

KOMODIFIKASI AGAMA DAN KAPITALISME
(Studi atas Acara Religi dalam Tayangan *Kata Ustadz Solmed*)



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Theologi Islam (S.Th.I)

Oleh:

NURUL ANAM

11520037

PROGRAM STUDI PERBANDINGAN AGAMA
FAKULTAS USHULUDDIN STUDI AGAMA DAN PEMIKIRAN ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

2016

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurul Anam
NIM : 11520037
Fakultas : Ushuluddin dan Pemikiran Islam
Program Studi : Perbandingan Agama
Alamat Rumah : Parebbaan Bragung, Guluk-Guluk, Sumenep, Jawa Timur
Alamat di Yogyakarta : Jl. Parangtritis KM. 7,5 PPM. Hasyim Asy'ari Cabeyan, Panggungharjo, Sewon, Bantul
Telp/Hp : 081939025270
Judul : Komodifikasi Agama dan Kapitalisme (Studi atas Acara Religi dalam Tayangan *Kata Ustadz Solmed*)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Skripsi yang saya ajukan adalah benar *asli* karya ilmiah yang saya tulis sendiri.
2. Bilamana skripsi telah dimunaqasyahkan dan diwajibkan revisi, maka saya bersedia dan sanggup merevisi dalam waktu 2 (dua) bulan terhitung dari tanggal munaqasyah. Jika ternyata lebih dari 2 (dua) bulan revisi skripsi belum terselesaikan maka saya bersedia dinyatakan gugur dan bersedia munaqasyah kembali dengan biaya sendiri.
3. Apabila di kemudian hari ternyata diketahui bahwa karya tersebut bukan karya ilmiah saya (plagiasi), maka saya bersedia menanggung sanksi dan dibatalkan gelar kesarjanaan saya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 15 Juni 2016
Saya yang menyatakan,



(Nurul Anam)
NIM. 11520037



SURAT KELAYAKAN SKRIPSI

Dosen: Dr. Roma Ulinuha, S.S. M.Hum
Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

=====

NOTA DINAS

Hal : Skripsi Saudara Nurul Anam
Lamp : -

Yogyakarta, 15 Juni 2016

Kepada:
Yth. Dekan Fakultas Ushuluddin
dan Pemikiran Islam
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Nurul Anam
NIM : 11520037
Program Studi : Perbandingan Agama
Judul Skripsi : Komodifikasi Agama dan Kapitalisme (Studi atas Acara Religi dalam Tayangan *Kata Ustadz Solmed*)

Sudah dapat diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Program Studi Perbandingan Agama pada Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi/tugas akhir Saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Untuk itu, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum wr. wb.

Yogyakarta, 15 Juni 2016
Pembimbing,

Dr. Roma Ulinuha, S.S. M.Hum
NIP. 19740904 200604 1 002



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS USHULUDDIN DAN PEMIKIRAN ISLAM
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 512156 Fax. (0274) 512156 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor: B-1501/Du/ Un.02/PP.05.3/06/2016

Tugas Akhir dengan judul : KOMODIFIKASI AGAMA DAN KAPITALISME (Studi atas Acara
Religi Dalam Tayangan *Kata Ustadz Solmed*)

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Nama : NURUL ANAM
Nomor Induk Mahasiswa : 11520037
Telah diujikan pada : Jumat, 24 Juni 2016
Nilai ujian Tugas Akhir : 85,33 (B+)

Dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM TUGAS AKHIR

Ketua Sidang/Penguji I

Dr. Roma Ulinnuha, M.Hum
NIP. 19740904 200604 1 002

Penguji II

Ahmad Salehudin, S.Th.I., M.A.
NIP. 19780405 200901 1 010

Penguji III

Drs. Rahmat Fajri, M. Ag.
NIP. 19680226 199503 1 001

Yogyakarta, 24 Juni 2016
UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam
DEKAN



Dr. Alim Roswanto, M.Ag
NIP. 19681208 199803 1 002

MOTTO

“Aku Menulis Maka Aku Ada”
(KH. Zainal Arifin Thaha)



PERSEMBAHAN

Kepada dia yang selalu kusebut namanya



ABSTRAK

Tema besar dalam penelitian ini adalah kajian perihal komodifikasi agama dalam tayangan-tayangan religi di televisi. Tema ini dirasa penting karena tayangan-tayangan religi yang dikomodifikasi tersebut tentu saja memberi pengaruh positif dan negatif, terhadap substansi nilai-nilai agama yang ditayangkan. Lebih jauh lagi, pengaruh yang ditimbulkan oleh komodifikasi agama tersebut boleh jadi negatif yang diindikasikan dengan bergesernya nilai-nilai keagamaan menjadi komoditi. Namun juga bisa positif, dengan indikasi menguatnya nilai-nilai keagamaan dalam kehidupan sehari-hari. Komodifikasi agama dalam tayangan-tayangan religi ini tentu memiliki urgensi tersendiri dalam kajian yang berhubungan dengan kapitalisme media. Belakangan ini, banyak sekali fenomena komodifikasi agama dan kajian tentangnya juga tidak dapat dikatakan sedikit. Oleh karena itu, dari sekian fenomena yang ada, penulis memilih untuk memfokuskan penelitian pada bentuk-bentuk komodifikasi agama dalam tayangan religi yang cukup populer di Indonesia, yakni tayangan *Kata Ustadz Solmed* yang ditayangkan di SCTV.

Teori yang digunakan penulis untuk memahami bentuk-bentuk komodifikasi dalam tayangan religi *Kata Ustadz Solmed* adalah teori tindakan sosial Max Weber. Teori ini penulis terapkan karena beberapa alasan. *Pertama*, teori ini dapat secara komprehensif memetakan ihwal kapitalisme dalam banyak bentuknya. *Kedua*, teori ini mampu membaca problema yang ditimbulkan oleh keterhubungan agama dengan kapitalisme. Dan dalam hal ini penulis melakukan pendekatan sosiologis karena dianggap bisa menjawab problem yang terjadi. Ada dua persoalan yang dibahas dalam penelitian ini. (1) Bagaimana bentuk-bentuk komodifikasi agama dalam tayangan *Kata Ustadz Solmed*, dan (2) Bagaimana komodifikasi agama dalam tayangan *Kata Ustadz Solmed* menurut perspektif teori tindakan sosial Max Weber.

Hasil yang penulis peroleh dalam penelitian ini: (1) Bentuk komodifikasi agama dalam tayangan *Kata Ustadz Solmed*. a) subjek prioritas atau tokoh utama. b) adanya selingan yang berupa parade dari pembawa acara dengan bintang tamu (artis). c) seringkali mengundang artis papan atas guna menarik penonton. d) adanya *yel-yel* dalam tayangan tersebut. (2) Komodifikasi agama dalam tayangan *Kata Ustadz Solmed* menurut perspektif teori tindakan sosial Max Weber, terletak pada tindakan sosial yang dilakukan oleh para pemilik modal untuk memodifikasi dan memproduksi tayangan *Kata Ustadz Solmed* tindakan tersebut adalah tindakan rasional instrumental yaitu suatu tindakan yang memperhatikan efektifitas dan efisiensi.

Kata Kunci: Komodifikasi, Agama, Ustadz, Solmed, Weber.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji bagi Allah SWT, yang telah memberikan nikmat dan kesehatan, serta sholawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi besar, Muhammad SAW, penulis haturkan. Selesaiannya skripsi ini merupakan kerunia yang sangat besar dan tak terkira dari-Nya.

Kemudian setelah melewati banyak halangan dan rintangan, yang menjadi penghalang, seperti kemalasan, sehingga membuat penulis terasing dari semesta teks ilmu pengetahuan, juga karena berbagai alasan, membuat penulis seolah diantar pada puncak keputusan. Bahkan, seorang teman pernah berujar bahwa menulis tema *Komodifikasi Agama dan Kapitalisme* sama sekali tidak menarik, karena sudah banyak yang membahas, dan gampang ditelan isu atau fenomena yang lain, yang lebih menarik tentunya.

Tapi, penulis tetap yakin bahwa komodifikasi agama tetap akan menuai perdebatan diskursif, memiliki konektivitas dengan kajian agama dan media. Inilah “modal” yang membuat penulis tetap mempertahankan tema ini. Berkat, orang-orang yang setia memberi masukan, memberi bantuan, dan memberi pengarahan bagi penulis, akhirnya skripsi ini bisa terselesaikan. Mereka adalah anugrah yang dikirimkan oleh Sang Maha Pengasih untuk penulis. Maka dengan kerendahan hati dan ketulusan penulis haturkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Eppak H. Nurul dan Emak Hamdiyah, yang selalu bertanya kapan wisuda *nak*? Ini yang membuat

penulis ingin segera menyelesaikan skripsi ini. Dan juga terimakasih yang sebesar-besarnya telah mendukung penulis selama studi dengan doa dan kasih sayangnya. Penulis tak akan mampu membalas jasa-jasamu: *Pak, Mak*.

2. Bapak Dr. Alim Ruswanto, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta beserta staf-stafnya.
3. Pembimbing Skripsi penulis, Bapak DR. Roma Ulinuha, S.S. M. Hum, yang tak pernah jemu memberi arahan dan selalu mengingatkan “Mengerti, mengerti dan mengerti”, dengan kata itu penulis merasa mempunyai spirit untuk cepat menyelesaikan studi. Terimakasih atas bimbingannya.
4. Bapak Ahmad Muttaqin, selaku Ketua Program Studi Perbandingan Agama, yang selalu menyuntikkan spirit untuk tetap mempertahankan kajian yang diangkat penulis. Terimakasih atas perhatiannya.
5. Seluruh guru dan dosen khususnya Program Studi Perbandingan Agama, Fakultas Ushuluddin pada umumnya, yang telah menempa dan memberi bekal ilmu pengetahuan bagi penulis selama studi. Terimakasih atas kesudihan, inspirasi dan “berkah” ilmunya.
6. Guru penulis Kiai Syafi’, terimakasih atas keikhlasannya yang telah membuka mata penulis untuk bisa mengeja firman-firman-

Nya. Dan (alm.) KH. Hamidi Hasan, terimakasih atas keikhlasannya menerima penulis menjadi murid. Semua guru di Al-Hidayah dan Pondok Pesantren Annuqayah, terimakasih atas ilmu yang telah dengan ikhlas diberikan kepada penulis.

7. Guru dan sekaligus orangtua penulis di Yogyakarta, (Alm) Gus Zainal Arifin Thaha, Kiai Kuswaidi Syafi'i, Bapak Husni Amrianto Putra dan Bunda Veri Maya Oktavia, terimakasih atas nasehat, bimbingan dan ilmu-ilmunya yang dengan ikhlas diajarkan untuk penulis.
8. Semua teman-teman Perbandingan Agama 2011, terimakasih atas persahabatan dan kehangatannya.
9. Sahabat penulis, Ifan Juliano Adawiyah dan Jajang Abdul Jabar, yang dengan tabah melowongkan waktunya untuk berdiskusi serta meminjamkan uangnya untuk keperluan *ngeprint* dan transport Bantul-Sleman. Terimakasih atas keikhlasan dan persahabatannya.
10. Sahabat-sahabat penulis di Pondok Pesantren Mahasiswa Hasyim Asy'ari dan Kutub FC, Maghfur (CF), Naufel (CB), Muhammad Ali Tsabit (GK), Faridatul Akbar (GK), Khairur Rosikin (SS), Muchlas J. Samorano (AMF), Daruz Armedian (GK), Ainul Amin (CF), Khairul Mufid JR (RMF), Anwar (CMF), Ubay Grims (CMF), S. Umam 7 (LMF), Alunk Estohank (CB), Bli (CMF), Nurul A'la (Keamanan), Al-Farisi, Mubarak, Saifa Ebidillah, (Supporter), Ridhafi (Pemandu Do'a), Taufiq Agung P (Medis),

Simone Bigul (Coach) yang telah menjadi teman berdiskusi dan bermain, penulis ucapkan terimakasih. Kalian semua keluarga dan sahabat terbaik penulis.

