

**FENOMENA USTADZ SELEBRITAS INDONESIA  
DI TENGAH MASYARAKAT RISIKO**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S1)  
Dalam Ilmu Ushuluddin dan Humaniora  
Jurusan Aqidah Filsafat Islam



Disusun Oleh:

**NURUL ROTIFAH**

**1504016023**

**FAKULTAS USHULUDDIN DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
SEMARANG**

**2019**

## DEKLARASI KEASLIAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil kerja saya sendiri dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab dan di dalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi di lembaga pendidikan lainnya, kecuali pengetahuan dan informasi yang diambil penerbitan maupun belum atau tidak diterbitkan dicantumkan sebagai sumber referensi yang menjadi bahan rujukan.

Semarang, 11 Oktober 2019

Penulis



Nurul Rotifah  
1504016023

**FENOMENA USTADZ SELEBRITAS INDONESIA  
DI TENGAH MASYARAKAT RISIKO**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana  
dalam Ilmu Ushuluddin Jurusan Aqidah Filsafat Islam

Disusun Oleh:

**Nurul Rotifah**  
**1504016023**

Semarang, 1 Oktober 2019  
Disetujui oleh

Pembimbing I

Pembimbing II

**Dr. Machrus, M.Ag**  
**NIP: 196301051990011002**

**Dr. Zainul Afzfar, M.Ag**  
**NIP: 197308262002121002**

**PENGESAHAN**

Skripsi Saudari **Nurul Rotifah (1504016023)** telah dimunaqasyahkan oleh Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ushuluddin dan Humaniora Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, pada tanggal:

**22 Oktober 2019**

dan telah diterima serta disahkan sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana (S.1) dalam Ilmu Ushuluddin.



Dekan Fakultas / Ketua  
Sidang

**Dr. Zainul Adzfar, M.Ag**  
NIP: 197308262002121002

Pembimbing I

**DR. Machrus, M.Ag**  
NIP: 196301051990011002

Pembimbing II

**Dr. Zainul Adzfar, M.Ag**  
NIP: 197308262002121002

Penguji I

**Aslam Sa'ad, M. Ag**  
NIP: 196704231998031007

Penguji II

**Bahroon Anshori, M.Ag**  
NIP: 197505032006041001

Sekretaris Sidang

**Sri Rejeki, S.Sos.I, M.Si**  
NIP: 19790304200604200

## **MOTTO**

*Dalam satu hari kesuksesan akan ada penyesalan kemarin dan perubahan untuk masa depan.*

*Pilihlah satu antara penyesalan dan perubahan*

**(Ibuku)**

## TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata bahasa Arab yang dipakai dalam penulisan skripsi ini berpedoman pada "Pedoman Transliterasi Arab-Latin" yang dikeluarkan berdasarkan Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 158 Tahun 1987. Berikut penjelasan pedoman tersebut:

### A. Kata Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Dibawah ini daftar huruf Arab itu dan Translitasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kha	Kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye

ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	ʿ	Komater balik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

### 1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
◌َ	Fathah	A	A
◌ِ	Kasrah	I	I
◌ُ	Dhammah	U	U

## 2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arabnya yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
َ-ي	Fathah dan ya	Ai	a dan i
َ-و	Fathah dan wau	Au	a dan u

## 3. Vokal Panjang (maddah)

Vokal panjang atau maddah yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
آ	Fathah dan alif	Ā	a dan garis di atas
ي	Fathah dan ya'	Ā	a dan garis di atas
ي	Kasrah dan ya'	Ī	i dan garis di atas
و	Dhammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

## C. Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua yaitu:

### 1. Ta marbutah hidup

Ta marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah, dan dhammah, transliterasinya adalah (t)

2. Ta marbutah mati

Ta marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah (h)

3. Kalau pada kata yang terakhir dengan ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h)

Contoh:

روضة الاطفال : raudah al-atfāl

**D. Syaddah (Tasydid)**

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

زَيْن: zayyana

**E. Kata Sandang**

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf al namun dalam transliterasi ini kata sandang dibedakan atas kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah.

1. Kata sandang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf (1)

diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai pula bunyinya. Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun huruf qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan kata sandang.

