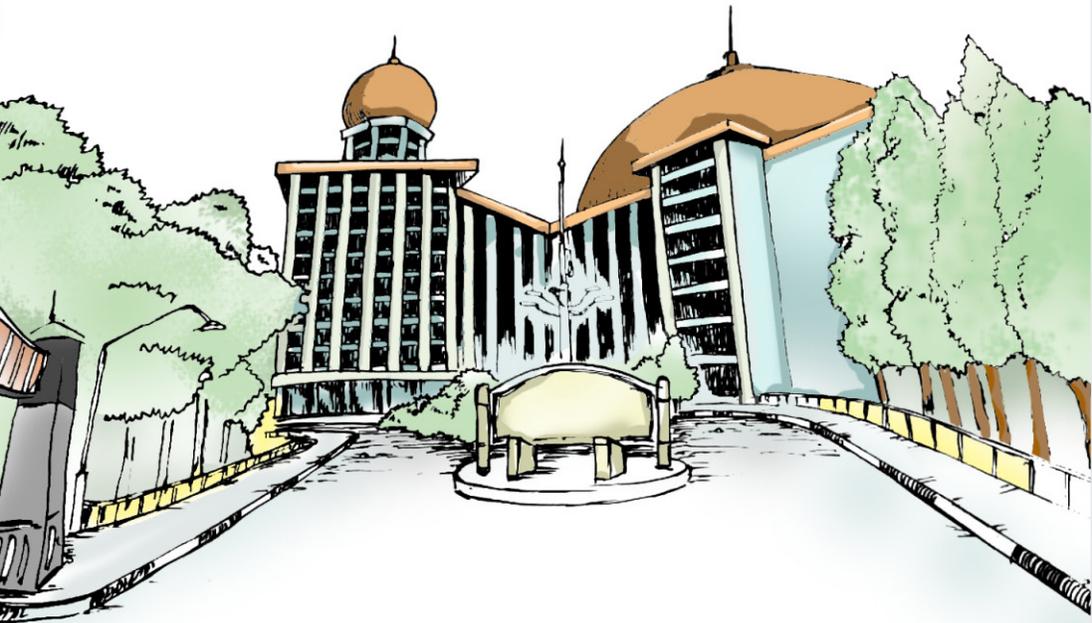


ULAMA DAN NEGARA-BANGSA

Membaca Masa Depan Islam Politik di Indonesia

Disunting oleh:
Noorhaidi Hasan



Pascasarjana
UIN Sunan Kalijaga



PusPIDeP

ULAMA
DAN
NEGARA-BANGSA

Membaca Masa Depan Islam Politik di Indonesia

Disunting oleh: Noorhaidi Hasan

ULAMA DAN NEGARA-BANGSA

Membaca Masa Depan Islam Politik di Indonesia



Noorhaidi Hasan | Suhadi | Miftahun Ni'mah Suseno
Moch Nur Ichwan | Nina Mariani Noor
Euis Nurlaelawati | Muhrisun | Munirul Ikhwan
Mohammad Yunus | Najib Kailani | Sunarwoto
Ro'fah | Eva Latipah | Ahmad Rafiq
Roma Ulinnuha | Ibnu Burdah

**ULAMA DAN NEGARA-BANGSA:
Membaca Masa Depan Islam Politik di Indonesia**

Penulis

Noorhaidi Hasan, Suhadi, Najib Kailani, Munirul Ikhwan, Ahmad Rafiq, Euis Nurlaelawati, Eva Latipah, Ibnu Burdah, Moch Nur Ichwan, Mohammad Yunus, Muhrisun, Nina Mariani Noor, Ro'fah, Roma Ulinuha, Sunarwoto, dan Miftahun Ni'mah Suseno

Penyunting: Noorhaidi Hasan

Pemeriksa Aksara: Najib Kailani & Munirul Ikhwan

ISBN: 978-623-90252-05

Cetakan I, Juni 2019

xxxiv, + 272 hlm; 14.5 x 21 cm

Desain Layout: Tim Stelkendo

Desain Sampul: Imam Syahirul Alim

Ilustrasi Sampul: Thoriq Kamil

Penerbit:

Pusat Pengkajian Islam, Demokrasi, dan Perdamaian (PusPIDeP)

Jl. Gurami No. 51 Kelurahan Sorosutan, Kecamatan Umbulharjo,

Kota Yogyakarta, DIY 55164

Tlp: 0274 6657257

puspideppress@gmail.com

<http://www.puspidep.org>

Bekerja sama dengan Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TELEVANGELISME ISLAM DALAM LANSKAP OTORITAS KEAGAMAAN BARU

Najib Kailani & Sunarwoto

Salah satu diskusi yang mengemuka di dalam wacana agama dan media adalah munculnya aktor-aktor baru yang aktif menyampaikan Islam melalui beragam medium seperti ceramah (*oratory*), tulisan dan pelatihan (*training*). Berbeda dengan ciri dan karakter otoritas Islam terdahulu yang lazimnya memperoleh pendidikan dari lembaga keislaman otoritatif dan ketat, para aktor keagamaan baru ini datang dari latar belakang pendidikan sekuler. Selain itu, jika otoritas terdahulu tampil dalam balutan surban dan sarat dengan kutipan Alquran dan hadis, aktor-aktor baru ini hadir dalam busana yang kasual dan banyak menggunakan istilah yang lekat dengan dunia anak muda dan Muslim perkotaan. Performa dan kemasan yang menarik telah membuat para aktor baru ini mendapatkan perhatian yang luas di tengah masyarakat Muslim, khususnya Muslim perkotaan.

Argumen utama yang dikemukakan oleh para sarjana mengenai otoritas keagamaan baru adalah bahwa munculnya media baru bukan saja telah melahirkan fragmentasi otoritas keagamaan melainkan juga menggerus dan mengganti otoritas lama atau tradisional. Melanjutkan diskusi yang ada, kami berargumen bahwa media baru tidaklah meruntuhkan otoritas keagamaan tradisional atau ulama, dan bahwa keulamaan

tradisional mampu bertahan justru berkat pergumulannya dengan media baru. Dalam bab ini kami menunjukkan bahwa otoritas keagamaan tradisional mampu beradaptasi dengan media baru dan bahkan berkontestasi dalam mewarnai wacana keislaman masyarakat Muslim perkotaan di Indonesia.

Persoalan penting yang juga mengemuka dalam perbincangan otoritas agama dan media baru adalah wacana televangelisme. Meskipun televangelisme lahir dan berkembang di Amerika, globalisasi telah memungkinkan semua orang di dunia ini untuk menyerap, membincang dan menikmati perjumpaan gagasan, media, teknologi, orang-orang dan finansial seperti sebuah ‘dunia terbayang’ (*imagined world*; Appadurai 1996). Olivier Roy (2004, 39) dalam bukunya *Globalized Islam* menyebutkan bahwa globalisasi telah meniscayakan banyaknya kesamaan yang terjadi antara aktor dan wacana keagamaan yang diusung oleh Kristen Protestan dan Islam kontemporer seperti bentuk-bentuk keagamaan kelahiran kembali (*born-again forms of religiosity*). Kesamaan tersebut bisa kita lihat dari wacana keagamaan yang diusung para pendakwah baru Muslim Indonesia seperti “hijrah” yang intonasinya senada dengan “*born-again Christian*” di dalam Kristen Evangelis dan Pentekosta serta anjuran untuk perbaikan diri (*self-fashioning*).

Di negara-negara Muslim fenomena televangelisme bermunculan seiring perkembangan teknologi informasi dari televisi ke internet. Berbeda dengan fenomena televangelisme Kristen di Amerika dan Eropa yang dilihat sebagai “*supply-side religion*”, yaitu menyuguhkan agama ke tengah masyarakat sekuler atau masyarakat yang mengalami privatisasi agama, di dalam bab ini kami mengajukan argumen bahwa televangelisme Islam di Indonesia lebih tampak sebagai—meminjam istilah Bryan Turner—‘*pietization*’ (2010), yaitu mendorong kesalehan personal melalui wacana “hijrah” dengan melakukan sakralisasi kehidupan sehari-hari seperti mengonsumsi literatur keislaman, fesyen Islam, perumahan Islam, produk halal, perbankan Islam dan lain sebagainya.

