

**TREN PRODUK HALAL, GAYA HIDUP SYAR'I DAN KESALEHAN SIMBOLIK:
STUDI TENTANG MUSLIM KELAS MENENGAH**

Rina Darojatun¹

Abstract: *The appearance of muslim middle class In Indonesia present religious value in the middle of the fertie of consumerism in various field, especially in economy and education field. Trends of halal products and shar'i lifestyle are offered not only food and beverages, but health, beauty, tourism, transportation, financial institutions and Sharia property also complement the needs of Muslims to strengthen themselves had applied the tenet of Islam in order to get piety alive. The piety meant as symbolical of muslim obedience in attending Islamic sharia in various aspect of life. This study aims to find out how the used of halal products and shar'i life style among muslim middle class will formed a symbolic piety that includes the meaning self concept and interaction with community. This study also used qualitative methods with phenomenology approach to capture the growing phenomenology in muslim middle class and symbolic interaction theory to analyze the symbol of piety attached to muslim interaction. The conclusion of this research is that muslims could formed and managed virtuous behavior with symbols and attributes attached to him by considering the expectation of others, although not fully implement the piety ritual according to Islamic shari'ah based on Al Qur'an and Hadish.*

Keywords: *symbolic piety, phenomenology, symbolic interaction*

Abstrak: *Kemunculan muslim kelas menengah di Indonesia menghadirkan nilai-nilai religius ditengah suburnya konsumerisme di berbagai bidang terutama bidang ekonomi dan Pendidikan. Tren produk halal dan gaya hidup syar'i yang ditawarkan bukan hanya makanan dan minuman saja, namun kesehatan, kecantikan, wisata, transportasi, lembaga keuangan dan property syariah pun ikut melengkapi kebutuhan muslim, untuk meneguhkan dirinya sudah menerapkan ajaran islam agar mendapatkan kesalehan hidup. Kesalehan yang dimaksud seringkali bersifat simbolik, yakni adanya simbol kepatuhan seorang muslim dalam menjalankan syariah Islam di berbagai aspek kehidupan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pemakaian produk halal dan gaya hidup syar'i di kalangan muslim kelas menengah dapat membentuk kesalehan simbolik yang meliputi makna, konsep diri dan interaksi dengan masyarakat. Penelitian ini juga menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi untuk menangkap fenomena yang berkembang di masyarakat muslim kelas menengah dan teori interaksi simbolik untuk menganalisa simbol-simbol kesalehan yang melekat pada muslim dalam berinteraksi. kesimpulan dari penelitian ini yaitu muslim dapat membentuk dan mengatur perilaku saleh dengan simbol dan atribut yang melekat pada dirinya dengan mempertimbangkan ekspektasi dari orang lain, walaupun belum sepenuhnya melaksanakan kesalehan ritual sesuai syariat Islam berdasarkan al-Qur'an dan hadis.*

Katakunci: kesalehan simbolik, fenomenologi, interaksi simbolik

¹ Dosen Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Email: rina.darojatun@uinbanten.ac.id

Pendahuluan

Gelombang pertumbuhan muslim kelas menengah di Indonesia sangat mempengaruhi gaya hidup masyarakat, nilai-nilai Islam mulai hadir dalam setiap aspek kehidupan, sebagai umat Islam, menerapkan gaya hidup Syariah sebagaimana yang dicontohkan Rasulullah merupakan sebuah kewajiban. Awalnya masih banyak masyarakat yang enggan mengikuti cara tersebut karena dinilai mengekor budaya Arab. Namun seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan produk-produk atau jasa yang aman, halal, dan terbebas dari riba, gaya hidup syariah kini semakin banyak diterapkan dan bahkan sudah menjadi sebagai kebutuhan.

Perilaku masyarakat kelas menengah sebagai pengguna smartphone dan media sosial paling aktif, eksistensinya tersebar diberbagai jenis media sosial, salah satunya menjadi *endorser* berbagai produk dan *youtuber* yang selalu viral, membuat gaya hidup Syariah dan pengenalan produk halal semakin dikenal masyarakat luas. Pembahasan mengenai muslim kelas menengah di Indonesia tak bisa lepas dari bahasan masalah ekonomi, budaya, politik dan agama yang berkembang di masyarakat, kelas menengah menjadi jembatan bagi masyarakat kelas bawah menyampaikan aspirasi dan keinginannya untuk masyarakat kelas atas. Masyarakat kelas menengah sebagian besar tinggal dipertanian, mereka terpelajar, kritis, dan selalu mengikuti perkembangan zaman. Seiring bertambahnya jumlah masyarakat kelas menengah setiap tahunnya, dapat mempengaruhi tingkat konsumsi berbagai produk.

Konsumerisme di kalangan muslim kelas menengah akan terus meningkat, kondisi itu seiring dengan pertumbuhan kelas menengah yang signifikan. Berdasarkan data dari Swa-Inventure, populasi kelas menengah muslim di Indonesia sekitar 112 juta orang dengan nilai pasar Rp112 triliun per bulan² bahkan jumlah ini akan bertambah hingga tahun 2020. Namun Gairah akan kajian-kajian keislaman bagi kaum muslim urban yang sibuk, menjadikan masjid bukan satu-satunya tempat mengkaji ilmu agama, mereka mengadakannya di restoran, hotel, apartemen, vila dan kantor. Seperti diungkapkan oleh berbagai studi bahwa pada 2020, Indonesia akan digerakkan oleh para generasi millennial dengan perpaduan masyarakat kelas menengah dan juga masyarakat urban.³ Mereka secara perlahan akan tertarik untuk belajar Islam seutuhnya dari berbagai sumber,

² Koran Sindo. *Percaya diri dengan gaya hidup Syariah*. Diakses 30 Juli 2018.

<https://nasional.sindonews.com/read/1036032/162/percaya-diri-dengan-gaya-hidup-syariah-1440300196>.

³ Kompasiana. *Harmoni gaya hidup millinela dan perbankan Syariah*. Diakses 01 agustus 2018
<https://www.kompasiana.com/www.inatanaya.com/5a4b658af133442d861788a2/harmoni-gaya-hidup-milineal-dan-perbankan-syariah?page=all>.

termasuk mempelajari produk halal dan gaya hidup syariah, hingga peluang pasar di Indonesia untuk berbagai produk halal dan syariah sangat besar.

Mengingat makin tingginya kepedulian masyarakat akan produk halal, tentunya sangat membawa dampak positif, baik itu pada aspek kepatuhan terhadap perintah agama, dan juga pada bidang ekonomi dan perdagangan, yang tentunya dapat mensejahterakan masyarakat. Hal ini membuat pemerintah mengkampanyekan label halal untuk berbagai produk agar muslim di Indonesia tahu dan teliti. Bukan hanya produk makanan dan minuman saja, Baru-baru ini, pihak MUI juga menginformasikan penambahan beberapa jenis produk yang tercantum pada Surat Keputusan Direktur LPPOM MUI Nomor: SK 11/Dir/LPPOM MUI/14-rev1 seperti dikutip dari halalmui.org.⁴ Penambahan itu meliputi kelompok minyak: lemak dan produk olahannya: penambahan jenis *specialty fats* dan hasil samping industri minyak. Kelompok kosmetik: penambahan jenis pembersih tubuh dan sikat gigi dan Kelompok lain-lain: penambahan jenis pakan makanan hewan.

Dilansir dari Saudi Gazette, Sabtu 8 Oktober 2016⁵ laporan tersebut juga mengungkapkan pengeluaran Muslim secara global di segala sektor telah mencapai lebih dari US\$1,9 triliun di tahun 2015, sementara sektor keuangan Islam mencapai sekitar US\$ 2 triliun dalam bentuk aset. Laporan ini juga memperkirakan bahwa pendapatan yang dihasilkan oleh perusahaan makanan dan minuman bersertifikat halal di seluruh dunia telah mencapai US\$415 miliar. Makanan halal, yang menjadi pilar ekonomi terbesar Islam, telah menunjukkan tanda-tanda kematangan dengan peningkatan investasi ekuitas swasta di sektor ini.

