

Dari Henna ke Kuteks Halal: Transformasi Estetika, Religiusitas, dan Budaya Konsumsi Muslimah

Iqlima Fahrunita¹

¹Kantor Urusan Agama Kapanewon Kalasan

iqlimafahrunita@gmail.com

ABSTRACT

This article discusses the evolution of nail adornment practices, from the use of traditional henna to the emergence of modern halal nail polish that has become increasingly popular among Muslim women. The discussion not only highlights the changes in the forms and functions of decorating nails, but also explores how aesthetics and religiosity intersect, negotiate space, and shape contemporary Muslimah consumer culture. This study employs a qualitative approach using library research methods. Data were collected through an intensive review of academic books, journal articles, research reports, and other relevant literature. Through historical analysis and discourse examination, this article shows that the practice of nail adornment serves as a reflection of socio-religious changes occurring in the lives of middle-class Muslim women. They are not merely passive consumers but active agents who negotiate the meanings of piety, beauty, and practicality in their everyday lives. In this context, halal nail polish becomes a representation of the aspirations of modern Muslim women who wish to maintain an attractive appearance while upholding their spiritual commitments. Halal nail polish is thus positioned not only as a cosmetic product but also as a lifestyle choice and a symbol of identity.

Key Words: Halal Nail Polish, Consumption Culture, Muslim Women

ABSTRAK

Artikel ini membahas evolusi praktik berhias kuku, mulai dari penggunaan henna tradisional hingga hadirnya kuteks halal modern yang semakin populer di kalangan perempuan Muslim. Pembahasan ini tidak hanya menyoroti perubahan bentuk dan fungsi menghias kuku, tetapi juga bagaimana estetika dan religiusitas saling bertemu, saling menegosiasikan ruang, serta membentuk budaya konsumsi Muslimah di era kontemporer. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kepustakaan. Data diperoleh melalui penelusuran intensif terhadap buku-buku akademik, artikel jurnal, laporan penelitian, dan literatur lainnya yang relevan. Melalui kajian historis dan analisis wacana, tulisan ini menunjukkan bahwa praktik berhias kuku merupakan cermin perubahan sosial-keagamaan yang terjadi dalam kehidupan perempuan Muslim kelas menengah. Mereka tidak hanya menjadi konsumen pasif, tetapi juga agen yang aktif menegosiasikan makna kesalehan, keindahan, dan kepraktisan dalam kehidupan sehari-hari. Kuteks halal, dalam konteks ini, menjadi representasi dari aspirasi perempuan Muslim modern yang ingin tetap tampil menarik sekaligus mempertahankan komitmen spiritual, serta menjadikan kuteks halal sebagai produk yang tidak sekadar kosmetik, melainkan gaya hidup dan simbol identitas.

Kata Kunci: Kuteks Halal, Budaya Konsumsi, Muslimah

Pendahuluan

Dalam beberapa tahun terakhir, industri kosmetik halal mengalami pertumbuhan yang sangat pesat, baik di tingkat global maupun nasional. Fenomena ini tidak hanya menandai meningkatnya kesadaran umat Muslim terhadap produk yang sesuai dengan prinsip syariat Islam, tetapi juga mencerminkan pergeseran paradigma konsumsi

masyarakat Muslim modern yang semakin selektif, etis, dan sadar nilai.¹ Menurut laporan *Fortune Business Insight* (2024), nilai pasar kosmetik halal global mencapai USD 47,76 miliar dan diproyeksikan meningkat menjadi USD 53,12 miliar pada tahun 2025, bahkan mencapai USD 115,03 miliar pada tahun 2032.² Pertumbuhan ini didorong oleh meningkatnya permintaan konsumen terhadap produk kecantikan berbahan alami, bebas alkohol, dan tidak mengandung unsur hewani non-halal, khususnya di negara-negara dengan populasi Muslim besar seperti Indonesia, Malaysia, Arab Saudi, dan Uni Emirat Arab.

Di Indonesia sendiri, industri kosmetik halal menjadi salah satu sektor strategis dalam pengembangan ekonomi halal nasional. Berdasarkan data *Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah* (KNEKS), nilai pasar kosmetik halal domestik telah mencapai USD 4,19 miliar dengan pertumbuhan yang stabil setiap tahunnya.³ Indonesia bahkan berpotensi menjadi pusat produksi kosmetik halal dunia, seiring meningkatnya kesadaran konsumen akan pentingnya produk yang tidak hanya mempercantik secara fisik, tetapi juga menenangkan secara spiritual. Kehadiran berbagai merek lokal seperti Wardah, Emina, dan Make Over menjadi bukti konkret bagaimana konsep halal telah terintegrasi dengan estetika modern dan inovasi teknologi kecantikan.⁴

Kosmetik halal pada dasarnya tidak hanya berbicara tentang kecantikan lahiriah, tetapi juga mengandung dimensi moral dan spiritual yang mencerminkan ketaatan terhadap nilai-nilai Islam. Di sinilah muncul keterkaitan erat antara estetika, religiusitas, dan pola konsumsi masyarakat Muslim modern.⁵ Bagi banyak perempuan Muslim, berhias bukan sekadar aktivitas mempercantik diri, melainkan juga bentuk ekspresi identitas religius dan agensi dalam ruang sosial yang semakin kompleks. Sebagaimana dikemukakan oleh Lara Deeb dan Mona Harb dalam *Leisurely Islam*, ekspresi religiusitas dalam kehidupan sehari-hari sering kali diwujudkan melalui praktik gaya hidup yang

¹ IHATEC, "Perkembangan Kosmetik Halal di Indonesia | IHATEC," *Indonesia Halal Training Center*, February 11, 2022, <https://ihatec.com/perkembangan-kosmetik-halal-di-indonesia/>.

² Fortune Business Insight, "Analisis Ukuran Pasar Kosmetik Halal, Pangsa Pasar & Dampak Industri, Berdasarkan Jenis (Perawatan Kulit, Perawatan Rambut, Rias Wajah, dan Lainnya), Berdasarkan Saluran Distribusi (Berdasarkan Toko/Offline dan Non-toko/Online), dan Prakiraan Regional, 2025-2032", 6 Oktober 2025, https://www.fortunebusinessinsights.com/halal-cosmetics-market-106602?utm_com

³ Achmad Iqbal, dkk., *Strategi Percepatan Produk Halal Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia* (Jakarta: KNEKS-Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah, 2021), hlm. 51-67.

⁴ *Ibid.*

⁵ Dini Astriani, "Komodifikasi Kesalehan: Kosmetik Halal, Brand Islam, dan Identitas Muslimah Indonesia", *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Vol. 4, No. 1, Juni 2025, hlm. 18.

memadukan kesalehan dengan keindahan, termasuk dalam pilihan kosmetik dan penampilan diri.⁶

Dalam konteks tersebut, menarik untuk menelusuri bagaimana praktik berhias, khususnya menghias kuku, mengalami transformasi makna dari masa ke masa, dari penggunaan henna dalam tradisi Islam klasik hingga munculnya kuteks halal dalam industri kosmetik kontemporer. Dengan demikian, rumusan masalah yang hendak dikaji dalam tulisan ini adalah: bagaimana perjalanan historis dan transformasi makna berhias kuku dari henna hingga kuteks halal, serta bagaimana praktik ini merepresentasikan hubungan antara religiusitas, estetika, dan konsumsi dalam masyarakat Muslim modern.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam proses historis dan kultural di balik perubahan praktik berhias kuku di kalangan perempuan Muslim, sekaligus menganalisis bagaimana kemunculan kosmetik halal menjadi medium ekspresi religiusitas, identitas, dan agensi perempuan dalam konteks modernitas Islam. Selain itu, penelitian ini juga diharap dapat mengungkap bagaimana nilai-nilai kesalehan dan estetika diwujudkan dalam konsumsi kosmetik halal, serta sejauh mana fenomena tersebut berkontribusi terhadap pembentukan gaya hidup Muslimah yang memadukan dimensi spiritual, moral, dan estetis secara harmonis.

KAJIAN LITERATUR

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang menyoroti keterkaitan Muslimah dengan kosmetik sebagai identitas religius dan budaya. Valerie Gonzalez mengeksplorasi konsep keindahan dipahami dalam konteks Islam dan hal ini mempengaruhi penggunaan kosmetik oleh Muslimah. Persepsi kecantikan dalam Islam sering kali terkait dengan nilai kesederhanaan, kebersihan, dan kepantasan, karena alasan kemurnian tubuh dan raga yang berkaitan erat dengan nilai religius dan ketuhanan. Meskipun terdapat batasan agama mengenai berpenampilan, terdapat ruang variasi yang membebaskan perempuan untuk memilih atau menafsirkan aturan agama, sebagai sarana mengekspresikan identitas dan meningkatkan rasa kepercayaan diri.⁷

⁶ Mona Harb and Lara Deep, *Leisurely Islam: Negotiating Geography and Morality in Shi'ite South Beirut* (Princeton University Press, 2013).

