

Perempuan Berjilbab: dari Identitas hingga Tren Mode Pascakonflik di Maluku Utara*)

Andi Sumar–Karman

Antropologi Sosial, Universitas Khairun

Abstract

This paper discusses the process of social transformation in the moslem community in North Maluku. Review of departing from the phenomenon of veiled women in the social context of post-conflict horizontal hit the area around the year 1999 ago. The perspective of the consumer culture of Featherstone (1990) is used to indicate the on going process of the phenomenon. The results showed that the use of the veilby women in North Maluku in the setting of experience estetitation from its original purpose, namely as a moslem identity. In the process, it brought the multi-identity of a life style trends, to the notion that being 'hangingout' and 'fashionable' hijab. These opportunities are made possible by globalization, which provides a variety of options with regard to clothing. Thus, religious practices suffered contextualization in various places, including in North Maluku.

Keywords: Social Transformation, Identity, Moslem Identity, Lifestyle, North Maluku

Abstrak

Makalah ini membahas proses transformasi sosial di masyarakat Muslim di Maluku Utara. Ulasan berangkat dari fenomena wanita berjilbab dalam konteks sosial horisontal pasca-konflik melanda daerah sekitar tahun 1999. Featherstone perspektif budaya konsumen (1990) digunakan untuk menunjukkan proses yang terjadi fenomena. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan wanita veilby di Maluku Utara dalam menetapkan pengalaman estetitation dari tujuan aslinya, yaitu sebagai identitas Muslim. Dalam prosesnya, ia membawa multi-identitas tren gaya hidup, dengan gagasan bahwa menjadi 'hangingout' dan jilbab 'modis'. Kesempatan ini dimungkinkan oleh globalisasi, yang menyediakan berbagai pilihan berkaitan dengan pakaian. Dengan demikian, praktek keagamaan menderita kontekstualisasi di berbagai tempat, termasuk di Maluku Utara.

Kata kunci: Transformasi Sosial, Identitas, Identitas Islam, Gaya Hidup, Maluku Utara

Pengantar

Konflik horizontal yang pernah melanda Maluku Utara telah berlalu hampir satu dasawarsa lamanya. Tragedi yang melibatkan antara kelompok Islam dan Kristen secara berhadapan-berhadapan tersebut, menarik untuk disimak kembali. Berbeda dengan ulasan pada umumnya menyangkut peristiwa tersebut, artikel ini menyoroti transformasi sosial budaya yang terjadi pascakonflik di daerah ini¹. Artikel ini mendiskusikan tentang kondisi kontemporer masyarakat Maluku Utara dari perspektif budaya konsumen. Menurut Featherstone (1990), pergeseran masyarakat masa kini ditandai dengan: (1) dominannya nilai simbolis barang, (2) proses estetisasi kehidupan dalam kehidupan sehari-hari, dan (3) melemahnya referensi tradisional.

Proses konsumsi simbolis dan proses estetisasi sebagai tanda transformasi sosial perkotaan ini dijelaskan Irwan Abdullah (2006) dalam tiga cara. *Pertama*, kelas sosial

membedakan proses konsumsi pada setiap kelas sosial dengan menunjukkan proses identifikasi yang berbeda. Kehadiran pasar dalam hal ini menjadi pembatas dan penegas batas antarkelompok di dalam masyarakat. *Kedua*, barang yang dikonsumsi menjadi wakil dari kehadiran. Kelompok-kelompok individu di dalam masyarakat dengan orientasi nilai yang kurang lebih sama. Sementara itu, pasar dalam hal ini menegaskan dua hal, yakni: (a) kehadiran masing-masing orang dan (b) kepatuhan-kepatuhan sosial individual terhadap tata masyarakat yang berorientasi pada gaya hidup. *Ketiga*, semakin pentingnya konsumsi citra (*image*) dalam proses konsumsi. Dalam hal ini, suatu produk dan praktik (seperti makanan dan pakaian) merupakan alat ekspresi diri bagi kelompok.

Sehubungan dengan pandangan di atas, ada fenomena menarik untuk diselidik dari Maluku Utara.² Dengan sangat meyakinkan, seorang informan menuturkan kepada saya bahwa pada saat berlangsung dan setelah terjadinya konflik sosial di Maluku Utara, para wanita muslim ramai mengenakan jilbab.³ Sebelumnya,

¹ Diolah dari tugas akhir mata kuliah Kebudayaan Materil pada Program Pascasarjana Antropologi, UGM Yogyakarta, tahun 2012. Pengayaan data dan narasumber dilakukan sejak penulis kembali aktif beraktivitas di Maluku Utara

¹Menyangkut konflik horizontal yang terjadi di Maluku Utara pada penghujung tahun 1999 silam, para penulis umumnya menyoroti faktor-faktor sosial, budaya, ekonomi dan politik yang memicu terjadinya konflik tersebut. Pasca konflik, beberapa tulisan lain berusaha mengungkap upaya-upaya perdamaian demi tercapainya ketertiban dan keharmonisan sosial di wilayah itu.

² Pengungkapan kembali atas fenomena ini diperoleh dari hasil pengamatan seorang informan, SA, atas kondisi ini. Kesan serupa juga disampaikan oleh beberapa informan lainnya.

³ Sebenarnya bukan hanya fenomena berjilbab pada kalangan perempuan saat itu. Sebelum konflik sosial terjadi, kalangan laki-laki muslim di daerah ini kebanyakan mengenakan peci 'berwarna'. Setelah meletupnya konflik sosial, kalangan laki-laki secara mencolok

ketika situasi dan kondisi sosial masih damai, belum terkoyak oleh konflik sosial itu, interaksi antara penduduk muslim dan non-muslim berlangsung tanpa batas-batas identitas kelompok yang tegas. Setelahnya, jilbab kemudian tampil sebagai simbol batas-batas tersebut. Fenomena inilah yang akan didiskusikan dalam artikel ini. Hal ini ditinjau sebagai proses transformasi sosial budaya masyarakat (Maluku Utara) di satu sisi, dan budaya konsumsi beserta implikasi yang ditimbulkannya secara khusus, pada sisi yang lain.

Maluku Utara sebagai suatu Setting

Menarik untuk melihat bagaimana proses transformasi sosial budaya yang terjadi di Maluku Utara dalam konteks pascakonflik pada akhir tahun 1999 silam. Tinjauan terhadap hal ini menggunakan gagasan dari Featherstone (1990) dan Abdullah (2006) tentang budaya konsumsi dan dampaknya terhadap aspek sosial budaya pada suatu kelompok masyarakat.

Sebelum konflik horizontal mencabik-cabik Provinsi Maluku Utara yang ibu kotanya terletak di Kota Ternate itu, daerah ini dihuni oleh penduduk dari berbagai latar belakang sosial budaya yang beragam. Sebagai gambaran, beberapa kelompok etnik yang ada di Kota Ternate adalah Ternate, Tidore,

Makian, Sanana, Bugis-Makassar, Jawa, Buton, Padang, Minangkabau, Tionghoa, Keturunan Arab, Manado, Sanger, Ambon, dan lain-lain (Tim Peneliti, 2009).