Selain produk halal dan kosmetik halal, kini mewabah hal yang berkaitan dengan Syariah, Perbankan Syariah menjadi salah satu yang banyak dibicarakan karena hampir semua bank konvensional membuka layanan bank Syariah, walaupun praktiknya belum sepenuhnya sesuai Syariah. Demam Syariah masuk diberbagai lini bisnis, gaya berbusana syar'i menjadi primadona, bahkan fashion designer ternama duniapun ikut mereguk manisnya bisnis fashion syar'i ini, walaupun masih sebatas simbolis tapi mampu mengangkat pamor Islam di dunia.

Hal yang tak terduga sebelumnya karena dampak gaya hidup syar'i adalah munculnya hotel Syariah, perumahan Syariah, Pendidikan Syariah, biro perjalanan Syariah, hiburan syar'i ternyata mendapat sambutan hangat dari muslim kelas menengah,

⁴ <https://www.halalmui.org>.

⁵ Bisnis Syariah diprediksi tembus angka Rp 38996 triliun pada 2021, diakses tanggal 21 juli 2018. <https://www.dream.co.id/dinar/bisnis-syariah-diprediksi-tembus-rp38996-triliun-pada-2021-1610071.html>.

karena seseorang tidak akan dianggap bagian dari masyarakat kelas menengah jika tidak mengonsumsi hal tersebut, inilah yang membuat para kapitalis gencar menyerbu mereka dengan berbagai barang, produk dan gaya hidup yang selalu diperbarui.

Masyarakat kelas menengah dikenal selalu menjadi motor perubahan terutama terkait dengan aspek ekonomi dan perubahan sosial, komodifikasi terhadap ayat-ayat Al Qur'an dan Al Hadis juga berdampak pada usaha mempopulerkan ibadah sebagai gaya hidup. Dengan munculnya berbagai macam lembaga filantropis seperti halnya Dompet Dhuafa, Rumah Yatim, ACT, Rumah Zakat, Manajemen Qolbu dan lainnya merupakan bagian dari upaya menjadikan ibadah sebagai gaya hidup bagi Muslim Kelas Menengah Indonesia. Tumbuhnya berbagai macam organisasi filantropis sebenarnya juga merupakan bagian dari upaya mempopulerkan ayat dan Hadis untuk bisa diimplementasikan oleh masyarakat.⁶

Kegiatan filantropis yang berkembang saat ini merupakan bagian dari kesalehan sosial, Menurut Wasisto⁷ pengertian kesalehan sosial dimaknai sebagai ekspresi dan praktik perilaku orang-orang Islam yang peduli terhadap nilai-nilai Islam secara sosial, seperti halnya menyumbang dana bantuan berupa infaq, shadaqah, maupun amal jariyah, namun cenderung “abai” terhadap ibadah pribadi. Banyaknya seruan untuk zakat dan bersedekah di media sosial membuat masyarakat kelas menengah mulai melirik Lembaga filantropis yang akan dituju, maka saat ini berbagai Lembaga filantropi sudah membuka stand di berbagai tempat perbelanjaan. Munculnya praktik kesalehan sosial tersebut merupakan bentuk ekspresi filantropis dan juga spiritualis yang hendak dilakukan kelas menengah muslim Indonesia.

Kesalehan sosial harus berbarengan dengan kesalehan individu, zakat dan sedekah yang diberikan kepada kaum fakir dan miskin tak akan berarti jika tidak melaksanakan shalat, puasa dan ibadah haji serta menutup aurat bagi Muslimah. Jiwa filantropis, busana muslim yang dikenakan dan gaya hidup syar'i seorang muslim jangan hanya kesalehan yang nampak dari luar, sekedar memberi makna dan memaknai ibadah nya secara simbolis.

Rumusan Masalah

⁶ Raharjo, Wasisto. "Islam Populer sebagai pencarian identitas muslim kelas menengah di Indonesia". *Jurnal Teosofi* Volume 5/Nomor 1/Juni 2015. p.163

⁷ Ibid., p 164

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana penggunaan produk halal dan gaya hidup syar'i di kalangan muslim kelas menengah dapat membentuk kesalahan simbolik yang meliputi makna, konsep diri dan interaksi dengan masyarakat?

Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui bagaimana pemakaian produk halal dan gaya hidup syar'i di kalangan muslim kelas menengah dapat membentuk kesalahan simbolik yang meliputi makna, konsep diri dan interaksi dengan masyarakat.

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi, penelitian kualitatif bertujuan mempertahankan bentuk dan isi perilaku manusia dan menganalisis kualitas-kualitasnya, alih-alih mengubahnya menjadi entitas-entitas kuantitatif.⁸ Sedangkan dalam melakukan penelitian fenomenologi, peneliti harus menggunakan metode interpretasi yang sama dengan orang yang di amati, sehingga peneliti bisa masuk kedalam dunia interpretasi orang yang dijadikan objek penelitian, pada praktiknya peneliti mengasumsikan dirinya sebagai orang yang tidak tertarik atau bukan bagian dari dunia orang yang diamati. Peneliti hanya terlibat secara kognitif dengan orang yang di amati⁹. Pada interpretasi, individu tidak dapat terlepas dari konteks komunitasnya, suatu kelompok yang berinteraksi kemudian mengkonstruksikan realitas dan juga makna serta menjadi dasar pada penafsiran mereka.

Pendekatan interaksi simbolik digunakan untuk menjelaskan bagaimana masyarakat kelas menengah di Indonesia berinteraksi dengan sesamanya sehingga terjadi proses konstruksi makna dan memiliki konsep diri sebagai seorang muslim moderat yang taat beribadah walaupun secara simbolik, dan bisa mempengaruhi masyarakat sekitarnya untuk mengikuti langkahnya.

Informan yang diamati dan diwawancarai terdiri dari muslimah urban yang aktif di Kajian Islam 4 orang, muslim urban 4 orang yang tinggal di kota Bandung untuk

⁸ Deddy Mulyana. *Metodologi Penelitian Kualitatif* (PT. Remaja Rosdakarya; Bandung. 2003), 150.

⁹ Engkus Kuswarno. *Fenomenologi, Konsepsi, Pedoman dan contoh penelitian*. Bandung: Widya Padjadjaran. 2009), 38.

mengetahui bagaimana mereka memaknai dan menyusun konsep diri serta berinteraksi dengan muslim kelas menengah lainnya. Data yang dibutuhkan dalam makalah ini adalah data primer dan sekunder, Data primer dihimpun dari lokasi penelitian yang diolah sedangkan data sekunder data yang diambil dari berbagai sumber yang berhubungan dengan penelitian ini, Teknik pengumpulan data selain pengamatan terhadap informan dan wawancara mendalam informan, penelitian juga mengambil dokumentasi dan berbagai sumber yang berhubungan dengan penelitian ini.

Kajian Teoritik

Awal mula hadirnya muslim kelas menengah di Indonesia dipengaruhi Revolusi Iran tahun 1979, peristiwa tersebut membuat mata dunia tertuju pada agama Islam, membawa perubahan pada wibawa umat Islam di dunia, dampaknya muslimah di Indonesia mulai mengenakan jilbab mengikuti wanita Iran dan negara Timur Tengah lainnya, walaupun belum tertutup sepenuhnya, pihak sekolah sempat melarang siswinya berjilbab, namun saat itu jilbab bukan hal asing lagi. Kini secara kolektif Muslimah menutup auratnya bahkan beberapa artis terkenal Indonesia memutuskan untuk berjilbab.

Pengaruh budaya Islam Timur Tengah yang berkembang membentuk muslim Indonesia memiliki kelas tersendiri. Sebuah kelas sebagai sebuah identitas kolektif dibentuk oleh banyak kode-kode sosial tergantung dari bentuk kesetiaan, komitmen, atribut (*ascription*) dan afiliasi yang menentukannya: bahasa, agama, ideologi¹⁰. Selain itu, juga pakaian, mode (*fashion*), selera (*taste*) dan lain-lain. Kode-kode ini mengikat “anggota-anggota” dan memunculkan simbol-simbol kelompok menjadi sebuah identitas kolektif. Identitas kolektif dibentuk oleh beberapa kode kelas. Dalam konteks inilah, di Indonesia sejak tahun 1980an, saluran ekspresi yang luas sebagai kode-kode yang saling menunjang dan melengkapi telah membentuk kelas sosial baru yaitu kesadaran sebagai kelas menengah Muslim. Kode itu melebihi sekedar kode politik dan ekonomi yaitu kode kultural.