11. Teman-teman penulis di Teater Eska, Ghos TE, Waris Lakek, Sohifur Ridho Ilahi, M Toyu Aradan, Hilman, Mas Amin, Sofyan, Nazil, Sulis, Kiki, Ochel, Imam, Ilham dan Mas Bettem, terimakasih atas prosesnya di “Solilokui Manusia 90⁰ C.
12. Teman-teman penulis, di Korps Bambu Runcing (Iksan, Rasyidi, Wahedi, Alim, Mas Edy, Maul, Dian, Mamad, Adaw, Aziz, Syauqi, Fadil dll), Ikatan Alumni Annuqayah Yogyakarta (IAA), Gorong-Gorong Institute (GGI), Ayi’, Harik, Dadu, Bedil, Sabiq dll, terimakasih musik-musiknya.
13. Teman senior dan keluarga penulis di Komunitas Kutub, Muhammad Ali Fakhri, Salman Rusdi Anwar, Ahmad Muclis Amrin, Bernardo J. Sujibto, Mahwi Air Tawar, Matroni Moserang, (alm) Taufiq Afiquilani, dan yang lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Karena kalian, penulis bisa mengetahui bagaimana cara hidup mandiri, dan karena kalian pula, penulis bisa mengetahui cara menulis yang benar. Terimakasih atas arahan-arahannya.
14. Teman-teman *Settong Dhere*, Adi Sakera, Halimi komeng, Khairul Roka, Sapsepne, Jin Tomo, Nom Qusai, Sinol, Nok Rijal, Sibul Sipak dll, terima kasih atas persaudaraannya.

15. Adik penulis Anwar Noeris, yang bercita-cita mandiri dan tidak mau merepotkan orang tua di desa, terimakasih, engkau adalah inspirasi penulis untuk cepat menyelesaikan skripsi. Kepada paman, bibi, kakek dan nenek penulis ucapkan terimakasih atas pelajarannya memaknai hidup, serta kepada semua keluarga yang lain, penulis ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya.

Atas segala bantuan mereka semua, penyusun mengucapkan semoga mereka senantiasa dilimpahi rahmat dan hidayah-Nya. Akhirnya penyusun menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan kelemahan, oleh karenanya kritik dan saran yang konstruktif sangat diharapkan. Semoga skripsi ini menjadi bahan bacaan yang bermanfaat bagi penyusun dan pembaca sekalian, Amien..

Yogyakarta, 15 Juni 2016

Nurul Anam
NIM. 11520037

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	xii
DAFTAR ISI.....	xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	9
D. Tinjauan Pustaka.....	10
E. Kerangka Teori.....	13
F. Metode penelitian.....	20
G. Sistematika	23

BAB II REKAM JEJAK USTAD SHOLEH MAHMUD

A. Riwayat Hidup Ustadz Sholeh Mahmud.....	25
B. Kiprah Ustad Solmed di Televisi.....	30
C. Kasus-kasus yang Berhubungan dengan Ustadz Solmed.....	36

BAB III BENTUK-BENTUK KOMODIFIKASI AGAMA DALAM TAYANGAN *KATA USTADZ SOLMED*

A. Komodifikasi Acara Religi di Televisi.....	44
B. Pergeseran Acara Religi ke Komodifikasi	51
C. Bentuk-bentuk Komodifikasi Agama	61
BAB IV ANALISIS WEBERIAN ATAS KOMODIFIKASI AGAMA DALAM TAYANGAN <i>KATA USTADZ SOLMED</i>	
A. Komodifikasi Agama dalam Tayangan <i>Kata Ustadz Solmed</i> Menurut Perspektif Teori Tindakan Sosial Max Weber.....	71
B. Ustadz Solmed dan Praktek Komodifikasi Agama.....	80
C. Impelikasi Kapitalisme Media Terhadap Karir Ustadz Solmed.....	87
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	97
B. Saran-saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA.....	104
Lampiran	109
Curriculum Vitae.....	119

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kapitalisme bermula pada akhir abad ke-15 dan awal abad ke-16. Pada waktu itu orang-orang Eropa yang menguasai pengetahuan pelayaran jarak jauh, menghambur keluar dari sudut kecil dunia mereka dan mengarungi tujuh lautan untuk menaklukkan, merampas dan berdagang. Dari saat itu kapitalisme mulai bekerja.¹ Kemudian sistem kapitalisme mulai berkembang di Inggris pada abad 18 M, lalu menyebar luas ke kawasan Eropa Barat laut dan Amerika Utara. Sosok Adam Smith, dengan buku termashurnya, *The Wealth of Nations* (1776), dapat disebut sebagai Bapak kapitalisme dan dipercaya sebagai penyulut spirit kapitalisme klasik dengan ekspresi gagasan "laissez faire" dalam ekonomi.² Untuk membahas teori dasar kapitalisme adalah dengan cara mengetahui ciri dasar sistem tersebut, yaitu pemaksimalan keuntungan individu melalui kegiatan-kegiatan ekonomi yang dimaksudkan membantu kepentingan publik

Makna kapitalisme untuk kepentingan publik itu, oleh Adam Smith diilustrasikan dengan sangat jelas, “apa yang kita harapkan untuk makan malam kita tidaklah datang dari keajaiban si tukang daging, si pemasak bir atau tukang roti, melainkan dari apa yang mereka hormati dan kejar sebagai kepentingan

¹ George Soros, *Krisis Kapitalisme Global* (terj. Dindin Sholehuddin Yogyakarta: Penerbit Kolam, 1998), hlm.V.

² Nur Sayyid Santoso Kristeva, *Kapitalisme, Negara dan Masyarakat* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar 2015), hlm. 01-02.

pribadi.³ Sedangkan Ebenstein menyebut kapitalisme sebagai sistem sosial yang holistik, bukan hanya menjurus pada sistem perekonomian. Dia mempertautkan kapitalisme dengan individualisme.⁴ Sehingga yang terjadi bukan membantu kepentingan publik melainkan demi kepentingan pribadi. Sebenarnya setiap individu tidak mempunyai keinginan untuk memajukan kepentingan publik, dan bahkan yang lebih parah lagi setiap individu itu tidak tahu sejauh mana ia ikut andil dalam memajukannya. Sebenarnya yang ia hormati dan ia kejar adalah keuntungan bagi dirinya sendiri.

Max Weber memberi pemahaman lain tentang kapitalisme, baginya kapitalisme adalah sistem produksi komoditi berdasarkan kerja berupah untuk dijual dan diperdagangkan guna mencari keuntungan. Ciri produksi upah buruh dan mencari keuntungan itu merupakan karakter dasar dari kapitalisme. Menurut Weber hal yang paling mendasar tentang kapitalisme adalah sistem pertukaran barang di pasar.⁵ Pasar ini yang kemudian membuat orang meraih keuntungan yang besar. Dengan demikian bagaimana orang dapat melakukan akumulasi kapital secara terus menerus untuk memperoleh keuntungan yang besar. Esensi dari spirit kapitalisme modern menurut Weber, manusia didominasi oleh keinginan mendapatkan uang melalui akuisisi sebagai tujuan hidupnya. Akuisisi ekonomis

³ Nur Sayyid Santoso Kristeva, *Kapitalisme, Negara dan Masyarakat* (Yogyakarta: Pustaka, Pelajar 2015), hlm. 02.

⁴ William Ebenstain, *Isme-isme yang Mengguncang Dunia* (Yogyakarta: Penerbit Narasi, 2006) hlm. 287-289.

⁵ Max Weber, *Etika Protestan dan Semangat Kapitalisme* (terj. TW. Uotomo Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2006) hlm. XXXV.

ini tidak lagi menjadi subordinat sebagai cara-cara manusia memuaskan kebutuhan materialnya.⁶

Berbeda dengan Weber, bagi Marx kapitalisme tidak didefinisikan oleh motif atau orientasi kaum kapitalis. Apapun motif yang mereka sadari, mereka sebenarnya didorong oleh logika sistem ekonomi untuk memupuk modal. Kapitalisme menurut Marx Suatu bentuk masyarakat kelas yang distrukturasikan dengan cara khusus, di mana manusia diorganisasikan untuk produksi kebutuhan hidup. Bahkan Marx menyebut kapitalisme sebagai hasil dari produksi manusia.⁷

Kapitalisme berasal dari bahasa Inggris, yaitu *Capitalism* atau kata Latin, *Caput* yang berarti kepala. Jadi kapitalisme adalah sistem perekonomian yang menekankan peranan kapital atau modal.⁸ Sedangkan menurut Kamus Bahasa Indonesia (Tasaurus) kapitalisme adalah sistem dan paham ekonomi yang modalnya bersumber pada modal pribadi atau perusahaan swasta dengan ciri persaingan di pasar bebas.⁹

Poin-poin penting yang bisa dilihat atau digunakan untuk mengartikan kapitalisme adalah: *Pertama*, kapitalisme adalah ungkapan klasik yang dikaitkan dengan apa yang dimaksud Adam Smith sebagai permainan pasar yang memiliki

⁶ Max Weber, *Etika Protestan dan Semangat...* hlm. XXXV.

⁷ Dalam *Das capital*, Marx mengatakan bahwa kapitalisme itu mempunyai ciri yang khas, yakni borjuis dan eksploitasi. Dikutip dari buku Nur Sayyid Santoso Kristeva *Kapitalisme, Negara dan Masyarakat* (2015) hlm. 04-05.

⁸ Lorens Bagus, *Kamus Filsafat* (Jakarta: Gramedia, 1996), hlm. 391.