Bab ini bertujuan untuk mengelaborasi diskusi otoritas keagamaan dan media baru di Indonesia kontemporer. Ada dua hal yang akan kami soroti di dalam tulisan ini, yaitu *pertama*, pertemuan otoritas keagamaan dan media baru yang oleh para sarjana dipercaya melahirkan fragmentasi otoritas keagamaan, dan *kedua* perihal televangelisme dan televangelisme Islam di Indonesia kontemporer yang menunjukkan cairnya batas-batas wacana keislaman dengan aspirasi kehidupan modern serta mengemukanya komodifikasi agama sebagai medium ekspresi dan artikulasi kesalehan.

Selain itu, bab ini berupaya untuk membaca dan merefleksikan secara teoretis data penelitian “Persepsi Ulama tentang Negara-Bangsa” (2019)²³ yang memasukkan kategori “ulama baru” di dalam varian responden dan informan. Secara umum, temuan penelitian mendedahkan bahwa diskusi keislaman yang bersifat intelektual seperti hubungan agama dan negara tampak absen dari wacana keagamaan yang diusung otoritas keagamaan baru. Alih-alih mengaitkan wacana keislaman dengan problem keragaman masyarakat Indonesia, baik antar maupun intraagama, para otoritas baru agama ini lebih menggemakan praktik kesalehan personal konservatif yang sejalan dengan pasar seperti mengenakan hijab yang dirancang desainer Muslimah, menetap di perumahan Islam, menolak berjabat tangan dengan non-mahram dan anjuran untuk menikah dini.

Bab ini pertama-tama akan menjabarkan diskusi mengenai otoritas agama, media baru dan kultur selebriti dengan menyuguhkan diskusi teoretis. Selanjutnya pembahasan akan difokuskan pada fenomena televangelisme dan televangelisme Islam di dunia Muslim. Terakhir kami akan mengelaborasi perkembangan televangelisme Islam dari radio, televisi hingga internet di Indonesia termasuk memaparkan beberapa figur

23 Penelitian ini diinisiasi dan dilaksanakan oleh PUSPIDEP-Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta bekerjasama dengan PPIM UIN Jakarta dan UNDP di tahun 2018. Penelitian dilakukan di 15 kota di Indonesia. Lebih lanjut, lihat Ibnu Burdah, Najib Kailani dan Munirul Ikhwan (2019).

otoritas keagamaan tradisional yang bertahan dan mewarnai lanskap otoritas keagamaan di Indonesia kontemporer.

OTORITAS AGAMA, MEDIA BARU DAN KULTUR SELEBRITI

Para sarjana (Eickelman dan Piscatori 1996; Eickelman dan Anderson 2006; Turner 2007; Echchaibi 2007, 2011) menunjukkan bahwa munculnya media baru telah berkontribusi terhadap fragmentasi otoritas keagamaan. Mereka berargumen bahwa pesatnya pendidikan massa (*mass education*) di negara-negara Muslim dan tersedianya literatur keislaman baik yang cetak maupun virtual telah memudahkan banyak orang untuk mengakses bacaan-bacaan keislaman tanpa harus merujuk dan bertanya langsung kepada ulama. Situasi ini pada gilirannya menampilkan bentuk agama yang lebih demokratis di mana tafsir keagamaan menjadi beragam dan tidak lagi tunggal. Dengan kata lain, akses terhadap ilmu agama tidak lagi dimiliki oleh para elite agama atau yang biasa disebut ulama. Di sini terjadi demokratisasi pengetahuan di mana semua orang mendapat hak yang sama dalam menguasai dan bahkan mengklaim kuasa atas pengetahuan agama tersebut.

Selain itu, fragmentasi ini juga dipercayai menggerus otoritas lama yang dipegang oleh mereka yang mendapatkan pendidikan keagamaan secara khusus seperti madrasah atau, dalam konteks Indonesia, pondok pesantren dan karenanya mampu memahami teks-teks utama keagamaan, terutama Alquran dan hadis. Fragmentasi mengakibatkan hilangnya monopoli ulama atas otoritas keagamaan. Konsekuensinya adalah lahirnya 'otoritas baru.' Olivier Roy (1994, 90) menyebut otoritas ini sebagai *lumpen-intelligentsia* atau 'intelektual baru' (*new intellectual*). Mereka adalah sosok agamawan yang tidak memiliki latarbelakang pendidikan Islam yang memadai. Namun dengan penguasaan media modern, mereka mampu meraih pengakuan luas dari masyarakat.

Tesis tentang fragmentasi dan runtuhnya otoritas ulama tradisional akibat media baru tidak sepenuhnya terbukti. Benar terjadi fragmentasi, tetapi otoritas keulamaan tradisional

masih memegang peran penting. Merujuk kepada kasus di Asia Tengah, utamanya, Muhammad Qasim Zaman (2002, 2; 2009) berargumen bahwa otoritas keulamaan tradisional tetap bertahan dan mampu beradaptasi dengan perubahan zaman. Dalam konteks Indonesia, tampilnya banyak figur baru yang biasa disebut “ustaz selebriti” memang mudah mendorong kita untuk menyimpulkan semakin turunnya peran keagamaan dari figur-figur lama seperti kyai, tuan guru, dan buya. Sebutan yang kental warna lokal ini tersaingi oleh warna kosmopolitan ustaz selebriti. Terlebih lagi, banyak di antara ustaz selebriti ini tidak memiliki latarbelakang pendidikan keagamaan yang memadai, yang biasa disebut sebagai para “dai bukan ahli” (*lay preacher*).

Pengaruh ustaz selebriti boleh dibilang sangat kuat di masyarakat, bahkan melebihi figur-figur lokal. Namun, perlu dicatat bahwa ustaz-ustaz selebriti itu berasal dari latar belakang pendidikan yang beraneka ragam sehingga tidak serta-merta bisa dikategorikan sebagai *lumpen intelligentsia*. Di antara mereka ada memiliki latar pendidikan keislaman yang kuat dan bisa dibilang meniti jalur keulamaan yang jelas.

Otoritas mereka berbeda dari otoritas para ‘dai’ yang meniti karier keulamaan secara khusus, terutama pada aspek sumber klaimnya. Ulama tradisional mengklaim otoritasnya yang didasarkan pada kemampuan mengakses dan menginterpretasikan teks-teks Islam secara langsung. Sementara dai mengklaim otoritasnya melalui fungsinya sebagai sekadar penyampai ajaran-ajaran Islam.

Di samping melahirkan wacana otoritas baru, media juga menciptakan ‘kultur selebriti’ (*celebrity culture*), yaitu budaya yang berlandaskan pada selebriti (*celebrity-based culture*) atau yang terpusat pada ketenaran orang yang diciptakan oleh media (*media-generated fame*; lihat Henderson 1992, 2005; Epstein 2005). Kultur ini juga berlaku pada sosok agamawan atau ulama yang memasuki industri media. Kultur selebriti inilah yang melahirkan apa yang disebut “ustaz selebriti” atau “kyai

selebriti”. Jika diamati, julukan ini menyiratkan dua sumber otoritas yang berbeda. Yang satu adalah klaim keagamaan, sedang yang lainnya adalah ketenaran atau kemasyhuran. Hubungan antara selebriti dan otoritas itu sendiri tidak selalu dipandang berlawanan satu sama lain. Bahkan kerap kali hubungannya bisa bersifat timbal balik. Otoritas seseorang bisa menjadikannya selebriti, dan selebriti juga bisa memperoleh otoritas. Diterapkan dalam konteks otoritas agama (Islam), kita bisa melihat secara jelas tampilnya ustaz atau kyai di publik bisa mengantarkannya menjadi selebriti. Kita juga bisa melihat fenomena baru, yakni para selebriti yang berkat aktivitas dakwahnya kemudian diakui sebagai ustaz.