⁷ Valerie Gonzales, *Beauty and Islam: Aesthetics in Islam Art and Architecture* (St Maritins Press, 2001), 9-21.

Bagi perempuan Muslim, tampil dengan kosmetik yang sesuai dengan aturan hijab menjadi identitas diri mereka sebagai Muslimah yang patuh terhadap tuntutan religius. Sejalan dengan itu, Ashraf, William, dan Bray, menyoroti pengaruh identitas Muslim terhadap konsumsi fesyen dalam kaitannya dengan penampilan pada perempuan Muslim di UK. Mereka menemukan kesesuaian fesyen dengan aturan agama menjadi hal yang penting bagi perempuan Muslim UK, meskipun terdapat potensi konflik antara kebolehannya dengan prinsip dan citra publik. Para Muslimah sadar bahwa perilaku fesyen mereka memang harus konsisten dengan identitas keagamaan mereka.⁸

Di samping itu, Fatemeh Ebrahimi sebagaimana dikutip oleh Somantri dan Larasati, berpendapat bahwa budaya memainkan peran penting yang memberikan tekanan terhadap perempuan untuk memenuhi standar kecantikan yang diakui secara sosial. Norma sosial menganggap penampilan fisik sebagai cerminan status dan identitas seseorang, yang menyebabkan terciptanya ekspektasi mengenai kecantikan yang ideal.⁹ Hal ini memicu dilema yang dihadapi oleh perempuan dalam menyeimbangkan praktik kosmetik dengan pandangan budaya dan agama mereka. Keinginan untuk mengikuti standar kecantikan modern sering kali bertabrakan dengan nilai-nilai tradisional dan agama, sehingga menciptakan konflik internal dalam memenuhi ekspektasi kecantikan modern sekaligus mematuhi norma budaya dan agama.

Perbedaan nilai-nilai budaya dan latar belakang agama tersebut menjadi penyebab munculnya inovasi seperti kosmetik halal. Agama sebagai elemen budaya sangat mempengaruhi perilaku konsumen dan keputusan pembelian. Djamchid Assadi telah mengamati bagaimana korelasi antara agama monoteis Yudaisme, Kristen, dan Islam dengan perilaku konsumsi penganutnya. Dalam artikelnya, Assadi menuliskan temuannya yang menunjukkan terdapat hubungan yang pasti antara konsumen dan agama yang dianut, serta perilaku pilihan pembelian.¹⁰ Sementara itu, Oriah Akir melakukan penelitian terhadap perilaku konsumen di Malaysia. Ia mendapati bahwa meskipun teori perilaku konsumen dapat diterapkan secara global, preferensi konsumen

⁸ Samreen Ashraf et al., "Female Muslim Identity and Modest Clothing Consumption in the UK," *Journal of Islamic Marketing* 14, no. 9 (2022): 2306–22, <https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2021-0167>.

⁹ Bambang Somantri and Ghina Cynthia Larasati, "Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, Dan Psikologis Terhadap Consumer Behavior Dan Dampaknya Pada Purchasing Decision Produk Kosmetik Korea Mahasiswi Kota Sukabumi," *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia* 5, no. 8 (2020): 497, <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v5i8.1544>.

¹⁰ Djamchid Assadi, "Do Religions Influence Customer Behavior? Confronting Religious Rules and Marketing Concepts," *Cahiers Du CEREN* 5 (January 2003).

dan keputusan pembelian seringkali dipengaruhi oleh latar belakang norma dan budaya. Dalam kasus umat Islam, hal tersebut sangat dipengaruhi oleh prinsip syariah Islam tentang hal yang diperbolehkan (halal) dan hal yang dilarang (haram).¹¹

Sebagaimana diulas oleh Ferry Fauzi Hermawan¹² dan Yulianti Muthmainnah,¹³ keduanya sama-sama mengkaji peran kosmetik halal, dalam negosiasi dan konstruksi identitas perempuan Muslim. Mereka menyatakan konsumsi atas produk-produk halal merupakan sarana untuk mengekspresikan identitas keagamaan, seperti halnya pada penggunaan jilbab dan pakaian islami. Penggunaan kosmetik halal kini telah mengalami pergeseran yang signifikan. Berbeda dengan misi awal sebagai bentuk perawatan keindahan tubuh dan bentuk kesalehan, perempuan Muslim saat ini menjadikannya sebagai style dan fesyen, yang pada gilirannya berkorelasi pada menguatnya politik identitas di ruang publik.

Sementara itu, Yanwar Pribadi mengkaji jalinan kecantikan dengan kesalehan pada perempuan Muslim perkotaan. Pribadi berpendapat bahwa penggunaan produk kecantikan yang aman dan sesuai dengan nilai-nilai agama merupakan hal yang penting bagi para Muslimah. Mereka mencari produk kosmetik yang tidak hanya memberikan hasil yang baik secara estetik tetapi juga tidak menimbulkan keraguan terkait kebolehanannya. Menurutnya, hal tersebut mempengaruhi cara pandang mereka terhadap diri mereka sendiri, kecantikan, dan kesalehan. Sebagian besar Muslimah yang sadar akan penampilan fisiknya, mulai mengkonsumsi barang dan jasa produk kecantikan halal sebagai cara penting untuk membangun identitas spesifik sebagai perempuan Islami yang saleh, tidak hanya sebagai seorang Muslim. Selain itu, pemahaman dan praktik keindahan penampilan dan kesalehan di kalangan Muslimah kelas menengah semakin kompleks. Meski tidak selalu berjalan beriringan, namun para Muslimah ini

¹¹ O. Akir, "Consumers' Shopping Behaviour Pattern on Selected Consumer Goods: Empirical Evidence on Malaysian Consumers," October 1, 2010, <https://www.semanticscholar.org/paper/Consumers%20BF-Shopping-Behaviour-Pattern-on-Selected-Akir/109606800c56b07831130f254712ca9d4d55c7d8>.

¹² Ferry Fauzi Hermawan, "KOSMOPOLITANISME, NEGOSIASI, DAN RESISTENSI: IDENTITAS PEREMPUAN MUSLIM DALAM IKLAN KOSMETIK MUSLIM DI INDONESIA," *PALASTREN: Jurnal Studi Gender* 10, no. 2 (2018): 2, <https://doi.org/10.21043/palastren.v10i2.2734>.

¹³ Yulianti Muthmainnah, "Kapitalisasi Politik Identitas dalam Produk Halal; Industri Fashion dan Kosmetika," *PALASTREN: Jurnal Studi Gender* 14, no. 1 (2021): 1, <https://doi.org/10.21043/palastren.v14i1.7031>.

berpandangan bahwa kecantikan dan kesalehan, merupakan bagian integral dari kehidupan mereka sehari-hari dan keduanya sama-sama memiliki peranan penting.¹⁴

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kepustakaan. Data diperoleh melalui penelusuran intensif terhadap buku-buku akademik, artikel jurnal, laporan penelitian, dokumen resmi, serta berbagai literatur lain yang relevan dengan tema estetika, religiusitas, dan budaya konsumsi Muslimah. Proses pengumpulan data dilakukan melalui identifikasi, seleksi, dan analisis sumber-sumber ilmiah yang kredibel, baik yang membahas sejarah penggunaan henna, perkembangan industri kosmetik halal, maupun kajian sosial-keagamaan mengenai perempuan Muslim kelas menengah. Selain itu, penelitian ini juga menelaah wacana-wacana yang berkembang dalam media sosial, publikasi komersial, dan narasi yang dibangun oleh brand kosmetik, untuk memahami bagaimana kuteks halal diposisikan dan dipersepsikan di ruang publik. Dengan memadukan perspektif historis dan analisis wacana, penelitian ini berupaya memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai dinamika praktik berhias kuku serta faktor-faktor yang memengaruhi perubahan makna estetika dan kesalehan dalam konteks modern.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Historisitas Estetika: Dari Henna ke Nail Art

Popularitas kosmetik halal saat ini telah mengalami sejarah panjang. Di zaman kuno, kosmetik digunakan oleh berbagai peradaban seperti Mesir, Yunani, dan Romawi untuk berbagai tujuan, mulai dari ritual keagamaan hingga simbol status sosial. Misalnya, di Mesir kuno, penggunaan eyeliner dan pewarna bibir yang terbuat dari bahan alami seperti Oker,¹⁵ para Geisha¹⁶ dan Samurai¹⁷ Jepang menggunakan bedak putih yang

¹⁴ Yanwar Pribadi and Muhammad Adlin Sila, "Intertwining Beauty and Piety: Cosmetics, Beauty Treatments, and Halal Lifestyle in Urban Indonesia," *Ulumuna* 27, no. 1 (2023): 1, <https://doi.org/10.20414/ujis.v27i1.588>.