Sedangkan masyarakat kelas menengah muslim Indonesia hadir secara nyata paska tahun 1998 yang sebelumnya sudah ditandai dengan munculnya berbagai macam produk-produk Islami seperti halnya koran Republika, Bank Muamalat, maupun jenis produk syariah lainnya. Tampilnya kelas menengah Islam pada paska 1998 hingga kini menampilkan cita dan citra kelas menengah yang adaptif dengan negara. Islam menjadi

¹⁰ Rao, Aparno. The many sources of identity: an example of changing affiliations in rural Jammu and Kashmir. *Ethnic and Racial Studies* Volume 22 Number 1 Januari. 1999.

identitas yang bisa dinegosiasikan dengan negara seraya masih mempertahankan identitas muslim mereka.¹¹

Gelombang munculnya produk Islam Populer di kalangan Muslim Kelas Menengah di Indonesia sendiri pertama kali dinisiasi dengan munculnya Gelombang Mesir dalam konstruksi budaya Islam Populer Indonesia. Adalah booming film Ayar-ayat Cinta yang diadaptasi dari novel Habbiruhman el-Shirazy pada tahun 2004, kemudian menstimulus adanya penguatan budaya-budaya Mesir ke Indonesia misalnya dari hijâb, syisa, fashion, dan lain sebagainya.¹²

Citra Mesir bersama pula Turki yang ditampilkan lebih moderat daripada negara-negara Arab lainnya yang cenderung konservatif setidaknya menjadi salah satu barometer penting dalam kiblat Muslim Kelas Menengah Indonesia. Hal ini juga tak terlepas dari kultur Islam di kedua negara tersebut yang cukup padu dalam memadukan Islam dan modernisme dalam satu tempat sehingga menampilkan wajah Islam yang cair dan dinamis. Oleh karena itulah, banyak kemudian inspirasi muncul dari kalangan Muslim Kelas Menengah Indonesia dalam menyontoh budaya populer Turki dan Mesir dalam kesehariannya.

Setelah Islam berkembang cukup pesat di dunia, muncul istilah Post Islamisme yang menekankan pada adaptasi Islam dengan sekulerisme, liberalisasi, dan demokrasi.¹³ tiga Ideologi ini lebih menawarkan adanya religiositas islam dalam ruang publik sehingga mudah diterima oleh masyarakat. Adanya perubahan orientasi Islam tersebut tidak terlepas dari dua pengaruh baik secara internal maupun eksternal. Dari segi internal, masyarakat muslim kini lebih terbuka terhadap berbagai ide liberalisme, sekularisme, maupun juga demokrasi tanpa harus menanggalkan identitas Islamnya. Sedangkan dari eksternal, adanya berbagai macam aksi terorisme dan radikalisme yang mengatasnamakan islam di berbagai penjuru dunia malah justru semakin menyudutkan nama Islam itu sendiri.

Dari percabangan mengenai kesalehan sosial dari sudut pandang Islam Wasataniyyah sendiri kemudian terbagi atas dua cabang yakni 1) kesalehan sosial sebagai ritual dan 2) kesalehan sosial sebagai simbol. Pembagian kesalehan sosial tersebut didasarkan pada kedalaman ritual ibadah yang dijalankan oleh kelas menengah muslim

¹¹ Wasisto Rahardjo, Memaknai Kelas Menengah sebagai Agen Perubahan Politik Indonesia. *Jurnal Attahrir* Volume 9 Nomor 1, September 2014. 134

¹² Rahardjo Wasisto. *Islam Populer sebagai pencarian identitas muslim kelas menengah di Indonesia*. *Jurnal Teosofi* Volume 5/Nomor 1/Juni 2015. 147

¹³ Rahardjo Wasisto Jati, *Memaknai Kelas Menengah Sebagai Agen Perubahan Politi Indonesia*. *Attahrir* Volume 16 Nomor 1, Mei 2016. 134

tersebut. Muslim melakukan ritual ibadah bukan hanya kesadarannya karena perintah Tuhannya, tapi ingin menampilkan simbol keagamaan yang melekat pada dirinya melalui interaksi dengan sesamanya di tempat ibadah.

Dalam setiap aspek kehidupan manusia senantiasa berafiliasi dengan tampilan luar dirinya, ingin menyuguhkan yang terbaik dari dirinya, hal ini berkaitan dengan simbol-simbol yang ingin dikomunikasikan dengan orang lain sehingga terjadi interaksi simbolik. Interaksi simbolik dipahami sebagai segala hal yang saling berhubungan dengan pembentukan makna dari suatu benda atau lambang atau simbol, baik benda mati, maupun benda hidup, melalui proses komunikasi baik sebagai pesan verbal maupun perilaku non verbal, dan tujuan akhirnya adalah memaknai lambang atau simbol (objek) tersebut berdasarkan kesepakatan bersama yang berlaku di wilayah atau kelompok komunitas masyarakat tertentu.

Sedangkan George Herbert Mead tertarik pada interaksi, dimana isyarat nonverbal dan makna dari suatu pesan verbal, akan mempengaruhi pikiran orang yang sedang berinteraksi. Dalam terminologi yang dipikirkan Mead, setiap isyarat nonverbal (seperti *body language*, gerak fisik, baju, status, dll) dan pesan verbal (seperti kata-kata, suara, dll) yang dimaknai berdasarkan kesepakatan bersama oleh semua pihak yang terlibat dalam suatu interaksi merupakan satu bentuk simbol yang mempunyai arti yang sangat penting (*a significant symbol*).¹⁴

Pertukaran pesan akan mempengaruhi konsep diri, karena menurut Jalaluddin Rahmat¹⁵ Konsep diri adalah pandangan dan perasaan kita tentang diri kita, terdapat dua komponen konsep diri; komponen kognitif dan komponen afektif, komponen kognitif ttg citra diri (*self image*) dan komponen afektif disebut harga diri (*self esteem*) keduanya berpengaruh besar pada pola komunikasi interpersonal.

Faktor yang sangat mempengaruhi konsep diri adalah orang lain, bagaimana orang lain menilai sesamanya, itu akan membentuk konsep diri, konsep diri terbentuk karena penilaian orang lain pada dirinya, jika seseorang berada dalam suatu komunitas lalu keberadaannya diterima, dihormati dan disenangi orang lain, maka sikapnya cenderung menerima dan menghormati dirinya sendiri, setiap orang bertingkah laku sebisa mungkin sesuai konsep dirinya

¹⁴ Nina Siti Salmaniah Siregar, *Kajian Tentang Interaksonisme Simbolik*, Perspektif Volume 4 Nomor 2, Oktober 2011. 102

¹⁵ Rahmat, Jalaluddin. *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya;1999), 99

Tidak semua orang mempunyai pengaruh yang sama terhadap konsep diri, ada yang paling berpengaruh yaitu orang-orang yang dekat dengan kita dari sejak kecil, ibu, bapak, saudara, kerabat yang satu rumah, setelah menikah ada pasangan Mead menyebut mereka *significant other*, kita memiliki ikatan emosional pada mereka, dalam perkembangannya *significant other*¹⁶ ini meliputi semua orang yang mempengaruhi perilaku, pikiran, dan perasaan kita, mereka mengarahkan tindakan kita, membentuk pikiran kita dan menyentuh kita secara emosional

Pengaruh konsep diri pada komunikasi interpersonal terdiri dari: 1). *Nu buat* yang dipenuhi sendiri, kecenderungan untuk bertingkah sesuai dengan konsep diri, jika konsep dirinya positif maka dia akan berperilaku tidak jauh dari konsep dirinya begitupun sebaliknya 2) Membuka diri, muslim akan memfilter bagian dari dirinya yang boleh diketahui orang lain dan bagian mana yang ditutupinya 3) selektivitas,¹⁷ berusaha menyeleksi apapun sesuai konsep dirinya, jika seseorang menyukai hijab syar'i, maka akan dicari barang dan segala hal yang berkaitan dengannya.