⁹ Dendy Sugono (Ed), *Tasaurus Alfabetis Bahasa Indonesia Pusat Bahasa* (Bandung: Mizan, 2009), hlm. 90-91.

aturan sendiri. *Kedua*, kapitalisme merupakan ungkapan Prancis *laissez-faire*, *laissez-passer*, yang berarti “semaunya”, yang dilekatkan sebagai ungkapan penyifat. Ungkapan *laissez-faire* menekankan sebuah pandangan bahwa dalam sistem ini kepentingan ekonomi dibiarkan berjalan sendiri agar perkembangan berlangsung tanpa pengendalian negara dan dengan regulasi seminimal mungkin. *Ketiga*, kapitalisme adalah ungkapan Max Weber bahwa ada keterkaitan antara bangkitnya kapitalisme dan protestanisme. Kapitalisme merupakan bentuk sekuler dari penekanan protestanisme pada individualism dan keharusan mengusahakan keselamatan sendiri.¹⁰

Sebenarnya apa yang dikatakan Weber tentang semangat kapitalisme merupakan analisis yang tajam dan luar biasa. Disadari atau tidak manusia dari waktu ke waktu atau dari zaman ke zaman tidak akan pernah lepas dari kebutuhan terhadap uang. Uang menjadi tuan bagi kehidupan manusia di dunia. Namun meski begitu Weber menganjurkan kita untuk hidup hemat dan semangat bekerja. Menurut Weber akan sangat keliru jika anda beranggapan kalau mengumpulkan kekayaan dan semangat bekerja itu pengenduran nilai-nilai moralitas. Semangat bekerja itu pada dasarnya adalah moral itu sendiri, yang menuntut adanya disiplin diri sendiri. Dunia material yang bersifat kuadrati ini menurut Weber erat hubungannya dengan satu konsep yang berkembang dikalangan Protestan yakni apa yang dikatakan oleh orang Inggris sebagai *Calling* (panggilan) atau dalam

¹⁰ Nur Sayyid Santoso Kristeva, *Kapitalisme, Negara dan Masyarakat*, hlm. 06-07.

bahasa Jerman *Beruf*. Konsep ini sebenarnya erat hubungannya dengan agama dan sudah ada pada masa reformasi. Namun Lutherlah yang mengembangkan konsep ini hingga kemudian dia menjadi seorang reformator dalam Kristen Protestan.¹¹

Konsep panggilan ini menurut Weber mempunyai arti penting dalam agama Protestan, yaitu untuk membuat urusan-urusan biasa dari kehidupan sehari-hari berada dalam pengaruh agama. Panggilan bagi setiap orang mempunyai arti suatu usaha yang dilakukan untuk melaksanakan kewajiban-kewajiban terhadap Tuhan, dengan perilaku yang bermoral dalam kehidupan sehari-harinya. Panggilan ini merupakan suatu cara hidup yang sesuai dengan kehendak Tuhan, dengan memenuhi kewajiban yang telah dibebankan kepada dirinya sesuai dengan kedudukannya di dunia. Konsep panggilan ini adalah konsep agama tentang suatu tugas yang telah ditetapkan Tuhan, suatu tugas hidup, suatu lapangan yang jelas di mana seseorang harus bekerja.¹² Namun pada awal abad 20 kapitalisme harus menghadapi berbagai tekanan dan ketegangan yang tidak diperkirakan sebelumnya. Problematika sosial yang muncul dari implikasi kapitalisme adalah munculnya ketimpangan kelas. Sehingga hegemoni kaum kapitalis memenjarakan kebebasan manusia, inilah bentuk dehumanisasi yang tidak punya belas kasihan terhadap rakyat jelata. Sehingga yang berlaku adalah diktum Darwinisme “siapa yang kuat dia yang bertahan”.

¹¹ Max Weber, *Etika Protestan dan Semangat...* hlm. 55-56.

¹² Ajat Sudrajat, *Etika Protestan dan Kapitalisme Barat, Relevansinya dengan Islam Indonesia* (Jakarta: Bumi Aksara, 1994), hlm. 42.

Dalam perekonomian kapitalis setiap warga dapat mengatur nasibnya sendiri sesuai dengan kemampuannya. Semua orang bebas bersaing dalam bisnis untuk memperoleh laba sebesar-besarnya. Semua orang bebas melakukan kompetisi untuk memenangkan persaingan bebas dengan berbagai cara. Oleh sebab itu George Soros, seorang praktisi pasar uang, mengungkapkan bahwa kapitalisme sebagai sebuah sistem ekonomi global telah mengalami krisis yang amat parah karena munculnya apa yang disebut Karl Popper sebagai *open society* atau masyarakat terbuka. Kapitalisme ternyata telah menimbulkan fragmentasi, anarki produksi dan ketidakstabilan dalam perkembangan ekonomi yang ditandai oleh peristiwa gulung tikarnya industri-industri kecil yang ditelan oleh industri yang kuat modalnya, persaingan yang saling menghancurkan dalam produksi dan pemasaran serta oleh fluktuasi antara masa *booms* dan *slums*, atau masa pertumbuhan tinggi masa resesi, yang pada masa-masa tertentu telah menimbulkan persoalan sosial yang berat, bahkan juga perang, konflik dan krisis.¹³

Berangkat dari deskripsi di atas, setidaknya ada hal yang begitu kompleks ketika memperbincangkan agama dan kapitalisme. Belakangan seiring dengan dinamika zaman, agama mengalami pergolakan yang sangat luar biasa. Agama digempur oleh kekuatan kapitalisme global, bahkan doktrin teologis agama dimodifikasi sedemikian rupa hanya untuk memenuhi hasrat kaum kapitalis. Semua itu terbukti dengan banyaknya acara-acara religi di televisi. Apalagi saat ini

¹³ George Soros, *Krisis Kapitalisme Global* (Yogyakarta: Penerbit Qalam, 2002), hlm. VI.

di televisi, muncul acara-acara keagamaan yang seolah-olah menawarkan kesejukan ruhaniah bagi masyarakat yang tengah dilanda kegersangan spiritual. Ada sebuah pergeseran atau revolusi besar-besaran terhadap kegiatan-kegiatan yang ada sangkut-pautnya dengan agama, misalnya dakwah yang biasanya disampaikan di masjid-masjid atau di majelis-majelis keagamaan, kini beralih pada acara-acara di televisi seperti *Kata Ustadz Solmed* yang ditayangkan SCTV setiap hari dengan Ustadz kondangnya “Ustadz Sholeh Mahmud”.

Beberapa bulan lalu Tengku Wisnu yang lagi mengisi acara keagamaan di salah satu stasiun televisi Indonesia, menyampaikan: *“kalau pahala tahlil itu tidak sampai pada orang yang meninggal”*, hal itu memancig emosi masyarakat Muslim yang mempercayai akan pahala tahlil tersebut. Dan ketika kritik datang dari tokoh-tokoh agama, dengan tanpa berdosa dia bilang: “saya masih butuh belajar lagi tentang agama” ini yang kemudian melahirkan sebuah ungkapan *“Kalau dulu Ustadz itu, belajar dulu baru jadi Ustadz, sekarang jadi Ustadz dulu baru belajar”*. Persoalan inilah yang membuat penulis tertarik untuk menelitinya, dan penulis anggap sebagai ciri-ciri dari bentuk komodifikasi agama, yang kalau kita telisik lebih jauh lagi acara-acara keagamaan tersebut merupakan perpanjangan tangan dari hegemoni kaum kapitalis. Akan tetapi kita dibuat tidak sadar sehingga kita menjadi apa yang dikatakan Boudrillard sebagai ‘mayoritas yang diam’.¹⁴

¹⁴ Yasraf Amir Piliang, *Dunia yang Dilipat; Realitas Kebudayaan Menjelang Melenium Ketiga dan Matinya Posmodernisme* (Bandung: Mizan, 1998), hlm. 233.

Acara religi di televisi sarat dengan muatan-muatan makna ideologis tersembunyi, yang menurut Theodor Adorno muncul semata-mata melalui cara suatu cerita atau iklan memandang manusia. Pemirsa, dalam hal ini diundang untuk melihat suatu katakter dengan cara yang sama ia melihat dirinya, tanpa menyadari bahwa sebenarnya telah terjadi indoktrinasi. Sifat simulasi media televisi telah mampu menyuntikkan makna-makna yang seolah-olah ada pada kehidupan nyata, meskipun sebenarnya hanya sebuah fantasi dan sebuah realisme semu.¹⁵ Oleh sebab itu agama dikonstruksikan oleh televisi sedemikian rupa melalui acara-acara keagamaan. Sehingga kalau dilihat secara kritis, acara keagamaan televisi telah menumbangkan bangunan sakralitas agama dan agama menjadi lahan popularisasi. Apabila membicarakan popularisasi yang terbentang adalah hamparan orientasi keuntungan dan indikasi kepentingan.

Apa yang dikatakan Guy Debord tentang wacana kapitalisme mutakhir benar adanya yaitu wacana kapitalisme mutakhir telah mengubah wajah dunia menjadi tak lebih dari sebuah panggung tontonan raksasa, yang dihuni oleh masyarakat yang haus akan tontonan.¹⁶ Disitulah televisi mempunyai peran yang sangat vital terhadap perkembangan kapitalisme mutakhir. Dengan mengangkat berbagai problematika yang telah dipaparkan di atas. Maka penulis bermaksud meneliti permasalahan tersebut dengan judul: *Komodifikasi Agama dan Kapitalisme (Studi atas Acara Religi dalam tayangan Kata Ustadz Solmed)*.

¹⁵ Yasraf Amir Piliang, *Dunia yang Dilipat; Realitas Kebudayaan....* hlm. 235.

¹⁶ Yasraf Amir Piliang, *Dunia yang Dilipat; Realitas....* hlm. 236.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan di atas maka penulis membatasi pembahasan pada dua rumusan masalah:

1. Bagaimana bentuk-bentuk komodifikasi agama dalam tayangan *Kata Ustadz Solmed*?
2. Bagaimana komodifikasi agama dalam tayangan *Kata Ustadz Solmed* menurut perspektif teori tindakan sosial Max Weber?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai adalah:

1. Untuk mengetahui bentuk-bentuk komodifikasi agama dalam tayangan *Kata Ustadz Solmed*.
2. Untuk mengetahui komodifikasi agama dalam tayangan *Kata Ustadz Solmed* menurut perspektif teori tindakan sosial Max Weber.

Adapun Kegunaan dalam Penelitian ini adalah:

1. Kegunaan Akademik

Kegunaan penelitian ini sebagai sumbangan terhadap khazanah ilmu pengetahuan dan bermanfaat bagi seluruh kalangan mahasiswa, akademisi, dosen dan seluruh masyarakat Indonesia, khususnya Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian bisa dijadikan pedoman bagi peneliti lain agar dapat menjadi bahan perbandingan disiplin ilmu Perbandingan Agama, khususnya dalam bidang kajian agama dan media, dan dapat dijadikan wawasan dalam membaca acara keagamaan di televisi.

D. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka sangat penting untuk dilakukan oleh peneliti. Dan hasil penelusuran yang penulis lakukan, dari berbagai buku dan karya tulis ilmiah yang mengulas tentang agama dan kapitalisme dari berbagai aspek, ini bisa dijadikan bahan pertimbangan dan sebagai referensi bagi penulis, diantaranya:

Di dalam buku *Budaya dan Masyarakat* (1991), Kuntowijoyo menjelaskan bahwa ada dua jenis budaya dalam hidup ini, pertama budaya masjid dan yang kedua budaya pasar. Dalam dua budaya tersebut menggambarkan dua budaya yang bertolak belakang dalam kehidupan masyarakat. Budaya masjid menggambarkan religiositas dan jauh dari hidup berfoya-foya atau *hidonisme*. Sementara budaya pasar adalah budaya yang penuh tipudaya dan selalu mementingkan kepentingan materi. Oleh karena itu kalau kita pandang secara tradisional kedua budaya tersebut adalah dua budaya yang mempunyai tempat dan makna yang berbeda dan tidak ada hubungannya sama sekali. Namun belakangan budaya masjid dan budaya pasar mengalami pergolakan dan mempunyai sinergi. Bahkan muncul hegemoni pasar terhadap masjid. Semua itu tak lepas dari perilaku pasar yang

merancang praktik keagamaan sedemikian rupa untuk memperoleh keuntungan yang besar.¹⁷

Kemudian skripsi Sulistiyan Nurhasanah¹⁸ yang berjudul *Komodifikasi agama Islam dalam Iklan Televisi Nasional*. Dalam skripsi tersebut dijelaskan bahwa terjadinya komodifikasi agama Islam diakibatkan oleh terjadinya globalisasi dan modernisasi secara besar-besaran dan itu ditandai oleh apa yang dikatakan George Soros *open society* atau masyarakat terbuka. Terjadinya globalisasi itu terutama dalam hal media elektronik, seperti: radio, televisi dan hp (android). Dunia global saat ini secara tidak langsung mengubah nilai agama menjadi apa yang bisa dijual. Popularitas pakaian-pakaian Islami dan penggunaan simbol-simbol agama semakin ramai. Sehingga konsumsi agama Islam sebagai komoditas keagamaan saat ini berkembang begitu pesat. Kaum Muslim sekarang menggunakan produk-produk Islam karena beranggapan kalau hal tersebut merupakan ungkapan keimanan, padahal semua itu adalah perpanjangan tangan dari kaum kapitalis.

