

## Tren Berjilbab Kalangan Muda Muslimah Urban di Yogyakarta: Tinjauan Antropologi Islam Talal Asad

Muhammad Arman Al Jufri

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

E-mail: [muhammadarmanaljufri@gmail.com](mailto:muhammadarmanaljufri@gmail.com)

**Abstract.** *This article examines the hijab trend among young urban Muslim women in Yogyakarta. This trend in practice is not only related to religious practice. This trend is also related to the existentialist aspect, namely identity as a true Muslim woman. The choice of urban Muslim women's hijab, both size, and model, is an indicator of the relationship of existentialist aspects to this trend. This research uses qualitative methods with this type of field study. To see it, the author uses the Islamic anthropology Talal Asad. Two points are outlined; first, what and how is the basis of Islamic reason (Qur'an and Hadith) when talking about hijab; second, how and to what extent discourse and social relations affect the meaning of the veiled trend. As a result, Q. 24:31 and Q. 33:59 are two verses of the Qur'an that specifically speak of this term. Both are used in legitimizing the legal status of the hijab (closing the aurat). Understanding the two verses has two tendencies, some interpret the verse in a strict sense; textual, others tend to be more adjective; non-textual. The trend of hijab among young urban Muslim women in Yogyakarta has a meaning not only limited to the problem of carrying out religious orders as stated in the Qur'an, but also related to identity status, the ideology that accompanies it, and the process of commodification.*

**Keywords:** Hijab Trends, Urban Muslimah, Yogyakarta, and Islamic Anthropology.

**Abstrak.** Artikel ini mengkaji tren berjilbab kalangan muda muslimah urban di Yogyakarta. Tren ini dalam praktiknya tidak hanya berkaitan dengan sebuah praktik keberagamaan. Tren ini juga berkaitan dengan aspek eksistensial, yakni identitas sebagai seorang muslimah sejati. Pilihan jilbab muslimah urban yang beragam, baik ukuran maupun modelnya, merupakan indikator tentang keberkaitan aspek eksistensial dengan tren ini. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis studi lapangan. Untuk melihatnya, penulis menggunakan antropologi Islam Talal Asad. Dua poin yang diuraikan; pertama, apa dan bagaimana basis nalar Islam (Al-Qur'an dan Hadits) ketika berbicara terkait jilbab; kedua, bagaimana dan sejauh mana wacana serta relasi sosial mempengaruhi pemaknaan dalam tren berjilbab. Hasilnya, Q. 24: 31 dan Q. 33: 59 merupakan dua ayat Al-Qur'an yang secara spesifik berbicara tentang term ini. Keduanya digunakan dalam melegitimasi status hukum berjilbab (menutup aurat). Pemahaman terkait kedua ayat tersebut memiliki dua kecenderungan, sebagian memaknai ayat dalam arti ketat; tekstual, sebagian lain cenderung lebih adjektiva; non-tekstual. Tren berjilbab di kalangan muda muslimah urban di Yogyakarta memiliki makna tidak hanya sebatas persoalan menjalankan perintah agama sebagaimana tercantum dalam Al-Qur'an, melainkan juga terkait status identitas, ideologi yang menyertainya, serta adanya proses komodifikasi.

**Kata Kunci:** Tren Berjilbab, Muslimah Urban, Yogyakarta, dan Antropologi Islam.

## **PENDAHULUAN**

Tren penggunaan jilbab yang selama ini dianggap sebagai bentuk pengejawantahan dari ajaran agama (Suhendra, 2013; Wartini, 2014) menunjukkan adanya motif lain dalam praktiknya. Fakta tentang hadirnya berbagai macam model, jenis, dan varian pilihan warna menegaskan tentang adanya motif lain dibalik penggunaannya oleh kalangan muda muslimah, khususnya di Yogyakarta. Pemilihan jenis jilbab yang akan digunakan umumnya didasarkan kepada “akan kemana, bertemu siapa, keserasian dengan busana, dan apa yang sedang menjadi tren”. Pada saat yang sama, stigma tentang penggunaan jilbab di kalangan muda muslimah yang dianggap sebagai seorang “muslimah yang taat/shalihah”; dan sebaliknya, yang tidak menggunakan jilbab dianggap “muslimah tidak taat” mayoritas disandarkan kepada penilaian yang subjektif. Terlepas dari adanya kontroversi yang mengitarinya, tren penggunaan jilbab yang ada merupakan bentuk ekspresi kalangan muda muslimah yang memiliki orientasi ideologinya masing-masing.

Diskursus jilbab dan tren penggunaannya sebagai sebuah bentuk pengejawantahan dari anjuran dalam agama (baca: Al-Qur’an dan Hadits) untuk menutup aurat telah melahirkan pelbagai perumusan, baik tataran teoritis maupun praktis di dalam masyarakat (Suhendra, 2013: 3; Wartini, 2014: 30). Usaha semacam ini telah dilakukan sejak lama (Daud, 2013; Muhammad, 2020: 94). Paling tidak ada dua kecenderungan dalam perbincangan ini. Pertama, jilbab di dalam Al-Qur’an. Mayoritas kalangan ini mendasarkan pusat kajian tentang jilbab pada aspek kebahasaan, kesejarahan, dan berdasarkan hasil penafsiran para mufassir atas Q. 7: 22, 26, Q. 24: 31; dan Q. 33: 53, 59 (Daud, 2013; Hafizah, 2018; Muhammad, 2020; Najitama, 2014; Robikah, 2020; Sidiq, 2013; Suhendra, 2013; E. T. Taufik, 2019; Wartini, 2014). Kedua, fenomena berjilbab. Umumnya kajian ini berpusat pada jilbab dalam pengertian representasi budaya pop, konstruksi pemaknaan atas jilbab, dan jilbab sebagai fashion (Ahmadi & Yohana, 2007; Fauziyah & Holilah, 2019; Kesuma, 2018; Meilinawati, 2016; Purwaningwulan et al., 2019; Shirazi, 2001; Sumartono & Tiara, 2019; H. M. Taufik & Taufik, 2019; Wibowo, 2017; Yusdani et al., 2019; Zinira, 2017).

Artikel ini memiliki signifikansi dalam memperlihatkan dialektika antara patron—juga biasa disebut dengan panutan atau agen—dengan klien—juga biasa disebut penganut atau jamaah—yang secara aktif terlibat dalam

pembentukan wacana tentang tren berjilbab kalangan muda muslimah di Yogyakarta. Beberapa kajian terdahulu, dengan mengikuti perspektif Talal Asad, memperlihatkan kajian yang cenderung terpisah, eksklusif dan berdiri sendiri (Asad, 2009: 19–20) ketika berbicara tema ini. Berdasarkan pemaparan tersebut, artikel ini berargumentasi bahwa wacana dalam tren penggunaan jilbab dikalangan muda muslimah di Yogyakarta tidak hanya berkaitan dengan sebuah praktik keberagaman. Melalui keterlibatan yang aktif antara patron dengan klien, wacana yang terdapat dalam tren ini juga berkaitan dengan politik identitas dan proses komodifikasi. Ada dua poin yang dijawab dalam artikel ini. Pertama, terkait basis nalar Islam (Al-Qur'an dan Hadits) ketika berbicara terkait jilbab dan pemahaman atasnya; kedua, bagaimana dan sejauhmana wacana serta relasi sosial mempengaruhi pemaknaan dalam tren berjilbab.

Artikel ini merupakan penelitian kualitatif dengan jenisnya studi lapangan. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan dua sumber data utama, yakni sumber primer dan sekunder. Sumber primer dalam penelitian ini meliputi hasil observasi lapangan dan hasil wawancara. Sedangkan dalam wawancara, penulis menggunakan teknik *sampling snowball*, yakni teknik penjangkauan informan melalui proses yang bergulir dari satu informan ke informan yang lain (Nurdiani, 2014: 1113). Dalam penelitian ini, penulis menggunakan 8 (delapan) informan yang, dalam pandangan penulis, dianggap mewakili karakteristik muslimah urban di Yogyakarta. Kedua, adapun yang termasuk sumber data sekunder dalam penelitian ini yakni literatur yang berkaitan secara langsung maupun tidak, baik yang terdapat di perpustakaan fisik maupun daring.