Hasil Penelitian

Makna Halal dan Gaya Hidup Syar'i Muslim Kelas Menengah

Tren penggunaan produk halal dan menerapkan gaya hidup sesuai Syariah dalam keseharian muslim, membentuk dirinya untuk konsisten menerapkan ajaran Islam, muslim kelas menengah berusaha memasukkan nilai-nilai Islam dalam berbagai kebutuhan hidup, padahal harus memahami makna halal dan Syariah, agar bisa meluruskan niat dalam menjalankan ajaran Islam seutuhnya.

Kata halal, berasal dari bahasa arab berakar dari kata *halla* yang artinya "lepas" atau "tidak terikat", secara Etimologi kata halal berarti hal-hal yang boleh dan dapat dilakukan karena bebas atau tidak terikat dengan ketentuan yang melarangnya, atau bisa juga diartikan sebagai segala sesuatu yang bebas dari bahaya dunia dan akhirat. Dalam konteks pangan, makanan halal adalah makanan yang boleh dikonsumsi, diproduksi dan dikomersialkan¹⁸

Menurut ajaran Islam mengonsumsi makanan yang halal sangat dianjurkan bahkan wajib hukumnya sesuai dengan apa yang terdapat dalam Alqur'an dan Hadits Rasulullah saw, banyak ayat dan hadits yang menjelaskan tentang perintah minum yang

¹⁶ Ibid., h 103

¹⁷ Ibid., h 104

¹⁸ Halal dan Haram Menurut Islam. Diakses 22 Juli 2018.

<http://www.ilmusaudara.com/2015/10/halal-dan-haram-menurut-islam.html>

halal dan baik diantaranya :”(Q.S al-Maidah ayat 88), (Q.S. al-Baqarah ayat 168), (QS. al-Baqarah :172)

(QS.al-Baqarah : 173)¹⁹. Sedangkan seruan dalam hadis sebagai berikut:

Artinya :

“Dari Abu Abdillah Nu'man bin Basyir r.a, “saya mendengar Rosululloh SAW bersabda ‘sesungguhnya halal itu sudah jelas dan yang haram pun sudah jelas dan diantara keduanya ada hal-hal mutasyabihat (samar-samar, tidak jelas halal dan haramnya), kebanyakan manusia tidak mengetahui hukumnya, barang siapa hati-hati dari hal-hal subhat, sebenarnya dia telah menyelamatkan agamanya dan harga dirinya, dan barang siapa yang terjerumus dalam perkara yang diharamkan”.(HR.Bukhori dan Muslim)²⁰

Beberapa komentar para ulama tentang kata "Thayyiban" antara lain seperti : Lezat, baik, sehat, menentramkan, paling utama, gizi cukup, sesuai kebutuhan, tidak melampau batas dan aman. Oleh karenanya dalam hadits tersebut juga dikatakan ada hal yang bersifat subhat dan inilah yang menjadi persoalan dalam hal makanan dan minuman yang banyak beredar dan ada banyak yang belum diketahui pasti kehalalannya, sehingga kita sebagai ummat Islam harus berhati-hati.

Pengertian makanan dan minuman yang halal meliputi: 1). Halal secara zatnya, 2). Halal cara memprosesnya, 3) Halal cara memperolehnya. Berikut ini contoh makanan haram :1). Bangkai, kecuali bangkai ikan dan belalang.2). Darah, kecuali hati dan limpa. 3). Daging babi. 4). Daging hewan halal yg disembelih atas nama selain Allah Swt. 5). Binatang yang mati tercekik. 6). Binatang yg mati karena terpukul. 7). Binatang yang mati karena terjatuh. 8) Binatang yang mati karena di tanduk binatang lain. 9) Binatang yg mati karena diterkam binatang buas.10) Binatang yg disembelih untuk berhala. Adapun jenis minuman yang haram pada garis besarnya dibagi menjadi tiga bagian : 1). Semua jenis minuman yang memabukkan atau apabila diminum menimbulkan mudharat dan merusak badan, akal, jiwa, moral, dan akidah, seperti arak (khamer) whisky dan lainnya. 2) Minuman dari benda najis atau suci terkena najis. 3). Minuman yang didapatkan dengan cara yg tidak halal atau yg bertentangan dengan ajaran agama islam.²¹ Perintah ini tidak terbatas makanan dan minuman saja, namun semua produk yang mengandung hal yang diharamkan berarti muslim dilarang mengkonsumsinya.

¹⁹ Al Qur'an dan terjemah. 2013. (Bandung:CV.Nurilmi Semesta) p.25-26

²⁰ Dita, Hadist tentang makanan dan minuman halal dan baik. Diakses 5 Agustus 2018.

https://www.academia.edu/15794790/Ayat_AL_Quran_dan_Hadits_tentang_Makanan_yang_Baik_dan_Hal_al_serta_Giat_Bekerja.

²¹Pengertian Halal dan Haram menurut ajaran Islam. Diakses 23 Juli 2018. <https://www.halalmuibali.or.id/pengertian-halal-dan-haram-menurut-ajaran-islam/>

Al-Qur'an menggunakan kata syarah dan syariah dalam arti agama, atau dalam arti jalan yang jelas yang ditunjukkan Allah bagi manusia. Syariah sering digunakan sebagai sinonim dengan kata din dan millah yang bermakna segala peraturan yang berasal dari Allah swt. yang terdapat dalam al-Qur'an dan hadis yang bersifat qat'i atau jelas nasnya. Lebih lanjut terminologi syariah dalam kalangan ahli hukum Islam mempunyai pengertian umum dan khusus. Syariah dalam arti umum merupakan keseluruhan jalan hidup setiap muslim, termasuk pengetahuan tentang ketuhanan.²²

Berdasarkan pengertian syariah itulah terbentuk istilah tasyrik atau tasyri' Islami yang berarti peraturan perundang-undangan yang disusun sesuai dengan landasan dan prinsip-prinsip yang terkandung di dalam al-Qur'an dan sunah. Peraturan perundang-undangan tersebut terumuskan ke dalam dua bagian besar, yakni bidang ibadah dan kedua bidang muamalah.²³ Fikih ibadah meliputi aturan puasa, zakat, haji dan sebagainya yang ditujukan untuk mengatur hubungan antara manusia dengan Tuhannya. Adapun fikih muamalah diantaranya mengatur tentang perikatan, sanksi hukum. Dan aturan selain yang diatur dalam fikih ibadah dan bertujuan untuk mengatur subjek hukum baik secara individual maupun secara komunal.

Menjalankan perintah agama sesuai Syariah merupakan sebuah kewajiban mutlak, alasan inilah yang menjadikan muslim kelas menengah meresidu kegiatan dan perilaku tidak sesuai Syariah, dimulai dari kebutuhan pokok sehari-hari dari mulai sandang, pangan, papan. Muslim mencari berbagai produk diharapkan tidak sebatas halal dan sesuai Syariah saja namun estetika dan fungsi produk tersebut. Setiap waktu varian produk halal semakin bertambah seiring meningkatnya kebutuhan pasar. Mereka memahami makna produk halal dan Syariah sesuai Al Qur'an dan Al Hadis yang dipelajarinya di majlis ta'lim, grup tanya jawab tentang Islam dan pesan dakwah yang tersebar di internet.

Makna itu berasal dari interaksi, dan tidak ada cara lain untuk membentuk makna, selain dengan membangun hubungan dengan individu lain melalui interaksi. Interaksi yang dimaksud sesuai dengan teori interaksi simbolik yang ada karena ide-ide dasar dalam membentuk makna yang berasal dari pikiran manusia (*Mind*) mengenai diri (*Self*), dan hubungannya di tengah interaksi sosial, dan tujuan bertujuan akhir untuk memediasi, serta

²² Bustanul Arifin, *Definisi Makna dan Pengertian Syariah*. Di akses 23 juli 2018.
<https://www.tongkronganislami.net/definisi-makna-dan-pengertian-syariah/>.

