Cultural Studies di PTAI
Teori dan Praktik

Ustadi Hamsah & Muryana (ed)

LABeL

CITRA HAJI DALAM KONSTRUKSI MEDIA

Moh. Soehadha

Pengantar

Puncak keyakinan dan amal individu muslim adalah haji.[1] Sebagai negara dengan penduduk mayoritas muslim terbesar di dunia, pelaksanaan ritual haji dalam setiap tahunnya selalu mendapat perhatian yang besar dari masyarakat. Dalam konteks Indonesia, haji bukan hanya menjadi bagian dari amal yang berkorelasi secara individual bagi yang melaksanakannya, atau bagian dari kuatnya kesadaran pribadi dalam melaksanakan ajaran Islam. Lebih dari itu, pelaksanaan ibadah haji bagi seorang muslim memiliki konteks sosial yang mendalam, karena haji telah menjadi identitas yang dapat mempengaruhi pola interaksi masyarakat.

Haji adalah sebuah simbol yang muncul dari sistem keyakinan dan kondisi sosial keagamaan di Indonesia karena telah menjadi bagian yang dominan dalam membentuk karakter budaya masyarakat. Haji dalam konteks Indonesia memberi makna prestise sosial dan ekonomi. Jika orang telah melaksanakan haji, maka gelar itu senantiasa melekat sebagai sebuah identitas diri dalam proses interaksi dengan orang lain. Dalam berinteraksi dengan muslim yang telah berhaji, orang tidak hanya meninggikan derajatnya dalam pergaulan sosial karena citra "kesalehannya", tetapi juga karena di balik gelar haji itu terdapat citra bahwa ia adalah orang yang secara ekonomi telah mapan.

[1] Q.S. Ali Imran (3): 93.

Karena kuatnya dorongan keyakinan dan prestise sosial yang tinggi, maka dalam setiap tahunnya calon haji terus mengalami peningkatan. Bahkan pada saat tulisan ini disusun, mereka yang telah berniat haji dan mampu untuk membayar uang muka perjalanan haji reguler, harus mengantri masuk *waiting list* 9-13 tahun lamanya. Kondisi ini semakin mengukuhkan tingginya derajat dan citra dari orang yang telah bergelar haji di tengah kehidupan riil masyarakat Indonesia. Jika pada zaman dulu prestise dari gelar haji antara lain disebabkan oleh tantangan yang begitu berbahaya dalam perjalanan menuju tanah suci dengan menggunakan angkutan tradisional serta birokrasi yang rumit dari pemerintah kolonial,[2] namun sekarang prestise gelar haji disebabkan karena lamanya orang mengantri untuk mendapatkan tiket keberangkatan dari pemerintah.

Haji dalam Beberapa Literatur

Studi tentang Haji kebanyakan lebih bersifat teologis, seperti yang dilakukan oleh Ali Syariati (1983), Hasbi Assh-Shiddiqie (1999), dan Muslim Nasution (1999). Studi lainnya seperti yang dilakukan oleh Saleh Putuhena (2007), M. Dien Majid (2008), dan juga oleh Augustus Ralli (2011) mengkaji haji dalam perspektif historis. Sementara itu, Zamakhsyari Dofier (1984) melakukan kajian tentang dampak ekonomi dari ibadah Haji.

Baik Ali Syariati, Hasbi A Hasbi Assh-Shiddiqie maupun Muslim Nasution cenderung menjelaskan pokok ajaran tentang Haji serta makna ritual tersebut dari sisi teologis. Ibadah Haji menurut mereka adalah ritual yang memiliki makna tentang kepatuhan, kerendahan hati, dan nuansa sosial yang sangat mendalam. Ketiga penulis tersebut mengupas tentang hakikat ibadah haji dalam bahasa dakwah. Menurut mereka, haji bukan sekadar ritual formal, lebih dari itu haji merupakan praktik ritual yang menandai revolusi lahir dan batin untuk mencapai kesejatian diri sebagai manusia.

