



Rofhani

Agāmā Kelā Menengāh

Mendayung Kesalehan

dan Gaya Hidup

Pengantar:

Sally White

*Peneliti Sejarah Asia & Studi Islam Academic Manager of the PIES
(Partnership in Islamic Education Scheme) program Australian
National University*



Agama Kelas Menengah

Mendayung Kesalehan
dan Gaya Hidup



SEBAGIAN KEUNTUNGAN PENJUALAN AKAN DIDONASIKAN UNTUK
MENDUKUNG KEGIATAN SOSIAL DI INDONESIA
www.intranspublishing.com

Rofhani

Agama Kelas Menengah

Mendayung Kesalehan
dan Gaya Hidup

Madani
2024

AGAMA KELAS MENENGAH

Mendayung Kesalehan dan Gaya Hidup

Penulis: **Rofhani**

Cover: *Dana Ari*

Layout: *Kamilia Sukmawati*

Cetakan Pertama, Juli 2022

Cetakan Kedua, Agustus 2024 (Edisi Revisi)

ISBN: 978-602-0899-94-7

Diterbitkan oleh:

Madani

Kelompok Intrans Publishing

PT Cita Intrans Selaras (Citila)

Jl. Joyosuko Metro 42 Malang, Jatim

Telp. 0341-573650

Email Pernaskahan: redaksi.intrans@gmail.com

Anggota IKAPI: 140/JTI/2012

Hak Cipta dilindungi oleh undang-undang. Dilarang mengutip atau memperbanyak baik sebagian maupun keseluruhan isi buku dengan cara apapun tanpa izin tertulis dari penerbit.

Perpustakaan Nasional: Katalog Dalam Terbitan (KDT)

Rofhani

Agama Kelas Menengah: Mendayung Kesalehan dan Gaya Hidup/

Penyusun, Rofhani - Cet.2. - Malang: Madani, 2024

xvi + 202 hlm.; 15,5cm x 23cm

1. Kelas Sosial—Kelas Menengah I. Judul II. Perpustakaan Nasional

305.5

Didistribusikan oleh:

PT Bumi Puthuk Shankara (Bikara)

Foreword

Agama Kelas Menengah: Mendayung Kesalehan dan Gaya Hidup

Rofhani opens this book with a series of vignettes from the everyday life of middle-class women in Surabaya: Diah, who always carries her full length *mukena* with her in her car, because she feels more comfortable worshipping in a clean gown and long hijab made from quality material; Lisa who is committed to studying Islam but rather than joining a religious study group with other women prefers to have the Ustadzah come to her home so that she is not embarrassed to ask questions; and Nelly and Mayang who believe that their choice of high quality beauty and body care products from labels such as The Body Shop demonstrates Islamic values, even if the products come from the West and are not labelled halal. As Rofhani explains, the lifestyle choices that these women make are all manifestations of the religious values these women hold and their position within the broader, modern-day society. In essence, she writes, economic circumstances do not directly determine their religious behaviour, but these women demonstrate their material wealth through their lifestyles, both at an individual level and collectively.

Drawing on the work of theorists such as Mike Featherstone and Anthony Giddens, Rofhani understands modernity as a process of modernisation, characterised by rationalism and oriented to the capitalist industrial system, resulting in hedonist (in the sense of satisfaction-seeking) lifestyles, pragmatism and consumer culture. Religious identity in today's global world is both a reflection of this process of modernisation, and a reaction to it. This development can be seen most clearly among the rising middle class who have both the material

means to express their identity through their lifestyle choices, and the leisure time to devote to religious and other activities. As Rofhani shows, religion itself influences the attitudes, behaviour and world view of its followers in their daily lives, and by studying daily life, we gain insights into the religious teachings that an individual adheres to, and the model and expressions of their religiosity.

Observers of Islam in Indonesia, including Julie Day Howell, Ahmad Najib Burhani and Greg Fealy, have drawn attention to the proliferation of expressions of spirituality and religiosity among the Indonesian middle class, including the rise of urban sufism, of celebrity preachers whose sermons and religious can be enjoyed online in the comfort of one's own home or, increasingly often, in the luxurious environs of four-star religious retreats, of life-style blogs that focus on how to be the perfect Muslim wife or mother while consuming the latest products associated with Islamic fashion. Classy shopping malls function like consumer palaces, catering to the upper middle class through their expensive boutiques stocking products that are high quality and aesthetically pleasing, and providing mosques or prayer rooms so that consumers do not have to step outside the air-conditioned rarefied atmosphere of the mall to perform religious rituals. Alongside these newer forms of religious expression that are self-consciously modern, traditional religious practices and authorities retain their significance for the religious life and composition of Indonesian society. And added to this mix, we also have, as Rofhani points out, religious movements that can be loosely termed fundamentalist that consciously spurn any links with what they see as a Westernised modernity.

It is against this background of burgeoning religiosity and consumer choice that Rofhani's study of upper middle class women in Indonesia's 'second' city, Surabaya, is set. Based on in-depth interviews over extended periods with nine?? women, as well as participant observation, this book provides us with a fascinating insight into the lives of these women, who Rofhani frames as representatives of a new culture. She argues that in the "market-place" of spirituality, religious expression and performances of piety, individuals make rational decisions or choices based on their class, status and religious understanding. While there are differences among the women in terms of their interpretations of religious teachings, their material wealth and their personal circumstances (Rofhani identifies three distinct variants), taken together these modern,

urban Muslim woman seek to create a distinctive lifestyle that marks them out as different from traditional, lower-class and fundamentalist Muslim women. This lifestyle, as Rofhani shows, accords with Islamic precepts and values but is relatively flexible, reflecting an openness to popular, globalised culture. There is a tension, however, between on the one hand, aiming for religious accommodation that reconciles status, wealth and religious practice, and a form of what Rofhani refers to as neo-conservatism, where symbols of Islam are used instrumentally to mark these women out as a pious elite, different from the masses around them.

Agama Kelas Menengah: Mendayung Kesalehan dan Gaya Hidup brings together a sophisticated understanding of the theoretical literature on the sociology of religion and rich empirical research. The central questions of Rofhani's research concern the background, motives and religious goals of her respondents, how these women express themselves by their lifestyle choice, and how they represent themselves within a religious frame. By examining the religious practice and beliefs of upper middle woman in Surabaya through this lens of lifestyle choices, Rofhani provides us with new insights not only into this particular group of women, but also into how religious identity is constructed and projected in a dynamic and, at times, challenging environment.

Canberra, 21 May 2021

Dr. Sally White

Peneliti Islam dan Gender di Indonesia

The Academic Manager for the PIES (Partnership in Islamic Education Scheme) program

Australian National University

Pengantar Ahli

Agama Kelas Menengah: Mendayung Kesalehan dan Gaya Hidup

Buku ini memperkaya konsep beragama dan cara pandang muslim perkotaan di Indonesia. Jika dalam buku saya yang berjudul 'Agama Priyayi, Makna Agama di Tangan Elit Penguasa' saya mendeskripsikan bahwa agama menjadi etika berpolitik. Agama dengan berbagai simbolnya dimanfaatkan untuk melanggengkan kekuasaan dan menarik simpati rakyat. Pada buku Rofhani ini memaparkan bagaimana agama dikonstruksi dan diproyeksikan dalam bentuk yang lebih konkret oleh pelakunya ke dalam gaya hidup yang terkesan menantang.

Kelompok perempuan yang menjadi fokus kajian penulis ternyata menggambarkan adanya kejutan yang cukup dinamis. Kesalehan dan gaya hidup adalah dua kata penting yang menarik dan terkesan saling bertolak belakang. Aspek spiritual dan material ternyata menyatu pada ekspresi beragama dalam kehidupan Muslim kelas menengah perkotaan. Benda-benda yang mencerminkan Islam menjadi instrumen untuk memahami seberapa jauh keterkaitan antara aspek eksoteris dan esoteris. Selain itu, kehalalan produk kosmetik dan keaktifan mengikuti pengajian adalah legitimasi kesalehan kelas menengah.

Sangat jelas sekali, buku ini menggambarkan bahwa posisi kelompok kelas menengah digambarkan buku ini dalam posisi yang serba tanggung. Tiga model beragama kelas menengah yang ditemukan oleh penulis sebenarnya bertemu pada satu titik poin, yaitu agama sebagai acuan utama pada pemilihan *style* perilaku. Agama adalah bingkai utama menentukan gaya hidupnya untuk membedakan diri

dengan kelompok kelas di bawahnya dan mempresentasikan kesalahan yang khas.

Konsep *opportunity cost* yaitu modal finansial dan modal sosial menjadi *start* awal yang digunakan penulis untuk melihat fenomena beragama di Surabaya. Teori pilihan rasional (*rational choice*) yang bercorak transaksional yang selama ini begitu menyebar digunakan untuk melihat proses negosiasi dalam area perpolitikan, ternyata menjadi alat analisis yang cukup menarik dalam perjalanan beragama kelas menengah.

Membaca buku ini pembaca akan dibawa untuk memahami perilaku kelas menengah. Menghadirkan diri sebagai representasi kelas beragama adalah penting bagi kaum menengah ini. Pembaca diberi gambaran menarik proses terjadinya *exchange value* yaitu transformasi nilai materi, harga dan kualitas simbol-simbol agama kelompok kelas menengah ini.

Jakarta, 19 Mei 2022

Prof. Dr. Zainuddin Maliki, M.Si.

*Penulis buku "Agama Priyayi: Makna Agama di Tangan Elit Penguasa" dan
'Sosiologi Politik: Makna kekuasaan dan Transformasi Politik.
Rektor Universitas Muhammadiyah Surabaya 2003-2011, Penasihat Dewan
Pendidikan Prov. Jawa Timur 2016-2021 dan Anggota DPR RI FRAKSI
PAN 2019-2024*

Pengantar Penulis

Buku ini menyuguhkan tentang model beragama dalam perspektif budaya, yang dalam *cultural studies* menjadi bagian yang tidak bisa dihindari. Kritik dan analisis dalam kajian materialisme kultural terlihat kental dalam mengeksplorasi bentuk konstruksi dan representasi beragama pada masyarakat, terutama perempuan menjadi fokus utama dalam buku ini. Pembahasan perempuan dan gender mempunyai kekhasan dan tidak bisa direduksi, tetapi selalu ada implikasinya, baik secara sosial, politik maupun agama dalam kehidupan sehari-hari.

Buku ini adalah hasil penelitian saya selama kurang lebih empat tahun, dimulai pada 2013 dan berakhir di jelang akhir 2017. Selain karena tugas dan syarat kelulusan yang harus dipenuhi sebagai mahasiswa di program Doktor, perhatian dan penelitian awal tentang perempuan perkotaan sudah saya teliti sebelum saya menjadi mahasiswa lagi. Ada perkembangan yang cukup signifikan dalam hal model beragama perempuan di Surabaya, sebagaimana terjadi di kota-kota lain. Kajian ini menjadi menarik karena saya melihat dan terlibat secara langsung selama perubahan tersebut terjadi, *week to week, month by month*, bahkan *year to year*. Tentunya tidak bisa dihindari kemungkinan ada sikap bias dalam penulisan hasil penelitian ini, tetapi saya mencoba menaati dan berjalan sesuai dengan pedoman-pedoman baku yang telah ditentukan dalam proses penelitian sehingga sikap keberpihakan bisa diminimalisasi.

Saya mengucapkan terima kasih ke berbagai pihak. Keberhasilan penelitian tersebut tentunya tidak lepas dari ide-ide cermelang dari para "suhu". Dua promotor yaitu profesor Achmad Jainuri dan profesor Zainuddin Maliki yang selalu memberi arahan dalam proses penelitian

tersebut. Dalam pembahasan yang lebih detail, saya terbantu dari hasil diskusi dengan Greg Fealy, Sally White, dan Kathryn Robinson. Saya bertemu dan berdiskusi dengan mereka secara intens di program PIES (*Partnership in Islamic Education Scholarships*) di ANU-Australia selama dua semester.

Saya juga berterima kasih kepada para informan yang telah mengizinkan saya menggunakan foto dan media sosial mereka, namun tetap menyamarkan nama mereka sebagai kode etik penelitian, teman-teman KMP (Komunitas Melek Peradaban) yang bersedia memberikan kritik dan saran pada proses penerbitan buku ini. Demikian juga kepada penerbit Intrans saya ucapkan terima kasih sudah bersedia menerbitkan buku ini, terutama Sofyan yang bersedia membaca dan mengedit ulang naskah buku ini sehingga para pembaca lebih bisa menikmati dan mudah memahami.