Penelitian lain yang membahas tentang komodifikasi agama adalah skripsi Moh. Syafii Zamzami¹⁹ yang berjudul *Komodifikasi Agama dalam Iklan Televisi*

¹⁷ Kuntowijoyo, *Budaya dan Masyarakat, Edisi Paripurna* (Tiara Wacana: Yogyakarta, 2006), hlm. 131.

¹⁸ Sulistiani Nurhasanah, "Komodifikasi Agama Islam dalam Iklan Televisi Nasional", *Skripsi Jurusan Sejarah Kebudayaan Islam Fakultas Adab dan Ilmu Budaya UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*, 2014.

¹⁹ Moh Syafii Zamzami, "Komodifikasi Agama dalam Iklan Televisi (Analisis Semiotika Roland Barthes Terhadap Iklan Ekstra Joss Versi 'Jiwa Laki Berani Berkurban'", *Skripsi, Jurusan Ilmu Komonikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*. 2013.

(*Analisis Semiotika Roland Barthes Terhadap Iklan Ekstra Joss Versi “Jiwa Laki Berani Berkurban”*). Dalam skripsi tersebut Zamzami menjelaskan bahwa *Iklan Ekstra Joss Versi “Jiwa Laki Berani Berkurban”* secara keseluruhan menggambarkan maskulinitas seorang laki-laki. Namun iklan tersebut memuat konten-konten yang berkaitan dengan agama Islam. Dan skripsi yang ditulis oleh Afif Fusalhan²⁰ yang berjudul *Kapitalisme Media dan Komodifikasi Agama (Pesan Di Balik Cerita Senetron Religi Pesantren dan Rock N’ Roll Season 3)*. Agama dalam hal ini hanya dilihat sebagai komoditas sistem pasar, pesan yang disampaikan dalam sinetron religi ini tidak lagi dirumuskan dalam ukuran tema yang diangkat atau seberapa dalam pesan religi yang mau disampaikan dalam sinetron ini melainkan diukur oleh *audience reteng*.

Orang-orang kapitalis mengambil sinetron religi ini sebagai sebuah sarana untuk meraup keuntungan yang sangat besar. Adegan-adegan yang berbau religi dalam sinetron ini hanyalah sebuah kamuflesi untuk menarik pasar. Jika kamuflesi pasar menyukai sinetron tersebut maka secara otomatis eksistensi sinetron religi itu akan berkembang. Namun sebaliknya jika masyarakat sudah mulai jenuh akan sinetron religi yang ditayangkan itu maka secara otomatis sinetron religi tersebut akan lenyap dengan sendirinya. Dalam hal ini citra pesantren hanya dijadikan sebuah kepentingan untuk memperoleh hasil yang besar.

²⁰ Afif Fusalhan, *Kapitalisme Medi Dan Komodifikasi Agam (Pesan di Balik Cerita Religi Pesantren dan Rock N’ Roll Season 3)*, Jurusan Sosiologi Agama Fakultas Ushuluddin Dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. 2014.

E. Kerangka Teori

1. Kapitalisme

Sistem kapitalisme yang berkembang pada awal abad 20 memberikan dampak luar biasa terhadap kehidupan sehari-hari, dan hal ini mengakibatkan ketimpangan kelas di dalam kehidupan masyarakat. Dari itu Weber mencoba mencari jalan keluar dari permasalahan tersebut. Sehingga kapitalisme tidak menjadi penyakit kronis dalam kehidupan ini. Dari itu penulis berpijak pada bukunya Max Weber yaitu *Etika Protestan dan Semangat Kapitalisme*. Melalui buku Weber inilah kapitalisme dan agama dikupas dan dibahas secara holistik dan mendalam. Di dalam buku tersebut, Max Weber beranggapan bahwa kapitalisme berawal dari etika Protestan yang mengajarkan untuk hidup hemat, rajin bekerja, disiplin sebagai bentuk pemujaan terhadap Tuhan.²¹ selain itu etika Protestan sangat ketat sekali terhadap hidup santai dan bersenang-senang karena hal itu muncullah semangat kapitalisme.

Weber mendefinisikan semangat kapitalisme ini sebagai sebuah kebiasaan yang menunjang pengejaran keuntungan ekonomi secara rasional. Kemudian dia juga menunjukkan bahwa semangat seperti itu adalah hal yang biasa dalam kebudayaan Barat bila di pandang sebagai sifat individual.²² Upaya individual yang dimaksud dalam hal ini adalah individual yang heroik. Demikian Weber menyebutnya tidak dapat dengan sendirinya membentuk suatu

²¹ Max Weber, *Etika Protestan dan Semangat Kapitalisme*, hlm. 60-63.

²² Max Weber, *Etika Protestan dan Semangat Kapitalisme*, hlm. 65-66.

tatanan ekonomi yang baru (kapitalisme). Kecenderungan-kecenderungan yang paling umum adalah keserakahan akan keuntungan dengan upaya yang minimal dan gagasan bahwa kerja adalah suatu kutukan dan beban yang harus dihindari khususnya ketika hasilnya melebihi dari kebutuhan untuk kehidupan yang sederhana. Seperti Weber tulis dalam esainya:

Agar suatu gaya hidup yang teradaptasi dengan sifat-sifat khusus dari kapitalisme... dapat mendominasi gaya hidup yang lainnya, ia harus muncul dari suatu tempat tertentu, dan bukan dalam pribadi-pribadi yang terpisah saja, melainkan sebagai suatu gaya hidup yang umum dari keseluruhan kelompok manusianya.²³

Itulah yang dimaksud Weber tentang semangat kapitalisme dalam bukunya yang berjudul *Etika Protestan dan Semangat Kapitalisme*. Dia dengan lantang mengatakan kalau kapitalisme bukanlah suatu hal yang dapat menyengsarakan rakyat, namun malah sebaliknya. Ini juga yang berada di dalam etika orang-orang Protestan, di mana hidup hemat, rajin bekerja, dan disiplin adalah sebagai bentuk pemujaan terhadap Tuhan. Benjamin Franklin, seorang yang sangat percaya kepada Tuhan mengungkapkan dalam autobiografinya dengan satu kutipan dari Injil, “lihatlah manusia yang tekun dalam pekerjaannya? Dia akan berdiri dihadapan raja-raja” (Amsal 22:23).²⁴

²³ <https://www.agama+dan+kapitalisme+menurut+weber> diakses 19 November 2014 Jam 10.00 WIB.

²⁴ Max Weber, *Etika Protestan dan Spirit Kapitalisme* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2006), Hlm. 28.

2. Komodifikasi

Kata komodifikasi mulai digunakan pada pertengahan tahun 1970-an. Komodifikasi didefinisikan sebagai “tindakan mengubah sesuatu atau memperlakukan suatu hal sebagai komoditas belaka; komersialisasi kegiatan, acara, dan lain sebagainya yang sebenarnya tidak komersial. Sedangkan Kitiarsa berpendapat bahwa komodifikasi berarti mengubah agama menjadi barang-barang yang dapat dijual, membawanya ke dalam berbagai skala dan cara transaksi pasar. Dari penjelasan tersebut, agama akan menjadi komoditas jika agama telah dijadikan sebagai barang untuk diperjualbelikan.²⁵ Komodifikasi dekat hubungannya dengan produk, sedangkan produksi erat sekali hubungannya dengan fungsi pekerjaannya, dan pekerja telah menjadi komoditas dan telah dikomoditaskan oleh para pemilik modal, yaitu dengan mengeksploitasi dalam pekerjaan. Maka jika membahas komodifikasi tidak akan lepas dengan yang namanya produk. Sedangkan produk media tidak pernah bisa dipisahkan dari proses produksinya. Proses produksi dan produk media selalu berada dalam satu garis lurus di mana kepentingan-kepentingan dalam institusi media bertarung di dalamnya.

²⁵ Elis Zuliati Anis, *Ala Iklan Komodifikasi Identitas Keislaman dalam Iklan di Televisi Indonesia*. Makalah dalam seminar (*Agama dan TV: Etika dan Problematika Dakwahtainment*, tanggal 9 Oktober 2013), hlm. 8-9. Lebih jelasnya baca: Kitiarsa Pattana (ED), *Religious Commodifications in Asia: Marketing Gods* (New York: Routledge. 2008), hlm. 1-12.

Tentunya kepentingan-kepentingan yang beradu dalam suatu institusi media akan sangat mempengaruhi pada setiap tahap pembuatan sebuah teks media. Mulai dari konsep produk, isu dan ideologi yang diangkat, genre, produksi, hingga pada pemilihan jam tayang siaran pada media penyiaran atau halaman pada media cetak. Dan yang terpenting dalam produksi teks media adalah pemilihan simbol atau tanda atau kode yang digunakan sebagai representasi dari kepentingan-kepentingan (ekonomi dan politik) serta ideologi-ideologi lainnya. Karena penggunaan simbol-simbol inilah maka teks media sendiri merupakan arena pertarungan makna yang menimbulkan praktik-praktik komodifikasi.²⁶

Beberapa pandangan para ahli yang mengasumsikan mengenai komodifikasi agama di antaranya, menurut Barker, komodifikasi sebagai proses yang diasosiasikan dengan kapitalisme. Obyek, kualitas dan tanda-tanda diubah menjadi komoditas, yaitu sesuatu yang tujuan utamanya adalah terjual dipasar. Komodifikasi dapat dikatakan gejala kapitalisme untuk memperluas pasar, meningkatkan keuntungan sebesar-besarnya dilakukan dengan membuat produk atau jasa yang disukai oleh konsumen.²⁷

²⁶ Morissan. *Manajemen Media penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi* (Jakarta: Kencana PrenadaMedia Group, 2009), hlm. 80-89.

²⁷ Zebrina Pradjnaparamita, "Komodifikasi tas belanja bermerek: Motivasi dan Identitas Kaum Shopaholic Golongan Sosial Menengah Surabaya" *Tesis*, Program Magister Kajian Sastra dan Budaya, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Airlangga, 2012, hal. 16.

Konsep berbeda mengenai komodifikasi, juga ditulis oleh Vincent Mosco dalam bukunya berjudul *“The Political Economy of Communication”*, komodifikasi merupakan pemanfaatan isi media dilihat dari kegunaannya sebagai komoditi yang dapat dipasarkan. Komodifikasi dapat diasumsikan sebagai proses transformasi barang dan jasa dari nilai gunanya menjadi komoditas yang berorientasi pada nilai tukarnya di pasar, karena nilai tukarnya berkaitan dengan pasar dan konsumen, maka proses komodifikasi pada dasarnya adalah mengubah barang/jasa agar sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Pada proses transformasi dari nilai guna menjadi nilai tukar, dalam media massa selalu melibatkan para awak media, khalayak pembaca, pasar, dan negara apabila masing-masing di antaranya mempunyai kepentingan.²⁸

Adapun bentuk-bentuk komodifikasi dalam ekonomi politik media menurut Vincent Mosco disadur dari tulisan Siti Permata Sari, *Komodifikasi Deteksi Convention; Mading 2D & 3D Championship 2K14*. Sebagai berikut:²⁹

1. *The Commodification of Content* (Komodifikasi Isi) merupakan proses perubahan pesan dari kumpulan informasi ke dalam system makna dalam wujud produk yang dapat dipasarkan. Dalam penjelasan lainnya disebut

²⁸ Isma Adila, *Spesialisasi dalam Ekonomi Politik Media*, Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 1, No. 1, April 2011, hlm. 93-95.