Mereka terdistribusi ke dalam pemeluk agama Islam, Kristen, dan Budha. Meski Islam merupakan agama yang mayoritas saat itu, namun interaksi sosial di antara anggota masyarakat berlangsung cair. Kebiasaan tolong-menolong merupakan tradisi ketika salah satu di antara warga mengadakan hajatan/pesta. Sumbangan tenaga maupun materi/uang akan diberikan sebagai wujud partisipasi mereka dalam kehidupan bermasyarakat.

Lain halnya setelah konflik melanda kota ini pada akhir tahun 1999 silam. Selain warga yang beragama Islam, para penduduk pendatang akan meninggalkan kota ini dengan harapan bisa selamat dari maut yang setiap waktu dapat menjemput mereka. Pada saat berlangsungnya konflik, sebagian besar wilayah di kota ini tampak mencekam. Identitas keagamaan menjadi simbol pemisah yang tegas di antara mereka saat itu. Awalnya, pihak yang bertempur adalah pasukan kuning dan putih. Pada pihak yang berlawanan, pada salah satu ujung terdapat pasukan/kalangan pendukung Kesultanan Ternate dengan kepatuhan tradisional pada kepemimpinan Sang Sultan, dan pada ujung lainnya terdapat kalangan yang tidak termasuk kelompok pertama tadi. Seringkali kelompok kedua ini diidentikkan dengan orang Makian.

kebanyakan mengenakan peci berwarna putih saja.

Dalam perkembangan selanjutnya, isu konflik bergeser ke arah perang antara orang Islam melawan Kristen. Tatkala agama disulut sebagai penyebab konflik, perang yang lebih besar tak dapat dihindarkan lagi. Korban pun berjatuh di antara kedua pihak. Yang Islam membantai tetangga atau sahabat mereka yang Kristen, dan sebaliknya.

Sejak saat itu, prasangka selalu mendahului setiap kali mereka berinteraksi. Kebencian bertumbuh dalam memori terbunuhnya kerabat mereka di depan matanya. Setiap pihak akan memandangi pihak lainnya dengan satu warna. Bagi orang Kristen, semua orang Islam adalah pembunuh sehingga membantai mereka adalah melunasi kematian yang telah dilakukannya atas kerabatnya yang telah meninggal. Orang Islam memandangi orang Kristen dengan cara serupa. VCD berisi pembantaian orang-orang Kristen/Muslim, dengan sedikit atau secara terang-terangan menghasut, beredar pada kedua kelompok.

Yang mencolok dari kalangan orang Islam adalah perempuan Islam ramai memakai jilbab pada saat itu. Model jilbab dan cara mengenakannya pun biasa saja. Jilbab yang dikenakan berupa sepotong kain dengan ukuran tertentu dilipat melingkar sehingga menutupi sebagian wajah hingga di dagu. Pada saat itu hanya ada dua toko (yaitu: Toko Madinah dan Toko Gaya Busana Muslim) yang menjual jilbab dan perlengkapan muslim lainnya.

Pemiliknya adalah warga keturunan Arab⁴.

Seiring dengan perjalanan waktu, konflik horizontal yang melibatkan identitas keagamaan, perlahan redam hingga akhirnya suasana benar-benar damai. Meski tak seramai sebelumnya, penduduk yang merupakan pemeluk dari berbagai jenis agama kembali lagi ke kota ini. Orang Islam yang memakai jilbab juga semakin meningkat jumlahnya meski dengan semangat yang berbeda dari awalnya. Hadirnya toko, mall, *California Fried Chicken*, pub, kafe turut meramainya kehidupan sosial ekonomi di kota ini. Lebih dari sekedar hadir, fasilitas-fasilitas tersebut membentuk dan mendorong gaya hidup baru masyarakat di Kota Ternate. Perkembangan lebih lanjut atas fenomena ini ditunjukkan pada bagian berikut ini. Namun, sebelumnya akan digambarkan secara singkat pakaian jilbab dalam pandangan Islam, dan selanjutnya akan dibicarakan juga mengenai globalisasi sebagai konteks yang mendasari praktik-praktik materialisasi dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat masa kini. Budaya konsumsi, gaya hidup dan mode pakaian merupakan topik yang dibincangkan di dalamnya.

Jilbab: Busana Muslimah?

⁴ Hasil wawancara Safrudin Abd. Rahman, 15 Juni 2010.

Apakah jilbab yang kita kenal sekarang ini, dalam berbagai bentuk dan namanya, adalah salah satu identitas muslimah? Seperti apakah 'jilbab' sebenarnya dalam Islam? Bagian ini mengemukakan dengan singkat berbagai pandangan menyangkut persoalan-persoalan tersebut.

Jika ditelusuri lebih jauh ke belakang, rupanya jilbab atau kerudung sebenarnya memiliki sejarah yang lebih tua dari zaman Rasulullah. Dalam Taurat, misalnya, dikenal kata *tiferet* yang maknanya kurang lebih sama dengan jilbab. Sementara di dalam Injil terdapat berbagai istilah yang serupa dengan jilbab antara lain: *redid*, *zammah*, *re'alah*, *zaif*, dan *mitpahat* (Umar, 1996). Kemungkinan ditemuinya hal yang serupa pada agama-agama lain (misalnya agama Hindu, Budha, dan lain-lain) jika dilakukan penelusuran tentang jilbab dan hal-hal yang berkaitan dengannya. Asumsinya adalah karena pakaian, bagaimanapun, merupakan salah satu simbol spiritual keagamaan.

Berkaitan dengan penggunaan jilbab atau kerudung ini, Epstein (1967) mengatakan bahwa tradisi wanita menghibabi diri mereka ketika sedang bepergian dalam masyarakat umum telah sangat lama (dilakukan) di negeri timur. Menurutnya, rujukan pertamanya dapat ditemukan dalam kodeks bangsa Assyria, yang mengatur para istri, anak perempuan, janda, agar berjilbab ketika bepergian ke luar rumah.

Penelusuran Nasaruddin Umar (1995) dalam hal ini menarik dikemukakan di sini. Tinjauannya mengenai asal-usul kerudung atau jilbab pada beberapa literatur Yahudi menunjukkan bahwa penggunaan kerudung berawal dari peristiwa dosa asal (*original sin*). Peristiwa merujuk pada kejadian di mana Hawa menggoda suaminya, Adam, untuk memetik dan memakan buah khuldi. Akibat godaan Hawa kepada Adam tersebut, buah terlarang itu akhirnya dipetik oleh Adam. Akibat melanggar larangan, mereka berdua diusir dari surga karena perbuatan dosa yang baru saja dilakukannya. Dalam Kitab Talmud, akibat pelanggaran Adam dan Hawa tersebut, maka mereka diganjar dengan sepuluh penderitaan (Umar, 1995). Peristiwa haid pada perempuan merupakan salah satu penderitaan kutukan itu.

