangkan dalam buku ini membuatnya menjadi motivator Islami dan banyak mempengaruhi perempuan muslimah yang ingin hijrah. Dalam wawncarannya dengan Cinta Quran TV, ia memaparkan bagaimana ia memilih jalan hijrah dengan menggunakan cadar, ia juga banyak proses dirinya menggunakan cadar, bahwa bercadar merupakan penyempurna aurat dan penjagaan diri. “Jangan tertipu sama dunia karena dunia inikan isinya ujian. Dunia ini cuma sementara. Kita ini hidup di akhir zaman, jadi sebentar lagi dunia akan hancur. Jadi tugas kita sekarang adalah memperbaiki diri untuk kehidupan kita di akhirat. Mulai dari sekarang fokus memperbaiki akhirat kita. Persiapkan akhirat kita karena apa yang kita miliki ini hanya titipan Allah. Jangan tertipu dan terpedaya. Kita siapin surga kita. Kita mulai nyicil rumah kita, surga. Karena perempuan di dunia ini fitnahnya besar, harus

jaga diri baik-baik. Ajakan tersebut menjadi refleksi bagi yang mendengarnya, Ia ingin menegaskan bahwa perempuan harus mengutamakan perbaikan dirinya, menjadi perempuan yang saleh dengan memperbaiki penampilan mereka, dan tentunya lebih memfokuskan tindakan pada jalan menuju surga-Nya. Berbeda dengan Indadari, sosok Diana Nurliana lebih memperlihatkan diri sebagai sosok interpereneur khususnya dalam bidang mode seperti dalam potret kedua. Jika dalam potret pertama memperlihatkan sosok Indadari yang saat ini aktif sebagai pembicara, motivator dan selebgram. Dalam berbagai penampilannya, ia banyak memberikan motivasi kepada perempuan muslimah yang ingin hijrah terutama yang berproses menggunakan cadar, selain itu ia juga terlihat aktif sebagai motivator yang banyak memberikan quote seputar keluarga, kegalauan, cinta, hingga persoalan menjadi perempuan muslimah yang disukai Rabb-nya. Potret kedua memperlihatkan sosok Diana Nurliana dan suami, Diana juga merupakan sosok penting dalam komunitas Niqab Squad, dalam media sosialnya ia aktif membagikan kegiatannya sebagai seorang desainer hijab dan niqab ternama, serta sebagai sosok perempuan, ibu dan istri yang ideal.

Kedua tokoh tersebut memberikan penggambaran sosok muslimah yang progresif dan modern. Mereka memiliki peran dalam membangun wacana perempuan saleh yang religious dan secara bersamaan pun menjadi sosok yang modern. Narasi saleh dibangun untuk membentuk karakter muslimah yang baru dalam kelompok tersebut. Seperti halnya sosok Indadari sebagai pendiri Niqab Squad, yang digambarkan sebagai sosok perempuan yang kuat, ceria, aktif, modern, dan seorang motivator yang menyukai motif polkadot. Indadari menjadi role mode bagi perempuan muslimah bercadar. Atau sosok Diana Nurliana, yang terlihat mirip dengan sosok Khadijah di zaman modern, yang mampu membangun bisnisnya namun tetap menjadi seorang istri yang taat dan soleha.

