

**KONSTRUKSI SOSIAL KONSUMSI KOSMETIK
HALAL OLEH PEREMPUAN MUSLIM
(Studi pada Delapan Pengguna Kosmetik Halal di Jakarta dan
Bekasi)**



Salbiah

4825122475

Skripsi ini Disusun untuk Memenuhi Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

**PROGRAM STUDI SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2017**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Salbiah

NIM : 4825122475

Judul : **Konstruksi Sosial Konsumsi Kosmetik Halal oleh Perempuan Muslim
(Studi pada Delapan Pengguna Kosmetik Halal di Jakarta dan Bekasi)**

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul tersebut di atas adalah murni hasil karya penulis sendiri, dan sepanjang pengetahuan penulis juga tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara kaidah penelitian yang berlaku, dan bukan merupakan jiplakan dari hasil karya orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 16 Agustus 2017



Salbiah

4825122475

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

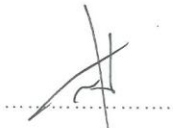


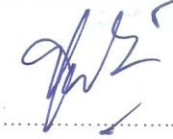

Penanggung Jawab/Dekan Fakultas Ilmu Sosial

Universitas Negeri Jakarta



Dr. Muhammad Zid, M.Si

NIP. 19630412 199403 1 002

No	Nama	TTD	Tanggal
1	<u>Abdul Rahman Hamid, SH., MH</u> NIP. 19740504 200501 1 002 Ketua Sidang		14-08-17
2	<u>Ahmad Tarmiji, M.Si</u> NIDK. 8856100016 Sekretaris Sidang		16-08-17
3	<u>Yuanita Aprilandini, M.Si</u> NIP. 19800417 201012 2 001 Penguji Ahli		09-08-17
4	<u>Abdi Rahmat, M.Si</u> NIP. 19730218 200604 1 001 Dosen Pembimbing I		15-08-17
5	<u>Rusfadia Saktiyanti Jahja, M.Si</u> NIP. 19781001 200801 2 016 Dosen Pembimbing II		11-08-17

Tanggal Lulus : 13 Juli 2017

ABSTRAK

Salbiah. Konstruksi Sosial Konsumsi Kosmetik Halal oleh Perempuan Muslim (Studi pada Delapan Pengguna Kosmetik Halal di Jakarta dan Bekasi). Skripsi. Jakarta: Program Studi Sosiologi Pembangunan, Jurusan Sosiologi. Fakultas Ilmu Sosial. Universitas Negeri Jakarta. 2017.

Skripsi ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana konstruksi sosial dalam konsumsi kosmetik halal oleh perempuan Muslim, dengan merujuk pada tujuan yang hendak dibangun dan alasan perempuan Muslim mengonsumsi kosmetik halal. Selain itu juga membahas bagaimana perempuan Muslim mendapatkan pengetahuan agama serta bagaimana pengaruh nilai-nilai agama diterapkan pada kehidupan sehari-hari sehingga muncul kesadaran dalam mengonsumsi produk halal, khususnya pada kosmetik.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Penelitian ini dilakukan pada wilayah Bekasi dan Jakarta. Waktu penelitian dimulai dari Oktober sampai dengan Desember 2016. Sedangkan waktu penyusunan terhitung dari bulan Agustus 2016 hingga saat ini Juli 2017. Informan dalam penelitian ini merupakan delapan perempuan Muslim pengguna kosmetik halal dengan beragam rentang waktu pemakaian kosmetik dan juga memiliki latar belakang tingkat pendidikan formal yang sama. Selain itu, informan juga merupakan perempuan Muslim yang sudah bekerja. Sedangkan data sekunder diperoleh melalui studi literatur, internet, dan studi pustaka lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini. Penelitian ini menggunakan teknik observasi, teknik wawancara, dan studi literatur dalam pengumpulan data.

Penelitian ini menemukan bahwa keluarga, lingkungan sosial, lembaga pendidikan, serta media massa berperan dalam proses pemahaman nilai-nilai agama, salah satunya pengetahuan hukum halal. Selain itu, konsumsi kosmetik halal dilakukan sebagai cara perempuan Muslim untuk beradaptasi dengan lingkungan sosialnya. Selain itu, konsumsi kosmetik halal merupakan pemenuhan kebutuhan sebagai bagian dari masyarakat modern dan juga pemenuhan kebutuhan rohani dalam dirinya, seperti perasaan nyaman yang ditimbulkan karena telah mengikuti aturan agama dalam konsumsi.

Kata Kunci: Konstruksi Sosial, Kosmetik Halal, Perempuan Muslim, Konsumsi

ABSTRACT

Salbiah. Social Construction of Halal Cosmetics Consumption among Muslim Women (Case of Study Eight Halal Cosmetics User in Jakarta and Bekasi). Undergraduate Thesis. Jakarta: Study Program Sociology of Development. Faculty of Social Science. State University of Jakarta. 2017.

This study aims to analyze how social construction works on halal cosmetic consumption among Muslim women, by emphasizing on the purposes that will be built and the reasons of consumption. This study also investigates how Muslim women acquire religious knowledge as well as its impact on daily life so that arise consciousness to consume halal product, specifically halal cosmetics products.

Data were collected from eight young Muslim women as the consumer of halal cosmetics products by using the qualitative approach. This study was held in Jakarta and Bekasi and conducted from October 2016 through July 2017. The informants of this study are eight Muslim women as halal cosmetics users who have different time period of using halal cosmetics and have same background of formal education. Other than that, the informants are working women on different fields. Data was collected through interview, observation, and the study of literature.

This study also found that family, social environment, education institution, and mass media playing role on the process of comprehension of religion value, one of which is halal law. Other than that, consumption of halal cosmetics is the way of how they adapted on their social environment. In addition, the consumption of halal cosmetics products is to meet the needs as part of modern society and spirituality, such as self-composed by obey the rules of religious value on consumption.

Key words: Social Construction, Halal Cosmetics, Muslim Women, Consumption

MOTTO

**Kau dilahirkan bersayap,
mengapa mesti merayap
dalam hidup?**

- Rumi

LEMBAR PERSEMBAHAN

*Kupersembahkan skripsi ini untuk orang-orang yang berharga dalam hidupku...
Buat ibu Tuti Yanti yang tidak pernah lelah menjadi penyemangat dan selalu
mendoakan untuk keberhasilan anaknya.. Dalam setiap doanya yang
menginginkan keberhasilan anak bungsunya ini.. Untuk Bapak, Sahlan yang
tidak kenal lelah berjuang untuk keluarga.
Terima kasih atas segala dukungannya, semangat, serta doa-doa yang selalu
mengiringi setiap langkahku. Kalian adalah alasan bagiku untuk segera
menyelesaikan skripsi ini...*

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim....

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT dan junjungan Nabi Besar Muhammad SAW yang selalu memberikan kelancaran dan keajaiban kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari penulisan skripsi ini berjalan dengan baik karena kehendak dan ridho dari-Nya. Serta dengan kekuasaanNya skripsi ini dapat terselesaikan. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada beberapa pihak yang telah banyak memberikan bantuan serta dukungan dalam pengerjaan skripsi ini, yaitu:

1. DR. Muhammad Zid selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Univeristas Negeri Jakarta.
2. DR. Robertus Robet, M.A selaku Koordinator Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta
3. Abdi Rahmat M.Si selaku dosen pembimbing I serta pembimbing akademik. Terima kasih karena telah meluangkan waktu, tenaga dan saran serta masukannya untuk membantu berbagai hal terkait penyusunan skripsi ini, sehingga dapat berjalan dengan lancar.
4. Rusfadia Sakti Yanti Jahja M.Si selaku dosen pembimbing II. Terimakasih banyak atas bimbingan dan kesabaran, masukan dan kritikan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Para informan yang telah meluangkan waktu untuk memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penyusunan skripsi ini serta pihak lain yang telah membantu proses pengerjaan skripsi ini.
6. Seluruh dosen Sosiologi FIS UNJ yang tidak bisa penulis sebutkan namanya satu persatu. Terima kasih sudah memberikan banyak ilmu serta pengalaman yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan, khususnya di kelas Sosiologi Pembangunan Reguler 2012.
7. Kedua orang tua tercinta. Terima kasih sebesar-besarnya untuk selalu memberikan cinta, kasih sayang serta doa yang luar biasa, selalu mendampingi di saat suka dan duka, serta membimbing penulis untuk mengerjakan segala sesuatu dengan sebaik-baiknya
8. Untuk teman-teman terbaik yang telah banyak memberikan bantuan kepada penulis agar skripsi ini terselesaikan, kepada Indah, Devie, Tya, Yohana, Nunung, Nopal, Nika, Nural, Nindy, Sani, Tirja, serta teman-teman lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.
9. Teman-teman seperjuangan di Sosiologi Pembangunan Reguler 2012, terima kasih atas banyaknya pelajaran serta perjuangan bersama untuk mendapatkan gelar sarjana ini.
10. Terima kasih juga untuk Anisa Pertiwi, Isti Admiarti Dewi, Arum Fitrianingrum, Dieni Amalia Zamzami, MUJAHIDAH48 dan teman-teman lainnya yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu. Terima kasih atas

segala dukungan moril dan materil serta doa yang sudah kalian tujukan selama penyusunan skripsi ini.

Terakhir, penulis menyadari bahwa penelitian ini masih mengandung banyak kekurangan. Untuk itu, penulis berharap agar dapat diberikan opini, sumbangan argumen dan saran dalam rangka mengoreksi penelitian ini secara lanjut. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya.

Jakarta, Juli 2017

Salbiah

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
MOTTO	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR SKEMA	xii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Permasalahan Penelitian.....	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
D. Tinjauan Penelitian Sejenis	8
E. Kerangka Konseptual	13
1. Konsep Hukum Halal pada Kosmetik.....	13
2. Konsep Perempuan Muslim	17
3. Teori Konstruksi Sosial.....	20
4. Konsep Konsumsi	23
5. Hubungan Antar Konsep.....	25
F. Metode Penelitian	25
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian	24
2. Lokasi dan Waktu Penelitian	27
3. Subjek Penelitian.....	27
4. Peran Peneliti	29
5. Teknik Pengumpulan Data	30
6. Teknik Analisa Data.....	33
G. Sistematika Penulisan.....	34
BAB II. PERKEMBANGAN KOSMETIK HALAL.....	36
A. Pengantar.....	35
B. Perkembangan Kosmetik.....	36
1. Sejarah Kosmetik	36
2. Penggolongan Kosmetik	40
3. Perkembangan Fungsi dan Makna Kosmetik.....	43
C. Kosmetik Halal di Indonesia	45
1. Perkembangan Industri Kosmetik di Indonesia	45
D. Latar Belakang Sosial dan Ekonomi Informan	53

E. Penutup	56
BAB III. PROSES KONSTRUKSI SOSIAL KONSUMSI KOSMETIK HALAL OLEH PEREMPUAN MUSLIM	58
A. Pengantar	58
B. Keputusan Konsumsi Kosmetik Halal	59
1. Pengetahuan Tentang Kosmetik Halal	58
2. Sikap terhadap Keberadaan Kosmetik Halal	61
3. Kebutuhan untuk Mengonsumsi Kosmetik	67
C. Pemahaman Agama oleh Informan	73
1. Sumber dan Sosialisasi Nilai-nilai Agama pada Informan	74
2. Refleksi Nilai-nilai Agama dalam Kehidupan Ekonomi dan Sosial	80
D. Keputusan dalam Konsumsi Kosmetik Halal	89
1. Pertimbangan Nilai Agama dalam Konsumsi Kosmetik Halal	90
2. Pertimbangan Jaminan Keamanan Produk Kosmetik Halal	93
E. Penutup	94
BAB IV. KONSTRUKSI SOSIAL KONSUMSI KOSMETIK HALAL OLEH PEREMPUAN MUSLIM	96
A. Pengantar	96
B. Pembentukan Konstruksi Sosial Konsumsi Kosmetik Halal	97
1. Obyektivasi: Proses Informan Mendapatkan Pengetahuan Hukum Halal	97
2. Internalisasi: Identifikasi Infoeman sebagai Bagian dari Lingkungan Sosial	104
3. Eksternalisasi: Adatasi Informan melalui Konsumsi Kosmetik Halal	108
BAB V. PENUTUP	112
A. Kesimpulan	112
B. Saran	114
DAFTAR PUSTAKA	116
LAMPIRAN	118

DAFTAR TABEL

1.	Tabel I.1 Perbandingan Penelitian Sejenis.....	11
2.	Tabel I.2 Profil Singkat Informan	28
3.	Tabel II.1 Perkembangan dan Kegunaan Kosmetik di Dunia.....	39
4.	Tabel II.2Daftar Produk Kosmetik Halal dengan Sertifikasi MUI	50
5.	Tabel III.1 Padangan Individu dalam Memaknai Hukum Berhias	67

6.

DAFTAR GAMBAR

1.	Gambar III.1 Dian Pelangi sebagai <i>Ambassador</i> Wardah	46
2.	Gambar III.2 Salah Satu Strategi Promosi PT Unilever	48
3.	Gambar III.3 Kosmetik Halal Korea.....	50

DAFTAR SKEMA

Skema I.1 Alur Berpikir.....	25
Skema III.1 Kategorisasi Motivasi Informan dalam Menggunakan Kosmetik.....	73
Skema III.2 Sumber dan Sosialisasi Nilai-nilai Agama Pada Informan	79
Skema III.3 Refleksi Nilai-nilai Agama dalam Kehidupan Sosial dan Ekonomi	89
Skema III.4 Keputusan Individu Mengonsumsi Kosmetik Halal	94
Skema IV.1 Proses Sosialisasi Nilai-nilai Keagamaan.....	103
Skema IV.2 Proses Konstruksi Sosial.....	111

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kosmetik telah menjadi salah satu alat pemuas kebutuhan perempuan akan kecantikan pada saat ini. Perempuan pun melakukan konsumsi kosmetik sebagai cara untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Survei Nielsen pada tahun 2013 menunjukkan terjadinya peningkatan pada konsumsi kosmetik di Indonesia. Laporan tersebut menunjukkan adanya peningkatan konsumsi kosmetik di wilayah urban (perkotaan) tumbuh 9,4 persen dari Rp 554 miliar menjadi Rp 606 miliar. Sementara itu, konsumsi di wilayah rural (pedesaan) meningkat yaitu 27,5 persen dari Rp 64 miliar menjadi Rp 82 miliar¹.

Peningkatan minat perempuan untuk mengonsumsi kosmetik memang tidak lepas dari peningkatan jumlah perempuan di Indonesia yang mengalami perubahan gaya hidup². Perubahan gaya hidup pada masyarakat ini dapat dicirikan dengan budaya tontonan, perkembangan kelompok masyarakat pesolek, estetisasi penampilan diri, dan penampakan luar³. Masyarakat ini pun melakukan usaha untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup tersebut melalui konsumsi yang dilakukannya.

Selain itu, peningkatan minat perempuan untuk mengonsumsi kosmetik juga merupakan akibat dari para pelaku dalam industri kosmetik yang dengan gencar

¹Lihat Qommarria Rostanti/Nidia Zuraya di *Pasar Kosmetik di Indonesia Sangat Menjanjikan*, diakses melalui *Republika.co.id* 24 September 2015, diakses pada Senin, 18 April 2016.

²*Ibid.*

³Bagong Suyanto, *Sosiologi Ekonomi Kapitalisme dan Konsumsi di Era Post-Modernisme*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013) hlm.145.

mengiklankan produk kosmetiknya melalui promosi di media massa dan media sosial. Hal tersebut menyebabkan perempuan tidak dapat terlepas dari keberadaan kosmetik dan berpotensi untuk terus mengonsumsi kosmetik. Keadaan ini pun dapat menjadi peluang sebagai pasar yang sangat potensial bagi para produsen kosmetik.

Salah satu usaha yang dilakukan produsen untuk memperluas pasar kosmetik adalah dengan melakukan inovasi produk yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat, seperti dengan adanya produk kosmetik halal. Keberadaan produk kosmetik halal merupakan tanggapan atas kebutuhan para perempuan Muslim untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup yang sesuai dengan aturan agama. Halal sendiri merupakan konsep yang digunakan dalam agama Islam untuk mengatur individu terhadap apa yang boleh dikonsumsi dan dilakukan yang berpedoman pada Al Qur'an dan Hadist. Konsumsi halal itu sendiri tidak hanya mencakup produk pangan saja. Halal memiliki makna yang luas yakni sebagai aturan bagi umat Islam untuk melakukan tindakan yang meliputi segala aspek dalam kehidupan mereka, seperti dalam pekerjaan, perbankan, busana, kosmetik dan sebagainya.

Fenomena keberadaan kosmetik halal memang cukup menarik untuk diteliti. Hal ini karena dalam agama Islam sendiri terdapat berbagai perbedaan pendapat mengenai hukum dalam berhias. Ada yang membolehkannya dengan berbagai syarat tertentu dan ada pula yang tidak mengizinkannya sama sekali. Seperti pada Hadist yang diriwayatkan oleh Ahmad, Abu Daud, dan An-Nasa'i yang menyatakan

bahwa perempuan tidak boleh berhias selain untuk suaminya⁴. Melalui Hadist tersebut dapat dipahami bahwa perempuan diperbolehkan untuk berhias dengan syarat jika ditunjukkan kepada suaminya. Selain itu, pandangan lainnya mengatakan larangan dalam berhias terdapat dalam Al Qur'an pada surat Al Ahzaab ayat 33 yang menyatakan bahwa larangan bagi kaum wanita untuk berhias dan bertingkah laku seperti orang jahiliah dahulu⁵. Terlepas dari berbagai perbedaan pandangan tersebut, kosmetik halal saat ini tetap terus dipromosikan secara gencar melalui iklan di berbagai media.

Saluz, dalam *Youth and Pop Culture in Indonesian Islam*, menyebutkan bahwa keberadaan kosmetik halal sendiri merupakan bagian dari berkembangnya budaya pop Islam di Indonesia⁶. Kosmetik halal merupakan salah satu produk budaya dari karakteristik gaya hidup umat Muslim yang menyatukan praktik konsumsi dengan nilai-nilai agama Islam. Sebagai bagian dari masyarakat, umat Muslim sendiri memang tidak dapat menghindari perubahan sosial dan pengaruh budaya global. Namun demikian, mereka pun tetap ingin menjalankan praktik nilai-nilai agama Islam dalam kehidupan mereka.

Saluz juga mengungkapkan bahwa anak muda Muslim memiliki pengaruh yang sangat penting dalam perkembangan budaya pop Islam, khususnya di

⁴Syaikh Kamil Muhammad 'Uwaidah, *Fiqih Wanita*, (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2008), hlm. 697.

⁵*Ibid.*

⁶Claudia Nef Saluz, *Youth and Pop Culture in Indonesian Islam*, dalam jurnal *Studia Islamica Indonesian Journal for Islamic Studies*, (Jakarta: Center for the Study of Islam and Society (PPIM), UIN Syarif Hidayatullah, 2009), hlm. 227.

Indonesia⁷. Anak muda berperan penting dalam mengekspresikan diri mereka sebagai seorang Muslim melalui pilihan konsumsi yang dilakukannya. Mereka juga memiliki pengalaman dalam peristiwa sosial-politik di akhir-akhir kekuasaan Orde Baru, globalisasi gaya hidup, inovasi teknologi digital, kemajuan ekonomi yang pesat yang kemudian diikuti krisis yang dalam, juga ancaman terorisme global. Peristiwa sosial-politik yang lekat dalam kehidupan mereka ini menciptakan warna baru dalam ekspresi kehidupan keislaman di Indonesia.

Selain itu, Saluz pun menambahkan bahwa terdapat proses hibridisasi dalam membangun identitas anak muda dengan cara mengadaptasi pengaruh global dari Barat yaitu kebudayaan populer dan nilai-nilai agama⁸. Produk budaya ini masuk ke dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Muslim dalam bentuk komoditas, seperti majalah Islam, musik nasyid, pakaian, jilbab gaul, dan kosmetik halal. Saat ini masyarakat Muslim, khususnya anak muda, sudah tidak asing lagi dan tidak dapat dipisahkan dari produk budaya ini. Namun di sisi lain fenomena ini merupakan fakta bahwa Islam mengalami suatu proses komodifikasi. Merembaknya berbagai jenis produk dengan memunculkan nilai-nilai Islam sebagai ragam simbolnya menjadi suatu hal yang sangat prospektif untuk dipasarkan.

Berdasarkan pada hal tersebut, dapat dikemukakan bahwa perkembangan kosmetik halal tidak dapat dipisahkan dengan perubahan sosio-kultural yang dialami oleh masyarakat. Tindakan konsumsi kosmetik halal yang dilakukan oleh perempuan

⁷*Ibid*, hlm.229.

⁸*Ibid*, hlm.230.

Muslim pun tidak dapat terlepas dari pemaknaan agama yang diyakininya. Hal ini karena dalam agama Islam itu sendiri, hukum berhias pada perempuan memiliki banyak perbedaan pandangan. Melalui tulisan ini, penulis berusaha untuk menemukan konstruksi sosial atas konsumsi kosmetik halal yang dilakukan oleh perempuan Muslim. Kosmetik yang dimaksud dalam penelitian ini merupakan kosmetik yang digunakan sebagai tata rias wajah atau kosmetik dekoratif. Sedangkan halal yang menjadi tolok ukur penelitian ini ialah produk yang telah memiliki izin sertifikasi halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI).

B. Permasalahan Penelitian

Penjabaran melalui latar belakang sebelumnya menegaskan bahwa agama masih memiliki peran dalam menentukan pola konsumsi gaya hidup yang dilakukan masyarakat Muslim di Indonesia. Bagi masyarakat ini, hukum halal dijadikan sebagai pedoman dalam melakukan konsumsi yang tidak hanya meliputi konsumsi makanan saja namun juga konsumsi gaya hidup. Hal ini pun mendorong adanya usaha produsen untuk menciptakan pasar tersendiri yang mempertimbangkan hukum halal bagi umat Islam. Maka tidak heran jika saat ini sering didengar keberadaan konsep halal dalam berbagai produk seperti makanan, minuman, perbankan, wisata, hingga kosmetik.

Kosmetik halal dipilih sebagai objek dalam penelitian ini dengan alasan perkembangan kosmetik halal terjadi akibat dari perubahan sosial yang di alami masyarakat juga, khususnya dalam pembentukan gaya hidup masyarakat Muslim.

Selain itu, jika berbicara tentang berhias diri pada perempuan, hakikatnya akan menimbulkan berbagai pendapat yang berbeda dalam memaknainya. Meskipun demikian, keberadaan kosmetik halal saat ini kian ramai dipromosikan melalui berbagai media dalam masyarakat. Hal tersebut pun dapat menandakan bahwa kosmetik halal memiliki pengaruh yang kuat pada praktik konsumsi yang dilakukan oleh umat Islam.

Oleh karena itu, penelitian ini berusaha menganalisa konstruksi sosial atas tindakan konsumsi produk halal yang dilakukan oleh masyarakat, yaitu perempuan Muslim. Praktik konsumsi halal memang tidak terlepas dari ajaran agama atau keyakinan individu. Namun dalam hal ini, penulis juga mempertimbangkan aspek sosial dan budaya pada individu yang mungkin juga turut berpengaruh dalam membentuk pemaknaan pada diri individu sehingga melakukan tindakan konsumsi kosmetik halal. Berdasarkan uraian di atas, dua pertanyaan penelitian yang dirumuskan adalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana proses konstruksi sosial konsumsi kosmetik halal oleh perempuan Muslim?
- 2) Bagaimana konsumsi kosmetik halal yang dilakukan oleh perempuan Muslim?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Bertumpu dari permasalahan penelitian, tulisan ini bertujuan untuk menemukan konstruksi sosial atas tindakan konsumsi kosmetik halal yang dilakukan oleh perempuan Muslim. Dengan demikian, penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

- 1) Mendeskripsikan proses konstruksi sosial konsumsi kosmetik halal yang dilakukan oleh perempuan Muslim
- 2) Menjelaskan bagaimana konsumsi kosmetik halal yang dilakukan oleh perempuan Muslim

2. Manfaat Penelitian

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menyumbang khasanah pengetahuan mengenai permasalahan peran agama pada masyarakat kontemporer saat ini. Penulis berusaha untuk memberikan pengetahuan baru mengenai makna konsumsi kosmetik halal oleh perempuan Muslim dengan mendeskripsikannya secara rinci. Perlu diingat, konsumsi yang dilakukan masyarakat saat ini bukan semata-mata hanya untuk memenuhi kebutuhan secara jasmani saja. Namun juga terdapat makna-makna sosial yang menarik untuk dikaji lebih dalam.

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai wadah untuk menambah dan memperluas literatur akademis dalam kajian sosiologi agama. Penelitian ini mengedepankan pengetahuan melalui perspektif sosial dalam ranah

sosiologi yang dapat menjadi dijadikan masukan dalam perkembangan penelitian terhadap suatu fenomena sosial yang terjadi pada perempuan Muslim.

D. Tinjauan Penelitian Sejenis

Dalam melakukan penelitian ini, penulis terlebih dahulu mengumpulkan dan meninjau beragam studi sejenis. Hal ini dilakukan untuk memudahkan penulis menemukan fokus penelitian yang hendak dilakukan. Melalui tinjauan ini, penulis diharapkan dapat memperdalam khasanah pengetahuan yang terlewat dari penelitian-penelitian dengan tema sejenis yang sebelumnya pernah dilakukan. Selain itu, penulis juga dapat memperkaya sumber dan referensi dalam melakukan penelitian ini melalui penelitian-penelitian tersebut.

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Azreen Jihan dan Rosidah Musa⁹, dengan judul *Factors Influencing Attitude Towards Halal Cosmetic Among Young Adult Urban Muslim Women: A Focus Group Analysis* bertujuan untuk mengidentifikasi faktor yang dipertimbangkan dalam konsumsi kosmetik halal. Penelitian dilakukan kepada dua kelompok perempuan Muslim yang merupakan anak muda (dengan umur antara 19-35 tahun) pengguna kosmetik halal dan bukan pengguna kosmetik halal. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitatif dengan mengajukan beberapa pertanyaan mendalam terhadap subjek penelitian. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa halal tidak menjadi prioritas utama bagi perempuan Muslim dalam membeli kosmetik. Sedangkan hal terpenting

⁹Azreen Jihan dan Rosidah Musa, *Factors Influencing Attitude Towards Halal Cosmetic Among Young Adult Urban Muslim Women: A Focus Group Analysis*, dalam Jurnal *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, Vol. 130, 15 Mei 2014, hlm. 129-134.

yang menjadi pertimbangan dalam membeli kosmetik, yaitu bahan-bahan yang digunakan dalam kosmetik tersebut.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Claudia Nef-Saluz¹⁰ yang berjudul *Youth and Pop Culture in Indonesian Islam*, dalam jurnal *Studia Islamica Indonesian Journal for Islamic Studies* berfokus pada fenomena komodifikasi nilai-nilai Islam yang ditampilkan melalui berbagai produk budaya keseharian sehingga tampak familiar bagi masyarakat Muslim di Indonesia. Penelitian yang dilakukan oleh Saluz ini menunjukkan keberadaan perempuan Muslim, khususnya pada kalangan anak muda, dalam menerima arus budaya global. Dalam penelitian ini, dijabarkan oleh Saluz bagaimana masyarakat Muslim di Indonesia menghadapi gelombang budaya tersebut dengan menggunakan istilah hibridisasi, akulturasi, dan komodifikasi.

Ketiga, penelitian ini dilakukan oleh Kementerian Agama RI¹¹ yang berjudul *Perilaku Komunitas Muslim Perkotaan dalam Mengonsumsi Produk Halal* mengulas bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan responden dengan persepsi mereka terhadap produk halal. Peningkatan pengetahuan responden atas produk halal secara positif akan meningkatkan persepsi terhadap produk halal. Pengetahuan dan persepsi secara bersama berpengaruh positif terhadap perilaku responden dalam mengonsumsi produk halal. Selain hal tersebut, aktifitas keagamaan secara positif signifikan mempunyai kontribusi terbesar terhadap peningkatan

¹⁰ Claudia Nef-Saluz, *Op.Cit.*

¹¹Muchitch A. Karim (Editor), *Perilaku Komunitas Muslim Perkotaan dalam Mengonsumsi Produk Halal*, (Jakarta: Badan Litbang dan Diklat Puslitbang Kehidupan Keagamaan Kementerian Agama RI, 2013). hlm. 54.

pengetahuan dan persepsi responden akan produk halal dibandingkan faktor lingkungan dan pendidikan.

Keempat, penelitian yang menjadi rujukan peneliti adalah penelitian yang dilakukan oleh Megawati Simanjuntak dan Muhammad Mardi Dewantara¹² dengan judul *The Effect of Knowledge, Religiosity Value, and Attitude on Halal Label Reading Behavior of Undergraduate Student* meneliti dampak dari pengetahuan, sikap, dan nilai religiositas yang dapat mempengaruhi perilaku membaca label halal pada produk. Penelitian ini menemukan bahwa tidak ada keterkaitan antara pengetahuan dan perilaku membaca label halal serta pengetahuan tidak mempengaruhi sikap. Sedangkan nilai-nilai religiositas mempengaruhi perilaku membaca label halal pada produk makanan.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Ahlam Nuwairah Ahmad, Azmawani Abd Rahman, dan Suhaimi Ab Rahman¹³ yang berjudul *Assessing Knowledge and Religiosity on Consumer Behavior towards Halal Meat and Cosmetic Products* bertujuan untuk menganalisis hubungan antara pengetahuan dan agama dalam sikap terhadap produk makanan halal dan produk kosmetik. Selain itu, penelitian ini juga melihat ada atau tidaknya perbedaan antara sikap konsumen terhadap produk kosmetik dan makanan halal. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku

¹²Megawati Simanjuntak dan Muhammad Mardi Dewantara, *The Effect of Knowledge, Religiosity Value, and Attitude on Halal Label Reading Behavior of Undergraduate Student*, dalam *Asean Marketing Journal*, Vol. 6 No. 2, Januari 2014, hlm. 65-76.

¹³Ahlam Nuwairah Ahmad, dkk, *Assessing Knowledge and Religiosity on Consumer Behavior towards Halal Meat and Cosmetic Products*, dalam *International Journal of Social Science and Humanity*, Vol.5, No. I, Januari 2015. hlm. 10-14.

responden terhadap produk makanan halal lebih sensitif dibandingkan produk kosmetik halal. Masyarakat memiliki kepekaan yang lebih signifikan untuk menentukan konsumsi makanan halal dibandingkan dengan konsumsi kosmetik halal. Selain itu, tingkat religiositas individu lebih berpengaruh secara signifikan dibandingkan dengan tingkat pengetahuan individu dalam mengonsumsi produk halal. Penelitian ini pun menunjukkan bahwa religiositas memiliki pengaruh yang besar bagi individu dalam melakukan tindakan konsumsi.

Tabel I.1.
Perbandingan Penelitian Sejenis dengan Posisi Peneliti

Nama Peneliti	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
Azreen Jihan dan Rosidah Musa	<i>Factors Influencing Attitude Towards Halal Cosmetics Among Young Adult Urban Muslim Women: A Focus Group Analysis</i>	Pembahasan mengenai identifikasi faktor-faktor yang berpengaruh dalam konsumsi kosmetik halal oleh perempuan muslim urban	Penelitian ini hanya meneliti hal-hal yang berpengaruh dalam konsumsi kosmetik halal	Halal tidak menjadi prioritas utama bagi perempuan Muslim dalam membeli kosmetik
Claudia Nef-Saluz	<i>Youth and Pop Culture in Indonesian Islam</i>	Menganalisis budaya-budaya yang telah terakulturasi antara budaya lokal dengan budaya global	Penelitian ini tidak menjadikan kosmetik sebagai objek utama dalam penelitian.	Budaya global akan mampu berintegrasi dalam ranah budaya lokal. Produk budaya pop Islam lain yang pun selalu berkembang dinamis dan notabene telah menemukan pijakan utamanya pada generasi muda.