Tentu sumber otoritas ahli agama dan selebriti berbeda. Menurut Frank Furedi (2010, 493), tampilnya selebriti tidak lepas dari sulitnya masyarakat berhubungan dengan persoalan otoritas. Dia menjadi penting tidak hanya karena memiliki “kualitas untuk menarik perhatian”, tetapi juga karena menjadi “rujukan bagi orang lain” (*point of reference to others*; Furedi 2010, 495). Dalam konteks ini bisa dipahami mengapa seringkali kita melihat selebriti yang berkecimpung dalam dakwah menjadi sumber rujukan keberagamaan. Kemampuannya untuk menarik perhatian banyak orang melahirkan apa yang disebut Lynn Schofield Clark (2012, 115) sebagai otoritas berbasis konsensus (*consensus-based authority*) yakni kemampuan untuk mengartikulasikan pandangan-pandangan yang bisa diterima luas dan memberikan penafsiran-penafsiran rasional atas suatu peristiwa (Clark 2012, 116).

RAGAM OTORITAS KEISLAMAN DI INDONESIA

Menjadi otoritatif dalam sebuah tradisi keagamaan selalu merujuk pada kriteria dan standar yang relatif disepakati oleh tradisi keagamaan tersebut. Dalam Islam, otoritas keagamaan galibnya mengacu pada figur-figur yang memperoleh pendidikan keislaman yang ketat dan mempunyai rantai tradisi keilmuan keislaman yang bisa dipertanggungjawabkan. Selain itu, mereka umumnya juga hapal dan menguasai secara mendalam

Alquran dan hadis (*foundational texts*) serta teks-teks klasik dalam Islam. Dengan ukuran tersebut mereka disebut ulama atau *mufti* yang merupakan sumber rujukan dalam menjawab persoalan-persoalan keagamaan yang dihadapi masyarakat Muslim.

Dalam konteks Islam Indonesia, Kaptein (2004) menunjukkan adanya beberapa tipologi otoritas ulama pemberi fatwa, yaitu tradisional, modernis dan kolektif. Kaptein mengatakan bahwa tipe yang pertama merujuk pada bentuk fatwa yang berpusat pada individu yang dianggap mempunyai otoritas untuk mengeluarkan fatwa keislaman. Kaptein memberikan contoh bagaimana umat Muslim Indonesia (baca: nusantara) mengumpulkan pertanyaan-pertanyaan terkait kehidupan sehari-hari dan membawanya ke seorang ulama mazhab Syafii terkemuka di Makkah, yaitu Ahmad Dahlan (m. 1888) yang berbuah koleksi fatwa berjudul *Mubimmāt al-Nafā'is fī Bayān As'ilat al-Ḥadīts* sebagai rujukan keagamaan Muslim Indonesia kala itu.²⁴

Sedangkan tipe modernis, terkait dengan desentralisasi fatwa, yaitu memberikan keleluasaan terhadap individu untuk mengeluarkan fatwa tanpa harus merujuk pada mufti di Makkah. Kaptein merepresentasikan tipe kedua ini dengan fenomena Ahmad Hassan pendiri Persatuan Islam (PERSIS). Sementara fatwa kolektif diasosiasikan dengan fenomena *Bahtsul Masail*, Nahdlatul Ulama dan *Majelis Tarjih* Muhammadiyah serta Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang merupakan forum para ulama dari ketiga organisasi tersebut untuk merespons persoalan-persoalan kekinian umat Islam di Indonesia.

Ulama dengan kriteria pendidikan keagamaan yang ketat dan tentunya memiliki pengetahuan keagamaan yang mendalam di Indonesia lazimnya disebut dengan 'kyai'. Di beberapa wilayah di luar Jawa seperti Lombok dan Kalimantan menyebutnya dengan panggilan 'tuan guru'. Mereka umumnya berafiliasi dengan organisasi Nahdlatul Ulama yang basis utamanya berada di wilayah pedesaan.

²⁴ Tentang koleksi fatwa ini, lihat Kaptein (1997).

Di samping sebutan kyai, istilah ‘Gus’ juga melengkapi panggilan otoritas keagamaan di kalangan Muslim tradisional. Sebutan ‘Gus’ berkaitan erat dengan sosok Presiden keempat Republik Indonesia dan mantan ketua PBNU, Abdurrahman Wahid yang jamaknya dipanggil Gus Dur. Sapaan ‘Gus’ merujuk pada sosok anak kyai pesantren. Beberapa tokoh populer yang kerap disebut ‘Gus’ antara lain Gus Dur dan Gus Mus atau Kyai Musthofa Bisri.

Di tahun 90-an otoritas keislaman juga diwarnai oleh para intelektual Muslim yang berasal dari perguruan tinggi Islam seperti IAIN (sekarang UIN) dan organisasi Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI). Tokoh-tokoh ini banyak mengisi wacana keislaman di kalangan kelas menengah di perkotaan melalui pengajian eksekutif dan acara-acara pengajian televisi seperti “Hikmah Fajar” dan lain-lain. Munculnya istilah intelektual Muslim dalam wacana otoritas keislaman di Indonesia tidak bisa dilepaskan dari politik Suharto yang kala itu berusaha merangkul kelompok Muslim reformis untuk mendapatkan dukungan politik (Hefner 2000). Di antara nama-nama intelektual Muslim yang kerap menyampaikan pandangan keislaman di publik adalah Nurcholis Madjid, Kamaruddin Hidayat, Imaduddin Abdurrahim, Jalaluddin Rahmat, Quraish Shihab dan Nasarudin Umar (lihat Howell 2008).

Selain itu, masyarakat Indonesia juga mengenal istilah ‘dai’ dan ‘*muballigh*’ (lihat Howell 2008; Millie 2017). Istilah ini tampak berasal dari bahasa Arab yang berarti ‘orang yang mengajak’ dan ‘orang yang menyampaikan’. Mereka berperan sebagai penceramah atau pemberi nasehat keagamaan (*religious advice*). Istilah dai dan *muballigh* tampak kental digunakan di era 1990-an khususnya dilekatkan pada beberapa sosok yang aktif menyampaikan ceramah melalui radio dan kaset. Popularitas mereka ditopang oleh kemampuan retorika yang memikat dan memukau dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaan. Mereka lazimnya mengisi ruang-ruang keagamaan di wilayah perkotaan. Beberapa figur yang lekat dengan

julukan tersebut antara lain Zainuddin MZ, Syukron Makmun dan Qosim Nurzaha. Meskipun demikian, sebutan ‘Kyai’ atau ‘Kyai Haji’ juga disematkan di depan nama beberapa sosok di atas. Besar kemungkinan tumpang tindihnya penyebutan ‘kyai’ dan ‘dai’ ini terkait dengan latar belakang mereka yang berasal dari pondok pesantren.

Di samping itu, di akhir tahun 1990-an akhir istilah ‘ustaz’ mulai dipakai beririsan dengan sebutan ‘dai’ dan ‘muballigh’. Istilah ustaz tampak populer di kelompok-kelompok pengajian berbasis *balaqab* di kampus-kampus dan mejelis taklim perkotaan yang dekat dengan kelompok tarbiyah, salafi dan Hizbut Tahrir. Berbeda dengan para dai dan muballigh, panggilan ustaz umumnya merujuk pada sosok-sosok yang memperoleh pendidikan agama dari universitas-universitas di Timur Tengah baik Universitas Al-Azhar, Universitas Imam Muhammad Ibnu Saud dan Universitas Madinah.

Selain laki-laki, lanskap otoritas keagamaan di Indonesia juga dimeriahkan oleh pendakwah perempuan. Mereka lazimnya dipanggil dengan sebutan ustazah. Di antara sosok ustazah populer di tengah masyarakat adalah Lutfiah Sungkar dan Mamah Dedeh. Keduanya secara aktif mengisi acara keislaman di televisi di Indonesia.

Dalam perkembangannya, istilah ustaz tampak menggantikan panggilan dai dan muballigh. Sebutan ustaz pada gilirannya bukan saja disematkan ke orang-orang yang mengisi pengajian di kelompok-kelompok *balaqab* melainkan lebih banyak merujuk pada sosok-sosok penceramah yang mengisi layar televisi dan internet. Fenomena ini secara jelas terbaca dari istilah-istilah yang sering disematkan terhadap figur atau tokoh baru dalam dakwah Islam seperti ‘ustaz selebriti’, ‘ustaz sejuta follower’ dan ‘ustaz YouTube’. Beberapa figur populer yang disebut ustaz antara lain ustaz Arifin Ilham, ustaz Yusuf Mansur dan ustaz Abdul Somad. Selain itu, pergeseran penyebutan ini juga menggarisbawahi kekuatan media dan kultur selebriti dalam melahirkan tokoh-tokoh baru agama.