¹⁵ Oker adalah pigmen alami yang berasal dari tanah liat yang mengandung oksida besi, yang memberikan warna kuning, merah, atau cokelat.

¹⁶ Geisha adalah seniman perempuan tradisional Jepang yang terlatih dalam berbagai seni pertunjukan seperti tari, musik, nyanyi, serta seni perbincangan. Kata geisha secara harfiah berarti "orang seni" atau "seniman". Tugas utama geisha adalah menghibur tamu melalui penampilan artistik dan percakapan yang cerdas dan menyenangkan. Geisha mengenakan kimono yang mewah dan tata rias yang khas, termasuk penggunaan oshi roi yang membuat wajah mereka tampak halus dan bercahaya.

¹⁷ Samurai adalah kelas prajurit Jepang yang dikenal karena keterampilan mereka dalam berperang. Samurai memegang peranan penting dalam sejarah Jepang feodal, melayani daimyo (tuan

berasal dari Oshi roi,¹⁸ dan Bangsa Tiongkok yang memperlihatkan status sosial mereka dengan mewarnai kukunya menggunakan bahan alami yang di sebut Henna.

Henna adalah pewarna alami yang berasal dari tanaman *Lawsonia inermis*. Henna berasal dari daerah Timur Tengah, Afrika Utara, dan Asia Selatan. Penggunaan henna sebagai pewarna tubuh dan rambut telah ada sejak zaman dahulu, dengan bukti penggunaannya ditemukan pada mumi Mesir kuno.¹⁹ Henna digunakan oleh masyarakat dahulu untuk beberapa hal. Misalnya sebagai inai atau mehndi, yaitu seni menghias tubuh dengan henna, terutama di bagian tangan dan kaki. Desain mehndi yang rumit mencerminkan motif budaya tradisional dan simbol-simbol keagamaan serta mitologis. Praktik ini sangat populer di India, Pakistan, Timur Tengah, dan Afrika Utara. Henna juga diaplikasikan sebagai pewarna rambut alami, yang dapat memberikan warna merah kecoklatan pada rambut dan dapat memperkuat serta memperbaiki kondisi rambut. Selain digunakan sebagai pewarna, henna juga memiliki sifat yang dingin dan sering kali dipakai dalam pengobatan tradisional untuk menyembuhkan berbagai penyakit kulit dan penurunan demam.²⁰

Sebelum henna dipakai untuk kosmetika dan media penyembuhan, henna terlebih dulu digunakan sebagai penanda kelas sosial. Pada zaman Babilonia kuno, warna merah pada kuku yang dihasilkan oleh henna hanya dapat ditemui pada masyarakat yang memiliki strata sosial kelas atas atau bangsawan. Hal tersebut juga berlaku pada kerajaan besar zaman dahulu di bawah pimpinan ratu Cleopatra dan ratu Nefertiti, serta bangsa Tiongkok di bawah pimpinan dinasti Chou dan dinasti Ming. Meski berbeda wilayah, akan tetapi terdapat kesamaan pada aturan penggunaan warna kuku. Warna yang mencolok untuk kelas atas dan warna yang lebih netral (umumnya hijau dan hitam) untuk kelas bawah. Mereka yang melanggar akan diberikan sanksi hukuman mati jika diketahui mewarnai kukunya dengan warna yang tidak sesuai aturan.²¹

tanah) dan shogun (penguasa militer) dengan setia. Mereka adalah ahli dalam penggunaan berbagai senjata, terutama pedang (katana) dan juga terlatih dalam strategi militer serta seni bela diri.

¹⁸ Oshi roi secara harfiah berarti "bedak putih" dan terbuat dari bahan alami yakni tepung beras. Tepung beras diolah menjadi bentuk bubuk halus yang kemudian dicampur dengan air untuk membuat pasta yang diaplikasikan ke wajah.

¹⁹ P. K Gode, "Studies in the History of Indian Plants-History of Mendi or Henna (Between B. C 2000 and A. D 1850," *Annals of The Bhandarkar Oriental Reseach Institute* 28, no. 1/2 (1947): 14-25.

²⁰ Carrie Griffin Basas, "Henna Tattooing: Cultural Tradition Meets Regulation," *Food and Drug Law Journal* 62, no. 4 (2007): 779-803.

²¹ Maria Krisnawati, "Nail Art: Sejarah, Bentuk, Warna, Dan Teknik Pembuatannya," *Prosiding Seminar Nasional Pascasarjana UNNES*, 2002, 642.

Henna menjadi bagian penting dari banyak budaya dan memiliki signifikansi yang mendalam di berbagai upacara dan tradisi. Misal di negara India, terutama dalam konteks pernikahan, festival, dan upacara keagamaan. Salah satu aspek paling menonjol dari penggunaan henna di India adalah dalam upacara mehndi pada pernikahan tradisional India. Upacara ini biasanya diadakan beberapa hari sebelum pernikahan utama. Pengantin wanita dan wanita lain dalam keluarga pengantin mendapatkan desain henna yang rumit di tangan dan kaki mereka. Desain henna tersebut dianggap membawa keberuntungan dan kebahagiaan bagi pengantin dan simbol keterkaitan.²² Pada pengantin wanita, motif henna biasanya mengandung inisial pengantin pria yang tersembunyi dalam desain. Warna henna yang lebih gelap dari kulit dianggap sebagai tanda dari cinta yang kuat antar mempelai. Tradisi ini menjadi simbolisme yang melambangkan cinta dan hubungan kasih antara pasangan.²³

Penggunaan henna juga sering dijumpai pada ajang festival. Seperti festival Karva Chauth²⁴ dan Diwali.²⁵ Henna juga digunakan dalam berbagai upacara keagamaan dan ritual sebagai tanda kemurnian dan kesucian. Aplikasi henna pada anak-anak perempuan pada acara-acara seperti Roka (pertunangan) atau Godh Bharai (upacara sebelum kelahiran) juga menjadi hal yang umum. Henna sering dianggap membawa keberuntungan, keberkahan, dan perlindungan dari roh jahat. Sedangkan penggunaan henna pada bayi baru lahir atau anak-anak pada upacara tertentu dimaksudkan untuk memberikan perlindungan dan keberkahan. Melalui berbagai penggunaan ini, henna telah menjadi bagian integral dari budaya India, mencerminkan tradisi, kepercayaan, dan nilai-nilai masyarakat India. Henna bukan hanya sekadar seni tubuh, tetapi juga simbol keberuntungan, cinta, dan kebahagiaan dalam berbagai aspek kehidupan.

Ritual penggunaan henna dalam tradisi pernikahan juga ditemui pada masyarakat Yaman. Selain khasiatnya yang terkenal sebagai obat dan kosmetika, henna juga dianggap memiliki khasiat magis. Di antara rentetan panjang ritual pernikahan yang dipraktikkan

²² Lin and Jirsa, "Mehndi | Indian Wedding Tradition," Los Angeles Wedding Photographer | Lin and Jirsa, August 9, 2018, <https://www.linandjirsa.com/mehndi-photography-for-indian-weddings/>.

²³ Gregory D. Booth, "Brass Bands: Tradition, Change, and the Mass Media in Indian Wedding Music," *Ethnomusicology* 34, no. 2 (1990): 245–62, <https://doi.org/10.2307/851685>.

²⁴ Karva Chauth merupakan festival Hindu yang dirayakan oleh wanita India untuk mendoakan keselamatan dan kesejahteraan suami mereka.