Untuk menunjang penjelasan yang komprehensif, artikel ini menggunakan pendekatan Antropologi Islam yang dirumuskan Talal Asad. Pendekatan ini mensyaratkan bagi kalangan yang ingin melakukan sebuah kajian Antropologi Islam harus meyakini bahwa terdapat keberagaman pemahaman dalam sebuah kepercayaan dan praktik umat Islam (Asad, 2009: 7). Pendekatan yang ditawarkan Talal Asad berusaha melihat tidak hanya terbatas pada aspek simbol keagamaan yang melahirkan keyakinan dan praktik keagamaan, melainkan lebih jauh, juga melihat adanya keterlibatan permainan wacana dan relasi sosial dalam masyarakat yang menjadikan simbol berfungsi. Karenanya, terdapat dua hal dalam pendekatan ini yang, menurut Talal Asad, penting dilakukan oleh para peneliti Islam. Pertama, analisis nalar Islam, yakni analisis terhadap basis pemikiran umat Islam, Al-Qur'an dan hadits. Kedua,

analisis wacana, yakni analisis terhadap sebuah pernyataan (bahasa)—juga biasa disebut narasi dan relasi kuasa dalam membentuk keyakinan dan praktik keagamaan yang beredar di dalam masyarakat.

## **PEMBAHASAN DAN DISKUSI**

### **Islam Urban di Yogyakarta**

Runtuhnya pemerintahan Orde Baru (1966-1998) telah berdampak dalam munculnya berbagai macam gerakan yang sebelumnya terbungkam; salah satunya gerakan Islamisasi di ruang publik (Fealy & (ed.), 2012: 15). Gerakan yang secara masif terjadi di beberapa kota di Indonesia ini (Hasan, 2008: 2; Hefner, 2008: 141), khususnya Yogyakarta, tidak hanya terbatas pada proses perubahan sosial yang digerakkan oleh gerakan tunggal di dalam komunitas muslim taat dengan tujuan memperoleh ruang dalam praktik agama, kehidupan sosial, dan politik (Heryanto, 2018: 40–41). Lebih jauh, gerakan ini merujuk pada adanya perluasan cara pandang, penampilan, dan perayaan besar-besaran terhadap aspek material dan praktik agama yang mudah dipahami. Meskipun dampaknya tidak merata di seluruh bidang kehidupan publik, namun gerakan ini telah menentukan kerangka, batas-batas, dan isi pergulatan kekuasaan. Setidaknya hal tersebut dapat dilihat melalui dua aspek, yakni formalisasi agama dan budaya populer (Heryanto, 2018: 61; H. M. Taufik & Taufik, 2019: 98).

### ***Formalisasi Agama***

Gerakan formalisasi agama di Yogyakarta bukan merupakan sesuatu yang baru. Secara historis, gerakan ini mulanya ditandai dengan lahirnya organisasi keagamaan Muhammadiyah yang didirikan Ahmad Dahlan pada tahun 1912 (Hidayatullah, 2013: 54; Latif, 2012: 190). Lahirnya gerakan ini mendasari dua persoalan penting; respon terhadap tradisi lokal yang dianggap mencederai norma dalam Islam (Woodrard, 1999: 3) sekaligus respon perlawanan terhadap gerakan kolonialisme dan misionaris Kristen. Gerakan yang lebih baru muncul seiring dengan kebangkitan Islam Global pada tahun 1970 yang ditandai dengan menyebarnya gagasan Islamis Sayyid Qutb (1906-1966) dan Abu A'la al-Maududi (1903-1979) (Hasan, 2008: 42) serta pengaruh pemerintahan Saudi Arabia melalui saluran dana yang disalurkan kepada Dewan Dakwah Islam Indonesia (DDII) dan Lembaga Ilmu Pengetahuan Islam dan Bahasa Arab (LIPIA) (Abror, 2013: 107; Hasan, 2008: 45). Melalui

faktor mengilhami berdirinya sejumlah organisasi Islamis Militan yang menganut paham salafisme dan wahabisme seperti Jama'ah Ikhwanul Muslimin Indonesia (JIM), Hizbut Tahrir Indonesia (HTI), Jama'ah Tabligh (JT), Majelis Mujahidin (MM), Front Pembela Islam (FPI), *Islamic Center bin Baz* (IICB), Yayasan Pendidikan Islam Al-Atsari (YPIA) dan Laskar Jihad (LJ).

Gerakan ini memiliki tekad yang sangat kuat dalam menyebarkan dakwah dalam memperbaharui tindakan sebagaimana tercantum dalam Al-Qur'an, teladan Nabi Saw., dan generasi awal Islam, yang dalam pandangan gerakan ini, merupakan konsep yang ideal, baik pemikiran maupun praktik keberagamaan. Ariel Heryanto menyebut gerakan ini dengan "Islamisme", yakni gerakan sosial yang menyerukan dan memaksimalkan penerapan sepenuhnya terhadap ajaran Islam seluas mungkin dalam kehidupan publik, termasuk pada pengadopsian secara resmi dan menyeluruh hukum syariah dalam sebuah pemerintahan (Heryanto, 2018: 61). Doktrin yang disebarkan oleh gerakan Islamisme ini umumnya ini ditafsirkan secara tekstual, dan disebarkan secara sistematis dengan perekrutan sistem sel-sel (Hasan, 2008: 54) melalui beragam acara keagamaan, semisal seminar keagamaan, *talk show*, *hijrah fest*, event *muslim united*, majelis taklim, dan halaqah yang secara rutin diselenggarakan di beberapa kampus, masjid, dan tempat mewah lainnya di Yogyakarta.

### ***Tren Budaya Populer***

Fenomena Islamisasi yang hadir melalui tren budaya populer di ruang publik merupakan perjuangan kuasa, tempat di mana identitas seorang muslim gaya baru di konstruksi (Latif, 2012: 190). Istilah budaya populer dalam konteks ini dapat diartikan sebagai sebuah suara, gambar, dan pesan yang diproduksi secara massal dan komersil-termasuk film, musik, *fashion*, dan acara televisi-serta praktik pemaknaan terkait yang berupaya menjangkau sebanyak mungkin konsumen dalam bingkai hiburan dan berbagai praktik komunikasi lainnya yang tidak dihasilkan dari proses industrialisasi, relatif independen, dan beredar dengan memanfaatkan forum dan peristiwa publik (Heryanto, 2018: 21–23). Munculnya gerakan Islamisasi di wilayah budaya populer merupakan bentuk respon atas gagalnya gerakan Islamisme (Bayat, 2007; Heryanto, 2018: 59) dalam mewujudkan sebuah perkembangan yang berarti. Adapun dalam konteks penelitian ini, dengan mengikuti perspektif Ariel Heryanto mengenai

budaya populer, penulis mencermati gerakan Islamisasi di wilayah budaya populer yang berkembang di Yogyakarta melalui tren *fashion*.

Atribut budaya populer dalam tren *fashion* ditandai dengan meningkatnya sejumlah toko yang menjual busana muslim dan muslimah termasuk di dalamnya jilbab dengan berbagai model, seperti Ainaya.id, Javina, Rabbani, Pand's, Al Fath, Veweesstyle, Karita Square, Heaven Light, dan Kailela (*Hasil Observasi Penulis*, personal communication, 2021; V. Rahima, personal communication, 2021). Kehadiran berbagai toko ini menawarkan jalan tengah yang menarik dan dibutuhkan kepada masyarakat muslim, khususnya kaum muda, untuk tampil modis di satu sisi, namun tidak meninggalkan koridor dalam norma agama di sisi yang lain. Hadirnya beragam toko yang didasarkan kepada kebutuhan pasar kalangan muda muslimah di Yogyakarta telah berdampak pada adanya pergeseran kebudayaan; jilbab telah berkembang dengan beragam modelnya (Albar, 2016: 70; Kesuma, 2018: 148; Puspitasari & Dolah, 2018: 326; Yusdani et al., 2019: 270).

Setidaknya terdapat enam kecenderungan dalam model jilbab. Pertama, jilbab syar'i; jilbab jenis ini berbentuk segi empat lebar dengan satu warna. Kedua, jilbab *trendy*. Jilbab jenis ini berbentuk segi empat sedang dan cenderung tipis. Jilbab jenis ini merupakan yang paling banyak mendapatkan kreasi, baik *style*, corak, variasi, dan warna, namun tetap memunculkan nilai Islami juga modis. Ketiga, jilbab pashmina. Jenis jilbab ini berbentuk persegi empat panjang dan terbuat dari bahan seperti sifon dengan tekstur yang halus dan ada yang terbuat dari bahan rajut dengan beragam warna. Keempat, jilbab "*oblong*", juga biasa disebut "tsunami" dan "langsungan". Jilbab jenis seringkali digunakan tidak pada acara-acara resmi. Kelima, niqab. Jilbab jenis ini umumnya memiliki warna yang gelap, lebar, dan menutupi sebagian wajah. Keenam, jilbab sanggul, yakni jenis jilbab yang mengadopsi jenis kebudayaan Jawa dengan menonjolkan bagian belakang dan cenderung ketat (Meilinawati, 2016: 149).