Tren belakangan mendedahkan popularitas singkatan nama-nama para penceramah populer seperti UJE (Ustaz Jeffry Al-Bukhori), UAS (Ustaz Abdul Somad), dan UAH (Ustaz Adi Hidayat).

WACANA TELEVANGELISME DAN TELEVANGELISME ISLAM

Sebagai wacana, televangelisme muncul pertama kali di Amerika yang ditandai dengan penggunaan radio dan televisi sebagai medium dakwah di kalangan Kristen Evangelis pada 1970-an. Jose Casanova (1994) mengaitkan fenomena ini dengan gagalnya teori sekularisasi yang menyakini bahwa semakin modern masyarakat maka agama akan hilang pengaruhnya di ruang publik atau mengalami privatisasi. Teori sekularisasi yang begitu kuat gemanya di tahun 1960-an ini direvisi oleh Casanova dengan mengajukan beberapa fenomena keagamaan yang memengaruhi publik di mana salah satunya adalah munculnya kelompok Kristen konservatif (*Christian Right*) di Amerika. Casanova berargumen bahwa alih-alih agama mengalami privatisasi, fakta-fakta keagamaan tersebut menunjukkan bahwa agama telah mengalami ‘deprivatisasi’ atau menjadi agama publik (*public religion*).

Salah satu contoh yang Casanova kemukakan dalam bukunya *Public Religion* adalah Kristen Evangelis ‘Moral Majority’ di bawah pimpinan Jerry Falwell. Melalui program televisi, Jerry Falwell mengajak warga Amerika untuk memeluk agama Kristen karena modernitas dipandang telah merusak nilai-nilai tradisional masyarakat. Studi belakangan dari Susan Harding (1992, 2000) menunjukkan pengaruh signifikan Falwell dalam lanskap keagamaan di Amerika. ‘Moral Majority’ selanjutnya bertransformasi menjadi ‘Southern Baptist’ dan Falwell tampak menonjol di ranah televangelisme Amerika.

Meskipun argumen Casanova sangat berpengaruh dalam perdebatan teori sekularisasi, Bryan Turner (2010, 2011) mengatakan bahwa fakta-fakta yang diajukan oleh Casanova sangat bersifat publik dan politik serta mempunyai tendensi

bahwa agama di wilayah privat telah lenyap. Melanjutkan diskusi tersebut, Turner mengajukan pertanyaan, bagaimana dengan agama di wilayah privat? Apakah betul-betul sirna atau tampil dalam bentuk yang lain?

Untuk menjawab pertanyaan di atas Turner (2010, 2011) berargumen bahwa sekularisasi bisa dilihat ke dalam dua bentuk, yaitu 'sekularisasi politik' (*political secularization*) dan 'sekularisasi sosial' (*social secularization*). Sekularisasi politik menurutnya adalah doktrin pemisahan agama dan negara yang dalam konteks tertentu sudah dikritik oleh Casanova. Sedangkan 'sekularisasi sosial' menurutnya adalah bagaimana agama masuk ke ranah privat dalam bentuk gaya hidup dan praktik kesalehan. Turner menyebut ihwal ini dengan '*pietization*', yaitu praktik gaya hidup saleh yang lekat dengan praktik konsumsi barang-barang keagamaan (*commodification of religion*). Turner mengatakan bahwa praktik kesalehan yang bernuasa pasar ini melahirkan '*low intensity religion*' atau agama dengan intensitas rendah.²⁵

Pandangan Turner mengenai '*pietization*' erat hubungannya dengan wacana televangelisme mutakhir yang menggunakan logika pasar (*economic model of religion*) untuk mengemas pesan-pesan keagamaan yang sesuai dengan selera masyarakat modern. Dalam konteks agama pasar (*market religion*), para televangelis berperan sebagai '*religious entrepreneur*' yang berupaya menyuplai agama dalam merek, kemasan yang bisa diterima oleh konsumen keagamaan. Dalam teori disebut dengan istilah '*supply-side religion*', yaitu menyuguhkan sebanyak-banyaknya agama dalam bentuk yang sesuai dengan selera masyarakat modern agar mereka memeluk agama (Einstein 2008; Gauthier, Woodhead and Martikainen 2013; Turner 2014).

25 Pandangan berbeda mengenai praktik kesalehan dalam konteks sekularisasi yang memiliki pengaruh cukup besar di kalangan ilmuwan adalah Talal Asad, Saba Mahmood dan Charles Hirschkind. Namun bukan tempatnya di sini untuk mengeksplorasi perdebatan tersebut.

Di antara bentuk ‘*supply-side religion*’ adalah melalui self-help guru dan buku-buku motivasi. Salah satu figur televangelis yang mendapatkan perhatian para sarjana untuk dikaji adalah Joel Osteen (Einstein 2008; Sinitiere 2012). Dikenal dengan sebutan “*smiling preacher*” Osteen yang menggantikan ayahnya memimpin Lakewood Church John Osteen, lebih tampak sebagai self-help guru atau motivator ketimbang pendeta atau penceramah Kristen. Alih-alih mempunyai latarbelakang pendidikan kepasturan, Joel Osteen mengenyam pendidikan marketing dan karenanya mampu mengemas pesan-pesan keagamaan yang sesuai dengan selera masyarakat kontemporer. Buku-buku yang ia tulis juga tampil dalam bentuk motivasi daripada buku keagamaan. Hampir semua bukunya *best seller* di pasaran dan gampang ditemukan di toko-toko buku dan bandara internasional. Salah satu karyanya yang laku keras di *New York Times* berjudul *Become a Better You: 7 Keys to Improving Your Life Everyday*. Selain itu, program-program gerejanya juga tampak seperti acara selebriti semisal “An Evening with Joel”.

Olivier Roy (2004) mengatakan bahwa di era globalisasi, agama modern ditandai dengan karakter ‘de-teritorialisasi.’ Secara eksplisit Roy mengatakan bahwa globalisasi telah meniscayakan terwujudnya kesamaan bentuk, metode dan wacana keislaman kontemporer antara Kristen Protestan dengan Islam (Roy 2004). Meskipun demikian, dia menggarisbawahi bahwa ihwal tersebut tidak berarti menunjukkan Islam mengadopsi Kristen. Dalam dua dekade terakhir, para sarjana banyak memberi perhatian untuk mengkaji fenomena munculnya televangelisme Islam di banyak negara Muslim.

Di Mesir, beberapa sarjana (Bayat 2007; Echchaibi 2007; Moll 2012; Atia 2013; Jung, Peterson and Lei Sparre 2014) telah mengkaji sosok Amr Khaleed, seorang akuntan yang memulai karier sebagai pemandu acara dalam sebuah acara *talkshow* televisi bersama ulama terkemuka Mesir, Yusuf Al-Qardawi. Karena tampilannya yang informal dan gaya bahasanya yang gaul, Khaleed pada gilirannya menjadi

sosok penceramah televisi populer di kalangan anak muda Mesir. Selain Khaleed, beberapa pendakwah populer lainnya di Mesir termasuk Khaled al-Gendy dan Muhammad Abdel Gawad (Zaied 2008).

Di Kuwait ada sosok Tareq Al-Suwaydan yang menjadi penceramah dan motivator selebritis melalui saluran televisi Islam Al-Resalah. Al-Suwaydan mengajak anak muda Muslim untuk menjadi pebisnis dan wirausahawan. Isi ceramahnya banyak dipengaruhi oleh karya Stephen R Covey *the Seven Habits of Highly Effective People* (Echchaibi 2007). Di Saudi Arabia, terdapat seorang pendakwah trendi yang populer di kalangan anak muda bernama Ahmad Al-Shugairi. Lulusan sarjana teknik dari sebuah universitas di Amerika ini mengampu sebuah acara televisi populer bertajuk *Yalla Shabab*. Acara ini juga disebut mendapatkan rating yang tinggi di pemirsa muda Saudi Arabia (Nasr 2011, 182; Wright 2011, 176-184).