Contoh:

الرَّجُلُ : ar-rajulu

**F. Hamzah**

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof, namun itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Jika hamzah itu terletak di awal kata, maka hamzah itu tidak dilambangkan karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

سَيِّئٌ : syai'un

**G. Penulisan kata**

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim, maupun harf, ditulis terpisah, hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazimnya dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan. Maka dalam

transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

فَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ : Fa aflu al-kaila wa al-mîzāna

## H. Huruf kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EBI, diantaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersendiri, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ : wa mā Muhammadun illā rasuul

Penggunaan huruf kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain, sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

لِللَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا : Lillāhi al-amru jamî'an

## UCAPAN TERIMA KASIH

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, puji syukur penulis haturkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan. Shalawat serta salam tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW, keluarganya, para sahabat dan para pengikutnya yang telah menuntun umat manusia dari zaman jahiliyah ke jalan yang benar.

Penulis menyadari tersusunnya skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Rektor UIN Walisongo Semarang, Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M.Ag.
2. Dekan Fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Walisongo Semarang, Dr. H. Hasyim Muhammad, M.Ag.
3. Muhtarom, M.Ag dan Tsuwaibah, M.Ag selaku Kepala Jurusan dan Sekretaris Jurusan Aqidah dan Filsafat Islam Fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Walisongo Semarang.
4. Dr. Machrus, Dipl. M.Ag sebagai pembimbing I dan Dr. Zainul Adzfar, M.Ag sebagai pembimbing II yang sabar dalam membimbing, mengarahkan serta memberikan pengertian makna belajar. Segenap civitas akademik UIN Walisongo Semarang yang memberikan bekal ilmunya pada

penulis dengan ketulusan, semoga penulis menjadi orang yang bermanfaat bagi orang lain.

5. Bapak dan Ibu tercinta yang senantiasa tiada henti-hentinya mendoakan dan memperjuangkan anak ke-duanya untuk menjadi anak yang berbakti kepada orang tua serta menjadi teladan untuk adik-adik yang tersayang.
6. Saudara sekandungku Mas Enu, Adik Furi, dan Adik Anya yang telah memberikan semangat dan selalu menemani dalam keadaan apapun.
7. Teman-teman seperjuangan Malaysia Ka Yash, Ka mila, Mbak Run, Mbak Rini dll. Kalian adalah teman dan saudara yang selalu mendukung, mengarahkan, serta memberi semangat dalam penulisan skripsi sehingga bisa terselesaikan.
8. Seseorang yang telah memberikan pelajaran selama mengerjakan skripsi Mas Leak.
9. Sahabat-sahabat tercinta Istiqomah, Aripin, Agus, Aziz, serta senior Mas Imam, Mas Mukadi, Mas Amin dll. Kalian adalah sahabat dan keluarga yang selalu memberikan semangat dan dukungan dalam penulisan skripsi ini hingga dapat diselesaikan.
10. Teman-teman Aqidah dan Filsafat Islam angkatan 2015 yang senantiasa memberikan semangat dan bersama-sama menyelesaikan skripsi.
11. Kos Paliman yang tersayang Thoif, Avina, Sisca, Fajar, Ika, Zahroh, Dzur, Novia, Ugik, Nia, Ferizka, Nisa, Ambar yang

telah memberi keceriaan dan semangat selama penulis menjalani skripsi.

12. Keluarga Va Key Chi Mas Jaja, Tiara, Mas Aam, Kifti yang telah memberikan kesempatan berbagi waktu sehingga skripsi ini terselesaikan.
13. Teman-teman KKN Ke-71 Posko 42 UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan motivasi satu sama lain sehingga skripsi ini telah terselesaikan. .

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan ini masih belum sempurna, untuk itu penulis sangat mengharap kritik dan saran yang membangun demi perbaikan penelitian di masa mendatang. Semoga Allah SWT senantiasa membalas amal baik yang telah bapak dan ibu dosen berikan, dan harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi diri sendiri dan semua pihak yang membutuhkan.