Perempuan yang sedang mengalami menstruasi dianggap sedang berada dalam suasana tabu dan darah menstruasinya (*menstrual blood*) dianggap sebagai darah tabu yang menuntut perlakuan khusus. Larangan melakukan hubungan seksual ketika seorang perempuan sedang menstruasi terdapat di hampir semua agama, kepercayaan, dan adat istiadat. Bahkan di kalangan Yahudi dan Kristen ada kepercayaan bahwa beberapa jenis makanan tidak boleh disentuh pada saat seorang perempuan yang sedang menstruasi. Jika hal ini dilakukan maka dikhawatirkan akan mencemari, khususnya pada makanan atau minuman yang mengandung alkohol.

Grahn (1993) menulis bahwa tatapan perempuan yang sedang menstruasi memiliki semacam kemampuan tertentu untuk menimbulkan daya rusak Sang Mata Kejahatan. Sang Mata Kejahatan dapat menyebabkan gagalnya panen, membusuknya makanan, dan sakitnya anak kecil.

Dari *menstrual taboo* tersebut lahirlah apa yang disebut sebagai *menstrual creation* berupa kosmetik, sisir, selop, sandal, sepatu, pondok *haidl*, kerudung dan cadar. Pada mulanya, kosmetik hanya digunakan oleh perempuan yang sedang menstruasi, dan terlarang bagi anak-anak yang belum menstruasi, orang yang sudah menopause, apalagi kaum laki-laki. Kosmetik ini berfungsi sebagai isyarat tanda bahaya (*signal of warning*) agar tidak terjadi pelanggaran terhadap *menstrual taboo* serta sebagai penolak bala. Cara penggunaan kosmetik tersebut juga memiliki corak dan tata cara masing-masing pada setiap daerahnya. Selain itu, di beberapa kelompok masyarakat, perempuan yang sedang menstruasi tidak boleh menginjakkan kakinya ke tanah tanpa alas kaki (selop, sandal atau sepatu) untuk mencegah polusi dan malapetaka. Bahkan di beberapa daerah alas kaki tersebut dibuat berat, berukuran kecil dan runcing agar perempuan yang sedang menstruasi tidak bisa berjalan jauh ke mana-mana. Untuk perempuan yang sedang menstruasi ini dibangun suatu pondok, *pondok haidl*, yang terletak jauh dari perkampungan sehingga mereka tidak membur dengan

masyarakat, termasuk keluarga dekatnya sendiri. Adapun cadar (*hood*) pertama kali digunakan untuk wanita yang sedang menstruasi dan pengganti pondok *haidl* bagi perempuan dari kalangan raja atau bangsawan. Cadar tersebut berfungsi untuk menutupi pancaran mata terhadap cahaya matahari dan sinar bulan yang diyakini sangat berbahaya karena dapat menimbulkan malapetaka bagi alam dan manusia (Grahn, 1993).

Berbeda dengan pandangan tersebut, Mustafa Hashem Sherif (dalam Umar, 1995) mengemukakan bahwa semula Al-Qur'an sendiri tidak menetapkan kapan wanita harus dihijab dari lingkungan laki-laki. Kata hijab—dalam arti pengucilan wanita—tidak dikenal sebagai suatu fenomena sosial historis pada masa Rasulullah. Hijab ketika itu lebih sering diasosiasikan dengan gaya wanita kelas atas di kalangan masyarakat petani dan para pendatang, yang merupakan bagian dari tradisi pra-Islam di Syria dan adat di kalangan orang-orang Yahudi, Kristen, dan Sasania.

Meskipun hijab atau *chador* tidak terdapat di masa awal Islam menurut pendapat beberapa cendekiawan, seiring perjalanan waktu busana ini mulai dikaitkan dengan Islam. Kebiasaan ini terasimilasi bersamaan dengan penaklukan masyarakat Persia dan Byzantium dan dianggap mencerminkan semangat Al-Qur'an. Mungkin benar bahwa penutupan diri dan pemakaian cadar mencerminkan wanita kelas atas, wanita urban yang

berusaha melindungi diri dari pandangan mereka yang berkeliaran di pasar atau pun ladang-ladang pertanian. Tetapi selama beberapa abad, kebiasaan ini menyebar ke bagian lain dalam masyarakat dengan konsekuensi yang berbeda-beda. Wanita di kota-kota kecil dan besar sering terkurung di rumah-rumah kecil dengan kontak sosial yang terbatas dan karena itu terhalang dari kehidupan masyarakat (Ahmed, 1997).

Jilbab seringkali dimaknai sama dengan kata 'kerudung'. Pada dasarnya kedua hal tersebut memiliki makna yang sangat berbeda. Jika kerudung hanya sebatas penutup kepala, maka jilbab adalah busana muslimah yang merupakan pakaian yang tidak ketat dengan ukuran yang lebih besar yang menutupi seluruh tubuh wanita kecuali wajah dan telapak tangan sampai pergelangan. Dalam Al'quran, perintah jilbab disebut dalam QS. Al-Ahzab:59, yaitu:

“Hai Nabi, katakanlah kepada isteri-isterimu, anak-anak perempuanmu dan isteri-isteri orang mukmin, hendaklah mereka mengulurkan jilbabnya ke seluruh tubuh mereka”, yang demikian itu supaya mereka lebih mudah dikenal, karena itu mereka tidak diganggu. Dan Allah adalah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang”

Dalam bahasa Arab, kata “Jilbab” memiliki bentuk jamak yang menjadi “jalabib”. Dari kata “jalaba”, jilbab

berarti membawa atau menghimpun, sedangkan bentuk jamaknya adalah “jalabib” yang berarti baju kurung yang dapat menutupi seluruh anggota badan

(www.geocities.com/jurnal_iitindonesia a). Para ulama juga memberikan batasannya mengenai pengertian “jilbab” ini. Dari berbagai definisi tentang jilbab, terdapat dua landasan yang dapat dijadikan batasan tentang jilbab, yaitu: (1) definisi yang tertera dalam kamus; dan (2) kutipan sebagian dari terjemahan atau tafsir Al'Quran dalam bahasa Indonesia atau dalam bahasa asing (Surtiretna, 1992). Dari berbagai pandangan mengenai pengertian jilbab, dapat dikatakan bahwa: (1) definisi yang disebutkan oleh Ibnu Hazm bahwa jilbab merupakan kain bagian luar yang menutupi seluruh tubuh (www.geocities.com/jurnal_iitindonesia a); dan (2) menurut Al'Qamus, jilbab didefinisikan sebagai pakaian lebar yang biasa dipakai untuk menutupi pakaian (dalam) mereka dan menutupi seluruh tubuh kecuali yang boleh ditampakan, yaitu muka dan telapak tangan hingga pergelangan⁵; (3) Ibnu Katsir mengemukakan bahwa jilbab adalah selendang di atas kerudung⁶; dan (4) Imam Ragib, seorang ahli kamus Al'Quran, mengartikan jilbab sebagai pakaian longgar yang terdiri atas baju panjang dan kerudung yang menutup badan kecuali muka dan telapak tangan (Surtiretna, 2002).