### **Nalar Islam dalam Tren Berjilbab**

Ada banyak pengertian mengenai jilbab secara etimologis yang telah dikeluarkan oleh banyak pemikir. Beberapa pemikir ini notabene memiliki konsepsi makna tentang jilbab yang serupa, bahkan sama (al-Munawwir, 1997: 19; al-Zawi, t.t: 510; al-Yasu'i, 1965: 53; Baidan, 1990: 118; Guindi, 2003: 29). Jilbab, secara etimologis, dapat diartikan sebagai sebuah kain panjang yang

tidak dijahit, juga disebut sebagai pakaian, yang memiliki ukuran yang relatif longgar untuk menutupi bagian tubuh, utamanya kepala; dan seringkali dinisbatkan kepada anjuran untuk menutup aurat, utamanya bagi perempuan.

Fatimah Mernisi, seorang feminisme asal Maroko, memberikan sebuah keterangan yang cukup menarik terkait hal ini (Mernisi, 1991: 89; 125). Ia memulai penjelasannya dengan merujuk *Lisān al-‘Arab*, yang mengartikan jilbab dengan pengertian “samar”, yang disebabkan kata ini memiliki kemungkinan arti yang merujuk pada gamis atau jubah yang sederhana. Lebih lanjut, ia menjelaskan konsepsi hijab, juga bisa disebut dengan jilbab, dengan menguraikan dalam tiga dimensi yang saling terkait (Albar, 2016: 69). Pertama, visual, yakni terkait usaha untuk menyembunyikan sesuatu dari pandangan orang lain. Kedua, ruang, yakni usaha untuk memisahkan atas suatu yang lain. Ketiga, etika, yakni usaha yang berkaitan untuk menjalankan larangan atas sesuatu.

Sebagaimana telah beredar di kalangan masyarakat dan sudah menjadi sebuah kebiasaan, bahwa ada kecenderungan umum bagi umat Islam untuk selalu melegitimasi segala bentuk praktik keagamaan mereka dengan kembali pada sumber keagamaan yang otoritatif, Al-Qur’an dan Hadits. Setiap doktrin dan praktik keagamaan akan dengan mudah diterima selama (ia) terhubung dengan masa lalu, dan statusnya dapat dipercaya jika praktik keagamaan tersebut sudah mendapatkan kesepakatan dan dilakukan di masa lalu. Analisis ini, sebagaimana disampaikan Talal Asad (Asad, 2009: 20), merupakan bagian penting untuk dilakukan oleh para kalangan yang ingin melakukan kajian terhadap Islam, khususnya terkait praktik agama, keyakinan, dan pemaknaan atasnya, khususnya terkait tren berjilbab.

Ada setidaknya lima basis nalar Islam dalam Al-Qur’an berkaitan dengan anjuran untuk menutup aurat, utamanya untuk menggunakan jilbab—juga biasa disebut hijab dan khimar, meliputi: Q. 7: 22, 26, Q. 24: 31; dan Q. 33: 53, 59. Namun demikian, dari sekian ayat-ayat sebagaimana tersebut, Q. 24: 31 dan Q. 33: 59 merupakan dua ayat yang secara eksplisit berbicara tentang; dan seringkali digunakan sebagai alat legitimasi teologis atas diskursus jilbab. Dalam bagian ini, penulis memusatkan fokus analisis terhadap kedua ayat tersebut. Ayat pertama, redaksi Q. 24: 31 berbunyi:

وَقُلْ لِّلْمُؤْمِنَاتِ يَغْضُضْنَ مِنْ أَبْصَارِهِنَّ وَيَحْفَظْنَ فُرُوجَهُنَّ وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا مَا ظَهَرَ مِنْهَا وَلَا يَضْرِبْنَ بِخُمُرِهِنَّ عَلَىٰ جُيُوبِهِنَّ وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا لِبُعُولَتِهِنَّ أَوْ

أَبَائِهِمْ أَوْ آبَاءَ بُعُولَتِهِمْ أَوْ أَبْنَاءَهُمْ أَوْ أَبْنَاءَ بُعُولَتِهِمْ أَوْ إِخْوَانَهُمْ أَوْ بَنِي إِخْوَانِهِمْ  
أَوْ بَنِي أَخْوَانِهِمْ أَوْ نِسَائِهِمْ أَوْ مَا مَلَكَتْ أَيْمَانُهُمْ أَوْ التَّبَعِينَ غَيْرَ أُولَى الْأَرْبَةِ مِنَ  
الرِّجَالِ أَوْ الطِّفْلِ الَّذِينَ لَمْ يَظْهَرُوا عَلَى عَوْرَاتِ النِّسَاءِ وَلَا يَضْرِبْنَ بَأَرْجُلِهِنَّ لِيُعْلَمَ  
مَا يُخْفِينَ مِنْ زِينَتِهِنَّ وَتُوبُوا إِلَى اللَّهِ جَمِيعًا أَيُّهُ الْمُؤْمِنُونَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

*“Katakanlah kepada para perempuan yang beriman, hendaklah mereka menahan pandangannya, memelihara kemaluannya, dan janganlah mereka menampakkan perhiasannya, kecuali yang (biasa) nampak darinya. Hendaklah mereka mengulurkan/menutupkan kain kudung ke dadanya dan janganlah menampak perhiasannya, kecuali kepada suami mereka, ayah mereka, ayah suami mereka, putra-putra mereka, putra-putra suami mereka, saudara-saudara laki-laki mereka, putra-putra saudara laki-laki mereka, putra-putra saudara perempuan mereka, para perempuan (sesama muslim), hamba sahaya yang mereka miliki, para pelayan laki-laki (tua) yang tidak mempunyai keinginan (terhadap perempuan), atau anak-anak yang belum mengerti tentang aurat perempuan. Hendaklah pula mereka tidak mengentakkan kakinya agar diketabui perhiasan yang mereka sembunyikan. Bertobatlah kamu semua kepada Allah, wahai orang-orang yang beriman, agar kamu beruntung”.*

Jika ditinjau melalui perspektif historis, terdapat dua riwayat yang menjelaskan persoalan Q. 24: 31 (Sholeh & Dahlan, 2000: 383). Riwayat pertama datang dari Ibnu Hatim, yang berasal dari Mutaqil dan bersumber pada yang diriwayatkan Jabir bin ‘Abdillah. Dalam diriwayatkan ini diceritakan bahwa Asma’ binti Murtsid, seorang perempuan pemilik kebun kurma, sering dikunjungi wanita-wanita yang bermain di kebunnya tanpa berkain panjang sehingga membuatnya terlihat gelang-gelang kakinya. Demikian juga bagian dada dan sanggulnya. Berkatalah ‘Asma: *“Alangkah buruknya (pemandangan) ini.* Turunnya Q. 24:31 berkenaan dengan peristiwa tersebut, yakni memerintahkan kaum mukminat menutup aurat mereka. Riwayat kedua datang dari Ibnu Jarir yang bersumber dari Hadirami, yang berbunyi, *“bahwa suatu ketika terdapat seorang wanita membuat dua kantong perak yang diisi batu-batu mutu manikam sebagai perhiasan kakinya. Apabila ia berjalan dan melewati hadapan sekelompok orang, ia memukulkan kakinya ke tanah sehingga kedua geklang kakinya bersuara karena di adu. Maka turunlah Q. 24: 31”.*

Secara redaksional, Q. 24: 31 memiliki penjelasan yang cukup jelas. Ayat ini merupakan perintah lanjutan dari ayat sebelumnya, Q. 24: 30 yang secara spesifik berbicara dan ditujukan kepada kelompok laki-laki. Sementara dalam Q. 24: 31, perintah ini secara spesifik ditujukan kepada kelompok perempuan,

baik dalam hal menjelaskan batas-batas aurat, menjaga pandangan, dan juga anjuran untuk menutupnya. Perhatian para pakar tafsir mengerucut pada empat bagian dalam ayat tersebut (Shihab, 2004: 95-96, 2009: 527-29, 2013: 230).