Surabaya, 10 November 2021

Rofhani

Pengantar Penerbit

Tahukah Anda bahwa perubahan yang terjadi pada kelas menengah disebabkan oleh sistem ekonomi yang kelak juga akan berdampak pada sistem gagasan, pengetahuan, dan kepercayaan? Mungkin ada banyak orang yang menafikan hal tersebut. Akan tetapi, penjelasan yang dihadirkan Rofhani dalam buku ini mengurai narasi teoritis tersebut. Bahkan, penulis menyoroti akar kesalehan dan gaya hidup pada kaum perempuan yang dikategorikan sebagai kelas menengah.

Inilah keunikan dan kekhasan buku ini. Pemaknaan agama perempuan muslim kelas menengah menurut Rofhani telah terekspresikan dalam perilaku sehari-hari. Cara dalam beragama kelas sosial ini terlihat nyata di masyarakat, namun jarang sekali yang mendedahnya secara fenomenologis.

Penulis perlahan menelusuri latar belakang sosial, pendidikan, ekonomi, dan aktivitas perempuan muslim kelas menengah dalam rangka memverifikasi adakah keterkaitan dengan ekspresi keberagamaan dan representasi diri yang kerap kali mereka tampilkan.

Zaman terus bergerak. Kajian keagamaan (*religious study*) dalam perspektif budaya kekinian akan terus relevan diulas dan akan terus berlanjut. Beberapa orientasi keberagamaan pada masyarakat muslim perkotaan masih harus terus dianalisis perubahannya. Tipologi Muslim kelas menengah perkotaan yang secara teoretis didasarkan pada antara aspek beragama yang lebih banyak bersifat doktrin atau ritual dan gaya hidup (*lifestyle*) agaknya masih patut untuk dipertanyakan.

Maka dari itu, Kami mengapresiasi langkah penulis yang sudi berbagi kebaruan sudut pandang bersama Intrans Publishing Group. Melalui cakupan bahasan yang luas dan deskriptif, kami berharap buku

ini dapat dibaca oleh kalangan akademisi, peneliti, dan mahasiswa, khususnya kaum perempuan. Buku ini juga diharapkan mampu menjadi pengantar serius bagi pengkaji perubahan sosial muslim kelas menengah dalam rangka merenda peradaban semesta.

Selamat membaca!

Daftar Isi

Foreword	v
Pengantar Ahli	ix
Pengantar Penulis	xi
Pengantar Penerbit	xiii
 1	
Pendahuluan	1
 2	
Dinamika Kelas Menengah Indonesia	13
Konsep Kelas Menengah Indonesia	17
Agama, Ekonomi, dan Pilihan Rasional	28
Gaya Hidup, Budaya Konsumsi, dan Identitas	44
Muslim Kelas Menengah Indonesia dan Perkembangannya	59
 3	
Ekspresi Keagamaan Kelas Menengah	81
Mengurai Ekspresi Personal Keagamaan	83
Menangkap Ekspresi Sosial	95
 4	
Perempuan di Bawah Bayang <i>Shopping & Trend Mode</i>	103
Representasi Ekonomi: Pola <i>Shopping</i>	104
Representasi Budaya: Busana dan Hijab	123

5	Gaya Hidup Beragama dan Bentuk Keimanan	145
	Ekspresi dan Representasi Beragama: Bentuk Keimanan	146
	<i>Legal Religious</i> ; Referensial dan Resisten	152
	<i>Popular Religious</i> ; Profanisasi Budaya dan Simbolik	158
	<i>Personal Religious</i> ; Reduktif dan Hibrid	166
6	Penutup	173
	Daftar Pustaka	179
	Tentang Penulis	201



01

Pendahuluan



Diyah adalah perempuan muslim kelas menengah yang selalu membawa mukena di mobilnya. Bagi Diyah “*Khusyuk* tidak hanya berasal dari hati, tetapi juga karena mukena yang dipakai.” Lagi, Diyah pun menata perasaannya, “Saya sudah mencoba segala bahan, termasuk mukena kecil. Saya justru merasakan kenyamanan beribadah ketika menggunakan mukena berbahan bagus dan bersih.” Istilah *khusyuk* yang dirasakan oleh Diyah adalah karena simbol agama yang Ia gunakan lebih memberikan perasaan nyaman dengan dalih kebersihan sebagaimana prinsip-prinsip pemahaman ajaran Islam yang Ia ketahui.

Menurut pengakuannya, pendidikan agama didapatkannya dari pesantren yang bermazhab Wahabi. Meskipun saat ini Diyah tidak menunjukkan diri sebagai penganut salafi, pada tataran teologis Diyah memahami dan mempraktikkan ajaran tauhid dari *Kitab al-Tawhid alladhi Huwa Haqq Allah ‘ala al-‘Ibad* karangan Muhammad bin ‘Abd al-Wahhab al-Tamimi (1703--1792).

Selain Dyah masih ada Lisa, Trinil, Inne, dan Sukma yang konsisten mendalami ajaran keagamaan, khususnya *mengaji*. Bagi Lisa, “Saya lebih merasa nyaman memanggil *ustadzah* di rumah, bisa bertanya dengan bebas tanpa ada perasaan malu.” Lisa tidak berpendapat sendirian, sebab yang lainnya punya pandangan yang sama mengenai *ngaji* privat.

Ada lagi Nelly dan Mayang. Keduanya perempuan muslim kelas menengah yang tinggal di Surabaya. Dalam soal pilihan produk dan perawatan tubuh, keduanya tak ambil pusing. Pilihan berdasarkan kualitas menurut mereka sudah menunjukkan nilai-nilai Islami.

Pada *brand* atau merek *make-up*¹ dan parfum, pilihan itu jatuh pada merek terkenal yang berbahan herbal serta nonalkohol, seperti merek *The Body Shop*.² Hampir semua perempuan muslim yang namanya tersebut mengonsumsi produk bermerek bergensi dengan alasan bahan dasar yang dipakai bebas dari binatang dan alkohol, meskipun tidak ada label halal. Kesemuanya adalah produk yang memiliki kualitas bagus yang justru berasal dari Barat serta bukan produk yang berlabel halal.

¹ *Make-up*, *lipstick*, bedak, *blush-on* dsb.

² *The Body Shop*; merek kosmetik terbesar kedua di dunia. Meroket lewat produknya yang menggunakan zat herbal. Slogan mereka “*Against Animal Testing*”. Lihat, wikipedia.org, “The Body Shop” dalam https://id.wikipedia.org/wiki/The_Body_Shop (17 Mei 2015).

Penggalan kisah yang dialami beberapa perempuan di Surabaya itu adalah ekspresi menangkap nilai keagamaan yang saya dapatkan saat mencatat seluk beluk dan dinamika sosial di tengah kehidupan kelas menengah, terkhusus perihal manifestasi dari nilai agama dalam struktur masyarakat era kiwari (zaman yang sedang dijalani saat ini).

Secara esensi, kemapanan ekonomi pada kelas menengah tidak langsung membentuk perilaku beragama mereka. Mereka menunjukkan pencapaian materi melalui gaya hidup secara individual ataupun kolektif.

Memahami agama dan masyarakat dapat dilakukan dari berbagai macam pendekatan, selain aspek doktrin teologis-normatif, aspek tradisi menempati pembahasan yang terus berkembang. Hal ini disebabkan oleh faktor konstruksi manusia (*human construction*) yang tidak terpisah dari sejarah, sosial, ekonomi, politik, dan budaya. Terjadi proses evolusi ekspresi keberagaman dari esoteris (batiniah) menjadi eksoteris (lahiriah), menimbulkan persoalan yang tidak sederhana terutama di area perkotaan.

Modernisasi, bagi masyarakat perkotaan adalah situasi yang tidak bisa dihindari. Modernisasi adalah proses membentuk modernitas,³ ditandai dengan rasionalisme yang berorientasi pada industrialisasi bersistem kapitalistik sehingga membentuk gaya hidup hedonis, sikap pragmatis, dan budaya konsumtif.⁴ Pada aspek budaya, Featherstone melihat kondisi tersebut menimbulkan *global culture* yang berujung pada hegemoni, kekacauan, dan trans-nasional budaya sehingga terjadi reaksi identitas pada kehidupan modern.⁵ Demikian juga, pada aspek beragama reaksi identitas menunjukkan berbagai bentuk sesuai dengan

³ Proses modernitas mengakibatkan kondisi sosial pada dominasi sekularisme, rasionalitas instrumental, diferensiasi, birokratisasi ekonomi, politik dan militer, semua itu bertujuan ekonomis yang menumbuhkan nilai moneterisasi. Jainuri, *Orientasi Ideologi*, hlm. 106–108.

⁴ Modernitas memiliki makna ambigu, namun istilah ini tergantung pada ruang dan waktu terutama jika dikaitkan dengan budaya. Secara singkat, Sztompka menyimpulkan ciri modernitas adalah individualisme, diferensiasi, rasionalitas, ekonomisme, dan perkembangan. Giddens menyebut modernisasi adalah globalisasi sehingga intensifikasi relasi sosial antarlokasi yang bersifat global menuju pada liberalisme dan postmodernisasi. Piotr Sztompka, *Sosiologi Perubahan Sosial*, terj. Alimandan (Jakarta: Prenada, 2004), hlm. 85–86; Anthony Giddens, *The Consequences of Modernity* (USA: Stanford University Press, 1996), hlm. 63–65.

⁵ Mike Featherstone, "Global Culture", dalam *Global Culture: Nationalism, Globalization and Modernity, a Theory, Culture and Society Special Issue*, ed. Mike Featherstone (London: SAGE Publications, 1997), hlm. 6–7.

keyakinan dan pemahaman individu. Reaksi identitas tersebut diekspresikan dalam kehidupan sehari-hari dan membentuk gaya hidup. Fenomena sosial ini semakin menarik dikaji jika dihubungkan dengan kelompok kelas menengah yang memiliki kekhasan dan keunikan dalam beragama.

Keberagamaan muslim kelas menengah ini termanifestasi pada ketertarikan imanen-transenden atau sakral-profan sehingga memengaruhi kesadaran beragama, sementara orientasi dan kesadaran seseorang tersebut dibangun oleh pengalaman dan lingkungan mereka. Perubahan pandangan tersebut disebabkan oleh hubungan spiritualitas masyarakat dengan spiritualitas individu (anggota-anggotanya).⁶ Bahwa kesadaran dan pengalaman manusia (realitas keseharian) dapat dibangun dari teologi dan cara beragama, sebuah ranah khusus yang menempati posisi tersendiri dalam masyarakat. Secara tidak langsung, agama menjadi alat melegitimasi yang membentuk konsep pemahaman ajaran agama, memengaruhi sikap, perilaku, dan cara pandang penganutnya dalam kehidupan keseharian.⁷ Sebaliknya, melalui kehidupan keseharian diketahui bagaimana ajaran agama diyakini seseorang sekaligus diketahui model dan ekspresi keberagamaan, termasuk yang terjadi di kelas menengah.

Kelas menengah atau *middle class* adalah kelompok yang memiliki keunikan, dengan posisi di tengah (*middle*). Kelompok ini merupakan jembatan sekaligus penghubung antara kelompok kelas atas (*up*) dan kelompok kelas bawah (*down*). Oleh karena itu kelompok ini cukup fleksibel serta dianggap dapat membawa perubahan sosial. Kelas menengah, menurut Hellmuth Lange dan Derek Wynne, dianggap menarik terutama pada pembahasan gaya hidup dan konsumerisme.⁸ Dalam

⁶ David Ray Griffin, *Visi-visi Postmodern: Spiritualitas dan Masyarakat*, terj. A. Gunawan Admiranto (Yogyakarta: Kanisius, 2005), hlm. 16.

⁷ Sebagai fenomena dialektik, masyarakat adalah produk manusia dan sebaliknya manusia dibentuk oleh masyarakat. Masyarakat tidak mempunyai bentuk lain kecuali bentuk yang telah diberikan oleh aktivitas dan kesadaran manusia. Oleh karena itu, realitas sosial tidak terpisah dari manusia, manusia adalah produk masyarakat. Peter L. Berger, *Langit Suci*, terj. Hartono (Jakarta: LP3ES, 1991), hlm. 3.