Semarang, 1 Oktober 2019

Penulis

Nurul Rotifah  
NIM: 1504016023

## PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan untuk:

1. Bapak dan Ibu tercinta Bapak Suroto dan Ibu Musanah dengan penuh cinta dan kasih sayangnya serta segala pengorbanannya dengan tulus memberiku semangat untuk menuntut ilmu. Semoga kasih sayang yang telah diberikan, dapat menghantarkan kemuliaan di dunia dan akhirat. Semoga Allah SWT senantiasa melindungi dan menjaga mereka.
2. Saudara kandung tercinta Mas Enu sekeluarga, adik-adikku; Furi Nurul Aini, dan Nurul Yohana, yang telah mewarnai kehidupanku. Tidak lupa semua keluargaku, terima kasih atas doa yang selalu diucapkan untukku.
3. Sahabat dan keluarga Kak Yash dan Kak Mila yang telah memberikan dukungan dan mengajarkan kebaikan dalam keadaan apapun.
4. Almamaterku UIN Walisongo Semarang, serta pembaca sekalian, semoga dapat mengambil manfaat dari skripsi ini.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN DEKLARASI KEASLIAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO.....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN TRANSLITERASI .....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN UCAPAN TERIMA KASIH.....</b>	<b>xii</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xvii</b>
<b>HALAMAN ABSTRAK.....</b>	<b>xix</b>
<b>BAB I      PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	14
C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian .....	14
D. Kerangka Teori .....	15
E. Tinjauan Pustaka.....	17
F. Metode Penelitian .....	18
G. Sistematika Penulisan .....	21
<b>BAB II     MODERNITAS DAN MASYARAKAT RISIKO</b>	
A. Modernitas.....	23
B. Masyarakat Risiko .....	34
1. Menciptakan Risiko .....	36
2. Mengatasi Risiko.....	38

	C. Modernitas dalam Masyarakat Risiko .....	39
	D. Pengaruh Risiko Global .....	46
<b>BAB III</b>	<b>RELASI INDUSTRI DAN AGAMA DALAM</b>	
	<b>USTADZ SELEBRITAS</b>	
	A. Pengertian Ustadz Selebritas .....	49
	B. Ragam Komoditas Ustadz Selebritas .....	53
	1. Pemikiran Ustadz Selebritas .....	55
	2. Produk Ustadz Selebritas .....	64
	3. Sasaran Ustadz Selebritas .....	71
	C. Makna dalam Komodifikasi	
	Ustadz Selebritas .....	75
	D. Contoh Komodifikasi dan Kapitalisasi	
	Ustadz Selebritas .....	79
<b>BAB IV</b>	<b>USTADZ SELEBRITAS DALAM</b>	
	<b>MASYARAKAT RISIKO</b>	
	A. Fenomena Ustadz Selebritas dalam	
	Masyarakat Risiko .....	83
	B. Komoditas dalam Ustadz Selebritas yang	
	Berkembang di Masyarakat .....	91
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP</b>	
	A. Kesimpulan .....	95
	B. Saran .....	97
	<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
	<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	

## ABSTRAK

**Nurul Rotifah (1504016023).** *Fenomena Ustadz Selebritas Indonesia di Tengah Masyarakat Risiko*

Perkembangan teknologi informasi yang pesat membawa dampak kepada masyarakat. Munculnya media massa seperti televisi, telepon seluler, maupun internet adalah bagian dari perkembangan teknologi informasi. Media mampu merekonstruksi realitas baru melalui kecanggihan teknologi informasi. Hingga akhirnya bergeser ke ranah agama. Dalam hal ini dapat dilihat dari kemunculan beberapa ustadz selebritas dan media sosial kini menawarkan ke dalam spiritualitas tetapi juga sebagai seorang selebritas melalui citra yang di bentuk. Fenomena ini merupakan salah satu bentuk komodifikasi agama, dimana nilai-nilai agama dikomersialisasi untuk mendapatkan keuntungan. Proses dakwah yang berbaur dengan pasar tidak bisa dilepaskan dengan sistem dominasi yaitu kapitalisme.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif (*library research*), dengan objek peneliannya adalah buku-buku dan media massa. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menganalisa pemahaman adanya fenomena ustadz selebritas dengan menggunakan analisa masyarakat risiko Anthony Giddens. Analisis dilakukan setelah data-data yang dibutuhkan terkumpul. Proses analisis dimulai dari membaca, mempelajari dan menelaah data yang didapat mengenai modernitas, refleksivitas, dan industri dan agama yang ada. Selanjutnya proses analisis tersebut, peneliti mengambil kesimpulan dari masalah yang bersifat umum ke masalah yang bersifat khusus.