²⁹ Siti Permata Sari, *Komodifikasi Deteksi Convention; Mading 2D & 3D Championship 2K14*. Diss. UIN Sunan Ampel Surabaya, 2015, hlm. 30-34. Lebih lengkap baca: Vincent Mosco, *Political Economy of Communications*.

sebagai proses mengubah pesan dalam sekumpulan data ke dalam sistem makna sedemikian rupa sehingga menjadi produk yang bisa dipasarkan.

2. *Commodification of Audience* (Komodifikasi Khalayak) merupakan proses modifikasi peran pembaca/khalayak oleh perusahaan media dan pengiklan, dari fungsi awal sebagai konsumen media menjadi konsumen khalayak selain media. Pada proses ini, perusahaan media memproduksi khalayak melalui sesuatu program/tayangan untuk selanjutnya dijual kepada pengiklan. Terjadi proses kerja sama yang saling menguntungkan antara perusahaan media dan pengiklan, di mana perusahaan media digunakan sebagai sarana untuk menarik khalayak, yang selanjutnya dijual kepada pengiklan. Komodifikasi khalayak terbagi menjadi dua yaitu :

- a. Komodifikasi Instrinsik: merupakan proses ketika media melakukan pertukaran dengan rating. Komodifikasi ini melekat secara langsung dari program atau acara yang dibuat oleh media. Upaya untuk mengetahui karakteristik khalayak, dan keinginan spesifik dari masing-masing khalayak. Komodifikasi ini membutuhkan prosedur dan ukuran untuk menentukan secara akurat di semua tahapan produksi, pertukaran dan konsumsi. Rating sebagai satu-satunya tolok ukur dalam melihat keberhasilan sebuah program dalam industri pertelevisian. Rating menjadi alat untuk menilai content (teks/produk media) apakah ia layak dijual. Kelayakan ini ditandai dengan seberapa banyak pemasang iklan yang mampu ditarik dalam setiap penayangan program tertentu.

- b. Komodifikasi Ekstrinsik: merupakan proses komodifikasi yang terjadi dan mengalami perluasan melibatkan institusi pendidikan, pemerintah, budaya, telekomunikasi dan sebagainya. Komodifikasi ini memasukkan transformasi dari ruang umum menjadi kepemilikan privat seperti untuk mall dan sebagainya. Komodifikasi ini terutama diwujudkan lewat iklan-iklan komersial.
3. *Comodification of Labor* atau komodifikasi buruh merupakan transformasi proses kerja dalam kapitalisme, di mana keahlian dan jam kerja para pekerja dijadikan komoditas dan dihargai dengan gaji. Buruh merupakan kesatuan konsep dari pembuahan, atau kekuatan invasi, imajinasi dan pekerjaan desain dan pelaksanaan, atau kekuatan untuk melaksanakannya. Dalam proses komodifikasi, tindakan modal untuk memisahkan konsepsi dari eksekusi, keterampilan atau skill dari kemampuan untuk melaksanakannya.

Oleh karena itu dalam kajian Komodifikasi Agama dan kapitalisme ini sebenarnya bisa di dekati dengan berbagai perspektif dan teori, namun dalam hal ini penulis menggunakan teori tindakan sosialnya Max Weber karena dianggap paling komprehensif untuk membedah masalah Agama dan Kapitalisme ini, yaitu:

1. *Zwerk Rational* ialah tindakan sosial murni.
2. *Werkrational Action*, dalam tindakan sosial seperti ini aktor menilai apakah tindakannya adalah cara yang paling tepat atau lebih tepat mencapai suatu tujuan atau.
3. *Affectual Action*, tindakan sosial yang dibuat-buat.

4. *Tradisional Action*, adalah tindakan sosial yang berdasarkan pada kebiasaan-kebiasaan masa lalu. Peneliti melihat bahwa teori ini sangat representatif dijadikan sebagai pisau analisa dalam melihat persoalan Komodifikasi Agama dan Kapitalisme (Studi Weberian atas Fenomena Ustadz Selebritis).

F. Metode Penelitian

Metode memegang peranan penting dalam mencapai suatu tujuan, termasuk juga dalam suatu penelitian. Dalam penyusunan penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian Analisis Wacana yaitu studi tentang struktur pesan atau mengenai aneka fungsi bahasa (*Pragmatik*).³⁰ Analisis wacana tidak hanya mengetahui isi teks, tetapi bagaimana pesan itu disampaikan lewat kata, frase, kalimat, dan metafora yang disampaikan. Analisis wacana bisa melihat makna yang tersembunyi dari suatu teks. Analisis wacana lebih melihat kepada bagaimana isi pesan yang akan diteliti³¹.

³⁰ Alek Sobur, *Analisis Teks Media, Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik dan Analisis Framing* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2001), hlm. 68.

³¹ Alek Sobur, *Analisis Teks Media*, hlm. 68.

Metode yang dilakukan oleh penulis adalah metode analisis wacana model Teun A Van Dijk, penelitian wacana tidak hanya tergantung pada teks saja namun bagaimana suatu teks itu diproduksi. Menurut Van Dijk, teks bukan sesuatu yang datang dari langit bukan juga dari ruang yang hampa. Melainkan teks dibentuk dalam suatu praktik diskursus dan suatu praktik wacana.

Analisis wacana model Van Dijk mempunyai kelebihan dari analisis wacana lainnya. Kelebihan analisis ini adalah bahwa analisis wacana tidak hanya semata-mata menganalisis teks saja. Namun ia juga melihat bagaimana struktur sosial, dominasi dan kelompok kekuasaan yang ada dalam masyarakat dan bagaimana pikiran dan kesadaran yang membentuk dan berpengaruh dalam teks tertentu³². Model wacana Teun A Van Dijk mengutamakan tiga dimensi, yaitu: *teks*, *kognisi sosial*, dan *konteks sosial*. Dan inti tiga dimensi model analisis Van Dijk ini adalah menggabungkan ketiga dimensi wacana tersebut kedalam satu kesatuan analisis.

Dan yang perlu digaris bawahi dari metode analisis wacana ini adalah analisis wacana berbeda dengan analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif lebih menekankan pada pertanyaan “apa” (*what*), sedangkan analisis wacana lebih melihat kepada pertanyaan “bagaimana” (*how*) dari sebuah wacana (cerita,

³² Eriyanto, *Analisis Wacana, Pengantar Analisis Teks Media* (Yogyakarta: LKIS, 2001), hlm. 224.

teks atau kata) kemudian disusun dan dikemas sedemikian rupa hingga menghasilkan suatu kalimat atau paragraf.

2. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah *Kata Ustadz Silmed*, yang tayang di SCTV setiap Selasa sampai Minggu pada pukul 04.00-04.30 WIB. Sedangkan objek dalam penelitian ini yaitu fokus pada pesan yang terdapat dalam acara keagamaan yang bertajuk *Kata Ustadz Solmed* dan wacana komodifikasi agama dan kapitalisme dalam acara keagamaan tersebut.

3. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang sesuai dengan permasalahan yang disusun angkat, maka diperlukan teknik atau cara tertentu yang relevan dengan tema yang disusun angkat. Dengan penelitian ini, teknik yang akan digunakan oleh penyusun adalah:

- a) Observasi, yaitu peninjauan secara cermat terhadap subjek penelitian. Dalam hal ini, peneliti melakukan observasi terhadap acara-acara keagamaan di televisi. Objeknya yaitu wacana yang diangkat dalam tayangan *Kata Ustadz Solmed*.
- b) Dokumentasi

Metode ini digunakan untuk memperoleh data yang dilakukan dengan cara mencatat dokumen-dokumen beberapa catatan tertulis dan literature yang koheren dan yang berhubungan dengan tema penelitian.

c) Analisis Data

Analisis data merupakan upaya mencari dan menata secara sistematis catatan hasil observasi dan olahan bahan pustaka untuk meningkatkan pemahaman peneliti terhadap apa yang diteliti. Kemudian dipelajari dan mengadakan reduksi secara mendalam tentang pemikiran Max Weber dalam membaca kapitalisme dan kaitannya dengan komodifikasi agama.

G. Sistematika Pembahasan

Supaya mempermudah dalam memahami dan membahas permasalahan yang diteliti. Maka penyusun membuat atau menggunakan sistematika pembahasan yang terdiri dari empat bab:

Bab 1 yaitu pendahuluan yang menjelaskan dan memaparkan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II yaitu membahas tentang ihwal Ustadz Solmed, kiprah Ustadz Solmed di televisi, dan kasus-kasus yang dialami Ustadz Solmed.

Bab III yaitu membahas tentang komodifikasi dalam acara religi di televisi, pergeseran acara dakwah ke komodifikasi dan bentuk-bentuk komodifikasi agama.

Bab IV yaitu membahas tentang komodifikasi agama dalam tayangan *Kata Ustadz Solmed* menurut perspektif teori tindakan sosial Max Weber, Ustadz Solmed dan praktek komodifikasi agama, Implikasi kapitalisme media terhadap karir Ustadz Solmed.

Bab V yaitu merupakan bagian penutup yang berisi tentang penutup, kesimpulan, saran dan daftar pustaka.



BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Dalam pembahasan bab-bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan bahwa: *Pertama*, bentuk-bentuk komodifikasi agama dalam tayangan *Kata Ustadz Solmed* adalah: (1) Subjek prioritas, subjek prioritas dalam acara ini adalah Ustadz Solmed. Dengan *display* wajah yang tampan disertai penampilan yang nampaknya kharismatik, ia mampu memerankan sosok ulama berkarakter yang bertanggung jawab terhadap umatnya. Tentu saja, ihwal semacam ini menggiurkan awak media (utamanya televisi) karena sosok Ustadz Solmed yang demikian itu berpotensi menjadi idola masyarakat. Oleh karena itu, Ustadz Solmed sangat relevan dengan kepentingan intrinsik media.

Padahal, jika kita menyadari, masih banyak Ustadz lain yang karakteristik lebih kompatibel daripada Ustadz Solmed, baik dari segi pengetahuan keagamaannya maupun kharismanya. (2) Adanya selingan, dalam acara *Kata Ustadz Solmed* ini juga terdapat selingan yang membuat penonton tidak jenuh. Selingan dalam acara ini adalah adanya nyanyian yang diiringi lagu-lagu religi di awal acara dan di akhir acara. Selingan semacam ini kian menguatkan unsur komodifikasi dalam acara *Kata Ustadz Solmed*. Karena sejatinya, laku dakwah tidak memerlukan selingan semacam itu. Akan tetapi, ketika acara dakwah ditayangkan di televisi, selingan menjadi keistimewaan sendiri yang (mungkin) mampu mengobati kejenuhan para audien saat acara akan dan sedang berlangsung.

(3) Kerap mendatangkan artis/aktris populer guna memperluas cakupan pembahasan tema di tiap penayangannya. Adapun artis/aktris yang diundang biasanya disesuaikan dengan tema yang diusung dalam tiap penayangan. Jika temanya tentang keluarga, maka diundanglah artis/aktris yang rumah tangganya dapat dijadikan contoh. Jika tentang persahabatan, maka diundanglah artis/aktris yang pola persabihatannya dapat diteladani. Demikian seterusnya.