Pertama, hadirnya kata **يَغْضُضْنَ**, **مِنْ أَبْصَارِهِنَّ**, dan **فُرُوجَهُنَّ**. Ketiga bagian ini umumnya seringkali digunakan sebagai basis teologis perdebatan dalam penetapan batas-batas aurat dari seorang perempuan. Bagi kelompok ulama yang menyatakan bahwa aurat perempuan mengecualikan wajah dan telapak tangan, kata **مِنْ** yang diartikan “sebagian” ketika berbicara tentang **أَبْصَارِهِنَّ** yang berarti “pandangan” diperlukan untuk menunjukkan adanya kelonggaran bagi laki-laki untuk melihat wajah perempuan, terlepas mahram ataupun tidak. Ini berbeda dengan **فُرُوجَهُنَّ** yang berarti “kemaluan”, yang tidak disertai dengan kata **مِنْ**. Artinya, prihal “kemaluan”, tidak ada alasan apapun untuk menunjukkan, bahkan mempergunakannya kepada selain yang mahram.

Pandangan yang berseberangan, yang menganggap bahwa keseluruhan tubuh perempuan, termasuk wajah dan telapak tangan, dapat dilihat dalam Muhammad Ahmad Ismāil Al-Muqaddam (Al-Muqaddam, 2002: 372). Ia menolak argumentasi sebagaimana tersebut di atas. Menurutnya, Q. 24: 31 pada dasarnya turun ketika perempuan Madinah, yang notabene masih menganut Yahudi, juga hamba sahaya, belum masuk dalam Islam dan belum mengenakan penutup kepala. Karenanya, Q. 24: 31 ini turun dengan membawa perintah menutup seluruh aurat perempuan, juga menutup pandangan mereka terhadap perempuan yang tidak bercadar itu.

Kedua, **زِينَتُهُنَّ** atau *zīnah*, “perhiasan”. Secara garis besar, di antara beberapa ulama telah merumuskan ada dua pembagian pengertian terkait perhiasan dalam konteks ini. Perhiasan dalam pengertian pertama merujuk pada hal yang bersifat *khilqiyah*, yakni yang melekat pada setiap individu. Umumnya perhiasan jenis ini merujuk bagian dari tubuh perempuan. Adapun perhiasan dalam pengertian kedua merujuk pada hal yang bersifat *muktasabah*, yakni sesuatu yang dapat diupayakan. Umumnya perhiasan jenis ini merujuk kepada, misalnya, pakaian yang indah, cincin, anting, juga kalung. Ketiga, prihal **إِلَّا مَا ظَهَرَ مِنْهَا** atau pengecualian. Diskursus pemaknaan kalimat ini masih mendapatkan sebuah perdebatan di antara ulama (Shihab, 2004: 98).

Meskipun pada bagian sebelumnya telah diperinci tentang pengertian “perhiasan”, namun masing-masing berbeda pendapat ihwal batasan aurat yang sesuai dalam Q. 24: 31. Pendapat yang cukup menarik datang dari Ibn ‘Arabi, sebagaimana dikutip Muhammad ath-Thâhir ibn Âsyûr, yang juga terdapat dalam Quraish. Hiasan *Khilqiyah*, menurutnya, merupakan seluruh sebagian besar jasad perempuan. Namun demikian, meskipun terkesan bahwa wajah masuk dalam bagian yang tidak boleh untuk dilihat, hal ini dapat ditoleransi jika menutupnya justru menyebabkan kesulitan (Shihab, 2009: 533). Sejalan dengan hal ini, Muhammad NâshiruddÎn al-Albâni menyatakan bahwa pada dasarnya maksud Q. 24: 31 adalah untuk menjelaskan sebuah kebiasaan pada masa Al-Qur’an. Perdebatan-perdebatan semacam ini berujung keluarnya beberapa perbedaan penetapan batas-batas aurat (al-Barik, 1998: 149).

Perbedaan ini berawal dari adanya pemahaman yang berbeda dari kata *Illâ* dalam kalimat tersebut (Shihab, 2009: 529). Ada empat kategori dalam memahami kata tersebut. Kategori pertama, memahami *Illâ* dalam koridor *Istisnâ’ Muttashil*, yakni yang dikecualikan merupakan bagian atau jenis yang disebut sebelumnya. Pemaknaan yang dihasilkan dari model ini berupa: “*Hendaknya janganlah wanita menampakkan hiasan (tubuh) mereka, kecuali apa yang tampak*”. Model pembacaan ini justru mengesankan adanya logika yang tidak seimbang yang diinginkan Q. 24: 31. Karenanya, muncul model pembacaan lain yang, setidaknya dalam pandangan Quraish, dianggap sesuai.

Kategori kedua, model pembacaan *Illâ* dalam koridor *Istisnâ’ Munqhati’*, yakni yang dikecualikan bukan bagian yang disebut sebelumnya. Model pembacaan ini mengarah pada makna, “*Janganlah mereka menampakkan hiasan mereka sama sekali; tetapi apa yang tampak (secara terpaksa atau tidak disengaja) itu dapat dimaafkan*”. Kategori ketiga, menambahkan atau menyisipkan sebuah kalimat dalam penggalan ayat tersebut. Sehingga kurang lebih bermakna, “*Janganlah mereka (wanita-wanita) menampakkan hiasan (badan mereka). Mereka berdosa jika berbuat demikian. Tetapi, jika tampak tanpa disengaja, mereka tidak berdosa*”. Dua kategori yang disebut belakangan tidak mengisyaratkan batasan yang jelas tentang aurat perempuan. Namun, mengarah pada seluruh tubuh perempuan merupakan aurat, dan dimaafkan jika terlihat dalam keadaan tidak disengaja, pun terpaksa.

Kategori keempat, memahami “*kecuali apa yang tampak*” dalam pengertian “*biasa dan atau dibutuhkan keterbukaannya sehingga harus tampak*”. Model pembacaan ini, yang umumnya digunakan oleh mayoritas ulama,

mengisyaratkan diperbolehkannya untuk membuka bagian tubuh tertentu jika dengan menutupnya justru menimbulkan kesulitan. Salah satu hadits yang dijadikan sebagai legitimasi atas model ini disandarkan kepada ath-Thabari, yang kurang lebih berbunyi:

*“Tidak dibenarkan bagi seorang wanita yang percaya kepada Allah dan hari Kemudian untuk menampakkan kedua tangannya, kecuali sampai di sini (Nabi kemudian memegang setengah tangan beliau)” (HR. ath-Thabari).”*

Keempat, **بِخُمْرِهِنَّ** yang merupakan bentuk jamak dari **خمار** yang berarti tutup kepala. Kata ini merujuk pada sebuah kebiasaan perempuan ketika, meskipun sebagian sudah menutup kepala, namun ada yang hanya mengenakan penutup kepala terbatas dengan melilitkan di bagian punggung. Ayat ini turun untuk memberikan anjuran untuk menutupi leher dan dada. Penjelasan yang cukup menarik terkait hal ini datang dari Muhammad Syahrūr (Najitama, 2014: 15). Di sini, ada keterkaitan yang erat antara **خمار** dengan **جُيُوبِهِنَّ**. Aspek-aspek yang harus ditutupi oleh *Khimar* merujuk pada kategori *Juyûb*, yakni lubang-lubang di antara payudara, bawah payudara, ketiak, kemaluan, dan pantat.

Selanjutnya, ayat yang juga seringkali digunakan dalam diskursus ini adalah Q. 33: 59. Redaksi dalam ayat ini berbunyi:

يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ قُلْ لِّأَزْوَاجِكَ وَبَنَاتِكَ وَنِسَاءِ الْمُؤْمِنِينَ يُدْنِينَ عَلَيْهِنَّ مِنْ جَلَابِيبِهِنَّ ذَلِكَ أَدْنَىٰ أَنْ يُعْرَفْنَ فَلَا يُؤْذَيْنَ وَكَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَحِيمًا

*“Wahai Nabi (Muhammad), katakanlah kepada istri-istrimu, anak-anak perempuanmu dan istri-istri orang mukmin supaya mereka mengulurkan jilbabnya ke seluruh tubuh mereka. Yang demikian itu agar mereka lebih mudah untuk dikenali sehingga mereka tidak diganggu. Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang”.*

Jika ditinjau perspektif historis turunnya Q. 33: 59, pada dasarnya ayat ini merujuk pada kisah dari salah satu istri Nabi Saw., Siti Saudah, yang keluar rumah untuk keperluan sesuatu (Sholeh & Dahlan, 2000: 443). Siti Saudah merupakan seorang wanita yang memiliki perawakan tinggi besar, sehingga dengannya, ia dengan mudah akan dikenali. Pada saat yang bersamaan, sahabat Umar bin Khattab melihat Siti Saudah seraya berkata, *“Hai Saudah! Demi Allah, bagaimanapun kami akan dapat mengenalimu. Karenanya cobalah berfikir, mengapa engkau keluar?”*. Mendengar teguran Umar, Saudah bergegas kembali ke rumah. Saat itu, Nabi Saw. sedang berada di rumah Siti ‘Aisyah, sedang menikmati hidangan; memegang tulang. Saudah berkata, *“Ya Rasulullah, aku keluar untuk*

*sesuatu keperluan, dan Umar menegurku (karena ia mengenaliku)”. Karena itu, turunlah Q. 33: 59 kepada Nabi Saw. seraya berkata, “Sesungguhnya Allah telah mengizinkan engkau keluar rumah untuk keperluan sesuatu”.*

Dalam riwayat yang lain, yang terdapat dalam *ath-Thabaqāt*, dijelaskan bahwa ayat ini merujuk pada kisah istri Nabi Saw. yang keluar untuk buang hajat di malam hari. Saat itu, kalangan munafik mengganggu dan bahkan menyakitinya. Hal ini kemudian diadukan kepada Nabi Saw., sehingga beliau akhirnya menegur kalangan munafik tersebut. Mereka menjawab, “*Kami hanya mengganggu hamba sahaya*”. Karenanya, turunlah Q. 33: 59 sebagai perintah menggunakan pakaian tertutup sebagai pembeda dari hamba sahaya.