⁸ Hellmuth Lange dan Lange Meier, *The New Middle Classes: Globalizing Lifestyles, Consumerism and Environmental Concern*, (London: Spinger, 2009), hlm. 1–28 & 49–64; Derek Wynne, *Leisure, Lifestyle and the New Middle Class: A Case Study*, (London: Routledge, 1998), hlm. 9–30 & 69–93; Mike Featherstone, *Costumer Culture and Postmodernis*, (London: SAGE Publication Ltd., 1993), hlm. 83–93 &

konteks keindonesiaan, diskursus kelas menengah⁹ menjadi bombastis terutama pada aspek spiritualitas.¹⁰ Jalan spiritual menjadi pilihan masyarakat perkotaan Indonesia, seperti Jakarta, Bandung, Surabaya, dan Medan. Fenomena tersebut bisa dilihat dari beberapa perkumpulan keagamaan dan sufisme¹¹ di perkotaan.

Dalam pandangan Piliang, fenomena sufisme perkotaan adalah era post-spiritualitas yang mencoba memadukan antara kekuatan spirit ketuhanan (*spirit of divinity*) dan spirit konsumerisme (*spirit of*

95–110; Lee Artz dan Yahya R. Kamalipor (ed.), *The Globalization of Corporate Media Hegemony*, (Albany: University of New York, 2003), hlm. 3–32;

⁹ Pembahasan mengenai kelas menengah di Indonesia diawali oleh majalah *Prisma* edisi Februari 1984 yang diterbitkan oleh LP3ES dengan tema “Kelas Menengah Baru: Menggapai Harta dan Kuasa” yang isinya mengulas kelas menengah sebagai produk pembangunan ekonomi Orde Baru. Dilanjutkan oleh harian *KOMPAS* yang meliput tentang gaya hidup kelas menengah pada 1986. Lihat Richard Tanter dan Kenneth Young (ed.), *The Politics of Middle Class Indonesia* (Melbourne: Monash Papers on Southeast Asia, 1990); Happy Bone Zulkarnain, Faisal Siagian dan Laode Ida (ed.), *Kelas Menengah Digugat* (Jakarta: Penerbit Fikahari Aneska, 1993); Robert W. Hefner pada tahun 1993 menulis “Islam, State, and Civil Society: ICMI and the Struggle for the Indonesia Middle Class.” Demikian juga tulisan Richard Robison dan David S.G. Goodman (ed.), *The New Rich in Asia, Mobile Phones, McDonald’s and Middle Class Revolution* (London and New York: Routledge, 1993). Tulisan-tulisan tersebut membahas eksistensi, gaya hidup, peranan, pengaruh dan posisi kelas menengah di Indonesia.

¹⁰ Fenomena ini tidak berdiri sendiri, melainkan menjadi fenomena global di era *New Age*. Gerakan spiritual *New Age* ini terbentuk di pertengahan abad ke-20, yang bertujuan mewujudkan spiritualitas tanpa batas atau tanpa ikatan dogma agama tertentu. Martin dan Howell menyebut sebagai Gerakan Agama Baru (*New Religious Movements* [NRMs]) yang mengutamakan praktik transformasi kesadaran dan kemungkinan untuk mengalami kehadiran imanen Tuhan. Martin dan Howell sepakat dengan pendapat Troeltsch bahwa mistisisme dapat menjadi bagian integral dari penyelarasan agama dengan modernitas. Lihat Martin van Bruinessen dan Julia Day Howell, *Urban Sufism* (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), hlm. 5–6.

¹¹ Istilah sufisme pertama kali dikenalkan oleh Fazlur Rahman dengan sebutan neosufisme (tasawuf yang bercirikan pada kepatuhan pada syariat dan kepedulian pada masalah dunia). Adapun, di Indonesia dikenalkan oleh Hamka dengan sebutan tasawuf modern. Tasawuf modern berbeda dari konsep tasawuf lama, penekanannya lebih pada aspek *esoteris*. Tasawuf modern memadukan lahiriyah dan batiniyah (*eksoteris* dan *esoteris*) disertai sikap positif pada dunia. M.T. Ja’fari menyebut fenomena tersebut dengan istilah “tasawuf positif”, sedangkan Julia Day Howell menyebutnya *contemporary Sufism* (tasawuf kontemporer).

consumerism).¹² Muslim Abdurrahman menyebut fenomena ini sebagai “ritual yang terbelah”. Menurut Abdurrahman, kapitalisme dan komersialisme pada kehidupan keislaman membawa isu perbedaan kelas dan identitas keislaman. Dia mencontohkan peran perempuan melalui simbol kerudung sebagai alat ukur ekspresi kesadaran kelas.¹³ Julia Day Howell menamakannya *Urban Sufism*.¹⁴ Adapun, Ahmad Najib Burhani menyebutnya *the taste of spirituality*; yaitu kerinduan ibadah dan ritus keagamaan.¹⁵

Kondisi muslim di Indonesia ini diperkuat Fealy bahwa Islam di Indonesia adalah pasar yang laris dan tempat jualan simbol kesalehan Islam; tempat komodifikasi ruang budaya dan spiritual; dan membentuk keberagamaan dalam kehidupan sehari-hari.¹⁶ Adapun, Howell menamakan fenomena tersebut sebagai variasi kesalehan aktif dalam bentuk sufisme.¹⁷ Hal ini ditandai oleh larisnya produk layanan keuangan bermerk Islam seperti bank syariah, asuransi syariah, jasa-jasa pemberi motivasi seperti ESQ-nya Ari Ginanjar, tabloid dan majalah yang menawarkan gaya hidup Islami seperti *Paras*, *NooR* atau *Nurani*, serta ustadz-ustadz selebritis seperti Aa Gym, Yusuf Mansur, dan Solmed. Perkembangan keberagamaan kelas menengah didukung oleh

¹² Yasraf Amir Piliang, *Post-Realitas: Realitas Kebudayaan dalam Era Post-Metafisika* (Yogyakarta: Jalasutra, 2004), hlm. 227–228.

¹³ Muslim Abdurrahman, “Ritual yang Terbelah: Perjalanan Haji dalam Era Kapitalisme Indonesia”, dalam Mark Woodward (ed.), *Jalan Baru Islam: Memetakan Paradigma Mutakhir Islam Indonesia*, terj. Ihsan Ali Fauzi (Bandung: Mizan, 1998), hlm. 129–130.

¹⁴ Istilah *Urban Sufism* mulai populer pada 2003 yang dipakai pada satu kajian antropologi tentang gerakan sufisme yang marak di wilayah perkotaan di Indonesia, seperti Paramadina, Tazkiya Sejati, ICNIS (*Intensive Course and Networking for Islamic Science*) dan IIMaN (*Indonesian Islamic Media Network*). Julia Day Howell, “Modernity and the Borderlands of Islamic Spirituality in Indonesia’s New Sufi Networks”, dalam *Sufism and the Modern in Islam*, ed. Martin van Bruinessen dan Julia Day Howell (London: I.B Tauris, 2007), hlm. 230–232; Julia Day Howell, “Indonesian’s Urban Sufis: Challenging Stereotypes of Islamic Revival”, *ISIM Newsletter*, 6, (2001), 17.

¹⁵ Ahmad Najib Burhani, *Sufisme Kota* (Jakarta: Serambi, 2001), hlm. 13–14.

¹⁶ Greg Fealy, “Mengkonsumsi Islam: Agama yang Dijadikan Jualan dan Kesalehan yang Diidam-idamkan di Indonesia”, dalam Greg Fealy dan Sally White (ed.), *Ustadz Seleb, Bisnis Moral dan Fatwa Online: Ragam Ekspresi Islam Kontemporer Indonesia*, terj. Ahmad Muhajir (Jakarta: Komunitas Bambu, 2012), hlm. 16–37.

¹⁷ Julia Day Howell, “Variasi-variasi Kesalehan Aktif: Profesi dan Pendakwah Televisi sebagai Panganjur Sufisme Indonesia”, *Ibid.*, 39–56.

maraknya situs di internet, media televisi, radio, dan buku-buku yang menawarkan berbagai label agama. Fenomena ini menunjukkan realitas yang bersifat rohaniah bercampur dengan material; yang ilahiyah tersentuh duniawi, yang transenden dimasuki oleh yang imanen.

Melalui media pula, gerakan spiritualitas ini merembet ke Surabaya dan daerah sekitarnya. Sebagaimana terjadi di Jakarta, masyarakat Surabaya pun menampakkan semangat spiritualitas keagamaan. Munculnya pengajian Qalbun Salim Islamic Centre yang dinaungi oleh Yayasan Pengelola *Islamic Centre* pada 1990-an¹⁸ serta kelompok-kelompok pengajian di banyak masjid di Surabaya, misalnya di masjid Al-Falah, adalah bukti mengenai fenomena tersebut. Pada kelompok yang lebih kecil lagi ditemukan misalnya kelompok pengajian Sakinah¹⁹ di daerah Waru (perbatasan antara Surabaya dan Sidoarjo). Munculnya lembaga pengkajian Islam di Surabaya, misalnya Griya Al-Qur'an ataupun kelompok hijaber Surabaya semakin mempertegas fenomena gairah spiritualitas perkotaan, khususnya pada kalangan perempuan muslim kelas menengah.

Mengulas kelas menengah semakin menarik jika dikaitkan dengan perempuan. Rinaldo²⁰ mensinyalir beberapa gerakan keagamaan menunjukkan bahwa perempuan memiliki keaktifan yang lebih pada gerakan keagamaan terutama bentuk *social market* keagamaan yang terjadi di beberapa negara Asia Tenggara termasuk Indonesia. Rinaldo memberi contoh, kelompok pengajian Al-Qur'an perempuan elite bermunculan, yang menjadikan anggota-anggota sebagai agen perubahan. Demikian juga, Samia Serageldin dalam tulisannya "The Islamic Salon: Elite Women Religious Network in Egypt" memaparkan bahwa salon adalah tempat atau sarana ekspresi yang cukup eksklusif bagi perempuan muslim kelas menengah dan kelas elite di Mesir.²¹ Secara tidak langsung,

¹⁸ Biyanto, "Kebangkitan Spiritualitas di Perkotaan (Penelitian tentang Kecenderungan Masyarakat Muslim Perkotaan untuk Hidup Lebih Religius-Sufistik dan Implikasinya bagi Pemecahan Masalah-masalah Kemanusiaan)" (Penelitian Individual--Lembaga Penelitian IAIN Sunan Ampel, Surabaya, 2005).

¹⁹ Rofhani, "Fenomena Spiritualitas Perempuan Urban (Rasionalitas Tujuan Anggota Pengajian Sakinah di Unimas Garden Regency Waru Sidoarjo)" (Penelitian Individual--Lembaga Penelitian IAIN Sunan Ampel, Surabaya, 2006).

²⁰ Rachel Ricardo, "Women and Piety Movements", dalam *The Sociology of Religion*, ed. Bryan S. Turner (UK: Blackwell Publishing Ltd, 2010), hlm. 584-601.

²¹ Miriam Cooke and Bruce B. Lawrence (ed.), *Muslim Network from Hajj to Hip-Hop* (North Carolina: The University of North Carolina Press, 2005), hlm.

gerakan keagamaan perempuan yang bersifat kolektif memberikan peluang bagi perempuan untuk mengonstruksi jenis komunitas baru dan identitas sosialnya.

Gerakan keagamaan perempuan tersebut pada dasarnya adalah bentuk penegasan identitas. Secara tidak sadar, perempuan muslim kelas menengah menunjukkan budaya baru. Meskipun demikian, harus diakui bahwa tidak semua kalangan muslim kelas menengah di Indonesia mengikuti gaya hidup yang populer. Pada sisi lain mereka menampilkan budaya yang berbeda dari kelompok fundamentalis²² yang berjubah, berkerudung panjang, dan bercadar dengan warna tertentu. Kelompok perempuan muslim kelas menengah ini membentuk gaya hidup alternatif dan cocok dengan aturan Islam, fleksibel, tidak terlihat kaku dengan semangat membangun identitas Islam.