⁵ www.geocities.com/jurnal_iitindonesia

⁶ www.rahima.or.id

Berdasarkan beberapa pengertian tersebut, maka “jilbab” dan “kerudung” dapat dibedakan maknanya. Kerudung hanya merupakan bagian daripada jilbab. Beberapa pengertian jilbab di atas juga menunjukkan bagaimana cara dan bentuk pemakaian jilbab menurut syariat Islam.

Globalisasi dan Praktik Konsumsi Pakaian

Seluruh dunia saat ini telah menyatu dalam suatu wilayah yang tak ber dinding (*borderless world*). Globalisasi telah menjadi kata yang akrab dengan keseharian kita. Setiap orang bahkan dapat dikatakan terlibat dalam proses globalisasi tersebut. Perbedaannya hanya pada intensitas dan bentuk-bentuk keterlibatannya. Para kalangan elit dan kelas menengah (Abdullah, 2006) di perkotaan merupakan orang-orang yang terlibat dengan globalisasi yang ditampakkkan melalui penampilan gaya hidup mereka. Di wilayah-wilayah pedalaman maupun pesisir, tampak melonggarnya nilai-nilai solidaritas sosial akibat penetrasi ekonomi pasar ke dalam kehidupan mereka. Kebiasaan kerja sama dan tolong menolong berbasis sumbangan tenaga kerja tergantikan oleh uang (Amin, dkk, 2009).

Di samping pengaruh positif yang dihadapkannya, globalisasi juga membawa pengaruh negatif. Secara luas, Reisinger (2009), misalnya, menyebutkan bahwa akibat globalisasi adalah merosotnya

kekuasaan pemerintahan nasional dan meningkatnya kekuasaan korporasi multinasional dan organisasi supranasional; dunia semakin terpolarisasi ke dalam kekuatan ekonomi populer; suprateritorial; pengaruh negatif terhadap komunitas lokal; delokalisasi dan *outsourcing*; separasi pekerjaan dari rumah; menipisnya modal sosial dan komunitas sipil; peniruan terhadap budaya Barat; standardisasi produk wisata dan pengabaian standar lokal; degradasi lingkungan; dan penuh resiko.

Dalam kehidupan sosial budaya masyarakat, globalisasi juga telah menyebabkan kaburnya batas-batas geografis dan simbolis di antara “kami” dan “mereka” dalam pengalaman masyarakat lokal, nasional, maupun regional. Perubahan konteks sosial budaya masyarakat ini dapat dilihat pada tiga tahap, yaitu: (1) sejak masuknya pasar ke dalam masyarakat petani yang mempengaruhi proses komodifikasi hasil-hasil pertanian, meluasnya jaringan sosial dan orientasi masyarakat; (2) terjadinya integrasi pasar—ditandai dengan mulai mengaburnya batas-batas etnik; dan (3) ekspansi pasar. Pada tahap ketiga ini, pasar (*market*) menjadi kekuatan yang membangun “dunia” kehidupan sehari-hari. Ikatan-ikatan tradisional takluk di bawah logika pasar (Abdullah, 2006).

Integrasi ekonomi ke dalam tatanan ekonomi global juga telah terbukti sebagai integrasi sosial budaya ke dalam suatu tatanan dunia.

Melalui perkembangan teknologi elektronik, teknologi informasi dan komunikasi, masyarakat dari berbagai tempat dapat terhubung dengan kelompok masyarakat lainnya di belahan dunia yang berbeda. Menurut Abdullah (2006), dengan mengikuti Featherstone dan Evers, hal yang mencolok terjadi dalam kecenderungan tersebut adalah tumbuhnya “*consumer culture*” di kota-kota sebagai bagian dari proses ekspansi pasar. Dalam proses ini, konsumsi merupakan faktor penting di dalam mengubah nilai dan tatanan simbolis. Kecenderungan ini menunjukkan pula terjadinya transformasi identitas dan subjektivitas. Basis-basis material menjadi dasar pendefinisian diri dan pembentukan identitas penduduk kota (baru).

Mode pakaian, termasuk jilbab, tidak hanya dapat dilihat sebagai pelengkap berbusana, tetapi dapat pula dilihat sebagai suatu proses dan cara individu mengkonsumsi pakaian sehingga suatu pakaian memiliki makna baru bagi pemakainya. Makna-makna tersebut dapat menjadi simbol bagi identitas individu itu sendiri maupun posisi individu dalam lingkungan sosialnya. Hal ini seperti dikemukakan oleh Marshall Sahlin bahwa sistem pakaian bukan hanya seperangkat objek materi untuk membuat pemakainya merasa hangat, tetapi juga sebagai kode simbolik yang digunakan pemakainya untuk mengkomunikasikan keanggotaan mereka dalam kelompok sosial. Selanjutnya, menurutnya Sahlin,

pakaian juga menunjukkan perbedaan antara pria dan wanita atau antara kelas atas dan kelas bawah dengan perbedaan sifatnya masing-masing. Pakaian mengkomunikasikan apa yang dianggap sebagai ‘kehalusan’ wanita dan ‘keperkasaan’ pria; apa yang dianggap kesopanan kelas atas dan apa yang dianggap kekasaran kelas bawah. Dengan demikian pakaian dapat dipandang mengkomunikasikan hak milik yang dianggap melekat dalam setiap kelompok dan menjadi dasar untuk membedakan mereka (Lury, 1996: 22).

Menurut Duncan (1997) dibandingkan dengan masa yang silam, kini kita sudah memiliki lebih banyak. Namun, itu semua barulah merupakan sebuah janji akan apa yang bisa kita peroleh kelak di masa depan. Masa lalu dibunuh lewat gaya (mode tahunan dan musiman), masa kini diimbangi masa depan dengan seketika bersifat orgiatik, rohaniah, dan abadi. Keinginan material tak perlu dibatasi sebab pemuasan semacam itu adalah sebuah jalan menuju kepuasan-kepuasan lain. Janji kehidupan Amerika, kata Duncan, bukanlah peningkatan standar kehidupan, melainkan standar kehidupan yang terus-menerus meningkat. Kekuatan gaya di Amerika berasal dari kekuatan untuk berkomunikasi dengan diri kita sendiri. Itulah sebabnya kita berbelanja tanpa henti.

Di dalam proses mengkonsumsi pakaian terdapat peranan status sosial dan tingkat ekonomi pemakainya. Ketika suatu pakaian

masih baru, ketika pakaian belum diproduksi secara massal, yang berarti bahwa pakaian tersebut masih dikonsumsi individu-individu secara terbatas, maka mereka (individu-individu) akan dikatakan memiliki status sosial dan ekonomi yang tinggi. Tatkala pakaian tersebut diproduksi secara massal, maka para individu dari berbagai status sosial dan tingkat ekonomi akan mengkonsumsinya. Dalam kecenderungan ini, maka mode pakaian akan mengalami perubahan, dan terus mengalami perubahan. Perubahan mode pakaian ini dapat berasal dari individu-individu yang merupakan bagian dari lingkungan status sosial atau atau bawah. Keduanya dapat menjadi pencetus dalam hal perubahan-perubahan mode pakaian.