²⁵ Diwali atau Deepvali merupakan salah satu perayaan keagamaan bagi umat Hindu di India. Perayaan ini juga sering disebut dengan festival cahaya karena identic dengan sorot lampu yang terang.

di kalangan Yahudi di Yaman,²⁶ upacara henna dilakukan untuk perlindungan dan perayaan pada kedua pengantin. Masa sebelum menikah merupakan salah satu penyesuaian terhadap keadaan masa depan pasangan. Pasangan tersebut berada dalam kondisi liminal, di mana mereka tidak lagi sepenuhnya asing, karena mereka telah mengikatkan diri pada perkawinan, namun mereka masih belum menikah. Masa ini dianggap sebagai masa berbahaya karena mereka menjadi rentan cedera fisik dan mental, yang disebabkan setan dan roh. Sehingga, henna diyakini tidak hanya berfungsi untuk kecantikan dan kesehatan, namun juga sebagai sarana ajaib dan bermanfaat untuk melindungi calon pengantin. Bercak merah di kulit serta warna hijau asli daun henna, dipercaya sebagai jimat yang dapat mengusir roh jahat dan akan melindungi pasangan dari bahaya yang mengintai. Perubahan warna henna dari hijau (bubuk) menjadi merah (henna basah), dianggap dapat mencegah setan mengenali calon pengantin. Ritual ini juga menjadi ritus peralihan utama bagi wanita Yaman, dan menjadi tahapan penting dalam mempersiapkan kehidupan baru untuk calon pengantin, saat ia beralih dari seorang gadis remaja menjadi istri seorang laki-laki, terpisah dari keluarganya, dan pergi untuk menetap bersama suaminya.²⁷

Popularitas henna sebagai tradisi dalam pernikahan juga dijumpai di Indonesia, khususnya propinsi Aceh. Meskipun asal mulanya dating dari budaya lain, penggunaan henna di Aceh menunjukkan bagaimana budaya lokal dapat mengadopsi dan mengadaptasi praktik dari luar, dan menjadikannya sebagai bagian dari warisan budaya mereka sendiri. Desain henna pada pernikahan masyarakat Aceh memiliki ciri khas tersendiri yang mencerminkan identitas budaya lokal. Motif dan pola henna yang digunakan sering kali memiliki makna simbolis, yang diwariskan dari generasi ke generasi untuk memperkuat rasa kebersamaan dan identitas komunitas. Penggunaan henna pada pernikahan Aceh menjadi wal wajib yang harus ditaati oleh seluruh masyarakatnya. Sehingga jika ditemukan adanya pelanggaran maka akan dikenai sanksi adat berupa denda yang harus dibayarkan.²⁸ Penggunaan henna dalam pernikahan Aceh

²⁶ Pernikahan di Yaman bukan merupakan sebuah ritual tunggal, melainkan serangkaian ritual yang berlangsung selama sekitar satu bulan.

²⁷ Rachel Sharaby, "The Bride's Henna Ritual: Symbols, Meanings and Changes," *Nashim: A Journal of Jewish Women's Studies & Gender Issues*, no. 11 (2006): 11-42.

²⁸ Lela Erwany et al., "Local Wisdom In Malam Berinai Tradition In Malay Society, Tanjungbalai, North Sumatera, Indonesia," *Journal Arts and Humanities* 5 (May 2016): 68-77.

juga dipengaruhi oleh tradisi Islam yang menghormati dan mengikuti sunnah Rasulullah, yang dalam beberapa hadis dinyatakan bahwa Rasulullah memperbolehkan penggunaan henna dalam upacara pernikahan. Kini, penggunaan henna dalam upacara pernikahan tidak hanya terbatas pada India dan Timur Tengah, tetapi juga telah menyebar ke berbagai bagian Asia Tenggara melalui proses difusi budaya, dan menjadi upacara umum yang dilakukan pada malam sebelum pernikahan. Upacara ini kemudian dikenal dengan istilah *Henna Night*.²⁹

Penyebaran praktik penggunaan henna hingga ke berbagai belahan dunia tidak terlepas dari peranan industri film India, yakni Bollywood. Henna sering digunakan di berbagai konteks dalam film Bollywood, baik sebagai elemen budaya maupun artistik. Seperti penjelasan di atas, film-film Bollywood sering kali menampilkan upacara pernikahan, festival dan perayaan. Adegan-adegan ini tidak hanya menyoroti keindahan dan kerumitan desain henna, tetapi juga menekankan pentingnya tradisi dan budaya India. Bollywood memiliki pengaruh besar pada tren mode dan gaya hidup di India dan di seluruh dunia. Penggunaan henna dalam film-film Bollywood telah membantu memperkenalkan dan mempopulerkan henna pada kancah internasional. Aktor dan aktris Bollywood juga tak jarang terlihat dengan henna pada acara-acara publik, penghargaan, dan undangan pernikahan selebriti, yang semakin memperkuat popularitas dan penerimaan henna sebagai bagian dari gaya hidup glamor. Melalui penggunaan dan representasi dalam film-film Bollywood, henna tidak hanya dilihat sebagai bagian dari tradisi dan budaya India tetapi juga sebagai elemen gaya hidup dan mode yang menarik bagi agen yang lebih luas.

Seiring berjalannya waktu dan inovasi seni tubuh selalu terus berkembang, segala bentuk perawatan terhadap jari dan kuku juga mengalami transformasi. Pada masa abad pertengahan, seni mewarnai dan menghias kuku kurang populer karena alasan kebersihan tubuh. Akan tetapi pada masa Renaissance, kebangkitan seni dan budaya di Eropa membawa perhatian baru pada kecantikan dan perawatan diri. Wanita Eropa mulai merawat kuku mereka dengan lebih baik, meskipun seni kuku belum menjadi budaya populer yang dominan. Mereka memberikan lambang elang pada kuku mereka sebagai

²⁹ Henna Night atau 'Malam Henna.' Merupakan tradisi yang umumnya dilakukan sebagai bagian dari perayaan sebelum pernikahan, di mana calon pengantin perempuan, keluarga, dan teman-temannya berkumpul untuk merayakan malam terakhir sebelum hari pernikahan dengan menerapkan henna atau mehndi pada tangan dan kaki pengantin wanita.

model artistik yang menjadi tren di masa tersebut.³⁰ Selanjutnya, pada abad ke-19, era Victoria di Inggris, para wanita lebih fokus pada kuku yang bersih dan terawat. Pewarnaan kuku pada saat itu belum umum, tetapi penggunaan kikir kuku dan minyak kutikula mulai populer. Perawatan kuku ini disebut manikur dan dilakukan dengan menggunakan cat kuku transparan. Gaya minimalis pada kuku tersebut melambangkan konsep wanita pada era Victoria yang memiliki kecantikan batin, kebersihan tubuh, dan kemurnian moral. Salah satu cat kuku yang paling sering digunakan adalah campuran jus lemon dan cuka, yang memberikan efek cerah dan transparan pada kuku.³¹

Pada era 1920-an, tren kesenian kuku mulai benar-benar disadari dan dikaitkan dengan fashion. Pada dekade ini, nail art mulai disesuaikan dengan gaya pakaian dan sikap fashion seseorang. Inovasi produk baru dalam kesenian kuku semakin berkembang sejak perusahaan kosmetik Revlon mulai menjual cat kuku dalam kemasan dengan berbagai warna baru yang sebelumnya belum ada. Cat kuku Revlon ini juga terkenal karena kualitasnya yang tahan lama dan mengkilap. Pada tahun 1934, Maxwell Lappe³² menciptakan kuku palsu untuk pasiennya yang memiliki kebiasaan menggigit kuku. Frederick Slack kemudian menemukan teknik pemanjangan kuku akrilik, yang masih digunakan hingga kini untuk membuat desain nail art yang membutuhkan lebih banyak ruang pada kuku pemakainya.³³

Perkembangan nail art terus berlanjut dengan fokus pada warna dan teknik. Pada tahun 1960-an, warna pastel menjadi sangat populer, berbeda dengan warna-warna yang digunakan pada awal kemunculan nail art yang cenderung pada warna mencolok. Melihat peningkatan minat pada nail art, terutama dengan penemuan kuku palsu panjang, Jeff Pink, seorang pengusaha dan ahli kecantikan mendirikan *The French Manicure*, sebuah

³⁰ Jacqui Jefford et al., *Nail Artistry* (Thomson Learning, 2004).

³¹Kaki Mode, "History of Nail Polish," *The Fashion Foot*, October 11, 2016, <https://edanafashion.wordpress.com/2016/10/11/history-of-nail-polish-2/>. Diakses pada 24 juni 2024.

³² Maxwell Lappe adalah seorang dokter gigi yang dikenal atas kontribusinya dalam bidang nail art dan kecantikan melalui penemuan kuku palsu. Lappe menciptakan set kuku palsu untuk membantu pasiennya yang memiliki kebiasaan menggigit kuku. Kuku palsu yang diciptakan oleh Lappe menjadi salah satu inovasi awal dalam industri kecantikan kuku dan memulai tren penggunaan kuku palsu yang kemudian berkembang dengan berbagai teknik dan bahan baru.

³³ "The history of nail art - nail design and nail art how it all began," ND24 NailDesign, accessed June 24, 2024, <https://nd24.de/en/pages/die-geschichte-der-nagelkunst-nageldesign-und-nailart-wie-alles-begann>.

salon nail art terkenal di Hollywood.³⁴ Pada tahun 1980-an, kombinasi warna baru seperti neon kuning, fuchsia, dan biru terang mulai muncul dan banyak digunakan. Tren cat kuku menjadi lebih berani dengan warna hitam pekat yang dipelopori oleh kaum *grunge*,³⁵ karena warna tersebut identik dengan mereka dan menjadi ciri khasnya. Pada akhirnya, memasuki tahun 2000-an, perkembangan cat kuku, manikur, dan nail art mencapai puncaknya.