Nama Peneliti	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
Kementerian Agama RI	Perilaku Komunitas Muslim Perkotaan dalam Mengonsumsi Produk Halal	Menganalisis perilaku konsumen Muslim di perkotaan dalam mengonsumsi produk halal	Penelitian ini hanya menjadikan makanan dan minuman sebagai objek penelitian	Pengetahuan dan persepsi secara bersama berpengaruh positif terhadap perilaku responden dalam mengonsumsi produk halal.
Megawati Simanjuntak dan Muhammad Mardi Dewantara	<i>The Effects of Knowledge, Religiosity Value, and Attitude on Halal Label Reading Behavior of Undergraduate Students</i>	Penelitian ini memiliki persamaan yaitu membahas bagaimana agama mempengaruhi perilaku masyarakat Muslim terhadap produk halal.	Penelitian ini hanya meneliti faktor-faktor penyebab dalam membaca label halal pada konsumen pada produk makanan dan minuman.	Tidak ada keterkaitan antara pengetahuan dan perilaku membaca label halal pada produk; nilai religius mempengaruhi perilaku membaca label halal; sikap konsumen hanya dipengaruhi oleh nilai religius berdampak langsung kepada perilaku konsumen dalam membaca label halal pada produk.
Ahlan Nuwairah Ahmad, Azmawani Abd Rahman, dan Suhaimi Ab Rahman	<i>Assessing Knowledge and Religiosity on Consumer Behavior towards Halal Meat and Cosmetic Products</i>	Menganalisis pengaruh agama dalam sikap terhadap konsumsi kosmetik halal	Mencari perbedaan hubungan pengetahuan dan religiositas dalam sikap terhadap produk makanan dengan produk kosmetik.	Terdapat perbedaan yang sangat signifikan antara dua produk. Perilaku responden ada produk makanan halal lebih sensitif dibandingkan dengan produk kosmetik halal.

Sumber: Diolah dari tinjauan penelitian sejenis, 2016

Tabel I.1. menunjukkan beberapa studi yang pernah dilakukan dan memiliki kemiripan dengan penelitian yang peneliti akan ajukan. Studi-studi yang peneliti jadikan sebagai tinjauan pustaka menunjukkan beberapa kesamaan yaitu pengaruh agama dalam konsumsi masyarakat terutama dalam pemilihan produk halal. Selain

itu, beberapa tulisan juga membahas bercampurnya nilai-nilai agama dengan budaya modern yang kemudian diadopsi menjadi gaya hidup baru, khususnya oleh anak muda perkotaan. Dengan demikian, penelitian ini berusaha untuk menyatukannya menjadi sebuah penelitian baru. Pertama, fokus penelitian adalah mengenai pemaknaan konsumsi kosmetik halal oleh perempuan Muslim. Kedua, analisis faktor-faktor yang membentuk kecenderungan perempuan Muslim untuk mengonsumsi produk kosmetik halal.

E. Kerangka Konseptual

Adapun konsep-konsep yang digunakan dalam penelitian ini guna menjelaskan makna yang terkandung dalam tindakan konsumsi kosmetik halal oleh perempuan Muslim, yaitu:

1. Konsep Hukum Halal pada Kosmetik

Halal merupakan istilah di dalam Al Qur'an yang berarti dibolehkan atau diizinkan sesuai dengan aturan agama Islam¹⁴. Ketentuan halal dalam agama Islam diatur dalam Al Qur'an¹⁵, Hadist, dan para ahli fiqih: Imam Hanafi, Imam Syafi'i, Imam Hambali, dan Imam Maliki¹⁶. Menurut Prof. Dr. KH. Ali Mustofa Ya'kub, MA suatu makanan atau minuman dikatakan halal apabila masuk kepada lima kriteria, yaitu: *pertama*, makanan dan minuman tersebut *thayyib* (baik) yaitu sesuatu yang dirasakan

¹⁴Jusmaliani dan Hanny Nasution, *Religiosity Aspect in Consumer Behaviour: Determinants of Halal Meat Consumption*, dalam *Jurnal ASEAN Marketing Journal* vol. 1 No. 2 tahun 2009, hlm. 3.

¹⁵Dalam Al Qur'an surat Al Baqarah ayat 168 dan 172, Al Ma'idah ayat 88, dan An Nahl ayat 114, Allah memerintahkan kepada umat Muslim agar memakan yang halal atas apa yang Allah rezekikan bagi dirinya.

¹⁶Jusmaliani dan Hanny Nasution, *Op.Cit.*

enak oleh indra atau jiwa tidak menyakitkan dan menjijikkan, *kedua*, tidak mengandung *dharar* (bahaya); *ketiga*, tidak mengandung najis; *keempat*, tidak memabukkan; *kelima*, tidak mengandung organ tubuh manusia¹⁷. Selain itu, halal juga berkaitan pada bagaimana cara mendapatkannya dan proses pengolahannya. Contohnya pada daging, kehalalan produk daging juga berkenaan dengan proses hewan tersebut saat disembelih.

Konsumsi halal itu sendiri tidak hanya mencakup produk pangan saja. Halal memiliki makna yang luas sebagai aturan bagi umat Islam untuk melakukan tindakan yang meliputi segala aspek dalam kehidupan mereka, seperti dalam pekerjaan, perbankan, *fashion*, dan sebagiannya. Bagi sebagian masyarakat Muslim, halal merupakan hal yang penting karena aturan tersebut merupakan tanggung jawab langsung atas dirinya dan Allah SWT. Praktik konsumsi halal pun dianggap oleh sebagian umat Islam sebagai bentuk ibadah sehari-hari yang menunjukkan tingkat keimanan individu pada nilai-nilai agama yang diyakininya. Sehingga tidak jarang keyakinan ini menjadi preferensi bagi umat Muslim dalam menentukan konsumsi yang dilakukannya.

Perlindungan konsumen Muslim di Indonesia dilakukan dengan adanya institusi yang menjamin keamanan produk. Majelis Ulama Indonesia (MUI) melalui Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI)¹⁸ merupakan institusi yang melakukan perlindungan terhadap

¹⁷Muchitch A. Karim, *Op.Cit*, hlm.11.

¹⁸*Ibid.*

konsumen Muslim Indonesia. LPPOM-MUI bertugas untuk meneliti, mengkaji, menganalisa dan memutuskan kelayakan produk yang beredar di masyarakat, yaitu produk pangan, obat-obatan, dan kosmetik. Di samping itu, LPPOM MUI memiliki kewenangan memberikan sertifikasi halal pada produk-produk yang beredar di masyarakat.

Pemberian sertifikasi halal ini dilakukan jika produk yang telah didaftarkan oleh produsen lolos pengujian dengan menginvestigasi bahan-bahan yang terkandung dalam produk, kebersihan dalam proses produksi, dan menguji kelayakan tempat saat memproduksi dengan memastikannya sesuai dengan *syari'at* Islam. Selanjutnya, produk yang lolos uji halal tersebut akan diberikan logo halal yang tertera dalam kemasannya. Adanya label halal tersebut dapat menjadi suatu kepastian yang meyakinkan keamanan produk untuk dikonsumsi oleh konsumen Muslim di Indonesia. Keberadaan lembaga merupakan bentuk tanggung jawab pemerintah untuk melindungi konsumen mendapatkan produk yang sesuai dengan perintah agama Islam.

Kosmetik halal¹⁹ merupakan salah satu produk yang mendapatkan jaminan perlindungan halal melalui sertifikasi LPPOM-MUI. Pada kosmetik halal, penggunaan alkohol diperbolehkan karena pemakaiannya dari luar. Artinya pemakaian di tubuh atau kulit. Alkohol ini tidak najis kecuali dari minuman alkohol atau *khamar*. Alkohol yang dilarang untuk digunakan dalam kosmetik adalah etanol atau etil

¹⁹Lembaga Pengkajian Pangan Obat-Obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia, *Panduan Umum Sistem Jaminan Halal LPPOM-MUI*, (Jakarta: LPPOM-MUI, 2008) hlm.15.

alkohol. Alkohol jenis ini biasa digunakan sebagai pelarut pada pewangi atau parfum. Alkohol ini meski ada dalam kosmetik, dianggap setara *khamar* dan tidak boleh diserap oleh kulit. Tapi, alkohol jenis lain seperti setil alkohol dan stearil alkohol yang berasal dari bahan alam seperti minyak kelapa, biasanya ada dalam krim perawatan kulit, diperbolehkan. Sedangkan pada penggunaan plasenta yang berasal dari hewan, diperbolehkan selama hewan tersebut halal untuk dikonsumsi seperti sapi, kambing, kerbau, dan kuda. Namun plasenta yang diambil dari janin binatang hidup. Selain itu juga ketentuan dalam kosmetik halal harus memperhatikan zat-zat berbahaya seperti merkuri. Berbagai aturan ketat lain adalah menjaga kebersihan dan kesucian secara *syari'at* dari alat-alat yang digunakan saat perawatan, sampai material yang digunakan tak boleh berbahan yang membahayakan untuk manusia. Konsumen Muslim dapat dengan mudah mengetahui produk kosmetik halal melalui label halal pada kemasannya atau bisa juga memeriksanya pada daftar sertifikasi halal MUI.

2. Konsep Perempuan Muslim

Perempuan merupakan bagian dari masyarakat yang dapat dibedakan secara jelas dengan laki-laki melalui ciri biologis. Tetapi selain perbedaan yang didasari oleh unsur-unsur biologis, ada pula perbedaan yang didasari atas unsur-unsur sosial yang diciptakan oleh manusia. Sebagai bagian dari masyarakat, perempuan tidak dapat menghindari identitas sosial yang diberikan oleh masyarakat melalui ciri-ciri sosial yang melekat pada dirinya. Perempuan Muslim atau Muslimah merupakan contoh

dari hal tersebut yang menggolongkan perempuan melalui agama yang dianut oleh perempuan, yaitu agama Islam.

Islam sendiri merupakan agama yang memiliki dasar dari ajaran Muhammad dan dapat diartikan sebagai ‘penyerahan diri’²⁰. Dasar ajaran agama Islam tertulis di dalam Al Qur’an dan Sunah yang bersifat mengatur dan secara normatif wajib untuk ditaati oleh setiap Muslim. Perempuan Muslim atau Muslimah pun keberadaannya telah diatur di dalam Al Qur’an dan Sunah. Agama Islam mengatur hak-hak seorang perempuan, seperti hak untuk mendapatkan warisan (seorang anak perempuan mendapat setengah anak laki-laki, hak mendapat pendidikan, hak dalam memilih pasangan, hak untuk mendapat dan menentukan mas kawin (mahar), dan sebagiannya²¹. Namun demikian banyak yang beranggapan bahwa perempuan dalam agama Islam merupakan perwujudan nilai-nilai yang dianut umat beragama dan terikat oleh berbagai peraturan yang ditunjang oleh sistem masyarakat yang patriarkis²². Hal ini dipengaruhi oleh berbagai studi yang dilakukan oleh Barat mengenai kewajiban-kewajiban yang dianggap bersifat mengekang kebebasan perempuan Muslim serta perbedaan kekuasaan antara laki-laki dan perempuan dalam berbagai aspek kehidupan.

Selain mendapatkan haknya, perempuan Muslim tentu saja memiliki berbagai kewajiban yang harus ditaati. Kewajiban-kewajiban inilah yang dianggap oleh

²⁰Annisa Ridzkynoor Beta, 2012. *Konstruksi Identitas Perempuan Muslim dalam Aquila Asia*, Tesis, Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya, Universitas Indonesia, hlm. 19.

²¹Warsito, *Perempuan dalam Keluarga Menurut Konsep Islam dan Barat*, dalam *Profetika: Jurnal Studi Islam*, Vol. 14, No.2 Desember 2013, hlm. 149.

²²Annisa Ridzkynoor Beta, *Loc.Cit*, hlm. 11.

berbagai kajian perempuan Muslim yang dilakukan di Barat sebagai sesuatu yang bersifat memenjarkan, mengekang perempuan dalam kurungan agama dan budaya, dan menjauhkan mereka dari kesempatan untuk mendapatkan pendidikan dan karir yang menunjang²³. Pemahaman atas nilai-nilai agama Islam yang seperti ini tentu saja didasarkan atas sikap dan perilaku masyarakat, sebagai pemeluknya (umat Muslim), yang sangat patriarkis. Corak dan ragam dari pola kewajiban perempuan yang bersifat membelenggu perempuan berkembang mengikuti perkembangan masyarakat dan kebudayaan yang melekat pada masyarakat tersebut²⁴. Kebudayaan pada masyarakat tertentu pun berpengaruh terhadap praktik nilai-nilai agama Islam. Hal ini karena nilai-nilai agama Islam dipraktikkan bersamaan dengan nilai-nilai budaya pada suatu masyarakat tertentu sehingga sangat penting untuk dapat menganalisa antara nilai agama dan nilai budaya.

Pada masyarakat yang terbuka pada budaya-budaya modern, perempuan Muslim memiliki kebebasan untuk menentukan ekspresi agama yang ingin dipilih, sehingga agama Islam digambarkan lebih inklusif, moderat, dan progresif²⁵. Ekspresi keagamaan pada masyarakat modern saat ini berkembang menjadi suatu pilihan gaya hidup. Hal ini dapat dilihat melalui bagaimana nilai-nilai Islam dikemas dalam bentuk komoditas konsumsi, seperti pada jilbab, majalah gaya hidup, *fashion*, makanan, minuman, dan kosmetik halal yang mudah dijumpai saat ini. Pilihan untuk berjalan

²³Warsito, *Loc.Cit*, hlm. 152.

²⁴Nawal al-Sa'dawi dan Hibah Ra'uf Izzat, *Perempuan, Agama, dan Moralitas*, (Jakarta: Erlangga, 2002) hlm. 14

²⁵Annisa Ridzkynoor Beta, *Loc.Cit*, hlm. 29.

praktik nilai-nilai agama dalam kehidupan masyarakat modern didasari atas kesadaran beragama yang meningkat. Hal tersebut berjalan seiring dengan derasnya arus modernisasi dan globalisasi, yang mendorong kebutuhan akan kepastian moral, spiritualitas, dan kesalehan sebagai bentuk pencarian identitas²⁶. Hal ini pun menjadi suatu upaya sebagai bentuk rekonstruksi citra perempuan Muslim sebagai masyarakat yang tertindas menjadi masyarakat modern yang moderat dan progresif.

3. Teori Konstruksi Sosial

Proses konstruksi sosial konsumsi kosmetik halal yang dilakukan oleh perempuan Muslim dalam penelitian ini akan dianalisis dengan menggunakan teori konstruksi sosial dari Peter L. Berger dan Thomas Luckmann. Teori konstruksi sosial (*social construction*) Berger dan Luckmann merupakan teori sosiologi kontemporer yang berpijak pada sosiologi pengetahuan yang terkandung pemahaman bahwa kenyataan dibangun secara sosial, serta kenyataan dan pengetahuan merupakan dua istilah kunci untuk memahaminya. Kenyataan adalah suatu kualitas yang terdapat dalam fenomena-fenomena yang diakui memiliki keberadaan (*being*)-nya sendiri sehingga tidak tergantung kepada kehendak manusia; sedangkan pengetahuan adalah kepastian bahwa fenomen-fenomen itu nyata (*real*) dan memiliki karakteristik yang spesifik²⁷. Oleh karena konstruksi sosial merupakan sosiologi pengetahuan maka implikasinya harus menekuni pengetahuan yang ada dalam masyarakat dan sekaligus

²⁶ *Ibid*, hlm. 28.

²⁷ I. B. Putera Manuaba, *Memahami Teori Konstruksi Sosial*, dalam Jurnal Masyarakat, Kebudayaan dan Politik, Tahun XXI No. 3, Juli-September 2008, hlm. 221.

proses-proses yang membuat setiap perangkat pengetahuan yang ditetapkan sebagai kenyataan.

Berger dan Luckmann berpandangan bahwa kenyataan itu dibangun secara sosial, dengan pengertian bahwa individu-individu dalam masyarakat itulah yang membangun masyarakat. Menurut Berger, masyarakat dan manusia sebagai individu sosial merupakan produk yang dialektis, dinamis, dan plural, bukan sebagai realitas yang tunggal statis dan final. Maka pengalaman individu tidak terpisahkan dengan masyarakatnya. Berger pun mengatakan terdapat tiga proses dialektis yang tidak dapat terpisahkan, yakni *eksternalisasi*, *objektivasi*, dan *internalisasi*²⁸. Berger menjelaskan proses *eksternalisasi* merupakan pencurahan kedirian manusia secara terus menerus dalam dunia, baik dalam aktifitas fisis maupun mentalnya²⁹. Artinya, apa yang dianggap sebagai realitas sosial tidak lepas dari upaya untuk mengekspresikan pemahaman manusia terhadap sebuah realitas. Pada tahap ini, manusia dianggap sebagai makhluk yang senantiasa berubah, dinamis, dan tidak stabil. Karenanya, realitas yang dihasilkan tidak jauh dari kesan tersebut.

Proses selanjutnya adalah proses *objektivasi*, yaitu proses pelembagaan aktivitas fisik maupun mental manusia. Hasil dari proses ini berupa realitas objektif yang bisa jadi akan dihadapi si penghasil itu sendiri sebagai suatu faktisitas yang berada diluar dan berlainan dari manusia yang menghasilkannya (hadir dalam wujud yang nyata). Realitas objektif itu berbeda dengan kenyataan subjektif perorangan. Ia

²⁸ Peter L. Berger & Thomas Luckman, *Tafsir Sosial atas Kenyataan: Risalah tentang Sosiologi Pengetahuan* (Jakarta: LP3ES, 1966) hlm. 87.

²⁹ *Ibid.*

menjadi kenyataan empiris yang bisa dialami oleh setiap orang. Pada tahap ini masyarakat dilihat sebagai realitas yang objektif atau proses interaksi sosial dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan atau mengalami proses institusionalisasi. Dalam proses ini pula, manusia membentuk lembaga-lembaga sosial untuk mengatur aktivitas manusia. Lembaga sosial tersebut terlihat hingga sekarang dalam bentuk adat, agama, nilai, dan norma juga kebudayaan.

Fungsi masyarakat sebagai kenyataan objektif adalah legitimasi, yaitu untuk membuat obyektivasi yang sudah dilembagakan menjadi masuk akal secara subyektif³⁰. Legitimasi berfungsi selain untuk mengatur pola perilaku manusia juga menjadi masuk akal ketika manusia melakukan sesuatu dapat dipahami makna tindakannya. Hal ini pun membuat pentingnya bagi masyarakat untuk membangun organisasi sosial yang bersifat memelihara produk historis masyarakat dan juga menyatukan pemahaman tersebut secara universal. Dalam hal ini, agama merupakan peligitimasi yang kuat di dalam kehidupan masyarakat dengan meletakkan kerangka acuan yang bersifat keramat dan kosmis³¹.

Terakhir adalah proses *internalisasi* adalah pemahaman atau penafsiran individu secara langsung atas peristiwa objektif sebagai pengungkapan makna. Menurut Berger, dalam proses ini, individu mengidentifikasi diri dari berbagai lembaga sosial atau organisasi sosial dimana individu menjadi anggotanya³².

³⁰Nur Syam, 2013, *Tradisi Islam Lokal Pesisiran (Studi Konstruksi Sosial Upacara pada Masyarakat Pesisir Palang, Tuban, Jawa Timur)*, Disertasi, Universitas Airlangga, hlm. 48

³¹*Ibid*, hlm. 50

³²Peter L. Berger & Thomas Luckman, *Op.Cit.*

Internalisasi dalam sosiologi merupakan proses pemasukan nilai pada seseorang yang akan membentuk pola pikir dalam melihat makna dari realitas pengalaman individu tersebut. Sehingga nilai-nilai tersebut bisa terjadi dari berbagai aspek, seperti aspek agama, budaya, maupun norma sosial.

Ketiga momen, yaitu eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi memiliki hubungan dasar dan dipahami sebagai satu proses yang berdialektika satu sama lain. Melalui eksternalisasi, masyarakat merupakan produk manusia; melalui objektivasi, masyarakat menjadi realitas yang unik; dan melalui internalisasi, manusia merupakan produk masyarakat³³. Manusia dan dunia sosialnya berinteraksi satu sama lain, dan produk berbalik memengaruhi produsennya. Masyarakat juga merupakan kenyataan subjektif atau realitas internal yang memerlukan sosialisasi untuk memelihara dan mentransformasikan kenyataan subjektif tersebut³⁴. Eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi merupakan momen dalam suatu proses dialektis yang berlangsung terus-menerus. Masyarakat adalah produk manusia, masyarakat adalah kenyataan objektif, dan manusia adalah produk sosial. Jika dalam proses ini ada satu momen diabaikan maka mengakibatkan terjadinya distorsi.

4. Konsep Konsumsi

Berbicara mengenai konsumsi, keberadaanya memang tidak dapat dilepaskan dari individu, yaitu manusia. Konsumsi pun tidak dapat dipisahkan dengan aspek sosial, kultural dan budaya serta individu yang terlibat di dalamnya. Perubahan sosial

³³ I. B. Putera Manuaba, *Loc.Cit*, hlm. 229.

³⁴ Nur Syam, *Op.Cit*

yang terjadi dalam masyarakat pun menyebabkan perubahan masyarakat dalam memaknai konsumsi yang dilakukannya. Baudrillard menambahkan bahwa konsumsi memiliki fungsi kenikmatan, fungsi individual, pembebasan kebutuhan, pemuasan diri, kekayaan atau konsumsi objek³⁵. Konsumsi dalam perspektif Baudrillard juga dipahami sebagai sistem tanda berdasarkan penafsiran terhadap simbol-simbol sosial, antara lain: perbedaan kelas sosial, gender, ras, dan agama. Sehingga makna yang terkandung dalam konsumsi yang dilakukan oleh masyarakat bermakna lebih dari hanya sekedar menghabiskan barang saja. Hal ini disebut dengan konsumsi simbolik.

Sedangkan dalam analisis konsumsi Islam, perilaku konsumsi seorang muslim tidak hanya sekedar untuk memenuhi kebutuhan jasmani, tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan rohani³⁶. Sehingga dalam perilaku konsumsi seorang Muslim senantiasa memperhatikan syariat Islam. Misalnya, apakah barang dan jasa yang dikonsumsi halal atau haram, tujuan seorang Muslim melakukan aktivitas konsumsi, cara mendapatkan barang untuk dikonsumsi, dan sebagainya.

Agama Islam berisikan nilai dan norma yang bersifat mengatur individu agar tercipta keharmonisan dan keselarasan dalam hidup. Nilai dan norma dalam agama tidak jarang menjadi landasan bagi Muslim dalam menjalankan segala aspek kehidupannya, seperti aspek ekonomi. Perilaku konsumsi pun diatur dalam agama

³⁵Joko Arizal, *Kritik Moeslim Abdurrahman terhadap Budaya Konsumerisme Kelas Menengah*, dalam *Jurnal Lisan Al-Hal* Volume 8, No. 1, Juni 2016. Hlm.61.

³⁶Sarwono, *Analisis Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam*, dalam *Jurnal Innofarn: Jurnal Inovasi Pertanian* Vol.8, No. 1, 2009, hlm. 43.

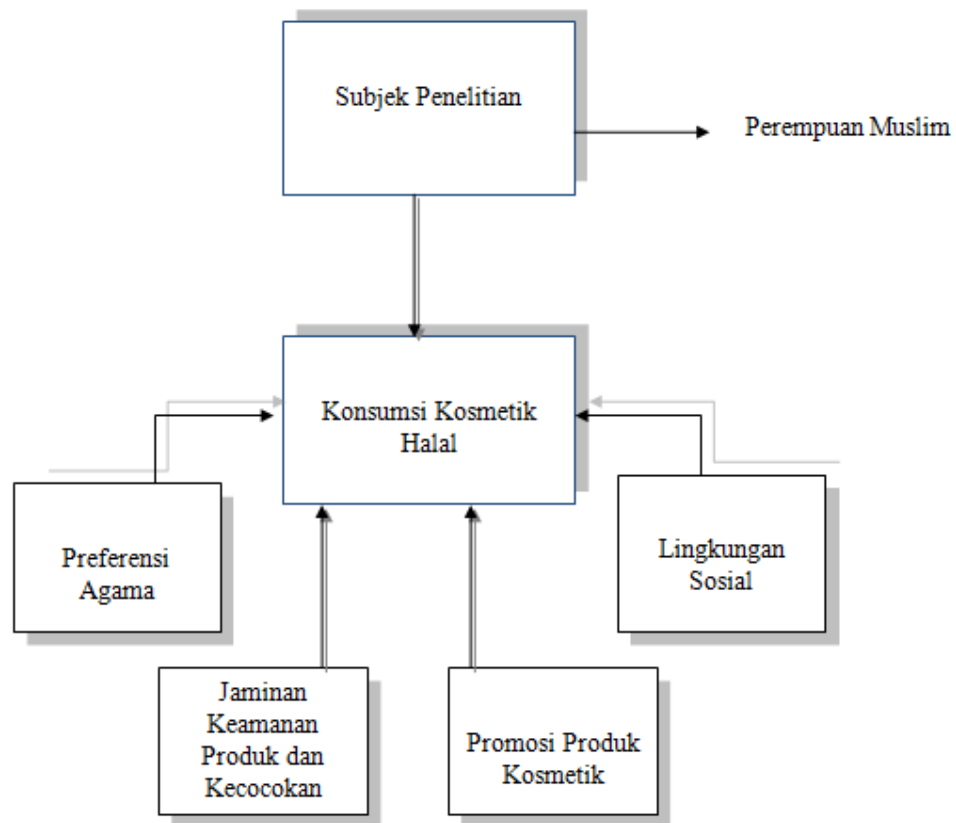
Islam. Prinsip-prinsip perilaku dalam konsumsi menurut pandangan Islam sebagai berikut³⁷:

1. Konsumsi yang dilakukan bersifat baik dan tidak bertujuan untuk merusak diri sendiri maupun orang lain
2. Menjaga hubungan dalam lingkungan sosial, yaitu dalam kegiatan jual-beli antara penjual dan pembeli harus saling memenuhi kebutuhan bersama melalui kesepakatan yang menguntungkan kedua belah pihak
3. Menjadikan konsumsi sebagai ibadah. Hal ini dilakukan dengan menaati perintah Allah dengan menaati hukum halal-haram serta melakukan konsumsi dengan niat ketulusan karena Allah
4. Konsumsi yang dilakukan bertujuan untuk mencapai kepuasan yang bersifat materil, yaitu melalui manfaat kebendaan, dan juga bersifat spiritual, yaitu keinginan untuk mencapai keberkahan barang yang dikonsumsi
5. Kesadaran bahwa konsumsi yang dilakukan tidak hanya untuk kehidupan di dunia namun juga harus dipertanggungjawabkan di akhirat

³⁷Ahmad Azrin Adnan, *Islamic Consumer Behavior (ICB): Its Why And What*, dalam *Jurnal International Journal Of Business And Social Science* Vol. 2 No. 21 November 2011, hlm. 112

5. Hubungan Antar Konsep

Skema II.1
Alur Skema Berpikir



F. Metodologi Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini merupakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Creswell mendefinisikan pendekatan ini sebagai metode penelitian yang terfokus pada proses terjadinya sesuatu dan hasil dari

adanya kejadian tersebut³⁸. Dalam hal ini, penulis diharapkan dapat memahami realitas sosial dan gejala sosial yang terdapat pada masyarakat yang diteliti. Oleh karena itu penulis harus berinteraksi secara langsung dengan objek yang diteliti. Hal ini bertujuan untuk memahami realitas sosial sehingga data yang didapat lebih lengkap dan mendalam.

Pendekatan kualitatif mencoba memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, mulai dari perilakunya, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain secara menyeluruh dan dengan cara mendeskripsikan melalui kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khususnya yang ilmiah serta dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah yang ada³⁹. Penggunaan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus dianggap lebih tepat karena penelitian ini bermaksud mendeskripsikan proses pemaknaan konsumsi produk kosmetik halal bagi perempuan Muslim.

Dalam usaha untuk memperoleh data dalam penelitian kualitatif digunakan teknik wawancara dalam dua teknik yaitu terstruktur dan tidak terstruktur. Melalui cara tersebut, penulis dapat lebih menyelami dunia informan serta mengerti dan dapat berinteraksi dengan informan. Dalam metodologi penelitian ini, penulis juga menjelaskan tentang subjek, lokasi dan waktu penelitian, peran penulis serta proses pengumpulan dan analisis data.

Penulis berusaha untuk melakukan wawancara mendalam kepada delapan orang perempuan Muslim sebagai informan dengan tujuan untuk mendapatkan data-

³⁸John W. Creswell, *Penelitian Kualitatif dan desain Riset*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014, hlm.59.

³⁹*Ibid.*

data yang sesuai dengan kebutuhan penelitian ini. Penulis sebelumnya telah menyusun pertanyaan-pertanyaan yang sesuai dengan tema penelitian ini. Pertanyaan-pertanyaan tersebut membantu penulis untuk menggali segala informasi yang dibutuhkan dalam penelitian. Penulis juga tidak jarang mengajukan pertanyaan yang bersifat spontan dengan alasan menyesuaikan karakteristik informan tersebut. Hasil dari wawancara dan studi kepustakaan yang dilakukan oleh penulis dianalisa sehingga memperoleh jawaban atas pertanyaan penelitian. Alasan ini yang menyebabkan pendekatan kualitatif yang dipilih dalam penelitian ini.

2. Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di wilayah Jakarta dan Bekasi. Lokasi tersebut dipilih dengan alasan kemudahan bagi peneliti untuk memahami situasi sosial ekonomi wilayah tersebut yang juga dibutuhkan dalam penelitian ini. Wawancara dilakukan mengikuti usulan informan penelitian, baik itu di rumah, tempat kerja, ataupun tempat lainnya yang diajukan oleh informan. Waktu penelitian dimulai dari Oktober sampai dengan Desember 2016. Sedangkan waktu penyusunan terhitung dari bulan Agustus 2016 hingga saat ini Juli 2017.

3. Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan kunci yang sangat penting dalam penelitian kualitatif. Dalam penelitian kualitatif, subjek penelitian yang akan diteliti ditentukan oleh peneliti dengan melakukan pemilihan atau seleksi terhadap orang atau tempat

terbaik yang dapat membantu dalam memahami sebuah fenomena⁴⁰. Informan-informan dalam penelitian ini pun dipilih secara sengaja dengan kriteria-kriteria yang sesuai dengan tujuan penelitian.

Subjek dalam penelitian ini adalah delapan perempuan Muslim pengguna kosmetik halal yang tinggal di wilayah Bekasi dan Jakarta. Beberapa informan merupakan orang yang sudah lama dikenal oleh penulis. Hal ini membuat penulis dan informan dapat dengan mudah menjalin keakraban pada saat proses pengambilan data dan memahami karakter informan dengan lebih tepat. Informan lainnya diperoleh melalui perkenalan yang dilakukan oleh penulis dengan melibatkan pihak lain. Pemilihan informan tersebut tentu saja tetap mempertimbangkan kriteria-kriteria yang sesuai dengan tema penelitian ini. Para informan merupakan perempuan Muslim yang menggunakan kosmetik halal dengan beragam rentang waktu dan juga memiliki latar belakang tingkat pendidikan formal yang sama. Selain itu, informan juga merupakan perempuan Muslim yang sudah bekerja. Hal ini dengan pertimbangan informan lebih memiliki kemudahan untuk membeli kosmetik halal saat sudah bekerja atau memiliki pendapatan sendiri.