Citra perempuan yang saleh dalam komunitas niqab squad merupakan perpaduan dari kedua tokoh tersebut. Kedua perempuan tersebut kemudian dinarasikan dalam komunitas sebagai bagian dari panduan, aturan maupun norma dalam kelompok. Contoh perempuan saleh ditunjukkan melalui proses perubahan cara berpaikan melalui konsep hijrah mereka, seperti Indadari yang banyak bercerita tentang bagaimana ia memulai perbaikan diri dengan terlihat lebih Islami dengan penggunaan cadar. Pakaian menjadi hal penting dalam proses hijrah, seperti membudayakan cadar sebagai bentuk gerakan saleh bagi perempuan, dan sekarang menjadi gerakan yang digalakkan oleh kelompok tersebut. Jika kembali pada pemaparan sebelumnya, kita akan mendapati bagaimana Kuntowijoyo menjelaskan tentang Islam sebagai bentuk gerakan kebudayaan, dimana penekanannya pada tiga sub yakni gerakan intelektual, gerakan etik dan gerakan estetik. Hal ini seirama dengan penekanan Indadari dalam video yang ditampilkan dalam chanel youtube "Cinta Qur'an TV" (dalam gambar 1.1), ia menekankan pentingnya majelis ilmu bagi perempuan muslimah yang berhijrah agar bisa mengetahui kebenaran hal-hal terkait ibadah yang mereka lakukan. Dan bagaimana kemudian cara berpakaian menjadi hal yang penting, perempuan saleh terlihat dari bagaimana ia menjaga dan melindungi tubuhnya, salah satunya dengan hijrah melalui pakaian syar'i yang lebih tertutup (cadar).

Kelompok Niqab Squad memberikan pemaknaan baru tentang sosok muslimah bercadar, yang nampaknya tidak lagi inklusif dengan diri dan kelompoknya saja tetapi terbuka akan 'dunia luar'. Dalam pewartannya niqab squad tentang perempuan yang

saleh, mereka kemudian memunculkan wacana perempuan muslimah yang ideal, seperti yang telah peneliti simpulkan yakni: Pertama, perempuan yang menjalani gaya hidup Muslim modern, yaitu yang menjalani gaya hidup yang dianggap rasional dengan label “modern” dan dapat dengan leluasa mengkonsumsi sesuatu, cosmopolitan dan juga berpendidikan atau intelektual. Kedua, perempuan yang memiliki keleluasaan untuk menjadi inklusif dan membantu sesamanya. Ketiga, perempuan yang aktif dalam ruang publik (work), domestik (home) dan juga secara spiritual (hearts). Keempat, perempuan yang memahami kewajiban sosial untuk membantu orang tua, sesama dan orang yang kurang mampu sebagai ekspresi kesalehan (fardhu’ain).

Penekanan keempat hal ini dapat diartikan sebagai konsep kecantikan luar dalam sebagai seorang perempuan muslimah. Citra sebagai perempuan muslimah yang aktif, mandiri, hebat, modern namun tetap sederhana menjadi perwakilan dari interpretasi akan konsep muslimah yang ditawarkan oleh kelompok Niqab Squad. Cara mereka mengkonstruksi kesalehan melalui media juga merupakan bentuk dari proyek dalam membangun citra dan identitas baru perempuan muslimah di dalam masyarakat. Sebagaimana yang di konsepkan Castells, pewacanaan kesalehan oleh komunitas Niqab Squad merupakan bagian dari proyek identitas mereka, dimana kelompok tersebut berupaya membangun sebuah identitas baru yang bertujuan mendefinisikan kembali posisi mereka dalam masyarakat dengan berusaha bertransformasi dari struktur sosial secara menyeluruh. Pun mereka berupaya merekonstruksi ulang nilai-nilai lama dengan menghadirkan nilai-nilai baru yang disesuaikan dengan desain yang menjadi proyek identitas mereka.

Konstruksi Mitos Kecantikan

Standar kecantikan seorang perempuan sangat ditentukan dengan pewacanaan dan visualisasi media. Standar kecantikan awalnya diwacanakan dan divisualisasikan dengan sosok perempuan yang putih, langsing, memiliki hidung yang mancung ataupun perawakan yang menonjol. Sebagaimana yang dikatakan oleh Melliana bahwa konsep kecantikan dalam media yang dikonstruksikan sebagai “ideal”, kebanyakan berkutat pada persoalan tubuh dan fisik seseorang (Melliana, 2006). Seiring perkembangan, wacana kecantikan yang beredar menggambarkan bahwa mitos kecantikan yang dulunya objeknya hanya seputar tubuh dan kosmetik, kini telah meluas ke dunia fashion bahkan merebak di wilayah busana Muslim. Dalam buku *Membedah Mitos-Mitos Budaya Massa* oleh Barthes, “mitologi meliputi penaturalisasian berbagai objek, peristiwa dan ide khusus secara historis kepada penampakan palsu keabadian dan universalitas”. Wacana-wacana tersebut sengaja diberitakan berulang-ulang di berbagai tempat sehingga lama kelamaan nampak seolah alami, absah, abadi dan universal. Seperti yang terjadi pada fenomena niqab fashion saat ini (Barthes, 2006).