Melalui perspektif historis, M. Saleh Putuhena melakukan kajian kritis terhadap praktik ibadah haji muslim di Indonesia, yaitu sejak

[2] Augustus Ralli, *Orang Kristen Naik Haji* (Jakarta: PT. Serambi Ilmu Semesta, 2000).

awal persebaran Islam sampai pertengahan pertama abad XX. Secara komprehensif ia juga membuat konstruksi sejarah dengan melibatkan telaah atas dinamika politik, ekonomi, budaya, dan keagamaan sebagai penyebab maupun akibat dari praktik ibadah haji masyarakat muslim Indonesia. Studi historiografi haji tersebut memberi kontribusi baik bagi intelektual maupun para pelaku haji dan calon haji. Bagi para peminat kajian Haji, Saleh Putuhena telah meletakkan dasar-dasar dari telaah historis dengan analisis yang melibatkan konteks multi-dimensional; seperti politik, ekonomi, dan budaya. Sementara itu, bagi kalangan pelaku haji dan calon haji, buku tersebut memberi spirit berupa kesadaran tentang tanggungjawabnya sepulang dari Mekkah. Ada beban sejarah yang harus dilanjutkan bagi pelaku haji setelah mereka pulang dari Mekah dan juga bagi masyarakat muslim serta pemerintah di Indonesia.[3]

Perspektif historis dalam mengkaji haji juga dilakukan oleh M. Dien Majid dalam bukunya "Berhaji di Masa Kolonial". Jika M. Saleh Putuhena melalui karyanya mengkaji tentang nuansa ekonomi, politik, dan budaya dengan mengambil latar sejarah yang lebih luas termasuk pada masa awal terbentuknya masyarakat muslim di Indonesia, M. Dien Majid cenderung memfokuskan kajian tentang aspek ekonomi, yaitu menjelaskan aktivitas dua perusahaan swasta pada masa kolonial Belanda dalam mengeksploitasi jama'ah haji untuk mengeruk keuntungan tanpa memperhatikan keselamatan mereka.[4]

Sementara itu dalam perspektif historis pula, Augustus Ralli mengeksplorasi perjalanan haji "terlarang" dari orang-orang Kristen dari abad abad ke-15 sampai abad ke-19. Dalam kajiannya dipaparkan, bahwa pada masa sebelum berkembangnya transportasi modern, perjalanan ke kota suci harus ditempuh lewat jalur darat dan laut yang berbahaya. Mereka menempuh berbagai rintangan perjalanan, serta ancaman pembunuhan seandainya ketahuan sebagai non muslim. Dengan berbagai cara, orang Kristen orientalis seperti Radia Burkhard, Giovanni Finati, Leon Roches, Sir Richard Burton, dan Snouck Hurgronje berusaha

[3] Saleh Putuhena, *Historiografi Haji di Indonesia* (Yogyakarta: LKiS, 2007).

[4] M. Dien Madjid, *Berhaji di Masa Kolonial* (Jakarta: CV. Sejahtera, 2008).

untuk sampai ke tanah suci dan melaksanakan ritual-ritual sebagaimana dilakukan oleh jama'ah haji umumnya.[5]

Adapun Zamakhsyari Dhofier dalam tulisannya memaparkan bahwa ibadah haji memberi dampak ekonomi tidak hanya kepada para pelaku haji, namun berdampak ekonomi cukup luas pada banyak pihak, seperti negara dan perusahaan-perusahaan yang secara langsung maupun tidak langsung turut terlibat dalam kegiatan haji. Walaupun Islam menentukan bahwa kewajiban melaksanakan haji hanya untuk mereka yang dapat memikul biaya perjalanan serta tidak ada hal-hal lain yang menghalangi terlaksananya ritual tersebut, namun banyak orang Indonesia yang belum mampu, namun "memaksakan" diri mengumpulkan bekal untuk dapat menunaikannya. Dhofier juga menyatakan bahwa banyak wilayah atau dimensi haji yang belum tersentuh oleh kajian akademis, sebab meskipun ritual itu hanya menjadi kewajiban muslim yang mampu, namun ia menjadi lambang dari puncak spiritualitas muslim. Sehingga dalam konteks Indonesia yang mayoritas penduduknya muslim, banyak dimensi dari haji yang bisa dieksplorasi secara akademis.[6]

Dari peta literatur sebagaimana disebutkan di atas, baru terdapat tiga dimensi haji yang telah dieksplorasi oleh para peneliti atau peminat studi haji, yaitu dimensi teologis, ekonomi, dan historis. Sementara studi tentang haji yang mengeksplorasi pada wilayah sosial-budaya belum banyak dilakukan, padahal nuansa sosial budaya dari praktik berhaji begitu kental dalam berbagai komunitas muslim di Indonesia. Pada titik inilah, maka tantangan studi tentang haji, terutama yang melihat pada ranah sosial budaya terbuka lebar bagi para peneliti, misalnya dengan mengkaji tentang citra haji pada masa kekinian, di mana media telah menghegemoni wacana sosial dalam interaksi sosial sehari-hari.