Dari fenomena ini, penulis berasumsi bahwa di balik upaya mendatangkan *public figure* itu, terdapat kepentingan komodifikatif yang amat kentara. Ada beberapa alasan yang agaknya bisa dikemukakan dari pengundangan artis/aktris tersebut. *Pertama*, agar suasana acara menjadi lebih heboh. Karena dengan kedatangan figur publik, acara tersebut akan menjadi lebih eksplosif berkat daya persuasif yang inheren dalam diri figur tersebut. *Kedua*, mengantisipasi kevakuman. Ketika suasana acara dirasa akan vakum atau tidak menarik, Ustadz Solmed akan secara spontan melayangkan pertanyaan terhadap si artis/aktris agar kondusifitas acara tetap berlangsung. *Ketiga*, menarik penonton. Tentu saja, kedatangan artis/aktris (apalagi dari kalangan papan atas) berimplikasi besar terhadap daya tarik penonton. Ketika seorang aktris, sebut saja Revalina S. Temat, dapat didatangkan ke acara *Kata Ustadz Solmed*, maka individu-individu yang merasa menjadi bagian dari Revalina – para penggemarnya – akan berusaha keras untuk menonton acara *Kata Ustadz Solmed*.

Pada titik tertentu, hal ini jelas menguntungkan media. Sebab, semakin banyak penonton semakin banyak pula peluang meraup laba yang besar dan

semakin tinggi rating penayangan. (4) Menggunakan *yel-yel*. Tidak seperti pagelaran dakwah pada umumnya, acara-acara dakwah yang ditayangkan di televisi, khususnya acara *Kata Ustadz Solmed*, menggunakan *yel-yel* sebagai instrumen guna menambah kehebohan acara. Pada saat yang sama, menurut penulis, hal ini justru malah menambah kesan bahwa acara *Kata Ustadz Solmed* bukan acara dakwah semata, melainkan lebih ke dakwahtainment. Dakwah yang menghibur.

Tentu saja, hal ini tidak melanggar norma atau membelot dari aturan dakwah dalam Islam, akan tetapi, format acara dakwah yang demikian itu sangat terkesan komodifikatif. Beruntung jika yang diunggulkan adalah unsur dakwahnya, bukan sebaliknya. (5) pembatasan peserta. Jika kita melihat acara *Kata Ustadz Solmed*, akan kita temukan suasana yang begitu kondusif dengan konsep acara yang demikian matang. Sekilas, kita bisa bersasumsi bahwa kondusivitas tersebut tercipta karena acara tersebut adalah acara dakwah. Akan tetapi, jika kita cukup teliti, kondusivitas tersebut nampaknya tercipta karena jumlah audien yang sedikit. Jumlah audien yang sedikit itu tentunya disebabkan oleh pemberlakuan pembatasan peserta ke lokasi acara. Hal ini jelas sekali berbeda dengan dakwah pada umumnya.

Acara dakwah yang biasanya dihadiri oleh ribuan orang kini hanya dihadiri oleh beberapa orang saja. Itu pun yang hadir hanya undangan. Ihwal penyebaran nilai-nilai keagamaan yang mestinya diperuntukkan bagi masyarakat luas justru dibatasi dengan hanya mengundang segelintir orang dari beberapa lembaga

tertentu di tiap sesinya. Pemberlakuan pembatasan peserta ini tentu tidak salah dan bukan kendala bagi seseorang untuk mendapat siraman rohani. Pembatasan tersebut sifatnya temporal. Sebab di zaman ini, zaman di mana akses informasi tidak bisa lagi dibatasi, bukan hal rumit untuk menonton acara dakwah semacam *Kata Ustadz Solmed*, baik itu via televisi maupun internet.

Kedua, komodifikasi agama dalam perspektif teori tindakan sosial Max Weber adalah tindakan sosial yang dilakukan oleh para pemilik modal untuk memodifikasi dan memproduksi acara-acara religi merupakan tindakan yang oleh Weber disebut dengan tindakan rasional instrumental yaitu suatu tindakan yang memperhatikan efektifitas dan efisiensi. Kata efisiensi inilah sebenarnya merupakan unsur terpenting dalam kapitalisme.

Kemudian Weber pernah berujar, bahwa waktu adalah uang, jadi bagi seseorang yang membuang-buang waktunya sehari-hari bukan hanya tidak mendapatkan penghasilan tetapi juga telah membuang-buang uang. Diktum yang dikemukakan Weber ini selaras dengan kenyataan di balik acara-acara religi, iklan yang menghiasi acara religi di televisi merupakan penghasilan bagi kaum kapitalis. Sehingga tak pelak para pemilik stasiun televisi saling berlomba-lomba memodifikasi acara religinya untuk dapat berburu uang dengan cepat. Yang jelas jika acara itu menarik, maka iklan akan dengan sendirinya akan berdatangan.

Bukan hanya itu, Weber juga menyatakan bahwa efisiensi dan efektifitas tergantung pada surplus dan populasi. Artinya para pemilik televisi akan terlebih dahulu mempertimbangkan acara religinya untuk di tayangkan di hadapan

masyarakat. Karena masyarakat akan menilai acara tersebut, pada dimensi yang lain para pemilik stasiun televisi juga mempertimbangkan Ustadz yang akan menjadi pemandu dalam acara-acara religi. Karena pada dasarnya menarik atau tidak menariknya acara religi tergantung pada siapa Ustadz yang membawakannya. Maka dalam permasalahan ini para pemilik televisi tidak sembarangan memilih Ustadz-ustadzahnya, bagi mereka (para pemilik televisi) tidak penting Ustadz-Ustadzahnya pintar ilmu agamanya atau tidak, yang terpenting Ustadz-Ustadzahnya itu mempunyai daya jual.

B. SARAN-SARAN

1. Kepada Produser (House Production)

Bagi produser hendaklah memproduksi sebuah acara religi, khususnya acara dakwah lebih netral dan tidak berpihak pada suatu pihak yang menguntungkan para pemilik modal. Acara dakwah merupakan sebuah gambaran di mana masyarakat merasa butuh akan siraman rohani, oleh karena itu produser sebaiknya menampilkan secara jujur dan apa yang masyarakat butuhkan, tanpa harus memasukkan suatu propaganda atau makna-makna yang terselubung yang tujuannya hanya menguntungkan salah satu pihak, karena dakwah pada hakikatnya adalah pembelajaran bagi masyarakat.

2. Kepada para Ustadz-Ustadzah

Bagi para Ustadz-Ustadzah hendaknya menyampaikan dakwahnya sesuai dengan ajaran agama islam yang bersumber pada Al-qur'an dan Hadist, dan

diharapkan juga memiliki dasar pendidikan pesantren, agar apa yang disampaikan tidak mengada-ada dan memang benar dengan ajaran Al-qur'an dan Hadist. Juga biar tidak hanya menjadi sebuah tontonan saja namun juga menjadi tuntunan bagi masyarakat luas.

3. Kepada Masyarakat (Penonton)

Bagi masyarakat luas hendaknya agar lebih cermat dalam memahami makna yang ada dalam sebuah acara religi khususnya acara-acara dakwah. Supaya nantinya dapat memahami pesan yang positif dari acara religi tersebut, oleh karena itu masyarakat diharapkan lebih memilih dan memilah mana tayangan yang bermanfaat dan mana yang kurang bermanfaat. Jadilah penikmat media yang kritis dan cerdas, dalam menerima informasi.

4. Kepada Mahasiswa

Dalam segi akademik, harapan penulis khususnya kepada jurusan Perbandingan Agama Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam, semoga skripsi ini dapat dijadikan suatu informasi dan pengetahuan yang pada dasarnya memperkaya diri dengan berbagai wacana dan pengetahuan khususnya dalam bidang agama dan media.

DAFTAR PUSTAKA

A. BUKU

- Andreski, Stanislav, *Max Weber; Kapitalisme, Birokrasi dan Agama*, Yogyakarta: Tiara Wacana, 1989.
- Althusser, Louis, *Tentang Ideologi*, Yogyakarta: Jalasutra, 2008.
- Baudrillard, Jean, *Masyarakat Konsumsi*, Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2009.
- Bagus, Lorens, *Kamus Filsafat*, Jakarta: Gramedia, 1996.
- Burton, Greame, *Yang Tersembunyi di Balik Media Pengantar Kepada Kajian Media*, Yogyakarta: Jalasutra, 2008.
- Eriyanto, *Analisis Wacana, Pengantar Analisis Teks Media*, Yogyakarta: LKIS, 2001.
- Ebenstain, William, *Isme-isme yang Mengguncang Dunia*, Yogyakarta: Penerbit Narasi, 2006.
- Eriyanto. *Analisis Freming: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*, Yogyakarta: LKIS 2007.
- Fiske, Jhon, *Memahami Budaya Populer*, Yogyakarta: Jalasutra Anggota IKAPI, 2011.
- Giddens, Anthony, *Kapitalisme dan Teori Sosial Modern suatu Analisis terhadap Karya Tulis Marx, Durkhiem dan Max Weber*, Jakarta: UI Press, 1986.
- Gymnastiar, Abdullah, *Menuju Keluarga Sakinah*, Bandung: Khas MQ. 2005.
- Halim, Syaiful, *Postkomodifikasi Media*, Yogyakarta: Jalasutra 2013.
- Hamad, Ibnu, *Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa*, Jakarta: Yayasan Obor, 2004.
- Kuntowijoyo, *Budaya dan Masyarakat*, Yogyakarta: Tiara Wacana, 1987.
- Kellner, Douglas, *Budaya Media: Cultural Studies, Identitas, dan Politik antara Modern dan Postmodern*, Yogyakarta: Jalasutra, 2010.

- Kristeva, Nur Sayyid Santoso. *kapitalisme, Negara dan Masyarakat*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar 2015.
- Kitiarsa, Pattana (Ed), *Religious Commodification in Asia: Marketing Gods*, London: Routledge, 2008.
- Lull, James, *Media Komunikasi Kebudayaan: Suatu Pendekatan Global*, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 1998.
- Lukmantoro, *Rating Televisi: Komodifikasi, Estetika dan Standardisasi Selera*, (Yogyakarta: FISIP Unika Atma Jaya, 2004.
- Morissan, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi*, Jakarta: Kencana Prenada, 2009.
- McQuail, Denis. *Mass Communication Theories*, Fourth Edition. London: Sage Publication, 2000.
- N. Fairclough, *The Critical Discourse Analysis: The Critical Study Of Language*, London: Longman, 1995.
- Erica L. Panjaitan dan TM. Dani Iqbal, *Matinya Rating Televisi*, Jakarta: Yayasan Obor, 2006.
- Piliang, Yasraf Amir, *Dunia Yang Dilipat, Tamasya Melampaui Batas-Batas Kebudayaan*, Bandung: Matahari, 2011.
- Prajarto, Y. A. Nunung, *Komunikasi, Negara, dan Masyarakat*, Yogyakarta: Fisipol UGM, 2004..
- Ritzer, George, *Sosiologi Ilmu Pengetahuan Berparadigma Ganda*, Jakarta: Rajawali Press, 2007.
- Raharjo, Tri Sosilo, *Sisi kelam pertelevisian Indonesia* Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2011.
- Sudrajat, Ajat, *Etika Protestan dan Kapitalisme Barat, Relevansinya dengan Islam Indonesia*, Jakarta: Bumi Aksara, 1994.
- Soros, George, *Krisis Kapitalisme Global*, Yogyakarta: Penerbit Qalam, 2002.
- Sobur, Alek, *Analisis Teks Media, Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik dan Analisis Freming*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2001.

- Syaputra, Iswandi, *Rezim Media*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013.
- Setyowati, Anis, *Media-media pembunuh masyarakat*, Jakarta: Buku Litera, 2010.
- Sutisno P.C.S., *Pedoman Praktis Penulisan Skenario Televisi dan Video*, Jakarta: PT Grasindo, 1993.
- Sudibyo, Agus, *Ekonomi Politik Media Penyiaran*, Yogyakarta: LKiS, 2008.
- Syah, Sirikit, *Media Massa Di Bawah Kapitalisme*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1999.
- Stokes, Jane, *How To Do Media And Cultural Studies*, Yogyakarta: Bentang, 2006.
- Tofler, Alvin, *future Shock*, Wasington: Bantam Books. 1970.
- Uchijana Effendy, Onong, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, cet ke-3 Bandung: PT. Itra Aditya Bakti, 2003.
- Weber, Max, *Etika Protestan dan Spirit Kapitalisme*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2006.