Seiring dengan semakin derasnya arus gelombang globalisasi—suatu fase yang ditandai dengan ekspansi pasar menembus sekat-sekat geografis—mode pakaian dapat ditemukan dalam jumlah yang lebih besar, baik segi kuantitasnya maupun variasinya. Fenomena ini tidak hanya ditemukan di kota-kota besar saja, melainkan berlangsung juga di daerah-daerah pedesaan. Berbagai macam mode pakaianpun membanjiri kawasan ini. Perkembangan mode pakaian ini memberikan keluasaan⁷ bagi individu untuk menentukan mode

pakaian tertentu yang hendak dikonsumsinya. *Trend* mode pakaian yang diluncurkan oleh para pemilik modal melalui para perancang busananya, secara rutin mengeluarkan mode pakaian yang sedang digandrungi oleh masyarakat. Teknologi media pun menjadi agen informasi, sekaligus pembentuk citra, tentang mode pakaian yang dikonstruksikan sebagai *trendy*⁸.

Mode pakaian merupakan salah satu simbol yang menjadi bagian kehidupan masyarakat, khususnya mereka yang tinggal di wilayah perkotaan. Diferensiasi individu atau masyarakat perkotaan ke dalam berbagai kelas sosial menampakkan pula tingkat konsumsi yang berbeda-beda. Masyarakat dengan berbagai kelas sosial tersebut mengkonsumsi barang-barang tidak hanya berdasarkan fungsi dari barang tersebut. Mereka juga mengkonsumsinya sebagai simbol gaya hidup masyarakat perkotaan, sekaligus sebagai alat komunikasi (Goffman, 1951; Abdullah, 2006).

Jilbab: Identitas Seorang Muslimah

Anggota suatu kelompok masyarakat menunjukkan identitas dirinya melalui penggunaan benda-benda materi tertentu. Pakaian dapat

⁷ Keluasan pilihan yang dimiliki oleh konsumen ini, ditentang oleh beberapa kalangan. Alasannya, kapitalisme sebenarnya telah mendiktekan selera konsumen dengan semua produk (pakaian) yang dikeluarkannya secara bertahap.

⁸ *Trendy* dapat dipahami sebagai kecenderungan yang terjadi dalam suatu kelompok masyarakat tertentu mengenai suatu gaya hidup atau benda-benda tertentu yang disukai dan digunakan oleh banyak orang serta berlaku dalam jangka waktu tertentu.

menjadi salah satu benda yang menunjukkan identitas seseorang. Sahlins (Lury, 1998: 22) mengemukakan bahwa pakaian bukan sekedar seperangkat benda materi untuk membuat pemakainya merasa hangat, tetapi sebagai kode simbolik yang digunakan pemakainya untuk mengkomunikasikan keanggotaan mereka dalam kelompok sosial.

Jilbab yang digunakan oleh wanita muslim di Maluku Utara pada saat berlangsungnya konflik merupakan simbol yang menunjukkan bahwa mereka (wanita berjilbab) adalah seorang penganut agama Islam. Meski ada juga wanita muslim yang tetap tidak memakai jilbab pada saat itu, namun meningkatnya pengguna jilbab dalam rentang waktu yang hampir bersamaan semakin menonjolkan fenomena tersebut. Terpecahnya masyarakat ke dalam kelompok Islam dan Kristen menumbuhkan kesadaran di kalangan orang Islam untuk menonjolkan identitas keislaman mereka.

Jilbab hanya dipakai ketika hendak ke pasar atau melakukan aktivitas di luar rumah. Bagi mereka yang bekerja di kantor-kantor, jilbab mulai dipakai pada saat di tempat kerja. Ketika berada di rumah, mereka tidak memakai jilbab lagi. Pada saat itu, seorang perempuan tua berusia 63 tahun, tiba-tiba meminta anaknya agar dibelikan jilbab. Sang anak menanggapi permintaan ibunya.

“Mama tra usah ikut-ikut pakai jilbab sudah. Orang pakai jilbab itu karena mau menutup aurat seperti

*Islam mengajarkannya. Mama ini kan tra pernah pakai jilbab. Kenapa tiba-tiba ikut-ikut dorang pakai jilbab? Bukan torang larang ibu pakai jilbab. Itu bagus. Tapi kalau hanya untuk ikuti-kutan saja, lebih baik tra usah sudah. Kalau mau pakai jilbab, mesti tetap pakai biar di rumah juga. Kalau pakai jilbab waktu keluar saja, tapi kalau duduk-duduk di depan rumah kong tra pake jilbab tuh sama saja (tidak)”*⁹.

Sang anak meyakini benar bahwa keinginan ibunya untuk memakai jilbab dalam lingkungan sosialnya karena saat itu sebagian besar orang (Islam) saat itu ramai memakai jilbab. Seharusnya, demikian pikir si anak, keinginan ibunya untuk mengenakan jilbab seharusnya didorong oleh semakin menguatnya kesadaran dalam dirinya akan nilai-nilai Islam yang dihayatinya. Nilai ini, misalnya, keyakinan akan kewajiban menutup aurat kepada selain *muhrim*. Dengan kata lain, keinginan berjilbab tersebut bukan dilandasi oleh alasan sekedar ikut-ikutan saja. Kuatnya desakan Sang Ibu untuk mengenakan jilbab pada akhirnya tak bisa ditolak oleh Sang Anak. Keesokan harinya, seperti dituturkan informan, si anakpun ke toko pakaian muslim untuk membeli jilbab yang diinginkan ibunya. Sejak itu, Si Ibu tersebut selalu memakai jilbab jika berkunjung ke keluarga, menghadiri hajatan, dan berbagai aktivitas lainnya yang dianggap *resmi*.

⁹ Dituturkan kembali oleh informan, SA, 15 Juni 2010.

Hal serupa juga berlaku pada kalangan gadis remaja di daerah ini.

Baik yang bekerja di kantor-kantor pemerintahan (Pegawai Negeri Sipil) maupun karyawan toko (karyawan swasta), sebagian besarnya menjadi pejilbab baru. Semangatnya juga tak jauh berbeda dengan pengalaman seorang ibu yang digambarkan di atas. Para gadis remaja keluar rumah dengan memakai celana *jeans* dan baju yang ketat sehingga lekuk tubuh tetap tampak dan menonjol¹⁰. Cara berjilbab yang ideal—menurut nilai-nilai Islam—sejatinya adalah menutupi bagian-bagian tubuh tadi agar tidak menonjol sehingga tidak membangkitkan hasrat bagi orang yang memandangnya. Namun, cukup bagi mereka dengan berjilbab semacam itu saja, lalu mereka telah menjadi bagian dari suatu kelompok yang lebih luas, orang Islam.