[5] Augustus Ralli, *Orang Kristen Naik Haji*.

[6] Zamakhsyari Dhofier,"Dampak Ekonomi Haji di Indonesia", dalam *Prisma* Edisi No.4 Tahun XIII, April 1984.

Haji di Era Kolonialisme

Citra sosial haji telah mempesona pada masa kekuasaan kolonial. Peran sosial-keagamaan dan ekonomi yang dimiliki para haji di Indonesia memberikan pengaruh politis yang luar biasa pada masa kolonial.[7] Secara politis para haji memiliki pengaruh politis yang kuat pada masyarakat Indonesia, terutama dalam menentang kekuasaan kolonialisme Belanda. Mereka tidak hanya memiliki kelebihan dalam bidang ekonomi, tetapi juga kualitas dalam ilmu, akhlak, dan keberanian berjihad dalam mempertahankan agama dan negara.

Pada masa kolonial, para haji terkenal sebagai pemimpin pemberontakan penguasa kolonial yang lalim. Perlawanan mereka tidak hanya pada aspek fisik, namun juga dalam berbagai karya intelektual. Salah satu bentuk perlawanan itu antara lain dapat ditemukan dari perjuangan K.H.A. Rifa'i dari Kalisalak, Batang, Jawa Tengah pada akhir abad XIX (1786-1870). Beliau berjuang dengan tulisan dan dakwahnya melawan tatanan yang tidak adil dan rusak pada waktu itu. Diserangnya kaum kolonial dan penjajah, dicercanya para penguasa pribumi yang tunduk pada "Raja Kafir", serta bukan lagi menjadi pengayom rakyat, tetapi sudah menjadi kaki tangan Belanda.[8]

Gerakan atau organisasi sosial dan politik keagamaan di Indonesia pada masa kolonial juga lahir dan berkembang dari tokoh ulama yang telah menjalankan rukun Islam kelima, berhaji ke Mekkah. Para intelekual muslim yang telah menunaikan haji menjadi inisiator gerakan politik untuk menentang kolonialisme dan imperialisme Belanda. Di antara organisasi politik yang lahir dari peran para haji tersebut adalah Muhammadiyah di tahun 1912, Persatuan Islam (Persis) pada 1923, dan Nahdlatul Ulama (NU) di 1926.[9]

Haji dengan demikian memiliki peran transformatif yang sentral bagi kemerdekaan dan pembaharuan Indonesia. Hampir seluruh ulama yang memainkan peran penting dalam pembaharuan dan dinamika

[7] Ibn Khasballah, "Beratnya Ibadah haji di Zaman Kolonial," dalam www.tanhibun.com.

[8] Sebagaimana ditulis oleh Nugroho Notosusanto dalam buku *Sejarah Nasional II*, hlm. 180-181 yang dikutip dalam Ibn Khasballah, "Beratnya Ibadah haji.

[9] Saleh Putuhena, *Historiografi Haji di Indonesia,* hlm. 145.

intelektual dan sosial Islam di Nusantara sejak abad ke-17 dan seterusnya adalah para ulama yang telah mengalami masa pematangan (inisiasi) melalui perjalanan mulia berhaji ke Mekkah. Mekkah menjadi pusat solidaritas kaum muslimin, khususnya ketika kolonialisme Belanda mencengkeramkan kekuasaannya di Indonesia pada abad ke-18 dan abad ke-19. Para jama'ah haji yang telah kembali dari Mekkah, menjadi penggerak semangat anti kolonialisme, dengan memusatkan diri pada lembaga-lembaga pendidikan seperti pesantren, surau, dayah, rangkang, dan lain-lain.

Mempesonanya citra haji pada masa kolonial juga disebabkan oleh kondisi pada masa itu, berhaji harus ditempuh dengan mengatasi berbagai rintangan, baik persoalan administrasi maupun sulitnya menempuh perjalanan ke Mekkah karena terbatasnya modal transportasi dan teknologi informasi pada masa itu.[10] Meskipun penyelenggaraan haji bagi pemerintah kolonial lebih banyak merugikan, namun rezim kolonial tetap merasa perlu melakukan pengaturan penyelenggaraan ibadah haji. Namun, pengaturan oleh pemerintah kolonial tersebut lebih kental dengan nuansa politis daripada sosial ekonomi. Pemerintah penjajah melakukan pengaturan penyelenggaraan haji dengan tujuan untuk mengambil hati kaum muslim Indonesia, dan pada sisi yang lain dimaksudkan untuk mengawasi dan mengendalikan para *hujjah* agar tidak merugikan kepentingan kolonial. Dengan maksud di atas, Belanda membuka kantor konsulat di Jeddah pada tahun 1872, dan telah menetapkan ketentuan-ketentuan yang justru memberatkan para calon jema'ah haji.[11]