Tabel I.2
Profil Singkat Informan

No	Nama	Usia	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Keterangan Menggunakan Kosmetik Halal
1.	MII	23	S1	Karyawan	Sudah menggunakan kosmetik halal sejak kuliah semester dua
2.	TNA	26	S1	Pengajar	Telah kosmetik sejak kuliah, baru menggunakan kosmetik halal sejak kuliah

⁴⁰*Ibid*, hlm. 29.

No	Nama	Usia	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Keterangan Menggunakan Kosmetik Halal
3.	AP	24	S1	Karyawan	Sudah menggunakan kosmetik sejak kuliah di semester enam, mulai menggunakan kosmetik halal satu tahun belakangan
4.	FK	24	S1	Karyawan	Sudah menggunakan kosmetik sekitar dua tahun, mulai menggunakan kosmetik halal pada saat bekerja
5.	DAZ	24	S1	Pengajar	Mulai menggunakan kosmetik halal sejak satu tahun belakangan
6.	RR	25	S1	Pengajar	Sudah menggunakan kosmetik sejak kuliah sekitar lima tahun, baru menggunakan kosmetik halal satu tahun belakangan
7.	RKW	24	S1	Karyawan	Mulai menggunakan kosmetik halal pada saat bekerja
8.	MR	24	S1	Karyawan	Sudah menggunakan kosmetik sejak kuliah semester tiga, mulai menggunakan kosmetik halal pada saat bekerja

Sumber: Diolah Penulis, 2017

4. Peran Peneliti

Dalam penelitian kualitatif, peneliti terlibat dalam pengalaman yang berkelanjutan dan terus-menerus dengan informan dan berperan dengan cara mengidentifikasi bias-bias, nilai-nilai, dan latar belakang pribadinya secara reflektif yang mampu membentuk interpretasi informan selama penelitian⁴¹. Hal ini perlu dilakukan mengingat penulis juga memiliki hubungan yang bersifat personal dengan beberapa informan yang menjadi obyek pengamatan dalam penelitian ini. Penulis dan beberapa informan sebelumnya telah membangun hubungan yang cukup lama dan bersifat kekeluargaan serta bukan untuk kepentingan penelitian saja. Informan lainnya juga diperoleh melalui perkenalan dengan melibatkan rekan penulis dan

⁴¹ John. W. Creswell, *Op.Cit*, hlm. 264.

menganggap informan tersebut sebagai salah satu rekan bagi penulis. Sehingga penulis tidak membatasi diri ataupun memberi jarak antara peneliti dan informan, tetapi berupaya untuk memahami pernyataan yang diberikan oleh informan dengan baik. Namun demikian penulis tetap perlu memperhatikan etika yang baik sebagai penulis dan informan agar tidak terjadi penilaian secara subjektif oleh peneliti.

Hubungan personal yang dimiliki antara penulis dengan para informan sangat membantu penulis dalam melakukan pencarian data. Penulis juga dapat memahami latar belakang informan dengan baik. Pencarian data pada penelitian ini dilakukan secara berulang dengan tujuan untuk mendapatkan informasi dari informan secara lebih terperinci. Secara umum, penelitian ini dilakukan dengan beberapa langkah kerja, yaitu merencanakan penelitian, melakukan penelitian, dan mempresentasikan hasil temuan.

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah untuk mendapatkan data⁴². Penelitian ini menggunakan tiga teknik dalam proses pengumpulan data. *Pertama*, peneliti mengumpulkan data melalui penelitian dengan tema sejenis yang sebelumnya pernah dilakukan atau disebut dengan studi kepustakaan. Dalam penelitian ini, penulis mengumpulkan data-data dan informasi untuk mendukung latar belakang permasalahan, teori-teori yang berkaitan dengan pembahasan permasalahan yang ada, serta data penunjang lainnya. Data-data ini diperoleh dari buku-buku, tesis, jurnal,

⁴²Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2005) hlm. 62.

serta artikel internet yang sesuai dengan permasalahan penelitian. Dengan hal ini, peneliti mampu mendalami fenomena sosial yang pernah diteliti sebelumnya.

Kedua, peneliti menggunakan teknik observasi melalui pengamatan secara langsung pada obyek penelitian. Pada penelitian ini, peneliti mengamati informan dalam berpenampilan. Melalui observasi ini, peneliti juga melibatkan intepretasi pribadi peneliti terhadap kondisi yang ada. Dimana pernyataan informan secara implisit dan pengamatan terhadap penampilan dan jenis kosmetik milik informan, menjadi dasar peneliti untuk memberikan penilaian dan menggunakannya dalam menganalisa data yang tepat.

Ketiga, berupa wawancara studi lapangan yang dilakukan dalam penelitian ini dilakukan dengan wawancara dengan menggunakan pedoman wawancara kepada beberapa informan yang telah dipilih oleh peneliti berdasarkan kriteria yang sesuai dengan tujuan penelitian. Metode digunakan untuk mempertajam penelitian dengan mendapatkan keterangan secara lisan dari informan. Dengan teknik ini, peneliti dapat mengumpulkan data yang beragam dari para informan. Wawancara dilakukan secara tidak terstruktur yang dimulai dengan mengeksplorasi topik seputar penggunaan kosmetik halal yang kemudian dilanjutkan dengan pendapat dan pengalaman dari informan sebagai konsumen kosmetik halal. Wawancara mendalam jenis ini bersifat lentur dan terbuka, tidak terstruktur ketat tetapi dengan pertanyaan yang semakin terfokus dan mengarah pada kedalaman informasi.

Peneliti memberikan keleluasaan kepada informan untuk memberikan penjelasan secara nyaman sehingga informan tidak merasa tertekan. Metode wawancara dapat dilakukan dengan tanya jawab mengenai persoalan yang diteliti melalui pertanyaan-pertanyaan penelitian yang telah disusun sebelumnya oleh peneliti. Pedoman pertanyaan tersebut tentu harus berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen untuk mengonsumsi kosmetik halal dan makna yang terdapat dalam tindakan konsumsi itu sendiri pada konsumen. Peneliti juga menanyakan pola-pola sosialisasi agama yang didapatkan oleh informan. Hal ini digunakan untuk mengetahui bagaimana pandangan konsumen mengenai hukum halal dan hukum berhias dalam Islam. Dengan demikian, peneliti dapat memperoleh informasi-informasi yang baru dan penting untuk menjawab persoalan yang diajukan dalam penelitian ini secara lebih detil dan lebih terperinci. Selain itu metode wawancara juga dapat menghasilkan data yang lebih luas karena menggunakan pertanyaan-pertanyaan terbuka seputar permasalahan penelitian.

Kegiatan wawancara yang dilakukan peneliti dibantu dengan berbagai perlengkapan yang membantu peneliti, seperti alat perekam beserta alat pencatat. Alat perekam digunakan selama wawancara berlangsung dengan tujuan informasi yang disampaikan oleh informan mengenai jawaban-jawaban dari pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh peneliti dapat terkumpulkan dan tersimpan dengan baik. Peneliti melakukan analisis data dengan mengumpulkan informasi dalam bentuk catatan kecil dan arsip rekaman wawancara. Proses analisis dilakukan setelah data primer dan

sekunder yang diperoleh telah mencukupi. Proses analisis dilakukan setelah data primer dan sekunder diperoleh mencukupi. Peneliti membaca dan mendengarkan hasil pengumpulan data primer dan data sekunder dengan teliti dan detil. Hal ini perlu dilakukan agar data yang telah dikumpulkan dari proses observasi dan wawancara relevan dengan penelitian serta mampu memenuhi tujuan penelitian yang dicari.

6. Teknik Analisis Data

Menurut Creswell, analisa data merupakan proses berkelanjutan yang membutuhkan refleksi yang terus menerus terhadap data, dengan mengajukan beberapa pertanyaan analitis dan menulis catatan singkat sepanjang penelitian⁴³. Proses analisa data itu sendiri memiliki beberapa proses tahapan yang harus dilakukan, yaitu pengumpulan data yang dilakukan melalui observasi, wawancara, serta data sekunder, mengorganisasikan atau memilah data menjadi satu kesatuan, dan mengkaji informasi yang penting dalam data sehingga dapat dianalisa. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat keterkaitan antara pertanyaan penelitian dengan data yang diperoleh dari temuan lapangan dengan konsep-konsep yang digunakan dalam sebuah penelitian. Sehingga data yang diperoleh dapat menjawab pertanyaan penelitian.

Miles dan Huberman menyatakan terdapat tiga hal utama dari model analisa data⁴⁴. *Pertama*, reduksi data yang dilakukan setelah melakukan pengumpulan data. *Kedua*, data yang telah diorganisir sesuai dengan kebutuhan penelitian disajikan

⁴³John. W. Creswell, *Op.Cit*, hlm. 190.

⁴⁴Budiastuti, *Op.Cit*, hlm. 51.

sesuai dengan kesamaan informasi. Selanjutnya, dilakukan penarikan kesimpulan sebagai sesuatu yang saling berkaitan pada saat sebelum, selama, dan sesudah pengumpulan data untuk membangun wawasan umum yang berupa sebuah siklus atau proses yang berlanjut secara terus menerus.

G. Sistematika Penulisan

Penulisan dalam studi penelitian ini terbagi menjadi lima bagian yang tersusun secara sistematis. Penyusunan penelitian ini diurutkan secara sistematis terdiri dari tiga bagian utama, yaitu pendahuluan, isi, dan penutup. Bab I adalah pendahuluan, berisikan pemilihan topik sebagai latar belakang permasalahan, permasalahan penelitian yang menjadi fokus penelitian, tujuan dan manfaat penelitian. Selain itu, tinjauan teoritis yang terbagi lagi menjadi dua bagian, yakni kajian tinjauan penelitian sejenis dan kerangka konsep. Tujuan dari adanya tinjauan teoritis ini adalah untuk mengetahui bagaimana bentuk konsep dasar dari penelitian ini dan sekaligus mencoba membandingkan dengan penelitian-penelitian sebelumnya. Selanjutnya, pada bab ini akan dipaparkan metodologi pengumpulan data, yang terbagi menjadi beberapa bagian, yaitu subyek dan lokasi penelitian, prosedur pengumpulan data, analisa data, dan sistematika penulisan.

Bab II dalam penelitian ini mengenai perkembangan kosmetik halal dan konteks ekonomi-sosial dari informan sebagai perempuan. Bagian awal pada bab ini akan dipaparkan terlebih dahulu tentang bagaimana perkembangan penggunaan kosmetik di dunia dan perkembangan kosmetik halal di Indonesia. Selanjutnya,

penulis akan memaparkan latar belakang secara umum mengenai informan yang mencakup pada usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, sosialisasi agama yang diperoleh, dan sebagainya.

Bab III adalah bagian yang menjabarkan mengenai tindakan konsumsi para informan melalui konsumsi kosmetik halal. Pada bab ini akan dijelaskan bagaimana pengalaman, pandangan, pengetahuan mengenai agama, dan motivasi informan dalam menggunakan kosmetik. Bab ini pun akan menjelaskan bagaimana pola perilaku konsumsi informan untuk menentukan jenis dan produk kosmetik yang seperti apa yang dipilih untuk digunakan.

Bab IV, akan dibahas mengenai makna yang berusaha informan bangun melalui konsumsi kosmetik halal. Penulis akan membahas mengenai bagaimana aspek agama, mampu mempengaruhi informan dalam membentuk preferensi konsumsi. Bab ini pun akan menjelaskan faktor-faktor apa saja yang berpengaruh dalam pembentukan pola perilaku konsumsi produk kosmetik halal.

Bab V merupakan bagian penutup dari skripsi ini. Bab ini berisikan penutup yang didalamnya terdapat kesimpulan dan saran. Kesimpulan ini dibuat agar pembaca memahami intisari dari rangkuman penelitian yang dilakukan. Sedangkan saran dibutuhkan demi memberikan alternatif aplikatif.

BAB II

PERKEMBANGAN KOSMETIK HALAL

A. Pengantar

Bab ini akan mendeskripsikan secara singkat mengenai kosmetik serta perkembangan kosmetik halal di Indonesia. Dalam bab ini terbagi ke dalam tiga subbab. Yang pertama, akan dibahas mengenai kosmetik dengan penjabaran bagaimana perkembangan kosmetik dari masa ke masa beserta maknanya dan berikutnya menjabarkan mengenai perkembangan kosmetik halal itu sendiri yang semakin berkembang di Indonesia. Kemudian dilanjutkan dengan latar belakang secara umum mengenai profil informan yang mencakup pada usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, jenis kosmetik halal yang digunakan, dan sebagainya. Demikian dilakukan sebagai langkah untuk melengkapi penelitian sehingga informasi mengenai profil informan, sekilas kelembagaan dan setting sosial diharapkan dapat tergambar lebih jelas.

B. Perkembangan Kosmetik

1. Sejarah Kosmetik

Kata kosmetika berasal dari bahasa Yunani yaitu “*cosmetics*” yang artinya kecakapan dalam menghias dan konotasinya sangat erat dengan kata *cosmos*, yaitu perihal keteraturan bumi. Istilah ‘kosmetik’ yang sekarang menjadi alat kecantikan perempuan berarti sesuatu yang harus diletakkan pada anggota badan perempuan

guna menjaga terpeliharanya keutuhan lingkungan alam⁴⁵. Pengertian tersebut menunjukkan bahwa kosmetik sangat erat keberadaanya dengan merujuk pada keserasian dan keindahan alam semesta.

Usaha manusia untuk mempercantik diri awalnya menggunakan bahan-bahan alami yang terdapat dari lingkungan alam sekitar. Saat ini dengan perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan, bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan kosmetik tidak hanya dari bahan alami tetapi juga bahan buatan untuk maksud meningkatkan kecantikan. Berdasarkan Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia no 445/MenKes/PerMenKes/1999 kosmetik didefinisikan sebagai sediaan atau paduan bahan yang siap untuk digunakan pada bagian luar badan seperti epidermis, rambut, kuku, bibir, gigi, dan rongga mulut antara lain untuk membersihkan, menambah daya tarik, mengubah penampilan, melindungi supaya tetap dalam keadaan baik, memperbaiki bau badan tetapi tidak dimaksudkan untuk mengobati atau menyembuhkan suatu penyakit⁴⁶.

Beberapa sejarah mencatat mengenai penggunaan kosmetik dari masa ke masa yaitu⁴⁷, pada masa 10000 SM tidak ada perbedaan yang berdasarkan atas jenis kelamin dalam menggunakan kosmetik. Laki-laki dan perempuan di Mesir memakai minyak alami beraroma wangi dengan tujuan yang sama yakni untuk membersihkan

⁴⁵Nasaruddin Umar, *Mendekati Tuhan dengan Kualitas Feminin*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2014) hlm. 30.

⁴⁶Retno Iswari Tranggono dan Fatma Latifa, *Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2007) hlm. 6.

⁴⁷Lihat di *Kosmetik dari Masa ke Masa*, *Kompas.com* 23 Juli 2008, diakses pada Kamis, 24 November 2016 (<http://nasional.kompas.com/read/2008/07/23/13232856/kosmetik.dari.masa.ke.masa>)

dan menghaluskan kulit mereka serta menghilangkan bau badan dan untuk ritual agama. Kosmetik merupakan bagian yang penting dalam kebersihan dan kesehatan orang-orang Mesir kuno. Sedangkan pada masa 3000 SM orang-orang di China mulai mengenal kosmetik sebagai pewarna kuku. Setiap orang tidak dapat menggunakan warna yang mereka sukai dengan sesukanya. Hal ini karena warna tersebut merupakan simbol yang mewakili keberadaan tingkat sosial seseorang.

Masyarakat China dan Jepang mulai mengenal kosmetik sebagai fungsi dekoratif pada masa 1500 SM. Pada masa ini mereka mulai mengenal riasan pada alis mata dengan cara mencukur atau mengubah bentuk aslinya, melapisi gigi dengan emas, dan mewarnai rambut dengan henna. Sedangkan masyarakat di Roma pada masa 100 M mulai mengenal kosmetik yang berfungsi untuk menutupi kekurangan dengan menggunakan gandum dan mentega untuk menutupi jerawat. Mempercantik diri dengan mandi lumpur pun populer pada masyarakat ini.

Pada zaman pemerintahan Ratu Elizabeth di Inggris, yaitu pada 1300 M, mewarnai rambut dengan warna merah menjadi hal yang populer. Produk kosmetik yang menjadi simbol untuk menandakan perbedaan tingkatan kelas sosial, seperti produk pencerah kulit yang sifatnya terbatas digunakan oleh masyarakat kalangan atas. Wanita Eropa pun mulai tertarik dengan warna kulit wajah putih pucat ini. Kosmetik pun menjadi semakin beragam seiring dengan berjalannya waktu⁴⁸.

Pada masa pemerintahan Raja Edward, yaitu pada 1900 M, muncul tuntutan agar wanita-wanita tampil dengan penampilan semuda mungkin. Penggunaan

⁴⁸ *Ibid*

kosmetik pun mulai mengalami peningkatan⁴⁹. Produk kosmetik pun mulai diorganisasikan ke dalam sebuah salon kecantikan yang di dalamnya memiliki berbagai macam jenis kosmetik serta menawarkan pelayanan. Keberadaan salon pun mulai populer. Meskipun ada tuntutan tersebut, wanita-wanita pada masa itu tidak mengakui secara terbuka akan adanya kebutuhan agar tampil awet muda. Hal ini menyebabkan penggunaan fasilitas salon dilakukan secara sembunyi-sembunyi.

Pada tahun 1970 kosmetik menjadi sebuah alat usaha untuk memenuhi kebutuhan kecantikan. Bahkan sekarang telah menjadi perpaduan antara kosmetik dan obat. Sejak 40 tahun terakhir ini, industri kosmetik semakin meningkat dan banyak para dokter yang langsung meningkatkan perhatian terhadap ilmu kecantikan⁵⁰. Kosmetik pun menjadi populer yang lekat dengan perempuan dan kecantikan.

Tabel I.3
Perkembangan dan Kegunaan Kosmetik di Dunia

Masa	Jenis Kosmetik	Kegunaan
10000 SM Mesir	Minyak wangi	Untuk membersihkan dan menghaluskan kulit dalam ritual keagamaan
3000 SM Cina	Pewarna kuku	Simbol tingkat sosial
1500 SM Cina dan Jepang	Riasan Alis, dan Pewarna Rambut	Berfungsi sebagai kosmetik dekoratif
100 M Roma	Kosmetik dari gandum, mentega, darah dan lemak lembu	Untuk menutupi kekurangan pada wajah dan mewarnai kuku

⁴⁹ *Ibid*

⁵⁰ *Ibid.*

Masa		Jenis Kosmetik	Kegunaan
1300 M	Inggris	Kosmetik rambut dan pemutih kulit	Mewarnai rambut dengan warna merah dan memutihkan kulit wajah dengan kuning telur sangat digemari dan populer bagi wanita dari kalangan kelas atas
1900 M	Inggris	Salon kecantikan	Raja Edward menuntut agar wanita tampil cantik dan awet muda dan mengorganisir produk kosmetik ke salon kecantikan

Sumber: *Kosmetik dari Masa ke Masa*, Kompas.com 23 Juli 2008, diakses pada Kamis, 24 November 2016

Melalui penjabaran tersebut, dapat terlihat bahwa kosmetik berkembang mengikuti perkembangan sosial dan budaya masyarakat. Perkembangan tersebut menyebabkan berkembang pula kebutuhan masyarakat. Kosmetik tidak lagi digunakan sebagai alat untuk kebutuhan ritual keagamaan saja. Namun juga untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang mulai sadar akan kecantikan. Masyarakat pun mulai memiliki konstruksi bersama akan kecantikan. Hal tersebut berdampak pada individu yang memiliki hasrat untuk mencapai tingkat kecantikan yang telah dikonstruksikan di masyarakat.

2. Penggolongan Kosmetik

Kosmetik memiliki berbagai jenis yang penggolongannya berdasarkan Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia, sifat dan cara pembuatan, dan kegunaan bagi kulit⁵¹. Berdasarkan pada Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia, kosmetik dibagi menjadi 13 kelompok, yaitu kosmetik untuk bayi, seperti

⁵¹Retno Iswari Tranggono dan Fatma Latifa, *Loc.Cit*, hlm.7.

bedak bayi, minyak bayi, sabun bayi; kosmetik untuk mata, seperti mascara, *eye liner*, *eye shadow*; kosmetik untuk wangi-wangian, seperti parfum, *body spray*, *toilet water*; kosmetik untuk rambut, seperti cat rambut; kosmetik untuk *riasan wajah* (kecuali mata), seperti bedak, *lipstick*, *blush on*; kosmetik untuk kebersihan mulut, seperti pasta gigi, obat kumur; kosmetik untuk kebersihan badan, seperti *deodorant*; kosmetik untuk kuku, seperti cat kuku, lotion kuku; kosmetik untuk perawatan kulit, seperti pembersih, pelembab, pelindung; kosmetik untuk cukur seperti sabun cukur; kosmetik untuk isunscreen, *seperti sunscreen foundation*.

Berdasarkan penggolongan menurut sifat dan cara pembuatan, kosmetik terdiri dari kosmetik modern dan kosmetik tradisional. Kosmetik modern dipahami sebagai kosmetik yang dibuat menggunakan bahan-bahan kimia dan diolah secara modern. Sedangkan kosmetik tradisional dibagi menjadi tiga macam, yaitu yang betul-betul tradisional yaitu yang pembuatan dan pengolahannya dilakukan menurut resep turun temurun; kosmetik semi tradisional yang diolah secara modern dan diberi pengawet agar tahan lama; kosmetik yang hanya namanya saja tradisional namun tidak mengandung komponen yang benar-benar tradisional dan diberi zat pewarna yang serupa dengan bahan-bahan tradisional.

Penggolongan kosmetik berdasarkan kegunaan bagi kulit dibagi menjadi dua, yaitu kosmetik perawatan kulit dan kosmetik riasan⁵². Kosmetik perawatan kulit berfungsi sebagai perawatan kebersihan dan kesehatan kulit, seperti pembersih kulit (*cleanser*), *facial wash*; kosmetik untuk melembankan kulit, seperti *moisturizer*,

⁵² *Ibid*, hlm. 11.

cream; kosmetik pelindung kulit, seperti *sunscreen*, *sunblock*, *lotion*; kosmetik untuk menipiskan atau mengampelas kulit (*peeling*) misalnya *scrub cream* yang berisi butiran halus berfungsi sebagai pengampelas.

Produk kosmetik jenis lainnya yaitu riasan (dekoratif *riasan wajah*) mempunyai jenis komposisi yang diperlukan untuk merias dan menutup cacat pada kulit. Hal ini digunakan dengan tujuan agar penampilan lebih menarik dan dapat menimbulkan efek yang baik secara psikologis bagi penggunanya. Kosmetik riasan mengandung berbagai warna yang dapat disesuaikan dengan keinginan pengguna. Selain itu dalam kosmetik ini juga mengandung zat yang memberikan aroma harum. Kosmetik riasan biasanya digunakan sebagai riasan untuk area wajah, seperti bedak, *lipstick*, pensil alis, perona pipi, perona mata, celak, dan maskara. Lebih luasnya, kosmetik rias juga termasuk produk untuk merias kuku dan rambut seperti cat kuku dan cat rambut.

Keberagaman jenis produk kosmetik yang saat ini tidak sulit ditemukan merupakan gambaran bahwa kebutuhan masyarakat akan kecantikan terus berkembang. Perkembangan ini merupakan dampak dari usaha individu untuk memenuhi standar kecantikan yang telah dikonstruksikan oleh masyarakat. Melalui kosmetik, individu berusaha untuk menutupi kekurangan yang dimilikinya dan tidak jarang menimbulkan dampak psikologis pada dirinya. Hal ini pun dimanfaatkan oleh produsen dengan memproduksi jenis kosmetik yang semakin bervariasi. Inovasi jenis

kosmetik pun semakin berkembang dengan mempertimbangan karakteristik masyarakat sebagai pasar yang potensial.

3. Perkembangan Fungsi dan Makna Kosmetik

Pada pembahasan sejarah kosmetik, penulis telah menjabarkan mengenai fungsi penggunaan kosmetik dari masa ke masa. Penjabaran tersebut menunjukkan terdapat perubahan fungsi kosmetik dari awal ditemukannya kosmetik. Kosmetik sendiri pada mulanya digunakan sebagai bagian dari cara masyarakat untuk menjaga kebersihan dan juga sebagai salah satu keperluan dalam ritual agama masyarakat tersebut. Penggunaan kosmetik pun tidak dibedakan atas dasar jenis kelamin. Laki-laki maupun perempuan tidak dibedakan dalam penggunaan kosmetik. Selain itu, bahan-bahan yang digunakan pun masih bersifat alami.

Fungsi kosmetik pun kemudian berkembang secara perlahan. Kosmetik dimanfaatkan oleh masyarakat untuk merias tubuh seperti kuku, rambut, bibir, dan wajah. Masyarakat memanfaatkan bahan-bahan dari alam yang memiliki warna untuk merias dirinya, seperti henna, emas, kuning telur, dan sebagiannya. Penggunaan kosmetik pun mulai membedakan kelas sosial atau tingkatan seseorang pada lapisan masyarakat. Selain itu, kosmetik juga mulai diidentifikasi sebagai kebutuhan perempuan. Masyarakat pun mulai memiliki konstruksi sosial atas kecantikan yang harus dipenuhi oleh perempuan agar dapat terlihat cantik.

Pada tahun 1970 hingga saat ini, kosmetik menjadi industri besar yang banyak mendapatkan perhatian, yaitu kosmetik tidak hanya untuk kecantikan saja, melainkan

juga untuk kesehatan⁵³. Bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan kosmetik tidak lagi hanya berasal dari alam, namun juga dari bahan-bahan buatan manusia. Kosmetik pun menjadi sebuah alat usaha dengan dipadukan kecanggihan teknologi yang menghasilkan inovasi kosmetik dengan obat atau disebut juga dengan nama kosmetik medis. Kosmetik pun diproduksi secara massal dan lebih bervariasi jenisnya. Produksi kosmetik tersebut disesuaikan dengan kebutuhan dan potensi pasar. Keberadaan kosmetik pun dapat menjadi pembeda para penggunanya, seperti perbedaan kelas sosial yang dapat dilihat dari harga maupun *brand* dari kosmetik yang digunakan. Selain itu, produksi kosmetik pun mengalami inovasi seperti banyaknya pilihan warna yang ditawarkan oleh satu jenis produk kosmetik agar dapat digunakan oleh masyarakat dengan warna kulit yang berbeda-beda. Ada pula kosmetik halal yang diproduksi dengan mempertimbangkan dan menyesuaikan kebutuhan kosmetik untuk perempuan yang beragama Islam.

Inovasi produk kosmetik memang tidak dapat dipungkiri merupakan hasil dari pertimbangan karakteristik masyarakat sebagai konsumen. Seperti pada kosmetik halal, karakteristik masyarakat Muslim yang memiliki kecenderungan untuk melakukan konsumsi gaya hidup namun juga tetap ingin menjalankan perintah agama. Sehingga berkembanglah pasar produk kosmetik halal dengan mengutamakan konsumen perempuan Muslim. Pilihan produk halal yang dikonsumsi oleh masyarakat beragama Islam, dalam hal ini perempuan Muslim, menunjukkan usaha mereka dalam konstruksi identitas yang sekaligus menjadi pembeda antara dirinya dengan

⁵³ *Ibid.*

masyarakat lain⁵⁴. Hal tersebut menunjukkan kosmetik tidak hanya barang atau komoditas yang dikonsumsi karena fungsi kebendaanya saja namun juga terdapat fungsi nilai yang terkandung di dalamnya.

C. Kosmetik Halal di Indonesia

1. Perkembangan Industri Kosmetik Halal di Indonesia

Industri kosmetik halal di Indonesia dimulai sejak tahun 1995 oleh PT Pustaka Tradisi Ibu yang saat ini berubah menjadi PT Paragon Technology and Innovation melalui produk dagang Wardah⁵⁵. Awal usaha yang dijalankan ini sebenarnya sudah dimulai sejak tahun 1985, tetapi produk ini belum memiliki sertifikasi halal⁵⁶. Pemasarannya dilakukan dengan strategi dagang *Multi Level Marketing* (MLM), namun tidak dapat menarik minat konsumen. Kemudian produk tersebut muncul dengan citra baru sebagai *first halal cosmetic* dengan menargetkan segmen pasar perempuan Muslim Indonesia. Hal ini atas pertimbangan keadaan sosio-kultural masyarakat yang mulai berubah. Pada masa tersebut sudah banyak perempuan, khususnya anak muda, yang mulai menggunakan hijab dan juga pertumbuhan organisasi yang bernuansa Islam. Produk ini memang tidak langsung melejit penjualannya, namun demikian ia sudah mendapatkan segmen pasar sendiri di masyarakat.

⁵⁴Claudia Nef-Saluz, *Islamic Pop Culture in Indonesia: Anthropological Field Study on Veiling Practices among students of Gajah Mada University of Yogyakarta*, (Bern: Institute of Socialanthropology, University of Bern, 2007) hlm. 68

⁵⁵*Cerita di Balik Wardah Kosmetik Halal Pertama yang Diciptakan Maskara Tembus Air* melalui www.chanelmuslim.com Minggu, 20 November 2016 diakses pada Senin, 29 November 2016.

⁵⁶*Ibid.*

Pada tahun 2002, Wardah mulai merambah pada pasar yang lebih luas dengan menunjuk Inneke Koesherawati sebagai *brand ambassador*. Selain Inneke Koesherawati, Marshanda dan Dewi Sandra pun menjadi *brand ambassador* dalam iklan Wardah. Perancang busana seperti Dian Pelangi, Ria Miranda, dan Zaskia Sungkar pun menjadi *brand ambassador* dalam promosi di media sosial. Promosi Wardah pun gencar dilakukan di media sosial khususnya *instagram* seiring dengan berkembangnya teknologi dan penggunaannya oleh masyarakat saat ini. Wardah tetap ditujukan kepada perempuan Muslim modern yang peduli akan kecantikan namun tetap santun dengan balutan jilbab.

Gambar 1.1

Dian Pelangi sebagai *Brand Ambassador* diinstagram



Sumber: [instagram.com/dianpelangi](https://www.instagram.com/dianpelangi) diakses pada Rabu, 21 Desember 2016

Melejitnya penjualan Wardah tersebut terjadi pada tahun 2010 yang dibarengi pula dengan peningkatan kelas menengah meningkat. Dari 2010 ke 2011, unit produk yang dijualnya meningkat sebanyak 20 persen menjadi lebih dari 10 juta unit. Kemudian penjualan pun meningkat 50 persen tiap tahunnya. Angka penjualannya

kini setidaknya ada pada angka Rp 200 miliar per bulan pada 2014⁵⁷. Produk ini pun dikenal sebagai *pioneer* produk kosmetik halal di Indonesia. Sehingga di tahun 2016 ini, Wardah meluncurkan kampanye terbaru bertajuk #HalaldariAwal.⁵⁸

Tidak hanya menggunakan *brand ambassador*, Wardah juga menggunakan berbagai macam kampanye untuk menarik para konsumen. Wardah menunjukkan kepedulian melalui berbagai program seperti *Corporate Social Responsibility (CSR)*, pemeliharaan lingkungan, dan juga program-program untuk membantu masyarakat melalui inspirasi-inspirasi positif lewat kampanye *Earth, Love, Life*. Selain itu, Wardah juga menyelenggarakan kampanye *Start A Good Thing* dengan tujuan untuk mendorong para perempuan untuk melakukan kebaikan⁵⁹.