Modernitas dan Budaya Pop: Nail Art sebagai Representasi Globalisasi

Modernisasi dan perkembangan media sosial membawa perubahan besar terhadap cara Muslimah memandang dan mengekspresikan kecantikan. Dalam konteks modern, kecantikan tidak lagi dipahami sebatas pada penampilan fisik, tetapi juga sebagai bentuk ekspresi diri, identitas, dan gaya hidup.³⁶ Fenomena ini menciptakan bentuk standar kecantikan Muslimah baru yang menggabungkan unsur religiusitas dengan tren global. Muslimah kini tidak hanya fokus pada hijab dan busana syar'i, tetapi juga mulai mengeksplorasi aspek lain seperti skincare, make up halal, hingga *nail art halal* yang menggunakan produk wudu-friendly (*breathable nail polish*). Kehadiran produk-produk tersebut menunjukkan adanya upaya industri kecantikan untuk menyesuaikan diri dengan kebutuhan spiritual sekaligus estetika Muslimah modern.³⁷

Penggunaan nail art oleh para Muslimah yang sangat populer saat ini dikarenakan berbagai alasan yang saling terkait. *Pertama*, nail art memberikan sarana ekspresi diri yang unik dan kreatif bagi seseorang.³⁸ Dengan berbagai pilihan desain, warna, dan teknik, seseorang dapat menciptakan tampilan kuku yang benar-benar personal dan sesuai dengan kepribadian serta mood mereka. Ini bukan hanya sekadar mempercantik kuku, tetapi juga tentang menyampaikan pesan atau perasaan melalui seni kecil yang dapat dipakai sehari-hari. *Kedua*, inovasi dalam produk dan teknologi nail art telah

³⁴"French Manicure, the History of a Great Classic," April 30, 2023, <https://blog.passionebeauty.com/en-gb/french-manicure-the-history-of-a-great-classic>.

³⁵ Kaum *grunge* adalah subkultur yang muncul pada akhir 1980-an dan awal 1990-an, terutama terkait dengan genre musik grunge. Gerakan ini berkembang terutama di Seattle, Washington, dan berpusat di sekitar sejumlah band rock alternatif yang memainkan musik dengan gaya yang khas, ditandai dengan suara gitar yang berat dan lirik yang sering kali melankolis atau penuh frustrasi.

³⁶ Warsito Raharjo Jati, *Politik Kelas Menengah Muslim Indonesia* (Jakarta: Pustaka LP3ES, 2017).

³⁷ Rofhani Rofhani, "Budayan Urban Muslim Kelas Menengah," *Jurnal Teosofi* 3, no. 1 (2013).

³⁸ "Eksplorasi Dunia Nail Art, Perjalanan Kreatif Dalam Warna Dan Desain - Tribunjogja.Com," accessed June 25, 2024, <https://jogja.tribunnews.com/2023/07/12/eksplorasi-dunia-nail-art-perjalanan-kreatif-dalam-warna-dan-desain>.

membuatnya lebih mudah diakses dan tahan lama. Penggunaan gel polish, nail stickers, dan alat-alat stempel memberikan kemungkinan untuk menciptakan desain yang rumit dengan lebih efisien. Salon-salon kecantikan juga menawarkan layanan profesional nail art dengan teknik-teknik terkini, menjadikannya lebih menarik bagi mereka yang mencari hasil yang berkualitas tinggi dan tahan lama.³⁹

Ketiga, nail art menawarkan pengalaman perawatan diri yang menyenangkan dan bermanfaat. Selain sekadar membuat kuku tampak indah, perawatan ini membantu memelihara kesehatan kuku dan kulit di sekitarnya. Bagi banyak orang, perawatan kuku adalah momen relaksasi di tengah kesibukan sehari-hari, sehingga membuat mereka merasa lebih baik secara fisik dan mental. Keseluruhan, nail art telah memperluas maknanya dari sekadar keindahan fisik menjadi bentuk seni pribadi dan pengalaman perawatan diri yang memuaskan.

Keempat, Nail art juga telah menjadi bagian tak terpisahkan dari tren mode dan kecantikan. Banyak desainer dan rumah mode besar menggunakan nail art sebagai aksen penting dalam koleksi mereka. Ini tidak hanya terlihat di panggung runway, tetapi juga dalam kampanye promosi dan gaya hidup yang dipromosikan oleh merek-merek terkenal. Kehadiran nail art dalam tren mode membuktikan bahwa kreativitas dalam detail kecil seperti kuku dapat memberikan dampak besar pada penampilan keseluruhan. Terakhir, Media sosial juga berperan penting dalam popularitas nail art. Platform seperti Instagram, Pinterest, dan TikTok menjadi wadah yang sangat populer untuk berbagi inspirasi dan tutorial nail art. Para pengguna media sosial, termasuk influencer dan selebriti, sering memamerkan desain kuku mereka, yang memicu tren baru dan menginspirasi jutaan orang di seluruh dunia untuk mencoba berbagai gaya dan teknik nail art.⁴⁰

Tren nail art di Indonesia semakin digemari karena pengaruh gelombang *hallyu*⁴¹ atau budaya korea. Fenomena *hallyu* telah memainkan peran yang signifikan dalam

³⁹ "Mengenal Nail Art: Seni Kreatif Di Ujung Jari :: NewFemme :: Artikel," accessed June 25, 2024, <https://newfemme.co/id/artikel/detail/2235/mengenal-nail-art-seni-kreatif-di-ujung-jari>.

⁴⁰ "Nail Art, Seni Melukis Kuku Yang Mulai Digandrungi Di Indonesia - Cantik Tempo.Co," accessed June 25, 2024, <https://cantik.tempo.co/read/897583/nail-art-seni-melukis-kuku-yang-mulai-digandrungi-di-indonesia>.

⁴¹ Hallyu adalah istilah dalam bahasa Korea yang secara harfiah berarti "gelombang Korea". Istilah ini merujuk pada fenomena populerisasi budaya Korea Selatan di luar negeri, termasuk musik, drama televisi, film, mode, makanan, kecantikan dan elemen budaya lainnya

menginspirasi berbagai produk budaya populer, termasuk tren nail art. K-pop⁴² dan K-drama⁴³ tidak hanya mempopulerkan musik dan drama, tetapi juga menetapkan standar baru untuk gaya dan kecantikan. Penggemar *hallyu* sering kali tertarik untuk meniru gaya kuku dari selebriti Korea yang mereka idolakan. Tren nail art yang dipengaruhi oleh *hallyu* sering menampilkan elemen-elemen seperti warna-warna cerah yang populer dalam mode Korea, motif-motif yang terinspirasi dari drama populer, atau bahkan logo dari grup musik K-pop terkenal. Para penggemar sering berusaha untuk mengekspresikan dedikasi mereka kepada budaya Korea melalui nail art, dan mulai menciptakan desain yang mencerminkan identitas dari idola mereka atau karakter favorit dari drama yang mereka sukai. Selain itu, popularitas K-beauty⁴⁴ juga berdampak pada nail art dengan penekanan pada perawatan kuku dan produk-produk inovatif untuk menciptakan tampilan yang lebih sehat dan menarik. K-beauty mengajarkan penggemar untuk merawat kuku dengan baik sebelum menerapkan desain nail art yang kreatif dan detail.

Media digital menjadi sarana utama penyebaran tren ini. Melalui platform seperti TikTok dan Instagram, tutorial nail art dan konten “nail inspo” menyebar dengan cepat. Para influencer Muslim seperti *beauty vlogger hijabers* berperan penting dalam mengadaptasi tren global ini agar tetap sesuai dengan prinsip halal dan modesty. Mereka tidak hanya memperkenalkan gaya baru, tetapi juga membangun narasi bahwa Muslimah dapat tampil modern, kreatif, dan tetap berpegang pada nilai agama. Dengan demikian, fenomena *hallyu* tidak hanya memengaruhi gaya hidup dan mode, tetapi juga memperluas estetika kecantikan hingga ke tren nail art yang terus berkembang di Indonesia

⁴² K-pop adalah singkatan dari Korean Pop, yang merujuk kepada genre musik populer yang berasal dari Korea Selatan. Musik K-pop terkenal dengan gaya yang energik, tarian yang terkoordinasi dengan baik, produksi musik yang canggih, dan seringkali penggunaan elemen visual yang menarik dalam video musik dan penampilan panggung. K-pop tidak hanya mencakup musik pop, tetapi juga menggabungkan berbagai genre musik seperti hip-hop, R&B, EDM, rock, dan lain-lain.

⁴³ K-drama adalah singkatan dari Korean Drama, yang merujuk kepada serial televisi drama yang diproduksi di Korea Selatan. K-drama telah menjadi salah satu produk ekspor budaya terbesar Korea Selatan dan memiliki penggemar yang tersebar di seluruh dunia. Serial K-drama dikenal karena cerita yang mendalam, karakter yang kompleks, produksi yang berkualitas tinggi, dan sering kali dibintangi oleh aktor dan aktris terkenal di Korea Selatan.