Terkait hal ini, terdapat perbedaan pemaknaan di kalangan pakar tafsir (Muhammad, 2020: 101), juga terkait pemutusan hukum atasnya. Quraish Shihab mencatat dengan rapih perbedaan-perbedaan tersebut, sebelum pada akhirnya, ia juga turut serta mengutarakan pendapatnya. Poin penting yang dijadikan rujukan terletak pada kalimat **يُذْنِبْنَ عَلَيْهِنَّ مِنْ جَلَابِيهِنَّ**, yang berarti “*supaya mereka mengulurkan jilbabnya ke seluruh tubuh mereka*” (Shihab, 2004: 87). Para penganut paham bahwa aurat merupakan seluruh tubuh perempuan mengartikan **جَلَابِيهِنَّ** sebagai “pakaian yang menutupi baju dan kerudung yang dipakainya, sehingga jilbab menjadi bagaikan selimut”. Ibnu Jarîr (w. 923 M), misalnya, dengan merujuk kepada riwayat pertemuan Muhammad Sirrîn dengan ‘Abidah as-Salamani, mencatat bahwa maksud dari penggalan ayat tersebut merujuk pada sebuah kain serupa selendang yang dikenakan dalam di kepala yang menutup seluruh bagian kepala kecuali bagian mata sebelah kiri.

Sejalan dengan Ibnu Jarîr, Mahmûd al-Alûsi dan Ibrahim bin Umar al-Biqâ’i berkesimpulan bahwa yang dimaksud dengan dalam ayat tersebut merujuk pada sebetuk pakaian, penutup kepala, kerudung yang dipakainya, yang dapat menutupi seluruh bagian tubuh perempuan, “aurat” (al-Biqâ’i, t.t: 135; Shihab, 2004: 88). Berbeda dengan nama-nama yang telah disebut di atas, pandangan yang lain datang dari Muhammad Syahrûr (Najitama, 2014: 14). Menurutny, Q. 33: 59 merupakan kategori ayat *ta’limât* (pengajaran), dan bukan terkait dengan penetapan hukum. Ia mendasarkan batas aurat pada standar “rasa malu” yang dimiliki setiap individu. Terkait makna penggalan ayat tersebut, Syahrûr merujuk pada sebuah kain sobekan yang digunakan untuk menutupi sebuah luka sebelum pada akhirnya luka tersebut bertambah parah (Syahrûr, 2000: 372–373). Berdasarkan pemaknaan yang demikian, maka

menjadi logis jika penggalan ayat tersebut juga merujuk pada celana panjang, baju, seragam resmi, dan lainnya.

Penjelasan yang cukup menarik datang dari Quraish Shihab. Ia memaknai Q. 33: 59 secara keseluruhan menggunakan pendekatan *Illah al-Hukm* dan penghargaan terhadap *Urf*, adat (dalam pengertian lain sering disebut adjektiva; kontekstual). Dengan merujuk pada metodologi Muhammad Thahir bi Asyur, juga Muhammad Abduh dan Qasim Amin, Quraish Shihab sampai pada penjelasan bahwa jilbab dalam Q. 33: 59 merupakan ajaran budaya sempit, dan bukan merupakan suatu perintah syariat. Ayat ini secara jelas menuntun/menuntut kaum muslimah supaya mengenakan pakaian yang membedakan mereka dengan yang bukan muslimah, serta yang tidak mengundang gangguan tangan dan lidah usil (Shihab, 2013: 228). Penggunaan jilbab, lanjut Quraish, bukan merupakan sesuatu yang diwajibkan dalam Islam. Sebagaimana Syahrūr, Quraish mendasarkan standar aurat dalam konteks ini yang disesuaikan dengan kadar norma, kebutuhan, kehormatan, dan konteks sosial (Najitama, 2014: 15; Wartini, 2014: 36) agar pada akhirnya ia mudah dikenali (Shihab, 2009: 533).

### **Wacana dalam Tren Berjilbab: Praktik Agama, Politik Identitas, dan Komodifikasi**

Tren “berjilbab”, juga biasa disebut dengan “hijabers”, yang terjadi di kalangan muda muslimah di Indonesia (Beta, 2014: 377), dan secara khusus di Yogyakarta, terjadi dalam rentan waktu dua puluh tahun terakhir (Meilinawati, 2016: 139; Zinira, 2017: 41). Kondisi sosial, politik, dan budaya yang sedang berkembang, khususnya di Indonesia, telah menciptakan ledakan bom urban sufisme di segala bidang (Fealy & (ed.), 2012: 39-40). Salah satu bidang yang paling menonjol dari adanya ledakan bom sufisme ini dapat dilihat dari semakin marak dan berkembang dengan beragam corak, variasi, dan modelnya. Setelah melihat secara singkat basis nalar Islam terkait jilbab yang terdapat dalam Q. 24: 31 dan Q. 33: 59, bagian ini melihat bagaimana nalar Islam tersebut dikonstruksi sedemikian rupa kemudian membentuk sebuah wacana dan kemudian ditransformasikan kepada kalangan muslimah urban di Yogyakarta sehingga menjadikan simbol (jilbab) berfungsi.

Secara sosio-historis, tren berjilbab bukan merupakan sesuatu yang baru dalam Islam. Mulanya, tradisi berjilbab sudah berlangsung lama sejak sebelum Islam tumbuh dan berkembang di Jazirah Arab, tepatnya dalam tradisi di Iran

(Yahudi-Nasrani kuno), Mesopotamia di Persia, dan Hellenistik di Byzantium (Guindi, 2003: 239; Muhammad, 2020: 96; Murtadha Muthahhari, 2000: 7). Tradisi ini bertujuan untuk membedakan status identitas seseorang dengan seseorang yang lain, utamanya terkait status simbol kesucian dan menghindari dari potensi kejahatan. Meskipun tidak dapat dipastikan dengan pasti terkait model awal perkembangan jilbab, namun sebagaimana terdapat dalam catatan Murthada Muthahhari, ada dua kecenderungan model jilbab ketika itu, yakni model lebar dan longgar (Murtadha Muthahhari, 2000: 7-10).

Konsep “wacana” atau “diskursus” merupakan salah satu konsep yang sentral di dalam studi kebudayaan (Jaelani, 2020: 47). Berbagai kepentingan seringkali muncul di dalamnya. Melalui wacana, terbentuklah struktur pola pikir, hubungan sosial, kelas, dan sebagainya (Hoed, 2014: 285). Dalam arena ini, berbagai kelompok hadir, bertarung, dan bertikai dalam memperebutkan massa. Ketika suatu wacana tertentu telah tersebar dan mendominasi pasar tertentu, wacana tersebut berubah menjadi standar untuk mendefinisikan realitas dan wacana-wacana yang lain. Tren berjilbab sebagai sebuah tradisi, meminjam pengertian Talal Asad, pada dasarnya terdiri dari serangkaian wacana yang berusaha untuk menginstruksikan kepada para praktisinya mengenai bentuk dan tujuan yang benar, yang mapan, dan yang memiliki rangkaian sejarah panjang (Asad, 2009: 20). Wacana-wacana ini, secara konseptual sangat berhubungan dengan masa lalu ketika sebuah praktik dilembagakan, dan dari mana sebuah pengetahuan tentang inti dan tata cara telah ditransmisikan dan masa depan bagaimana sebuah praktik dapat diamankan dalam jangka waktu pendek maupun panjang, atau bahkan harus ditinggalkan melalui sebuah hadiah yakni terkait dengan praktik, institusi, dan kondisi sosial yang lain.

dalam tulisan ini, penulis menemukan bahwa wacana yang terdapat di dalam tren berjilbab di kalangan muslimah urban di Yogyakarta bergerak dalam tiga ruang sekaligus.