TELEVANGELISME ISLAM DI INDONESIA

Di Indonesia fenomena televangelisme Islam tidak bisa dilepaskan dari berdirinya televisi swasta di tahun 1980-an yang memungkinkan banyak dai berkesempatan menyampaikan dakwah. Masa sebelumnya didominasi oleh TVRI, satu-satunya stasiun televisi milik pemerintah. Kehadiran stasiun-stasiun televisi baru membuka ruang bagi para dai untuk menyampaikan Islam kepada khalayak publik yang lebih luas daripada sebelumnya.

Meskipun demikian, televisi bukanlah satu-satunya media yang melahirkan televangelisme. Radio juga memainkan peran penting dalam sejarah televangelisme, yang kemudian melahirkan fenomena “Gereja elektronik” (*electronic Church*). Di Indonesia, sebelum stasiun televisi swasta lahir, radio mendahului televisi dalam melahirkan para dai yang dikenal luas di masyarakat Muslim Indonesia. Paparan berikut akan menjelaskan peran radio, kaset dan televisi dalam melahirkan para televangelis di Indonesia.

PERAN RADIO, KASET DAN TV

Hingga sekitar akhir 1980-an, radio, kaset dan TV merupakan media penyebaran Islam yang sangat populer di masyarakat Muslim Indonesia. Boleh dikata, radio menjadi media modern paling awal yang digunakan dalam menyiarkan Islam. Di masa sebelum kemerdekaan, tokoh-tokoh Muslim nasional seperti Haji Agus Salim mengisi acara agama Islam di berbagai stasiun radio. Sultan Surakarta mendirikan stasiun radio yang tidak hanya menyiarkan hiburan dan berita tetapi juga acara-acara keagamaan Islam seperti tilawatil Quran dan ceramah agama (lihat Wiryawan 2011).

Setelah masa kemerdekaan, banyak tokoh Muslim tampil menyampaikan ceramah-ceramah keislamannya di stasiun-stasiun radio. Di antara stasiun radio yang terkenal dengan acara ceramah agamanya adalah RRI Jakarta, radio Kayu Manis (Jakarta), dan Radio Kenanga (Yogyakarta). Selain itu, stasiun-stasiun radio di daerah-daerah di Indonesia juga menyiarkan ceramah agama Islam.

Acara-acara ceramah Islam di radio ini telah melahirkan tokoh-tokoh Muslim yang mencapai popularitas secara nasional. Di antara penceramah yang masyhur kala itu adalah Buya Hamka (m. 1981), KH Qasim Nurzaha (m. 2013), dan K.H. AR Fachruddin (m. 1995) dari Muhammadiyah. Belakangan di era 1980-an, penceramah paling populer di radio adalah K.H. Zainuddin MZ (m. 2011) yang dikenal publik sebagai “Dai Sejuta Umat”.

Di samping radio, media penting lainnya dalam penyebaran Islam adalah kaset. Kala itu, tilawatil Quran, lagu Islam, dan ceramah bisa diakses publik melalui kaset-kaset yang dipasarkan secara luas. Ceramah-ceramah agama Buya Hamka dan Qasim Nuzeha, misalnya, direkam dalam kaset dan dipasarkan. Namun, yang paling sukses penyebaran ceramah agama dalam bentuk kaset barangkali adalah Zainuddin MZ. Kaset-kaset ceramahnya diputar hampir di seluruh pelosok negeri, baik di rumah-rumah (melalui *tape*) maupun di radio-radio.

Datangnya era internet tidak serta-merta menjadikan radio usang bagi penyebaran Islam. Merujuk kasus Solo, sebagaimana ditulis Sunarwoto (2013, 2015), radio masih menjadi media penting bagi dakwah Islam hingga sekarang. Banyaknya radio di Solo telah melahirkan penceramah-penceramah selebriti pada tingkat lokal. Tidak ada data yang memadai mengenai latar belakang seluruh penceramah di radio dan kaset. Namun, jika merujuk pada nama-nama yang populer, bisa dikatakan bahwa umumnya mereka memiliki pendidikan dasar agama Islam yang cukup kuat. Buya Hamka, di samping dikenal sebagai sastrawan, juga dikenal sebagai ulama yang menghasilkan karya-karya keislaman yang mendalam seperti *Tafsir Al-Azhar*.

Qasim Nurzaha barangkali termasuk pengecualian. Dia tidak punya latar belakang pendidikan Islam formal ataupun pesantren. Dia belajar Islam di antaranya kepada penceramah kenamaan Abdul Gaffar Ismail, yang berasal dari Padang dan meninggal di Pekalongan pada 1998. Dari gurunya ini dia belajar, di antaranya, kitab kuning. Pendeknya, dia belajar Islam secara informal (lihat Maulana, 2008).

Di samping radio dan kaset, media penting bagi penyebaran Islam adalah televisi. Hingga pertengahan 1980-an, Televisi Republik Indonesia (TVRI) menjadi satu-satunya stasiun televisi di Indonesia. Oleh karena itu, tidak banyak lahir penceramah yang mengisi siaran agama Islam di televisi kala itu. Baru di akhir 1980-an, berdiri beberapa stasiun televisi swasta yang memberi ruang lebih banyak bagi acara-acara ceramah Islam (Rakhmani 2016).

Penceramah-penceramah televisi yang populer kala itu juga umumnya menjadi penceramah di televisi. AR Fachruddin, Qasim Nurzaha, dan belakangan Zainuddin MZ adalah contohnya. Munculnya ceramah-ceramah Islam di televisi telah melahirkan fenomena yang disebut televangelisme. Julia Howell mencatat bahwa fenomena yang muncul di Indonesia sejak 1970an ini ditandai dengan munculnya aktivitas ceramah Islam di televisi. Menurut Howell, para televangelis Muslim ini berbeda dengan para televangelis Mesir yang terdiri dari

para ulama tradisional. Televangelis 1980-an, menurut Howell (2008), terdiri dari intelektual publik yang mengenakan pakaian layaknya para pengusaha (*business suit*) atau batik mewah yang biasa dikenakan para elit berpendidikan sekuler. Banyak dari mereka berpendidikan pesantren dan sekaligus pendidikan tinggi universitas dan mempelajari ilmu-ilmu sosial.

Para penceramah kala itu umumnya disebut sebagai kyai atau buya (untuk konteks Sumatra Barat). Ada satu catatan menarik jika diperhatikan sampul-sampul kaset ceramah Zainuddin MZ. Di beberapa sampul kaset, tercantum gelar “ustaz” sebelum nama Zainuddin MZ. Meski demikian, Zainuddin MZ selama kariernya sebagai penceramah lebih dikenal sebagai kyai daripada ustaz. Dari sisi historis, popularitas kyai di Indonesia dan terutama Jawa memang mendahului popularitas gelar ustaz. Penerimaan publik terhadap Zainuddin sebagai kyai daripada sebagai ustaz dilatari oleh imajinasi publik yang dominan kala itu tentang sosok tokoh agama.

Sebelum era internet, partisipasi penceramah perempuan di televisi boleh dibilang tidak terlalu banyak. Dua di antara mereka sangat terkenal. Yang pertama adalah Almarhumah Ustazah Lutfiah Sungkar (m. 2015) yang terkenal memberi ceramah pada acara *Penyejuk Iman* di televisi Indonesia. Menurut Karlina Helmanita (2002), tampilnya Lutfiah Sungkar dalam dunia dakwah ini termasuk fenomena baru, yakni tidak berasal dari latarbelakang pendidikan Islam. Yang kedua dan masih sangat aktif hingga sekarang adalah Mamah Dedeh. Dia memiliki latarbelakang pendidikan IAIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Dia lahir dari keluarga santri. Ayahnya adalah seorang kyai.²⁶

PENCERAMAH SEKALIGUS MOTIVATOR

Seperti dicatat Akh Muzakki (2012, 50-52), di era televangelisme Islam di Indonesia soal latarbelakang pendidikan tidak lagi menjadi masalah besar bagi audiens dalam menilai para penceramah. Muzakki mengemukakan dua hal pokok yang

²⁶ Kajian tentang Mama Dedeh bisa dilihat pada Sofjan dan Hidayati (2013).

menarik perhatian audiens, yaitu kepribadian (*personality*) dan kepatutan sosial (*social appropriateness*). Di sinilah muncul dai-dai baru yang menggantikan popularitas dai-dai lama di atas. Aa Gym, Jeffry Al-Bukhori, Yusuf Mansur, dan Solmed (Sholeh Mahmud) adalah di antara contoh dai-dai baru yang belakangan mendominasi ceramah-ceramah di televisi (lihat Watson 2005; Hasan 2009; Hoesterey 2016; Kailani 2018b). Ceramah-ceramah mereka lebih terfokus pada masalah-masalah kesalehan pribadi. Sebagaimana dikatakan Moll, corak ceramah seperti ini bertumpu pada kekuatan persuasif “bertuturkisah” (*storytelling*) yang diambil dari Alquran dan dikaitkan dengan kehidupan keseharian umat Islam.