Media Instagram menjadi media baru sebagai pembuat mitos lewat hypes atau kehebohan yang dibuatnya, dan saat ini banyak dimanfaatkan kelompok pengusaha fashion Muslim, dan berhasil membawa cadar sebagai sebuah benda yang bermuatan ideologis, sehingga sifatnya tak netral lagi. Maksudnya sebuah fashion dan pakaian bisa saja netral atau tulus, namun pemakainya, fungsi yang dijalankannya tidaklah netral karena guna dan fungsi garmen itu adalah sosial dan kultural sehingga ada potensi untuk direkonstruksi oleh pihak tertentu salah satunya Indadari dan Diana sebagai pihak yang

diuntungkan dengan adanya kelompok Niqab Squad ini. Jumlah follower yang semakin ramai, menjadikan kelompok tersebut sebagai referensi dan guideline untuk menjadi Muslimah yang ideal, ini menjadi bukti salah satu pemitosan.

Pewacanaan cantik oleh kelompok Niqab Squad lebih kepada kecantikan pribadi atau perilaku. Cantik rupa yang mengacu pada bentuk fisik yang putih, mulus, seksi, serta rupa yang menawan seperti yang sering dikonstruksikan media barat sebelumnya menjadi tidak penting dalam pewacanaan mereka, sebaliknya kecantikan akhlak menjadi utama dan akan selaras ketika perempuan memilih pakaian yang tertutup, sehingga akan terpancar kecantikan luar dalam. Kecantikan seorang muslimah dikonstruksikan melalui pakaian yang digunakan, sedang busana tersebut selalui dikaitkan dengan syariat. Kelompok niqab squad mewacanakan hal tersebut dengan konsep hijrah. Menurut para niqabi (informan), mereka banyak diperkenalkan tentang cara-cara berpakaian yang disyariatkan melalui kajian-kajian baik online maupun secara offline. Hijrah dimulai dengan berbusana sesuai syari'at, dalam niqab squad tidak memaksakan bagi muslimah yang bergabung harus langsung mengenakan niqab, perempuan muslimah memiliki tahapan proses hijrah yang berbeda-beda, dan memulainya dengan menutup aurat adalah usaha terbaik yang dapat dilakukan para perempuan muslimah. Seperti kutipan wawancara penulis dengan beberapa narasumber melalui media whatssApp, mereka menjelaskan makna cantik yang mereka pahami;

“Kecantikan itu bukan hanya fisik mbak, cantik luar itu berkaitan dengan fisik dan perbuatan lahir (cantik secara fisik dengan gemar melakukan kebaikan), dan cantik dari dalam itu berkaitan dengan moral dan hati, bisa melihat keindahan dibalik kesulitan, dan bisa terus berfikir positif dengan makhluk lain juga Allah sebagai Sang Pencipta ketika sulit.”

“Perempuan cantik tidak harus yang menampakkan auratnya, atau menggunakan makeup seperti ala-ala korea sekarang, berniqab bukan berarti perempuan muslimah itu malu dengan wajahnya, tetapi cantik dengan berniqab menunjukkan ketaatan kepada Allah, dengan berpakaian lebih islami, syar'i juga sederhana dan lebih memancarkan kebaikan dibalik pakaian tertutup yang digunakan, menurut saya itu cantik”