Hal di atas menunjukkan individu selaku agen tindakan, pada dasarnya merupakan entitas otonom yang ditandai dengan subjektivitas, suatu integrasi mental-fisik dengan kemampuan membentuk nilai-nilai yang di atasnya penilaian-penilaian pribadi dilandaskan. Meskipun begitu, isi dari identitas orang-orang tersebut sebenarnya hanya muncul sebagai serpihan dalam pelbagai bentuk hubungan dialogis dengan yang lain. Sedemikian menentukan hubungan-hubungan itu sehingga dapat dikatakan bahwa hubungan-hubunganlah yang menciptakan

subjektivitas kita. Dari sisi ini, hubungan mendahului identitas diri, dan bukan sebaliknya (Adlin, 2006: 17).

Individu-individu yang tersebar di berbagai tempat di Kota Ternate sebagian besar tidak saling mengenal¹¹ antara satu sama lain. Salah satu identitas yang paling menghubungkan mereka adalah adanya rasa bersama bahwa mereka sesama penganut agama Islam. Kehadiran mereka di ruang publik dengan memakai jilbab menjadi sarana komunikasi tidak langsung sebagai seorang muslimah. Berdasarkan penilaiannya masing-masing, mereka akhirnya memutuskan untuk memakai jilbab. Sebenarnya tak ada korelasi langsung antara penghayatan nilai-nilai agama Islam secara murni dengan penggunaan jilbab dalam penampilan berpakaian mereka. Upaya mengidentifikasi diri secara tegas sebagai seorang muslim justeru muncul setelah lingkungan sosialnya menunjukkan bahwa seorang muslimah adalah mereka yang berpakaian dengan cara berhijab. Meskipun demikian, cara dan jenis pakaian (jilbab) mereka tidak mencerminkan jilbab secara ideal. Jilbab dalam hal ini menjadi tanda yang tak dapat dipisahkan dari

¹⁰ Istilah mutakhir untuk kalangan ini dikenal sebagai 'jilboobs'

¹¹"Saling-mengenal" dalam hal ini dipahami bahwa seseorang mengenal orang lain dalam berbagai hal secara luas, termasuk berbagai latar belakang sosial, budaya, ekonomi orang tersebut (misalnya: latar belakang suku bangsa, pekerjaan, kehidupan keluarganya, dan berbagai atribut pribadi lainnya).

tindakan (memakai jilbab) karena tanda adalah identitas pribadi manusia itu sendiri (Herusatoto, 2001: 15).

Estetisasi Jilbab: Menjadi Modis dan Gaul dengan Jilbab

Zaman modern ini ditandai dengan proses estetisasi yang menunjukkan semakin menguatnya kecenderungan hidup pada proses seni. Aktivitas konsumsi atas suatu produk lebih karena simbol yang berkaitan dengan identitas dan status daripada fungsinya. Kehidupan dihayati tidak pada esensi kehidupan itu sendiri melainkan citra sebagaimana seni dihayati keindahannya (Simmel, 1991; dalam Abdullah, 2006). Hal bermakna dari pergeseran ini adalah menunjukkan tanda yang cukup mendasar dari pergeseran masyarakat juga merupakan tanda dari pembentukan etos kehidupan yang berbeda di mana etos konsumtif (simbolis) menjadi lebih penting daripada etos produktif (Abdullah, 2006).

Feathestone (2008) menunjukkan tiga pengertian dari estetisasi kehidupan sehari-hari, yaitu: (1) merujuk pada sub-sub budaya artistik yang mencoba untuk menghapus batas antara seni dan kehidupan sehari-hari; (2) menunjuk pada proyek yang merubah kehidupan yang menjadi suatu lembaga seni; dan (3) merujuk pada gerak cepat dan imaje yang memenuhi jaringan kehidupan sehari-hari dalam kehidupan masyarakat kontemporer. Pada

pengertian kedua, kita dapat menangkap adanya sentralitas pendekatan estetika pada kehidupan dalam karya Foucault bahwa rasa senang, merujuk konsep Baudelaire mengenai modernitas, yang di dalam konsepsi itu figur sentralnya adalah 'pesolek yang menjadikan tubuhnya, tingkah lakunya, perasaan dan keinginannya, keberadaan dirinya yang paling dalam, adalah suatu karya seni. Pencarian superioritas melalui pembentukan gaya hidup meniru tanpa kompromi. Semangat aristokrasi di dalamnya memanifestasikan dirinya dengan mencemooh hal yang bersifat massa dan perhatian yang tinggi terhadap originalitas dan superioritas dalam berpakaian, bersikap, kebiasaan pribadi, bahkan perabotan.

Dunia modern terus mencipta berbagai kategori-kategori atas tubuh manusia. Kecantikan (keindahan tubuh) seseorang dibentuk secara sosial, sebagaimana seksualitas secara luas ditentukan melalui suatu konstruksi sosial. Demikianlah sehingga seseorang harus berpakaian menurut konstruksi nilai-nilai modern agar dapat menjadi cantik dan modern. Melalui trend mode pakaian, setiap tahun selalu ada model terbaru dari pakaian yang dihasilkan oleh para perancang busana. Materialisasi nilai-nilai keagamaan semakin tampak di sini. Busana muslim (jilbab) pun tak lepas dari ambisi ini. Hari-hari ini kita bisa menyaksikan berbagai model jilbab dan dengan mudahnya bisa didapatkan. Demi menyandang predikat pribadi yang modern, tentu

saja agar tak dibilang ketinggalan jaman atau kolot, gaya berpakaian (berjilbab) dan jenis jilbab yang digunakan pun berubah. Aspek fungsi jilbab (*function*) tergantikan oleh penampilan (*performance*) nilai keindahannya. Dalam konteks ini, terjadi pergeseran dari etika menjadi estetika.

Dampak pergeseran nilai konsumsi pakaian tersebut memunculkan berbagai cara memakai jilbab yang berbeda dengan fungsi asalnya. Bentuk-bentuk cara memakai jilbab tersebut misalnya dapat ditemui melalui beberapa cara. *Pertama*, jilbab dipakai dengan melingkarkan di leher, sementara bagian dada dibiarkan terbuka (tak tertutup jilbab). Lengan baju juga digulung hingga siku atau memang hanya mengenakan baju yang berlengan sampai siku saja. Bagian tubuh yang seharusnya ditutupi melalui pemakaian jilbab, dalam cara ini, sudah tidak diperhatikan lagi.

Kedua, terdapat juga seseorang yang memakai jilbab dengan baju yang cukup ketat dan pendek, kain tipis atau baju kaos. Cara memakai jilbab semacam ini seringkali menyebabkan terlihatnya bagian pinggang ketika duduk, jongkok, menunduk, atau ketika meraih benda yang agak tinggi. Karena baju yang dipakai juga tipis dan ketat, maka bagian dalam dari tubuh pemakainya dapat terlihat meski masih samar-samar. Yang tampak agak jelas adalah lekuk-lekuk tubuh yang seharusnya dilindungi menjadi terbuka dan dapat dipandang oleh

orang lain. Hal ini tentu saja sudah tidak sesuai lagi dengan syariat Islam menyangkut jilbab.