Peningkatan jumlah perempuan Muslim serta kesuksesan kosmetik halal Wardah dalam strategi pemasarannya pun mulai diikuti oleh produk kosmetik lainnya. Sama seperti Wardah, berbagai macam produk kosmetik pun mulai mendaftarkan kehalalan produknya dan mengikuti *trend* pemasaran yang memanfaatkan media massa seperti iklan di televisi dan majalah serta media sosial seperti dengan menggandeng *blogger*, perancang busana, dan orang-orang yang berpengaruh atau memiliki pengikut banyak di *blog* dan *instagram*.

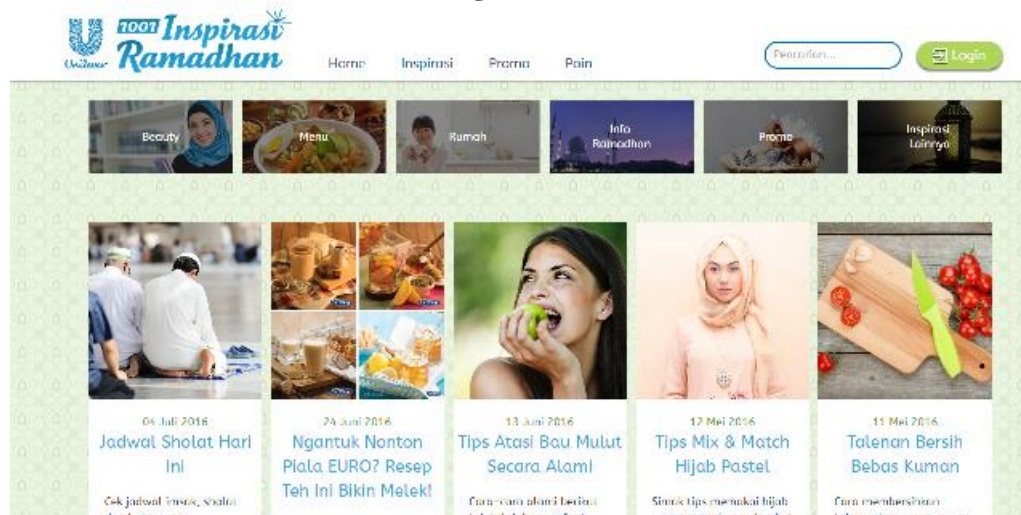
⁵⁷Lihat Maulida Sri Handayani, di *Kala Kosmetik Halal jadi Jawara Pasar* pada 7 Juli 2016, diakses melalui *tirto.id* pada Selasa, 17 Januari 2017.

⁵⁸Eko Adiwalyo, 2016, #HalaldariAwal, *Cara Wardah Kukuhkan Diri Sebagai Pionir Kosmetik Halal*, diakses melalui <http://marketeers.com/> Selasa, 1 Maret 2016 diakses pada Rabu, 21 Desember 2016.

⁵⁹*Ibid.*

Strategi pemasaran yang berbeda namun tetap memanfaatkan nilai-nilai agama Islam di dalamnya dilakukan oleh PT Unilever Indonesia Tbk, dengan meluncurkan *www.1001InspirasiRamadhan.com*⁶⁰. Pada bulan Ramadhan lalu, perusahaan ini sebuah website yang berisikan ragam inspirasi, informasi dan tips yang dibagi kedalam beberapa fitur yaitu Beauty, Rumah, Menu, Kesehatan, Mudik dan Info Ramadhan bagi masyarakat. Promosi situs ini pun tetap menggunakan *ambassador* dalam peluncurannya, yaitu artis Zeezee Shihab dan perancang busana Jenahara Nasution.

Gambar 1.2
Salah Satu Strategi Promosi PT Unilever



Sumber: *www.1001InspirasiRamadhan.com* diakses pada Rabu, 18 Januari 2017

Produk kosmetik halal lainnya pun memiliki strategi pemasaran yang berbeda, seperti produk kosmetik halal Mazaya. Strategi yang digunakan yaitu dengan cara setiap pembelian satu produk kosmetik ini, pembeli bisa bersedekah senilai Rp 2000,.

⁶⁰Distya, di *Unilever Indonesia Hadirkan Kesempurnaan Momen Ramadhan Lewat "1001 Inspirasi Ramadhan*, diakses melalui *www.unilever.co.id* 17 Juli 2016, pada Rabu, 18 Januari 2017.

Hal ini dilakukan dengan alasan Mazaya tidak hanya menyediakan produk halal saja, namun juga memberikan kesadaran pada perempuan Muslim untuk peduli pada sekitar. Dana sedekah tersebut pun disalurkan kepada kaum dhuafa melalui Yayasan Imortal dan Dompot Dhuafa⁶¹. Namun demikian strategi dagang yang dilakukan oleh produk ini pun tetap menggunakan *ambassador* untuk menarik minat konsumen, seperti Artis Zaskia Adya Mecca dan juga *blogger-blogger* kecantikan lokal untuk mengulas produk ini. Hal tersebut tentu saja untuk menarik minat konsumen dengan memberikan gambaran perempuan Muslim modern tidak harus tampil cantik dengan meninggalkan perintah agama untuk mengikuti perkembangan zaman. Mereka juga dapat melaksanakan perintah agama dalam melakukan konsumsi.

Berbagai produsen kosmetik mulai mendaftarkan jenis produk kosmetiknya untuk mendapatkan sertifikasi halal oleh LPPOM-MUI. Selain produk lokal, produk kosmetik dari negara lain pun ikut mendaftarkan sertifikasi halal agar dapat tempat di segmen pasar perempuan Muslim di Indonesia. Seperti produk kosmetik dari Korea Selatan, salah satunya adalah brand bernama *Talent Cosmetic*. Keputusan ini dikarenakan besarnya potensi pasar kosmetika muslim diperkirakan akan mencapai 73 miliar dolar pada 2019 mendatang⁶². Sama seperti strategi pemasaran lainnya, produk menggandeng menggunakan artis korea dengan balutan busana muslimah untuk mempromosikannya.

⁶¹ *Bersedekah bersama Mazaya*, 19 Januari 2015 melalui *moslema.com* diakses pada Rabu, 18 Januari 2017

⁶² Fauziah Muslimah di *Lirik Pasar Muslim, Negeri Ginseng Juga Luncurkan Kosmetik Halal* pada 30 Juni 2016, diakses melalui www.gomuslim.co.id pada Rabu, 18 Januari 2017

Gambar 1.3
Kosmetik Halal Korea



Sumber: <http://www.gomuslim.co.id/> diakses pada Rabu, 18 Januari 2017

Berikut ini merupakan daftar kosmetik yang telah menerima sertifikasi halal oleh LPPOM-MUI:

Tabel I.4
Daftar Produk Kosmetik Lokal Halal dengan Sertifikasi MUI

NAMA PRODUK	NO. SERTIFIKASI	PRODUSEN
Beauty Story	00150070831114	PT Cosmax Indonesia
Enchanteur	00150063720113	PT Unza Vitalis
Eye Brow & Eye Liner	00150073620815	PT Kirana Anindita
Fanbo	00150065080413	PT Fabindo Sejahtera
Forest Secret	00150070831114	PT. Cosmax Indonesia
Lip Ice	00150067940114	PT Rohto Laboratories Indonesia
Marcks	00150065080413	PT Fabindo Sejahtera
Muslimah	00150070831114	PT. Cosmax Indonesia
Purbasari	00150043050107	PT Gloria Origita Cosmetics
Reny Color	00150072360415	CV Artha Bhoga
Rivera	00150065080413	PT Fabindo Sejahtera
Khalisa	00150067940114	PT Rohto Laboratories Indonesia
Immortal	00150068420314	PT Immortal Cosmedika Indonesia

NAMA PRODUK	NO. SERTIFIKASI	PRODUSEN
Sariayu Martha Tilaar	00150061130312	PT Martina Berto, Tbk
Wardah	00150066410813	PT Paragon Technology and Innovation
Sasha	00150059761111	PT Kino Indonesia
Muntaz	00150010680899	PT Paragon Technology and Innovation
Caring	00150061130312	PT Marthina Berto, Tbk
Sari Ayu	00150071840215	PT Cedefindo
Mustika Puteri	00150064300313	PT Mustika Ratu
Zoya	00150070831114	PT. Cosmax Indonesia
Sophie Muslimah	00150071530115	PT Sophie Paris Indonesia
L'oreal	00150069260714	PT L'oreal Indoneisa
La Tulipe	07150007640909	PT Remabaka
Inez	07150010980811	PT Kosmetikatama Super Indah
Desire Lyn	17150012480414	PT Anugrah Familindo Utama
Moayu	17150012480414	PT Anugrah Familindo Utama
Lady Tulip	00150071840215	PT Cedefindo
Mirabella	00150036831005	PT Lion Wings
Make Over	00150010680899	PT Paragon Technology and Innovation
Mazaya	00150068420314	PT. Immortal Cosmedika Indonesia

Sumber: <http://e-lppommui.org/> diakses pada Rabu, 18 Januari 2017

Peningkatan jumlah kosmetik halal ini tentu saja merupakan dampak dari meningkatnya minta masyarakat untuk menjamin kosmetik yang dikonsumsi merupakan produk yang halal. Gencarnya promosi kosmetik halal yang saat ini mudah untuk dijumpai memang menjadi salah satu alasan peningkatan konsumsi kosmetik halal. Tidak hanya melalui perantara media, promosi kosmetik halal ini juga dilakukan secara langsung dengan mengadakan seminar di berbagai tempat, seperti di kampus-kampus. Kesuksesan promosi kosmetik halal juga dipengaruhi oleh komunitas-komunitas di media sosial yang menjadi *trend* seperti komunitas *hijabers*.

Tidak jarang, produk dari kosmetik halal mengadakan *make up* dan *hijab class* bersama dengan komunitas *hijabers*. Hal ini dilakukan untuk menunjukkan pada perempuan Muslim mengenai cara penggunaan hijab, cara menggunakan kosmetik yang benar lalu menanamkan gaya hidup berhijab yang baik juga dilengkapi dengan produk kosmetik yang baik juga. Cara ini digunakan untuk memotivasi perempuan Muslim agar semakin mantap untuk berhijab dengan nuansa modern. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh produk kosmetik halal memang sering memanfaatkan nilai-nilai spiritual yang terdapat pada masyarakat. Selain itu, peningkatan permintaan kosmetik halal juga karena dipengaruhi oleh meningkatnya perempuan Muslim, tumbuhnya orang muda, konsumen yang berpendidik dan peduli akan lingkungan serta kesejahteraan hewan, dan memiliki nilai seperti tanggung jawab sosial⁶³.

Melalui pemaparan tersebut, dapat dilihat bahwa bagi sebagian masyarakat Agama yang menjadi preferensi dalam pengambilan keputusan konsumsi. Konsumsi kosmetik halal juga telah berpengaruh pada perekonomian di Indonesia. Hal ini pun dijadikan oleh produsen untuk menjadikannya sebagai pasar yang potensial. Dengan demikian, baik produsen maupun pemerintah sebagai pembuat regulasi dan pengawas jalannya pasar memiliki tanggung jawab untuk menjamin kehalalan produk kosmetik halal.

⁶³Fauziah Muslimah lihat di *Makin Berkembang, Ini Alasan Kosmetik Halal Tak Hanya Digemari Konsumen Muslim*, gomuslim.co.id 14 September 2016, diakses pada Kamis, 24 November 2016

2. Latar Belakang Sosial dan Ekonomi Informan

Penulis memilih delapan perempuan Muslim pengguna kosmetik halal yang memiliki kesesuaian dengan karakteristik perempuan Muslim yang telah dijabarkan sebelumnya. Para informan merupakan perempuan Muslim yang tinggal di wilayah Bekasi dan Jakarta. Mereka memiliki jenjang pendidikan akhir yang sama namun memiliki perbedaan dalam memperoleh sosialisasi agama dengan rentang usia 23-25 tahun. Berikut ini adalah profil singkat para informan dalam penelitian ini:

1. MII adalah seorang karyawan yang berusia 23 tahun berpendidikan terakhir S1 dan tinggal di daerah Jakarta Timur. MII sudah secara rutin menggunakan kosmetik sejak ia berada di bangku kuliah pada tahun keduanya. Jenis kosmetik yang digunakannya, yaitu *lipstick*, bedak, *eyeshadow*, *eyeliner*, *mascara*, *bb cream*, *concealer*, *blush on*, dan pensil alis. Merk produk kosmetik halal yang digunakannya, yaitu Wardah, Purbasari, Sari Ayu, Mustika Ratu, Mazaya, Make Over, Marcks, Inez.
2. FK merupakan seorang karyawan yang berusia 24 tahun dan memiliki latar belakang pendidikan terakhir S1. Ia tinggal di daerah Jatiwaringin, Bekasi. FK mulai menggunakan kosmetik secara rutin saat mulai bekerja atau sekitar kurang lebih dua tahun belakangan ini. Jenis kosmetik yang digunakannya, yaitu *lipstick*, bedak, pensil alis, dan *bb cream*. Merk kosmetik halal yang digunakannya, yaitu Wardah, La Tulipe, Purbasari.

3. TNA berusia 26 tahun dan berprofesi sebagai seorang pengajar Al Qur'an di sebuah lembaga pendidikan informal. TNA sudah menikah selama dua tahun dan ia tinggal di daerah Jatimakmur, Bekasi. TNA mulai menggunakan kosmetik secara rutin pada awal kuliah pada semester dua. Jenis kosmetik yang digunakannya, yaitu *lipstick*, *lip tint*, bedak, *eyeshadow*, *eyeliner*, *foundation*, *mascara*, *bb cream*, *concealer*, *blush on*, pensil alis. Merk kosmetik halal yang digunakannya, yaitu Wardah, Purbasari, Mazaya, La Tulipe, Inez, Sari Ayu, Make Over, dan Beauty story.
4. AP merupakan seorang karyawan yang berusia 24 tahun dan memiliki latar belakang pendidikan terakhir S1. Ia tinggal di daerah Pondok Melati, Bekasi. Sudah menggunakan kosmetik secara rutin sejak kuliah di semester enam dan mulai menggunakan kosmetik halal satu tahun belakangan. Jenis kosmetik yang digunakan yaitu *lipstick*, bedak, *eyeshadow*, *eyeliner*, *mascara*, *foundation*, *blush on*, dan pensil alis Merk kosmetik halal yang digunakannya, yaitu Wardah, La Tulipe, Purbasari, Make Over, dan Marcks.
5. RKW merupakan seorang karyawan yang berusia 24 tahun dan memiliki latar belakang pendidikan terakhir S1. Ia tinggal di daerah Jatiwaringin, Bekasi. RKW mulai menggunakan kosmetik secara rutin saat mulai bekerja atau sekitar kurang lebih satu tahun belakangan ini. Jenis kosmetik yang digunakannya, yaitu *lipstick*, bedak, pensil alis, dan *bb cream*. Merk kosmetik halal yang digunakannya, yaitu Wardah, La Tulipe, Purbasari, dan Sari Ayu.

6. DAZ adalah seorang pengajar yang berusia 23 tahun berpendidikan terakhir S1 dan tinggal di daerah Pondok Melati, Bekasi. DAZ mulai menggunakan kosmetik secara rutin sejak satu tahun belakangan. Jenis kosmetik yang digunakannya, yaitu *lipstick*, bedak, *eyeshadow*, *mascara*, *bb cream*, *foundation*, *blush on*, dan pensil alis. Merk produk kosmetik halal yang digunakannya, yaitu Wardah, Purbasari, Mazaya, Marcks, dan Inez.
7. MR merupakan seorang karyawan yang berusia 24 tahun dan memiliki latar belakang pendidikan terakhir S1. Ia tinggal di daerah Jakarta Timur. Ia sudah menggunakan kosmetik secara rutin selama sekitar tiga tahun belakangan. Jenis kosmetik yang digunakan yaitu *lipstick*, bedak, *eyeshadow*, *eyeliner*, *mascara*, *foundation*, *blush on*, dan pensil alis. Merk kosmetik halal yang digunakannya, yaitu Wardah, La Tulipe, Purbasari, Sari Ayu, Make Over, dan Mazaya. Ia menuturkan bahwa pekerjaannya menuntutnya untuk berpenampilan rapih dan menarik. Maka salah satu hal yang dilakukan adalah dengan riasan wajah.
8. RR merupakan seorang pengajar yang berusia 25 tahun dan memiliki latar belakang pendidikan terakhir S1. Ia tinggal di daerah Jatiwarna, Bekasi. Ia sudah menggunakan kosmetik selama sekitar lima tahun. Jenis kosmetik yang digunakan yaitu *lipstick*, bedak, *eyeshadow*, *eyeliner*, *mascara*, *foundation*, dan pensil alis Merk kosmetik halal yang digunakannya, yaitu Eye Brow&Eye Liner, Muslimah, Sari Ayu, Wardah, Purbasari, dan Marcks.

3. Penutup

Bab ini menjelaskan dan menggambarkan bagaimana sejarah perkembangan kosmetik hingga saat ini. Kosmetik awalnya dijadikan sebagai keperluan untuk ritual keagamaan oleh bangsa Mesir. Kosmetik pun tidak memiliki perbedaan mengenai pemakaiannya, baik laki-laki maupun perempuan. Masyarakat zaman dahulu memanfaatkan alam sebagai bahan utama kosmetik yang digunakan. Bahan-bahannya pun sederhana mulai dari bunga, madu, susu, minyak, hingga darah hewan. Hal ini semata-mata untuk memenuhi kebutuhan ritual keagamaan saja.

Seiring dengan perkembangan zaman, manfaat kosmetik pun ikut berubah. Masyarakat mulai mengkonstruksikan kecantikan pada perempuan. Hal ini membuat fungsi kosmetik tidak lagi hanya sebagai kebutuhan ritual keagamaan saja. Lebih dari itu, kosmetik pun mulai digunakan untuk memenuhi kebutuhan kecantikan oleh para perempuan. Kosmetik pun mulai terdeferensiasi menurut manfaatnya, seperti untuk cat kuku, pewarna rambut, pewarna bibir, pemutih kulit, hingga untuk menutupi kekurangan pada wajah, seperti jerawat. Hal ini disebabkan karena mulai adanya standar tertentu pada masyarakat mengenai kecantikan pada perempuan. Perempuan pada zaman itu pun mulai berbondong-bondong menganggap hal tersebut sebagai suatu kebutuhan. Selanjutnya kosmetik pun mulai semakin beraneka ragam jenisnya. Tidak hanya memanfaatkan bahan-bahan dari alam, kosmetik saat ini telah banyak diproduksi dengan menggunakan bahan-bahan kimia.

Selanjutnya, bab ini pun menjelaskan mengenai pasar kosmetik halal di Indonesia. Kosmetik halal dianggap menjadi tanggapan atas kebutuhan perempuan Muslim yang tinggal di zaman modern saat ini. Pasar kosmetik halal mulai muncul bersamaan dengan perubahan sosio-kultural yang terjadi pada masyarakat. Hal ini ditandai dengan mulai banyaknya perempuan Muslim yang menunjukkan identitasnya dengan menggunakan jilbab dan juga mulai tumbuhnya organisasi-organisasi bernuansa Islam. Kosmetik halal pun mulai berkembang dan dikenal menjadi bagian dari masyarakat, khususnya perempuan Muslim. Puncak perkembangan tersebut terjadi saat perempuan Muslim mulai tumbuh di Indonesia. Hal ini menandakan ada perkembangan konsumsi kebutuhan akan gaya hidup pada masyarakat tersebut. Promosi yang dilakukan secara gencar oleh produsen kosmetik halal pun memperluas dan mengukuhkan kosmetik halal dalam masyarakat saat ini.

BAB III

PROSES KONSTRUKSI SOSIAL KONSUMSI KOSMETIK HALAL OLEH PEREMPUAN MUSLIM

A. Pengantar

Bab ini berisi temuan data tanpa diskusi teoritik yang merupakan informasi yang diperoleh dari para informan. Pembahasan bab ini mengenai pola perilaku konsumsi para informan, yaitu mengenai apa saja jenis kosmetik yang dikonsumsi, alasan mereka mengonsumsi kosmetik halal, pandangan informan mengenai konsumsi kosmetik halal, serta bagaimana mereka mengetahui kehalalan produk kosmetik yang dikonsumsi. Untuk menjelaskan hal tersebut, bab ini terbagi menjadi empat subbab. Subbab pertama akan mendeskripsikan mengenai agama dalam pandangan informan. Hal yang akan dijelaskan dalam subbab ini mengenai sosialisasi agama yang didapatkan oleh informan, refleksi nilai-nilai agama dalam kehidupan ekonomi dan sosial informan, serta pandangan dan sikap individu dalam memaknai perbedaan hukum berhias dalam agama Islam.

Subbab kedua akan membahas mengenai motivasi informan dalam menggunakan kosmetik. Subbab ini akan faktor-faktor yang mendorong informan untuk melakukan tindakan tersebut. Sedangkan pada subbab selanjutnya, penulis akan mendeskripsikan mengenai keputusan informan dalam mengonsumsi produk kosmetik halal serta cara informan mengetahui informasi halal.

B. Keputusan Konsumsi Kosmetik Halal

1. Pengetahuan Tentang Kosmetik Halal

Pengetahuan yang didapatkan informan mengenai kosmetik halal berasal dari berbagai sumber, seperti media massa, media sosial, teman, keluarga serta produk kosmetik itu sendiri. Tidak jarang, informan juga memiliki rasa ingin tahu yang menimbulkan keinginan untuk memperoleh informasi seputar kosmetik halal. Hal ini menyebabkan informan mulai mencari informasi kosmetik halal dengan cara mengunjungi *website* yang menyediakan informasi seputar produk halal atau bahkan *beauty class* yang diadakan oleh produk kosmetik tertentu.

Saat ini, perkembangan teknologi juga disadari menjadi salah satu faktor yang menyebabkan semakin banyaknya informasi yang diperoleh seputar kosmetik halal. Selain iklan di televisi, informan menyatakan media sosial menjadi salah satu sumber informasi kosmetik halal. Media sosial digunakan untuk mengiklankan produk kosmetik halal, seperti pada *instagram* dengan menggaet beberapa *beauty blogger*, *influencer*, atau artis untuk mempromosikan produk kosmetik halal tersebut. Para *beauty blogger* pun tidak jarang memberikan informasi seputar produk kosmetik halal melalui tulisan ulasan pada halaman *blog* pribadinya.

“Sebelum beli kosmetik aku pasti cek dulu halal apa ngga komestik yang mau aku beli itu. Biasanya aku cek di situsnya MUI atau www.muslimconsumergrup.com. Kadang kalo memang kosmetik yang aku mau beli ngga ada sertifikasi halal atau keterangan halalnya, aku cek dulu di beberapa blog atau *review* orang-orang yang udah pake buat pastiin produk itu ngga pake bahan-bahan dari hewan. Sekarang kan juga udah banyak vegan cosmetic. Kadang itu juga jadi salah satu pertimbangan buat aku, jadi alternatif juga kalo aku mau beli kosmetik.”⁶⁴

⁶⁴ Wawancara Informan MII pada November 2016

“Kalo aku *prefer* untuk pake kosmetik memang udah jelas halalnyanya. Kosmetik yang aku pake saat ini *Alhamdulillah* halal semua. Biasanya aku cek di *website* punya *brand* tertentu supaya tau jenis kosmetik apa yang baru keluar. Ini kayak cara buat aku supaya ngga tertarik sama *brand* kosmetik lain, apalagi yang belum jelas kehalalannya.”⁶⁵

Iklan kosmetik halal juga saat ini sering dijumpai di televisi. Televisi memang nyatanya masih memiliki pengaruh pada khalayak. Saat ini banyak ditemukan iklan-iklan produk kosmetik dengan berbagai merk yang muncul di televisi dan menggunakan *tagline* ‘halal’. Lingkungan sosial pun memiliki peran pada informan mengenai kosmetik halal. Menurut informan, tidak jarang teman-temannya yang terlebih dahulu menggunakan kosmetik halal memberikan informasi mengenai produk kosmetik halal yang digunakannya. Biasanya, informasi yang diperoleh mengenai produk kosmetik halal meliputi terdapatnya logo ‘halal’ dari MUI pada kemasan produk dan terdapat kode lolos sertifikasi BPOM, serta keunggulan produk kosmetik halal seperti keunggulan produk saat digunakan dan keamanan bahan-bahan yang digunakan.

“Biasanya tau kosmetik halal apa ngga itu dari iklan sih. Sekarang kan banyak yang pasang iklan pake *tagline* halal. Atau biasanya aku cek di kemasannya aja, kan ada logo halalnyanya tuh. Aku emang ngga pernah coba merk kosmetik yang aneh-aneh. Merk kosmetik yang aku pake juga emang udah ada sertifikasi halalnyanya. Jadi aku pake produk-produk dari merk kosmetik itu aja supaya lebih terjamin.”⁶⁶

“Aku sih lebih milih untuk menghindari penggunaan kosmetik yang pake bahan-bahan dilarang, kayak alkohol misalnya. Jadi ngga ngutamain halal yang pake logo halal, yang penting ngga ada unsure haramnya aja.”⁶⁷

“Aku lebih sering beli kosmetik karna rekomendasi dari teman-teman sih. Biasanya mereka udah beli duluan, aku coba aja. Kalo aku suka dan emang cocok sama aku, ya aku beli. Nah kebetulan emang beberapa teman aku emang *aware* sama kehalalan kosmetik. Aku juga sering dapet info dari mereka kalo ada kosmetik-kosmetik yang dicurigai kandungannya ngga halal”.⁶⁸

⁶⁵ Wawancara Informan TNA pada November 2016

⁶⁶ Wawancara Informan RKW pada November 2016

⁶⁷ Wawancara Informan DAZ pada November 2016

⁶⁸ Wawancara Informan AP pada November 2016

2. Sikap Terhadap Keberadaan Kosmetik Halal

Berbagai informasi mengenai produk halal yang diterima oleh para informan disadari memiliki pengaruh dalam diri informan yang menciptakan pengetahuan bahwa dalam berkosmetik, halal pun harus tetap menjadi bahan pertimbangan. Sebagai Muslim, para informan juga mengakui banyaknya perbedaan mengenai hukum dalam menggunakan kosmetik. Menurut mereka hal ini merupakan sesuatu yang wajar dan tidak perlu dipermasalahkan. Perbedaan pandangan tersebut sangat erat dengan latar belakang seseorang yang mempengaruhinya untuk membentuk pemaknaan tersebut. Jadi sangat penting untuk menghargai perbedaan pandangan tersebut. Hal ini juga yang disampaikan oleh MII yang mengakui perbedaan pandangan tersebut terjadi di kalangan teman bermainnya saat masih di kampus. Teman-teman dekat di jurusannya bahkan sama sekali tidak menggunakan kosmetik jenis apapun. Namun hal itu bukan masalah bagi dirinya. Teman-temannya tidak menegurnya karena menggunakan kosmetik dan ia sendiri pun tidak membujuk teman-temannya untuk menggunakan kosmetik. Hal ini disadarinya sebagai pilihan individu dan kesadaran masing-masing dalam memaknai hukum dalam menggunakan kosmetik.

“Kalo sepamahamanku sendiri tentang berhias diri di Islam kan itu namanya *tabarruj* yah. Nah kita mungkin punya perbedaan tentang batasan berhias diri itu sejauh mana. Kalo yang aku pahami sendiri sih ya kalo *tabarruj* yang ngga dibolehin itu kalo udah tujuannya buat menarik perhatian orang. Di sini kan aku dandan cuma sebatas buat nutupin kekurangan di muka aku. Dan paling *ngga* buat nyesuaikan diri kalo lagi pada kondisi yang nuntut aku buat tampil lebih cantik. Misalnya pas lagi wisuda, kan ngga mungkin aku ngga dandan, padahal temen-temen yang lain juga dandan, cantik-cantik. Masa nanti pas di foto aku kelihatan kumel sendiri. Malah kalo kayak gitu menurut aku ngga pantas.”

Namun demikian, ia pernah merasakan hal yang tidak menyenangkan atas pendapat orang lain mengenai temannya yang tidak memakai kosmetik seperti wewangian untuk badan. Ia pernah mendengar beberapa orang mengolok-olok temannya tersebut karena aroma badanya yang kurang sedap. Tentu saja hal ini sangat disayangkan olehnya. Baginya, seharusnya sebagai seorang Muslim sangat penting untuk bisa diterima oleh kalangan mana pun, salah satunya dengan menjaga penampilan.

Perbedaan pandangan juga sangat berkaitan dengan bagaimana sosialisasi agama disampaikan sehingga terbentuk pemahaman bagi individu untuk memaknai pemahaman tentang memakai kosmetik. seperti yang disampaikan oleh TNA. Menurutnya, keluarganya merupakan agen sosialisasi yang paling berpengaruh dalam menanamkan nilai-nilai agama. Keluarganya juga merupakan tipe keluarga yang menjadikan nilai-nilai agama sebagai pedoman hidup. Semua yang dilakukannya pun harus sesuai dengan nilai-nilai agama. Hal tersebut tentu saja berpengaruh terhadap bagaimana TNA memaknai agama.

Namun demikian, ia sedikit mulai memiliki pandangan yang berbeda tentang memaknai agama. Hal tersebut terjadi saat ia memasuki perguruan tinggi. Pada bangku kuliah, ia tidak tinggal bersama orang tuanya. Tentu saja ini membuat intensitasnya untuk bertemu dengan teman-temannya pun jauh lebih banyak dari pada orang tuanya. Selain itu, ia pun banyak bertemu dengan orang-orang yang berbeda dalam memaknai agama dan memperoleh ilmu pengetahuan yang lebih luas daripada

sebelumnya. Hal tersebut diyakininya menjadi faktor yang membuatnya sedikit lebih terbuka dengan budaya-budaya modern. Salah satunya pandangan untuk memakai kosmetik rias.

“Dulu kan saya kalo pake *makeup* pas lagi di kampus aja. Nah pernah satu waktu saya pake *makeup* waktu lagi mau jalan sama temen di rumah. Terus umi saya lihat dan *nyuruh* saya untuk *ngapus makeup* itu. Padahal saya cuma biasa aja pake *bb cream, eyeliner, lipstick*, sama bedak. Yaudah saya hapus aja. Biasanya kalo saya kalo di rumah terus mau main sama temen pakinya bedak aja sama *lipice*. Tapi karna udah kebiasaan di kampus pakinya lebih dari itu jadi dibawa.”

Menurutnya, memakai kosmetik merupakan sebuah pilihan bagi individu, termasuk tujuannya. Oleh sebab itu, ada baiknya jika memakai kosmetik disesuaikan dulu tujuannya untuk apa. Baginya, memakai kosmetik dengan tujuan untuk menjaga kecantikan dan keindahan tubuh merupakan hal yang wajar dan diperbolehkan untuk perempuan. Asalkan tidak dengan tujuan untuk dipamerkan atau untuk menarik lawan jenis.