⁴⁴ K-beauty adalah singkatan dari Korean Beauty, yang merujuk kepada industri kosmetik dan kecantikan dari Korea Selatan. K-beauty telah membangun reputasi global sebagai pemimpin dalam inovasi produk perawatan kulit dan kecantikan yang canggih serta efektif. Produk-produk K-beauty terkenal karena fokusnya pada perawatan kulit yang holistik, teknologi formulasi yang maju, dan bahan-bahan alami yang digunakan dalam produk mereka.

Dalam konteks masyarakat urban dan kelas menengah, nail art tidak hanya dipandang sebagai bentuk kecantikan, tetapi juga sebagai simbol identitas sosial dan gaya hidup modern. Nail art mencerminkan nilai-nilai seperti kemandirian, kreativitas, serta kesadaran terhadap penampilan. Bagi banyak perempuan kelas menengah di kota besar, perawatan kuku dan nail art menjadi bagian dari rutinitas *self-care* dan sarana untuk mengekspresikan kepribadian. Pertumbuhan ekonomi dan meningkatnya akses terhadap produk kecantikan membuat layanan nail art semakin terjangkau dan mudah diakses. Salon-salon modern yang menawarkan layanan nail art profesional kini menjadi bagian dari gaya hidup urban. Fenomena ini juga menunjukkan adanya pergeseran budaya konsumsi, di mana kecantikan tidak hanya dilihat sebagai kebutuhan estetika, tetapi juga sebagai bentuk *cultural capital* (modal budaya) yang memperkuat citra diri di ruang sosial dan profesional.⁴⁵

Bagi Muslimah kelas menengah, nail art yang sesuai syariat menjadi cara untuk menegaskan identitas sebagai perempuan modern yang tetap religius. Pilihan desain yang elegan dan penggunaan produk halal menunjukkan adanya sintesis antara modernitas, spiritualitas, dan gaya hidup urban. Nail art, dalam konteks ini, berfungsi sebagai ruang negosiasi identitas: antara tradisi dan modernitas, antara nilai lokal dan pengaruh global.

Religiustas dan Regulasi Keindahan dalam Islam

Konsep keindahan (*al-jamāl*) dalam Islam tidak hanya dipahami sebagai persoalan estetika, melainkan juga memiliki dimensi spiritual. Islam mengajarkan bahwa berhias merupakan bagian dari fitrah manusia dan bentuk penghormatan terhadap nikmat Allah SWT. Namun demikian, Islam menekankan keseimbangan antara penampilan lahiriah dan keindahan batiniah. Al-Qur'an banyak menyinggung pentingnya kebersihan dan keindahan.⁴⁶ Al-Qur'an menegaskan bahwa tampil indah dan rapi adalah bagian dari adab ketika beribadah, namun tidak boleh disertai sikap berlebihan (*israf*). Keindahan di sini

⁴⁵ Faeghen Shirazy, *Brand Islam the Marketing and Commodification of Piety* (Texas: University of Texas Press, 2016).

⁴⁶ Inti Ulfi Sholichah, "Kuteks Halal Dalam Islam: Analisis Fatwa MUI No 26 Tahun 2013 Tentang Standar Kehalalan Produk Kosmetika Dan Penggunaannya," *Fintech: Journal of Islamic Finance* 5, no. 1 (2023): 52.

bersifat fungsional, mendukung kesucian dan penghormatan terhadap ibadah.⁴⁷ Dalam konteks perempuan, berhias dibolehkan bahkan dianjurkan selama berada dalam koridor syariat. Berhias untuk menyenangkan suami, menjaga penampilan di ruang publik dengan adab, serta menggunakan produk yang halal dan tidak menyerupai praktik non-Islami merupakan bentuk ketaatan dan kesalehan simbolik (*embodied piety*). Maka, berhias dalam Islam bukan sekadar ekspresi fisik, melainkan bentuk ibadah yang mengandung nilai moral dan spiritual.

Seiring dengan cepatnya perkembangan zaman, tren fashion muslim menjadi sangat beragam. Tren ini tidak hanya mencakup pakaian dan perawatan kulit, tetapi juga kuteks halal yang diklaim dapat menyerap air wudu dan tetap sah digunakan saat shalat. Produk kuteks halal ini menjadi bagian dari gaya hidup perempuan untuk menunjang penampilan mereka. Namun, sebagian muslimah masih meragukan kehalalan dan keabsahan kuteks ini dalam ibadah, terutama terkait kandungan bahan di dalamnya. Dalam ajaran Islam, wudu harus memastikan udara benar-benar menyerap dan membasuh kulit serta kuku, bukan hanya membasahi permukaannya. Kuteks yang diklaim wudu-friendly memang dapat menyerap udara, namun membutuhkan waktu yang cukup lama untuk memastikan udara benar-benar menembus lapisan kuteks sepenuhnya, karena memerlukan banyak pori-pori untuk menyempurnakannya. *Kuteks halal* atau *breathable nail polish* yang diklaim memiliki pori-pori mikroskopis sehingga air dapat menembus lapisan kuteks dan tetap sah digunakan saat wudu tersebut menimbulkan perdebatan di kalangan ulama dan lembaga fatwa.

Menurut Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-Obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI), kuteks yang dianggap halal harus dipastikan bahan-bahannya berasal dari sumber halal, tidak terkontaminasi bahan haram dan najis, serta lolos uji tembus udara. LPPOM MUI memberikan sertifikasi halal berdasarkan proses produksi yang bersih dan memenuhi standar kehalalan produk. Artinya, kuteks yang sudah mendapat sertifikasi halal dapat digunakan saat beribadah, termasuk saat wudu. Uji tembus udara dilakukan untuk memastikan produk tersebut tidak menghalangi pelaksanaan ibadah.⁴⁸ Namun, terdapat ulama yang menolak kebolehan menggunakan kuteks saat beribadah. Misalnya, Ustaz Abdul Shomad (UAS) berpendapat bahwa wudu

⁴⁷ QS. Al-A'raf [7]: 31.

⁴⁸ "Bincang Halal by LPPOM MUI - Halal Beauty for Everyone! Tampil Cantik Dan Sehat Dg Kosmetik Halal - YouTube," accessed July 17, 2024, <https://www.youtube.com/watch?v=KPr0gVOllCg>.

tidak sah jika perempuan memakai kuteks karena udara tidak bisa masuk, dan salah satu syarat sah wudu adalah kuku harus basah. UAS memberikan contoh alternatif yang diperbolehkan, seperti henna. Sementara itu, Habib Usman Bin Yahya menjelaskan bahwa ada kesalahpahaman mengenai kuteks halal yang dianggap bisa digunakan untuk shalat. Meskipun bahan kuteks tersebut halal, tetap saja menghalangi air wudu menembus kuku, sehingga membuat wudu tidak sah. Menurutnya, kuteks hanya boleh digunakan dalam keadaan haid atau nifas karena saat menggunakan kuteks, salat menjadi tidak sah.⁴⁹

Menengahi perdebatan tersebut, Ismael Kholili memberikan pendapatnya. Telepas dari masalah "apakah kuteks bisa menyerap air atau tidak"? Para ulama kita mengatakan bahwa termasuk syarat sah wudu adalah tidak adanya *mani'/hail* atau sesuatu yang menghalangi antara air dan anggota wudu (termasuk kuku). Para ulama menggambarkan bahwa *mani'/hail* adalah benda yang jika di kerik maka akan ada sesuatu yang mengelupas, dan hal ini jelas terdapat pada kuteks. Kuteks dengan semua jenisnya (termasuk yang diklaim halal dan tembus air sekalipun) memiliki potensi yang sangat besar dalam menghalangi masuknya air ke kuku. Andaiapun bisa menyerap, maka air hanya mengenai saja dan tidak bisa dikatakan "mengalir" atas kuku. Dari poin-poin tersebut, dapat disimpulkan bahwa peluang keabashan wudu pemakai kuteks sangat-sangat kecil sekali, meskipun kuteks yang diklaim halal sekalipun. Kehati-hatian jelas diperlukan di sini, terlebih ini berkaitan dengan ibadah wajib, dengan salat lima waktu yang termasuk salah satu rukun agama Islam. Rasulullah berpesan "*tinggalkanlah keraguan dan ambillah keyakinan yang tak ada ragu di dalamnya.*"⁵⁰

Perkembangan teknologi kosmetik modern menghadirkan dilema baru dalam praktik keagamaan, terutama bagi Muslimah yang ingin tampil modern tanpa melanggar aturan syariat. Fenomena ini mencerminkan adanya dialektika antara fikih, sebagai sistem normatif yang bersumber dari wahyu, dan inovasi kosmetik modern, sebagai hasil dari perkembangan sains dan industri global. Fikih Islam bersifat dinamis dan terbuka terhadap perubahan selama tidak bertentangan dengan prinsip dasar syariat. Dalam konteks kosmetik halal, ulama menghadapi tantangan untuk menafsirkan ulang hukum

⁴⁹ Nanda, *Sering Gunakan Nail Art Berlabel Halal? Ini Penjelasan Habib Usman Bin Yahya*, 2024, <https://www.arahberita.co.id/sering-gunakan-nail-art-berlabel-halal-ini-penjelasan-habib-usman-bin-yahya>.