Selain *storytelling*, daya tarik para televangelis baru ini terutama terletak pada keahlian mereka dalam mengemas pesan-pesan keagamaan agar bisa dikonsumsi oleh khalayak yang juga mempunyai aspirasi baru dalam perihal keagamaan, yaitu modern dan menghibur. Kemasan ini oleh beberapa sarjana disebut dengan ‘*dakwahtainment*’ (Howell 2014; Rakhmani 2016), yaitu kombinasi antara tuntunan keagamaan (*religious advice*) dengan hiburan (*entertainment*). Senada dengan perkembangan televangelisme Kristen Evangelis dan Neo-Pentekosta di Amerika yang lebih tampak sebagai ‘self-help guru’ ketimbang penceramah (*preacher*), para televangelis Muslim kontemporer di Indonesia juga kerap kali tampil sebagai motivator atau pelatih (*trainer*) ketimbang penceramah atau kombinasi di antara keduanya (*preacher-cum-trainer*). Howell (2013, 2014) menyebutkan bahwa modernitas akhir (*late modernity*) telah membuat banyak kategori keagamaan yang tampak stabil dan tetap menjadi cair (*fluid*). Howell menunjukkan bahwa garis batas antara penceramah (*preacher*) dan pelatih (*trainer*) tampak kabur dan tumpang tindih. Mengambil studi kasus Aa Gym dan Ary Ginanjar, Howell mengatakan bahwa meskipun Aa Gym lebih dikenal sebagai penceramah (*preacher*) tetapi kontennya lebih kental nuansa motivasi ketimbang ceramah keagamaan. Sebaliknya Ary Ginanjar yang dikenal publik sebagai pelatih (*trainer*) isi

pelatihannya sarat muatan Islam ketimbang motivasi (lihat Rudnyckj 2010).

Kailani (2018a) menunjukkan bahwa sosok televangelis Islam yang menggabungkan antara penceramah dan pelatih (*preacher-cum-trainer*) bukanlah khas fenomena Islam pasca Reformasi di Indonesia. Dia mendedahkan bahwa fenomena tersebut sudah dimulai sejak akhir 1990-an sebagaimana terlihat pada sosok Imaduddin Abdurrahim dan Toto Tasmara. Setelah Reformasi fenomena ini semakin tampak jelas dalam lanskap otoritas keagamaan baru di Indonesia seperti terlihat pada figur-figur seperti Syafii Antonio, Yusuf Mansur, Felix Siauw dan Salim A Fillah yang kebanyakan mereka aktif menulis buku motivasi keislaman namun juga menyampaikannya melalui ceramah dan training motivasi.

Di samping televisi, teknologi internet turut membentuk perihal praktik televangelisme Islam. Para dai baru bermunculan dan mendapatkan sambutan yang sangat besar. Mereka menjadikan internet dan khususnya media sosial sebagai medium untuk menyebarkan video ceramah mereka. Berbeda dari ceramah televisi yang hanya bisa diisi oleh segelintir orang yang memiliki atau mendapat akses terhadap industri pertelevisian, internet memungkinkan siapa saja untuk mengunggah ceramah di dalamnya. Di sinilah kita melihat tampilnya, dalam istilah Denis J. Bekkering (2001, 103), para “intervangelis”, yaitu para dai yang menjadikan internet sebagai medium utama untuk menyebarkan ceramah-ceramah mereka. Fenomena intervangelisme²⁷ ini muncul bersamaan dengan adanya fasilitas-fasilitas baru yang memungkinkan untuk mengunggah video ke internet seperti Youtube. Fenomena inilah yang melahirkan para dai kondang seperti UAS, UAH, Felix Siauw, dan lainnya.

Yang paling penting digarisbawahi adalah bahwa intervangelisme melahirkan lebih banyak lagi dai dibanding televisi. Produksi video ceramah tidak lagi bergantung pada

27 Bekkering tidak menggunakan istilah “intervangelisme” tetapi hanya menyebut “intervangelis”.

industri pertelevisian dan telah menjadi seperti industri rumahan (*home industries*) yang bisa dikerjakan oleh siapa saja yang memiliki akses internet. Mereka umumnya terdiri dari para dai muda yang berasal dari berbagai latarbelakang pendidikan. Dari sisi gender, kita bisa melihat semakin banyak dai perempuan yang turut serta dalam aktivitas ceramah agama ini. Di antara contohnya adalah Ustazah Pipik, Ustazah Indadari, Ustazah Peggy Melati Sukma, Ustazah Oki Setiana Dewi, dan sebagainya.

OTORITAS TRADISIONAL DAN MEDIA BARU: EMPAT KASUS

Setidaknya terdapat empat contoh penting untuk membuktikan bahwa keulamaan tradisional tetap kokoh di tengah munculnya aktor-aktor baru keislaman. Mereka adalah Ustaz Abdus Somad, Ustaz Hanan Attaki, Ustaz Adi Hidayat dan Kyai Anwar Zahid. Empat sosok agamawan ini menjadi masyhur berkat ceramah-ceramah mereka di media sosial. Mereka bisa dibilang mencapai derajat selebriti dan karenanya layak disebut sebagai ‘ustaz selebriti’. Namun, berbeda dari ustaz selebriti umumnya, mereka memiliki pengetahuan Islam mumpuni yang ditempuh melalui jalur pendidikan Islam yang memiliki akar tradisi keilmuan yang kokoh. Dengan demikian, legitimasi keempat sosok ini berbeda dari sosok-sosok lainnya seperti Aa Gym atau Felix Siauw yang tidak memiliki legitimasi tradisi keilmuan klasik.

USTAZ ABDUS SOMAD

Ustaz Abdus Somad (UAS) tidak bisa sepenuhnya disebut sebagai otoritas baru.²⁸ Dia memiliki riwayat pendidikan Islam yang boleh dibilang memenuhi kualifikasi sebagai ulama. Dia menempuh pendidikan pesantren tradisional. Selepas itu, dia belajar Islam di salah satu pusat pendidikan Islam terpenting di dunia Islam, yakni Universitas Al-Azhar, Kairo Mesir. Dia kemudian melanjutkan pendidikan Islam juga di salah satu

²⁸ Kajian ilmiah yang komprehensif tentang Ustaz Abdus Somad telah dilakukan oleh Dony Arung Triantoro (2019).

universitas Islam yang penting di dunia Islam, yakni di Maroko. Tak pelak, ketiga lembaga pendidikan Islam tersebut adalah tempat para calon ulama membangun otoritas keilmuan Islam. Secara ideologis, dia lahir dari organisasi Islam Al-Washliyah, yang beraliran tradisional.

UAS memiliki audiens yang sangat beragam dari sisi ideologi keislaman, mulai dari tradisional hingga modernis, dari kalangan aktivis maupun bukan aktivis. Pada 22 Februari 2018, misalnya, UAS mengisi ceramah agama di kalangan tradisional di Pondok Pesantren Krapyak Yogyakarta.²⁹ Pada keesokan harinya, 23 Februari 2018, dia pindah mengisi pengajian di kalangan aktivis Tarbiyah di Jogokaryan, yang letaknya bersebelahan dengan Pondok Pesantren Krapyak. Dia juga memberikan ceramah di kalangan modernis. Keberterimaan UAS di berbagai kelompok audiens inilah yang membedakannya dari Hanan Attaki maupun Anwar Zahid.