Hal tersebut sama dengan apa yang disampaikan oleh AP dan FK. Mereka berpendapat bahwa pemakaian kosmetik harus disesuaikan lagi niat dan tujuannya. Jika memakinya secara berlebihan dan dengan tujuan untuk menarik perhatian orang lain tentu saja merupakan pemahaman yang salah. Menurut AP, memakai kosmetik itu seperti menemukan kepribadian asli pada diri sendiri. Oleh sebab itu penting menentukan kebutuhan masing-masing dalam memakai kosmetik. Tidak hanya sebagai cara untuk mengikuti *trend* yang kekinian, tapi lebih menemukan karakter yang cocok untuk diri masing-masing individu. FK pun berpendapat sangat penting untuk memakai kosmetik bagi perempuan dengan tujuan menjaga kecantikan.

Namun kecantikan sendiri bukanlah hal yang dapat dipamerkan pada setiap orang. Menurut, ada yang lebih berhak atas kecantikan perempuan, yaitu suaminya.⁶⁹

Bagi DAZ, perbedaan pandangan dalam memakai kosmetik itu tergantung pada bagaimana individu memahami dan memaknai nilai-nilai agama Islam. Hal tersebut pun dianggap sebagai bagian dari area personal individu, jadi lebih baik tidak untuk saling dipermasalahkan. DAZ sendiri memaknai hukum berkosmetik sebagai hal yang diperbolehkan. Hal ini karena ia beralasan tujuan dari menggunakan kosmetik itu sendiri untuk mensyukuri nikmat yang telah diberikan oleh Allah pada dirinya. Salah satunya dengan menggunakan kosmetik.

“Menurut aku sah-sah saja perempuan memakai kosmetik. Karena perempuan sendiri kan memang identik sama keindahan. Menjaga keindahan itu sendiri menurut aku bentuk dari rasa syukur. Kalo memang penggunaan kosmetik diperlukan ya tidak masalah, asalkan jangan berlebihan. Tahu ukuran dan tempat saat pake kosmetik itu.”

RKW sendiri memaknai perbedaan tersebut sebagai bagian dari bentuk keanekaragaman umat Islam dalam memahami nilai-nilai agama. Hal itu merupakan bagian dari agama Islam dan agama Islam itu sendiri juga memiliki berbagai aliran yang berbeda dalam menafsirkan isi Al-Qur'an dan Hadist. Jadi lebih baik tidak saling dipertentangkan. Hal ini karena keputusan yang individu yakini menyangkut keimanan mereka sendiri. Ia sendiri sebenarnya bukan orang yang terlalu menyukai memakai kosmetik rias. Ia lebih menyukai kosmetik jenis perawatan kulit. Oleh sebab itu, ia berpendapat jika pemakaian kosmetik seharusnya disesuaikan dengan masing-masing kebutuhan. Hal ini disayangkan karena ia melihat banyak sekali

⁶⁹ Wawancara Informan FK pada November 2016

perempuan Muslim yang berdandan berlebihan untuk hanya sekedar dipajang di media sosialnya.

Sedangkan MR dan RR menganggap pemakaian kosmetik merupakan keputusan individu sendiri. RR berpendapat agama Islam bukanlah agama yang kaku. Jadi jika seseorang ingin menggunakan kosmetik, itu merupakan hak individu. Mengenai niat dan tujuan individu dalam tindakannya tersebut, RR menganggap itu merupakan tanggung jawab individu sendiri. Ia sendiri mengakui jika dirinya sangat menyukai kosmetik. Ia memakai kosmetik bukan untuk ditampilkan pada orang lain, namun untuk kepuasan dirinya. Menurutnya, kosmetik yang ia gunakan pun tidak berlebihan. Ia juga tidak menyukai perilaku Muslimah saat ini yang memakai kosmetik berlebihan untuk dipajang di media sosial. Hal tersebut ia anggap sebagai hal yang berlebihan⁷⁰.

MR pun berpendapat memakai kosmetik merupakan hak individu. Perbedaan yang diyakini oleh setiap individu pun merupakan haknya dalam memahami nilai-nilai agama. Ia sendiri pun berada di lingkungan orang-orang yang menggunakan kosmetik. Namun ia tetap berusaha untuk menghormati mereka yang sama sekali tidak menggunakan kosmetik. Satu hal yang disayangkan dirinya, yaitu apabila ia menjumpai perempuan yang sama sekali tidak memakai kosmetik, bahkan parfum sekalipun. Kadang ia merasa terganggu dengan aroma tubuh orang tersebut. Ia merasa sangat disayangkan karena pada diri orang tersebut terdapat pandangan orang

⁷⁰ Wawancara Informan RR pada November 2016

mengenai agama Islam. Ia pun menganggap lebih baik Muslimah yang berdandan namun tetap tidak berlebihan. Hal tersebut diakuinya akan memberikan pandangan perempuan Muslim sebagai sosok yang sholehah dan modern⁷¹.

Tabel I.5
Pandangan dan Sikap Individu Memaknai Perbedaan Hukum Berhias dalam Agama Islam

NO.	Informan	Pendapat
1.	MII	Menggunakan kosmetik merupakan pilihan individu dan kesadaran masing-masing dalam memaknai hukum dalam menggunakan kosmetik. Maka sangat penting untuk tidak saling menegur atau membujuk dalam menggunakan kosmetik.
2.	TNA	Memakai kosmetik merupakan merupakan masalah selera individu yang bersifat personal. Maka ada baiknya apabila tidak saling menyalahkan pemahaman tersebut.
3.	AP	Pemakaian kosmetik harus disesuaikan lagi niat dan tujuannya.
4.	FK	Pemakaian kosmetik secara berlebihan dan dengan tujuan untuk menarik perhatian orang lain tentu saja merupakan pemahaman yang salah
5.	DAZ	Perbedaan pandangan dalam memakai kosmetik itu tergantung pada bagaimana individu memahami dan memaknai nilai-nilai agama Islam. Hal tersebut pun dianggap sebagai bagian dari area personal individu, jadi lebih baik tidak untuk saling dipermasalahkan.
6.	RKW	Perbedaan tersebut sebagai bagian dari bentuk keanekaragaman umat Islam dalam memahami nilai-nilai agama. Hal itu merupakan bagian dari agama Islam dan agama Islam itu sendiri juga memiliki berbagai aliran yang berbeda dalam menafsirkan isi Al-Qur'an dan Hadist. Jadi lebih baik tidak saling dipertentangkan
7.	RR	Agama Islam bukanlah agama yang kaku. Jadi jika seseorang ingin menggunakan kosmetik, itu merupakan hak individu. Mengenai niat dan tujuan individu dalam tindakannya tersebut itu adalah tanggung jawab masing-masing.

⁷¹ Wawancara Informan MR pada November 2016

NO.	Informan	Pendapat
8.	MR	Memakai kosmetik merupakan hak individu. Perbedaan yang diyakini oleh setiap individu pun merupakan haknya dalam memahami nilai-nilai agama.

Sumber: Diolah oleh Penulis, 2017

3. Kebutuhan untuk Mengonsumsi Kosmetik

Ketika berbicara mengenai tindakan yang dilakukan oleh manusia, maka kita tidak dapat melepaskan motivasi individu yang menyebabkan ia melakukan tindakan tersebut. Motivasi individu berkaitan dengan keinginan atau dorongan yang ada dalam dirinya untuk melakukan tindakan tertentu. Motivasi individu tersebut juga dapat berasal dari dalam diri individu maupun dari pengaruh yang diterima individu di dalam lingkungan sosialnya. Penggunaan kosmetik yang dilakukan oleh individu juga tidak lepas dari motivasi yang ada padanya. Hal ini berkaitan dengan apa yang hendak individu capai dan apa yang mempengaruhi individu dalam menggunakan kosmetik tersebut.

Bagian ini akan menyajikan hasil data yang ditemukan oleh penulis mengenai beragam motivasi penting para informan dalam menggunakan kosmetik. Jika dicermati, motivasi individu dalam menggunakan kosmetik tidak terlepas dari keinginan individu untuk menampilkan citra dirinya pada lingkungan sosialnya. Subbab ini pun akan memaparkan motivasi individu menggunakan kosmetik ke dalam dua kategori: 1) Dorongan dalam Diri Individu dan 2) Dorongan dalam Lingkungan Sosial

1) Dorongan dalam Diri Individu

Informan pertama, yaitu MII, mengatakan bahwa ketertarikannya untuk menggunakan kosmetik salah satunya adalah karena ingin menutupi kantung matanya yang terlalu hitam. Bagi dirinya, kantung matanya tersebut cukup mengganggu penampilannya karena membuat dirinya terlihat seperti orang kelelahan. Kosmetik pun menjadi suatu solusi baginya untuk menutupi kekurangannya tersebut. Ia pun mulai menggunakan kosmetik untuk menyamarkan warna hitam pada kantung mata menggunakan *concealer* dan *eyeliner* untuk menegaskan bentuk mata agar tampak lebih segar.

“Aku sering banget begadang apalagi dulu waktu masih kuliah suka banyak tugas dan mau ngga mau bikin aku begadang atau bahkan ngga tidur. Jam tidur aku juga jadi berantakan banget. Lama kelamaan itu *ngaruh* ke muka aku. Aku jadi kelihatan loyo dan kucel banget. Apalagi kantung mata aku. Itu yang *paling* nonjol. Jadi aku mulai pake *concealer* di bawah mata aku sama *eyeliner* biar kelihatan lebih *fresh*.”

Informan kedua, yaitu FK, menyatakan bahwa dirinya menggunakan kosmetik dengan pertimbangan atas wajahnya yang terlihat sangat pucat. FK menyatakan bahwa warna kulitnya yang terlalu putih membuat warna bibirnya terlihat seperti orang yang sedang sakit. Tidak jarang ia sering mendapat pertanyaan dari rekan-rekan kerjanya mengenai kondisi kesehatannya. Ia pun mulai merasa terganggu dengan penampilannya sendiri. Menurutnya, hal tersebut membuat dirinya mulai mencoba menutupi kekurangannya tersebut dengan menggunakan kosmetik, seperti bedak, *lipstick*, dan pensil alis. Ia menambahkan bahwa dirinya lebih menyukai jenis *riasan wajah* yang natural saja karena baginya hal itu sudah cukup untuk menutupi kekurangan pada penampilan wajahnya.

“Kalo lagi di kantor saya sering banget ditanya sama temen-temen ‘lagi sakit ya, mba?’ Padahal saya sehat-sehat aja. Menurut saya ini pasti karna wajah saya yang kelihatan pucat. Saya dulu juga emang ngga pernah dandan. Terus saya mulai coba-coba aja pake kosmetik. Mulai coba *lipstick* yang warnanya cocok, belajar pake alis yang bentuknya natural. Terus ditambah *pake* bedak yang warnanya agak lebih tua sama warna kulit wajah saya.”

Selain itu, informan lainnya, yaitu DAZ juga memiliki motivasi yang sama dalam menggunakan kosmetik, yakni keinginan untuk menutupi kekurangan pada wajahnya. DAZ mengatakan bahwa dirinya pun menggunakan kosmetik untuk menutupi bekas jerawat dan juga agar wajahnya terlihat lebih cerah. Ia berpendapat jika kosmetik sangat bermanfaat untuk menunjang penampilan dirinya saat mengajar. Menurutnya, penampilan merupakan hal sangat penting karena penampilan menjadi faktor yang dinilai pertama kali oleh orang lain. Sebagai tenaga pengajar, penampilan juga dapat menjadi salah satu hal yang bisa mempengaruhi dirinya saat mengajar. Selain itu, penampilan juga menjadi salah satu aspek yang dinilai pada lembaga tempatnya mengajar.

“Saya sering pake kosmetik kok pake kosmetik. Salah satu alasannya, selain saya emang juga suka sama riasan wajah, saya juga mau nutupin bekas jerawat di wajah saya. Selain pake makeup riasan, saya juga pake skincare. Cuma kan *skincare* juga lama efeknya, jadi paling gampang ya ditutupin pake *makeup*.”

Informan TNA dan AP mengungkapkan bahwa ketertarikan awal mereka menggunakan riasan wajah yaitu dengan alasan untuk menambah rasa percaya diri pada diri mereka. Menurut mereka, tampil dengan riasan wajah sangat diperlukan untuk menunjang penampilan apalagi pada acara formal. TNA berpendapat jika dengan berpenampilan rapih dan memakai riasan wajah saat menghadiri suatu acara formal merupakan salah cara tamu untuk menghormati acara tersebut. Meskipun bukan termasuk orang yang sering menggunakan kosmetik, namun menurutnya

berpenampilan rapih dan sopan merupakan hal yang diperlukan. Hal tersebut bukan untuk menarik perhatian orang lain, tetapi lebih sekedar menghargai diri sendiri dan menghargai orang-orang di sekitar yang melihat. Menurutnya, jika menghadiri acara formal seperti pesta pernikahan tanpa menggunakan riasan wajah akan membuatnya terlihat sangat lusuh. Hal tersebut justru membuatnya tidak percaya diri. Standar yang digunakan dalam berkosmetik menurutnya cukup rapih untuk dilihat bagi dirinya sendiri. Oleh sebab itu, ia merasa riasan wajah sangat membantunya apalagi untuk menghadiri acara-acara tertentu.

Bagi AP, menggunakan *riasan wajah* dapat menambah rasa percaya diri pada dirinya. AP mengatakan ia merupakan informan yang termasuk sering menggunakan kosmetik. Ia menggunakan kosmetik pada saat bekerja, menghadiri acara formal, atau hanya sekedar pergi berkumpul dengan teman-teman. Riasan wajah yang digunakan juga tidak mencolok, hanya untuk membuat wajahnya tampil lebih *fresh*. Penampilan baginya merupakan hal sangat penting apalagi untuk perempuan. Ia menyadari saat ini penampilan luar, yaitu pakaian dan riasan, akan meninggalkan kesan kita pada orang lain, khususnya pada perempuan. Maka, ia berpendapat sangat penting baginya untuk menjaga penampilan.

RR juga menyatakan bahwa dirinya menggunakan kosmetik untuk menambah rasa percaya diri. Selain berfungsi untuk menambah kecantikan pada wajah, kosmetik juga menimbulkan rasa percaya diri pada mereka. RR mengungkapkan dirinya memang menyukai kosmetik, khususnya kosmetik riasan. Baginya kosmetik

mempengaruhi bagaimana dirinya saat berinteraksi dengan orang lain. Tempatnya bekerja memang tidak mengharuskan dirinya untuk menggunakan kosmetik. Namun dengan dirinya menggunakan kosmetik dan berpenampilan rapi, ia dapat merasa dapat mempengaruhi rasa percaya dirinya dan berpengaruh pada kinerjanya. Selain karena ia menyukai kosmetik, ia mengatakan dengan menggunakan kosmetik ia dapat lebih percaya diri saat sedang mengajar.

“Kalo lagi ngajar kan kita di depan kelas terus. Ketemu banyak murid dan guru-guru lainnya juga. Kan ngga mungkin kalo kita tampilannya lusuh. Makeup sih bantu saya merada *pede* aja kalo lagi mengajar dan berinteraksi sama guru-guru lainnya. Kebetulan kan guru-guru di tempat saya mengajar juga para senior. Jadi penampilan kan juga bisa bikin kesan tentang saya ke mereka.”

Dari informasi yang diperoleh melalui pernyataan para informan, penulis dapat mengetahui bahwa penggunaan kosmetik menjadi salah satu cara untuk mencapai tujuan tertentu, yaitu menutupi kekurangan pada wajah dan juga untuk menambah rasa percaya diri bagi para informan. Para informan pun dapat mempercayai jika penampilan menjadi hal yang dinilai pertama dan dapat meninggalkan kesan pada orang lain bagi dirinya. Selain itu, penggunaan kosmetik juga dapat menunjang kinerja mereka dan juga cara mereka untuk menampilkan diri mereka saat berinteraksi dengan orang lain.

2) Dorongan dalam Lingkungan Sosial

Selain dorongan atau keinginan dalam diri untuk memperoleh sesuatu, para informan menyatakan kosmetik merupakan salah satu syarat yang diperlukan saat bekerja. Dalam hal ini, lingkungan dimana para informan bekerja menjadikan penampilan, salah satunya riasan wajah, sebagai salah satu penilaian. Seperti yang

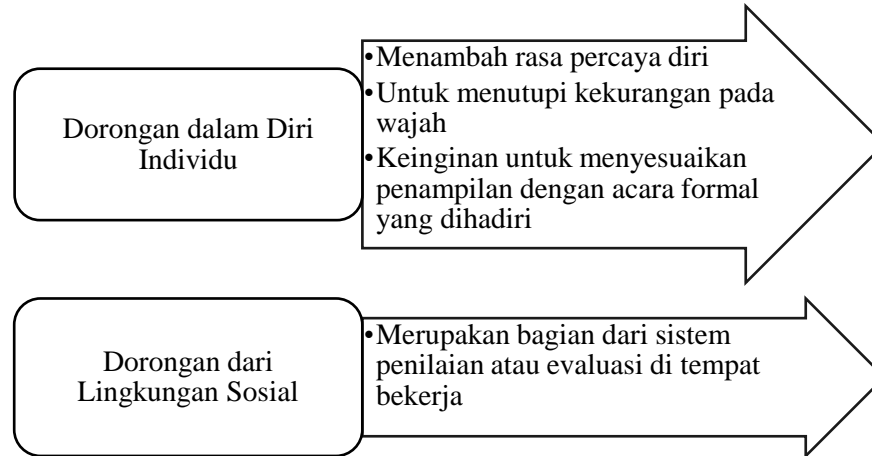
dikatakan oleh RKW, tempatnya bekerja mengharuskan dirinya untuk terus menjaga penampilann yang rapih dan sopan. Salah satunya dengan cara menggunakan kosmetik. Hal ini karena perusahaannya ingin menimbulkan citra pada masyarakat salah satunya dengan penampilan para pegawainya.

“Aku pake kosmetik kalo lagi di kantor aja. Soalnya emang disuruh gitu dari sananya. Waktu awal masuk, aku pernah dapet teguran dari senior aku karena pas abis sholat aku ngga *touch up* lagi. Terus aku disuruh *touch up* lagi. Katanya paling ngga pake *lipstick* aja.”

Demikian pula dengan MR. MR mengatakan jika penampilan menjadi salah satu hal yang dievaluasi di tempatnya bekerja. Di sana, pegawainya wajib untuk menjaga penampilan, salah satunya dengan berdandan. Bahkan pada saat ia baru masuk, kantor tempatnya bekerja mengadakan *makeup class* untuk para pegawai baru. Disana, pegawainya pun diwajibkan untuk berpakaian menutup aurat dan syar’i. menurutnya, hal tersebut yang menjadi alasan ia menggunakan kosmetik saat ini.

Melalui pernyataan tersebut, penulis dapat memperoleh informasi bahwa lingkungan bekerja menjadi faktor yang membentuk informan untuk menggunakan kosmetik. Penampilan yang sopan dan rapih, salah satunya dengan menggunakan kosmetik, menjadi salah satu penilaian atau bahan evaluasi dirinya di tempat bekerja. Selain itu, para informan, sebagai pegawai, juga menyatakan bahwa penampilan juga dapat menjadi citra bagi perusahaan tempatnya bekerja kepada masyarakat luas.

Skema II.2
Kategorisasi Kebutuhan Informan untuk Menggunakan Kosmetik



Sumber: Diolah oleh Peneliti, 2017

C. Pemahaman Agama oleh Informan

Setiap individu memiliki perbedaan dalam memaknai agama. Perbedaan tersebut merupakan hal yang wajar karena agama tumbuh bersama individu sebagai pemeluknya melalui sosialisasi yang diterima dan pengalaman hidupnya. Agama sendiri merupakan fenomena yang sangat kompleks karena di dalamnya mengandung berbagai makna yang melibatkan individu, masyarakat, budaya, organisasi, serta pembentukan perilaku oleh pemeluknya. Fenomena-fenomena yang terjadi dalam masyarakat juga turut mengambil peran dalam memaknai agama. Tidak jarang, berbagai aspek dalam kehidupan manusia yang meliputi keluarga, ekonomi, politik, pendidikan dan sebagainya, dipengaruhi, digerakkan, dan diarahkan sistem yang bersumber dari nilai-nilai agama yang dianutnya. Agama pun menyerap dalam diri individu dan memiliki makna tertentu dalam dirinya.

Bagian ini akan menyajikan hasil data yang ditemukan oleh penulis mengenai beragam bentuk pemaknaan nilai-nilai agama yang diyakini informan, yaitu agama Islam, dalam setiap aspek kehidupannya. Jika dicermati, bagi sebagian individu agama menjadi nilai yang penting dan tidak jarang dijadikan sebagai pedoman dalam pengambilan keputusan berperilaku. Maka pada subbab ini akan dijabarkan mengenai 1) Sumber dan Sosialisasi Nilai-nilai Agama pada Informan 2) Refleksi nilai-nilai agama dalam kehidupan ekonomi dan sosial informan.

1) Sumber dan Sosialisasi Nilai-nilai Agama pada Informan

Informan pertama, yaitu MII, termasuk informan yang mengakui agama menjadi hal yang penting bagi dirinya. Menurutnya, orang tua menjadi agen yang berpengaruh dalam mengenalkan dan menanamkan nilai-nilai agama dalam dirinya. Orang tuanya sangat berperan dalam memberikan contoh mengenai praktik-praktik ibadah yang diajarkan dalam agama Islam. Ia pun mengaku dirinya sudah terbiasa dengan praktik ibadah sejak dirinya masih kecil. Sosialisasi nilai-nilai agama di dalam keluarga MII cukup kuat. Hal ini terlihat dari pendidikan TK dan SD yang telah MII jalani merupakan sekolah dengan berlandaskan agama Islam. MII juga aktif dalam kegiatan organisasi yang berkaitan dengan aktifitas dakwah sejak SMP hingga saat ini, seperti rohis, mentoring dan liqo. Ia pun memiliki kegiatan rutin, yaitu mentoring pada murid di sekolahnya dulu. Pengetahuan agama yang ia peroleh juga berasal dari rasa ingin tahu yang ia salurkan dengan membaca buku-buku keagamaan. Selain itu, ia pun mengakui perkembangan teknologi juga berperan besar untuk

dirinya dalam menambah wawasan keagamaan mulai dari televisi, internet, media sosial, dan sebagainya.

“Sampe sekarang aku masih aktif kok di organisasi dakwah, khususnya yang di sekolah. Soalnya masih ada jabatan di sana. Kalo di kampus udah ngga ada jabatan, tapi masih suka ikut kegiatan di sana sebagai alumni aja.”

Hal serupa pun dirasakan oleh TNA. Ia mengaku keluarganya memiliki pengaruh yang besar dalam sosialisasi agama yang diterimanya. Menurutnya, kedua orang tuanya mendidik anak-anaknya untuk menjadi penghapal Al Qur’an. Ia pun pernah mengikuti lembaga informal untuk menghapal Al-Qur’an. Keluarga TNA memang memiliki aturan yang ketat mengenai agama. Ia pun sudah tidak asing dengan nilai-nilai keagamaan. Hal ini terbukti dengan semua pendidikan formal yang diterimanya, kecuali SMA, merupakan sekolah dengan berlandaskan pada nilai-nilai agama Islam. Ia juga memasuki *boardingschool* setingkat dengan sekolah menengah atas khusus putri di daerah Cirebon. Pendidikan formal yang dilaluinya pun dibarengi dengan pendidikan agama yaitu dengan mengikuti kursus membaca dan menghapal Al Qur’an. Sistem pendidikan ini merupakan sistem yang diterapkan dalam keluarganya. Ia pun tidak sendiri sebagai penghapal Al Qur’an di dalam keluarganya. Selain itu, ia pun aktif dalam kegiatan dakwah saat di bangku kuliahnya. Hingga saat ini, aktivitas dakwah yang diikutinya adalah liqo.

“Emang keluarga sih yang paling berpengaruh banget. Contohnya, biasanya kalo sehari-hari sholat maghrib sama isya itu barjamaah sekeluarga di rumah. Terus abis itu tadarus bareng sama lanjutin hafalan Al-Qur’an masing-masing sambil nunggu sholat isya.”

Informan DAZ mengaku bahwa keluarganya tidak terlalu berpengaruh dalam sosialisasi agama pada dirinya. Ia mengaku lingkungan sosial merupakan agen yang

berpengaruh memperkenalkan nilai-nilai agama pada dirinya. Ia menyatakan bahwa dirinya aktif dalam kegiatan dakwah sejak SMP hingga kuliah, seperti rohis, mentoring, dan liqo. Saat ini, ia sudah tidak mengikuti aktivitas dakwah tersebut. Namun ia rutin menghadiri berbagai kajian yang berkaitan dengan agama Islam. Menurutnya, kebersamaan dalam lembaga dakwah memberikannya kenikmatan dan ketenangan dalam mempelajari agama Islam. Ia pun menambah pengetahuan agamanya dengan membaca buku-buku keagamaan. Selain itu, ia pun mengakui perkembangan teknologi juga berperan besar untuk dirinya dalam menambah wawasan keagamaan mulai dari televisi, internet, media sosial, dan sebagainya.

“Aku udah ngga liqo baru-baru ini, baru sekitar tiga bulan. Alasannya karna waktunya selalu bentrok sama jam kerja aku. Susah untuk samain waktu sama teman-teman yang lain. Jadi biar aku bisa tetap *refresh* diri aku sama agama, aku rutin ikut kajian. Biasanya di daerah Condet. Kan lebih *flexy* yah.”

Hal tersebut pun dirasakan oleh AP. Ia mengaku orang tuanya juga tidak memberikan pendidikan khusus mengenai agama Islam di dalam keluarganya. Meskipun demikian, ia saat kecil pernah mengikuti kegiatan mengaji dan lomba baca Al Qur'an. Pada masa SMP dan SMA ia pernah aktif dalam kegiatan Rohis di sekolahnya. Ia juga aktif menghadiri mentoring pada saat itu. Saat memasuki bangku kuliah, ia mulai tidak mengikuti kegiatan mentoring dan tidak mengikuti aktifitas keagamaan. Saat ini, ia aktif untuk mengikuti kegiatan pengajian yang diadakan di kantornya sekali dalam satu bulan. Kegiatan pengajian tersebut dilakukan dengan mengundang seorang *ustadz*. Biasanya ia dan rekan-rekan lainnya mendapatkan siraman rohani atau kajian, belajar membaca dan menghafal Al Qur'an dalam

kegiatan pengajian bulanan tersebut. Menurutnya, lingkungan tempatnya bekerja saat ini cukup kondusif untuk menjalankan ibadah. Selain itu, rekan-rekan kerjanya juga merupakan Muslim yang taat meskipun tidak mengikuti kegiatan dakwah.

“Sekarang *sih* rutin ikut pengajian bulanan di kantor. Teman-teman di kantor juga rajin ibadahnya. Saya jadi kebawa. Kadang juga suka *share* video-video ceramah dari youtube. Ngga ada ikatan formal itu *sih*, kayak organisasi. Lebih kayak keluarga sendiri aja.”

Informan FK dan RKW juga mengaku keluarganya tidak terlalu berpengaruh dalam proses sosialisasi agama yang diterimanya. Bagi FK dan RKW lingkungan pertemanan saat kuliah cukup membantunya untuk mengenal nilai-nilai agama Islam. Mereka merasa lingkungan saat kuliah cukup kondusif untuk mempelajari agama Islam dan juga melaksanakan ibadah. Mereka menuturkan bahwa mereka berada di lingkungan orang-orang yang taat dalam melaksanakan perintah agama dan juga aktif pada kegiatan atau organisasi yang bersifat keagamaan. Hal tersebut berdampak sangat signifikan bagi dirinya dalam memaknai agama.

“Kalo aku di BEM *sih* waktu kuliah udah mulai belajar agama dari teman-teman. Emang kayak bikin pengajian gitu *sih*, Cuma sering *sharing* aja. Karena kebetulan kan mereka anak liqoan. Rajin-rajin juga lagi sholatnya. Aku jadi keikutan”

RKW sendiri mengaku dia tidak aktif dalam kegiatan organisasi di kampusnya. Namun ia sendiri mengambil jurusan sastra Arab saat masih kuliah. Ia berkata bahwa teman-teman di jurusannya cukup memberikan pengaruh bagi dirinya untuk mempelajari agama Islam.

“Waktu masih kuliah *sih* teman-teman kan ikut liqo dan pakaiannya juga udah syar’i. Aku juga jadi mulai keikutan untuk pake baju lebih rapi, ngga pake jeans lagi, sama kerudungnya lebih panjang. Kadang juga suka *sharing*. Aku juga suka nanya tentang hukum-hukum yang bellum aku tahu. Biasanya mereka suka *broadcast* pesan-pesan dakwan gitu juga.”

FK dan RKW mengaku saat ini mereka aktif mengikuti kegiatan mentoring. Mereka menuturkan mentoring menjadi sumber sosialisasi yang paling berpengaruh saat ini karena bentuk penjagaan yang terjalin antara anggota dan mentor yang sangat intim. Biasanya mereka akan dituntun untuk terus menjalankan perintah agama, misalnya dengan mengingatkan sholat sunnah, puasa sunnah, dan tausiyah melalui pesan singkat. Mereka pun menambah wawasan mereka dengan membaca buku-buku keagamaan. Selain itu, ia pun mengakui perkembangan teknologi juga berperan besar untuk dirinya dalam menambah wawasan keagamaan mulai dari televisi, internet, media sosial, dan sebagainya. Selain itu, RKW juga mengakui saat ini ia bekerja di salah satu bank syari'ah pada bidang yang menangani tentang kepatuhan pembuatan peraturan perbankan berdasarkan hukum Islam. Bagi dirinya, hal tersebut pun membantu menambah pengetahuan mengenai agama Islam. Lingkungan kerja RKW pun cukup kondusif untuk melaksanakan praktik ibadah sehari-sehari.

Hal yang sama pun terjadi pada MR. Ia saat ini bekerja juga di bank syariah. Menurutnya, hal ini membantu dirinya untuk memperoleh pengetahuan mengenai agama Islam. Lingkungan kerjanya pun menerapkan nilai-nilai agama Islam ke dalam budaya kantornya. Misalnya saja, sebelum memulai pekerjaan biasanya mereka membaca Al-Qur'an atau doa bersama. Ia pun merasakan lingkungan kerjanya sangat kondusif bagi dirinya dalam mempelajari agama Islam. Selain itu ia juga rutin mengikuti kegiatan mentoring. Namun ia mengaku keluarga dan lingkungan sosial yang terdahulu tidak terlalu memiliki pengaruh dalam sosialisasi agama yang

diperolehnya. Menurutnya, kesadaran dirinya untuk mulai mempelajari agama lebih dalam timbul dalam dirinya sendiri.

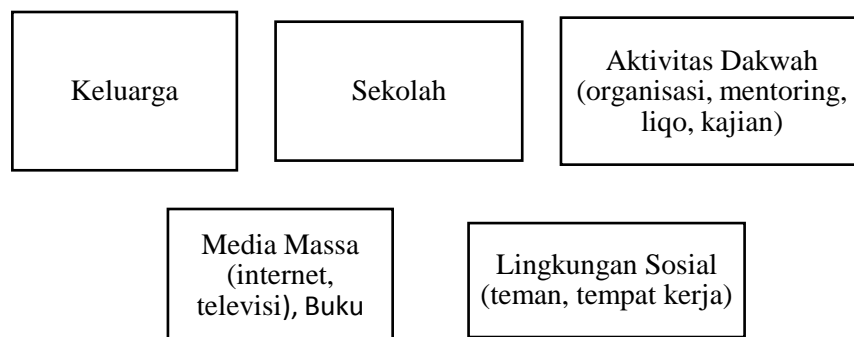
“Aku dulu ngga ikut rohis, mentoring, atau LDK gitu. Saat ini sih lingkungan kerja berpengaruh ya. Di kantor tuh agamanya kental banget. Orang-orangnya juga kebanyakan religius. Mereka juga baik-baik banget. Aku merasa pengen aja buat mempelajari agama Islam lebih gitu. Terus ada temen yang ngajak mentoring. Yaudah aku ikut aja sampe sekarang. Aku juga merasa butuh sih”

Lingkungan kerja juga mempengaruhi RR sebagai sumber sosialisasi agama yang diperolehnya. Menurutnya, lingkungan kerjanya memang merupakan lembaga yang berlandaskan nilai-nilai agama Islam. Selain itu, lingkungan kerjanya juga mengadakan liqo bagi para staf pengajar. Hal ini dirasa cukup membantu RR untuk memperoleh ilmu mengenai agama Islam yang sebelumnya tidak ia rasakan.