Pertama, simbol ketaatan agama (praktik agama). Mayoritas informan yang penulis temui dalam penelitian ini mengungkapkan secara mendasar bahwa motivasi terbesar dalam penggunaan jilbab adalah menjalankan sebuah perintah yang telah ditetapkan dalam Al-Qur’an. Hanya saja, masing-masing informan memiliki perbedaan saluran pengetahuan, format pengetahuan, dan rentan waktu. Rizqi (23 tahun) (R. Amaliaa, personal communication, 2021), Firda Nur (24 tahun) (F. Nur, personal communication, 2021), dan Nisa (22

tahun) (K. Nisa, personal communication, 2021), misalnya, masing-masing mendapatkan pengetahuan tentang jilbab dari orang tua sejak kecil. Informan lain, seperti Etri Wati (25 tahun) (E. Wati, personal communication, 2021), Ulfa Alfiah (23 tahun) (K. Afiah, personal communication, 2021), Memei (22 tahun) (M. Azzahra, personal communication, 2021), Nurul (22 tahun) (Nurul, personal communication, 2021) dan Vivi Rahima (24 tahun) (V. Rahima, personal communication, 2021), justru mendapatkan pengetahuan tentang jilbab semenjak memasuki sekolah menengah pertama (SMP), bahkan ada yang setelah lulus sekolah menengah atas (SMA) dari teman sejawat dan guru di masing-masing sekolah.

Mulanya, masing-masing informan tidak terlalu memikirkan arti penting penggunaan jilbab. Wacana awal yang mereka terima cenderung seragam, yakni “*Masa orang Islam ngga pakai jilbab*”. Penggunaan jilbab pada saat itu hanya terbatas pada simbol ketaatan kepada orang tua, mengikuti teman-teman, dan motif ekonomi. Ihwal yang terakhir, penulis jumpai ketika bertemu Etri Wati, di sebuah kedai kopi tempat ia bekerja, yang juga biasa penulis kunjungi. Saat itu, ketika mulai menginjak masuk SMP dan harus membayar registrasi, terdapat kolom pilihan tentang jilbab. Harganya tidak jauh dengan seragam yang tidak sepaket dengan jilbab. Mulai saat itu, meskipun belum konsisten, Etri memulai untuk menggunakan jilbab.

Memasuki remaja menjelang dewasa, yang ditandai dengan masuknya mereka ke jenjang perkuliahan di Yogyakarta, yang notabene memiliki kultur masyarakat yang heterogen, masing-masing menyatakan bahwa “mulai menemukan format pengetahuan yang lebih utuh tentang jilbab”. Meskipun dalam hal ini beberapa informan tidak terlalu memperhatikan jika tidak ingin dikatakan tidak peduli ihwal keberadaan ayat Al-Qur’an yang berbicara tentang jilbab, namun masing-masing meyakini bahwa menggunakan jilbab memiliki status *quo* dalam hukumnya, wajib dan tidak. Doktrin utama format pengetahuan yang diterima oleh masing-masing dari informan ini bahwa “*seorang perempuan yang beragama Islam memiliki kewajiban untuk menutup aurat dengan jilbab. Ada konsekuensi yang mengerikan jika melanggarnya, seperti akan mendapatkan siksaan sebanyak rambut yang terlibat dan ada imbalan yang akan diterima jika menaatinya*”. Doktrin yang menjelma wacana ini diperoleh melalui jejaring relasinya, di antaranya majelis taklim yang diikutinya, bangku kuliah, teman, dan jejaring media sosial. Hanya saja, sebagian yang lain, seperti Rizqi, Vivi,

Etri, dan Nisa menetapkan status ini sebagai sebuah pilihan, baik untuk dirinya sendiri, maupun terhadap orang lain.

Kedua, politik identitas. Selain sebagai praktik agama, tren berjilbab yang terjadi di kalangan muda muslimah urban di Yogyakarta juga memperlihatkan adanya praktik politik identitas, baik dari ideologi maupun sebagai seorang modern. Selaras dengan fakta tersebut, busana juga di dalamnya termasuk jilbab jika ditinjau melalui semiotika pragmatis Peirce (Hoed, 2014: 164), merupakan “representamen” (busana yang menutupi tubuh) dari beberapa kemungkinan “objek” (mewakili kesantiaian, keresmian, religiusitas, sensualitas, komersialisasi, dan promosi) yang memperoleh berbagai “interpretan”. Berbagai bentuk “interpretan” tersebut pada akhirnya memunculkan label sosial (Hoed, 2014: 196).

Di sini, penulis mengorientasikan politik identitas dalam tren berjilbab kalangan muda muslimah urban di Yogyakarta dalam dua kategori yang berangkat dari wacana, “*menjadi muslimah yang menjalankan syariat agama, sekaligus modis, dan cantik*”. Kategori pertama, terkait ideologi. Pernyataan Rizqi, Firda, dan Fitri mewakili kategori ini. Rizqi, misalnya, menyatakan bahwa jilbab yang sering digunakannya, dalam pandangannya, sangat mewakili kelompok Sunni, Nahdlatul Ulama sebagaimana wacana yang diterima dari orangtuanya. Selintas saat mewawancarainya, penulis hanya melihat jilbab yang Rizqi gunakan sebagaimana jilbab pada umumnya, berukuran sedang, berbentuk segiempat, dan memiliki motif Jawa dengan merk “Klamby”. Sementara itu, Firda, yang sementara ini bekerja di salah satu sekolah Islami modern, menyatakan bahwa jilbab yang masing-masing gunakan merupakan jilbab syar’i, berukuran besar, tidak bermotif, hanya satu warna. Dalam pandangannya, jilbab yang demikian merupakan representasi dari kelompoknya tersebut, yakni puritan.

Sejalan dengan Firda, Fitri mulanya merupakan perempuan yang sering menggunakan cadar. Fitri mendapatkan anjuran menggunakan cadar ketika berada di rumah. Menurut penuturannya, kalangan tempat di mana ia tinggal, mayoritas merupakan gerakan Islami militan yang ketat. Hal-hal semacam cadar merupakan sesuatu yang dianjurkan, bahkan wajib. Ketika masuk di salah satu universitas yang notabene berlabelkan NU, larangan penggunaan jilbab bercadar sampai kepadanya. Mulanya Fitri sempat menolak, namun, pada akhirnya Fitri memutuskan menanggalkan cadar, tapi tidak dengan jilbab yang berukuran besar, dengan motif polos, berwarna satu. Menurutnya, jilbab

dengan model demikian dianggap cukup untuk merepresentasikan ideologi NU.

Kategori kedua, terkait *trendy*. Mayoritas dari informan yang penulis temui mengungkap pernyataan yang sama terkait hal ini. Mereka menyatakan bahwa tingginya tingkat kualitas jilbab, model, varian warna, dan corak yang digunakan sangat menentukan tingkat kecantikan, *prestise*, dan rasa kepercayaan diri di ruang publik. Rizqi dan Vivi, misalnya, yang mengungkapkan bagaimana pentingnya pertimbangan pemilihan jilbab sebelum keduanya keluar (R. Amaliaa, personal communication, 2021; V. Rahima, personal communication, 2021). Tentu hal ini, juga terkait pertimbangan pemilihan busana. Pertimbangan-pertimbangan ini didasarkan pada “akan ke mana dan bertemu dengan siapa mereka”, serta pengamatan terhadap tren model yang sedang berkembang. Fakta yang demikian menegaskan bahwa jilbab bukan hanya “kebutuhan” tetapi juga terkait hasrat dan keinginan menjalankan praktik agama di satu sisi, namun di sisi lain juga menampilkan nilai narsistik dan hedonistik sebagaimana telah disampaikan di atas.

Fenomena ini menunjukkan bahwa dalam pola keberagaman kalangan muda muslimah urban di Yogyakarta, realitas yang bersifat rohaniyah telah bercampur dengan yang material; realitas yang bersifat ilahiyah telah tersentuh realitas yang bersifat duniawi; dan sesuatu yang bersifat transenden telah tersentuh dengan sesuatu yang bersifat imanen. Dalam perspektif sosial atas hal tersebut, Anthony Giddens menjelaskan bahwa terjadi pembentukan pola kesadaran diri sebagai bentuk refleksi dalam masyarakat terhadap dunia modern (Giddens, 2004: 161–163). Akibatnya, muncul sebuah interpretasi pencarian identitas diri yang cenderung menghasilkan budaya narsistik dan hedonistik yang meruntuhkan tatanan komunitas komunal.