Seiring perkembangan, konstruksi cantik tidak hanya terbatas pada 'keterbukaan' yang mengacu pada bentuk fisik yang diideal seperti yang diwacanakan sebelumnya, tetapi pun diwacanakan dalam konteks yang lebih islami yakni yang disesuaikan dengan moral Islam dan syariat. Penggambaran tersebut mengarah pada kecantikan hati yang dianggap abadi dibandingkan kecantikan fisik seseorang. Seperti halnya yang sering diwacanakan oleh kelompok Niqab Squad, yang lebih banyak ditampilkan melalui media instagram Indadari dan Diana, maupun postingan niqab dan aktifitas yang mereka bagikan. Terlihat bagaimana mereka tampak religius dan menaati perintah agama namun juga tetap mengembangkan model hijab dan niqab agar tidak dipandang kuno, tradisional dan tabu dalam masyarakat dan tentunya menghindari stigma. Selain itu serangkaian outfit yang mereka tampilkan dengan warna yang lebih variatif menunjukkan perkembangan fashion niqab yang tidak lagi terbatas dengan warna gelap.

Seiring perkembangan, wacana kecantikan yang beredar menggambarkan bahwa mitos kecantikan yang dulunya objeknya hanya seputar tubuh dan kosmetik, kini telah meluas ke dunia fashion bahkan merebak di wilayah busana Muslim. Pewacanaan cantik

oleh kelompok Niqab Squad lebih kepada kecantikan pribadi atau perilaku. Cantik rupa yang mengacu pada bentuk fisik serta rupa yang menawan seperti yang sering dikonstruksikan media barat sebelumnya menjadi tidak penting dalam pewacanaan mereka, sebaliknya kecantikan akhlak menjadi utama dan akan selaras ketika perempuan memilih pakaian yang tertutup, sehingga akan terpancar kecantikan luar dalam.

Pertarungan Identitas Perempuan Muslimah Bercadar

Kegamangan identitas yang ditampilkan oleh komunitas Niqab Squad, disatu sisi, mereka mengklaim bahwa pembentukan kelompok Niqab Squad berdasar pada ideologi Islam yang murni sebagai bentuk ketakwaan. Sisi lainnya adalah pewacanaan mereka terkait perubahan image cadar yang diperlihatkan lebih modern dan berwarna sebagai sarana perlawanan terhadap stigma buruk penggunaan cadar. Permasalahan kemudian muncul, karena wacana cadar yang dipadukan dengan konsep modern ditampilkan dalam ruang yang terbuka dan bebas sehingga hal ini membuka perdebatan tentang kebenaran konsep penggunaan cadar itu sendiri. Menerima sepenuhnya ataupun berupaya untuk mempertahankan identitas dan nilai keislaman yang lama menjadi sesuatu yang dilematis bagi kelompok Niqab Squad, mengingat kelompok tersebut pun masih terpecah dengan paham Islam yang modern dan konservatif. Meski demikian, sikap Niqab Squad yang berupaya hadir di kedua isu tersebut menjadi dasar kuat bahwa konsep oportunisme menjadi jalan politis yang mereka lakukan, dalam artian oportunisme ini terlihat dari bagaimana kelompok tersebut mendefinisikan identitas, ideologi, dan nilai yang mereka ciptakan. Mereka kemudian bernegosiasi dengan keadaan, dimana wacana dominan terkait keberlangsungan kelompok mereka akan didukung. Penegosiasian ini lekat pula dengan sikap oportunis dimana mereka menyesuaikan diri dengan wacana yang ada dalam masyarakat.

Oportunisme sendiri merupakan paham yang semata-mata ingin mengambil keuntungan untuk diri sendiri dari kesempatan yang ada tanpa berpegang pada nilai-nilai tertentu. Terkait komunitas Niqab Squad, dalam prakteknya mereka di awal pembentukannya terlihat secara penuh menerima modernitas sebagai sesuatu yang bisa disandingkan dengan Islam, yakni melalui perpaduan niqab dan fashionable yang mereka wacanakan sebagai strategi mereka melawan stigma, namun dalam hal ini konsep Castells terkait legitimasi identitas tercermin dalam praktek yang dilakukan oleh Niqab Squad. Pewacanaan ini juga bisa dikatakan sebagai bentuk resepsi. Dalam konsep identitas Castells terkait legitimizing identity, resistance identity dan project identity, konsep legitimizing identity sama halnya dengan konsep penerimaan yang dilakukan oleh komunitas Niqab Squad terhadap modernisme sebagai jalan perlawanan stereotype cadar. Konsep legitimizing identity menurut hemat penulis merupakan bentuk identitas yang diperkenalkan oleh kelompok atau institusi dominan dalam masyarakat, hal itu dilakukan untuk memperpanjang dominasi mereka. Dan kelompok Niqab Squad, melalui pendekatan legitimasi mereka berupaya memperluas jaringan dan pengaruh mereka dalam kelompoknya melalui konsep nilai yang diperkenalkan termasuk ketika kelompok tersebut memperkenalkan konsep penyatuan cadar dengan fashion, sehingga hal tersebut merubah image cadar yang tabu dan kaku sebagai cadar yang lebih inklusif dan menyenangkan. Dengan konsep penggabungan niqab dan modernitas dipahami sebagai