B. WEBSITE

- <https://agama+dan+kapitalisme+menurut+weber> di akses 19 November 2014 jam 20.15 WIB.
- <http://artikelpengusahamuslim.blogspot.co.id/2013/06/mengeanal-Ustadz-gaul-solmed-biografi.html> akses 11 januari 2016 jam 08. 13 WIB.
- <http://saryadinilan.blogspot.co.id/2011/09/7-Ustadz-beken.html> diakses 11 januari 2016 jam 08. 14 WIB.
- <http://www.kumpulberita.com/2011/08/profil-Ustadz-soleh-mahmoed-ust-solmed.html> diakses 11 januari 2016 jam 08. 16 WIB.
- <http://www.kapanlagi.com/showbiz/selebri/kisah-lebaran-masa-kecil-ustad-solmed-326bc4.html> akses 21 februari 2016 jam 13.35 WIB.
- <http://www.tribunnews.com/seleb/2011/09/30/ustad-solmed-pernah-jualan-pisang-goreng> Akses tanggal 09 feb 2016 jam 14-21 WIB.
- <http://helloskyblu.blogspot.co.id/2011/02/sinetron-pesantren-rock-n-roll-mula.html> diakses tanggal 12 Januari 2016 jam 08. 03 WIB.

<https://rinaldimunir.wordpress.com/2011/11/30/ustad-ustad-muda-di-tv-yang-bikin-nek/> diakses tanggal 12 Januari 2016 jam 08. 04 WIB.

<https://www.youtube.com/watch?v=QEXvxXh-XSo> diakses pada tanggal 21 februari 2016 jam 21.32 WIB.

<https://id-id.facebook.com/kata.Ustadz.solmed/timeline> diakses pada tanggal 22 januari 2016 jam 19.00 WIB.

<http://oktavita.com/Ustadz-solmed-selingkuh-dari-dewi-yulianti.htm> diakses pada tanggal 25 januari 2016 jam 13.35 WIB.

<http://jadwaltvterlengkap.blogspot.com>. Diakses 20 januari 2016. Jam 09.43 WIB.

<http://www.alkhoirot.net/2012/07/definisi-Ustadz.html> diakses 20 Februari 2016 jam 09. 24 WIB.

<http://ugm.ac.id/id/berita/8306-konten.dakwah.di.televisi.dikritisi> diakses pada tanggal 12 januari 2016 jam 14.43 WIB.

<http://www.fimadani.com/beda-selebritis-kiayi-Ustadz-ulama-dan-mufti-menurut-Ustadz-ahmad-sarwat>. Senin 18 januari 2016 jam 09.15 WIB.

<http://www.datdut.com/dai-selebriti/> Senin 18 januari 2016 jam 09.20 WIB.

C. LAIN-LAIN

Afif Fusalhan, *Kapitalisme Medi dan Komodifikasi Agama (Pesan di Balik Cerita Religi Pesantren dan Rock N' Roll Season 3)* Jurusan Sosiologi Agama Fakultas Ushuluddin Dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. 2014.

Aris Saefulloh, *Dakwahtainment: Komodifikasi Industri Media Di Balik Ayat Tuhan*. Dalam Jurnal Komunika, Jurnal Dakwah dan Komunikasi. STAIN Puewokerto, Vol.3 No.2 Juli-Desember 2009.

Buletin gaulislam terbit pada 02 september 2013.

Greg Fealy and Sally White. 2008. *Consuming Islam : Commodified Religion and Aspiration Pietsm in Contemporary Indonesia*, 2008.

Nurhasanah, Sulistiani, *Komodifikasi Agama Islam dalam Iklan Televisi Nasional*, Jurusan Sejarah Kebudayaan Islam Fakultas Adab dan Ilmu Budaya UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2014.

- Moh Syafii Zamzami, *Komodifikasi Agama dalam Iklan Televisi (Analisis Semiotika Roland Barthes Terhadap Iklan Ekstra Joss Versi “Jiwa Laki Berani Berkurban”)*, Jurusan Ilmu Komonikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. 2013.
- Sugono, Dendy, *Tasaurus Alfabetis Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, Bandung: Mizan, 2009.
- Isma Adila, *Spesialisasi dalam Ekonomi Politik Media*, Jurnal Ilmu Komonikasi, Vol. 1, No. 1, April 2011.
- Vincent Mosco, *Political Economy of Communications*, dikutip dari tulisan Siti Permata Sari, *Komodifikasi Deteksi Convention; Mading 2D & 3D Championship 2K14*. Diss. UIN Sunan Ampel Surabaya, 2015.
- Vincet Mosco, *Current Trends in The political economy of communication*, (Global Media Journal-Canadian Edition, Volume 1, Issue 1, 2008.
- Widodo Muktiyo : *Globalisasi Media : Pusaran Imperialisme Budaya*. Jurnal Komunikasi Massa Vol 3 No 2 Juli 2010.
- Zebrina Pradjnaparamita, Tesis, *Komodifikasi tas belanja bermerek: Motivasi dan Identitas Kaum Shopaholic Golongan Sosial Menengah Surabaya*, Program Magister Kajian Sastra dan Budaya, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Airlangga, 2012.
- Zuliaty Anis Elis, *Ala Iklan Komodifikasi Identitas Keislaman dalam Iklan di Televisi Indonesia*. Makalah dalam seminar (*Agama dan TV: Etika dan Problematika Dakwahtainment*, tanggal 9 Oktober 2013.

LAMPIRAN

- **Twitter Ustadz Solmed**

Sindiran Ustadz Solmed dalam akun *Twitternya*:

“lihat saja apa yang mereka lakukan? Mereka kirimkan vidio provokatif kepada masyarakat Indonesia, tokoh Indonesia, Ustadz Indonesia, biar kita pecah”.

“anda tahu komonis? Tidak tahu di mana mereka berada, kita tidak tahu dalam kedok apa mereka sekarang, buat mereka yang penting kita pecah”.

“soal Hongkong saya sudah anggap clear, terserah mereka mau mencaci dan memfitnah saya, hasbunallah wa ni'mal waqil”.

“kita tidak tahu siapa yang berada dibalik ‘mereka’ berhati-hatilah wahai saudaraku, mereka di sana tepuk tangan sedangkan di sini kita tepuk jidat”.

- **Surat Rihanu Alifa TKI Hongkong**

Isi surat dari salah satu TKI Hongkong yang merasa tersinggung dari status Ustadz Solmed di *Twitternya*.

Kepada Yth :

Ustaz Solmed

Ustaz Solmed yang terhormat, saya adalah salah satu TKI Hong Kong yang terluka dengan pernyataan ustaz di twitter yang mencurigai kami (TKI Hong Kong) sebagai

jaringan dari komunis. Saya (masih) memaklumi jika ustaz memasang tarif saat diundang untuk berceramah.

Itu hak ustaz. Pun, saya juga mengerti jika ustaz membela diri ketika ustaz dituding menaikkan tarif saat diminta ceramah di Hong Kong, terlepas dari benar atau tidaknya argumen yang Ustadz sampaikan. Namun, ketika Ustadz "berkicau" di twitter dengan menyatakan kecurigaan bahwa TKI Hong Kong merupakan bagian dari jaringan komunis, maka saya sebagai bagian dari TKI Hong Kong merasa terluka, teriris hati saya mendengar hal ini.

Saya suka menulis, saya menyampaikan hal ini melalui tulisan dan mem-broadcastnya di sosmed bukan untuk mencari sensasi, apalagi popularitas. Ini adalah suara hati saya. Sedih tak terkira saya melihat seorang Ustadz "memerangi" saudara seagamanya dengan bersenjatakan media.

Miris, melihat dan mendengar pemberitaan beberapa media yang menurunkan berita timpang (tidak balance, hanya memaparkan berita dari pihak Ustadz Solmed, tidak berusaha melakukan cross check dengan pihak EO di Hong Kong).

Secara pribadi, saya tidak ada dendam dengan Ustadz. Saya pertama kali melihat ustaz melalui tayangan sinetron di televisi (saya lupa judulnya). Tayangan itu saya saksikan melalui internet. Saya bukan pecinta sinetron, hanya saja saya tertarik menyaksikan sinetron tersebut karena ada Maher Zain yang ikut syuting di dalamnya (sewaktu dia berkunjung ke Indonesia).

Sebagai TKI Hong Kong, saya memang mengikuti perkembangan konflik Ustadz dengan salah satu event organizer (EO) di Hong Kong yang mengundang Ustadz

untuk berceramah. Namun, saya tak ikut ambil pusing.

Saya bukan bagian dari EO tersebut, dan (tadinya) saya pikir, perselisihan Ustadz dengan EO tersebut dapat menemui titik temu (damai). Tetapi, semakin lama, Ustadz semakin membuat pernyataan yang tidak-tidak, bahkan cenderung memfitnah. Di infotainment, Ustadz menyebut angka Rp150 juta yang bakalan dikeruk oleh EO di Hong Kong dari penjualan tiket masuk yang dijual kepada para jamaah.

Izinkan saya bertanya, dari mana ustaz dapatkan angka fantastis tersebut?

Hampir tujuh tahun saya di Hong Kong dan selama empat tahun terakhir ini saya berkecimpung dalam organisasi yang kadang menjadi EO suatu acara dengan mengundang bintang tamu artis dari Indonesia.

Sedikit banyak, saya tahu seluk-beluk penyelenggaraan acara di Hong Kong. Untuk gedung di Sheung Wan yang rencananya akan dipakai untuk acara yang sedianya akan Ustadz hadir tersebut, setidaknya sudah tiga kali saya memasukinya.

Gedung tersebut merupakan ruangan berbentuk L yang kapasitasnya (menurut pengamatan orang awam seperti saya), hanya muat untuk 500 orang (itu juga kalau dijejat-jejat).

Jika tiket masuk dijual seharga 50 (Hong Kong dolar), dan pengajian diadakan dua sesi, maka hasil dari penjualan tiket adalah : $50 \times 1000 \text{ orang} = 50.000$ (Hong Kong dolar).

Kurs saat ini : HK\$ 1 = Rp. 1300 (kurang lebih, karena kurs naik turun). Jadi, jika ustaz menyebut angka 150 juta rupiah, maka saya katakan hal tersebut adalah AJAIB (kalau tak mau dikatakan OMONG KOSONG).

Lagipula, angka HK\$50. 000 itu dengan asumsi bahwa tiket terjual habis (sold out).*

Pada kenyataanya, tidak semua tiket bisa terjual habis.

Dan uang sejumlah itu bisa dikatakan sangat pas-pasan untuk membiayai sebuah acara di Hong Kong. Ini berdasarkan pengalaman saya selama bergelut dalam organisasi Forum Lingkar Pena Hong Kong.

Perlu ustaz ketahui, pengajian di Hong Kong dengan menjual tiket (entah itu HK\$20, 50, atau 100) itu sudah lazim di kalangan tenaga kerja Indonesia di Hong Kong ini.

Di Hong Kong ini, memakai mesjid atau gedung TIDAK BISA GRATIS. Minimal perlu HK\$ 4.000 untuk sewa satu gedung (ini harga sewa gedung di pelosok, kalau di pusat kota minimal bisa dua kali lipatnya).