“Kalo tentang agama, orang tua biasa aja sih. Waktu sekolah sama kuliah juga ngga ada yang agamis gitu. Saya merasa kalo disuruh bilang mana yang paling berpengaruh, ya di tempat kerja saya sih. Mereka punya aturan yang ketat juga untuk para staf pengajar. Mulai dari cara mengajar sampai berpakaian. Terus juga ada liqo bareng. Biasanya sebulan sekali. Kadang juga kalo lagi bulan puasa ada *event* bareng.”

Skema II.3

Sumber dan Sosialisasi Nilai-nilai Agama pada Informan



Sumber: Diolah Penulis, 2017

2) Refleksi Nilai-nilai Agama dalam Kehidupan Ekonomi dan Sosial

Tidak dipungkiri bagi sebagian masyarakat, agama menjadi salah satu yang dipertimbangan dalam pengambilan keputusan. Agama pun dijadikan pedoman dalam berbagai aspek kehidupan manusia yang meliputi sosial, ekonomi, politik, budaya, dan sebagiannya. Hal ini seperti yang disampaikan oleh MII, TNA, dan RKW. Bagi mereka, agama Islam mengandung hukum-hukum penting yang mengatur kehidupan pemeluknya. Hal inilah yang membedakan seorang Muslim dengan pemeluk agama lainnya. Misalnya, MII yang mempertimbangkan agama dalam pemilihan lingkungan sosial dan perekonomian. Sejak SMP dirinya memang sering mengikuti kegiatan keagamaan yang diadakan di sekolah seperti mentoring dan pesantren kilat pada bulan Ramadhan. Hal tersebut yang membawanya untuk terlibat dalam organisasi kerohanian Islam saat memasuki bangku SMA. Ia aktif dalam setiap kegiatan yang diadakan oleh organisasi tersebut selama masa sekolah.

“Aku sih lebih merasa nyaman bareng teman-temannya rohis dibandingkan dengan teman-teman di kelas lainnya. Soalnya aku sama mereka tuh kayak punya kesamaan visi dan terus juga lebih mudah buat melakukan ibadah. contoh, aku sama mereka punya komitmen buat saling mendukung untuk PTN, jujur pas lagi ujian nasional, ninggalin nyontek yang sudah sangat membudaya di sekolah, dan lainnya. Aku selalu merasa mereka bawa dampak positif buat aku sendiri.”

Selain itu, MII juga menyatakan pertimbangan nilai-nilai agama selalu menjadi aspek utama yang harus didahulukan. Hal ini sudah tertanamkan juga dalam keluarganya. Oleh sebab itu, ia sudah terbiasa dengan hal tersebut. Selain lingkungan sosial, MII juga mengutamakan nilai-nilai agama pada aspek ekonomi dalam hidupnya. Misalnya dalam penggunaan jasa perbankan, ia dan keluarganya memilih

bank syari'ah. Hal ini dengan alasan agar ia dan keluarganya terhindar dari riba. Selain itu pada konsumsi makanan, minuman, dan kosmetik, ia dan keluarganya selalu membeli yang sudah terjamin kehalalannya atau memilih yang pedagangnya seorang Muslim. Alternatif lainnya adalah ia hanya mengonsumsi produk yang bebas dari unsur hewan di dalamnya. Menurutnya hal itu untuk menjamin keamanan produk yang ia konsumsi. Oleh sebab itu, ia sangat aktif dalam mencari informasi seputar halal sebelum membeli produk. Sedangkan dalam pemilihan lapangan pekerjaan, menurutnya paling tidak ia dapat melaksanakan perintah dalam agama Islam yang diyakininya tanpa gangguan.

Hal ini juga dirasakan oleh TNA. Menurutnya, ia sendiri memang selalu berada di lingkungan orang-orang yang religius. Sejak TK hingga kuliah ia sudah berada di lingkungan tersebut. Orang tuanya memang selalu mempertimbangkan aspek agama dalam pemilihan pendidikan bagi dirinya dan saudaranya yang lain. Pada masa kuliah pun, baik lingkungan sosial dalam organisasi maupun jurusan, terdiri dari orang-orang yang memiliki semangat untuk beribadah. Selain itu, ia pun tinggal di perumahan yang tetangga-tetangganya juga memiliki kesamaan semangat untuk menjalankan perintah agama. TNA mengaku dirinya selalu menempatkan diri di lingkungan orang-orang yang aktif dalam kegiatan tarbiyah. Selain, orang tua TNA juga menjaganya agar ia tetap berada di lingkungan yang dianggap kondusif bagi TNA dalam melaksanakan perintah agama Islam.

“Saya sendiri lebih nyaman sama mereka yang satu visi sama aku. Soalnya kan lingkungan petemanan itu bisa dua kemungkinan kan, bisa bawa kita jadi yang lebih baik atau buru. Jadi aku milih yang bisa membuat saya jadi pribadi yang lebih baik aja”

TNA juga menyatakan pertimbangan nilai-nilai agama selalu menjadi aspek utama yang harus didahulukan, salah satunya pada aspek ekonomi. Hal ini karena pengaruh keluarganya yang sangat ketat dalam menanamkan nilai-nilai agama. Ia berpendapat jika dulu dirinya tidak terlalu peka dengan hukum halal dan haram, kecuali pada makanan. Namun sekarang ia mulai menganggap penting hal tersebut. Dalam perbankan, ia memang selalu menggunakan jasa perbankan bank syari'ah. Selain itu pada konsumsi makanan, minuman, dan kosmetik, mulai merasakan pentingnya menjamin kehalalan sekitar empat tahun belakangan. Ia mengatakan bahwa dirinya dulu beranggapan jika tidak mengandung bahan-bahan yang haram berarti tidak masalah untuk di konsumsi. Namun saat ini, ia berpendapat jika dirinya hanya akan mengonsumsi produk yang sudah jelas jaminan halalnya, termasuk saat makan di restoran dan membeli kosmetik. Ia akan mencari informasi dulu mengenai halalnya sebelum membeli. Sedangkan dalam pekerjaan, ia memilih pekerjaan yang menurutnya bisa membuat dirinya terus dekat bersama nilai-nilai agama Islam.

RKW berpendapat jika dirinya memang memilih lingkungan yang dapat membuatnya terus belajar tentang agama Islam. Oleh sebab itu, ia memilih lingkungan yang kondusif bagi dirinya untuk melaksanakan perintah agama. Ia pun mengatakan alasannya masuk jurusan sastra Arab salah satunya karena dirinya ingin berada di lingkungan yang berlandaskan agama Islam. Ia memang tidak aktif di

kegiatan dakwah saat di kampusnya. Namun kebanyakan teman-temannya aktif dalam kegiatan tersebut. di lingkungan pekerjaan pun demikian.

“Teman-teman aku kebanyakan anak LDK. Aku sih senang. Karena bisa ketularan semangat ibadah juga. Soalnya kalo di kampus bebas yah, semua kita yang menentukan arah kita. Jadi supaya lebih aman, aku mendekat dengan teman-teman yang ibadahnya juga bagus.”

Pada bidang ekonomi, ia menyatakan jika dirinya selalu menggunakan bank syari'ah. Selain itu, ia juga hanya menggunakan produk kosmetik yang telah terjamin kehalalannya. Untuk konsumsi makanan dan minuman, ia berpendapat asalkan tidak mengandung bahan-bahan yang haram, tidak masalah untuk dikonsumsi. Ia pun tidak akan mengonsumsi produk-produk makanan jika beredar rumor produk tersebut mengandung bahan-bahan yang haram. Sedangkan dalam pekerjaan, ia juga memilih pekerjaan yang dapat menggunakan ilmu yang sesuai dengan jurusannya saat kuliah dulu. Selain itu, ia pun mencari pekerjaan yang menurutnya bisa membuat dirinya terus dekat bersama nilai-nilai agama Islam.

Bagi DAZ, ia juga merasa nyaman untuk berada di lingkungan orang-orang yang memiliki kesamaan pandangan dalam memaknai nilai-nilai agama. Namun demikian tidak menutup kemungkinan bagi dirinya untuk berteman dengan siapa saja. Baginya sangat penting untuk dapat berteman dengan siapa saja. Hal ini disampaikannya karena saat berada di lingkungan sosial yang berbeda-beda, ia akan menemui banyak orang dengan latar belakang dan karakter yang berbeda-beda dan nantinya akan menumbuhkan rasa saling memahami pada dirinya. Ia pun tidak mempertimbangkan nilai agama dalam memilih lembaga pendidikan. Baginya, hal

yang paling penting adalah ia bisa melaksanakan kepercayaan agamanya dengan baik dan tanpa harus diganggu oleh pihak lain.

“Aku organisasi dakwah ikut, organisasi jurusan juga ikut. Semua barengan. Organisasi dakwah tuh lebih untuk mengukuhkan identitas aku ya sebagai Muslim. Aku juga punya teman yang beda agama sama aku, teman dekat malahan. Aku sih baik-baik aja. Malah senang. Kan dengan kayak gitu kita bisa paham perbedaan dan ngga kaku juga.”

Selain itu, DAZ juga menyatakan nilai-nilai agama selalu menjadi aspek yang dipertimbangkan. Selain lingkungan sosial, DAZ juga mengutamakan nilai-nilai agama pada aspek ekonomi dalam hidupnya. Misalnya dalam penggunaan jasa perbankan, ia memilih bank syari'ah. Untuk konsumsi makanan dan minuman, ia berpendapat asalkan tidak mengandung bahan-bahan yang haram, tidak masalah untuk dikonsumsi atau ia memilih penjual yang beragama Islam. Ia pun tidak akan mengonsumsi produk-produk makanan jika beredar rumor produk tersebut mengandung bahan-bahan yang haram. DAZ pun hanya menggunakan produk kosmetik dari merk kosmetik yang sudah terjamin kehalalannya. Sedangkan dalam pemilihan lapangan pekerjaan, menurutnya paling tidak ia dapat melaksanakan perintah dalam agama Islam yang diyakininya tanpa gangguan.

FK berpendapat bahwa dirinya pun merasa nyaman jika berada di lingkungan orang-orang yang memiliki kesamaan pandangan dalam memaknai nilai-nilai agama. Namun demikian ia tidak menjadikan nilai agama sebagai pertimbangan untuk memilih lingkungan sosial. Saat ia berada di lingkungan teman-teman yang aktif dalam kegiatan dakwah pun ia anggap hanya kebetulan dirinya mendapatkan lingkungan yang seperti itu. Dalam hubungan pertemanan, ia lebih memilih orang-

orang yang membuatnya nyaman dan senang tanpa harus mengganggu keyakinan agama masing-masing.

“Teman-teman aku sih ada yang anak liqoan, ada yang ngga, dan ada yang non Muslim. Kalo teman menurut aku yang penting dia menyenangkan, ngga egois aja. Urusan agama kan itu masalah masing-masing. Tapi kalo aku mau tanya tentang agama Islam sama teman akau yang liqo, mereka welcome banget dan ngga maksa-maksa aku untuk ikut liqo.”

Pada bidang ekonomi, ia menyatakan jika dirinya hanya menggunakan produk kosmetik yang telah terjamin kehalalannya. Untuk konsumsi makanan dan minuman, ia berpendapat hanya akan mengonsumsi produk yang sudah terjamin halalnya atau paling tidak produk tersebut tidak memiliki reputasi menggunakan bahan-bahan yang haram. Sedangkan dalam pekerjaan, ia juga memilih pekerjaan yang dapat menggunakan ilmu yang sesuai dengan jurusannya saat kuliah dulu. Menurutnya, ia dapat bekerja asalkan tidak ada perlakuan diskriminatif terhadap nilai-nilai agama yang diyakininya.

Sedangkan informan AP dan RR menyatakan bahwa mereka juga tidak mempertimbangkan nilai-nilai agama dalam lingkungan sosial dan pendidikan. AP menuturkan bahwa ayahnya sendiri juga merupakan seorang mualaf. Ia pun masih memiliki banyak keluarga yang beragama non Islam. Jika sedang ada perayaan agama pun keluarganya dan saudaranya yang lain akan saling merayakan dengan tujuan untuk saling menghormati, bukan untuk merusak masing-masing keyakinan pada individu.

“Kalo untuk hubungan sosial sih aku ngga terlalu mempermasalahkan agama. Saudara dan teman-teman aku juga beberapa ada yang non Muslim. Aku sih yang paling penting menjaga toleransi dan menghindari obrolan-obrolan yang sifatnya sensitif. Karena menurut aku teman dan saudara bukan ranah yang tepat buat ngomongin hal itu.”

RR pun berpendapat demikian. Ia pun memiliki beberapa teman dekat yang beragama non Muslim. ia lebih mementingkan sifat dari seseorang dibandingkan latar belakang agama yang dimiliki seseorang dalam memilih teman. Ia mengatakan jika dalam hubungan pertemanannya toleransi dan tenggang rasa menjadi hal yang sangat penting. Ia dan temannya tidak akan membahas isu-isu yang terkait akan agama dan tidak pula mencampuri urusan agama masing-masing.

Dalam pekerjaan, RR dan AP mengaku sebenarnya mereka tidak memilih pekerjaan atas pertimbangan nilai-nilai agama. Namun saat ini mereka berada di lingkungan sangat sangat kondusif untuk melaksanakan perintah agama. Hal tersebut disampaikan oleh RR yang bekerja di sebuah lembaga pendidikan dengan berlandaskan nilai agama Islam. Selain itu, kegiatan dan budaya kerja di lembaga tersebut pun membuatnya merasa lebih mudah untuk menjalankan perintah agama. Hal ini pun dirasakan oleh AP. Meskipun tempat kerjanya tidak menerapkan nilai-nilai agama Islam sebagai landasan utama, namun ia beranggapan bahwa rekan-rekan kerjanya lah yang membuat dirinya terpacu untuk mempelajari tentang agama Islam.

Pada bidang ekonomi, RR dan AP pun menyatakan bahwa mereka saat ini sudah menggunakan produk kosmetik yang telah terjamin kehalalannya atau paling tidak yang memiliki reputasi tidak mengandung bahan-bahan yang haram. Untuk konsumsi makanan dan minuman, mereka tidak terlalu menggunakan label halal MUI sebagai standar halal. Asalkan produk tersebut tidak diberitakan mengandung bahan-bahan haram, mereka menganggap produk tersebut boleh untuk dikonsumsi. Selain itu,

saat ini mereka pun telah menggunakan bank syari'ah. AP beralasan jika dirinya mulai menyadari pentingnya menghindari riba. Sedangkan RR beralasan jika hal tersebut merupakan bagian dari sistem di tempatnya bekerja.

Bagi MR, ia juga merasa nyaman untuk berada di lingkungan orang-orang yang memiliki kesamaan pandangan dalam memaknai nilai-nilai agama. Namun demikian tidak menutup kemungkinan bagi dirinya untuk berteman dengan siapa saja. Ia memiliki teman dengan berbagai latar belakang. Hal ini karena ia sendiri tidak membatasi dirinya untuk berteman hanya pada satu jenis kelompok sosial tertentu.

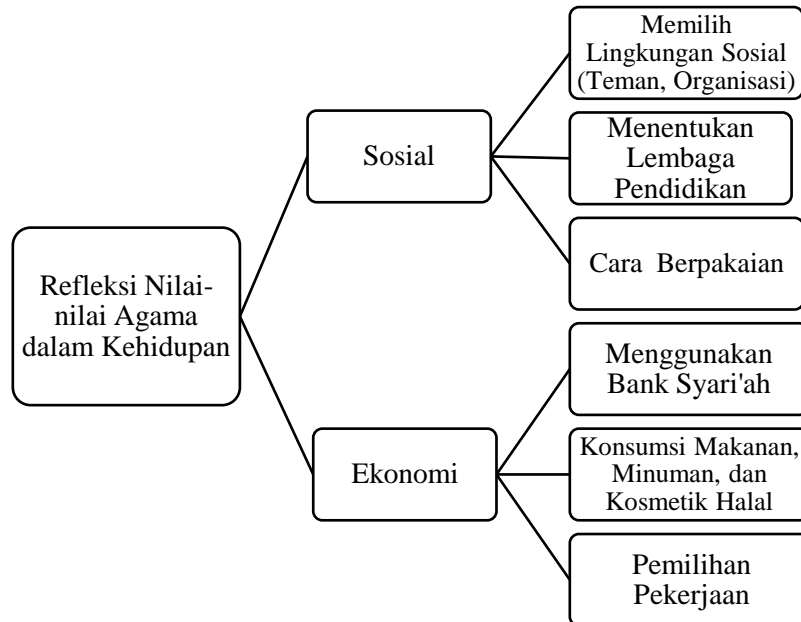
“Aku sih ngga ikut organisasi keagamaan waktu di kampus. Ikutnya BEM. Kan di BEM juga ada anak-anak LDK, yaudah bareng aja gitu.”

Pada bidang ekonomi, ia menyatakan jika dirinya saat ini menggunakan bank syari'ah. Hal ini karena dirinya bekerja di lembaga bank syari'ah. Selain itu, ia juga hanya menggunakan produk kosmetik yang telah terjamin kehalalannya. Untuk konsumsi makanan dan minuman, ia berpendapat asalkan tidak mengandung bahan-bahan yang haram, tidak masalah untuk dikonsumsi. Dalam pekerjaan MR sendiri mengaku sebenarnya ia tidak memilih pekerjaan atas pertimbangan nilai-nilai agama. Namun saat ini mereka berada di lingkungan sangat sangat kondusif untuk melaksanakan perintah agama karena nilai-nilai agama Islam dijadikan sebagai sistem dalam lingkungan kerjanya.

Pada penelitian ini, seluruh informan yang dijadikan subyek penelitian menganggap agama menjadi hal yang sangat penting untuk dipertimbangkan dalam

memutuskan bagaimana mereka berpenampilan. Seluruh informan dalam penelitian ini merupakan Muslimah yang sudah berjilbab. MII, TNA, dan MR sudah berhijab sejak masih duduk di bangku taman kanak-kanak. Hal ini karena peran orang tua dan lembaga pendidikan yang membuatnya mengenakan jilbab. Sedangkan AP, DAZ, dan RR mengaku ia mulai mengenakan jilbab sejak duduk di bangku sekolah menengah pertama. Mereka juga mengatakan sekolah menjadi faktor pendorong bagi dirinya untuk mengenakan jilbab. Meskipun bukan sekolah yang berlandaskan agama Islam, namun menurut mereka sekolahnya masing-masing menganjurkan siswi-siswi yang beragama Muslim untuk mengenakan jilbab. RKW sendiri mulai mengenakan jilbab saat duduk di bangku sekolah menengah atas. Hal ini ia akui sebagai bentuk kesadarannya sebagai seorang Muslim. Sedangkan FK sendiri mulai mengenakan jilbab saat ia masuk ke perguruan tinggi. Menurutnya, saat itu ia mulai berkeinginan untuk berjilbab dan juga didorong oleh teman-temannya yang sudah terlebih dahulu mengenakan jilbab.

Skema II.4
Refleksi Nilai-nilai Agama dalam Kehidupan Informan



Sumber: Diolah oleh Penulis, 2017

D. Keputusan untuk Mengonsumsi Kosmetik Halal

Secara umum, konsumsi yang dilakukan oleh manusia merupakan cara untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Namun kebutuhan itu sendiri berkembang menjadi lebih kompleks dari pada sebelumnya. Setiap manusia juga memiliki kebutuhan yang berbeda-beda yang harus dipenuhi. Perbedaan ini juga membentuk pola tersendiri bagi individu dalam konsumsi. Perbedaan tersebut terpengaruh atas faktor sosial, ekonomi, lingkungan, dan budaya yang meliputi individu sebagai konsumen.

Salah satunya dalam konsumsi kosmetik halal. Bagi para informan, konsumsi kosmetik merupakan kebutuhan yang harus dipenuhi oleh dirinya sebagai seorang

perempuan. Sedangkan kebutuhan untuk mengonsumsi kosmetik halal memiliki makna yang berbeda bagi para pelakunya. Halal sendiri memang mengacu pada nilai dalam agama Islam. Hal ini dapat dikatakan makna agama pada individu menjadi faktor yang mempengaruhi tindakan ini. Namun demikian, individu sendiri memiliki preferensi untuk memilih kosmetik halal. Salah satunya karena faktor keamanan dari kosmetik tersebut. Oleh karena ini, subbab ini akan dibagi menjadi dua bagian, yaitu: 1) Pertimbangan Nilai Agama dalam Konsumsi Kosmetik Halal 2) Pertimbangan Jaminan Keamanan Produk dalam Konsumsi Kosmetik Halal

1) Pertimbangan Nilai Agama dalam Konsumsi Kosmetik Halal

Identitas informan sebagai seorang Muslim dapat menjadi faktor yang mempengaruhi individu untuk mengonsumsi kosmetik halal. Hal ini berkaitan dengan pemaknaan agama itu sendiri dalam kehidupan individu. Bagi sebagian individu, agama dapat memiliki pengaruh dalam membentuk perilaku individu. Agama dapat menjadi sumber bagi individu untuk menentukan pilihan-pilihan dan keputusan dalam hidupnya, salah satunya konsumsi. Bagi umat Islam, hukum halal merupakan salah satu acuan yang digunakan untuk menentukan apa yang boleh dan tidak dibolehkan untuk dikonsumsi.

Hukum halal ini juga diberlakukan pada kosmetik. Saat ini kosmetik halal sudah tidak asing bagi umat Muslim. Bahkan tidak jarang, kosmetik halal dikatakan merupakan kosmetik yang ditujukan untuk umat Muslim. Identitas individu pun mempengaruhi dirinya untuk mengonsumsi kosmetik halal, salah satunya informan

MII yang mengatakan bahwa identitasnya sebagai seorang Muslim menjadikan dirinya berkewajiban untuk mengonsumsi kosmetik yang halal saja.

“Karena aku Muslim, jadi aku merasa lebih bertanggung jawab buat jamin kehalalan produk yang aku pake.”

Hal yang sama juga diungkapkan oleh TNA. Ia menyatakan bahwa sebagai seorang Muslim dirinya memiliki kewajiban untuk menerapkan hukum halal dalam setiap aspek kehidupannya. Hal ini berkaitan dengan bentuk ibadah dan kenyamanan yang diraskannya dengan menjamin kehalalan, salah satunya pada kosmetik

“Selain anjuran agama, ada kenyamanan tersendiri saat menggunakan kosmetik halal. Serta merasakan kosmetik halal Insya Allah terjamin kenyamanannya. Ini kan juga bagian dari yang membedakan kita sebagai seorang Muslim sama yang non-Muslim, kan?”

Selain itu, RR juga berpendapat jika identitasnya menjadi satu pertimbangan bagi dirinya untuk mengonsumsi kosmetik halal. Ia menyatakan bahwa dalam agama Islam sudah jelas mengenai hukum halal dan haram. Menurutnya saat mengonsumsi kosmetik yang halal ia pun merasakan ketenangan dan kenyamanannya saat menggunakannya dan juga saat beribadah, seperti saat sholat.

“Dalam Islam kan sudah jelas yah tentang hukum yang halal dan haram. Kalau sudah ada yang halal ya kenapa ngga. Kan kalo pake yang halal udah terjamin juga dan bisa dipakai saat ibadah juga. Saya juga membatasi diri untuk menggunakan jenis kosmetik dari merk kosmetik yang udah jelas halalnya.”

DAZ pun menyatakan bahwa identitasnya sebagai seorang Muslim menjadi pertimbangan dalam mengonsumsi kosmetik halal. Hal ini berkaitan penerapan nilai-nilai agama Islam yang tidak hanya dalam praktik ibadah ritual saja. Nilai-nilai agama Islam juga dijadikan sebagai pedoman hidup atau *way of life* bagi dirinya dalam melakukan tindakan sosial.

“Saya selalu mempertimbangkan nilai-nilai agama dalam kehidupan saya. Kosmetik juga saya lebih pilih yang halal. Selain manfaatnya secara fisik saat digunakan, saya juga mengharapkan keberkahan dari tindakan yang saya lakukan.”

Penerapan hukum halal bagi individu juga terpengaruh atas pemaknaan agama dalam diri individu. Pemaknaan agama pun berbeda-beda pada setiap individu. Hal tersebut karena perbedaan sosialisasi nilai-nilai agama, pengalaman hidup, dan lingkungan sosial yang dimiliki oleh individu. Hal ini seperti yang disampaikan oleh RKW dan MR yang menyatakan bahwa dirinya mulai menggunakan kosmetik halal karena pengetahuan baru seputar halal yang diterimanya dari tempatnya bekerja. Menurut mereka, pekerjaannya saat ini bergerak di bidang yang mengawasi hukum Islam tentang halal pada perbankan. Hal ini membuatnya banyak menerima pengetahuan baru seputar hukum halal yang sebelumnya tidak banyak diketahuinya.

“Aku lebih memilih kosmetik halal karena kan halal sendiri bagian dari hukum agama Islam. Konsumsi halal juga itu bisa berpengaruh ke diri kita. Yang aku tahu, konsumsi yang ngga halal bisa berpengaruh ke hati kita dan bisa merusak hati kita. Mungkin ini juga bisa berpengaruh ke perilaku kita nanti dan keberkahan hidup kita.”

Dari penjelasan tersebut, dapat diketahui bahwa identitas mereka sebagai seorang Muslim menjadi pertimbangan bagi mereka dalam mengonsumsi produk kosmetik halal. Nilai-nilai agama juga dijadikan sebagai pedoman hidup dalam berperilaku. Selain untuk memanfaatkan fungsi kebendaan dari kosmetik halal, informan juga berpendapat konsumsi kosmetik halal dilakukan untuk memperoleh keberkahan. Dengan mempertimbangkan nilai-nilai agama Islam, yaitu hukum halal, konsumsi yang dilakukan informan merupakan bagian dari ibadah karena memenuhi hukum Islam.

2) Pertimbangan Jaminan Keamanan Produk dalam Konsumsi Kosmetik Halal

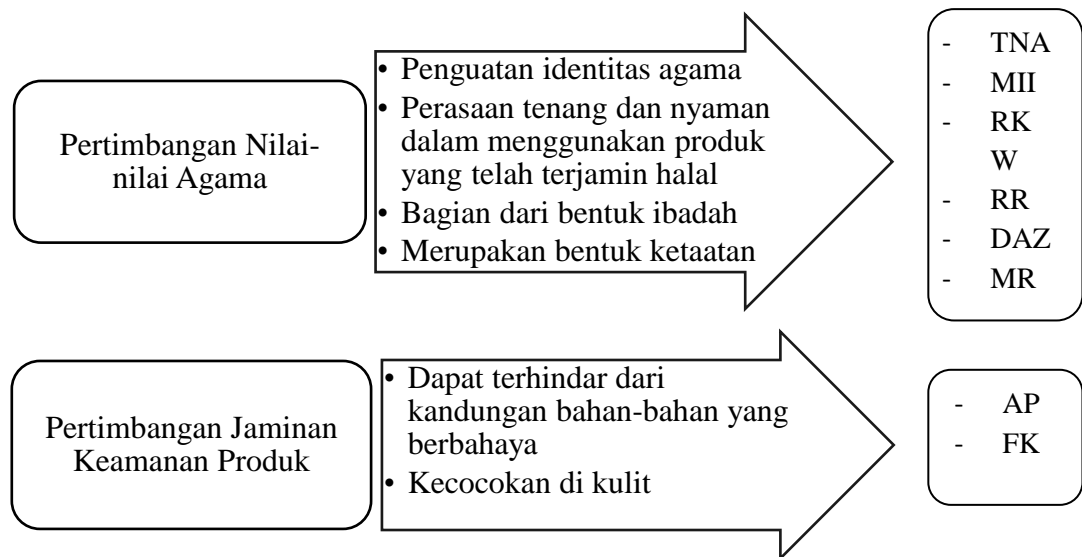
Pada bagian ini akan dibahas bagaimana informan sebagai pengguna kosmetik memutuskan untuk mengkonsumsi kosmetik dengan alasan fungsi kebendaan dari kosmetik halal itu sendiri. Kosmetik halal memiliki jaminan keamanan bahan-bahan yang digunakan. Selain aman dari bahan yang haram, kosmetik halal juga aman dari bahan-bahan yang dianggap berbahaya jika digunakan. Hal inilah yang menjadi salah satu alasan bagi informan untuk mengonsumsi kosmetik halal. Informan FK menyatakan bahwa faktor keamanan menjadi pilihan bagi dirinya untuk memilih kosmetik halal.

“Karena udah ada jaminan halal kan pasti lebih aman bahan-bahannya. Terus juga ngga mengandung bahan-bahan yang haram juga. Soalnya kan kosmetik nanti kalo dipake meresap ke kulit langsung kan. Jadi juga harus hati-hati sama kosmetik. Makanya pilih pake yang udah terjamin keamanannya sama kehalalannya.”

Informan lainnya, yaitu AP juga menyatakan ketertarikannya menggunakan kosmetik halal salah satunya karena faktor keamanan yang ditawarkan dari produk tersebut. Mereka berpendapat konsumsi kosmetik itu merupakan masalah selera masing-masing individu. Jika tentang kosmetik, mereka lebih mengutamakan kecocokannya terhadap kulit mereka. Keberadaan kosmetik halal saat ini yang semakin beragam juga membuat mereka memilih produk tersebut. Selain itu, produk kosmetik halal saat ini juga mampu bersaing dengan produk kosmetik lainnya. Dengan jaminan halal, mereka juga merasakan keamanan untuk mengonsumsi produk kosmetik tersebut. Hal tersebut karena proses untuk lolos uji sertifikasi halal itu

sendiri tidak mudah. Produk kosmetik halal pun bisa dikatakan lebih unggul dari kosmetik lainnya.

Skema II.5
Keputusan Individu Mengonsumsi Produk Halal



Sumber: Diolah Penulis, 2017

E. PENUTUP

Beberapa poin penting yang dapat disimpulkan dari penjelasan pandangan informan yang dijelaskan melalui bab ini. Pada poin pertama, informan memiliki pemaknaan yang berbeda-beda mengenai agama. Hal ini dapat merupakan sebuah pengaruh dari sosialisasi agama yang diterimanya dan pengalaman agama yang dialaminya. Pemaknaan agama ini pun bersifat sangat peronal bagi masing-masing individu.

Poin berikutnya, yaitu setiap informan memiliki pemaknaan yang berbeda mengenai hukum halal. Selain itu, setiap informan menganggap penting kehalalan suatu produk kosmetik. Halal juga diakui sebagai cara menunjukkan dan membedakan identitasnya sebagai seorang Muslim. Informan pun sepakat bahwa penggunaan kosmetik merupakan keputusan individu untuk menjaga penampilan yang harus dikembalikan lagi pada niat dan tujuan masing-masing.