Mungkin Anda mulai mempertanyakan tentang hal apa yang menarik dalam risalah setebal ini. Pahamiilah bahwa saya di sini sekadar mengantar Anda masuk ke dalam horizon perempuan kelas menengah muslim yang menggunakan instrumen simbol agama untuk mencapai tujuan menjadi muslim akomodatif--meskipun pada sisi lain bisa dikatakan mereka juga menunjukkan gejala neo-konservatif yang menonjolkan simbol Islam yang diadaptasikan dengan kondisi ekonomi, status, pendidikan mereka di perkotaan. Sebagai salah satu contoh, jilbab panjang atau tulisan arab yang ditampilkan diharapkan menjadi pembeda identitas yang jelas untuk menunjukkan kesalehan di area publik. Mereka mengikuti budaya populer yang sedang berkembang (menjadi trend), namun pada sisi lain mereka menghindari dari masifikasi

155–168 & 169–190; Ann Helmann dan Margaret Beetham (ed.), *New Woman Hybridities: Femininity, Feminism, and International Consumer Culture 1880–1930* (London: Routledge, 2004), hlm. 1–14.

²² Kelompok fundamentalis sering dipakai untuk menyebut kelompok salafi. Fenomena identitas salafi (terutama bentuk tampilan) ini juga terlihat di Indonesia sejak pertengahan 1980. Gerakan ini tumbuh subur terutama di kampus-kampus perguruan tinggi umum bernama *harakah tarbiyah*. Mereka mengadakan *halaqah* dan *dawrah* di setiap *usrah* (kelompok kecil). Dalam waktu yang cukup singkat gerakan ini merambah di wilayah Indonesia dan menjelma menjadi simpul kekuatan aktivisme terbesar di kampus-kampus di berbagai universitas di Indonesia. Pascajatuhnya Soeharto, gerakan ini memproklamasikan keberadaannya dengan menamakan diri mereka sebagai Hizbut Tahrir Indonesia (HTI). Roel Meijer, *Global Salafism: Islam's New Religious Movement* (London: C. Hurst Company, 2009), hlm. 12–16; Noorhaidi Hasan, "Ideologi, Identitas dan Ekonomi Politik Kekerasan", *Prisma*, Vol. 29, Oktober, 2010, hlm. 5–8.

budaya, terutama terhadap budaya yang berkaitan dengan perilaku simbolik.²³ Tidak dapat diingkari bahwa kelompok perempuan muslim kelas menengah rela melakukan privatisasi dan spiritualitas. Pada aspek privatisasi, kelas menengah berusaha menampakkan kepemilikan pribadi yang khas dan berbeda. Adapun, pada aspek spiritualitas, mereka melakukan adopsi budaya spiritual, baik secara kelompok atau pribadi. Muncul asumsi bahwa terjadi proses pembentukan model beragama yang menjadi gaya hidup (*lifestyle*) pada kelas menengah.

Terjadi dialog antara agama dan gaya, dua ranah yang terkesan berbeda. Agama sebagai doktrin yang harus ditaati dan menjadi bagian dari keyakinan (iman), sedangkan gaya adalah pilihan yang bisa dipertukarkan yang disesuaikan dengan ruang dan waktu. Sesungguhnya perubahan gaya beragama kelas menengah dipengaruhi oleh faktor ekonomi, pendidikan, status, dan wawasan. Kelas menengah mencoba menampakkan eksistensi dirinya dengan berusaha “memiliki” (*to have*) dan “menjadi” (*to be*).²⁴ Proses perubahan tindakan dan pemikiran kelas menengah berkaitan erat dengan rasionalitas yang terdiri dari *mean* atau alat yaitu bentuk rasionalitas dan *end* atau tujuan yaitu budaya.

Rubaidi Rubaidi mendeskripsikan kelas menengah di kalangan warga Nahdliyin (Nahdlatul Ulama) di Jawa Timur yang mengalami pergeseran ideologi dan ekspresi keislaman dari moderat kepada Islamisme sampai ke post-islamisme. Lewat penelitiannya yang berjudul “Pergeseran Kelas Menengah NU (Dari Moderatisme kepada Islamisme dan Post-Islamisme)” ia menegaskan ihwal pergeseran ideologi dan ekspresi.²⁵

²³ Kuntowijoyo menyebutkan adanya dua kemungkinan sikap budaya yang muncul, yaitu *budaya elite* (pemilik tetap sebagai subjek budaya, tidak mengalami alienasi dan mengalami pencerdasan. Dengan demikian, identitas pemilik budaya elite tidak tenggelam dalam budaya), dan *budaya massa* (mengalami objektifikasi [hanya sebagai objek saja], alienasi dan pembodohan. Dengan demikian, pemilik budaya ini tidak berperan apa-apa dalam pembentukan simbol budaya). Kuntowijoyo, “Budaya Elite dan Budaya Massa” dalam *Lifestyle Ecstasy: Kebudayaan Pop dalam Masyarakat Komoditas Indonesia*, ed. Idi Subangun Ibrahim (Yogyakarta: Jalasutra, 2004), hlm. 10–11.

²⁴ Fromm menjelaskan bahwa perilaku seseorang selalu diiringi oleh dua modus atau motif yaitu *to have* dan *to be* (memiliki dan menjadi). Erich Fromm, *Memiliki dan Menjadi: Tentang Dua Modus Eksistensi*, terj. F. Soesilohardo (Jakarta: LP3ES, 1987), hlm. 124–126.

²⁵ Rubaidi, “Pergeseran Kelas Menengah NU (Dari Modernis kepada Islamisme dan Post Islamisme)”, (Disertasi--Pascasarjana IAIN Sunan Ampel, Surabaya, 2013).

Mastuki H.S. dalam buku berjudul *Kebangkitan kelas menengah santri: dari tradisionalisme, liberalisme, post-tradisionalisme, hingga fundamentalisme*²⁶ menjelaskan tentang perkembangan dan mobilitas kelas menengah santri dari Orde Baru sampai dengan Reformasi yang mengalami polarisasi pemikiran dan membentuk mobilisasi sosial. Mastuki kemudian mengelompokkan para kelas menengah santri menjadi empat macam, yaitu kelompok tradisionalisme, liberalisme, post-tradisionalisme, dan fundamentalisme.

Selain itu, pada 2008 ada Dien Media yang menelaah “Gaya Wanita Perkotaan di Kota Medan”. Ia fokus pada kajian yang mendedah tentang pola konsumsi ibu rumah tangga kelas menengah.²⁷ Lebih jauh Media memaparkan bahwa pola konsumsi ibu rumah tangga yang dipengaruhi oleh iklan di media mengubah gaya hidup mereka. Secara kualitatif-deskriptif, Media memperlihatkan bahwa benda-benda seperti perhiasan, mobil, dan sejenisnya menimbulkan kesenangan untuk meningkatkan kehidupan sosial para ibu rumah tangga. Pola konsumsi ibu rumah tangga, selain menggunakan uang dan waktu mereka yang bersifat konsumtif, mereka berbelanja produktif seperti berbelanja investasi baik investasi tradisional maupun modern.

Muhammad Fadli menjelaskan “Konstelasi Citra Sosial dalam Praktik Ritual Haji: Analisis Kritis terhadap Gaya Hidup Muslim Kelas Menengah di Yogyakarta”.²⁸ Melalui penelitiannya ia memaparkan perihail adanya pergeseran nilai tentang haji dari etis ke estetisasi; dari ritual agama ke ritual budaya; dari rasionalitas nilai ke rasionalitas tujuan; dari asketisme *ukhrawi* ke asketisme duniawi. Praktik haji, menurut Fadli, bergeser ke ranah ekonomi, pertunjukan budaya, prestise, status, citra, dan gaya hidup, terutama haji dengan ONH plus yang saat ini seakan menjadi arena pertunjukan status sosial masyarakat kelas menengah dan kelas atas di Yogyakarta.

²⁶ Mastuki H.S., *Kebangkitan Kelas Menengah Santri: Dari Tradisionalisme, Liberalisme, Post-Tradisionalisme, hingga Fundamentalisme* (Jakarta: Pustaka Dunia, 2010).

²⁷ Dien Media, “Gaya Hidup Wanita Perkotaan: Kajian tentang Pola Konsumsi Ibu Rumah Tangga Kelas Menengah di Kota Medan” (Tesis--Program Pascasarjana Universitas Negeri Medan, Medan, 2008).

²⁸ Muhammad Fadli, “Konstelasi Citra Sosial dalam Praktik Ritual Haji: Analisis Kritis terhadap Gaya Hidup Muslim Kelas Menengah di Yogyakarta” (Tesis--Program Pascasarjana Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, 2012).

Selain Fadli, ada juga Claudia Nef Saluz yang mendedah *“Islamic Pop Culture Indonesia: An anthropological field study on veiling practices among students of Gadjah Mada University of Yogyakarta”*.²⁹ Claudia menjelaskan seluk beluk model kerudung pada mahasiswa Universitas Gajah Mada, dari model cadar sampai dengan model jilbab gaul. Dalam konteks tersebut, model kerudung adalah salah satu ekspresi Islam pada golongan muda perkotaan dalam kehidupan keseharian. Claudia menemukan adanya ambiguitas pada praktik berjilbab yang disebabkan oleh pengaruh budaya global yang berasimilasi dengan budaya lokal.

Selanjutnya, tiga tulisan Warsito Raharjo Jati tentang kelas menengah Indonesia yang berjudul *“Islam Populer sebagai Pencarian Identitas Muslim Kelas Menengah Indonesia”*;³⁰ *“Tinjauan Perspektif Intelegensia Muslim terhadap Genealogi Kelas Menengah Muslim di Indonesia”*;³¹ dan *“Less Cash Society: Menakar Mode Konsumerisme Baru kelas Menengah Indonesia”*;³² adalah penelitian yang bersifat awal dan global. Tiga tulisan tersebut belum menunjukkan eksplorasi yang lebih dalam untuk membuat kategorisasi kelas menengah Indonesia.

Lewat buku ini Anda akan saya ajak menjelajahi makna keberagaman kelas menengah dengan memperhatikan gaya hidup (*lifestyle*) mereka. Beberapa hal yang dapat ditelusuri ihwal perempuan kelas menengah ialah latar belakang, motif, dan tujuan keberagaman perempuan muslim kelas menengah—secara khusus di Kota Surabaya. Setelah diketahui latar belakang, motif, dan tujuannya, perlu juga mengetahui cara perempuan muslim kelas menengah mengekspresikan gaya hidup dan merepresentasikan dirinya dalam rangka membangun gaya hidup beragama. Ekspresi gaya hidup tersebut membawa dampak pada bentuk atau model gaya hidup beragama perempuan muslim kelas menengah.

²⁹ Claudia Nef Saluz, *“Islamic Pop Culture in Indonesia: An anthropological field study on veiling practices among students of Gadjah Mada University of Yogyakarta”* (Arbeitsblatt Nr. 41--Institut für Sozialanthropologie, Universität Bern, Bern, 2007).

³⁰ Warsito Raharjo Jati, *“Islam Populer sebagai Pencarian Identitas Muslim Kelas Menengah Indonesia”*, *Jurnal Teosofi*, Vol. 5, No. 1 (Juni, 2015), hlm. 139–163.

³¹ Warsito Raharjo Jati, *“Tinjauan Perspektif Intelegensia Muslim terhadap Genealogi Kelas Menengah Muslim di Indonesia”*, *ISLAMICA: Jurnal Studi Keislaman*, Vol. 9, No.1 September, 2014, hlm. 1–29.

³² Warsito Raharjo Jati, *“Less Cash Society: Menakar Mode Konsumerisme Baru kelas Menengah Indonesia”*, *Jurnal Sosioteknologi*, Vol. 14, No. 2 Agustus, 2015, hlm. 102–112.