Haji sebagai Komoditas

Tingginya minat berhaji di kalangan muslim di Indonesia memberi pengaruh terhadap cara berpikir para pemegang modal, haji dianggap oleh kalangan pelaku bisnis menjadi komoditi yang sangat menjanji-

[10] Augustus Ralli, *Orang Kristen Naik Haji.*

[11] M. Shidqon Prabowo, *Perlindungan Hukum Jama'ah Haji Indonesia* (Yogyakarta: Tangkang, 2010).

kan. Zamakhsyari Dhofier (1984) dalam tulisannya[12] memaparkan bahwa ibadah haji memberi dampak ekonomi tidak hanya kepada para pelaku haji, namun berdampak ekonomi cukup luas pada banyak pihak, seperti negara dan perusahaan-perusahaan yang secara langsung maupun tidak langsung turut terlibat dalam kegiatan haji. Haji secara langsung maupun tidak langsung telah mempengaruhi kondisi makro ekonomi Indonesia, bahkan ekonomi global.

Walaupun Islam menentukan bahwa kewajiban melaksanakan haji hanya untuk mereka yang dapat memikul biaya perjalanan serta tidak ada hal-hal lain yang menghalangi terlaksananya ritual tersebut, namun banyak orang Indonesia yang belum mampu, "memaksakan" diri mengumpulkan bekal untuk dapat menunaikannya. Bahkan di kalangan orang yang berkecukupan dan sudah berhaji pun, sering merasa tidak puas jika melaksanakannya hanya satu kali. Meskipun perintah berhaji dalam ajaran Islam hanya satu kali, namun banyak di antara muslim yang telah berhaji, "memaksakan" untuk kembali melaksanakan haji. Sehingga tidak hanya biro perjalanan haji saja yang mengeruk banyak keuntungan, namun juga perbankan, bimbingan haji dan sebagainya. Sejak kolonialisme berkuasa, haji telah menjadi komoditas. Dalam catatan Madjid (2008)[13], dua perusahaan besar Herklots Batavia dan Firma Al Segaff & Co Singapura pada masa kolonial telah mengeruk keuntungan yang berlipat dari kegiatan haji tanpa memperhatikan keselamatan. Kesabaran, niat yang tulus dan kepolosan para haji dalam beberapa hal, sering dijadikan cara yang mudah untuk mengeksploitasi mereka.

Kini komodifikasi haji terus saja berlangsung, dengan berbagai bentuknya. Perjalanan haji pada masa kini, tidak hanya menjadi monopoli bisnis biro perjalanan, tetapi juga menjadi lahan bisnis perusahaan katering, penginapan, lembaga bimbingan, perbankan, bahkan juga dunia hiburan infotainment. Jika dalam bisnis perusahaan perjalanan, catering, dan perbankan telah mengambil keuntungan secara langsung dari kegiatan haji, maka dunia hiburan mengambil keuntungan secara tidak

[12] Zamakhsyari Dhofier, "Dampak Ekonomi Haji.

[13] M. Dien Madjid, *Berhaji di Masa Kolonial* (Jakarta: CV. Sejahtera, 2008).

langsung. Pelaku bisnis hiburan mengeruk keuntungan dari fenomena haji dengan cara mengambil "nuansa citra dan peran penting haji" dalam masyarakat sebagai tema dari skenario sebuah film atau sinetron. Citra haji yang begitu kuat dalam konteks kehidupan sosial keagamaan di Indonesia, menjadikan para pelaku bisnis dunia hiburan menangkap citra tersebut sebagai "komoditi" yang laku dijual dalam sebuah cerita skenario.

Haji dalam Sinetron

Berbagai rumah produksi yang menggarap cerita sinetron seolah berlomba untuk mengangkat cerita tentang haji, karena cerita tentang haji dianggap dapat meningkatkan *ratting* dari sebuah program acara di televisi. Jika *ratting* meningkat, sponsor iklan akan membanjiri stasiun televisi tersebut, karena akan banyak orang menonton acara yang ditayangkan, sehingga tujuan dari sponsor untuk memperkenalkan dan menawarkan produk mereka lewat iklan akan tercapai. Hal itu berarti akan banyak keuntungan yang didapat oleh pengusaha media dan keuntungan pengusaha dari produk yang diiklankan.