langkah mereka menuju kata “dominan”, dalam penelitian ini legitimasi identitas pun dipahami sebagai bentuk penerimaan penuh oleh komunitas Niqab Squad terhadap modernitas melalui konsep *cadar fashionable*.

Lebih lanjut terkait sikap Niqab Squad dalam menunjukkan identitas di media sosial, dalam keadaan tertentu mereka menghadirkan wacana yang menunjukkan bentuk upaya mereka untuk resisten dengan identitas keislaman (konservatif), dimana nilai-nilai Islam adalah hal yang tetap dan konkrit. Sebagaimana konsep Castells tentang *resistance identity*, bahwa Identitas Perlawanan (*resistance identity*) merupakan sebuah identitas yang dipertahankan dengan melakukan perlawanan untuk mempertahankan identitas tersebut melalui stigma dari pihak yang mendominasi. Identitas ini berfungsi membentuk proses perlawanan dan pertahanan atas perbedaan prinsip dalam institusi masyarakat. Identitas perlawanan dapat dipahami secara sederhana sebagai sebuah identitas yang diperjuangkan dari awal hingga akhirnya mendapatkan pengakuan keabsahan atas identitas tersebut.

Niqab squad mengklaim kelompok mereka sebagai kelompok yang sangat Islami, dengan pewacanaan muslim yang sesungguhnya dan senantiasa berada dalam koridor Islam. Mereka menolak jika disebut sebagai kelompok *cadar stylish*, kelompok perempuan bercadar yang modern, tetapi dalam praktiknya, mereka memperlihatkan hal sebaliknya. Dalam hal ini mereka mempunyai nilai dan aturan tersendiri sebagai acuan dalam menunjukkan keislaman mereka. Seperti halnya dalam postingannya yang berupaya menunjukkan identitas keislaman yang kental dan berusaha menolak modernisasi *cadar*, dan atribut lain yang dianggap menjatuhkan Islam.

Identitas Niqab Squad sebagai kelompok muslimah bercadar pun memberikan penggambaran yang ambigu, di satu sisi kelompok Niqab Squad mengklaim pembentukan kelompok tersebut berdasar pada ideologi Islam yang murni sebagai bentuk *ketaqwaan*. Komunitas tersebut mencoba merepresentasi diri mereka melalui wacana “*cadarku sayang cadarku malang*” sebagai kelompok yang prihatin dengan fenomena perempuan bercadar yang gemar melakukan foto narsis atau selfie, modern, dan dianggap tidak sesuai dengan yang disyariatkan. Narasi yang ditunjukkan dalam caption yang dituliskan oleh kelompok Niqab Squad, seakan menegaskan bahwa kelompok mereka bukanlah bagian dari para niqabi yang bersikap ‘tidak baik’, seperti yang ditunjukkan pada caption di paragraf keempat pada gambar tersebut.