Ketiga, para gadis remaja kebanyakan memakai jilbab namun tetap memakai celana *jeans*. Dalam pandangan Islam, celana semacam ini dilarang (oleh karena itu diharamkan) karena menyerupai penampilan laki-laki. Selain itu, *jeans* yang dipakai juga berukuran ketat dengan model yang dibuat mengikuti bentuk tubuh pemakainya. Tubuh yang dikonstruksikan sebagai ideal adalah tubuh yang ramping (pinggang yang kecil dengan pinggul yang besar). Jika seseorang tidak memiliki bentuk tubuh semacam ini, maka model celana yang ketat dapat dibuat sehingga bentuk tubuh pemakainya tampak *seolah-olah* ramping. Wanita dengan bentuk tubuh demikian akan tampil percaya diri, termasuk memamerkan tubuhnya di depan umum. Jadi meskipun menggunakan jilbab, namun bagian tubuh tertentu tetap ditonjokan agar bisa disebut cantik (dan karena setiap yang cantik itu identik dengan indah).

Keempat, terdapat pula seseorang yang memakai jilbab hanya pada waktu-waktu tertentu saja. Lazim ditemui seseorang yang mengenakan jilbab saat di tempat kerja atau ketika di kampus saja, mengikuti pengajian, atau saat menghadiri *tahlil* saja. Di luar dari kegiatan-kegiatan tersebut, jilbab yang biasanya dipakai akan dilepas. Tak hanya pada saat menerima tamu (yang bukan muhrim) di rumahnya, ketika berbelanja di mall, supermarket, atau berkunjung ke

rumah temannya, jilbabnya dilepas. Sementara, kalau memakai jilbab pun biasanya hanya sekedar ditaruh di kepala dan menyangkut di bahu saja. Biasanya rambut, khususnya bagian depan, dibiarkan tetap terlihat. Tentu saja memakai jilbab dengan cara ini sangat jauh dari nilai-nilai Islam.

Sebenarnya beberapa cara memakai jilbab yang telah disebutkan di atas dapat ditemui pada kelompok masyarakat mana pun, bukan hanya pada masyarakat Ternate saja. Umumnya kalangan muda (gadis remaja) yang lebih banyak mempraktikkan cara-cara memakai jilbab dengan cara-cara yang telah disebutkan di atas. Mereka yang termasuk dalam golongan usia ini ingin disebut 'gaul', 'modis', dan 'modern'. Berbagai istilah tersebut berasosiasi dengan nilai-nilai estetika (termasuk kecantikan).

Ekspansi pasar semakin nyata mengukuhkan eksistensinya melalui berbagai institusinya di masyarakat. Semakin banyaknya toko yang menyediakan berbagai jenis dan merk pakaian menggoda hasrat berbelanja masyarakat. Iklan menjanjikan citranya dengan sangat menggoda pula. Demi memenuhi hasrat tersebut, seseorang akan terus berusaha hingga berhasil mendapatkannya. Berhasilkah mereka mendapatkannya? Iklan (media) akan terus mencipta citra-citra baru demi menjual produk-produknya, dan mereka akan terus mengkonsumsinya. Agar bisa menjadi 'modern' dan 'gaul', maka jilbab yang terlanjur dipakainya akan disesuaikan

dengan perkembangan mode yang sedang *trendy*. Selan itu, jilbab itu sendiri diproduksi dengan modifikasi bahan, model, gaya yang danggap mengikuti perkembangan zaman. Kreativitas para perancang busana (muslim) akan terus berimprovisasi pada hasil-hasil desainnya, lalu berkata iklan: "inilah busana muslim yang sedang trend, cocok dipakai oleh muslimah berpikiran maju, aktif, dan inovatif". Sementara itu, tanpa sadar mereka (muslimah) lebih mengkonsumsi nilai estetikanya daripada nilai guna jilbab tersebut. Pada akhirnya, proses estetisasi kehidupan sehari-hari yang dikemukakan oleh Featherstone (2008) di atas menjadi sangat relevan. Mengikuti pendapat Adorno, Featherstone sepakat dalam melihat proses tersebut bahwa meningkatnya dominasi nilai-tukar (*exchange value*) tidak hanya menghapuskan nilai-manfaat (*use value*) asli benda-benda dan mengantikannya dengan nilai tukar abstrak, tetapi juga membebaskan komoditas untuk mengambil nilai manfaat pengganti atau nilai manfaat sekunder. Nilai baru ini disebut oleh Baudrillard sebagai 'nilai tanda' (*sign value*). Melalui jilbab, mereka sedang melahap 'nilai tanda'.

Melemahnya Referensi Nilai Tradisional

Tranformasi sosial budaya masyarakat dapat pula dilihat dari fenomena bergesernya referensi nilai-nilai tradisional. Di satu sisi, tampak bahwa nilai-nilai global menyerbu

lapisan masyarakat hingga di level lokal. Melalui televisi, media cetak (majalah, buku-buku, stabloid, surat kabar dan lain-lain), serta internet merupakan referensi baru bagi kebanyakan kalangan remaja saat ini. Pada sisi yang lain, peranan keluarga dan nilai-nilai adat mengalami pelemahan oleh institusi modernitas tadi.

Melalui televisi para penonton, yang sebagian besar kalangan remaja, menyaksikan berbagai tayangan yang mempengaruhi keputusan gaya berpakaian mereka. Tampilnya artis di televisi dengan penampilan *unik* akan ditiru karena dianggap gaya gaul. Tak heran jika saat ini sedang *trend* mode pakaian “body fit”, maka meskipun memakai jilbab mereka akan memakai baju atau celana *jeans* dengan model seperti itu.

Selain itu, terdapat pula beberapa artis yang memang tampil dengan memakai jilbab. Jika cara memakai jilbab dari artis tersebut sesuai dengan syariat Islam, tentu tidak menjadi masalah. Celakanya, seringkali mereka juga tampil dengan sangat *gaul* dan *modis* sehingga menjadi tidak Islami lagi. Dengan melihat hal-hal seperti itu, maka gadis remaja akan berpakaian dengan model serupa meski bahan dan harga yang berbeda. Hal yang luar biasa daripada pasar (*market*) dalam hal ini adalah kemampuannya menyeragamkan praktik-praktik konsumsi meski konsumennya sendiri berasal dari berbagai latar belakang

sosial, budaya dan ekonomi yang berbeda.

Sejak memasuki tahun 2004 lalu, Kota Ternate mulai dipenuhi berbagai infrastruktur publik. Ketika “Ternate Mall”¹² dinyatakan dibuka sebagai tempat berbelanja, berbagai macam kebutuhan masyarakat mulai diperoleh dari sana. Kalangan muslimah bertambah lagi referensinya dalam hal memperoleh pakaian (jilbab) model terbaru. Kecuali *stand-stand* di dalam bangunan baru tersebut, tumbuh pula toko-toko busana muslim yang baru. Paling terakhir dari kota ini adalah, bahwa beberapa waktu lalu, masyarakat Kota Ternate menyambut gembira ‘*grand opening*’ sebuah mall yang baru dibangun bersebelahan dengan Masjid Raya Ternate. Kedua bangunan baru ini berdiri sama megahnya, meski dengan semangat religiusitas yang berbeda.