Daftar Pustaka



Buku

- Abdullah, Amin. 2002. *Studi Agama Normativitas atau Historisitas*. Jakarta: Pustaka Pelajar.
- Abdullah, Irwan. 2009. *Konstruksi dan Reproduksi Kebudayaan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- 'Abd al-Rah}man al-'Ak, *Safwat al-Bayan li Ma'ani al-Qur'an al-Karim*. Beirut: Dar al-Bash a'ir, t.th.
- Abi 'Abd Allah Muh}ammad b. Isma'il b. Ibra<him b. al-Mughirah b. Bardazbat al-Bukhari al-Ja'fiy. 1981. *Sah}ih} al-Bukhari*. Beirut: Dar al-Fikr.
- Alexander, Jeffrey C. dan Steven Seidman. 1995. *Culture and Society Contemporary Debates*. UK: Cambridge University Press.
- Ali, Mukti. 1987. *Beberapa Persoalan Agama Dewasa Ini*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Alvesson, Mats dan Kaj Skoldberg. 2000. *Reflexive Methodology: New Vitas for Qualitative Research*. London: SAGE Publications Ltd.
- Andersen, Margaret L. 1993. *Thinking about Women: Sociological Perspectives on Sex and Gender*. New York: Macmillan Publishing.
- Anshari, Endang Saifuddin. 1985. *Ilmu, Filsafat, dan Agama*. Surabaya: Bina Ilmu.
- Artz, Lee dan Yahya R. Kamalipor, (ed). 2003. *The Globalization of Corporate Media Hegemony*. Albany: University of New York.
- As}fahani (al), Al-Raghib. t.t. *Al-Mufradat fi Gharib al-Qur'an*. Beirut: Dar al-Ma'rifah.
- Asad, Talal. 1993. "The Construction of Religion as an Antropological Category", *Genealogies of Religion: Discipline and Reasons of Power in Christianity and Islam*. Baltimore, MD: Johns Hopkins University Press.
- Ashadi, Ridho Saiful. 2012. *Bambang DH Mengubah Surabaya*. T.t.: Indonesia Berdikari.
- Assael, Henry. 1984. *Consumer Behaviour and Marketing Action*. California: Kent Publishing, Co.
- Badan Pusat Statistik Kota Surabaya. 2013. *Statistik Daerah Kota Surabaya 2014*. Surabaya: Badan Pusat Statistik Kota Surabaya.
- Bakker, Chris. 2011. *Cultural Studies: Teori dan Praktek*, terj. Nurhadi. Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2011.
- Barnard, Malcolm. 2002. *Fashion as Communication*. London: Routledge.

- Bayat, Asep. 2007. *Making Islam Democratic*. Stanford: Stanford University Press.
- Beatty, Andrew. 2004. *Varieties of Javanese Religion: An Anthropological Account*. New York: Cambridge University Press.
- Bellah, Robert N. ed. 1996. *Habits of The Heart: Individualism and Commitment in American Life*. London: University of California Press.
- Benedict, Ruth. 1989. *Patterns of Culture*. Boston: Houghton Mifflin Company.
- Berger, Peter L. dan Thomas Luckman. 1990. *Tafsir Sosial atas Kenyataan: Sebuah Risalah Tentang Sosiologi Pengetahuan*, terj. Hasan Basari. Jakarta: LP3ES.
- _____. 1992. *Kabar Angin dari Langit: Makna Teologi dalam Masyarakat Modern*, terj. J.B. Sudarmanto. Jakarta: LP3ES.
- _____. 1991. *Langit Suci: Agama sebagai Realitas Sosial*, terj. Hartono. Jakarta: LP3ES.
- Blumer, Herbert. 1969. *Symbolic Interactionism: Perspective and Method*. California: University of California Press.
- Boudon, Raymond. "Teori Pilihan Rasional", dalam Bryan Turner (ed.). 2012. *Teori Sosial: Dari Klasik Sampai Postmodern*, terj. E. Setyawati dkk. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bourdieu, Pierre. 1984. *Distinctions: A Social Critique of the Judgment of Taste*, terj. Richard Nice. Harvard: Harvard University Press.
- Browning, G. A. Halcli, dan F. Webster (ed). 2000. *Understanding Contemporary Society: Theories of The Present*. London: SAGE Publications.
- Bruinessen (van), Martin dan Julia D. Howell (ed.). 2007. *Sufism and the Modern in Islam*. London: I.B. Tauris.
- _____. 2008. *Urban Sufisme*. Jakarta: Rajawali Pers.
- BPS, *Surabaya dalam Angka 2012*.
- BPS, *Surabaya dalam Angka 2013*.
- Burhani, Ahmad Najib. 2001. *Sufisme Kota*. Jakarta: Serambi.
- Burke, Peter J. dan Jan E. Stets. 2009. *Identity Theory*. New York: Oxford University Press.
- Burton, Graeme. 2012. *Media dan Budaya Populer*, terj. Alfathri Aldin. Yogyakarta: Jalasutra.

- Campbell, Tom. 1994. *Tujuh Teori Sosial: Sketsa, Penilaian dan Perbandingan*, terj. F. Budi Hardiman. Yogyakarta: Kanisius.
- Castells, Imanuel. 2010. *The Power of Identity*. UK: Blackwell Publishing.
- Chambers, Iain. 1996. *Popular Culture: The Metropolitan Experience*. New York: Methuen.
- Chancer, Lynn. 1998. *Reconcilable Differences: Confronting Beauty, Pornography, and the Future of Feminism*. Berkeley: University of California Press.
- Chaney, David. 2011. *Lifestyles: Sebuah Pengantar Komprehensif*, terj. Nuraeni. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Cohen, Percy S. 1968. *Modern Social Theory*. London: Heinemann.
- Coleman, James S. 2011. *Dasar-Dasar Teori Sosial*, terj. Imam Muttaqien dkk. Bandung: Nusa Media.
- _____, dan Thomas J. Fararo (ed.). 1992. *Rational Choice Theory: Advocacy and Critique*. London: SAGE Publication.
- Collin, Finn. 1997. *Social Reality*. New York: Routledge.
- Cooke, Miriam dan Bruce B. Lawrence (ed.). 2005. *Muslim Network from Hajj to Hip-Hop*. North Carolina: The University of North Carolina Press.
- Cox, James L. 2006. *A Guide to the Phenomenology of Religion: Key Figures, Formative Influences and Subsequent Debates*. London: The Continuum International Publishing Group.
- Creswell, John W. 2013. *Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing Among Five Approaches*. Los Angeles: Sage Publication.
- Croteau, David. 1995. *Politics and Class Divide: Working People and The Middle Class Left*. Philadelphia: Temple University Press.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah*. Bandung: Syamil Quran, t.th.
- Danesi, Marcel. 2004. *Pesan, Tanda dan Makna: Buku Teks Dasar mengenai Semiotika dan Teori Komunikasi*, terj. Evi Setyarini. Yogyakarta: Jalasutra.
- Denzin, Norman K. dan Yvonna S. Lincoln (ed.). 2009. *Handbook of Qualitative Research*, terj. Dariyanto dkk. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dick, Howard James J. Fox, Jamie Mackie (ed.). 1997. *Balanced Development East Java in the New Order*. Jakarta: Gramedia.

- Dick, Howard W. 2002. *Surabaya City of Work: A Socioeconomic History, 1990-2000*. USA: Ohio University Press.
- Dillon, Michele. "Sosiologi Agama", dalam Bryan S. Turner (ed.). 2012. *Teori Sosial Dari Klasik Sampai Postmodern*, terj. E. Setyawati. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Doorn-Harder (van), Pieterella. 2006. *Women Shaping Islam: Indonesian Women Reading the Qur'an*. Urbana and Chicago: University of Illinois Press.
- Draft Buku Putih Sanitasi Kota Surabaya. 2010. Surabaya: Sanitasi Kelompok Kerja Surabaya.
- Durkheim, Emile. 2011. *The element Forms of Religious Life*, terj. Inyik Ridwan Munir. Yogyakarta: IRCiSot.
- Eco, Umberto. 2009. *Teori Semiotika*, terj. Inyik Ridwan. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Espósito, John L. 2010. *Islam the Straight Path*, terj. Arif Maftuhin. Jakarta: Paramadina.
- Fadli, Muhammad. 2012. "Konstelasi Citra Sosial dalam Praktik Ritual Haji: Analisis Kritis terhadap Gaya Hidup Muslim Kelas Menengah di Yogyakarta". Tesis—Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Falik, Pasi. 1994. *The Consumsing Body*. London: SAGE.
- Fealy, Greg dan Sally White (ed.). 2012. *Ustadz Seleb, Bisnis Moral dan Fatwa Online: Ragam Ekspresi Islam Kontemporer Indonesia*, terj. Ahmad Muhajir. Jakarta: Komunitas Bambu.
- Featherstone, Mike (ed.). 1997. *Global Culture: Nationalism, Globalization and Modernity, a Theory, Culture and Society Special Issue*, ed. Mike Feathersone. London: SAGE Publications.
- _____. 2010. "Body, Image and Affect in Consumer Culture", *Body & Society*, Vol. 16, No. 1.
- _____. 1993. *Costumer Culture and Postmodernism*. London: SAGE Publication Ltd.
- _____. 1995. *Undoing Culture: Globalization Postmodern and Identity*. London: SAGE Publication.
- Ferguson, Harvie. 2006. *Phenomenological Sociology*. London: Sage Publications.
- Fiske, John. 2011. *Memahami Budaya Populer*, terj. Asma Bey Mahyuddin. Yogyakarta: Jalasutra.

- Fromm, Erich. 1987. *Memiliki dan Menjadi: Tentang Dua Modus Eksistensi*, terj. F. Soesilohardo. Jakarta: LP3ES.
- Geertz, Clifford. 1973. *The Interpretation of Culture: Selected Essay*. USA: Basic Book.
- _____. 1960. *The Religion of Java*. New York: Free Press.
- Geraro, Tally Kartz. 1999. "Cultural Consumption and Social Stratification: Leisure Activities Musical Tastes, and Social Location," *Sociological Perspectives*, Vol. 42, No. 4, Winter.
- Gerke, Solvay. 2000. "Global Lifestyles under Local Conditions: the New Indonesian Middle Class", *Consumption in Asia: Lifestyles and Identities*, ed. Chua Beng-Huat. London: Routledge.
- Gerth, H.H. dan C. Wright Mills (ed.). 1946. *From Max Weber: Essays in Sociology*. New York: Oxford University Press.
- Giblett, Rod. 2008. *The Body of Nature and Culture*. UK: Palgrave Macmillan.
- Giddens, Anthony. 1986. *Kapitalisme dan Teori Sosial Modern*, terj. Soeheba Kramadibrata. Jakarta: UI Press.
- _____. 1991. *Modernity and Self-Identity: Self and Society in Late Modern Age*. Cambridge: Polity Press.
- _____. 1996. *The Consequences of Modernity*. USA: Stanford University Press.
- Gilbelt, Paul. 2010. *Cultural Identity and Political Ethics*. UK: Edinburgh University Press.
- Grace, Victoria. 2000. *Baudrillard's Challenge: A Feminist Reading*. London: Routledge.
- Griffin, David Ray. 2005. *Visi-Visi Postmodern: Spiritualitas dan Masyarakat*, terj. A. Gunawan Admiranto. Yogyakarta: Kanisius.
- Habermas, Jurgen. 1980. *Legitimation Crisis*. Boston: Beacon Press.
- Hadijaya (ed.). 1999. *Kelas Menengah Bukan Ratu Adil*. Jakarta: Tiara Wacana.
- Haryanto, Sindung. 2012. *Spektrum Teori Sosial dari Klasik hingga Postmodern*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Harker, Richard, Cheelen Mahar dan Chris Wilkes (ed.). 2009. *(Habitus x Modal) + Ranah = Praktik Sosial: Pengantar Paling Komprehensif kepada Pemikiran Pierre Bourdieu*, terj. Pipit Maizier. Yogyakarta: Jalasutra.

- Hefner, Carl J. 1994. *Ludruk Folk Theatre of East Jawa: Toward a Theory of Symbolic Action*. USA: University of Hawai.
- Helmann, Ann dan Margaret Beetham (ed.). 2004. *New Woman Hybridities: Femininity, Feminism and International Consumer Culture 1880-1930*. London: Routledge.
- Heriyanto, Ariel (ed.). 2012. *Budaya Populer di Indonesia: Mencairnya Identitas Pasca-Orde Baru*. Yogyakarta: Jalasutra.
- _____. 2015. *Identitas dan Kenikmatan: Politik Budaya Layar Indonesia*, terj. Eric Sasono. Jakarta: Gramedia.
- Hidayat, Anas. 2010. *Arsitektur Koprol: Menyentil Surabaya Menggelitik Jawa Timur*. Surabaya: Dewan Kesenian Jawa Timur.
- Hunter, Margaret. 2005. *Ras, Gender and the Politic of Skin Tone*. New York: Routledge.
- Hutington, Samuel P. 1996. *The Clash of the Civilizations and Remaking of World Order*. New York: Simon & Schuster.
- Ibrahim, Idi Subangun (ed.). 2004. *Lifestyle Ecstasy: Kebudayaan Pop dalam Masyarakat Komoditas Indonesia*. Yogyakarta: Jalasutra.
- J.F., Engel. 1995. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Jainuri, Achmad. 2012. *Orientasi Ideologi Gerakan Islam*. Surabaya: LPAM.
- Jalal al-Din Muh}ammad b. Ah}mad al-Mah}alliy dan Jalal al-Din 'Abd al-Rah}man b. Abi Bakr al-Suyut}iy. 1991. *Tafsir al-Qur'an al-'Az}im*, Cet. I. Beirut: Dar al-Fikr.
- Jelen, Ted G. (ed.). 2002. *Sacred Markets, Sacred Canopies: Essay on Religious Markets and Religious Pluralism*. USA: Rowman and Littlefield Publishers.
- Jonge, Jan de. 2012. *Rethinking Rational Choice Theory: A Companion on Rational and Moral Action*. UK: Palgrave Macmillan.
- Kaelan. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif Bidang Filsafat*. Yogyakarta: Paradigma.
- Kahn, Joel S. 2001. *Modernity and Exclusion*. London: SAGE Publishing.
- King, Victor T. dan William D. Wilder. 2003. *The Modern Anthropology of South-East Asia: An Introduction*. London: Routledge Curzon.
- Kitiarsa, Patta (ed.). 2008. *Religious Commodifications in Asia: Marketing Goods*. London dan New York: Roudledge.
- Klein, Naomi. 2005. *No Logo*. London: Harper Perennial.