Penggunaan konsep baik dan buruk dalam bercadar merupakan bagian dari pewacanaan identitas secara religious, bahwa kelompok muslimah bercadar tidak semuanya sama tetapi terkotakkan menjadi yang ‘baik’ dan yang ‘buruk’. Tipologi lain yang bisa dijelaskan dalam mengonstruksi identitas kelompok ini dapat dikatakan dari proses penerimaan Islam sebagai nilai aksetis. Dalam hal ini terdapat tiga karakteristik yakni orang islami, orang kearab-araban, dan juga orang religius. Pembagian kelompok tersebut didasarkan pada ekspresi identitas yang ditampilkan oleh masing-masing kelompok masyarakat tersebut. Biasanya yang mereka tampilkan adalah ingin mendapatkan adanya efek eksternal maupun juga feedback dari kelompok masyarakat lain terhadap identitas Muslim yang mereka kenakan. Dalam hal ini, kelompok niqab squad mencoba menampilkan diri sebagai kelompok niqabi yang ‘baik’ untuk menghalau stigma negatif ataupun stereotype perempuan bercadar.

Pada dasarnya Kelompok niqab squad dalam menunjukkan identitasnya terlihat lebih fleksibel atau mungkin lebih tepat disebut dengan ambiguitas, karena di satu sisi mereka mencoba resisten dengan modernisme, yakni terlihat bagaimana mereka mencoba menunjukkan identitas keislaman secara utuh yang lebih tertutup. Di sisi lain, merekapun turut menegosiasikan identitas mereka sebagai perempuan muslimah bercadar dengan konsep modernitas. Hal ini terefleksikan melalui pembahasan sebelumnya, dan penggambaran awal tentang diri mereka yang terbuka dengan dunia modern seperti saat Indadari memperkenalkan fashion cadar yang lebih variatif (bermotif, warna-warni, stylish) sebagai upaya menghapus konsep tabu cadar itu sendiri.

4. Kesimpulan

Penggunaan cadar yang lebih modern oleh komunitas Niqab Squad terus diproduksi sebagai identitas baru. Wacana melawan stigma menjadi wacana yang ampuh untuk menarik kembali perhatian para niqabi, terlebih yang mengalami diskriminasi dalam masyarakatnya, sehingga mereka membenarkan konsep tersebut sebagai bagian perlawanan terhadap media Barat terutama wacana anti cadar, cadar sebagai representasi teroris dan sebagainya. Cadar modern yang lahir dari budaya populer tidak dapat dimaknai hanya secara kaku, tetapi terdapat dinamika dalam pemaknaannya. Praktik berniqab pun tidak hanya dimaknai sebagai pemenuhan kewajiban pada agama, tetapi juga dapat diartikulasikan secara fleksibel. Begitupun dengan konstruksi identitas perempuan muslimah yang tidak pernah selesai dan terus berproses, mengingat fenomena industri produk Islam dan perkembangan media yang terus memberikan dorongan kepada perempuan untuk mengartikulasikan identitas mereka.

Upaya kelompok niqab squad membangun dan mendefinisikan identitas mereka dengan menjadi berbeda dengan kelompok muslimah bercadar sebelumnya. Narasi kesalehan dan kecantikan yang dikonstruksikan dalam kelompok ini, menjadi strategi politis sekaligus ekonomi. Seperti yang diungkapkan oleh Barner, bahwa kesalehan tidak hanya menciptakan standar perilaku yang baru namun juga menciptakan kompetisi untuk merebut amal kebajikan, atau bisa kita lihat bagaimana mitos kecantikan yang di konstruksi ulang oleh kelompok tersebut yang sebenarnya tersembunyi ideologi, seperti kata Bartehs, bahwa nilai ideologi yang tersembunyi dalam pemitosan ini keberadaannya tidak dirasakan sehingga ia dapat diterima dan membentuk perilaku yang berbeda sesuai desain yang direncanakan. Narasi kesalehan oleh kelompok niqab squad pun mengarah pada konsep yang dikemukakan oleh Kuntowijoyo tentang Islam sebagai gerakan kebudayaan, kelompok Niqab Squad berupaya mengubah cara pandang lama terkait pemakaian cadar dalam Islam murni (konservatif) kearah penggunaan cadar baru yang lebih modern (bentuk kebudayaan).