Beberapa sinetron yang telah tayang di televisi dan mengekplorasi sisi kehidupan haji dan interaksinya dengan masyarakat di antaranya adalah sinetron berjudul "Tukang Bubur Naik Haji", "Ustad Fotocopy", "Haji Medit", dan Islam KTP". Melihat beberapa sinetron tersebut, seolah umat Islam dihadapkan dengan kehidupan riil sehari-hari tentang perilaku kita dalam berinteraksi dengan mereka yang telah bergelar haji.

Dalam tulisan ini, akan diambil kasus pada dua sinetron saja sebagai contoh, yaitu "Tukang Bubur Naik Haji"dan "Ustad Fotocopy" sebagai bahan analisis. Tukang Bubur Naik Haji adalah sebuah sinetron yang ditayangkan di RCTI setiap hari mulai pukul 19.30. Sinetron ini diproduksi oleh rumah produksi SinemArt. Pemain utamanya adalah Mat Solar, Uci Bing Slamet, Citra Kirana, Andi Arsyil Rahman, dan Latief Sitepu. Dalam sinetron tersebut, dapat ditonton oleh pemirsa tentang karakter dua orang bergelar haji, di mana yang satu penyabar dan santun, sementara yang lain adalah haji yang suka pamer dan provokator.

Gambar 1. Sinetron Tukang Bubur Naik Haji

Sementara itu "Ustad Fotocopy" adalah sinetron yang mengisahkan seorang pemuda bernama Syafi'i. Syafi'i adalah mantan preman yang kemudian mendadak dipanggil ustadz oleh masyarakat, karena kebaikannya dan kemampuannya menyembuhkan orang sakit dengan do'a, dan juga dianggap dapat memberi solusi kepada orang-orang yang memiliki masalah yang berat. Dia bukanlah ustadz yang haji, namun kebetulan dia berpacaran dengan Ifah, anak dari seseorang yang telah bergelar haji. Bahkan ayah Ifah pacar Syafi'i telah menjalankan ibadah haji sampai tiga kali. Syafi'i juga dekat dengan seorang kyai haji yang memimpin sebuah pesantren di desanya, dan kyai tersebut sangat disegani masyarakat. Walaupun secara langsung tokoh utama dalam sinetron ini bukanlah haji, namun keseluruhan cerita dari sinetron ini selalu menampilkan karakter dari sosok haji. Sinetron ini diproduksi oleh Screenplay Productions, pemain utamnya antara lain Ramzi, Aulia Sarah, dan Tati Cuek. Sinetron ini ditayangkan di SCTV.

Dalam perspektif *cultural studies*, kedua sinetron yang telah ditayangkan di televisi tersebut merupakan medium dalam memproduksi makna, dan mengimajinasi relasi antar individu maupun kelompok dalam masyarakat yang dipengaruhi oleh kuatnya identitas. Kedua

sineron tersebut dapat dipandang sebagai karya dan praktek intelektual dan aktivitas artistik. Praktik itu memiliki fungsi menandakan (*to signify*), memproduksi, atau menciptakan peristiwa dengan makna tertentu. Sinetron tersebut sebagai "praktek penandaan", dalam memberi gambaran atau citra tentang haji dan nuansa sosialnya.[14]

Gambar 2. Sinetron Ustadz Foto Copy

Citra tentang haji telah ditandakan dalam media sinetron, citra itu sendiri diambil dari imajinasi penulis naskah dan produsernya tentang karakter haji dalam masyarakat, sekaligus ia memproduksi citra baru tentang haji bagi penontonnya. Pada titik inilah, maka studi tentang citra haji dalam kedua sinetron tersebut menjadi penting, karena memiliki relevansi dengan perspektif ilmu sosial dan kontributif dalam mencermati situasi sosial kekinian beserta berbagai dampaknya.