²³ Bustanul Arifin. *Definisi Makna dan Pengertian Syariah*.
<https://www.tongkronganislami.net/definisi-makna-dan-pengertian-syariah/> Diakses 24 Juli 2018

menginterpretasi makna di tengah masyarakat (*Society*) dimana individu tersebut menetap. Seperti yang dicatat oleh Douglas (1970) dalam Ardianto²⁴

Definisi singkat dari ke tiga ide dasar dari interaksi simbolik, antara lain: (1) Pikiran (*Mind*) adalah kemampuan untuk menggunakan simbol yang mempunyai makna sosial yang sama, dimana tiap individu harus mengembangkan pikiran mereka melalui interaksi dengan individu lain. (2) Diri (*Self*) adalah kemampuan untuk merefleksikan diri tiap individu dari penilaian sudut pandang atau pendapat orang lain, dan teori interaksionisme simbolis adalah salah satu cabang dalam teori sosiologi yang mengemukakan tentang diri sendiri dan dunia luarnya, dan (3) Masyarakat (*Society*) adalah jejaring hubungan sosial yang diciptakan, dibangun, dan dikonstruksikan oleh tiap individu ditengah masyarakat, dan tiap individu tersebut terlibat dalam perilaku yang mereka pilih secara aktif dan sukarela, yang pada akhirnya mengantarkan manusia dalam proses pengambilan peran di tengah masyarakatnya.

Para produsen dan pelaku bisnis yang pada masa ini menjadi raja selalu mendapatkan cara memenangkan hati konsumen. Ada dua sisi yang harus dipertimbangkan mengenai produksi dan pemasaran di saat ini. Di satu sisi, di masa penuh kecanggihan media yang menghadirkan fenomena simulakrum dan hyperrealitas yang diutarakan Baudrillard, hukum pasar berubah drastis. Produsen sesungguhnya tidak lagi melihat keinginan konsumen dan permintaan pasar. Melalui upaya simulasi yang melebihi bahkan keluar dari batas realitas ini mereka menciptakan pasar dan target konsumen untuk memasarkan produksinya. Hal ini antara lain dilakukan dengan memainkan psikologis konsumen, melabeli nama islami dan tanda halal serta menciptakan pengkelasan pada produksinya untuk membuai konsumen agar tunduk pada kriteria yang mereka tetapkan.

Pasar muslim kelas menengah yang diciptakan berhasil menggiring atmosfer bisnis islam menggurita, berbagai sektor usaha disentuh dengan nuansa halal dan syar'i, dari sektor makanan dan minuman saja sudah ratusan ribu varian berlabel halal, jumlah ini akan terus meningkat dengan kesadaran konsumen akan produk halal yang mendorong para produsen mengurus sertifikat halal ke LPPOM MUI.

Selain makanan, minuman, kosmetik dan obat-obatan, ada beberapa produk syar'i yang memiliki standar nasional yang terus dipantau dan dinilai secara rutin, diantaranya; perbankan Syariah, hotel dan penginapan Syariah, perumahan Syariah, tempat wisata Syariah, biro perjalanan Syariah, namun untuk beberapa produk syar'i tidak ada standar

²⁴ Elvinaro Ardianto dan Bambang Q-Anees. *Filsafat Ilmu Komunikasi*. (Bandung: Simbiosis Rekatama Media. 2007.) h 136

nasional syar'i dari pemerintah seperti pakaian syar'i dan aksesoris syar'i, karena dua produk ini perkembangannya dinamis, cepat berubah model dan bentuknya, yang mengaturnya hanya Al Qur'an dan Al Hadis. Memakai pakaian yang menutup aurat dan kriterianya ada dalam (Q.S Al Ahzab ayat: 59), (Q.S. Annur : 31)²⁵, dan beberapa hadis yang diriwayatkan HR.Muslim, Ibnu Hibban, At Thirmidzi, At Thabrani, Imam Ahmad dan Imam Malik) salah satunya sebagai berikut:

Artinya:

Ummu Salamah berkata “ Wahai Rosulullah, Bagaimana wanita berbuat dengan dengan pakainnya yang menjulur ke bawah? Beliau bersabda: hendaklah mereka memanjangkan satu jengkal , lalu dia bertanya lagi: Bagaimana bila masih terbuka kakinya? Beliau menjawab: hendaklah mereka memanjangkan satu jengkal, lalu dia bertanya lagi, bagaimana bila masih terbuka kakinya? Beliau menjawab: hendaknya menambah satu hasta dan tidak lebih (HR. Tirmidzi)²⁶

Perintah yang jelas dalam Al Qur'an dan Al Hadis harusnya seorang muslimah memaknai hijab syar'i bukan sekedar tampilan luar semata yang menyampaikan pesan simbolik kepada orang lain, namun sudah menjadi kewajiban dan kebutuhan untuk menerapkan Syariah islam di kehidupannya.

Produsen produk halal dan syar'i memanfaatkan budaya konsumsi massal muslim kelas menengah dengan menambah varian produk, saat ini sangat mudah menjumpai gerai busana muslim berbagai merk dan model. Satu perusahaan busana muslim bisa membuka anak perusahaan *line clothes* khusus pria atau anak-anak, serta dilengkapi dengan membuat berbagai kebutuhan untuk menunjang penampilan.

Untuk sektor busana Muslim yang telah menarik minat pemain besar seperti Dolce & Gabbana, Uniqlo dan Burberry. Mereka memasuki industri busana Muslim sehingga menjadikan sektor ini semakin maju ke depan. Seiring dengan kemajuan yang dicapai sektor ini, belanja Muslim untuk fesyen diproyeksikan mencapai US\$ 368 miliar pada 2021.²⁷

Dinamika berkembangnya produk halal di kalangan muslim kelas menengah tak bisa lepas dari gaya hidup mereka, apa yang ingin ditampilkan dan ditunjukkan pada orang lain selalu mencari diferensiasi dengan gaya hidup yang telah ada, menurut Chaney gaya

²⁵ Al Qur'an dan terjemah. 2013. (Bandung:CV.Nurilmi Semesta) p.353, 426

²⁶ Admin. Hadist tentang menutup aurat bagi wanita. Di akses 30 Juli 2018
<https://www.alfachriyah.org/artikel-wanita-solehah/ayat-ayat-al-quran-hadis-hadis-nabi-serta-pendapat-para-ulama-fiqih-seputar-kewajiban-menutupi-aurat-bagi-wanita/>.

²⁷ www.dream.co.id. Loc cit.

hidup adalah pola-pola tindakan yang membedakan antara satu orang dengan orang lain²⁸ dan seiring waktu menurut Chaney gaya hidup adalah seperangkat praktik dan sikap yang masuk akal dalam konteks tertentu²⁹

Perbankan Syariah menjadi salah satu gaya hidup kekinian masyarakat, tak hanya sekedar perintah agama. Mengamalkan penggunaan perbankan syariah sudah menjadi bagian hidup masyarakat. Perbankan konvensional mulai berangsur tergantikan dengan perbankan syariah seiring kesadaran masyarakat akan urgensitasnya.

Sektor farmasi dan kosmetik halal juga terus berkembang seiring dengan kesadaran tentang bahan dan pengembangan produk baru, seperti vaksin halal dan nutrasetikal (makanan yang bisa berfungsi seperti obat). Belanja Muslim akan produk farmasi dan kosmetik diperkirakan akan mencapai US\$ 213 miliar pada 2021. Sementara itu media dan hiburan mengalami penguatan positif dengan belanja Muslim di sektor ini diperkirakan akan mencapai US\$ 262 miliar pada 2021. Pertumbuhan sektor perjalanan bersama dengan belanja wisata luar negeri Muslim diperkirakan akan mencapai US\$243 miliar pada 2021.³⁰

Wisata luar negeri muslim dengan istilah wisata halal terus memperluas jangkauannya dengan pertumbuhan yang luar biasa dalam bentuk hotel Syariah terus bermunculan, resor pantai halal, peluncuran penerbangan khusus Muslim dan semuauforia ini semakin tersebar dan dikenal muslim kelas menengah diberbagai laman travel seperti; Airbnb, Bookhalalhomes, TripAdvisor, dan Tripfez.