BAB IV
KONSTRUKSI SOSIAL KONSUMSI KOSMETIK HALAL OLEH
PEREMPUAN MUSLIM

A. PENGANTAR

Bab sebelumnya telah menjelaskan mengenai proses konstruksi sosial konsumsi kosmetik halal oleh para informan. Pembahasan menunjukkan bahwa para informan memiliki kesamaan dalam memperoleh sosialisasi agama, yaitu oleh keluarga dan dengan mengikuti mentoring, namun terjadi perbedaan dalam penerapan nilai-nilai agama pada kehidupan sehari-hari. Dalam memaknai hukum berhias dalam Islam, mereka pun memiliki pendapat yang sama, yaitu sebagai bentuk pilihan individu. Selain itu, motivasi informan dalam mengonsumsi kosmetik pun beragam. Ada yang merupakan keinginan individu dan ada pula yang merupakan bagian dari sistem di tempatnya bekerja.

Menggunakan kerangka teori konstruksi sosial Berger, bab ini berusaha untuk menguraikan mengenai makna konsumsi produk kosmetik halal yang dilakukan oleh informan. Pembahasan dimulai dari bagaimana terbentuknya preferensi agama pada informan yang kemudian membentuk pemaknaan agama dalam diri individu dan diterapkan dalam kehidupan individu melalui sosialisasi agama yang diterimanya. Bab ini juga akan menjelaskan mengenai pengaruh sosial yang juga mempengaruhi konsumsi kosmetik individu. Kemudian, analisis akan dilanjutkan dengan konstruksi

sosial dalam konsumsi kosmetik halal yang membentuk identitas individu di tengah masyarakat modern

B. Pembentukan Konstruksi Sosial Konsumsi Kosmetik Halal

Menurut Peter Berger⁷², proses dialektis masyarakat terhadap dunia sosio-kultural terjadi dalam tiga simultan yakni Eksternalisasi, Obyektivasi, dan Internalisasi. Ketika individu memutuskan untuk melakukan sesuatu, dalam hal ini konsumsi kosmetik halal, terdapat beberapa hal yang dapat melatarbelakangi keputusan tersebut. Bisa jadi, individu satu dengan individu lainnya memiliki persamaan atau bahkan perbedaan yang menyebabkannya melakukan tindakan tersebut. Dengan menggunakan teori Peter L. Berger, penulis berusaha untuk menemukan proses terjadinya konstruksi sosial konsumsi kosmetik halal yang dilakukan oleh para informan.

1. Obyektivasi: Proses Informan Mendapatkan Pengetahuan Hukum Halal

Obyektivasi merupakan proses dimana individu berusaha untuk berinteraksi dengan dunia sosio-kultural. Dalam obyektivasi, realitas sosial seakan-akan berada di luar diri manusia, yang kemudian menjadi realitas objektif. Hal ini pun berkembang menjadi dua bentuk realitas, yaitu realitas objektif dan realitas subjektif. Pada kasus ini, agama menjadi realitas sosial yang meliputi kehidupan informan. Agama menjadi realitas objektif karena agama berada di luar individu yang berfungsi sebagai alat kontrol individu.

⁷²Peter L. Berger, *Op.Cit*

Di sisi lain, agama menjadi realitas subjektif saat informan turut berusaha untuk memahami makna-makna nilai agama dalam dirinya sendiri. Dua realitas tersebut membentuk jaringan intersubjektif melalui proses pelebagaan atau institusional. Pelebagaan atau institusional yaitu proses untuk membangun kesadaran menjadi tindakan. Pada proses pelebagaan tersebut, nilai-nilai agama yang menjadi pedoman di dalam melakukan interpretasi terhadap tindakan telah menjadi bagian yang tak terpisahkan sehingga apa yang disadari adalah apa yang dilakukan. Perempuan Muslim menerima sosialisasi agama melalui berbagai struktur obyektif, seperti keluarga, sekolah, lingkungan sosial, dan media massa, yang kemudian membentuk pola perilaku informan yang berdasarkan pada nilai-nilai agama, salah satunya yaitu dalam agama Islam melalui hukum halal. Pada proses ini, informan berusaha untuk memaknai nilai-nilai agama melalui tindakan-tindakan yang dilakukan dalam kehidupannya.

Sosialisasi agama merupakan hal yang berpengaruh bagi individu dalam proses pembentukan preferensi agama sebagai pertimbangan keputusan konsumsi. Hal ini terkait dengan sosialisasi tersebut melekat pada diri informan dan berkembang menjadi sebuah cara untuk memaknai nilai-nilai agama Islam yang kemudian dimanifestasikan dalam bentuk tindakan, salah satunya konsumsi. Keluarga merupakan agen sosialisasi pertama yang penting dalam pembentukan preferensi agama pada individu seperti dalam mengenalkan individu terhadap praktik-praktik ibadah ritual.

Hal tersebut diakui oleh para informan. Sosialisasi agama dalam keluarga yang diterima oleh informan lebih kepada bentuk praktik ibadah, seperti pengajaran sholat, puasa, zakat, dan sebagainya. Hal ini diakui oleh para informan penelitian. TNA dan MII mengaku keluarga sangat berpengaruh bagi kehidupan keagamaannya. Mereka berpendapat keluarga agen sosialisasi yang sangat berpengaruh dalam hidup mereka yang dibuktikan oleh pemilihan lembaga pendidikan yang berbasis nilai-nilai agama hingga pembentukan perilaku konsumsi halal. TNA dan MII menyatakan jika keluarganya selalu menjamin konsumsi yang dilakukan halal mulai dari makanan, minuman, dan juga perbankan. Perilaku mengonsumsi produk halal tersebut, menurut informan, telah dikenal sejak kecil. Keluarga TNA dan MII sendiri memang tidak mengajarkan untuk menggunakan kosmetik. Namun orang tua mereka telah mengenalkan pentingnya nilai-nilai agama dengan tujuan agar diterapkan dalam kehidupan, salah satunya dengan pemilihan kosmetik halal.

Sekolah juga dianggap menjadi agen sosialisasi agama yang berpengaruh pada MII dan TNA. Hal ini karena mereka mendapatkan pendidikan pada lembaga pendidikan formal yang berlandaskan pada agama Islam. Menurutnya, sekolah tersebut memiliki tujuan dengan pembentukan karakter siswa agar memiliki pribadi yang sesuai dengan nilai-nilai agama Islam. Maka sejak di bangku sekolah pun MII dan TNA sudah tidak asing dengan penerapan nilai-nilai agama.

Lingkungan sosial juga memiliki pengaruh penting dalam proses sosialisasi pembentukan preferensi agama. Interaksi yang dilakukan oleh individu dalam

lingkungan sosialnya memiliki pengaruh yang lebih besar dalam proses sosialisasi agama saat individu mulai tumbuh dewasa. Kasus ini contohnya terjadi pada MR dan RKW yang mengakui bahwa lingkungan dimana mereka bekerja sekarang memberikan banyak pengetahuan mengenai hukum halal dan haram. Hal tersebut ditambah lagi dengan teman-teman pada lingkungan kerja yang tidak segan untuk bertukar informasi terkait produk halal, atau saling mengingatkan mengenai halal atau tidaknya produk saat berbelanja. Hal ini menjadi penguatan untuk mereka terhadap kesadaran pola konsumsi produk halal.

Lingkungan sosial di tempat bekerja pun diakui AP dan RR menjadi salah satu agen yang mengenalkan diri mereka pada nilai-nilai agama Islam. Melalui pengajian bulanan yang rutin diikutinya di tempat kerja, mereka memperoleh banyak pengetahuan baru tentang agama Islam melalui materi-materi yang disampaikan oleh seorang *ustadz/ustadzah*. Selain itu, rekan-rekan kerjanya dinilai cukup membantu dengan memberikan penguatan, misalnya mengingatkan sholat, memberikan video dakwah, serta informasi seputar halal dan haram pada produk tertentu.

Lingkungan sosial lainnya yang dianggap mampu memberikan sosialisasi nilai-nilai agama, yaitu teman atau *peer group*. FK dan RKW juga menyatakan bahwa keberadaannya di lingkungan orang-orang yang taat dalam melaksanakan perintah agama dan juga aktif pada kegiatan atau organisasi yang bersifat keagamaan berdampak positif bagi dirinya dalam memaknai agama. FK pun mengungkapkan

dirinya menggunakan hijab, selain dari keinginan sendiri, juga merupakan dorongan dari teman-teman di kelompok bermainnya.

Lingkungan sosial lainnya yang banyak dianggap penting oleh para informan dalam mengenalkan nilai-nilai agama pada diri mereka, yaitu lembaga dakwah. Semua informan memiliki kesamaan, yaitu mengikuti aktivitas dakwah seperti mentoring, liqo, pengajian, dan organisasi dakwah. Tidak jarang, lingkungan sosial ini memberikan perubahan kehidupan keagamaan pada individu. Salah satunya, yaitu DAZ. Ia menyatakan jika keluarganya tidak terlalu berpengaruh dalam mengenalkan nilai-nilai agama. Keikutsertaannya pada kegiatan rohis, mentoring, liqo, dan lembaga dakwah kampus diakui membawa pengaruh yang signifikan dalam kehidupan keberagamaannya. Ia mengakui adanya kebersamaan yang dirasakan pada lembaga dakwah memberikan pengaruh pada dirinya untuk terus belajar mengenal nilai-nilai dalam agama Islam. Hal ini sejalan dengan pendapat Durkheim yang menyatakan semakin erat ikatan sosial suatu masyarakat, maka semakin dalam perasaan religius tentang hal yang suci yang menyertai setiap manifestasi kolektif⁷³.

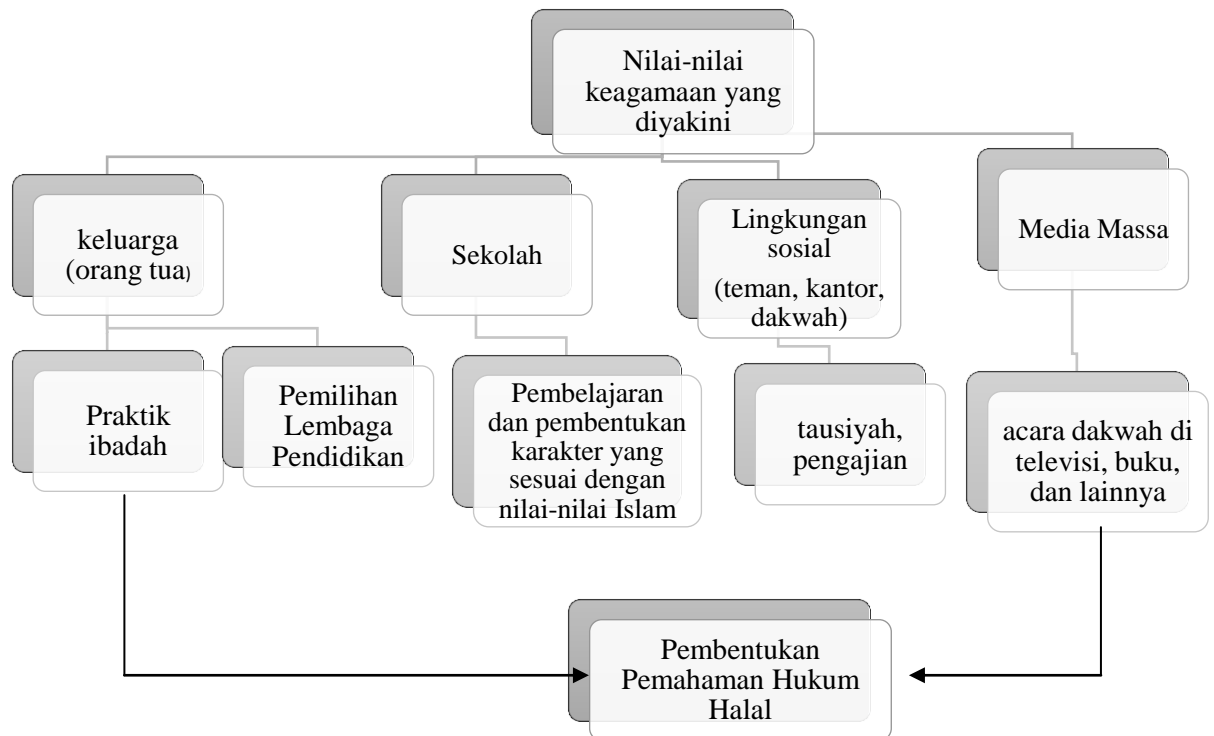
Pada lembaga dakwah, biasanya para anggota diberikan tuntunan sekaligus tekanan agar dapat bisa menjalankan nilai-nilai agama Islam dalam kehidupan mereka. Intensitas pertemuan dan juga komunikasi dinilai berpengaruh dalam pembentukan dan penanaman nilai-nilai agama dalam diri informan. Hal ini ditambah dengan pengalaman keagamaan pribadi individu. Hubungan yang terjalin dalam lembaga dakwah pun dinilai cukup intim. FK dan RKW mengatakan pada kelompok

⁷³Betty R. Scharf, *Op, Cit.*

mentoringnya terdapat bentuk penjagaan yang terjalin antara anggota dan mentor yang sangat intens. Biasanya mereka akan dituntun untuk terus menjalankan perintah agama, misalnya dengan mengingatkan sholat sunnah, puasa sunnah, dan tusiyah melalui pesan singkat.

Perkembangan teknologi pun tidak dipungkiri membawa pengaruh pada informan untuk mengenal agama Islam. MII dan DAZ mengakui keberadaan bentuk dakwah melalui kajian yang diperoleh dari internet, televisi, media sosial, ataupun buku dapat memperkaya pengetahuan mereka saat ini. Selain itu, keberadaan kajian atau majelis ta'lim yang diikuti oleh DAZ juga menambah ilmu pengetahuan keagamaannya, khususnya. Melalui majelis taklim atau kajian-kajian keagamaan, informan memperoleh pendidikan agama yang tidak diperoleh di luar majelis, serta memiliki kemudahan mendapatkan penjelasan mengenai sesuatu yang belum dapat dipahaminya.

Skema II.6
Proses Pemahaman Hukum Halal



Sumber: Diolah Peneliti, 2017

Meskipun terdapat kesamaan cara dalam penanaman nilai-nilai keagamaan pada diri individu, namun ini tidak berarti setiap individu memiliki kesamaan dalam memaknai agama. Pemaknaan agama oleh individu sangat lekat dengan pengalaman keagamaan individu yang bersifat personal. Biasanya perbedaan pemaknaan nilai-nilai agama ini terlihat dalam manifestasi pada setiap aspek kehidupan individu yang meliputi cara bertindak dan berperilaku, organisasi yang diikuti, cara berpakaian,

pemilihan teman, pemilihan pekerjaan, pemilihan jasa perbankan, konsumsi kosmetik., dan lain sebagainya.

2. Internalisasi: Identifikasi Informan sebagai Bagian dari Lingkungan Sosial

Bagian ini akan membahas bagaimana faktor sosial dapat mempengaruhi pilihan konsumsi produk kosmetik pada informan. Selain itu, bagian ini juga membahas keputusan informan untuk menggunakan kosmetik halal. Penulis juga akan menguraikan faktor-faktor pendorong yang menjadi motivasi bagi individu untuk mengonsumsi kosmetik halal serta pandangan individu dalam menyikapi perbedaan pandangan hukum berhias dalam agama Islam.

Sebagai bagian dari masyarakat modern, umat Muslim juga menerima pengaruh dari produk arus budaya global. Keberadaan kosmetik itu sendiri dapat dianggap sebagai bagian dari produk arus global. Namun demikian umat Islam sendiri memiliki seperangkat nilai dan norma yang diyakininya dan bersifat mengontrol individu. Hal inilah yang dijadikan oleh umat Muslim sebagai pembeda antara dirinya dan orang lain.

Gejala yang muncul pada umat Muslim saat ini di Indonesia yaitu adanya peningkatan kesejahteraan di kalangan muslim yang kemudian mendorong pula adanya peningkatan religiusitas atau kesalehan sebagaimana yang terjadi di dalam masyarakat Indonesia kontemporer. Gejalanya diiringi dengan adanya peningkatan pertumbuhan konsumsi dan produk-produk Islam yang mendorong proses islamisasi secara lebih jauh, baik itu di bidang ekonomi, sosial, politik dan budaya sebagaimana

diurai diatas. Masyarakat Muslim pun mulai membangun identitasnya, salah satunya melalui konsumsi yang dilakukan.

Konsumsi kosmetik itu sendiri tidak dipungkiri karena adanya keinginan perempuan Muslim untuk memenuhi kebutuhan akan kecantikan. Kesadaran akan kecantikan itu sendiri diciptakan oleh masyarakat melalui sistem dalam kelompok sosial. Hal ini dibuktikan dengan pernyataan para narasumber yang beralasan menggunakan kosmetik halal agar bisa menutupi kekurangan pada wajah, berpenampilan menyesuaikan kondisi lingkungan sosial tempatnya berada, terlihat rapih sebagai bentuk pencitraan dari profesinya, dan bahkan menjadi salah satu sisem pada tempat bekerjanya.

Proses internalisasi yaitu momen identifikasi diri dalam dunia sosio-kultural. Internalisasi adalah proses individu melakukan identifikasi diri di dalam dunia sosio-kulturalnya. Internalisasi merupakan momen penarikan realitas sosial kedalam diri atau realitas sosial menjadi realitas subjektif. Realitas sosial itu berada di dalam diri manusia dan dengan cara itu maka diri manusia akan teridentifikasi di dalam dunia sosio-kultural. Perempuan Muslim akan berusaha mengambil peran dalam masyarakat modern dengan mengikuti perkembangan budaya modern sehingga menjadi bagian dari masyarakat pada umumnya. Sehingga tidak ada perbedaan yang signifikan dengan masyarakat modern pada umumnya dan mereka akan merasa menjadi bagian dalam kehidupan masyarakat saat ini. Mereka pun dapat mengidentifikasi diri mereka dengan lingkungan sosio-kulturalnya.

Secara umum, beberapa alasan yang dikemukakan oleh para informan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa alasan mereka menggunakan kosmetik merupakan pengaruh dari lingkungan sosial. Meskipun kebutuhan dan keputusan untuk menggunakan kosmetik diakui sebagai pilihan individu. Salah satu lingkungan sosial yang mempengaruhi informan untuk menggunakan kosmetik adalah lingkungan kerja. Seperti yang dikatakan oleh RKW dan MR, tempatnya bekerja mengharuskan dirinya untuk terus menjaga penampilan yang rapih dan sopan. Salah satunya dengan cara menggunakan kosmetik. Lingkungan kerja RKW dan MR menjadikan penampilan yang rapi sebagai salah satu control sosial bagi para pegawainya. Dalam hal ini, kontrol sosial dapat mempengaruhi seseorang untuk menggunakan mengikuti sistem yang ada. Meskipun RKW mengaku tidak suka memakai kosmetik, namun ia harus tetap menggunakannya karena dirinya juga menjadi bagian dari kelompok *reference* lainnya.

Sedangkan DAZ dan RR pun menyatakan menggunakan kosmetik merupakan usaha yang dilakukannya untuk tampil rapih saat sedang melakukan pekerjaannya sebagai pengajar. Hal ini karena lembaga tempatnya mengajar pun memiliki sistem yang mengontrol anggotanya untuk berpakaian yang rapi dan sopan. Sama halnya dengan AP dan TNA yang menyatakan bahwa mereka menggunakan kosmetik, misalnya pada acara formal tertentu dengan tujuan agar dapat menyesuaikan dengan lingkungan yang ada. Hal ini menunjukkan adanya usaha para informan untuk

menyesuaikan diri dengan sistem yang ada agar mereka pun dapat menjadi bagian dalam lingkungan tersebut.

FK pun menyatakan keputusannya untuk menggunakan kosmetik agar tidak ditanya seperti 'orang sakit'. Hal ini dilakukan agar dirinya dianggap menjadi bagian dalam lingkungan tersebut. Sedangkan MII pun menggunakan kosmetik halal merupakan usahanya agar ia tidak berpenampilan seperti orang yang 'loyo'. Hal ini menunjukkan adanya usaha para informan agar bisa menyesuaikan standar penampilan yang disesuaikan dengan anggapan umum mengenai penampilan yang sesungguhnya. Dalam hal ini, informan terlihat melakukan penyesuaian dengan lingkungan sosialnya dengan tujuan agar mereka menjadi bagian dari lingkungan tersebut.

Sedangkan dalam menggunakan kosmetik halal, para informan memiliki dua karakteristik, yaitu menjadikan identitas sebagai seorang Muslim dalam pengambilan keputusan konsumsi kosmetik halal dan faktor jaminan halal yang memberikan jaminan keamanan produk kosmetik. TNA, MII, RKW, RR, DAZ, dan MR mengatakan bahwa nilai-nilai agama menjadi pertimbangan yang penting bagi dirinya dalam konsumsi kosmetik. Tindakan ini didasari atas adanya kesadaran dalam dirinya, sebagai seorang Muslim, yang menjadikan nilai-nilai agama Islam sebagai kontrol sosial bagi individu dalam bertindak. Hal ini sejalan dengan fungsi agama sebagai kontrol sosial yang berorientasi pada nilai-nilai, ideologi, norma ataupun status yang melekat pada kelompok.

3. Eksternalisasi: Adaptasi Informan melalui Konsumsi Kosmetik Halal

Dalam hal ini, eksternalisasi merupakan usaha dimana informan beradaptasi dengan lingkungannya. Manusia dapat melakukan usaha ini melalui sarana, yaitu berupa bahasa dan tindakan. Pada kasus ini, informan menggunakan tindakan sebagai bentuk usaha adaptasi dengan dunia sosio-kultural pada lingkungannya. Perempuan Muslim, yang telah dijelaskan sebelumnya, memiliki karakteristik dengan kesejahteraan yang mapan serta hidup dengan perkembangan budaya modern dan juga dibarengi dengan peningkatan religiusitas masyarakat. Masyarakat ini pun tidak bisa menghindari pengaruh budaya modern dalam kehidupannya dan secara tidak langsung akan terus berusaha mengikuti perkembangan kemajuan kebudayaan modern, salah satunya budaya para pesolek untuk tampil memenuhi kebutuhan kecantikan. Meskipun dalam agama Islam terdapat larangan untuk berhias diri, namun perempuan Muslim tetap beradaptasi dengan kehidupan masyarakat modern. Hal ini dilakukan dengan mengonsumsi kosmetik halal sebagai bagian dari budaya modern dan juga bentuk ketaatan untuk melaksanakan perintah agama dalam melakukan konsumsi.

Dalam hal ini, terjadi usaha perempuan Muslim untuk mencurahkan atau ekspresi diri pada lingkungan sosialnya yang bertujuan untuk menguatkan eksistensi individu dalam masyarakat. Hal ini diketahui sebagai proses eksternalisasi. Seperti ketika seorang perempuan Muslim merasa penting untuk berpenampilan secara modis dan tetap berpegang pada nilai-nilai agama Islam. Maka ada usaha-usaha yang

dilakukan misalnya mereka menggunakan berpakaian dengan gaya modis atau dengan menggunakan kosmetik halal.

Keputusan untuk mengonsumsi kosmetik halal pun diakui bukan hanya untuk menghabiskan produk secara fisik saja, namun juga untuk mendapatkan fungsi nilai kerohanian. Menurut informan, penggunaan kosmetik juga diharapkan konsumen memperoleh kenyamanan dan ketenangan dalam menggunakan kosmetik serta mendapatkan pahala karena telah menjalankan perintah agama. Tindakan yang mereka lakukan dianggap sebagai ketaatan terhadap perintah agama. Konsumsi kosmetik halal juga disadari sebagai bentuk pencegahan informan dari masuknya benda haram ke dalam tubuh. Hal ini diketahui dapat berakibat pada dapat merusak tubuh serta merusak akhlak. Hal ini sesuai dengan salah satu prinsip konsumsi dalam Islam yang menganjurkan tidak hanya memanfaatkan nilai material dari barang yang dikonsumsi, namun juga manfaat spiritual yang terkandung di dalamnya⁷⁴.

Sedangkan AP dan FK mengungkapkan mereka melakukan konsumsi halal dengan alasan keamanan produk jaminan halal yang ditawarkan. Mereka berpendapat bahwa untuk membeli kosmetik yang mereka utamakan adalah kecocokan pada kulit dan juga keamanan bahan-bahan yang digunakan dalam produk kosmetik. Jaminan halal sendiri merupakan cara bagi mereka untuk mengetahui produk kosmetik tersebut aman atau tidak untuk dikonsumsi.

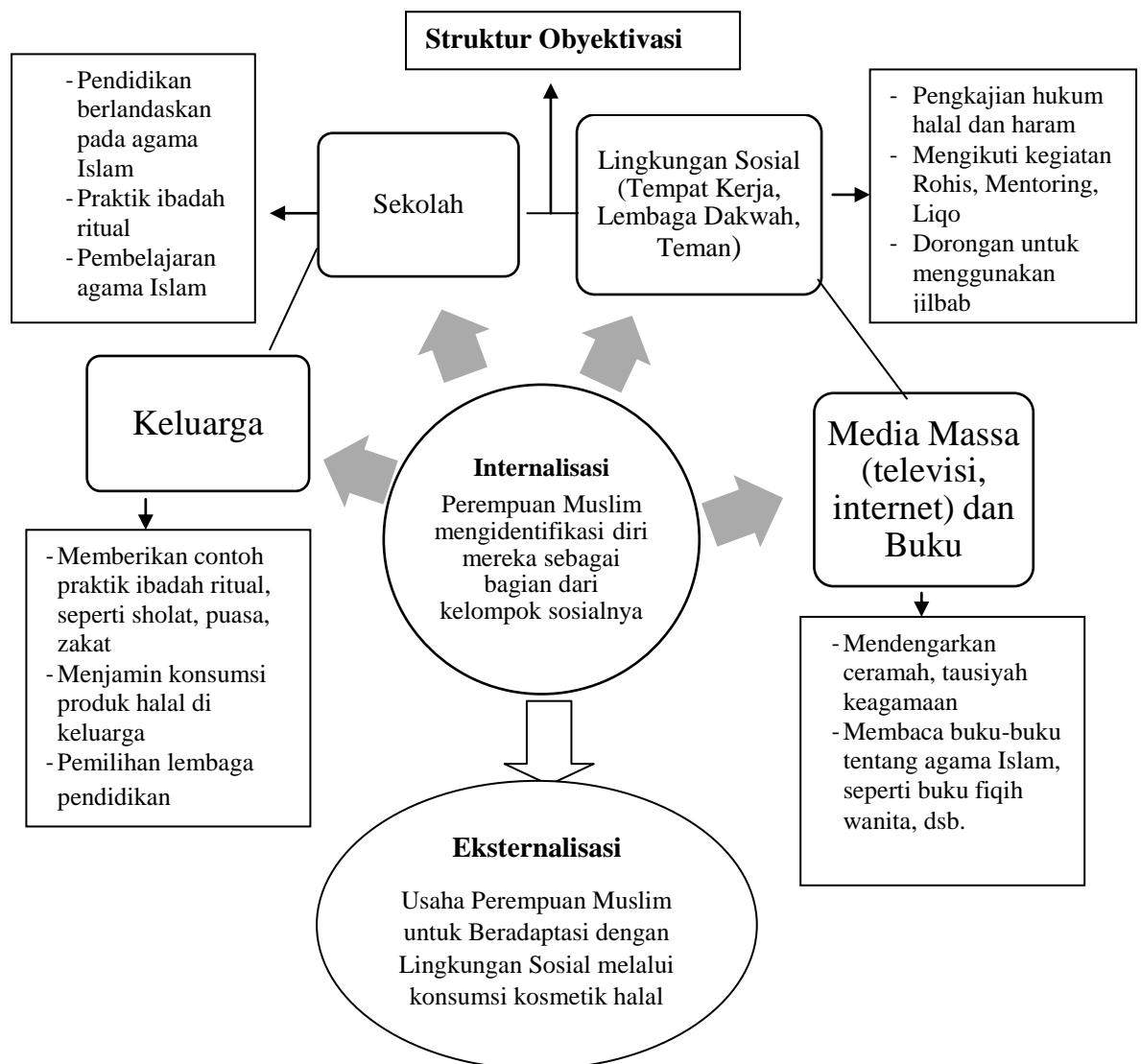
Selain itu, para informan juga memiliki pandangan yang sama mengenai hukum berhias oleh perempuan dalam agama Islam. Para informan pun sependapat

⁷⁴Ahmad Azrin Adnan,*Loc.Cit*

bahwa mereka mengakui berhias dalam agama Islam diperbolehkan namun dengan syarat tidak berlebihan dan tidak untuk menarik perhatian orang lain, apalagi lawan jenis. Pemakaian kosmetik merupakan kebutuhan dan selera individu sehingga sangat penting untuk disesuaikan masing-masing. Selain itu, pemakaian kosmetik juga Menurut para informan, pemakaian kosmetik sendiri merupakan hak individu. Tujuan dan niat pemakaian kosmetik itu sendiri pun merupakan tanggung jawab individu. Para informan pun menyetujui jika saat ini perempuan Muslim tidak bisa menghindari untuk tidak menggunakan kosmetik. Mereka juga memiliki keinginan untuk menggunakan kosmetik dengan alasan masing-masing.

Sedangkan bagi yang meyakini memakai kosmetik dilarang dalam Islam, para informan pun sepakat hal tersebut juga keputusan individu. Para informan sendiri tidak menyalahkan dan juga tidak memaksakan orang-orang yang tidak menggunakan kosmetik. Beberapa informan sendiri, seperti MII dan TNF pun memiliki beberapa teman yang meyakini keyakinan tersebut. Namun mereka tidak memaksakan keyakinan masing-masing terhadap individu lainnya.

Skema II.7
Proses Konstruksi Sosial



Sumber: Diolah oleh Peneliti, 2017

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penjelasan yang dipaparkan pada bab-bab sebelumnya mengenai hasil penelitian, bab ini akan memaparkan kesimpulan secara umum, sekaligus menjawab pertanyaan penelitian. Selain itu, bab ini menjelaskan mengenai refleksi hasil temuan mengenai makna konsumsi kosmetik halal oleh perempuan Muslim.

Konsumsi kosmetik halal yang dilakukan oleh perempuan Muslim berkaitan erat dengan bagaimana informan memaknai nilai-nilai agama yang diperolehnya melalui sosialisasi. Keluarga, sekolah, lingkungan sosial, dan media massa merupakan agen yang berperan dalam proses sosialisasi pada informan. keluarga memiliki peran dalam mengenalkan nilai-nilai agama pada informan dalam praktik ibadah dan juga pemilihan lembaga pendidikan untuk informan. Pemaknaan agama pada informan pun berkembang melalui sekolah yang bertugas memberikan pengajaran yang berlandaskan pada nilai-nilai agama Islam, lingkungan sosial dalam organisasi, lingkungan kerja, lembaga dakwah, dan media massa, seperti televisi, internet, dan buku yang meliputi kehidupan informan

Informan memaknai berhias sebagai hal yang diperbolehkan dalam agama Islam dan menganggapnya sebagai keputusan individu. Dorongan dari dalam diri individu dan lingkungan sosial merupakan faktor yang membentuk informan dalam

membentuk motivasi untuk mengonsumsi kosmetik. Dorongan dari dalam diri individu berkaitan dengan keinginan untuk menutupi kekurangan pada wajah, berpenampilan rapi, dan enak dilihat oleh diri informan. Sedangkan dorongan dari lingkungan sosial yaitu merupakan usaha informan untuk menyesuaikan penampilan yang rapih karena merupakan sistem di tempatnya bekerja.