Citra Haji dalam Sinetron

Citra dalam perspektif *cultural studies* biasa diartikan sebagai obyektifikasi dari pengetahuan diri untuk berkomunikasi dalam interaksi sosial. Citra dibentuk melalui atribut dalam penampilan diri yang tidak hanya meliputi atribut sosial (penampilan fisik dan pakaian) seseorang dan tindakan yang disengaja, tetapi juga karakteristik perilaku yang ada

[14] John Storey, *Teori dan Budaya Pop* (Yogyakarta: Qalam, 1993), hlm. 2-3.

diluar kontrol diri atau ketidaksadaran.[15] Citra dengan demikian juga dekat dengan konsep *habitus*,[16] bahwa haji dapat dipotret sebagai gaya hidup (*lifestyle*), sebuah nilai (*the values*), sebagai sebuah disposisi dan harapan dari kelompok tertentu dalam sebuah komunitas yang ditunjukkan oleh adanya tindakan dan pengalaman sehari-hari yang berbeda dengan individu atau struktur sosial lainnya yang ada dalam komunitas tersebut. Dengan demikian "citra haji" timbul karena adanya pengalaman individu-individu lainnya dalam sebuah komunitas ketika berhubungan dengannya, sehingga haji telah menjadi identitas yang unik, ia berbeda dengan individu lain dalam masyarakat.

Gambar 3. Pasangan haji yang berkarakter "ideal" dalam sinetron "Tukang Bubur Naik Haji"

Dalam studi media, citra biasanya dikaitkan dengan berbagai kelompok dalam interaksi sosial yang dianggap mengalami alienasi, seperti citra tentang wanita, kaum migran, etnis pedalaman, kulit hitam, kaum homoseksual, dan sebagainya. Namun demikian, banyak pula kelompok

[15] J. Hartley, *Understanding News* (London: Methuen, 1982).

[16] Pierre Bourdieu,*The Logic of Practice* (tt: Polity Press, 1990).

media yang mencoba membalik citra dari sebuah komunitas yang minoritas dan pinggiran menjadi mempesona dan menarik bagi publik. Hal itu seperti ketika sebuah media TV yang dikuasai oleh partai politik tertentu, mencitrakan partainya yang korup menjadi partai yang bersih. Kondisi pembalikan dari citra yang buruk menjadi baik, atau sebaliknya citra yang baik menjadi kelihatan buruk niscaya terjadi, yaitu ketika media menjadi panglima dalam komunikasi publik. Media telah menghegemoni ungkapan tentang realitas di masyarakat.

Melalui komunikasi media TV, dalam sinetron "Tukang Bubur Naik Haji" dan "Ustad Fotocopy" penulis naskah dan produser juga memainkan "imajinasi penonton" tentang haji, bahwa haji tidak selalu merupakan sosok yang berkarakter ideal, religius, dan penuh kebijaksanaan sebagaimana selama ini cenderung dicitrakan "positif" dalam masyarakat. Haji juga manusia yang dalam hal tertentu acapkali berperilaku di luar karakter ideal yang dicitrakan masyarakat muslim. Citra tentang haji tidak lagi sepenuhnya ada dalam "imajinasi" penonton, tetapi diproduksi oleh pembuat alur cerita sinetron dan para produsennya. Haji ada dalam wilayah habitus, di mana karakter tentang haji ada dalam sistem disposisi, bagaimana haji dicitrakan tergantung pada selera yang diatur oleh logika praktek kelas yang berkuasa dalam hal ini adalah media.[17]

Dalam sinetron "Tukang Bubur Naik Haji", terdapat pembalikan karakter ideal dari seorang haji yang menjadi harapan setiap muslim. Terdapat tokoh yang bernama Haji Muhidin yang digambarkan sebagai haji yang memiliki karakter serba tidak baik, seperti suka mengadu domba, sombong, pembuat fitnah, dan temperamental. Haji Muhidin dan isterinya Hajah Maemunah selalu iri dan memusuhi keluarga Haji Sulam yang memiliki karakter sebaliknya; rendah hati, dermawan dan penyabar. Anak haji Muhidin yang bernama Rumanah, dilarang berhubungan dengan Robby, adik ipar Haji Sulam. Fitnah-fitnah tentang keluarga Haji Sulam terus dihembuskan oleh Haji Muhidin dan isterinya.

[17] Pierre Bordieu, Distinction: A Social Critique of The Judgement of Taste (Cambridge, MA: Harvard University Press, 1984).