- Knox, Jean. 2003. *Jungian Psychology and the Emergent Mind*. New York: Routledge.
- Kotler, Philip, Ned Roberto dkk. 2002. *Social Marketing: Improving the Quality of Life*. London: SAGE Publication.
- Kronman, Anthony T. 1983. *Max Weber, Jurists Profiles in Legal Theory*. California: Stanford University Press.
- Kuntowijoyo. 1991. *Paradigma Islam, Interpretasi Untuk Aksi*. Bandung: Mizan.
- _____ (ed.). 2001. *Muslim tanpa Masjid*. Bandung: Mizan.
- Khusyairi, Johny A. (ed.). 2011. *Kampung Perkotaan Indonesia: Kajian Historis-Antropologis atas Kesenjangan Sosial*. Yogyakarta: New Elmatera.
- Latif, Yudi. 2007. *Dialektika Islam: Tafsir Sosiologis atas Sekularisasi dan Islamisasi di Indonesia*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Lee, David dan Howard Newby. 1984. *The Problem of Sociology*. London: Hutchinson & Co.
- Van Leeuwen, Lizzy. 2011. *Lost in Mall: An Ethnography of Middle-Class Jakarta in the 1990s*. Leiden: KITLV Press.
- Maliki, Zainuddin. 2004. *Agama Priyayi*. Yogyakarta: Pustaka Marwa.
- _____, Zainuddin. 2012. *Rekonstruksi Teori Sosial Modern*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Martin, Richard C. (ed.). 1985. *Approaches to Islam in Religious Studies*. USA: The University of Arizona Press.
- Marx, Karl dan Feerich Engels. 1950. *Selected Works*, Vol. 1. Moscow: Foreign Languages Publishing House.
- Masoud, Muhammad Khaled, Martin Van Bruinessen (ed.). 2009. *Islam and Modernity: Key Issues and Debates*. Scotland: Ediburgh University Press.
- McNabb, David E. 2004. *Research Methods for Political Science: Quantitative and Qualitative Methods*. New York: ME Sharpe.
- Meijer, Roel. 2009. *Global Salafism: Islam's New Religious Movement*. London: C. Hurst Company.
- Miles, Matthew B. dan A. Michael Huberman. 1994. *Qualitative Data Analysis*. London: SAGE Publication.
- Miller, Daniel dkk. 1998. *Shopping, Place and Identity*. London and New York: SAGE.

- Moleong, Lexy J. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosdakarya.
- Muhajir, Noeng. 1996. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Telaah Posivistik Rasionalistik dan Phenomenologik*. Yogyakarta: Rake Sarasin.
- Nasr, Vali. 2010. *The Rise of Islamic Capitalism: Why the New Muslim Middle Class is the Key to Defeating Extremism*. New York: Free Press.
- Newman, Isadore dan Carolyn R. Benz. 1988. *Qualitative-Quantitative Research Methodology: Exploring the Interactive Continuum*. USA: Southern Illinois University Press.
- Patton, Michael Quinn. 1990. *Qualitative Research & Evaluation Methods*. London: SAGE Publication.
- Payne, Geoff dan Judy Payne. 2004. *Key Concepts in Social Research*. London: SAGE Publications Ltd.
- Peachok, James. 1968. *Rites of Modernisation: Symbolic and Social Aspects of Indonesia Proletarian Drama*. Chicago: Chicago University Press.
- Permana, Ahmad Norma (ed.). 2000. *Metodologi Studi Agama*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Piliang, Yasraf Amir. 2004. *Post-Realitas: Realitas Kebudayaan dalam Era Post-Metafisika*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Pink, Johanna (ed.). 2009. *Muslim Societies in the Age of Mass Consumption: Politics, Culture and Identity between the Local and the Global*. Newcastle: Cambridge Scholars Publishing.
- Piesman, Marisa and Marille Hartley. 1984. *The Yuppie Handbook*. New York: Pocket Books.
- Rehman, Aamir A. 2009. *Gulf Capital & Islamic Finance: The Rise of the New Global Players*. New York: McGraw-Hill.
- Rippin, Andrew (ed.). 2007. *Defining Islam: A Reader*. London: Routledge.
- Ritzer, George dan Barry Smart (ed.). 2011. *Handbook Teori Sosial*, terj. Imam Muttaqien dkk. Jakarta: Nusa Media.
- Ritzer, George dan Douglas J. Goodman. 2010. *Teori Sosiologi Modern*, terj. Alimandan. Jakarta: Kencana.
- Ritzer, George (ed.). 2003. *The Blackwell Companion to Major Classical Theorists*. London: Blackwell Publishing Ltd.

- Ritzer, George. 2011. *Sociological Theory*. New York: University Mayland.
- _____. 1985. *Sosiologi Ilmu Pengetahuan Berparadigma Ganda*, terj. Alimandan. Jakarta: Rajawali Pers.
- _____. 1998. *The McDonaldization Thesis: Explorations and Extensions*. London: SAGE Publications.
- Robison, Richard dan David S.G. Goodman (ed.). 1996. *The New Rich in Asia, Mobile Phones, McDonald's and Middle Class Revolution*. London and New York: Routledge.
- _____. 1987. *Indonesia the Rise of Capital*. Australia: Allen & Unwin Ltd.
- Rogers, Mary F. 1999. *Barbie Culture: Ikon Budaya Konsumerisme*, terj. Medhy Aginta H. Yogyakarta: Ar Ruzz Media.
- Sauder, Peter. 1990. *Social Class and Stratification*. London: Routledge.
- Scoot, John. 2012. *Teori Sosial: Masalah-Masalah Pokok dalam Sosiologi*, terj. Ahmad Lintang L. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Shihab, Muhammad Quraish. 1992. *Membumikan Al-Qur'an*. Bandung: Mizan.
- Siltala, Raimo. 2000. *A Theory of Precedent: From Analytical Positivism to a Post Analytical Philosophy of Law*. Oregon: Oxford and Portland.
- Smart, Ninian. 1977. *Dimensions of the Sacred: An Anatomy of the World's Beliefs*. London: Fontana Press.
- Soejatmiko, Haryanto. 2008. *Saya Berbelanja Maka Saya Ada: Ketika Konsumsi dan Desain sebagai Gaya Hidup*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Sorokin, Pitirim A. 1998. *Social Mobility*. London: Routledge.
- Spadley, James P. 2007. *Metode Etnografi*, terj. Misbah Zulfa Elizabeth. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Stark, Rodney dan Charles Y. Glock. 1974. *American Piety: The Nature Religious Commitment*. California: University of California Press.
- Statistik Daerah Kota Surabaya 2014*.
- Strinati, Dominic. 1995. *An Introduction to Theories of Popular Culture*. London: Routledge.
- Surabaya Dalam Angka 2014*.
- Sztompka, Piotr. 2004. *Sosiologi Perubahan Sosial*, terj. Alimandan. Jakarta: Prenada.

- Tajfel, Hendri. 1978. *Differentiation between Social Groups: Studies in Social Psychology of Intergroup Relations*. London: Academic Press.
- Tanter, Richard dan Kenneth Young (ed.). 1990. *The Politics of Middle Class Indonesia*. Melbourne: Monash Papers on Southeast Asia.
- Taufik. 2012. *Rising Middle Class in Indonesia*. Jakarta: Gramedia.
- Taylor, Charles. 1989. *Sources of the Self: The Making Modern Identity*. UK: Cambridge University Press.
- Turner, Bryan S. (ed.). 2009. *Social Theory*. London: Blackwell Publishing.
- _____. 1999. *Religion and Social Theory*. London: SAGE Publication.
- _____. (ed.). 2012. *Teori Sosial Dari Klasik Sampai Postmodern*. terj. E. Setyawati. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- _____. 2010. *The Sociology of Religion*. UK: Blackwell Publishing Ltd.
- Turner, Jonathan H. 1988. *A Theory of Social Interaction*. California: Stanford University Press.
- Veeger, K.J. 1990. *Realitas Sosial*. Jakarta: Gramedia.
- Velmans. Max Steven, Richard (ed.). 2000. *Investigating Phenomenal Consciousness*. Amsterdam and Philadelphia: John Benjamin B.V. Publishing.
- Weber, Max. 1978. *Economy and Society: An Outline of Interpretive Sociology*. California: University of California Press.
- _____. 2009. *From Max Weber: Essays in Sociology*, terj. Noorkholish. Jakarta: Pustaka Pelajar.
- _____. 2012. *Sosiologi Agama*, terj. Yudi Santoso. Yogyakarta: IRCiSoD.
- Whitmont, Edward C. 1978. *The Symbolic Quest: Basic Concepts of Analytical Psychology*. New Jersey: Princeton University Press.
- Wolf, Naomi. 2002. *The Beauty Myth: How Images of Beauty are used against Women*. New York: Harper Collins.
- Woodward, Mark (ed.). 1998. *Jalan Baru Islam: Memetakan Paradigma Mutakhir Islam Indonesia*, terj. Ihsan Ali Fauzi. Bandung: Mizan.
- Wuthnow, Robert dkk. 1987. *Cultural Analysis*. London dan New York: Routledge & Kegan Paul.

- Wynne, Derek. 1998. *Leisure, Lifestyle and the New Middle Class: A Case Study*. London: Routledge.
- Yuswohady. 2014. *Marketing to the Middle Class Muslim*. Jakarta: Gramedia.
- _____. 2013. *Customer 3000: Revolusi Konsumen Kelas Menengah Indonesia*. Jakarta: Gramedia.
- Zulkarnain, Happy Bone, Faisal Siagian dan Laode Ida (ed.). 1993. *Kelas Menengah Digugat*. Jakarta: Penerbit Fikahati Aneska.

Jurnal

- AB, Cohen, Hall DE, Koenig HG dan Meador KG, 2005, "Social versus Individual Motivation: Implications for Normative Definitions of Religious Orientation", *Personality and Social Psychology Review*, Vol. 9.
- Akou, Heather Marie, 2010, "Interpreting Islam through the internet" making sense of *hijab*", *Contemporary Islam*. Springer: Published online.
- Amrullah, E, 2008, "Indonesia Muslim Fashion Styles and Designs", *ISIM Review*, 22.
- Aronovitch, Hilliard, 2012, "Interpreting Weber's Ideal-Types", *Philosophy of the Social Sciences*, Vol. 42, No. 3.
- Backes, Nancy, 1997, "Reading the Shopping Mall City", *Journal of Popular Culture*, Vol. 31, No. 3, Winter.
- Bakar, Abou, Richard Le, Cam Rungie, 2013, "The Effects of Religious Symbols in Product Packaging on Muslim Consumer Respons", *Australasian Marketing Journal*, 21.
- Bankston, Carl L, 2002, "Rationality, Choice and the Religious Economy: The Problem of Belief", *Review of Religious Research*, Vol. 43, No. 4, Juni.
- Beng-Huat, Chua, 2004, "Conceptualizing an East Asia Popular Culture", *International Asia Cultural Studies*, Vol. 5, No. 2.
- Beta, Annisa R, 2014, "Hijaber: How young urban Muslim women redefine themselves in Indonesia", *The International Communication Gazette*, Vol. 76, No. 4-5.
- Blau, Peter M, 1997, "On Limitations of Rational Choice Theory for Sociology", *The American Sociologist*, Summer.