Menjamurnya produk-produk Syariah tersebut sebenarnya juga merupakan bagian dari *counter hegemony*³¹ terhadap maraknya produk budaya pop Asia Timur maupun Barat. Hal tersebut kemudian mendorong Muslim Kelas Menengah menciptakan produk sendiri untuk kemudian digunakan sendiri. Menguatnya pasar konsumsi Muslim Kelas Menengah ini juga berkaitan dengan pertumbuhan Muslim Kelas Menengah di berbagai tempat. Implikasinya, secara positif dengan semakin membudayanya ibadah menjadi gaya hidup bagi Muslim Kelas Menengah berdampak pada bahwa kesalehan sosial itu memang terbukti. Selain itu, hal ini juga karena faktor sugestif yang disampaikan melalui komodifikasi ayat maupun Hadîth yang membuat kelompok Muslim Kelas Menengah terdorong untuk menggunakannya. Implikasi negatifnya adalah bahwa dengan

²⁸ David Chaney . *Lifestyle: Sebuah Pengantar Komprehensif*, penerj.Nuraeni (Yogyakarta: Jalasutra, 2004), 40.

²⁹ Ibid. h.41

³⁰ www.dream.co.id, Loc cit

³¹ Wasisto Raharjo Jati. Islam Populer Sebagai Pencarian Identitas Muslim Kelas Menengah di Indonesia. *Jurnal Teosofi* Volume 5/Nomor 1/Juni 2015. Hal.163

semakin kasualnya ibadah menjadi gaya hidup, maka yang perlu diperhatikan kemudian adalah adanya pengejaran gengsi yang ingin diraih agar bisa dilihat dan dipandang oleh orang lain. Hal itulah yang kemudian justru semakin menjauhkan seseorang dari nilai-nilai luhur syariah tersebut.

Menguatnya konsumsi bersyariah tersebut sebenarnya juga menegaskan bahwa pengajaran Islam masih berada dalam level skriptural. Syariah hanya menjadi ikon untuk mengajak orang untuk segera mengonsumsi barang tersebut agar menjadi orang Islam, namun belum tentu hal tersebut secara benar dan nyata menganut prinsip Islam secara komprehensif.

Diskursus gaya hidup Syar'i semakin menguat dengan bantuan internet, media sosial, vlog, weblog, youtube, menjadi tempat ekspresi para peminat gaya hidup syar'i, berbagai pesan agama dan tutorial yang berhubungan dengan gaya hidup syar'i menarik penggemarnya hingga menjadikan mereka selegram, vlogger dan youtuber terkenal bahkan penghasilannya bisa mengalahkan artis ternama, langkah ini banyak diikuti muslim kelas menengah lainnya yang dianggap sebagai bagian dakwahtainment, yakni menggabungkan kegiatan berdakwah dan hiburan, walaupun kadang porsinya lebih banyak hiburan dibanding dakwahnya, selain di internet dakwahtainment ditayangkan di televisi.

Selebrasi gaya hidup Syari membuat muslim kelas menengah membentuk komunitas, yang diawali dengan munculnya *hijabers community* (HC) didirikan tahun 2010 selanjutnya bermunculan komunitas yang sejenis hampir di seluruh Indonesia, visi dan misinya hampir sama ingin menyiarkan dakwah melalui hijab dan gaya hidup syar'i

Syar'i Lifestyle Community merupakan salah satu komunitas peminat gaya hidup syar'i dibentuk sebagai wadah untuk menginspirasi Muslimah modern dan *up to date* tanpa lepas dari syariat yang dianjurkan. Sedangkan visi dan misi SLS sendiri yakni ingin mencetak generasi rabbani dengan bersama-sama belajar dan menerapkan nilai syariat pada seluruh aspek gaya hidup Muslimah saat ini, diantaranya adalah modest fashion, makanan halal, pariwisata halal, gaya hidup syar'i dan akhlak yang baik.³²

Sesuai pendapat Chaney³³ mengenai Kekuatan gagasan mengenai budaya konsumen tergantung pada pemasaran massa seiring dengan periklanan massa. Hadirnya komunitas *Syar'i Lifestyle*, *hijabers community*, Tangan Di Atas dan sejenisnya, dapat menggerakkan jutaan orang untuk meniru dan mengikuti mereka. Peluang ini digunakan

³² Nathasi, *Komunitas Syar'I Lifestyle dakwahkan gaya hidup syar'I nan modern untuk Muslimah*. www.gomuslim.co.id. Diakses 27 Juli 2018

³³ Op cit. h.57

produsen produk halal dan gaya hidup syar'i ikut berpromosi melalui para selebgram, Vlogger dan youtuber yang memfokusnya dirinya membahas seputar produk halal dan gaya hidup syar'i, pundi rupiahpun menggunung dengan banyaknya *likes* dan *follower* mereka, fenomena ini membuat muslim kelas menengah mengikuti langkah mereka.

Fenomena pemaknaan pada produk halal dan gaya hidup sesuai Syariah dikonstruksi dari pesan yang disampaikan melalui komunikasi nonverbal muslim kelas menengah meliputi konsumsi makanan minuman halal, pakaian syar'i, kosmetik halal, menggunakan jasa bank Syariah dan pegadaian Syariah, berlibur di tempat yang memiliki hotel Syariah dan fasilitas wisata halal, tinggal di perumahan Syariah, menyekolahkan anak di sekolah Islam, mengikuti kajian Islam virtual dan produk halal lainnya. Sedangkan melalui komunikasi verbal, kata-kata *Ikhwan*, *akhwat*, *ukhti*, *akhi*, *liqo*, *ta'lim*, *halaqoh*, *syukron*, *abi*, *umi*, *khimar*, *hijab* tak asing lagi di dengar ketika mereka berinteraksi.

Penggunaan produk Halal dan gaya hidup syar'i yang massif dipahami muslim kelas menengah sebagai kewajiban dan tuntutan hidup agar dapat diterima di kehidupan sosial mereka didunia sekaligus kesadaran agar ibadahnya dapat di terima diakhirat nanti, hal ini sekaligus untuk memperkuat simbol-simbol kesalehan yang melekat pada dirinya.

Konsep Diri dan Kesalehan Simbolik Muslim Kelas Menengah

Simbol-simbol agama berkolerasi dengan konsumerisme di kalangan muslim kelas menengah, kesadaran akan konsumsi produk halal meningkat, gerai dan toko pakaian muslim dan hijab merebak diberbagai kota besar dan kota kecil, acara TV dihiasi berbagai hal yang bercirikan "Islam", *Ghirah* kolektif dalam berhijab dengan berbagai merk dan *trademark* sangat mudah ditemui. Hijab dan busana muslim bukan lagi berfungsi sebagai pakaian yang dapat menutup aurat saja tapi sudah menjadi gaya hidup muslim masa kini. Muslim kelas menengah sangat peduli dengan produk dan layanan prima yang sesuai dengan prinsip halal dan Syariah.

Dalam mengukuhkan identitasnya sebagai golongan menengah, kepemilikan modal ekonomi merupakan syarat yang paling penting yang akan memberikan legitimasi melalui kepemilikan benda-benda dan akses kepada modal kapital lainnya. Benda yang dikonsumsi bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan dasar atau kebutuhan akan benda tersebut, melainkan pada simbol atau tanda yang dimiliki benda tersebut. Perniagaan benda pada level kalangan menengah juga selalu melibatkan pelekatan simbol.

Jenis pesan apakah yang anda kira mereka sampaikan, dan kemanakah serta kepada siapakah anda mendengar tentang kemungkinan anda merubah pilihan-pilihan tersebut,

dengan cara-cara tersebut gaya hidup berkaitan dengan kompetensi simbolik³⁴ pesan yang disampaikan tersebut dapat membentuk konsep diri. Konsep diri adalah pandangan kita mengenai siapa kita, dan itu bisa kita peroleh lewat informasi yang diberikan orang lain kepada kita³⁵ konsep diri yang paling dini umumnya dipengaruhi oleh keluarga, dan orang-orang dekat lainnya disekitar kita termasuk kerabat, mereka itulah yang disebut *significant other*. Orang lain “mencetak” kita, dan setidaknya kitapun mengasumsikan apa yang orang lain asumsikan mengenai kita. Berdasarkan asumsi-asumsi itu, kita mulai memainkan peran-peran tertentu yang diharapkan orang lain. Bila permainan peran itu menjadi kebiasaan, kitapun menginternalisasikannya. Kita menanamkan peran-peran itu kepada kita sebagai panduan untuk berperilaku.³⁶