⁵⁰ Sumber: "Ismael Al-Kholilie (@ismaelalkholilie) • Instagram Photos and Videos," accessed July 17, 2024, <https://www.instagram.com/ismaelalkholilie/>.

dengan mempertimbangkan kemajuan teknologi, kebutuhan perempuan modern, serta aspek spiritualitas. Inovasi seperti *breathable nail polish* menunjukkan adanya upaya untuk menjembatani antara tuntutan religius (syarat sah wudu) dan kebutuhan estetika. Namun, karena validitas uji ilmiah tersebut masih diperdebatkan, hukum penggunaannya menjadi relatif dan kontekstual.

Fenomena ini juga mencerminkan bagaimana agama dan modernitas saling berinteraksi. Bagi sebagian Muslimah urban, kuteks halal bukan sekadar produk kecantikan, tetapi simbol dari *pious consumption*, konsumsi religius yang menandai identitas keislaman dalam ranah publik. Di sisi lain, kalangan konservatif menilai bahwa inovasi kosmetik tidak boleh menabrak batas-batas fikih yang sudah mapan. Dengan demikian, hubungan antara fikih dan kosmetik modern tidak bersifat antagonistik, melainkan dialogis. Fikih berperan sebagai rambu normatif yang menjaga kemurnian ibadah, sedangkan inovasi kosmetik berfungsi menjawab kebutuhan kontemporer umat Islam. Tantangannya adalah menemukan keseimbangan antara kepatuhan syar'i dan adaptasi terhadap modernitas, agar keindahan yang dipraktikkan Muslimah tetap berakar pada nilai-nilai spiritual dan etika Islam.

Analisis: Estetika sebagai Ruang Negoisasi

Fenomena kuteks halal dapat dibaca melalui konsep *pious consumption* (konsumsi saleh) sebagaimana dijelaskan oleh Lara Deeb dan Mona Harb dalam *Leisurely Islam: Negotiating Geography of Morality and Modernity in Everyday Life in Beirut*. Mereka menjelaskan bahwa praktik konsumsi di kalangan Muslim kelas menengah bukan hanya tindakan ekonomi, tetapi juga praktik moral dan spiritual.⁵¹ Dalam konteks Muslimah Indonesia, penggunaan kuteks halal merupakan cara untuk “menyelaraskan iman dan gaya hidup”, yakni bagaimana individu berusaha menjadi salehah tanpa kehilangan sentuhan modernitas dan estetika. Konsumsi saleh menciptakan ruang bagi perempuan Muslim untuk menegosiasikan batas-batas kesalehan dan ekspresi diri. Pemilihan kosmetik halal, termasuk kuteks, menunjukkan bahwa estetika tidak selalu bertentangan dengan religiusitas. Justru, ia menjadi media untuk memperkuat identitas sebagai Muslimah yang sadar nilai, berpendidikan, dan berdaya konsumsi. Estetika, dalam hal ini,

⁵¹ Mona Harb and Lara Deep, *Leisurely Islam: Negotiating Geography and Morality in Shi'ite South Beirut* (United Kingdom: Princeton University Press, 2013).

tidak lagi bersifat sekuler, melainkan menjadi “moral aesthetic”, keindahan yang diresapi oleh nilai etika dan spiritual.⁵²

Dalam masyarakat modern, Muslimah menghadapi tarik-menarik antara ideal kesalehan dan tuntutan gaya hidup global. Nail art halal menjadi simbol negosiasi tersebut: di satu sisi, ia merepresentasikan modernitas dan ekspresi individual; di sisi lain, ia mempertahankan komitmen terhadap ajaran agama. Praktik ini menunjukkan bagaimana perempuan Muslim tidak pasif terhadap norma, tetapi aktif menegosiasikan ruang estetika yang sesuai dengan keyakinan mereka. Fenomena ini selaras dengan pandangan Saba Mahmood dalam *Politics of Piety*⁵³, yang menekankan bahwa agensi perempuan Muslim tidak selalu diwujudkan dalam bentuk resistensi terhadap norma agama, melainkan dalam ketaatan yang reflektif dan kontekstual. Dengan demikian, ketika seorang Muslimah memilih menggunakan kuteks halal, ia bukan sekadar mengikuti tren kecantikan, tetapi juga menegaskan posisi dirinya sebagai subjek yang sadar spiritualitas dan otonomi moral.

Kehadiran influencer di media sosial yang senantiasa memberikan informasi terkait kosmetik halal secara masif seperti @hijaberscommunityofficial,⁵⁴ @indahnadapuspita,⁵⁵ dan @hamidahrachmayanti,⁵⁶ memperlihatkan bagaimana kesalehan kini tampil dalam bentuk yang *fashionable* dan komunikatif. Mereka memadukan modest fashion, perawatan diri, dan kosmetik halal sebagai bentuk representasi Muslimah modern. Di sini, estetika berfungsi ganda: sebagai sarana dakwah kultural sekaligus strategi eksistensi dalam

⁵² Talal Asad, “Agency and Pain: An Exploration,” *Culture and Religion: An Interdisciplinary Journal* 1, no. 1 (2000): 29–60; Sherry B. Ortner, “Theory in Anthropology since the Sixties,” *Anthropological Theory* 5 (2005): 126–66; Amira Mittermaier, “Dreams from Elsewhere: Muslim Subjectivities beyond the Trope of Self-Cultivation,” *Journal of the Royal Anthropological Institute* 18 (2012): 247–65.

⁵³ Saba Mahmood, *Politics of Piety: The Islamic Revival and the Feminist Subject* (Oxford: Princeton University Press, 2005).

⁵⁴ Komunitas hijaber di Indonesia adalah komunitas yang terdiri dari perempuan Muslim yang memilih untuk mengenakan hijab sebagai bagian dari identitas dan keyakinan agama mereka. Mereka terhubung melalui jejaring Instaram yang telah eksis sejak tahun 2013 silam. Komunitas tersebut tidak hanya memperkuat ikatan antar anggotanya tetapi juga berperan dalam mendorong kesadaran akan identitas agama dan budaya, serta menginspirasi perempuan Muslim untuk meraih potensi penuh sebagai perempuan Muslimah sejati.

⁵⁵ content creator, presenter, dan pengusaha fashoin muslimah asal Indonesia yang didirikan dengan visi menghadirkan busana yang anggun, modern, dan sesuai syariat Islam.

⁵⁶ Selebgram sekaligus salah satu presenter “Halal Living” di stasiun TV Nasional. Ia aktif membagikan berbagai konten menarik dan relevan di Instagram, mulai dari fashion hijab, beauty review, hingga daily vlog.

ruang publik digital. Fenomena ini menunjukkan bahwa batas antara religiusitas dan budaya pop semakin cair. Muslimah tidak lagi diposisikan dalam dikotomi “modern vs. saleh”, melainkan di tengah spektrum yang dinamis, di mana keindahan menjadi bagian dari spiritualitas. Estetika Muslimah modern adalah estetika yang reflektif: menyadari nilai, berpijak pada iman, namun tetap terbuka terhadap perubahan zaman.

KESIMPULAN

Secara keseluruhan, konsumsi kosmetik halal oleh Muslimah merupakan perpaduan antara keyakinan religius, keamanan produk, dan tren gaya hidup yang terus berkembang. Konsumsi kosmetik halal tidak hanya menjadi sekadar pemenuhan kebutuhan estetika, tetapi juga merupakan bentuk dari manifestasi identitas religius dan sosial yang lebih dalam. Muslimah kelas menengah di Indonesia melihat kosmetik halal sebagai cara untuk mengekspresikan kesalehan sosial mereka di ruang publik. Pilihan ini tidak hanya didasarkan pada preferensi pribadi, tetapi juga pada komitmen untuk menjalankan ajaran agama dengan konsisten dalam kehidupan sehari-hari.

Keputusan untuk menggunakan kosmetik halal didorong oleh beberapa faktor utama. Pertama, keyakinan religius memainkan peran sentral. Bagi banyak Muslimah, memastikan bahwa produk yang mereka gunakan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah adalah hal yang sangat penting. Mereka percaya bahwa dengan menggunakan kosmetik halal, seperti kuteks halal, mereka dapat menjalankan ibadah tanpa rasa ragu atau khawatir mengenai keabsahan wudu mereka. Ini menunjukkan bahwa aspek religiusitas sangat mempengaruhi pilihan kosmetik mereka, karena mereka ingin tetap menjalankan kewajiban agama dengan benar. Kedua, tren gaya hidup modern yang juga memainkan peran penting dalam pilihan kosmetik halal. Gaya hidup halal telah menjadi tren yang semakin populer di kalangan Muslim kelas menengah, yang mencakup berbagai aspek kehidupan termasuk makanan, pakaian, dan kosmetik.