- Brenner, Suzanne, 2005, "Islam and Gender Politics in late New Order Indonesia", *Spirited Politics: Religion and Public Life in Contemporary Southeast Asia*, ed. Andrew C. Willford dan Kenneth M. George. Ithaca NY: Cornell Southeast Asia Program Publications.
- _____, 2001, "Private Moralities in the Public Sphere: Democratization, Islam and Gender in Indonesia", *American Antropologist*, Vol. 113, No. 3.
- _____, 1996, "Reconstructing Self and Society: Javanese Muslim Women and 'the Veil'", *American Ethnologist*, Vol. 23, 4.
- Cooke, Miriam, 2007, "The Muslim Woman", *Contemporary Islam*. Springer: Published online.
- _____, 2008, "Deploying the Muslim Woman", *Journal of Feminist Studies in Religion*, Vol. 24, Issue, 1.
- Elster, Jon, 2009, "Interpretation and Rational Choice", *Rationality and Society*, Vol. 21, No. 1.
- Denzin, Norman K, 1990, "Reading Rational Choice Theory", *Rationality and Society*, Vol. 2, No. 2, April.
- Dick, H.W, 1985, "The Rise of Middle Class and the Changing Concept of Equity in Indonesia: An Interpretation", *Indonesia*, No. 39, April.
- Eeden (van), Jeanne, 2006, "The Gender of Shopping Malls", *Communication: South African Journal for Communication Theory and Research*, Vol. 32, No. 1.
- Farrag, Dalia A., Ismail M. El Sayed dan Russell W. Belk, 2010, "Mall Shopping Motives and Activities: A Multi Method Approach," *Journal of International Consumer Marketing*, Vol. 22, No. 2, Maret.
- Firat, A. Fuat dan Alladi Venkatesh, 1993, "Postmodernity: The Age of Marketing", *International Journal of Research Marketing*, Vol. 10, No. 3, Agustus.
- Flere, Sergej, 2012, "Religious Capital and Religious Rewards: A study in The Economics of Religious Life", *Panoeconomicus*, 1.
- Gaffney, Patrick D, 1992, "Popular Islam", *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, Vol. 524, November.
- Goldthorpe, John H, 1998, "Rational Action Theory of Sociology", *The British Journal of Sociology*, Vol. 49, No. 2, Juni, 1998.

- Gökariksel, Banu dan Ellen Mclarney, 2010, "Muslim Women, Consumer Capitalisme, and Islamic Culture Industry", *Journal Middle East Women's Studies*, Vol. 6, No. 3, Fall.
- Göle, Nilufer, 2002, "Islam in Public: New Visibilities and New Imaginaries", *Public Culture*, Vol. 14, No. 1.
- GW, Allport dan Ross MJ, 1967, "Personal Religious Orientation and Prejudice", *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 5.
- Hammond, John L., 1986, "Yuppies", *Public Opinion Quarterly*, Vol. 50. No.4.
- Hasan, Noorhaidi, 2010, "Ideologi, Identitas dan Ekonomi Politik Kekerasan", *Prisma*, Vol. 29, Oktober.
- _____, 2009, "The Making of Public Islam: Piety, Agency, and Commodification on the Landscape of Indonesian Public Sphere", *Spinger Science Business Media B.V., Contemporary Islam*, 3, 3, Oktober.
- Haviz, Vedi R. dan Richard Robison, 2012, "Political Economy and Islamic Politics: Insights from the Indonesian Case", *New Political Economy*, Vol. 17, No. 2, April.
- Hechter, Michael dan Satoni Kanagama, 1997, "Sociological Rational Choice Theory", *Annual Review Sociology*, Vol. 23.
- Hefner, Robert W, 1993, "Islam, State and Civil Society: ICMI and Struggle for the Indonesian Middle Class", *Indonesia*, No. 56, Oktober.
- Hirsch, Paul M, 1990, "Rational Choice Models for Sociology-Pro and Con", *Rationality and Society*, Vol. 2, No. 2, April.
- Hosterey, James B. dan Marshal Clark, 2012, "Film Islami: Gender, Piety and Pop Culture in Post-Authoritarian Indonesia", *Asian Studies Review*, Vol. 36, No. 2, Juni.
- Howell, Julia Day, 2001, "Indonesian's Urban Sufis: Challenging Stereotypes of Islamic Revival", *ISIM Newsletter*, 6.
- Hughes, Helen dan Berhanu Woldekidan, 1994, "The Emergence of the Middle Class in ASEAN Countries", *ASEAN Economic Bulletin*, Vol. 11, No. 2, November.
- Iannaccone, Laurence, Rodney Stark dan Roger Finke, 1998, "Rationality and the Religious Mind", *Economic Inquiry*, Vol. XXXVI, Juli.
- _____, 1998, "Introduction of Economics of Religion", *Journal Economic Literature*, Vol. XXXVI, September.

- _____, 1995, "Voodoo Economics?: Reviewing the Rational Choice Approach to Religion", *Jurnal for the Scientific Study of Religion*, 35, 1.
- Jati, Warsito Raharjo, 2015, "Islam Populer sebagai Pencarian Identitas Muslim Kelas Menengah Indonesia," *Jurnal Teosofi*, Vol. 5, No. 1, Juni.
- _____, 2014, "Tinjauan Perspektif Intelegensia Muslim Terhadap Genealogi Kelas Menengah Muslim di Indonesia", *ISLAMICA: Jurnal Studi Keislaman*, Vol. 9, No.1, September.
- _____, 2015, Less Cash Society: Menakar Mode Konsumerisme Baru kelas Menengah Indonesia," *Jurnal Sosioteknologi*, Vol. 14, No. 2, Agustus.
- Johnson, Doyle Paul, 2008, *Contemporary Sociological Theory: An Integrated Multilevel Approach*. New York: Springer.
- Jones, Carla, etc., 2003, "What Happens When Asian Chic Becomes Chic in Asia?", *Fashion Theory*, Vol. 7, No. 4/4.
- _____, 2010, "Better Women: The Cultural Politics of Gendered Expertise in Indonesia", *American Antropologist*, Vol. 112, No. 2.
- _____, 2007, "Fashion and Faith in Urban Indonesia", *Fashion Theory*, Vol. 11, 2/3, Juni.
- _____, 2010, "Image of Desire: Creating Virtue and Value in an Indonesia Islamic Lifestyle Magazine", *Journal of Middle East Women's Studies*, Vol. 6, No. 3, Fall.
- _____, 2010, "Materializing Piety: Gendered Anxieties about Faithful Consumption in Contemporary Urban Indonesia", *American Ethnologist*, Vol. 37, No. 4.
- Kettle, John, 1981, "The Big Generation: What's A Head for the Baby Boomers?", *The Futurist*, Vol. 15, February.
- Kiser, Edgar dan Michael Hechter, 1998, "The Debate on Historical Sociology: Rational Choice Theory and Its Critics", *American Journal of Sociology*, Vol. 104, No. 3, November.
- Lange, Hellmuth, dan Lange Meier. 2009. *The New Middle Classes: Globalizing Lifestyles, Consumerism and Enviromental Concern*. London: Spinger.
- Lawler, Edward J., 2001, "An Effect of Social Exchange", *American Journal of Sociology*, Vol. 107, No. 2, September.

- Lawson, Rob dan Sarah Todd, 2002, "Consumer Lifestyle: A Social Stratification Perspective", *Theory Marketing*, Vol. 2, No. 3.
- Levric dan Flere, 2011, "Intrinsic Religious Orientation and Religious Reward: An Empirical Evaluation of Two Approaches to Religious Motivation", *Rationality and Society*, Vol. 23, No. 2.
- Lewis, Tania, 2010, "Branding, Celebration and the Lifestyle Expert", *Cultural Studies*, Vol. 24, Juli.
- Liddle, William, 1996, "The Islamic Turn in Indonesia: A Political Explanation", *Journal of Asia Studies*, 55, 3.
- Lovett, Frank, 2006, "Rational Choice Theory and Explanation", *Rationality and Society*, Vol. 18, No. 2.
- Mander, Mary S, 1987, "Bourdieu: The Sociology of Cultural and Cultural Studies: A critique", *European Journal of Communication*, Vol. 2.
- Millot, Benoit, 1988, "Symbol, Desire and Power", *Theory, Culture & Society*, Vol. 5.
- Mueller, G.H, 1980, "The Dimensions of Religiosity", *Sociological Analysis*, Vol. 41, No. 1, Spring.
- Norkus, Zenonas, 2000, "Max Weber's Interpretive Sociology and Rational Choice Approach", *Rationality and Society*, Vol. 12, 3.
- Plummer, Joseph T, 1974, "The Concept and Application of Lifestyle Segmentation", *Journal of Marketing*, Vol. 38, No. 1.
- Rinaldo, Rachel, 2008, "Envisioning the Nation: Women Activists, Religion and Public Sphere in Indonesia", *Social Force*, Vol. 86, No. 4, Juni.
- , 2008, "Muslim Women, Middle Class Habitus, and Modernity in Indonesia", *Contemporary Islam*, Vol. 2, Issue 1, March.
- Robison, Richard, 1995, "The Emergence of Middle Class in Southeast Asia", *Working Paper No. 57* dalam *Asia Research Centre on Social and Economic Change*. Australia: Murdoch University.
- Savells, Jerry, 1986, "Who are the 'Yuppies'? A popular View", *International Journal of Comparative Sociology*, Vol. XXVII, 2-3.
- Smith-Hefner, Nancy J, 2007, "Javanese Women and the Veil in Post-Soeharto Indonesia", *The Journal of Asian Studies*, Vol. 6, 02, Mei.

- Stark, Rodney and William S. Bainbridge, 1979, "Of Churches, Sects, and Cults: Preliminary Concepts for a Theory of Religious Movements", *Journal for the Scientific Study of Religion*, 18.
- Takashi, Shiraishi, 2011, "The Rise of New Urban Middle Class in Southeast Asia: What is its National and Regional Significance?" dalam *RIETI Discussion Paper Series 04-E-011* (The Research Institute of Economy, Trade and Industry).
- Turner, Bryan S, 2014, "Religion and Contemporary Sociological Theories", *Current Sociology Review*, Vol. 62, 6.
- Wagner, Wolfgang, Ragini Sen dkk, 2012, "The Veil and Muslim Women's Identity: Cultural Pressure and Resistant to Stereotyping", *Culture and Psychology*, Vol. 4, No. 18.
- Weintraub, Andrew N, 2008, "Dance Drill, Faith Spill: Islam, body politic, and popular music in post-Suharto Indonesia", *Popular Music*, Vol. 27, No. 03, Oktober.
- _____, 2006, "Dangdut Soul: Who are 'the people' in Indonesia Music?", *Asian Journal of Communication*, Vol. 16, No. 4, November.
- Woodruffe-Burton, Helen, 2001, "Towards a Theory of Shopping: A holistic framework", *Journal of Consumer Behaviour*, Vol. 1, No. 3.
- Yakin, Amina, 2007, "Islamic Barbie: The Politic of Gender and Performativity", *Fashion Theory*, Vol. 11, No. 2/3.
- Zafirovski, Milan, 1999, "Unification of Sociological Theory by the Rational Choice Model: Conceiving the Relationship between Economics and Sociology", *Sociology*, Vol. 33, No. 3, Agustus.
- Zukin, Sharon, 1998, "Urban Lifestyle: Diversity and Standardisation in Spaces of Consumption", *Urban Studies*, Vol. 35, No. 5-6.

Tesis, Disertasi, dan Hasil Penelitian

- Biyanto. 2005. "Kebangkitan Spiritualitas di Perkotaan (Penelitian tentang Kecenderungan Masyarakat Muslim Perkotaan untuk Hidup Lebih Religius-Sufistik dan Implikasinya bagi Pemecahan Masalah-masalah Kemanusiaan)". Penelitian Individual-Lembaga Penelitian IAIN Sunan Ampel Surabaya, Surabaya.
- Media, Dien. 2008. "Gaya Hidup Wanita Perkotaan: Kajian tentang Pola Konsumsi Ibu Rumah Tangga Kelas Menengah di Kota Medan". Tesis--Universitas Negeri Medan, Medan.