USTAZ ADI HIDAYAT³⁰

Berbeda dari UAS yang berlatarbelakang tradisional, UAH memiliki latar belakang keluarga modernis, yakni Muhammadiyah. Dia juga mendapatkan pendidikan pesantren Darul Arqam Muhammadiyah di Garut Jawa Barat. Di samping itu, dia juga berguru kepada ulama-ulama di Jawa Barat. Dia menempuh pendidikan tinggi dalam negeri di UIN Jakarta. Sama seperti UAS, dia memperoleh pendidikan Islam di luar negeri, yakni Libya.

Audiens UAH umumnya adalah anak muda yang mengakses ceramah-ceramahnya di media sosial. Dengan latarbelakang modernis, dia lebih diterima di kalangan modernis. Dia sendiri diakui sebagai dai Muhammadiyah. UAH juga populer di kalangan aktivis Tarbiyah.

29 Lihat rekaman video ceramahnya di Pondok Krapyak di <https://www.youtube.com/watch?v=VZ112ocgb5k> (diakses 12 April 2019).

30 Lihat biografi Ustaz Adi Hidayat dalam <https://kumparan.com/islami-store/profil-biografi-dan-prestasi-ustadz-adi-hidayat-lc-yang-luar-biasa> (diakses 5 April 2019).

USTAZ HANAN ATTACKI

Ustaz Hanan Attaki juga tidak bisa dikatakan sepenuhnya sebagai otoritas baru.³¹ Dari sisi pendidikannya, jelas bahwa dia memiliki kemampuan untuk mengakses sumber-sumber utama Islam, Alquran dan hadis maupun lainnya secara langsung. Dia lulus dari Fakultas Ushuluddin Jurusan Tafsir di Universitas Al-Azhar, Mesir. Dia mewarisi tradisi keilmuan Islam yang berkembang berabad-abad di universitas ini.

Audiens Hanan Attaki tidaklah seberagam seperti audiens UAS. Dia lebih populer di kalangan aktivis Tarbiyah dan kalangan muda, terutama netizen. Dia tidak populer di kalangan Muslim tradisional, meskipun dia memiliki latar pendidikan Islam dari Timur Tengah.

KYAI ANWAR ZAHID

KH Anwar Zahid mewakili otoritas tradisional *par excellence*.³² Dia menempuh jalur keulamaan secara tradisional, yakni pesantren. Berbeda dari UAS dan Hanan Attaki, KH Anwar Zahid belum pernah mengenyam pendidikan di luar negeri. Dia lebih masyhur di kalangan audiensnya sebagai *kyai* daripada ‘ustaz’ seperti Abdus Somad dan Hanan Attaki. Ini berarti bahwa Anwar Zahid membangun otoritas keagamaannya di atas tradisi keislaman yang memiliki sejarah panjang dalam tradisi pesantren. Satu catatan penting dari Anwar Zahid adalah bahwa dia tidak berasal dari kalangan elite pesantren. Berkat kemampuan oratoris serta latar pendidikan pesantrennya, Anwar Zaid mampu menaiki tangga popularitas sebagai kyai selebriti. Dia sendiri kemudian mendirikan pesantren bernama Pondok Pesantren Asy-Syafi’iyah di Bojonegoro Jawa Timur.

Audiens Anwar Zahid bisa dibilang lebih terbatas secara ideologis, yakni para Muslim tradisional yang berafiliasi dengan Nahdlatul Ulama (NU). Dia tidak masyhur di kalangan modernis ataupun kalangan aktivis Tarbiyah. Bahkan sosok dan gaya ceramahnya sering mendapatkan kritikan keras dari

31 Mengenai Ustaz Hanan Attaki dan kiprah dakwahnya, lihat Ibtisam Han (2018)

32 Untuk kajian ilmiah tentang Kyai Anwar Zahid, lihat Kiptiah (2017).

kedua kalangan ini. Humor dan gaya bahasanya sering tidak sesuai dengan audiens dari kedua kalangan tersebut.³³

KESIMPULAN

Bab ini telah menyetujui diskusi teoretis dengan bukti-bukti empiris tentang pertemuan otoritas keagamaan dengan media baru yang berimplikasi pada fragmentasi otoritas agama dan lahirnya otoritas keagamaan baru. Para sarjana menunjukkan bahwa fragmentasi otoritas di masyarakat Muslim merupakan konsekuensi dari semakin majunya pendidikan Muslim kelas menengah dan semakin canggihnya infrastruktur media dan komunikasi. Tafsir keislaman tidak lagi dimonopoli oleh otoritas tradisional atau ulama melainkan melibatkan orang biasa yang bisa mengakses bacaan-bacaan keislaman sebagai sumber referensi bagi kehidupan sehari-harinya (*objectification of religion*).

Meskipun demikian, tulisan ini juga menjabarkan bahwa adanya media baru dan otoritas keislaman baru tidak serta merta menggerus keberadaan otoritas tradisional. Merujuk pada Qasim Zaman dan menyajikan beberapa studi kasus seperti fenomena ustaz Abdus Shomad dan Anwar Zahid, kami berargumen bahwa alih-alih sirna, otoritas keagamaan tradisional bisa bertahan dan beradaptasi dengan media baru.

Selain itu, wacana televangelisme Islam tampak mempunyai banyak persamaan dengan yang diusung oleh televangelisme Kristen Protestan seperti "*born-again Christian*" yang senada dengan gagasan hijrah. Bab ini juga mendedahkan bahwa televangelisme Islam di banyak negara Muslim termasuk Indonesia menunjukkan wacana '*pietization*' di mana ekspresi dan artikulasi keislaman tampak berjumpa mesra dalam gaya hidup konsumerisme. Dengan kata lain, televangelisme Islam telah menyetujui bentuk keberagaman yang dekat dengan pasar (*market friendly*) melalui sakralisasi kehidupan sehari-hari dengan mengonsumsi barang-barang keagamaan.

33 Perbedaan oratoris antara penceramah modernis dan tradisional ini telah dikaji secara mendalam oleh Keeler (1998); dan Millie (2012; 2013).

DAFTAR PUSTAKA

- Appadurai, Arjun. 1996. *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Atia, Mona. 2013. *Building a House in Heaven: Pious Neoliberalism and Islamic Charity in Egypt*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Bayat, Asef. 2007. *Making Islam Democratic: Social Movements and the Post-Islamist Turn*. Stanford, California: Stanford University Press.
- Bekkering, Denis J. 2011. "From 'Televangelist' to 'Intervangelist': The Emergence of the Streaming Video Preacher." *The Journal of Religion and Popular Culture* 23 (2): 101-17.
- Burdah, Ibnu, Najib Kailani, dan Munirul Ikhwan, (eds). 2019. *Ulama, Politik, Dan Narasi Kebangsaan*. Yogyakarta: PusPIDeP Press.
- Casanova, Jose. 1994. *Public Religions in the Modern World*. Chicago and London: University of Chicago Press.
- Clark, Lynn Schofield. 2012. "Religion and Authority in a Remix Culture: How a Late Night TV Host Became an Authority on Religion." dalam *Religion, Media and Culture: A Reader*, diedit oleh Gordon Lynch dan Jolyon Mitchell bersama Anna Strhan, 111-121. London: Routledge.
- Echchaibi, Nabil. 2007. "From the Pulpit to the Studio: Islam's Internal Battle." *Media Development* 1: 16-19.
- . 2011. "From audio tapes to video blogs: the delocalization of authority in Islam." *Nations and Nationalism* 17 (1): 25-44.
- Eickelman, Dale F dan James Piscatori. 1996. *Muslim Politics*. Princeton: Princeton University Press.
- . 2003. *New Media in the Muslim World: The Emerging Public Sphere*. Blooming: Indiana University Press.
- Einstein, Mara. 2008, *Brands of Faith: Marketing Religion in a Commercial Age*. London and New York: Routledge.