Penutup

Seiring dengan terus berjalannya waktu, jilbab mengalami perkembangan baik dari sisi pemaknaan pemakainya, maupun mode jilbab itu sendiri. Tanda-tanda transformasi sosial budaya yang dikemukakan oleh Featherstone

¹² Menurut pengamatan penulis, sebenarnya bangunan yang disebut sebagai “Mall Ternate” ini merupakan supermarket saja. Penulis menduga kuat bahwa kelihaihan pemilik modal mempermainkan kesadaran masyarakat Ternate mendorong ia melabeli bangunan tersebut dengan tulisan “Mall Ternate” pada bagian depan bangunan tersebut.

(1990) dan Irwan Abdullah (2006), seperti ditunjukkan juga dalam tulisan ini, berlangsung dalam kehidupan sosial budaya masyarakat Ternate. Dengan meninjau pemakaian jilbab pada kalangan wanita muslim di Kota Ternate, tampak bahwa jilbab yang pada awalnya digunakan sebagai simbol identitas seorang muslimah, sekarang ini mengalami estetisasi dalam kehidupan sehari-hari. Sebenarnya dalam proses estetisasi tersebut, jilbab masih mengandung makna simbol karena melalui proses estetisasi jilbab terdapat maksud pemakainya untuk menonjolkan identitas yang lain. Hanya saja, identitas baru (yang diharapkan) tersebut tidak sesuai lagi dengan nilai-nilai Islam. Dengan demikian pemaknaan atas pemakaian jilbab pada kalangan gadis remaja kemudian memunculkan multi-identitas. Sambil tetap mempertahankan identitas keislamannya (jilbab dianggap pakaian muslimah), gaya hidup mengikuti *trend mode (fashion)* jilbab terus diadopsi dalam kehidupan sehari-hari. Munculnya istilah jilbab 'gaul' dan 'modis' menegaskan kenyataan ini.

Globalisasi sebagai konteks yang memungkinkan munculnya berbagai pilihan gaya hidup, trend pakaian dan tempat memperoleh pakaian tersebut, mengkonstruksi dan mencitrakan suatu nilai baru melalui media (televisi, majalah, internet, dan lain-lain) mempengaruhi perkembangan pemakaian jilbab. Melalui fenomena 'jilbab' ini juga kita menemukan

bagaimana agama mengalami kontekstualisasi. Praktik-praktik keberagamaan secara khusus menunjukkan ciri-ciri yang berbeda berdasarkan tempat.

Di tengah kepekaan ideologi dan kepentingan pasar (*market*), budaya Islam tidak berkembang karena agama justru didominasi olehnya. Terkait dengan hal ini, maka pendapat Irwan Abdullah (2006) bahwa agama cenderung dipahami dari luar, dari citra yang dibentuk oleh pasar sehingga ia bersifat estetis, menjadi relevan di sini. Tantangan yang muncul kemudian adalah tatkala referensi nilai tradisional, dalam hal ini nilai-nilai agama Islam, mengalami pelemahan oleh dominasi pasar atas nilai-nilai kehidupan kontemporer, maka budaya lokal menjadi pasif. Sejatinya, pengembangan agama lebih bersifat ekspansif, dengan memperkuat *function* dan *performance* agama sehingga memperkuat tata nilai budaya dan sekaligus mampu mengintegrasikan agama ke dalam suatu sistem budaya yang tidak hanya kenyal terhadap pengaruh budaya dari luar, tetapi mampu mengambil keuntungan dari pertemuan antarkebudayaan tersebut (Abdullah, 2006).

Daftar Pustaka

Abdullah, Irwan. 2006. *Konstruksi dan Reproduksi Kebudayaan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- _____. 2010. *Materi Kuliah "Budaya Material"*. Pascasarjana Antropologi UGM.
- Ahmed, Akbar S. 1997. "Living Islam: Tamasya Budaya Menyusuri Samarkand Hingga Stornoway". Edisi Bahasa Indonesia dialihbahasakan oleh Pangestuningsih. Bandung: Mizan.
- Amin, Safrudin., Arlinah & Andi Sumar Karman. 2009. *Identifikasi Kearifan Lokal dan Strategi Implementasinya pada Pembangunan Maluku Utara*. Laporan penelitian Hibah Kompetensi Strategi Nasional (KHPSN) Dirjen Dikti T.A. 2009. Tidak dipublikasikan.
- Banden, I. Made. 2000. "Melacak Identitas di Tengah Budaya Global", dalam *Jurnal Seni Pertunjukan Indonesia*, Th. X.
- Duncan, Hugh Dalziel. 1997. *Sosiologi Uang*. (Edisi Bahasa Indonesia dialihbahasakan oleh Kiki Alfian). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Epstein, Louis M. 1967. *Sex, Laws and Customs in Judaism*. New York: Ktav Publishing House, Inc., hal. 36.
- Featherstone, Mike. 1990. *Global Culture: Nationalism, Globalization, and Modernity*. London: Sage Publications
- Featherstone, Mike. 2001. *Postmodernisme dan Budaya Konsumen*. Yogyakarta: Pusataka Pelajar.
- Goffman, E. 1951. "System of Class Status", dalam *British Journal of Sociology*, No. 2.
- Grahn, Judy. 1993. "Blood, Bread, and Roses: How Menstruation Created the World". Boston: Beacon Press.
- Herusatoto, Budiono. 2001. *Simbolisme Dalam Budaya Jawa*. Yogyakarta: Hanindita.
- Kotler, Philip. 1985. *Manajemen Pemasaran: Analisis Perencanaan dan Pengendalian*. Jakarta: Erlangga.
- Lury, Celia. 1998. *Budaya Konsumen*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Reisinger, Yvette. 2009. *International Tourism: Culture and Behavior*. London: Elsevir Ltd.
- Sugiharto, Bambang. 2006. "Kebudayaan, Filsafat, dan Seni", dalam Alfathri Adlin (ed.) *Resistensi Gaya Hidup: Teori dan Realitas*. Yogyakarta & Bandung: Jalasutra.
- Tim Peneliti. 2009. *Penyusunan Data Base Sosial Budaya Provinsi Maluku Utara*. Fakultas Sastra dan Budaya Universitas Khairun Ternate dan Bappeda Provinsi Maluku Utara.
- Umar, Nasaruddin. 1995. "Teologi Menstrual: Antara Mitologi dan Kitab Suci", dalam *Jurnal Ulumul Qur'an*, No. 2, vol. VI, Lembaga Studi Agama dan Filsafat & Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia.
- Surtiretna, Nina. 2002. *Anggun Berjilbab*. Bandung: Al-Bayan.

Umar, Nasaruddin. 1996. 'Antropologi Jilbab', dalam *Jurnal Ulumul Qur'an*, VI(5): 12-25.

Sumber Internet:

www.geocities.com/jurnal_iitindonesia

www.rahima.or.id