Pada konteks perawatan kuku, transformasi penggunaan henna menjadi dari tren nail art modern, mencerminkan adaptasi budaya yang tetap mempertahankan prinsip-prinsip keagamaan. Henna, yang memiliki sejarah panjang dalam berbagai budaya sebagai simbol keindahan dan status sosial, kini diintegrasikan dalam bentuk halal nail art yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, menunjukkan fleksibilitas budaya dalam menjaga relevansi dan penerimaan sosial. Dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya produk halal, banyak Muslimah yang memilih kosmetik dan perawatam

kecantikan halal sebagai bagian dari gaya hidup mereka yang lebih luas. Produk-produk ini tidak hanya dilihat sebagai kebutuhan, tetapi juga sebagai simbol identitas dan komitmen terhadap prinsip-prinsip Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Akir, O. "Consumers' Shopping Behaviour Pattern on Selected Consumer Goods: Empirical Evidence on Malaysian Consumers." October 1, 2010. <https://www.semanticscholar.org/paper/Consumers%20BF-Shopping-Behaviour-Pattern-on-Selected-Akir/109606800c56b07831130f254712ca9d4d55c7d8>.
- Asad, Talal. "Agency and Pain: An Exploration." *Culture and Religion: An Interdisciplinary Journal* 1, no. 1 (2000): 29–60.
- Ashraf, Samreen, Asmah Mansur Williams, and Jeff Bray. "Female Muslim Identity and Modest Clothing Consumption in the UK." *Journal of Islamic Marketing* 14, no. 9 (2022): 2306–22. <https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2021-0167>.
- Assadi, Djamchid. "Do Religions Influence Customer Behavior? Confronting Religious Rules and Marketing Concepts." *Cahiers Du CEREN* 5 (January 2003).
- Basas, Carrie Griffin. "Henna Tattooing: Cultural Tradition Meets Regulation." *Food and Drug Law Journal* 62, no. 4 (2007): 779–803.
- "Bincang Halal by LPPOM MUI - Halal Beauty for Everyone! Tampil Cantik Dan Sehat Dg Kosmetik Halal - YouTube." Accessed July 17, 2024. <https://www.youtube.com/watch?v=KPr0gV0llCg>.
- Booth, Gregory D. "Brass Bands: Tradition, Change, and the Mass Media in Indian Wedding Music." *Ethnomusicology* 34, no. 2 (1990): 245–62. <https://doi.org/10.2307/851685>.
- "Eksplorasi Dunia Nail Art, Perjalanan Kreatif Dalam Warna Dan Desain - Tribunjogja.Com." Accessed June 25, 2024. <https://jogja.tribunnews.com/2023/07/12/eksplorasi-dunia-nail-art-perjalanan-kreatif-dalam-warna-dan-desain>.
- Erwany, Lela, Ikhwanuddin Nasution, Robert Sibarani, and Muhammad Takari. "Local Wisdom In Malam Berinai Tradition In Malay Society, Tanjungbalai, North Sumatera, Indonesia." *Journal Arts and Humanities* 5 (May 2016): 68–77.
- "French Manicure, the History of a Great Classic." April 30, 2023. <https://blog.passionebeauty.com/en-gb/french-manicure-the-history-of-a-great-classic>.

- Gode, P. K. "Studies in the History of Indian Plants-History of Mendi or Henna (Between B. C 2000 and A. D 1850." *Annals of The Bhandarkar Orientas Reseach Institute* 28, no. 1/2 (1947): 14–25.
- Gonzales, Valerie. *Beauty and Islam: Aesthetics in Islam Art and Architecture*. St Maritins Press, 2001.
- Harb, Mona, and Lara Deep. *Leisurely Islam: Negotiating Geography and Morality in Shi'ite South Beirut*. Princeton University Press, 2013.
- Hermawan, Ferry Fauzi. "KOSMOPOLITANISME, NEGOSIASI, DAN RESISTENSI: IDENTITAS PEREMPUAN MUSLIM DALAM IKLAN KOSMETIK MUSLIM DI INDONESIA." *PALASTREN: Jurnal Studi Gender* 10, no. 2 (2018): 2. <https://doi.org/10.21043/palastren.v10i2.2734>.
- IHATEC. "Perkembangan Kosmetik Halal di Indonesia | IHATEC." *Indonesia Halal Training Center*, February 11, 2022. <https://ihatec.com/perkembangan-kosmetik-halal-di-indonesia/>.
- "Ismael Al-Kholilie (@ismaelalkholilie) • Instagram Photos and Videos." Accessed July 17, 2024. <https://www.instagram.com/ismaelalkholilie/>.
- Jefford, Jacqui, Anne Swain, and Sue Marsh. *Nail Artistry*. Thomson Learning, 2004.
- Jirsa, Lin and. "Mehndi | Indian Wedding Tradition." Los Angeles Wedding Photographer | Lin and Jirsa, August 9, 2018. <https://www.linandjirsa.com/mehndi-photography-for-indian-weddings/>.
- Krisnawati, Maria. "Nail Art: Sejarah, Bentuk, Warna, Dan Teknik Pembuatannya." *Prosiding Seminar Nasional Pascasarjana UNNES*, 2002, 642.
- "Mengenal Nail Art: Seni Kreatif Di Ujung Jari :: NewFemme :: Artikel." Accessed June 25, 2024. <https://newfemme.co/id/artikel/detail/2235/mengenal-nail-art-seni-kreatif-di-ujung-jari>.
- Mittermaier, Amira. "Dreams from Elsewhere: Muslim Subjectivities beyond the Trope of Self-Cultivation." *Journal of the Royal Anthropological Institute* 18 (2012): 247–65.
- Mode, Kaki. "History of Nail Polish." *The Fashion Foot*, October 11, 2016. <https://edanafashion.wordpress.com/2016/10/11/history-of-nail-polish-2/>.
- Muthmainnah, Yulianti. "Kapitalisasi Politik Identitas dalam Produk Halal; Industri Fashion dan Kosmetika." *PALASTREN: Jurnal Studi Gender* 14, no. 1 (2021): 1. <https://doi.org/10.21043/palastren.v14i1.7031>.
- "Nail Art, Seni Melukis Kuku Yang Mulai Digandrungi Di Indonesia - Cantik Tempo.Co." Accessed June 25, 2024. <https://cantik.tempo.co/read/897583/nail-art-seni-melukis-kuku-yang-mulai-digandrungi-di-indonesia>.

Nanda. *Sering Gunakan Nail Art Berlabel Halal? Ini Penjelasan Habib Usman Bin Yahya*. 2024. <https://www.arahberita.co.id/sering-gunakan-nail-art-berlabel-halal-ini-penjelasan-habib-usman-bin-yahya>.

ND24 NailDesign. "The history of nail art - nail design and nail art how it all began." Accessed June 24, 2024. <https://nd24.de/en/pages/die-geschichte-der-nagelkunst-nageldesign-und-nailart-wie-alles-begann>.

Ortner, Sherry B. "Theory in Anthropology since the Sixties." *Anthropological Theory* 5 (2005): 126–66.

Pribadi, Yanwar, and Muhammad Adlin Sila. "Intertwining Beauty and Piety: Cosmetics, Beauty Treatments, and Halāl Lifestyle in Urban Indonesia." *Ulumuna* 27, no. 1 (2023): 1. <https://doi.org/10.20414/ujis.v27i1.588>.

Rofhani, Rofhani. "Budayan Urban Muslim Kelas Menengah." *Jurnal Teosofi* 3, no. 1 (2013).

Sharaby, Rachel. "The Bride's Henna Ritual: Symbols, Meanings and Changes." *Nashim: A Journal of Jewish Women's Studies & Gender Issues*, no. 11 (2006): 11–42.

Sholichah, Inti Ulfi. "Kuteks Halal Dalam Islam: Analisis Fatwa MUI No 26 Tahun 2013 Tentang Standar Kehalalan Produk Kosmetika Dan Penggunaannya." *Fintech: Journal of Islamic Finance* 5, no. 1 (2023): 52.

Somantri, Bambang, and Ghina Cynthia Larasati. "Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, Dan Psikologis Terhadap Consumer Behavior Dan Dampaknya Pada Purchasing Decision Produk Kosmetik Korea Mahasiswi Kota Sukabumi." *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia* 5, no. 8 (2020): 497. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v5i8.1544>.