George Herbert Mead mengatakan setiap manusia mengembangkan konsep dirinya melalui interaksi dengan orang lain dalam masyarakat, dan itu dilakukan lewat komunikasi. konsep diri kita itu tidak pernah terisolasi, melainkan bergantung pada reaksi dan respon orang lain. Kesan yang orang lain miliki tentang kita dan cara mereka bereaksi terhadap kita sangat bergantung pada cara kita berkomunikasi dengan mereka, termasuk cara kita berbicara dan cara kita berpakaian. orang berkomunikasi untuk menunjukkan dirinya eksis, inilah yang disebut aktualisasi diri atau yang lebih tepat lagi eksistensi diri³⁷

Akulturasi produk halal dan gaya hidup syar'i dalam kehidupan muslim semakin semarak dengan media sosial dan komunitas yang bermunculan, media dapat mengkonstruksi realitas muslim kelas menengah di Indonesia menjadi pribadi yang dibentuk oleh massa. Konsep diri mempengaruhi perilaku komunikasi seorang muslim karena konsep diri mempengaruhi pesan apa yang akan disampaikan, bagaimana mempersepsi pesan itu, dan apa yang kita ingat, konsep diri muslim kelas menengah terbentuk oleh : 1).Terpaan selektif,³⁸ seorang muslim akan ikut pengajian, membaca al qur'an, berpakaian syar'i, menyampaikan pesan dakwah melalui internet untuk menunjukkan bahwa dirinya muslim 2). Persepsi selektif. Seorang muslim yang memiliki konsep diri positif, maka hanya akan mempersepsi pesan yang positif tanpa menghiraukan hujatan yang menjatuhkan, 3). Ingatan selektif, hanya akan mengingat hal-hal yang dianggapnya penting dan sesuai dengan konsep dirinya sebagai muslim kelas menengah yang menerapkan gaya hidup syar'i dan mengkonsumsi hanya produk halal.

³⁴ Op cit. h.93

³⁵ Deddy Mulyana, M.A., Ph.D, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*.(Bandung: PT.Remaja Rosdakary.2002) h 7

³⁶ Ibid h.9

³⁷ Ibid h 12

³⁸ Op cit, h.109

Selain konsep diri muslim kelas menengah yang terbentuk karena pesan yang disampaikan orang lain tentang dirinya, simbol yang melekat padanya bisa dikonstruksi oleh dirinya sendiri dan orang sekitarnya, karena simbol atau lambang adalah sesuatu yang digunakan untuk menunjukkan sesuatu lainnya, berdasarkan kesepakatan sekelompok orang. Lambang meliputi kata-kata (pesan verbal), perilaku non verbal, dan objek yang maknanya disepakati Bersama.³⁹

Lambang adalah salah satu kategori tanda, hubungan antara tanda dengan objek juga direpresentasikan oleh ikon dan indeks, namun ikon dan indeks tidak memerlukan kesepakatan. Ikon dan indeks adalah suatu benda fisik (dua atau tiga dimensi) yang menyerupai apa yang direpresentasikannya. Apa saja yang dijadikan lambang, bergantung pada kesepakatan Bersama. Kata-kata (lisan atau tulisan), isyarat anggota tubuh, makanan dan cara makan, tempat tinggal, jabatan (pekerjaan), olahraga, hobi, peristiwa, hewan, tumbuhan, Gedung, alat (artefak), angka, bunyi, waktu dan sebagainya, semua itu bisa menjadi lambang⁴⁰

Makna sebenarnya ada dalam kepala kita, bukan terletak pada lambang itu sendiri. Kalaupun ada orang yang mengatakan bahwa kata-kata mempunyai makna, yang ia maksudkan sebenarnya, bahwa kata-kata itu mendorong orang untuk memberi makna (yang telah disetujui Bersama) terhadap kata-kata itu⁴¹

Pada Tahap berikutnya muslim kelas menengah memiliki misi utama yang yaitu kesalehan sosial yang dielaborasi lebih lanjut dalam konteks pemenuhan kesenangan dan juga kepuasan. Artinya, bahwa ibadah kini tidak hanya dimaknai secara teologis, namun juga bentuk- bentuk ajar silaturahmi bagi sesamanya. Proses penerimaan terhadap Islam kini sudah mulai meluas, bahkan sudah merambah aspek non ibadah. Meskipun masih dimaknai secara simbolis, namun secara perlahan hal itu menjadi bagian dari afiliasi dan afinitas kelas. Seseorang tidak dapat dianggap sebagai bagian dari Muslim Kelas Menengah jika belum mengonsumsi barang tertentu. Hal itulah yang kemudian menjadikan orang berusaha menyamakan diri terhadap standar komunal itu.

Dalam pengertian pertama, kesalehan sosial sebagai ritual dapat diartikan sebagai bentuk praktik neo-sufisme yakni melakukan peribadatan sosial untuk melalui *ridha illahhi*. Hal tersebut ditunjukkan dengan seberapa intensitas mereka hadir dalam majelis ta'lim maupun juga seberapa intens mereka untuk pergi haji dan umrah. Adapun dalam

³⁹ Op cit, h.84

⁴⁰ Op cit. h.85

⁴¹ Op cit h.88

pengertian kedua sendiri, kesalehan sosial sebagai simbol dapat dipahami sebagai bentuk ritual budaya populer massa yakni keimanan dan ketakwaan muslim dapat dibentuk melalui konsumsi komoditas religi. Dengan demikian, menjadi orang alim sekarang ini dapat dikonstruksi sekaligus pula diakui oleh orang lain di sekelilingnya.

Simbol Kesalehan muslim nampak dari apa yang dikenakannya dan apa yang disampaikannya seperti; pakaian syar'i, bertransaksi dengan bank Syariah, tinggal di perumahan Syariah, memakai produk halal dalam kesehariannya dan lain sebagainya, persepsi ini terjadi karena adanya interaksi simbolik diantara masyarakat, Esensi interaksi simbolik⁴² adalah suatu aktifitas yang merupakan ciri khas manusia, yakni komunikasi atau pertukaran simbol yang diberi makna. Dalam pandangan interaksi simbolik, sebagaimana ditegaskan Blumer, proses sosial dalam kehidupan kelompoklah yang menciptakan dan menegakkan aturan-aturan, bukan aturan-aturan yang menciptakan dan menegakkan kehidupan kelompok. Dalam konteks ini, makna dikonstruksikan dalam proses interaksi, dan proses tersebut bukanlah suatu medium netral yang memungkinkan kekuatan-kekuatan sosial memainkan perannya, melainkan justru merupakan substansi sebenarnya dari organisasi sosial dan kekuatan sosial.

Mead tertarik mengkaji interaksi sosial, dimana dua atau lebih individu berpotensi mengeluarkan simbol yang bermakna. Perilaku seseorang dipengaruhi oleh simbol yang diberikan oleh orang lain, demikian pula perilaku orang tersebut. Melalui pemberian isyarat berupa simbol, maka kita dapat mengutarakan perasaan, pikiran, maksud, dan sebaliknya dengan cara membaca simbol yang ditampilkan oleh orang lain.

Pikiran adalah mekanisme penunjukkan diri (*self indication*) untuk menunjukkan makna pada diri sendiri dan kepada orang lain, pikiran mengisyaratkan kapasitas dan sejauhman manusia sadar akan diri mereka sendiri, siapa dan apa mereka, objek di sekitar mereka dan makna objek tersebut bagi mereka⁴³

Menurut teori interaksi simbolik, pikiran mensyaratkan adanya masyarakat, dengan kata lain, masyarakat harus lebih dulu ada sebelum adanya pikiran, pikiran adalah proses integral dari proses sosial, seorang manusia yang sadar diri, tidak mungkin ada tanpa adanya kelompok sosial terlebih dahulu. Kebutuhan konsumen yang terlihat nyata sebenarnya samar dan merupakan refleksi dari segala kriteria yang ditetapkan produsen. Pada level tertentu, saat kita sudah cukup puas dengan produk yang kita beli dan miliki,

⁴² Op cit h.83

⁴³ Op cit h.84

produsen akan menggoda mengeluarkan produk baru yang membuat hal yang kita miliki seolah-olah tidak lagi berharga atau ketinggalan zaman.