- Rofhani. 2006. "Fenomena Spiritualitas Perempuan Urban (Penelitian tentang Rasionalitas Tujuan Anggota Pengajian Sakinah di Unimas Garden Regency Waru Sidoarjo)". Penelitian Individual-Lembaga Penelitian IAIN Sunan Ampel Surabaya, Surabaya.
- Rubaidi. 2013. "Pergeseran Kelas Menengah NU: Dari Modernis kepada Islamisme dan Post Islamisme". Disertasi--IAIN Sunan Ampel Surabaya, Surabaya.
- Saluz, Claudia Nef. 2007. "Islamic Pop Culture in Indonesia: An Anthropological field study on veiling practices among students of Gadjah Mada University of Yogyakarta". Arbeitsblatt Nr. 41--Institut für Sozialanthropologie, Universität Bern, Bern.
- Santoso, Bibit. 2012. "Konsumerisme dalam Kehidupan Masyarakat Urban: Penelitian Kasus Masyarakat Perkotaan di Kecamatan Senen Jakarta Pusat". Disertasi--Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.

Majalah dan Koran

- Darusman, Marzuki. 2012. "Kelas Menengah yang Tak Sadar, dan Tanpa Disiplin", *Prisma*, Vol. 31, No. 1.
- Dhakidae, Daniel. 2012. "Kelas Tengah dan Gaya Hidup", *Prisma*, Vol. 31, No. 1.

Website

- Almari.co.id., "Mukena Muri Rajut Karita". (18 Januari 2015). <<http://www.almari.co.id/post/9/Page-Mukena-Muri-Rajut-Karita>>.
- Azumardi Azra, "Kelas Menengah Muslim Baru". (12 Nopember 2013). <<http://www.uinjkt.ac.id/index.php/section-blog/28-artikel/1425-kelas-menengah-muslim-baru-.html>>.
- Bppk.kemenkeu.go.id., "Penghasilan Kelas Menengah Naik Potensi Pajak". (23 Agustus 2015). <<http://www.bppk.kemenkeu.go.id/publikasi/artikel/167-artikel-pajak/21014-penghasilan-kelas-menengah-naik-potensi-pajak>>.
- Creativedisc.com., "Maher Zain Live in Surabaya". (17 Mei 2015). <<http://creativedisc.com/2012/10/maher-zain-live-in-surabaya-03-oct-2012/>>.
- Dakwatuna.com., "Maher Zain Akan Konser di Bandung, Surabaya dan Jakarta". 5 Oktober 2011. (17 Mei 2015). <<http://www.>

- dakwatuna.com/2011/10/05/15293/maher-zain-akan-konser-di-bandung-surabaya-dan-jakarta/#axzz3kMAywpG>.
- Dokumen PPDB Kota Surabaya. (20 Maret 2016). <<http://dokumen.tips/documents/ppdb-surabaya-2012-ketentuan.html>>.
- Female kompas.com., "Indonesia Menuju Kiblat Busana Muslim Dunia". (10 Januari 2014). <<http://female.kompas.com/read/2014/01/10/11/53555/Indonesia>>.
- Griyaquran.org. (25 Maret 2016). <<http://griyaquran.org/>>.
- Slideshare.net., "Consumer 3000". (2 Februari 2014). <<http://www.slideshare.net/yuswohady/consumer-3000-book-excerpt-final>>.
- Insideindonesia.org. (25 Mei 2015). <"Writing for God", <http://www.insideindonesia.org/writing-for-god>>.
- Instagram Inne. (17 Mei 2015). <<https://instagram.com/inovaqs?hl=en>>.
- Kbbi.web.id. (20 Desember 2013). <<http://kbbi.web.id/agama>>.
- Kemenperin.go.id., "Mimpi Indonesia: Kiblat Fashion Muslim Dunia". (17 Mei 2015). <<http://www.kemenperin.go.id/artikel/4051/Mimpi-Indonesia-Kiblat-Fashion-Muslim-Dunia>>.
- Kemenag.go.id., "Profil Masjid". (13 Januari 2014). <<http://simbi.kemenag.go.id/simas/index.php/profil/masjid/564/>>.
- Kompas.com. "Kelas Menengah Tidak Diantisipasi". (19 Desember 2011; 30 Desember 2013). <<http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2011/12/19/07433945/Kelas.Menengah.%20Tidak.Diantisipasi>>.
- Kompas.com., "Menggugah Kesadaran Asuransi Kelas Menengah". (7 Januari 2012; 10 Maret 2014). <<http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2012/01/07/09384572/Menggugah.Kesadaran.Asuransi.Kelas.Menengah>>.
- Kompas.com., "Hijabers Community, Bersyiar Melalui Fashion Taat Ibadah". (11 Agustus 2011; 17 Mei 2015). <<http://female.kompas.com/read/2011/08/11/13253987/Hijabers.Community.Bersyiar.Melalui.Fashion.Taat.Kaidah>>.
- Masjid al-akbar.com. (11 Januari 2014). <<http://www.masjidalakbar.com/linkmenu.php?namafile=sejarah>>.
- Noor-magazine.com. (17 Mei 2015). <<http://www.noor-magazine.com/tentang-kami/>>.
- Paramadina.or.id. (12 Desember 2013). <http://paramadina.or.id/?page_id=103>.

- Rinaldo, Rachel, "The Islamic revival and women's political subjectivity in Indonesia", *Women's Studies International Forum*. (13 Maret 2015). <www.elsevier.com/locate/wsif>.
- Surabaya.go.id. (14 Januari 2015). <<http://www.surabaya.go.id/profilkota/index.php?id=26>>
- Surabaya.go.id. (20 Oktober 2016). <http://www.surabaya.go.id/uploads/attachments/2016/4/5726/lkj_2015.pdf>.
- Surabayakota.bps.go.id. (20 Oktober 2016). <<https://surabayakota.bps.go.id/linkTabelStatistik/view/id/392>>.
- Surabayakota.bps.go.id. (20 Oktober 2016). <<https://surabayakota.bps.go.id/linkTabelStatistik/view/id/511>>.
- Surabayakota.bps.go.id. (20 Oktober 2016). <<https://surabayakota.bps.go.id/linkTabelStatistik/view/id/394>>.
- Setiawan, Bambang. "Siapa Kelas Menengah Indonesia?". (29 Desember 2013). <<http://nasional.kompas.com/read/2012/06/08/13003111/Siapa.Kelas.Menengah.Indonesia>>.
- Tempo.co. "Investor Incar Pertumbuhan Kelas Menengah". (29 Desember 2014). <<http://www.tempo.com/read/news/2014/02/17/092554988/Investor-Incar-Pertumbuhan-Kelas-Menengah>>.
- Transsurabaya.com. "Masjid al-Falah Surabaya". (Februari 2012; 11 Januari 2014). <<http://www.transsurabaya.com/2011/02/masjid-al-falah-surabaya/#ixzz2uHXV3swq>>.
- Travel.detik.com. "Masjid Cheng Hoo, Masjid Unik Berbentuk Kelenteng di Surabaya". (11 Juli 2013; 12 Januari 2014). <<http://travel.detik.com/read/2013/07/11/164040/2299799/1383/2/masjid-cheng-hoo-masjid-unik-berbentuk-kelenteng-di-surabaya>>.
- Wikipedia.org. "Masjid Cheng Ho Surabaya". (12 Januari 2014). <http://id.wikipedia.org/wiki/Masjid_Cheng_Ho_Surabaya>.
- Wikipedia.org. "Habibie & Ainun (film)". (14 Mei 2015). <https://id.wikipedia.org/wiki/Habibie_%26_Ainun_%28film%29>
- Wikipedia.org. "Tenggelamnya Kapal Van der Wijck (film)". (14 Mei 2015). <[https://id.wikipedia.org/wiki/Tenggelamnya_Kapal_Van_der_Wijck_\(film\)](https://id.wikipedia.org/wiki/Tenggelamnya_Kapal_Van_der_Wijck_(film))>.
- Wikipedia.org. "The Body Shop". (17 Mei 2015). <https://id.wikipedia.org/wiki/The_Body_Shop>.
- Wolipop.detik.com. "Hijabermom Community Wadah Pengembangan Diri Untuk Para Istri Berjilbab". (29 Oktober 2014; 17 Mei 2015).

2015). <<http://wolipop.detik.com/read/2014/10/29/141708/2733162/233/hjabersmom-community-wadah-pengembangan-diri-untuk-para-istri-berjilbab>>.

Wolipop.detik.com. "Monika Jufry: Hijabermom Community bukan Kumpulan Socialite Berjilbab". (30 Oktober 2014; 17 Mei 2015). <<http://wolipop.detik.com/read/2014/10/30/113827/2734202/233/monika-jufry-hjabersmom-community-bukan-kumpulan-socialite-berjilbab>>.



Tentang Penulis



Rofhani adalah peneliti dan pengajar di UIN Sunan Ampel Surabaya sejak 1997. Beliau meraih gelar Sarjana di IAIN Sunan Ampel Surabaya pada jurusan Aqidah Filsafat pada 1994. Adapun, gelar Magister Ilmu Agama Islam beliau raih pada Program Pascasarjana IAIN Arraniry Banda Aceh, pada 1996. Pada 2017, Gelar Doktor beliau dapatkan pada bidang *Dirasah* (Pemikiran) Islam Program Pascasarjana UIN Sunan Ampel Surabaya.

Peneliti *Women In Legislation* 2019 ini dikenal memiliki fokus isu penelitian kelas menengah yang dapat dibaca dan dirujuk: Pola Religiositas Muslim Kelas Menengah di Perkotaan. *Religió: Jurnal Studi Agama-Agama*, 3(1) (2013) <http://jurnalfuf.uinsby.ac.id/> “Budaya Urban Muslim Kelas Menengah”. *Teosofi: Jurnal Tasawuf dan Pemikiran Islam* 3, no. 1 (June 3, 2013): 181-210. <http://jurnalfuf.uinsby.ac.id/>. “Ekspresi dan Representasi Budaya Perempuan Muslim Kelas Menengah di Surabaya”. *Islamica: Jurnal Studi Keislaman* 11, no. 2 (March 13, 2017): 277-310. <http://islamica.uinsby.ac.id/>.

Agama Kelas Menengah

Mendukung Kesalehan

dan Gaya Hidup

Buku ini menyuguhkan beberapa fakta dan fenomena yang selama ini dianggap biasa dan wajar dan mengajak pembaca untuk mendukung secara pelan namun cermat, melintasi jalan spiritualitas dan gaya hidup kelas menengah. Tema utama buku ini adalah ekspresi beragama yang cukup unik, ruang budaya, dan konsumerisme.

Simbol agama dan tanda (sign) agama adalah fakta yang selalu ditonjolkan kelompok kelas menengah pada ekspresi beragama yang bersifat personal dan sosial. Selain itu, kelas menengah merepresentasikan gaya hidup melalui aktivitas ekonomi dan aktivitas budaya. Meskipun motif dan tujuan tersebut bersifat personal dan ekonomi, secara keseluruhan gaya hidup beragama tersebut mereka gunakan untuk menegaskan identitas diri mereka sebagai Muslim kelas menengah. Dalam hal ini terjadi negosiasi antara kesalehan dan gaya hidup sehingga disimpulkan bahwa ekspresi gaya hidup beragama Muslim kelas menengah ditentukan atas tindakan dan pilihan rasional yang berupa struktur sosial, kepentingan materi, dan pertukaran nilai. Tindakan dan pilihan rasional merupakan faktor dominan yang membentuk variasi gaya hidup keberagamaan.

Pembahasan buku ini semakin menarik karena fokus pada perempuan yang disinyalir mempunyai keaktifan lebih dalam bentuk social market keagamaan. Secara garis besar, ditemukan tiga tipe kecenderungan bentuk gaya hidup beragama perempuan Muslim kelas menengah, yaitu legal religious, popular religious, dan personal religious. Argumen yang ingin disampaikan yakni agama dan ekonomi saling terhubung membentuk gaya hidup beragama kelas menengah. Secara mendalam buku ini menjawab tentang ekspresi beragama perempuan kelas menengah dan cara mereka merepresentasikannya.



MADANI

Merenda Peradaban Semesta

 intranspublishing  @penerbitintrans
 intranspublishing  Intrans Publishing
 0821.4000.4200  www.intranspublishing.com

ISBN: 978-602-0899-94-7



SOSPOL U-18+

HARGA Rp87.500 (PULAU JAWA)