Desain identitas terkait pewacauan yang dilakukan oleh niqab squad, mengarah pada penciptaan sebuah proyek identitas, seperti yang di konsepkan oleh Castells terkait bagaimana suatu masyarakat atau komunitas mendefenisikan ulang nilai-nilai kesalehan dan kecantikan guna mebuat sebuah identitas baru. Niqab Squad secara politis berupaya menampilkan dirinya sebagai komunitas yang berbeda, mereka memiliki ideologi dan nilai-nilai sendiri sebagai komunitas perempuan muslimah, hal ini bisa terlihat bagaimana mereka menentukan tema-tema kajian mereka, cara pemilihan warna

pakaian, ustad-ustad yang dilibatkan sebagai patokan, maupun cara mereka memilih media sosial sebagai ruang untuk menunjukkan diri mereka.

Sebagai komunitas virtual, tentunya niqab squad sangat menyadari terhadap keterbukaan ruang tersebut dan menjadi ruang perdebatan yang bebas berpendapat bagi orang di luar kelompok untuk mengkritik komunitas mereka, dan bisa saja muncul tekanan bagi keberlangsungan identitas mereka. Sehingga hal ini memunculkan kontestasi identitas yang mengarah pada bentuk penegosiasian kelompok tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Annisa, F. 2011 *Performativitas Tubuh dan Identitas Muslimah dalam Majalah Aquila Asia*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Barnard, M. 1996. *Fashion sebagai Komunikasi. Cara Mengkomunikasikan Identitas Sosial, Seksual, Kelas, gender* (Idy Subandy Ibrahim dan Yosol Iriantara, Penerjemah). Yogyakarta: Jalasutra
- Barthes, Roland. 2006. *Mitologi. Kreasi Wacana*. Yogyakarta.
- Castells, Manuel. 2010. *The Power of Identity: The information age, Economy, Society, Culture*. United Kingdom: Blackwell Publishing Ltd.
- Gökariksel, B. dan McLarney, E. 2010. *Muslim Women, Consumer Capitalism, and the Islamic Culture Industry*. *Journal of Middle East Women's Studies*, 6, 118.
- Hoesterey, James dan Clark, Marshall. 2012. *Film Islami: Gender, Piety and Pop Culture in Post Authoritarian Indonesia*. *Asian Studies Review*. Vol 36. No.2. Diakses melalui ProQuest pada februari 2019.
- Hariyadi. 2010. *Islamic Popular Culture and The New Identity of Indonesian Muslim Youths*. The University of Western Australia. *Jurnal Prosiding The 5th International Conference on Indonesia Studies: "Ethnicity and Globalization"* diakses melalui <https://icssis.files.wordpress.com> tanggal 10 februari 2019
- Heryanto, Ariel. 2015. *Identitas dan Kenikmatan: Politik Budaya Layar Indonesia*. Jakarta: Gramedia.
- Hine, Christine. 2005. *Virtual methods : Issue In Social Research on The Internet*. Oxford : Berg
- Kitch, C. L. 2001. *The girl on the magazine cover: The origins of visual stereotypes in American mass media*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.
- Kozinets, Robert V. 2010. *Netnography: Doing Ethnographic Research online*. London : Sage Publication
- Melliana S, Annastasia. 2006. *Menjelajah Tubuh Perempuan dan Mitos Kecantikan*. LkiS :Yogyakarta.
- Raho, Bernard. 2013. *Agama dalam Perspektif Sosiologi*. Jakarta : Penerbit Obor.
- Subijanto, R. 2011. *The Visibility of a Pious Public*. *Inter-Asia Cultural Studies*, 12,240-253.
- Subandy, Idy Ibrahim. 2007. *Budaya Populer sebagai Komunikasi: Dinamika Popscape dan Mediascape di Indonesia Kontemporer*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Tunmer, S. Bryan. 2013. *Sosiologi Agama*. Edisi Terjemahan. Pustaka Pelajar.
- Wasito Raharjo Jati. 2015. *Kesalehan Sosial sebagai Ritual Kelas Menengah*. *Jurnal Kebudayaan Islam*, Vol. 13, No. 2, Juli – Desember.