Keputusan untuk mengonsumsi kosmetik halal merupakan tindakan yang dihasilkan atas pertimbangan nilai-nilai agama yang diyakini informan dan juga jaminan keamanan produk kosmetik halal dari bahan-bahan yang berbahaya. Pertimbangan nilai-nilai agama dianggap penting oleh informan dengan alasan untuk mencegah masuknya sesuatu yang haram ke dalam tubuh, perasaan tenang dan nyaman apabila telah menjamin kehalalan produk kosmetik yang dikonsumsi, bentuk dari ibadah, dan juga bentuk dari ketaatan kepada ajaran agama Islam.

Pembentukan makna atas konsumsi kosmetik halal yang dilakukan oleh informan dapat merupakan bentuk adaptasi individu terhadap nilai-nilai agama Islam yang diyakininya dalam menghadapi dunia sosio-kultural di zaman modern saat ini. Identifikasi yang dilakukan oleh informan sebagai seorang Muslim dan juga pemahaman makna dari nilai-nilai agama Islam yang sebelumnya telah disosialisasikan oleh struktur obyektivasi, seperti keluarga, sekolah, lingkungan sosial, dan juga media massa. Hal ini kemudian diekspresikan melalui konsumsi kosmetik halal. Perempuan Muslim pun dapat mengidentifikasi dirinya dalam

kehidupan modern. Keberadaan kosmetik halal pun menandai diterimanya pengaruh budaya global pada umat Muslim.

B. Saran

Demikianlah hasil studi yang penulis lakukan pada konsumsi kosmetik halal oleh delapan informan perempuan Muslim. Adapun peneliti menyampaikan beberapa rekomendasi yang didasari hasil studi penulis. Berikut rekomendasi peneliti, semoga dapat bermanfaat:

1. Keberadaan kosmetik halal merupakan salah satu bentuk ekspansi pasar dari produsen kosmetik yang memanfaatkan sesifitas masyarakat terhadap nilai-nilai keagamaan sehingga kosmetik pun dapat diterima oleh berbagai segmen masyarakat. Fenomena ini pun dapat disebut dengan kapitalisme agama. Hal ini akan bermanfaat bagi penelitian selanjutnya untuk menganalisis keberadaan kosmetik halal yang ditinjau melalui sudut pandang pasar.
2. Penelitian ini merupakan studi kualitatif yang membahas mengenai nilai-nilai agama yang mempengaruhi pembentukan pola konsumsi masyarakat. Karena itu, penelitian ini memberikan ruang kepada penelitian selanjutnya untuk melihat fenomena ini dengan kajian sosiologi budaya mengenai konstruksi cantik yang ditampilkan oleh iklan-iklan produk kecantikan halal di televisi dan media massa lainnya.

3. Penelitian berikutnya dapat membuat studi perbandingan mengenai kecenderungan perempuan yang memiliki tingkat religiusitas yang sama yang tidak menggunakan kosmetik dan yang menggunakan kosmetik.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Al-Sa'dawi, Nawal dan Hibah Ra'uf Izzat. 2002. *Perempuan, Agama, dan Moralitas*, Jakarta: Erlangga
- Berger, Peter L. dan Thomas Luckmann. 1966. *Tafsir Sosial atas Realitas*, Jakarta: LP3ES
- Creswell, John W. 2014. *Penelitian Kualitatif dan desain Riset*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Johnson, Doyle Paul. 1986. *Teori Sosiologi Klasik dan Modern*. Jakarta: PT Gramedia.
- Karim, Muchitch A. (Editor). 2013. *Perilaku Komunitas Muslim Perkotaan dalam Mengonsumsi Produk Halal*. Jakarta: Badan Litbang dan Diklat Puslitbang Kehidupan Keagamaan Kementerian Agama RI.
- Scharf, Betty R.. 2004. *Sosiologi Agama*. Jakarta: Prenada Media.
- Saluz, Claudia Nef. 2007. *Islamic Pop Culture in Indonesia: Anthropological Field Study on Veiling Practices among students of Gajah Mada University of Yogyakarta*, Bern: Institute of Socialanthropology, University of Bern.
- Sugiyono. 2005. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suyanto, Bagong. 2013. *Sosiologi Ekonomi Kapitalisme dan Konsumsi di Era Post-Modernisme*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Tranggono, Retno Iswari dan Fatma Latifa. 2007. *Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- 'Uwaidah, Syaikh Kamil Muhammad. 2008. *Fiqih Wanita*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar.
- Umar, Nasaruddin. 2014. *Mendekati Tuhan dengan Kualitas Feminin*. Jakarta: Elex Media Komputindo

Jurnal Ilmiah:

- Adnan, Ahmad Azrin. 2001. *Islamic Consumer Behavior (ICB): Its Why And What*, dalam *Jurnal International Journal Of Business And Social Science* Vol. 2 No. 21 November 2011
- Arizal, Joko. 20016. *Kritik Moeslim Abdurrahman terhadap Budaya Konsumerisme Kelas Menengah*, dalam *Jurnal Lisan Al-Hal* Volume 8, No. 1, Juni 2016
- Ahmad, Ahlam Nuwairah, dkk. 2015. *Assessing Knowledge and Religiosity on Consumer Behavior towards Halal Meat and Cosmetic Products*, dalam *International Journal of Social Science and Humanity*, Vol.5, No. I, Januari 2015.
- Jati, Wasisto Raharjo. 2015. *Islam Populer sebagai Pencarian Identitas Muslim Kelas Menengah Indonesia*, dalam *Teosofi: Jurnal Tasawuf dan Pemikiran Islam* Volume 5, Nomor 1, Juni 2015

- Jati, Wasisto Raharjo. 2014. *Tinjauan Perspektif Intelegensia Muslim terhadap Genealogi Kelas Menengah Muslim di Indonesia*, dalam *Jurnal ISLAMICA: Jurnal Studi Keislaman*, Vol.9, No.1 September 2014
- Jihan, Azreen dan Rosidah Musa. 2014. *Factors Influencing Attitude Towards Halal Cosmetic Among Young Adult Urban Muslim Women: A Focus Group Analysis*, dalam *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, Vol. 103, 15 Mei 2014
- Jusmaliani dan Hanny Nasution. 2009. *Religiosity Aspect in Consumer Behaviour: Determinants of Halal Meat Consumption*, dalam *ASEAN Marketing Journal*.
- Parmadi, B.. 2016. *Cultural Studies: Sudut Pandang Ruang Budaya Pop*, dalam *Jurnal Studi Cultural*, Vol 5 No. 4, 2009.
- Putera Manuaba, I. B. 2008. *Memahami Teori Konstruksi Sosial*, dalam *Jurnal Masyarakat, Kebudayaan dan Politik*, Tahun XXI No. 3, Juli-September 2008,
- Saluz, Claudia Nef. 2009. *Youth and Pop Culture in Indonesian Islam*, dalam *jurnal Studia Islamica Indonesian Journal for Islamic Studie*. Jakarta: Center for the Study of Islam and Society (PPIM), UIN Syarif Hidayatullah.
- Sarwono. 2009. *Analisis Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam*, dalam *Jurnal Innofarm : Jurnal Inovasi Pertanian*, Vol.8, No. 1, 2009.
- Simanjuntak, Megawati dan Muhammad Mardi Dewantara. 2012. *The Effect of Knowledge, Religiosity Value, and Attitude on Halal Label Reading Behavior of Undergraduate Student*, dalam *Asean Marketing Journal*, Vol. 5 No. 1 Januari 2015.

Tesis:

- Beta, Annisa Ridzkynoor. 2012. *Konstruksi Identitas Perempuan Muslim dalam Aquila Asia*, Tesis, Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya, Universitas Indonesia.
- Budiastuti, 2012, *Jilbab dalam Perspektif Sosiologi: Studi Pemaknaan Jilbab di Lingkungan Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Jakarta*, Tesis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia.

Disertasi:

- Syam, Nur. 2013. *Tradisi Islam Lokal Pesisiran (Studi Konstruksi Sosial Upacara pada Masyarakat Pesisir Palang, Tuban, Jawa Timur)*, Disertasi, Universitas Airlangga

Berita Online:

- , "Cerita di Balik Wardah Kosmetik Halal Pertama yang Ciptakan Maskara Tembus Air" melalui www.chanelmuslim.com. Minggu, 20 November 2016 diakses pada Senin, 29 November 2016.
- , *Kosmetik dari Masa ke Masa*, *Kompas.com* 23 Juli 2008, diakses pada Kamis, 24 November 2016.

- Muslimah, Fauziah. 2016. “Makin Berkembang, Ini Alasan Kosmetik Halal Tak Hanya Digemari Konsumen Muslim” melalui *gomuslim.co.id* 14 September 2016, diakses pada Kamis, 24 November 2016
- Nashrullah, Nashih. 2016. “Prof Gerry van Klinken Kelas Menengah Muslim Cenderung Konservatif”, melalui *www.republika.co.id*, 13 Maret 2016, diakses pada Rabu, 7 Desember 2016
- Rostanti, Qommarria dan Nidia Zuraya. 2016. *Pasar Kosmetik di Indonesia Sangat Menjanjikan*, *Republika.co.id*, 24 September 2015, <http://www.republika.co.id/berita/ekonomi/ritel/13/09/24/mtmbg0-pasar-kosmetik-di-indonesia-sangat-menjanjikan>
- Sari, Novita Intan. “Fenomena Muslim Kelas Menengah di Indonesia”, melalui *www.merdeka.com* 14 Februari 2016, diakses pada Rabu, 7 Desember 2016

Lainnya:

<http://e-lppommui.org/>

<http://www.yuswohady.com/>

LAMPIRAN

Pedoman Wawancara

1. Sejak kapan memakai kosmetik?
2. Jenis kosmetik apa saja yang anda gunakan?
3. Seberapa sering anda menggunakan kosmetik? Kapan saja?
4. Apa yang membuat anda memutuskan untuk menggunakan kosmetik?
5. Siapa yang paling mempengaruhi anda untuk menggunakan kosmetik?
6. Apa yang anda harapkan saat menggunakan kosmetik?
7. Apa ada perbedaan yang anda rasakan saat anda sedang menggunakan dan tidak menggunakan kosmetik?
8. Apakah anda menjamin kehalalan produk kosmetik yang anda gunakan?
9. Bagaimana anda mengetahui informasi kehalalan produk kosmetik yang anda gunakan?
10. Merk kosmetik halal apa saja yang anda gunakan?
11. Bagaimana anda memutuskan untuk membeli kosmetik tersebut?
12. Apa alasan anda menggunakan kosmetik halal?
13. Bagaimana anda memperoleh pengetahuan tentang halal?
14. Bagaimana anda memaknai hukum halal?
15. Bagaimana anda menggunakan hukum halal dalam kehidupan anda?
16. Apakah anda mengetahui hukum berhias dalam Islam?
17. Bagaimana pandangan anda mengenai hukum berhias dalam Islam?
18. Bagaimana pendapat anda mengenai perbedaan hukum berhias dalam Islam?
19. Apa keuntungan adanya kosmetik halal bagi anda?
20. Bagaimana pendapat anda mengenai kosmetik halal bagi Muslimah di zaman modern ini?

TRANSKIP WAWANCARA

Nama Informan : MII

Pekerjaan : Karyawati

Tempat wawancara : Mall Tamini Square

Tanggal wawancara : Kamis, 10 Januari 2017

Pertanyaan	Deskripsi Data	Taksonomi
Sejak kapan memakai kosmetik?	Sejak kuliah, kira-kira sudah sekitar tiga tahun	Lama menggunakan kosmetik
Jenis kosmetik apa saja yang anda gunakan?	Lipstick, bedak, eyeshadow, eyeliner, mascara, bb cream, concealer, blush on, pensil alis.	Jenis kosmetik yang digunakan
Seberapa sering anda menggunakan kosmetik? Kapan saja?	Setiap keluar rumah. Cuma dibedain aja sama kebutuhannya. Kalo untuk jalan atau ke kantor lebih minimalis dibanding kalo buat ke acara kayak kondangan	Intensitas menggunakan kosmetik
Apa yang membuat anda memutuskan untuk menggunakan kosmetik?	Yang paling utama buat nutupin kekurangan di kantung mata. Makanya aku lebih utamain sama eye-makeup.	Alasan menggunakan kosmetik
Siapa yang paling mempengaruhi anda untuk menggunakan kosmetik?	Teman-teman sih paling berpengaruh. Mereka yang dulu kasih tau aku tentang make up. Kalo akhir-kahir ini aku suka buka blog buat baca review sama tutorial make up.	Aktor yang mempengaruhi informan untuk menggunakan kosmetik
Apa yang anda harapkan saat menggunakan kosmetik?	Supaya muka lebih kelihatan fresh sih. Aku kan juga pake kosmetik buat nutupin kantung mata. Soalnya kalo ngga pake makeup aku kelihatan loyo gitu.	Tujuan informan menggunakan kosmetik
Apa ada perbedaan yang anda rasakan saat anda sedang menggunakan dan tidak menggunakan kosmetik?	Aku merasa ada perbedaan aja. Walaupun cuma sekedar makeup buat mata, aku merasa lebih enak dilihat aja. Mukanya ngga kelihatan loyo.	Pengaruh kosmetik yang dirasakan informan
Apakah anda menjamin kehalalan produk kosmetik yang anda gunakan?	Iya. Aku selalu jamin produk-produk yang aku pake halal.	Jaminan halal dari informan
Bagaimana anda mengetahui informasi kehalalan produk kosmetik yang anda gunakan?	Biasanya sebelum beli aku baca dulu dari review-review orang di blog, terus aku biasanya buka di webnya MUI sama kadang di muslimconsumergroup.com	Cara memperoleh informasi halal dari produk kosmetik
Merk kosmetik halal apa saja	Wardah, Purbasari, Sari Ayu, Mustika Ratu,	Nama produk kosmetik

yang anda gunakan?	Mazaya, Make Over, Marcks, Inez,	yang digunakan informan
Bagaimana anda memutuskan untuk membeli kosmetik tersebut?	Pertama sih cocok apa ngga dikulit aku. Terus kan karena udah ada jaminan halal, jadi lebih aman buat bahan-bahannya lebih terjamin keamanannya dibanding poroduk yang belum ada jaminan halalnya.	Proses keputusan konsumen untuk membeli produk kosmetik yang digunakan
Apa alasan anda menggunakan kosmetik halal?	Karena aku Muslim, jadi aku merasa lebih bertanggung jawab buat jamin kehalalan produk yang aku pake.	Motif informan menggunakan kosmetik yang saat ini digunakan
Bagaimana anda memperoleh pengetahuan tentang halal?	Dari sekolah dulu pernah belajar sih, orang tua aku juga suka kasih tau, dari buku, sama dari liqoan sih.	Cara informan mengetahui hukum halal
Bagaimana anda memaknai hukum halal?	Hukum halal itu lebih pada bentuk perlindungan untuk kita sebagai Muslim sih. Kalo halal kan pasti aman, pasti ngga berbahaya.	Makna hukum halal bagi informan
Bagaimana anda menggunakan hukum halal dalam kehidupan anda?	Aku <i>insyaAllah</i> menjamin makanan dan minuman yang aku konsumsi halal, kosmetik yang aku pake juga halal. Aku juga pake bank syariah. Ngga aku aja sih, keluarga juga gitu.	Implementasi pemaknaan hukum halal dalam kehidupan informan
Apakah anda mengetahui hukum berhias dalam Islam?	Tau sih. Kalo yang aku tau namanya tabaruj, tapi kalo tabaruj itu sendiri kan istilahnya dipake buat yang berdandan berlebihan gitu. Nah itu dilarang.	Pengetahuan informan terhadap hukum halal
Bagaimana pandangan anda mengenai hukum berhias dalam Islam?	Kalo aku sih lebih mikirnya selama itu ngga berlebihan juga ngga apa-apa. Selama kita niatnya untuk menjaga keindahan yang udah dikasih sama Allah buat diri kita sih menurut aku boleh-boleh aja.	Pandangan informan terhadap hukum halal
Bagaimana pendapat anda mengenai perbedaan hukum berhias dalam Islam?	Perbedaan itu ya kita terima aja. Beberapa teman aku juga sama sekali ngga pake kosmetik, parfum juga ngga karna keyakinan dia jadi dia ngga pake. Tapi dia ngga pernah maksa aku buat ngga usaha pake kosmetik, aku juga sebaliknya. Jadi kita saling menghormati aja satu sama lain.	Pendapat informan mengenai adanya perbedaan pandangan hukum halal
Apa keuntungan adanya kosmetik halal bagi anda?	Aku merasa lebih terjaga aja sih. Jadi aku sebagai seorang Muslim merasa lebih aman buat pake kosmetik. Bahan-bahannya juga aman, terus karena halalnya juga lebih	Keuntungan yang informan pperoleh dari penggunaan produk halal

	menunjukkan aku seorang Muslim	
Bagaimana pendapat anda mengenai kosmetik halal bagi Muslimah di zaman modern ini?	Kosmetik halal tuh hukumnya wajib buat aku sebagai seorang Muslim. Itu kayak buat penjaan kita lah. Jadi ya jangan diabaikan gitu. Meskipun udah hidup di zaman modern, hukum halal-haram itu ya tetap. Ngga berubah dan ya sebagai seorang Muslim wajib buat diikutin.	Pendapat informan mengenai produk kosmetik halal bagi Muslimah di zaman modern.

TRANSKIP WAWANCARA

Nama Informan : FK

Pekerjaan : Karyawanati

Tempat wawancara : Rumah informan (Jatiwaringin)

Tanggal wawancara : Minggu, 7 November 2016

Pertanyaan	Deskripsi Data	Taksonomi
Sejak kapan memakai kosmetik?	Semenjak kerja, sudah hampir dua tahun	Lama menggunakan kosmetik
Jenis kosmetik apa saja yang anda gunakan?	Lipstick, bedak, pensil alis, sama bb cream.	Jenis kosmetik yang digunakan
Seberapa sering anda menggunakan kosmetik? Kapan saja?	Jarang. Kalo pas lagi kerja aja.	Intensitas menggunakan kosmetik
Apa yang membuat anda memutuskan untuk menggunakan kosmetik?	Awalnya karena di kantor banyak yang bilang saya kayak orang sakit, pucet banget. Yaudah jadi saya mulai pake kosmetik aja	Alasan menggunakan kosmetik
Siapa yang paling mempengaruhi anda untuk menggunakan kosmetik?	Dari kakak sih. Awalnya coba-coba kosmetik dia dulu. Terus sama teman-teman juga. Iya sih teman-teman yang paling berpengaruh. Kadang kalo beli produk kosmetik juga karena teman udah pake duluan, saya coba cocok yaudah beli sendiri. Kalo iklan berpengaruh sih, tapi ngga terlalu banget.	Aktor yang mempengaruhi informan untuk menggunakan kosmetik
Apa yang anda harapkan saat menggunakan kosmetik?	Biar ngga dibbilang pucet lagi sama keliatan lebih <i>fresh</i> aja.	Tujuan informan menggunakan kosmetik
Apa ada perbedaan yang anda rasakan saat anda sedang menggunakan dan tidak menggunakan kosmetik?	Kalo pas ngga pake <i>makeup</i> ya gitu ada aja yang nanya lagi sakit apa ngga. Tapi sekarang kalo lagi ngga pake <i>makeup</i> suka ditanya 'lagi ngga pake <i>makeup</i> ya? Kok tumben?' kayak gitu. Kalo pas pake <i>makeup</i> ya biasa-biasa aja ngga pada nanya. Aku sendiri sih juga lebih suka sih pake <i>makeup</i>	Pengaruh kosmetik yang dirasakan informan

	terutama lipstick. Lebih enak aja dilihatnya.	
Apakah anda menjamin kehalalan produk kosmetik yang anda gunakan?	<i>Insya Allah</i> iya.	Jaminan halal dari informan
Bagaimana anda mengetahui informasi kehalalan produk kosmetik yang anda gunakan?	Biasanya dari iklan, teman, sama dikemasannya ada label halal.	Cara memperoleh informasi halal dari produk kosmetik
Merk kosmetik halal apa saja yang anda gunakan?	Wardah, La Tulipe, Purbasari.	Nama produk kosmetik yang digunakan informan
Bagaimana anda memutuskan untuk membeli kosmetik tersebut?	Rekomendasi dari teman sama kakak sih. Biasanya aku coba-coba punya mereka dulu. Karena cocok yaudah jadi beli.	Proses keputusan konsumen untuk membeli produk kosmetik yang digunakan
Apa alasan anda menggunakan kosmetik halal?	Karena udah ada jaminan halal kan pasti lebih aman bahan-bahannya. Terus juga ngga mengandung bahan-bahan yang haram juga. Soalnya kan kosmetik nanti kalo dipake meresap ke kulit langsung kan. Jadi juga harus hati-hati sama kosmetik. Makanya pilih pake yang udah terjamin keamanannya sama kehalalannya.	Motif informan menggunakan kosmetik yang saat ini digunakan
Bagaimana anda memperoleh pengetahuan tentang halal?	Dari sekolah sih pernah, dari kelompok mentoring sama browsing-browsing di internet.	Cara informan mengetahui hukum halal
Bagaimana anda memaknai hukum halal?	Hukum halal buat saya bagian dari aturan agama Islam. Kalo dilakuin juga bentuk ibadah.	Makna hukum halal bagi informan
Bagaimana anda menggunakan hukum halal dalam kehidupan anda?	Makanan, minuman, kosmetik sih insya Allah udah. Tapi kalo perbankan belum.	Implementasi pemaknaan hukum halal dalam kehidupan informan
Apakah anda mengetahui hukum berhias dalam Islam?	Tau sih ngga banyak tapi.	Pengetahuan informan terhadap hukum halal
Bagaimana pandangan anda mengenai hukum berhias dalam Islam?	Setau saya sih dibolehin selama ngga berlebihan. Tapi sebenarnya yang lebih berhak dapat kecantikan perempuan ya suaminya nanti.	Pandangan informan terhadap hukum halal
Bagaimana pendapat anda mengenai perbedaan hukum berhias dalam Islam?	Kalo beda sih wajar. Saya nemuin beberapa teman yang benar-benar anti sama kosmetik, bahkan parfum juga ngga. Yaudah balik ke	Pendapat informan mengenai adanya perbedaan pandangan

	masing-masing individu aja gimana mau praktekin hukum itu.	hukum halal
Apa keuntungan adanya kosmetik halal bagi anda?	Jadi lebih merasa aman untuk dandan. Ngga perlu khawatir lagi sama bahan-bahan yang terkandung di kosmetik. Soalnya kan kosmetik langsung ke kulit, jadi penting juga buat jaga kehalalannya.	Keuntungan yang informan peroleh dari penggunaan produk halal
Bagaimana pendapat anda mengenai kosmetik halal bagi Muslimah di zaman modern ini?	Sangat penting. Kosmetik halal kan juga sekarang sudah bisa bersaing sama merk kosmetik lainnya yang belum terjamin kehalalannya. Justru kosmetik halal mempunyai suatu keunggulan tersendiri karena kehalalannya, jadi juga sebagai penarik minat bagi para konsumen untuk beli.	Pendapat informan mengenai produk kosmetik halal bagi Muslimah di zaman modern.

TRANSKIP WAWANCARA

Nama Informan : TNA

Pekerjaan : Pengajar

Tempat wawancara : Rumah informan (Jatimakmur)

Tanggal wawancara : Sabtu, 12 November 2016

Pertanyaan	Deskripsi Data	Taksonomi
Sejak kapan memakai kosmetik?	Sudah sejak kuliah, kalo ngga salah pas semester dua deh.	Lama menggunakan kosmetik
Jenis kosmetik apa saja yang anda gunakan?	Lipstick, lip tint, bedak, eyeshadow, eyeliner, foundation, mascara, bb cream, concealer, blush on, pensil alis.	Jenis kosmetik yang digunakan
Seberapa sering anda menggunakan kosmetik? Kapan saja?	Dulu sering setiap ke kampus, sekarang jarang. Paling kalo ada acara formal kayak kondangan gitu.	Intensitas menggunakan kosmetik
Apa yang membuat anda memutuskan untuk menggunakan kosmetik?	Kalo waktu kuliah kan suka banget sama dunia Korea. Lihat <i>style</i> perempuan-perempuan Korea yang cantik, kulit bersih, dan gaya makeupnya jadi terpengaruh dari situ. Sekarang sih lebih ke cara kita untuk memantaskan diri aja kalo lagi menghadiri acara formal. Bentuk penghormatan kita aja sama si pemiliki acara.	Alasan menggunakan kosmetik
Siapa yang paling mempengaruhi anda untuk	Teman-teman, media massa juga. Iklan sama film dan beberapa <i>blogger</i> juga kan suka	Aktor yang mempengaruhi

menggunakan kosmetik?	review produk kosmetik jadi tertarik	informan untuk menggunakan kosmetik
Apa yang anda harapkan saat menggunakan kosmetik?	Untuk memantaskan diri aja sih yaa. Supaya penampilannya juga lebih kelihatan rapih dan cocok saat mengahdiri acara-acara tertentu.	Tujuan informan menggunakan kosmetik
Apa ada perbedaan yang anda rasakan saat anda sedang menggunakan dan tidak menggunakan kosmetik?	Kalo ngga pake kosmetik tuh kayak ada yang kurang aja di penampilan, nah kalo pake kosmetik berlebihan juga malah jadi pusat perhatian orang lain. Kan malah ngga baik. Jadi kalo saya pake kosmetik ya secara minimalis.	Pengaruh kosmetik yang dirasakan informan
Apakah anda menjamin kehalalan produk kosmetik yang anda gunakan?	Kalo dulu jujur saya agak ngga peduli. Misalnya produk yang saya pakai ada rumor unsur haramnya ya saya ngga pake lagi, tapi kalo ngga ada ya saya masih pake aja. Tapi kalo sekarang saya lebih mencegah sih. Daripada pake yang ngga halal mending pake yang halal aja. Saya selalu cek kehalalan kosmetik yang mau saya beli. Dan saya menjaga diri saya untuk informasi kosmetik yang halal aja. Kayak mencegah keinginan buat beli yang belum jelas info halalnya.	Jaminan halal dari informan
Bagaimana anda mengetahui informasi kehalalan produk kosmetik yang anda gunakan?	Biasanya dari iklan, <i>website</i> kosmetik itu sendiri, sama review di blog orang, dan langsung Tanya ke spg nya.	Cara memperoleh informasi halal dari produk kosmetik
Merk kosmetik halal apa saja yang anda gunakan?	Wardah, Purbasari, Mazaya, La Tulipe, Inez, Sari Ayu, Make Over, Beauty story.	Nama produk kosmetik yang digunakan informan
Bagaimana anda memutuskan untuk membeli kosmetik tersebut?	Biasanya kalo lagi browsing internet suak lihat iklan dan merasa tertarik untuk beli. Dan lihat dulu di review orang yang udah pernah pake gimana hasilnya.	Proses keputusan konsumen untuk membeli produk kosmetik yang digunakan
Apa alasan anda menggunakan kosmetik halal?	Selain anjuran agama, ada kenyamanan tersendiri saat menggunakan kosmetik halal. Serta merasakan kosmetik halal Insya Allah terjamin kenyamanannya. Ini kan juga bagian dari yang membedakan kita sebagai seorang Muslim sama yang non-Muslim	Motif informan menggunakan kosmetik yang saat ini digunakan
Bagaimana anda memperoleh pengetahuan tentang halal?	Dari sekolah, kebetulan saya di sekolah Islam terus cuma pas SMA aja sekolah umum. Orang tua juga, kelompok liqo, buku,	Cara informan mengetahui hukum

	internet, dan suami.	halal
Bagaimana anda memaknai hukum halal?	Halal itu aturan bagi umat Islam yang membedakan kita dengan yang non-Muslim dan juga untuk menjaga kita dari hal-hal yang bersifat bahaya dan merusak tubuh.	Makna hukum halal bagi informan
Bagaimana anda menggunakan hukum halal dalam kehidupan anda?	Saya menjaga kehalalan makanan dan minuman sama kosmetik yang saya konsumsi. Jadi nasabah juga di bank syariah.	Implementasi pemaknaan hukum halal dalam kehidupan informan
Apakah anda mengetahui hukum berhias dalam Islam?	Iya saya tau.	Pengetahuan informan terhadap hukum halal
Bagaimana pandangan anda mengenai hukum berhias dalam Islam?	Kan banyak ya penafsiran yang megarah pada hukum berhias. Kalo saya pribadi menganggap boleh aja berhias asal dikembalikan lagi niatnya untuk menjaga apa yang Allah kasih buat kita. Bukan untuk hal-hal yang berebihan, seperti untuk menarik perhatian lawan jenis.	Pandangan informan terhadap hukum halal
Bagaimana pendapat anda mengenai perbedaan hukum berhias dalam Islam?	Di Islam sendiri kan juga banyak hukum-hukum yang menghasilkan perbedaan penafsiran. Ya itu harus kita terima selama hal itu masih sesuai dengan syari'at Islam. Dan juga semua dikembalikan lagi pada Al-Qur'an dan Hadist.	Pendapat informan mengenai adanya perbedaan pandangan hukum halal
Apa keuntungan adanya kosmetik halal bagi anda?	Pake kosmetik halal itu sendiri kan pilihan ya atau soal selera. Dengan adanya kosmetik halal ini wanita Muslimah jadi terbantu dan terjaga buat bisa dandan dengan aman dari bahan-bahan yang diharamkan.	Keuntungan yang informan peroleh dari penggunaan produk halal
Bagaimana pendapat anda mengenai kosmetik halal bagi Muslimah di zaman modern ini?	Kosmetik adalah sebuah pilihan untuk terlihat lebih menarik bagi wanita, baik di luar maupun di dalam rumah. Dengan ada label halalnya wanita Muslimah pun juga lebih bisa terjaga dari penggunaan kosmetik tidak halal selama pemakaian kosmetik tersebut tidak keluar jalur ya niatnya sih balik lagi ke tujuan pake kosmetik itu sendiri.	Pendapat informan mengenai produk kosmetik halal bagi Muslimah di zaman modern.

Riwayat Penulis



Salbiah merupakan salah satu mahasiswi Jurusan Sosiologi Pembangunan Reguler angkatan 2012. Lahir di Palembang, 23 September 1993. Merupakan anak kedua dari dua bersaudara. Mengawali SDN Jatirahayu 8, Bekasi (1999-2005). Setelah lulus, melanjutkan ke SMPN 259 Jakarta Timur (2005-2008). Kemudian melanjutkan ke SMAN 48 Jakarta Timur (2008-2011). Pada tahun 2012 penulis melanjutkan pendidikan di Universitas Negeri Jakarta Jurusan Sosiologi melalui jalur SNMPTN tertulis.

Penulis pernah mengikuti kegiatan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) di Desa Kunjir, Kecamatan Rajabasa, Lampung Selatan dan melakukan penelitian yang berjudul “Strategi Bertahan Hidup Perempuan Sebagai Kepala Keluarga”. Selain itu penulis juga pernah mengikuti kegiatan KKN di Desa Padek, Kecamatan Pamanukan, Subang, Jawa Barat selama satu bulan. Setelah itu penulis melakukan Praktek Kuliah Lapangan (PKL) atau magang di Kementerian Pariwisata RI pada Asisten Deputi Pengembangan Sumber Daya Manusia selama 3 bulan.. Saat ini penulis bertempat tinggal di Jalan Amaliyah 2 Kel. Jatirahayu, Kec. Pondok Melati, Bekasi, Jawa Barat.
Contact: bisalbiah23@gmail.com