Berangkat dari refleksi tersebut, narsistik dan hedonistik diri menjadikan kalangan muda muslimah urban di Yogyakarta menampilkan identitas sebagai seorang muslimah dengan menggabungkan hal yang bersifat spiritual dengan materi dalam mengekspresikan rukun Islam (Fealy & (ed.), 2012: 3). Bagi kalangan ini, nilai-nilai spiritualitas harus memberikan nilai ketenangan, kenikmatan, dan ketentraman yang keseluruhannya ditampilkan, bukan disembunyikan dan terdapat nilai narsisnya (Rofhani, 2013: 72). Kekaburan dan pembauran antara gaya hidup dengan ritual keagamaan yang profan dan yang sakral merupakan fenomena spiritualitas khas kalangan muda muslimah urban di Yogyakarta, juga di beberapa kota lain di Indonesia.

Ketiga, komodifikasi. Istilah ini merujuk pada adanya perubahan fungsi suatu benda, jasa, atau entitas lain yang umumnya tidak dipandang sebagai produk komersial menjadi komoditas (*KBBI Daring*, n.d.). Fenomena ini hadir sebagai bentuk respon dari adanya peningkatan kesadaran keberagamaan, yang dalam hal ini, adalah penggunaan jilbab. Fenomena ini membawa setiap individu untuk mencari sumber bimbingan moral keagamaan yang baru melalui beragam variasi keagamaan yang disesuaikan dengan garis pasar, bersifat pribadi, dan kemudahan akses di dunia jual-beli spiritual. Karenanya, menjadi penting para pengusaha budaya keagamaan untuk mampu menciptakan atau melakukan modifikasi yang segar, varian yang lebih menarik, dan bersifat modern dengan membangun produk-produk keagamaan sebagai jawaban atas pergeseran selera, hasrat, dan kemampuan ekonomi kalangan muda muslimah urban (Banu Gökarıksel & McLarney, 2010: 2; Beta, 2014: 383; Zinira, 2017: 43).

Komodifikasi dalam konteks ini ditandai dengan berkembangnya sejumlah toko yang menjual busana muslim dan muslimah termasuk di dalamnya hijab dengan berbagai model, seperti Ainaya.id, Javina, Rabbani, Pand's, Al Fath, Veweesstyle, Karita Square, Heaven Light, dan Kailela di Yogyakarta (*Hasil Observasi Penulis*, personal communication, 2021). Selain beberapa brand sebagaimana tersebut, kesadaran yang sama juga muncul di media sosial, yang diantaranya muncul dari kalangan pesantren, yang juga digunakan preferensi jilbab oleh salah satu informan, seperti ning Sheillahasina dengan @sa\_collection\_store dan ning Zazil dengan @nz.kaftanwear dan @bergonya.zil (R. Amaliaa, personal communication, 2021).

Kehadiran berbagai toko ini menawarkan jalan tengah yang menarik dan dibutuhkan untuk tampil modis namun tidak meninggalkan koridor dalam norma agama (Ali & Purwandi, 2019: 149). Disini, umumnya beberapa usaha dimiliki ustaz, ustazah, influencer, kalangan pesantren ternama dan bahkan artis hijrah ternama yang dipahami sebagai sosok panutan, idola, *role mode*, *trendsetter*, dan patron sekaligus oleh kalangan muslimah urban. Mayoritas dari mereka masih terbelang cukup muda, *stylist*, peka terhadap perkembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi, aktif di media sosial dan memiliki follower yang banyak, dan menggunakan bahasa kekinian sesuai dengan tren. Sehingga menjadi tidak mengherankan bahwa wacana yang disebarkan, yakni menjadi muslimah sekaligus modis, dan cantik-meskipun hanya terbatas pada

penampilan yang ditampilkan maupun dari ungkapan bahasa dapat diterima dan berlangsung dalam realitas kalangan muda muslimah urban di Yogyakarta.

## KESIMPULAN

Berdasarkan pemaparan diatas, dapat dilihat bahwa tren berjilbab yang berlangsung di kalangan muda muslimah urban di Yogyakarta tidak hanya berkaitan dengan praktik agama, namun juga terkait dengan politik identitas dan komodifikasi. Tinjauan terhadap basis nalar Islam yang berkaitan dengan jilbab dalam Q. 24: 31 dan Q. 33: 59 dipahami dalam dua ruang sekaligus; arti ketat; tekstual, dan sebagian lain cenderung lebih adjektiva; non-tekstual. Konsekuensi dari pemaknaan yang pertama berdampak hadirnya hukum wajib dari penggunaan jilbab. Sementara konsekuensi yang kedua berdampak pada status kebolehan seseorang untuk dapat menggunakan jilbab atau tidak; dalam arti aurat ditentukan oleh standar norma di mana ia tinggal. Wacana tentang jilbab dalam tren berjilbab kalangan muda muslimah di Yogyakarta memperlihatkan adanya upaya kontestasi dan keterlibatan yang aktif antara patron dengan klien; dan begitupun sebaliknya. Kota Yogyakarta dan media sosial telah menjelma sebagai sebuah lanskap wacana, tempat di mana wacana-wacana tersebar, utamanya tentang jilbab dan berada di dalam berbagai kepentingan, terkait dengan relasi kuasa, distribusi wilayah, dan arena pertarungan sosial agen-agennya.

## DAFTAR REFERENSI

- Abror, R. H. (2013). *Islam, Budaya, dan Media*. Multi Presindo.
- Afiah, K. (2021). *Hasil Wawancara* [Personal communication].
- Ahmadi, D., & Yohana, N. (2007). Konstruksi Jilbab sebagai Simbol Keislaman. *MediaTor*, 8(2), 235–248. <https://doi.org/10.29313/mediator.v8i2.1155>
- al-Barik, H. B. M. (1998). *Ensiklopedi Wanita Muslimah*. Darul Fatah.
- al-Munawwir, A. W. (1997). *Al-Munawwir Kamus Arab-Indonesia*. Pustaka Progresif.
- al-Zawi, T. A. (t.t). *Tartib al-Qamus al-Muhit*. Dar al-Fikr.
- Albar, M. K. (2016). Psikoanalisis Trend Hijab Syarâ€™I. *YIN YANG*, 11(1). <http://ejournal.iainpurwokerto.ac.id/index.php/yinyang/article/view/840/1402>

- al-Biqā'i, I. bin U. (t.t). *Nazm al-Durar fi Tanasub al-Ayat wa al-Suwar* (Jilid VI). Dar al-Kutub al-Ilmiyah.
- Ali, H., & Purwandi, L. (2019). *Wajah Islam Indonesia*. Islami[dot]co.
- Al-Muqaddam, M. A. I. (2002). *'Audat al-Hjâb al-Qism ats-Tsâlits* (Cet VIII). Dâr Thîbah.
- al-Yasu'i, L. M. (1965). *Al-Munjid fi al-Lughab*. al-Katulikiyyah.
- Amaliaa, R. (2021). *Hasil Wawancara* [Personal communication].
- Asad, T. (2009). The Idea of an Anthropology of Islam. *Qui Parle*, 17(2), 1–30. <https://doi.org/10.5250/quiparle.17.2.1>
- Azzahra, M. (2021). *Hasil Wawancara* [Personal communication].
- Baidan, N. (1990). *Tafsir bi al-Ra'yi Upaya Menggali Konsep Wanita dalam al-Quran*. Pustaka Pelajar.
- Banu Gökarıksel, & McLarney, E. (2010). Introduction: Muslim Women, Consumer Capitalism, and the Islamic Culture Industry. *Journal of Middle East Women's Studies*, 6(3), 1–18. <https://doi.org/10.2979/MEW.2010.6.3.1>
- Bayat, A. (2007). *Islam and Democracy: What is the Real Question?* (ISIM Papers 8). Amsterdam University Press.
- Beta, A. R. (2014). Hijabers: How young urban muslim women redefine themselves in Indonesia. *International Communication Gazette*, 76(4–5), 377–389. <https://doi.org/10.1177/1748048514524103>
- Daud, F. K. (2013). Jilbab, Hijab dan Aurat Perempuan: Antara Tafsir Klasik, Tafsir Kontemporer dan Pandangan Muslim Feminis. *AL HIKMAH Jurnal Studi Keislaman*, 3(1), 24.
- Fauziyah, S., & Holilah, I. (2019). Konstruksi Makna Jilbab Sebagai Simbol Komunikasi Sosial Masyarakat Urban. *AdZikra: Jurnal Komunikasi & Penyiaran Islam*, 10(1), 17–37. <https://doi.org/10.32678/adzikra.v10i1.3788>
- Fealy, G., & (ed.), S. W. (2012). *Ustadz Seleb, Bisnis Moral dan Fatwa Online: Ragam Ekspresi Islam Kontemporer Indonesia* (terj: Ahmad Muhajir). Komunitas Bambu.
- Giddens, A. (2004). *Konsekuensi-konsekuensi Modernitas* (terj: Nurhadi). Kreasi Macana.
- Guindi, F. E. (2003). *Jilbab, Kesalehan, Kesopanan dan Perlawanan* (terj. Mujiburahman). Sermbi.