Demikian halnya dengan tokoh "Haji Jamal" dalam Ustad Fotocopy. Haji Jamal yang sering menamakan dirinya sendiri dengan "Ncang Haji Tiga Kali", juga digambarkan sebagai haji yang bertabiat buruk. Haji Jamal digambarkan sebagai haji yang sudah menjadi duda yang sombong dan pelit. Ia mendapatkan nafkahnya sehari-hari dari mushola yang dibangunnya sendiri. Infak yang diperoleh dari jam'ah yang menggunakan musholanya, dia kelola sendiri dan dipakai untuk memenuhi kebutuhannya. Meskipun Haji Jamal termasuk berkecukupan, tetapi ia terkenal pelit, bahkan kepada anak perempuan satu-satunya.

Gambar 4. Haji Muhidin yang berkarakter "serba buruk" dalam sinetron "Tukang Bubur Naik Haji"

Dalam sebuah wawancara dengan sebuah media *infotainment*, Latief Sitepu yang memerankan Haji Muhidin tidak menduga bila perannya dinilai sangat ekstrim, sehingga "pencitraan" tentang tabiat haji yang "menyebalkan" begitu membekas di benak penonton. Akibat peran antagonis tersebut, dia harus siap menerima konsekuensi berupa protes dari banyak kalangan. Namun demikian, banyak juga penonton sinetron yang menganggap bahwa sebetulnya peran Haji Muhidin mencermin-

kan sebagian dari kondisi di Indonesia yang sesungguhnya. Banyak sosok seperti Haji Muhidin yang tabiatnya menyebalkan, meski sudah beberapa kali ke Tanah Suci. Ia tidak bisa menjadi panutan, dan jauh dari perdikat "haji mabrur". Banyak kalangan haji juga bersikap ekslusif, mendirikan perkumpulan haji dan membuat pengajian-pengajian yang hanya dapat diikuti oleh mereka yang sudah bergelar haji. Tentu saja apa yang dilakukan para haji tersebut menjadi kurang bermanfaat bagi masyarakat luas.

Melalui kajian analisis wacana, maka secara teoritis sinetron tentang haji dapat diposisikan sebagai teks wacana yang merupakan realitas semu atau hiperealitas.[18] Citra tentang haji dalam kedua sinetron tersebut menjadi sebuah mitos baru yang terbentuk oleh kekuatan kelas dalam komunitas budaya. Citra dan makna yang dijalin telah mewakili kepentingan pemegang modal di balik sinetron tersebut. Oleh karena itu, sinetron tersebut telah menjadi "arena' bagi kepentingan penguasa (baca: pemegang modal).

Bagi pelaku dan produser media *infotainment*, pencitraan haji itu sendiri bukanlah kepentingan utama, namun kepentingan utama itu adalah akumulasi kapital, bahwa makna yang dijalin adalah dalam rangka kepentingan produksi untuk mengeruk keuntungan. Sebagai bagian dari media produksi hiburan, maka sinetron tersebut mencerminkan karakter budaya pop, yaitu memiliki ciri-ciri; disukai banyak orang, sub-standar atau rendahan, untuk menyenangkan orang, merupakan bentuk hegemoni "penguasa", dan sebagai "budaya komersial" yang menjual sebuah "kode".

Berbeda dengan konseptualisasi Baudillard (1983), dalam analisis Chambers (1987), Hebdige (1988) , dan Fiske (1987) lebih memandang bahwa makna yang dijalin dalam media TV, seperti halnya sinetron dipandang sebagai proses kreatif dalam budaya konsumen.[19] Dalam konteks budaya konsumen, TV dapat dipandang dari dua perspektif ekonomi yang terpisah, yaitu antara **ekonomi finansial produksi** dengan **ekonomi**

[18] Jean Baudrillard, Jean Baudrillard: Selected Writings (Cambbridge: Blackwell Publisher, 1992).

[19] Chris Barker, Cultural Studies: Teori dan Praktek (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2004).

budaya konsumsi. Ekonomi finansial produksi adalah perspektif yang terkait dengan uang dan nilai tukar komoditas sebagaimana ada dalam konsep Baudrillard, sedangkan ekonomi budaya konsumsi adalah perspektif yang meletakkan studi tentang TV sebagai arena makna budaya, kesenangan, dan identitas sosial. Melalui perspektif yang kedua tersebut, maka sinetron "Tukang Bubur Naik Haji" dan "Ustadz Fotocopy" dapat dilihat sebagai budaya pop yang menjadi arena "perang semiotik" dan arena taktik budaya populer yang digunakan untuk melawan makna yang dilekatkan di dalam komoditas oleh produser.

