

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran secara komprehensif tentang praktik konsumsi perempuan majelis taklim salafi dengan menggunakan perspektif hiperealitas Baudrillard. Majelis taklim merupakan lembaga pendidikan Islam nonformal dengan berbagai macam program dalam mengembangkan dan membina kehidupan keberagamaan yang terus menunjukkan tren yang meningkat. Sementara itu, dilihat dari jumlah jemaah, maka perempuan menjadi jemaah yang jumlahnya lebih banyak dibanding laki-laki.

Penelitian ini menggunakan paradigma interpretif dengan pendekatan kualitatif guna menganalisis praktik konsumsi perempuan majelis taklim salafi di Surabaya. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi partisipasi, wawancara mendalam, dokumentasi, dan studi literatur. Penelitian ini dilaksanakan di Majelis Taklim JN Surabaya. Surabaya dipilih sebagai lokasi penelitian ini karena di wilayah ini terdapat fenomena meningkatnya jumlah majelis taklim dan jumlah kelas menengah muslim. Informan dalam penelitian ini sebanyak 31 orang yang dipilih menggunakan teknik *snowball sampling* terdiri atas 5 orang pengurus inti, 23 orang anggota jemaah dengan *background* wirausaha, pensiunan pegawai negeri sipil, ibu rumah tangga, 2 orang Ustaz, serta 1 orang dari akademisi. Data dianalisis dengan menggunakan teknik analisis Miles dan Huberman dengan rangkaian sebagai berikut: (a) reduksi data (*data reduction*), (b) sajian data (*data display*), dan (c) penarikan kesimpulan (*conclusion drawing/verification*). Teori yang digunakan untuk mencabar adalah teori hiperealitas Jean Baudrillard.

Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa identitas Majelis Taklim JN dikonstruksi oleh komponen yang ada di dalamnya (ustaz, materi, cara pembelajarannya, jemaah, media) dan majelis taklim membawa jemaah untuk berhijrah (bertransformasi) dari belum salafi menjadi salafi baik secara ideologis yang diikuti oleh perilaku dan aspek budaya materi yang lain. Kehidupan religiusitas jemaah meningkat, yakni peningkatan pada pemahaman dan perilaku keagamaan, bahkan ada yang hiperreligius. Di samping itu, realitas menunjukkan ada beberapa ketidaksinkronan antara realitas dengan ajaran salafi, utamanya terjadinya praktik konsumsi di majelis taklim. Merujuk pada pemikiran Baudrillard, bahwa praktik konsumsi – konsumsi tanda – di majelis taklim mewujudkan pada (1) penggunaan fesyen muslim yang *glamour* dan *branded* oleh jemaah; (2) ‘rasa bangga’ karena menjadi anggota kelompok salafi; (3) ‘rasa bangga’ karena jemaah yang berasal dari kalangan menengah-atas; (4) tata letak/posisi jemaah pada pelaksanaan kajian.

**Kata Kunci:** praktik konsumsi, perempuan, majelis taklim salafi, hiperealitas, Baudrillard.

## ABSTRACT

This study aims to obtain a comprehensive picture of the consumption practice of women in Majelis Taklim Salafi using hyperreality conception in Baudrillard's perspective. Majelis Taklim is a non-formal Islamic education institution with various programs in developing and fostering religious life which continues to show an increasing trend. Meanwhile, referring to the number of congregations, women are more dominant than men.

This study uses an interpretive paradigm with qualitative approach to analyze the women consumerism practice in Majelis Taklim Salafi in Surabaya. Data collection technique is participatory observation, in-depth interviews, documentation, and review of related literature. This research was conducted at Majelis Taklim JN Surabaya. Surabaya is chosen as the location of this study because in this city, there is phenomenon of increasing Muslim middle class. The informants in this study are 31 people who were selected using the snowball sampling technique consisting of 5 core managers, 23 congregation members with an entrepreneurial background, retired civil servants, housewives, 2 chaplains, and an academic correspondent. Data are analyzed using Miles and Huberman's analysis technique with the following steps: (a) data reduction, (b) data display, and (c) conclusion (drawing/verification). The theory uses Jean Baudrillard's theory of hyperreality.

The results of this study indicate that the identity of the Majelis Taklim JN Surabaya is constructed by the components in it (chaplain, material, learning methods, congregation, and media) and Majelis Taklim assembly have the congregations migrate (transform—*hijrah*) from non-*Salafi* to *Salafi* ideologically followed by behavior and other cultural aspects. The religious life of the congregations increases in religious understanding and behavior, and some are even hyper-religious. In addition, the reality exposes that there are some inconsistencies between the reality and Salafi teachings, especially about the consumerism practice. Referring to Baudrillard's thought, the consumerism practice – sign consumption – in Majelis Taklim JN Surabaya manifests in: (1) the use of glamorous and branded Muslim fashion by the congregation; (2) “pride” of being a member of a Salafi group; (3) “pride” because the congregations who are from the upper middle class; and (4) the layout/position of the congregation in conducting the study.

Key words: consumerism practice, women, Majelis Taklim Salafi, Hyperreality, and Baudrillard.