- Epstein, Joseph. 2005. "Culture of Celebrity." *Hedgehog Review* 5 (1): 6-20.
- Furedi, Frank. 2010. "Celebrity Culture." *Society* 47: 493-97.
- Gauthier, Francois, Linda Woodhead, dan Tuomas Martikainen. 2013. "Consumerism as the Ethos of Consumer Society." dalam *Religion in Consumer Society: Brands, Consumers and Markets*, diedit oleh Francois Gauthier dan Tuomas Martikainen, 1-26. Burlington: Ashgate.
- Han, Muhammad Ibtisam. 2018. "Anak Muda, Dakwah Jalanan dan Fragmentasi Otoritas Keagamaan: Studi Atas Gerakan Dakwah Pemuda Hijrah dan Pemuda Hidayah." *Tesis Master*. Yogyakarta: Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga.
- Harding, Susan. 1992. "The Gospel of Giving: The Narrative Construction of Sacrificial Economy." dalam *Vocabularies of Public Life: Empirical Essays in Symbolic Structure*, diedit oleh Robert Wuthnow, 39-56. London and New York: Routledge.
- . 2000. *The Book of Jerry Falwell: Fundamentalist Language and Politics*. Princeton: Princeton University Press.
- Hasan, Noorhaidi. 2009. "The Making of Public Islam: Piety, Agency and Commodification on the Landscape of the Indonesian Public Sphere." *Contemporary Islam* 3 (3): 229-250.
- Helmanita, Karlina. 2002. "Lutfiah Sungkar: Mubalighah untuk Keluarga Muslim." dalam *Ulama Perempuan Indonesia*, diedit oleh Jajat Burhanudin, 298- 325. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Henderson, Amy. 1992. "Media and the Rise of Celebrity Culture." *OAH Magazine of History* 6 (4): 49-54.
- . 2005. "From Barnum to 'Bling': The Changing Face of Celebrity Culture." *Hedgehog Review* 5 (1), 37-46 .
- Howell, Julia Day. 2008. "Modulation of Active Piety: Professors and Televangelists as Promoters of Indonesian 'Sufisme'."

- dalam *Expressing Islam: Religious Life and Politics in Indonesia*, diedit oleh Greg Fealy dan Sally White, 40-62. Singapore: ISEAS.
- . 2013. “Calling’ and ‘Training’: Role Innovation and Religious De-Differentiation in Commercialised Indonesian Islam.” *Journal of Contemporary Religion* 28 (3): 401-419.
- . 2014. “Christendom, the *Ummah* and Community in the Age of Televangelism.” *Social Compass* 61 (2): 234-249.
- Hoesterey, James Bourk. 2016. *Rebranding Islam: Piety, Prosperity and a Self-Help Guru*. Stanford: Stanford University Press.
- Jung, D., Juul Petersen, M. & Lei Sparre, S.C. 2014. *Politics of Modern Muslim Subjectivities: Islam, Youth and Social Activism in the Middle East*. New York: Palgrave Macmillan.
- Kailani, Najib. 2018a. “Preachers-cum-Trainers: The Promoters of Market Islam in Urban Indonesia.” dalam *Islam in Southeast Asia: Negotiating Modernity*, diedit oleh Norshahril Saat, 164-191. Singapore: ISEAS.
- . 2018b. “Trading with God’: Muslims’ Prosperity Religion in Urban Indonesia” dipresentasikan dalam *International Conference of Southeast Asian Cultures*, National Cheng Kung University (NCKU) Taiwan, 8-10 Juni 2018.
- Kaptein, Nico. 1997. *The Mubimmât al-Nafâ’is: A Bilingual Meccan Fatwa Collection for Indonesian Muslims from the End of the Nineteenth Century*. Jakarta: Indonesian-Netherlands Cooperation in Islamic Studies (INIS).
- . 2004. “The Voice of the Ulama: Fatwas and Religious Authority in Indonesia,” *Archives De Sciences Des Religions* 125: 115-130.
- Keeler, Ward. 1998. “Style and Authority in Javanese Muslim Sermons.” *The Australian Journal of Anthropology* 9-2: 163-78.

- Kiptiyah, Siti Mariatul. 2017. "Kyai Selebriti dan Media Baru." *Masyarakat dan Budaya* 19 (3): 339-52.
- Maulana, M. 2008. "Metode Dakwah KH. Kosim Nurzaha." *Skripsi S1*. Jakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah.
- Millie, Julian. 2012. "Oratorical Innovation and Audience Heterogeneity in Islamic West Java." *Indonesia* 93: 123-45.
- . 2013. "The Situated Listener as Problem: 'Modern' and 'Traditional' Subjects in Muslim Indonesia," *International Journal of Cultural Studies* 16-3: 271-88.
- . 2017. *Hearing Allah's Call: Preaching and Performance in Indonesian Islam*. Ithaca and London: Cornell University Press.
- Moll, Yasin. 2012. "Storytelling, Sincerity, and Islamic Televangelism in Egypt." dalam *Global and Local Televangelism*, diedit oleh Pradip Ninan Thomas dan Philip Lee, 21-44. London: Palgrave Macmillan.
- Muzakki, Akh. 2012. "Islamic Televangelism in Changing Indonesia: Transmission, Authority, and the Politics of Ideas." dalam *Global and Local Televangelism*, diedit oleh Pradip Ninan Thomas dan Philip Lee, 45-63. London: Palgrave Macmillan.
- Nasr, Vali. 2009. *The Rise of Islamic Capitalism: Why the New Muslim Middle Class is the Key to Defeating Extremism*. New York. London. Toronto. Sydney: Free Press.
- Rudnyckyj, Daromir. 2010. *Spiritual Economies Islam, Globalization, and the Afterlife of Development*. Ithaca N.Y: Cornell University Press.
- Rakhmani, Inaya. 2016. *Mainstreaming Islam in Indonesia: Television, Identity and the Middle Class*, New York: Palgrave Macmillan.
- Roy, Olivier. 1997. *The Failure of Political Islam*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.

- . 2004. *Globalized Islam: The Search for A New Ummah*. New York: Columbia University Press.
- Sofjan, Dicky dan Mega Hidayati. 2013. *Religion and Television in Indonesia: Ethics Surrounding Dakwahtainment*. Geneva: Globethics.net.
- Sunarwoto. 2013. “*Dakwah* radio in Surakarta: Contest for Islamic identity.” dalam *Islam in Indonesia: Contrasting Images and Interpretations*, diedit oleh Jajat Burhanudin dan Kees van Dijk, 195-214. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- . 2015. “Contesting Religious Authority: A study on Dakwah radio in Surakarta, Indonesia.” *Disertasi*. Tilburg: Tilburg School of Humanities, Tilburg University.
- Thomas, Pradip Ninan dan Philip Lee (eds.). 2012. *Global and Local Televangelism*. London: Palgrave Macmillan.
- Triantoro, Doni Arung. 2019. “Ustaz Abdul Somad, Otoritas Karismatik dan Media Baru.” *Tesis Master*. Yogyakarta: Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga.
- Turner, Bryan S. 2007. “Religious Authority and the New Media.” *Theory, Culture & Society* 24 (2): 117–134.
- . 2010. “Islam, Public Religions and Secularization Debate.” dalam *Muslim Societies and the Challenge of Secularization: An Interdisciplinary Approach*, diedit oleh Gabriel Marranci, 11-30. New York: Springer.
- . 2012. *Religion and Modern Society: Citizenship, Secularisation and the State*. Cambridge: Cambridge University Press.
- . 2014. “Religion and Contemporary Sociological Theories.” *Current Sociology Review* 62 (6): 771-788.
- Watson, C. W. 2005. “A Popular Indonesian Preacher: The Significance of Aa Gymnastiar.” *Journal of the Royal Anthropological Institute* 11 (4): 773-792.
- Wright, R. 2011. *Rock the Casbah: Rage and Rebellion across the Islamic World*, Simon and Shuster, New York.

- Wiryanan, Hari. 2011. *Mangkunegoro VII dan Awal Penyiaran Indonesia*. Surakarta: Lembaga Pers dan Penyiaran Surakarta.
- Zaied, Al-Sayed. 2008. "Da'wa for Dollars: A New Wave of Muslim Televangelists." *Arab Insights* 2 (2): 21-27.
- Zaman, Muhammad Qasim. 2002. *The Ulama in Contemporary Islam: Custodians of Change*. Princeton and Oxford: Princeton University Press.
- . 2009. "The Ulama and Contestations on Religious Authority." dalam *Islam and Modernity: Key Issues and Debates*, diedit oleh Muhammad Khalid Masud, Armando Salvatore and Martin van Bruinessen, 206-236. Edinburg: Edinburg University Press.