Tidak hanya itu, bahkan di dalam keseharian tanpa disadari, banyak orang di sekeliling melakukan kesalahan simbolik dan melakukan tindakan-tindakan yang serupa dengan apa yang di paparkan di atas. Dan kesalahan yang menonjol di tengah masyarakat yaitu kesalahan yang bersifat ritual semata seperti shalat, zakat, puasa dan haji, dan menganggap sudah menjalankan ajaran islam, Agama hanya dibatasi di masjid-masjid sehingga Standar keimanan dan kesalahan hanya diukur pada seberapa taatnya seseorang menjalankan ibadah-ibadah ritual, tetapi melupakan kesalahan yang bersifat substansial atau mendasar, Bahkan banyak orang dengan tanpa sadar menganggap dirinya seleh dengan sibuk mengurus masalah ritual tersebut, tanpa menilik sedikit ke ranah kesalahan substansial sehingga banyak kejadian-kejadian di hadapan khalayak ramai hingga di siaran-siaran televisi kita bisa melihat orang seleh, namun dalam berinteraksi dengan lingkungan sosial tidak menunjukkan iman, etika dan moral yang baik dengan menjustifikasi orang bahwa dia kafir, memaki, menindas, membunuh, dan masih banyak lagi.

Atas semua pandangan dan pemaparan yang telah terurai di atas, penting untuk di renungkan kembali agar tidak tereduksi nilai-nilai keagamaan kita dan menyimpulkan bahwa kesalahan secara simbolik bersifat kering, kosong, jika terus-terusan menyelimuti akan menjadi dogma-dogma, tragis ketika kesalahan simbolik tersebut sudah melekat pada masyarakat luas pasti akan menjadi belenggu yang mendalam. Beda halnya dengan kesalahan substansial (kesalahan ritual dan kesalahan sosial), hati jiwa dan raga selalu terpesona dalam ketenangan, kesenangan, ketentraman dan lain sebagainya, kesalahan substansial di sini akan memberikan pencerahan dalam hidup karena telah menyentuh pesan agama yang kita yakini.

Kesalahan simbolik dapat ditinjau dan dikonstruksi sesuai konsep diri muslim kelas menengah yang relijius, cerdas, melek internet, terpelajar, dermawan, peduli dengan sesama, penghasilan tinggi, tinggal di perkotaan, gaya hidupnya syar'i, konsumsi hanya produk halal, kesalahan simbolik secara komunal bertebaran dikehidupan sehari-hari dan kehidupan dunia maya.

Penutup

Perkembangan zaman telah memengaruhi manusia dalam mengimplementasikan gaya hidupnya. Seiring sudah jenuhnya masyarakat dengan gaya hidup hedonisme, kini

mulai semarak di berbagai kalangan yang menerapkan gaya hidup syar'i. Kini gaya hidup syar'i tidak hanya terkait soal makanan atau ekonomi, tetapi juga lebih luas dari itu. Mulai dari konsumsi produk halal, perbankan & pegadaian Syariah, gaya berpakaian, konsep hotel Syariah, perumahan syariah, wisata halal, bahkan tata rias pun tak mau ketinggalan mengikuti tren syar'i. Kemajuan sebuah agama di dalam suatu negeri tidak hanya ditandai dengan semakin banyak jumlah penganutnya saja. Namun, juga bisa di tandai dengan bagaimana nilai-nilai keagamaan itu menjadi gaya hidup. Di Indonesia, nilai-nilai Islam mulai semakin banyak diadopsi dalam berbagai aspek kehidupan.

Menjamurnya gaya hidup syariah ini dipercaya akan lebih membawa ketenangan dan kenyamanan bagi masyarakat. Konsumen kelas menengah muslim di Indonesia memang mengalami pergeseran nilai-nilai perilaku menjadi semakin religius. Konsep diri yang terkonstruksi dari makna kesalehan telah menggesernya secara simbolik, kesalehan bukan lagi diartikan secara ritual dan sosial saja namun atribut dan penampilan luar muslim kelas menengah membentuk gaya hidupnya menjadi sebuah kesalehan simbolik yang diapresiasi masyarakat

Daftar Pustaka

Al Qur'an dan terjemah. (2013). Bandung: CV. Nurilmi Semesta.

Admin. (2015). Revisi ketentuan produk bersertifikat halal http://www.halalmui.org/images/stories/pdf/SKdirektur/SK41_Rev_Kategori_Produk.pdf.

Admin . (2016). “Halal dan Haram Menurut Islam” . Diakses 22 Juli 2018. <http://www.ilmusaudara.com/2015/10/halal-dan-haram-menurut-islam.html>.

Admin. (2016). “Pengertian Halal dan Haram menurut ajaran Islam” . Diakses 23 Juli 2018. <https://www.halalmuibali.or.id/pengertian-halal-dan-haram-menurut-ajaran-islam/>.

Admin. (2017). “Bisnis Syariah diprediksi tembus angka Rp 38996 triliun pada 2021”, diakses tanggal 21 juli 2018. <https://www.dream.co.id/dinar/bisnis-syariah-diprediksi-tembus-rp38996-triliun-pada-2021-1610071.html>.

Admin. (2014). Hadis tentang menutup aurat bagi wanita. Di akses 30 Juli 2018 <https://www.alfachriyah.org/artikel-wanita-solehah/ayat-ayat-al-quran-hadis-hadis-nabi-serta-pendapat-para-ulama-fiqih-seputar-kewajiban-menutupi-aurat-bagi-wanita/>.

Aparno Rao. (1999). “The many sources of identity: an example of changing affiliations in rural Jammu and Kashmir.” *Ethnic and Racial Studies*. Volume 22 Number 1 Januari.

Bustanul Arifin. “Definisi Makna dan Pengertian Syariah”. Diakses 24 Juli 2018. <https://www.tongkronganislami.net/definisi-makna-dan-pengertian-syariah/>.

Chaney, David. 2004. *Lifestyle, Sebuah Pengantar Komprehensif*. terj. Yogyakarta: Jalasutra.

Dita, Hadis tentang makanan dan minuman halal dan baik. Diakses 5 Agustus 2018. https://www.academia.edu/15794790/Ayat_AL_Quran_dan_Hadits_tentang_Makanan_yang_Baik_dan_Halal_serta_Giat_Bekerja.

Jati. Wasisto, Raharjo. (2015). “Islam Populer sebagai pencarian identitas muslim kelas menengah di Indonesia”. *Jurnal Teosofi* Volume 5/Nomor 1/Juni 2015.al.163. ISSN 20887957.

_____ (2016). “Memaknai Kelas Menengah Sebagai Agen Perubahan Politik Indonesia” *.Jurnal Attahrir* Volume 16 Nomor 1, Mei 2016. 134. ISSN. 133-151134.

- Kuswarno, Engkus. (2009). *Fenomenologi, Konsepsi, Pedoman dan contoh penelitian*. Bandung:Widya Padjadjaran.
- Koran Sindo. (2017). “Percaya diri dengan gaya hidup Syariah”. Dikases 30 Juli 2018. <https://nasional.sindonews.com/read/1036032/162/percaya-diri-dengan-gaya-hidup-syariah-144030019>.
- Kompasiana. (2017). “Harmoni gaya hidup millinela dan perbankan Syariah”. Diakses 01 Agustus 2018. <https://www.kompasiana.com/www.inatanaya.com/5a4b658af133442d861788a2/harmoni-gaya-hidup-milineal-dan-perbankan-syariah?page=all>.
- Mulyana, Deddy, M.A., Ph.D. (2002). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.
- _____ (2003). *Metodelogi komunikasi Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nathasi, 2017. “Komunitas Syar’i Lifestyle dakwahkan gaya hidup syar’I nan modern untuk Muslimah”. Diakses 27 Juli 2018. www.gomuslim.co.id.
- Rahmat, Jalaluddin, Drs., M.Sc. (1999). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.
- Republika.(2017).<https://republika.co.id/berita/ekonomi/syariah-ekonomi/17/09/06/ovv35q291-gaya-hidup-syariah-pada-kelas-menengah-muslim>
<https://suaramuslim.net/gaya-hidup-syari-masa-kini/>
- Siregar, Nina Siti Salmaniah. (2011). “Kajian Tentang Interaksonisme Simbolik”, *Jurnal Perspektif* Volume 4 Nomor 2, Oktober 2011. 102.ISSN. 20850382