- Hafizah, Y. (2018). Fenomena Jilbab dalam Masyarakat Kosmopolitan: Interpretasi Teks dan Konteks Atas Ayat Jilbab. *Khazanah: Jurnal Studi Islam Dan Humaniora*, 16(2), 203–226. <https://doi.org/10.18592/khazanah.v16i2.2336>
- Hasan, N. (2008). *Laskar Jihad*. LP3ES.
- Hasil observasi penulis. (2021). [Personal communication].
- Hefner, R. W. (2008). Islam in Indonesia, Post-Suharto: The Struggle for the Sunni Center. *Indonesia*, 86, 139–160.
- Heryanto, A. (2018). *Identitas dan Kenikmatan: Politik Budaya Layar Indonesia* (terj: Eric Sasono). KPG.
- Hidayatullah, S. (2013). *Dinamika Pluralisme Agama: Wajah Toleransi Keagamaan di Yogyakarta*. Fakultas Filsafat UGM.
- Hoed, B. H. (2014). *Semiotik dan Dinamika Sosial Budaya* (Edisi III). Komunitas Bambu.
- Jaelani, J. (2020). *Semiotika Kota: Pertarungan Ideologis di Ruang Urban*. Cantrik Pustaka.
- KBBI Daring. (n.d.). <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/komodifikasi>
- Kesuma, S. (2018). Jilbab dan Reproduksi Identitas Mahasiswi Muslimah di Ruang Publik. *MUKADIMAH: Jurnal Pendidikan, Sejarah, Dan Ilmu-Ilmu Sosial*, 1(2), 139–151. <https://doi.org/10.30743/mkd.v1i2.513>
- Latif, Y. (2012). *Intelegensia Muslim dan Kuasa: Genealogi Intelegensia Muslim Abad Ke-20*. Democracy Project.
- Meilinawati, L. (2016). Jilbab: Budaya Pop dan Identitas Muslim di Indonesia. *IBDA` : Jurnal Kajian Islam dan Budaya*, 14(1), 139–155. <https://doi.org/10.24090/ibda.v14i1.623>
- Mernisi, F. (1991). *Women and Islam: An Historical Theological Enquiry*. Basil Blackwell.
- Muhammad, W. I. (2020). Problematika Jilbab dalam Perspektif Quraish Shihab. *Islamitsch Familienrecht Journal*, 1(1), 17.
- Murtadha Muthahhari. (2000). *Wanita dan Hijab* (Terj: Nashib Mustafa). Lentera.
- Najitama, F. (2014). Jilbab dalam Konstruksi Pembacaan Kontemporer Muhammad Syahrûr. *Musawa Jurnal Studi Gender Dan Islam*, 13(1), 9–18. <https://doi.org/10.14421/musawa.2014.131.9-18>
- Nisa, K. (2021). Hasil Wawancara [Personal communication].
- Nur, F. (2021). Hasil Wawancara [Personal communication].

- Nurdiani, N. (2014). Teknik Sampling Snowball dalam Penelitian Lapangan. *ComTech: Computer, Mathematics and Engineering Applications*, 5(2), 1110. <https://doi.org/10.21512/comtech.v5i2.2427>
- Nurul. (2021). *Hasil Wawancara* [Personal communication].
- Purwaningwulan, Suryana, A., & Maulin, M. (2019). The Existence of Social Media as a Promotional Media in The Hijab Image Revolution in Indonesia. *Library Philosophy and Practice*, 4(21), 16.
- Puspitasari, C., & Dolah, J. (2018). The Analysis of Integration between Hijab Concept and Fashion in Indonesia. *Proceedings of the 3rd International Conference on Creative Media, Design and Technology (REKA 2018)*. Proceedings of the 3rd International Conference on Creative Media, Design and Technology (REKA 2018), Surakarta, Indonesia. <https://doi.org/10.2991/reka-18.2018.71>
- Rahima, V. (2021). *Hasil Wawancara* [Personal communication].
- Robikah, S. (2020). Reinterpretasi Kata Jilbab dan Khimar dalam Al-Quran: Pendekatan Ma'na Cum Maghza Sahiron Syamsuddin. *Ijousg*, 1(1), 16.
- Rofhani. (2013). Pola Religiositas Muslim Kelas Menengah di Perkotaan”, dalam , Vol. 3, No. 1, Maret 2013,. *Religio: Jurnal Studi Agama-Agama*, 3(2).
- Shihab, M. Q. (2004). *Jilbab: Pakaian Wanita Muslimah*. Lentera Hati.
- Shihab, M. Q. (2009). *Tafsir Al-Misbah* (Vol. 1). Lentera Hati.
- Shihab, M. Q. (2013). *Wawasan Al-Qur'an: Tafsir Tematik atas Pelbagai Persoalan Umat* (Cetakan 1, Edisi 2). Penerbit Mizan.
- Shirazi, F. (2001). The Veil Unveiled: The Hijab in Modern Culture. *The American Journal of Islamic Social Sciences*, 5.
- Sholeh, K. H. Q., & Dahlan, H. A. A. (2000). *Asbāb An-Nuzūl: Latar Belakang Historis Turunnya Ayat-ayat Al-Qur'an* (Edisi Kedua). Penerbit Diponegoro.
- Sidiq, U. (2013). Diskursus Makna Jilbab dalam Surat Al-Ahzab Ayat 59 Menurut Ibnu Kathir dan M. Quraish Shihab. *Kodifikasia*, 6(1). <https://doi.org/10.21154/kodifikasia.v6i1.194>
- Suhendra, A. (2013). *Kontestasi Identitas Melalui Pergeseran Interpretasi Hijab Dan Jilbab Dalam Al Qur'an*. 6(1), 22.
- Sumartono & Tiara. (2019). Konstruksi Makna Hijab Syar'i di Kalangan Mahasiswa Universitas Ekasakti. *Jurnal Politikom Indonesiana*, 4(2), 242–259. <https://doi.org/10.35706/jpi.v4i2.3251>
- Syahrūr, M. (2000). *Nāhwā Usūl jadīdah li al-Fiqh al-Islāmī*. al-Ahāly.

- Taufik, E. T. (2019). Two Faces of Veil in the Quran: Reinventing Makna Jilbab dalam Al-Qur'an Perspektif Tafsir Maqāshidi dan Hermeneutika Ma'nā cum Maghẓā. *Panangkaran: Jurnal Penelitian Agama Dan Masyarakat*, 3(2), 213–225. <https://doi.org/10.14421/panangkaran.2019.0302-05>
- Taufik, H. M., & Taufik, A. (2019). *Hijrah and Pop Culture: Hijab and Other Muslim Fashions Among Students in Lombok, West Nusatenggara*. 8(2), 20.
- Wartini, A. (2014). *Nalar Ijtihad Jilbab dalam Pandangan M. Quraish Shihab (Kajian Metodologi)*. 13(1). <http://ejournal.uin-suka.ac.id/pusat/MUSAWA/article/view/880/819>
- Wati, E. (2021). *Hasil Wawancara* [Personal communication].
- Wibowo, H. A. (2017). The Effects of Indonesia Female Religiosity on Hijab-Wearing Behavior: An Extended of Theory of Reasoned Action. *International Review of Management and Business Research*, 6(3), 11.
- Woodrard, M. R. (1999). *Islam Jawa: Kesalehan Normatif Versus Kebatiman* (terj: Hairus Salim HS). LKiS.
- Yusdani, Y., Sanaky, H. A., Safitri, E., Machali, I., & Juliansyahzen, M. I. (2019). Yogyakarta Urban Middle-Class Sufism: Economic, Political and Cultural Networks. *Ulumuna*, 23(2), 266–293. <https://doi.org/10.20414/ujis.v23i2.342>
- Zinira, M. (2017). The Politics of Veiling: A Study of Hijab and Female Muslim Identity Representation in Indonesia. *Islamic Studies Journal for Social Transformation*, 1(1), 37–48. <https://doi.org/10.28918/isjoust.v1i1.1139>