Belum lagi sewa sound systemnya (tidak mungkin 'kan Ustadz teriak-teriak atau lari sana-sini agar suara Ustadz dapat didengar oleh jamaah yang hadir).

Harga sewa sound system bisa berkisar HK\$ 5.000 ke atas. Belum lagi ditambah biaya pembelian tiket pesawat untuk Ustadz dan manajer Ustadz, biaya hotel, konsumsi, transportasi, dll. Jika pun acara dilaksanakan di tempat terbuka, seperti lapangan Victoria Park, itu juga harus ada izin dari pengelolanya.

Setidaknya, penyelenggara acara harus membayar uang asuransi pada pengelola taman jika ingin menggunakan area tersebut. Hal ini saya ketahui saat mencari info tentang penggunaan lapangan rumput dan tenda putih atas Victoria Park.

Dan lebih fantastis lagi, sound system kalau untuk outdoor seperti di lapangan Victoria Park, harga sewanya bisa mencapai belasan juta rupiah. Jadi, jika Ustadz mengatakan bahwa dakwah Ustadz dijadikan lahan bisnis oleh EO di Hong Kong,

saya sangat meragukan hal ini.

Karena, yang saya tahu, jika pun acara pengajian itu memperoleh keuntungan dari penjualan tiket serta dana dari kotak amal (yang diedarkan saat pengajian berlangsung), maka dana tersebut tidak akan masuk ke kantong panitia penyelenggara, melainkan disumbangkan ke Indonesia, entah itu untuk pembangunan masjid, pesantren, dll.

Mengenai hal ini, mungkin ustaz bisa bertanya pada EO yang mengundang ustaz, berapa pondok pesantren yang sudah mereka biayai dari uang sisa yang didapat dari acara pengajian yang mereka adakan.

Ustadz akan lebih tercengang lagi, jika melihat fakta bahwa begitu banyak mujahidah di Hong Kong ini yang rela berpanas-hujan menjual majalah, meminjamkan buku melalui perpustakaan lesehan, menjual buku, dll demi mendapat keuntungan 1 atau 2 dolar yang mereka kumpulkan untuk kemudian disumbangkan ke Indonesia.

Bayangkan, mereka rela berlelah-lelah di hari yang seharusnya menjadi hari libur mereka. Saya sendiri pun pernah mengalaminya, menggeret-geret koper besar berisi buku-buku untuk dipinjamkan.

Uang penyewaan buku hanya numpang lewat di tangan saya, untuk kemudian disumbangkan ke Indonesia. Jika Ustadz mengatakan bahwa seluruh biaya yang saya sebutkan itu (tiket pesawat, hotel, dll) sudah ditanggung oleh sponsor, maka silakan disebutkan siapa saja sponsor acara tersebut, berapa banyak uang yang mereka berikan sehingga bisa mengcover seluruh biaya tersebut?

Setahu saya, untuk satu event semisal pengajian, 3 atau 4 sponsor saja itu belum tentu ada, karena kini semakin banyak organisasi TKI di Hong Kong, banyak acara yang bisa mereka pilih untuk didukung.

Satu sponsor saja, biasanya member support materi yang tidak begitu banyak, sekitar HK\$500 – HK\$ 2.000, sangat jauh untuk bisa menutup biaya-biaya yang harus dikeluarkan.

Saya berbicara berdasarkan fakta. Menurut pengalaman saya dalam mencari dana dari sponsor, kadang dana dari sponsor tidak diberikan dalam bentuk tunai, tapi berupa barang yang harus dijual, jadi tidak berbentuk cash money.

Well, dua pertanyaan itu (dari mana angka 150 juta itu Ustadz dapat dan sponsor mana yang mau mendanai penuh acara yang akan Ustadz hadiri), akan membuktikan kebenaran dari ucapan Ustadz.

Mari bicara fakta, atau diam jika hanya menimbulkan fitnah, menyakiti kami (TKI Hong Kong) yang Ustadz sebut sebagai “saudara”. Sekali lagi, saya sangat maklum jika benar Ustadz memasang tariff dan meminta fasilitas ini-itu pada panitia. Saya juga tidak menyalahkan jika Ustadz (mungkin) berbohong di media untuk menjaga reputasi Ustadz. Itu manusiawi.

Silakan saja, dosa ditanggung Ustadz sendiri. Namun, jika konfliknya melebar sampai Ustadz koar-koar di twitter dengan menyatakan kecurigaan bahwa TKI Hong Kong adalah jaringan dari komunis, itu sudah keterlaluan.

Curiga boleh saja, tapi tak harus berkicau di sosmed tanpa fakta, tanpa tabayyun, karena itu semua akan menjadi fitnah yang lebih kejam dari pembunuhan.

Untuk media-media di Indonesia Di Indonesia, mungkin nama Ustadz Solmed sangat layak jual. Sehingga otomatis, berita yang menyangkut dirinya akan menarik bagi masyarakat.

Namun, setahu saya setiap berita yang diturunkan haruslah berimbang, tidak boleh hanya dari satu sisi saja. Meskipun narasumber berita jauh, wartawan harus tetap mengusahakan untuk mewawancarainya meski hanya melalui saluran telepon.

Jika si narasumber tidak dapat dihubungi, maka hal tersebut juga harus disampaikan kepada masyarakat, bahwa si wartawan sudah berusaha menghubungi, namun hingga saat berita diturunkan, narasumber belum memberikan jawaban.

Silakan menghubungi dan mewawancarai langsung EO yang mengundang Ustadz Solmed ke Hong Kong, agar berita yang disampaikan pada masyarakat tidak berat sebelah, dan tidak lebay (saya pernah melihat tayangan infotainment yang menampilkan media yang memuat berita dengan judul “Astaga, tarif Ustadz Solmed 150 juta”.

Menurut saya judul tersebut sangatlah lebay karena angka 150 juta tersebut bukan tarif yang dipatok sang Ustadz, melainkan angka perkiraan sang Ustadz dari penghitungan penjualan tiket yang dijual oleh panitia). Memang, judul bombastis bisa menaikkan berita, tapi akan merugikan media sendiri jika judul tak sesuai dengan isi. Akibatnya, bukan tidak mungkin media yang seperti itu akan kehilangan kepercayaan dari masyarakat yang berimbas pada kematian media itu sendiri.

TKI di Hong Kong mudah dijumpai di jejaring social Facebook. Itulah mengapa, ketika Ustadz Solmed koar-koar di Twitter, yang ikut me-retweet dari kalangan TKI Hong Kong hanya mempunyai beberapa follower, karena memang TKI Hong Kong hanya sedikit saja yang ber-twitter ria. Kami lebih nyaman di Facebook karena bisa membaca info-info menarik dari catatan fans fage, sharing foto, dll, sedangkan twitter tidak memungkinkan hal itu, karena membatasi penulisan hanya 140 karakter saja.

Untuk teman-teman TKI/BMI Hong Kong, kita adalah satu tubuh, ketika ada pihak yang menyakiti bagian dari diri kita, tentu kita akan ikut terluka. Demikian pula halnya dengan diri saya. Awalnya saya tak ingin angkat bicara, malas koar-koar di sosmed.

Tetapi, saya melihat beberapa aktivis BMI HK yang biasanya vocal membela BMI, diam melihat hal ini, sama sekali tak berkomentar. Dan yang bukan aktivis, ada saja yang nyinyir dengan mengatakan bahwa pengajian harus gratis lah, salah panitia ngundangnya artis lah, dll. Untuk yang belum pernah berkecimpung di organisasi BMI, tentu pernyataan “gratis” tadi wajar saja, karena ketidaktahuan mereka bahwa tidak ada yang gratis di Hong Kong ini.

Lagipula, tiket dijual kepada mereka yang bersedia membayar, tak ada paksaan. Pun dengan kotak amal, tidak ada paksaan untuk mengisinya. Saya ungkapkan di sini, event pengajian yang diadakan berbagai organisasi BMI di Hong Kong, tidaklah bertujuan untuk mengeruk untung ataupun dijadikan lahan bisnis seperti yang dikatakan ustaz Solmed. Saudara-saudara kita berjuang menegakkan agama islam di

negeri non muslim ini.

Jika pun ada yang membisniskan pengajian, itu adalah oknum, jangan pernah melakukan generalisir dengan menyebutkan BMI/TKI Hong Kong, karena akan sangat fatal akibatnya, menjadi fitnah yang menyakiti semua.

Kita bisa saja memaafkan Ustadz Solmed atas pernyataannya di twitter yang mencurigai TKI Hong Kong sebagai komunis, kita juga bisa memboikot Ustadz Solmed dengan menganjurkan keluarga kita agar meninggalkan segala tontonan yang menampilkan Ustadz Solmed. Kita adalah kekuatan yang besar jika bersatu. Kita dikatakan komunis, komunis itu tak bertuhan, rela kita dikatakan demikian? Untuk teman-teman yang berkecimpung di organisasi, terutama dalam bidang keagamaan, mari jadikan kasus ini sebagai pelajaran. Selama ini, mungkin teman-teman tidak pernah membuat perjanjian (kontrak) tertulis dengan tamu (ustaz/artis) yang akan diundang.

Belajar dari hal ini, tawarkanlah surat perjanjian pada tamu yang akan diundang. Jika hal itu dianggap merepotkan, maka gunakan fasilitas rekam suara di HP. Kita bisa merekam pembicaraan di HP dengan sang tamu yang akan diundang.

Atau, simpanlah bukti sms/whatsapp untuk setiap deal yang teman-teman lakukan dengan calon tamu. Jadi, jika di kemudian hari terjadi konflik seperti Ustadz Solmed di atas, teman-teman punya bukti kuat.

Demikian yang ingin saya ungkapkan. Mohon maaf jika ada pembaca yang kurang berkenan dengan tulisan saya ini. Silakan diluruskan jika da kekeliruan dalam

tulisan saya ini.

Saya Rihanu Alifa, saya TKI Hong Kong, tidak kenal Ustadz Solmed, juga tidak kenal dengan organisasi TKI Hong Kong yang berseteru dengannya. Saya tidak memihak siapapun.

Saya menuliskan hal ini karena bagaimanapun juga, saya adalah bagian dari TKI Hong Kong yang akan terluka jika nama TKI Hong Kong dinodai. Yang benar hanya dari Allah. Semoga tulisan saya ini bermanfaat dan ada hikmah yang dapat dipetik di dalamnya, tidak menjadi ghibah, apalagi fitnah.

Shatin, 17 Agustus 2013

Salam santun,

Rihanu Alifa.

CURRICULUM VITAE

DATA DIRI

Nama : NURUL ANAM
Jenis Kelamin : Laki-laki
Tempat, Tanggal, Lahir : Sumenep, 19 Mei 1990
Agama : Islam
Alamat Asal : Parebbaan Bragung, Guluk-guluk, Sumenep, Madura
Alamat Sekarang : Jl. Parangtritis KM. 7,5 PPM. Hasyim Asy'ari
Cabeyan, Panggungharjo, Sewon, Bantul
Yogyakarta.
Nomer HP : 081939025270
Email : Radengandeng@gmail.com
Blog : <http://Mpusastra.blogspot.co.id/>

PENDIDIKAN:

2011-2016 : Perbandingan Agama (PA) UIN SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2007-2010 : MA 1 Annuqayah Guluk-guluk Sumenep
2004-2007 : MTs. I Annuqayah Guluk-guluk Sumenep
1998-2004 : MI Al-Hidayah Bragung Guluk-guluk Sumenep

KETERAMPILAN

- ✓ Menulis esai, resensi dan puisi (telah dimuat di beberapa antologi bersama serta koran lokal dan nasional)