Gambar 5. Ncang Haji "tiga kali", yang dicitrakan "buruk" dalam Sinetron *Ustad Fotocopy*

Penutup

Citra Haji yang dilekatkan oleh media melalui tayangan sinetron dapat mengubah cara pandang masyarakat terhadap peran dan karakter seorang haji. Predikat haji yang selalu dirindukan oleh setiap muslim, karena menjadi cermin dari kesempurnaan iman dan amal ibadah

seorang muslim, ternyata tidak selamanya benar. Banyak orang yang sudah bergelar haji justru memiliki sifat yang menyebalkan dan dibenci masyarakat. Meskipun dalam beberapa hal, apa yang ditayangkan dari sinetron haji tersebut mencerminkan kondisi sehari-hari kehidupan masyarakat muslim, namun dalam banyak hal pula, sinetron itu telah menuntun imajinasi penonton berupa pembalikan karakter yang baik dan diidamkan menjadi karakter buruk dan dibenci.

Pembalikan citra tersebut terjadi karena media telah menghegemoni cara pandang masyarakat dengan memainkan imajinasi penonton. Semakin ekstrim pembalikan karakter dipertontonkan, maka semakin membuat penonton penasaran, dan menimbulkan kontroversi, polemik dan kritik. Justru ketika kritik dan polemik yang disampaikan masyarakat semakin luas, semakin mendorong orang yang sebelumnya tidak menonton sinetron tersebut, kemudian menjadi penasaran dan ikut menontonnya. Tentu saja sineron tersebut semakin dikenal, sehingga mendapat *ratting* yang semakin tinggi. Akhirnya keuntungan yang didapat oleh pemilik modal semakin besar. Pada titik inilah, dapat diberikan kesimpulan bahwa antara konsep **ekonomi finansial produksi** dengan **ekonomi budaya konsumsi** dapat saling melengkapi untuk menganalisis ke dua sinetron tersebut.

Di samping itu, dari paparan di atas juga dapat disimpulkan bahwa di balik penayangan sinetron haji, terdapat aspek yang mendasar dalam melihat problem sosial agama. Agama dalam konteks kapitalisme global menjadi rentan terhadap komodifikasi. Agama telah menjadi komoditi, barang dagangan, atau mesin akumulasi modal. Komodifikasi haji dengan demikian tidak hanya muncul dari pengorganisasian, pengaturan, birokrasi kegiatan perjalanan haji. Komodifikasi haji juga dapat terjadi melalui aktifitas dan ekspansi pasar melalui aktivitas media.

Daftar Pustaka

Ash-Shidiqie, Hasbi. *Pedoman Haji*. Jakarta: Bulan Bintang, 1994.

Barker, Chris. *Cultural Studies: Teori dan Praktek.* Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2004.

Baudrillard, Jean. *Jean Baudrillard: Selected Writings*. Cambbridge: Blackwell Publisher, 1992.

Bordieu, Pierre. *Distinction: A Social Critique of The Judgement of Taste*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1984.

Bourdieu, Pierre. *The Logic of Practice*. Tt: Polity Press, 1990.

Dhofier, Zamakhsyari. *Dampak Ekonomi Haji di Indonesia*, dalam *Prisma* Edisi No.4, Tahun XIII. April 1984.

Dijk, Teun A. *Discourse as Structure and Process*. New Dehli: Sage Publications, 1997.

Eriyanto. *Analisis Wacana Pengantar: Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LKiS, 2001.

Harley, John. *Communication, Cultural, and Media Studies*. Yogyakarta: Jalasutra, 2010.

Hartley, J. *Understanding News.* London: Methuen, 1982.

Jenks, Chris. *Culture: Studi Kebudayaan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1997.

Khailurrahman, Abu Faiq. *Tukang Bubur Naik Haji*. Yogyakarta: Araska, 2013.

Khasballah, Ibn. "Beratnya Ibadah haji di Zaman Kolonial", dalam www. tanhibun.com.1992.

Madjid, M. Dien. *Berhaji di Masa Kolonial*. Jakarta: CV. Sejahtera, 2008.

Prabowo, M. Shidqon. *Perlindungan Hukum Jama'ah Haji Indonesia*. Yogyakarta: Tangkang, 2010.

Putuhena, Saleh. *Historiografi Haji di Indonesia*. Yogyakarta: LKiS, 2007.

Ralli, Augustus. *Orang Kristen Naik Haji*. Jakarta: PT. Serambi Ilmu Semesta, 2011.

Storey, John. *Teori dan Budaya Pop.* Yogyakarta: Qalam, 1993.