Penelitian ini didapat berdasarkan rumusan masalah dengan menggunakan indikator khalayak sebagai respon fenomena ustadz selebritas. Pada tingkat ini masyarakat sebagai masyarakat konsumsi akan menerima atau mengikuti apa yang ada pada ustadz selebritas. Sejauh ini masyarakat menerima sebagai risiko yang akan ditimbulkan seperti kesenjangan sosial, menurunnya moralitas dalam agama menjadi bagian dari hiburan. Adanya relasi industri dan agama akan memberikan kesempatan untuk mendapatkan keuntungan sebanyak

mungkin. Kondisi ini yang akan membentuk masyarakat berada dalam kondisi ketidakpastian antara agama dan dunia industri. Sebagai masyarakat risiko yakni masyarakat mau tidak mau harus menghadapi ancaman dan bahaya sosial yang akan ditimbulkan sebagai bentuk perubahan zaman. Hal yang terpenting adalah menelaah ulang apa yang terjadi di dalam fenomena ustadz selebritas dengan berani mengambil sikap menuju keamanan dan kenyamanan sosial.

Kata Kunci : *Modernitas, Risiko, Masyarakat Risiko, Ustadz Selebritas, dan Refleksivitas.*

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Revolusi industri menjadi sebuah perkembangan masyarakat dari sistem pertanian yang beralih menjadi sistem industri. Diikuti dengan perkembangan teknologi, banyak orang meninggalkan usaha pertanian dan beralih ke pekerjaan industri yang ditawarkan oleh pabrik-pabrik yang sedang berkembang. Kemunculan birokrasi ekonomi dengan skala besar untuk memberikan pelayanan kebutuhan oleh industri dan sistem ekonomi kapitalis yang diharapkan sebuah keuntungan dari pasar bebas tempat memperjualbelikan berbagai produk industri.<sup>1</sup> Oleh sebab itu kapitalisme sangat erat kaitannya dengan industrialisme untuk menunjang produktivitas dengan inovasi teknologi baru untuk mengurangi biaya investasi dalam memperkerjakan buruh. Kapitalisme dengan semangat tujuannya untuk memperoleh keuntungan sebesar-besarnya memberikan peluang munculnya modernitas.<sup>2</sup>

Industrialisasi memang sudah melekat dalam kehidupan masyarakat modern bukan hanya dibidang ekonomi tetapi seluruh kehidupan masyarakat, termasuk *way of life*-nya dan sebagainya.

---

<sup>1</sup> Georg Ritzer, *Teori Sosiologi Modern*, Terj. Triwibowo B.S. (Jakarta: Prenasa Media, 2014), Hal.6-9

<sup>2</sup> I.Wibowo, *Negara dan Modernitas*, (Majalah Basis ed. Anthony Giddens no.01-02, Tahun ke-49, Januari-Februari 2000), Hal.39

Orang sudah tidak lagi mengalami ketergantungan dari alam, dan semua masalah dapat dipecahkan manusia. Bersamaan dengan penggunaan teknologi sebagai ilmu baru untuk menunjang kemanfaatan produksi industrial.<sup>3</sup>

Menurut Marx, kapitalisme adalah suatu sistem produksi komoditas. Di dalam sistem ini pemproduksi tidak hanya memenuhi kebutuhan sendiri atau untuk kebutuhan individu-individu yang memiliki hubungan kontak dengan mereka, kapitalisme melibatkan pasar pertukaran (*exchange market*) yang menjangkau ke segala penjuru dunia. Di dalam karya Giddens, Marx diungkapkan bahwa “komoditi mempunyai suatu aspek ganda : di satu pihak ‘nilai pakai’ (*use value*) dan di lain pihak ‘nilai tukarnya’ (*exchange value*)”. Di mana suatu objek dikatakan menjadi komoditi, apabila produk mempunyai nilai pakai, dan tidak berlaku sebaliknya. Kemudian nilai tukar tidak bisa dipisahkan dari benda-benda yang dipertukarkan dari suatu pasaran, nilai tukar hanya dalam kaitannya dengan komoditi.<sup>4</sup>

Kemunculan modernitas di dalam masyarakat modern menurut Marx ditentukan oleh ekonomi kapitalis. Ia mengakui kemajuan transisi masyarakat sebelumnya ke masyarakat kapitalisme. Kemudian pandangan Simmel tentang inti

---

<sup>3</sup> Franz Magnis-Suseno, *Filsafat Sebagai Ilmu Kritis*, (Yogyakarta: Kanisius, 1992), Hal. 56-57

<sup>4</sup> Anthony Giddens, *Kapitalisme dan Teori Sosial Modern: Suatu Analisis Karya tulis Marx, Durkheim, dan Max Weber*, Terj. Soeheba Kramadibrata, (Jakarta: UI Press, 2009), Hal.57

modernitas bahwa terdapat dua sisi yang saling berhubungan adalah kota dan ekonomi uang. Kota menurutnya adalah suatu tempat modernitas dipusatkan atau diintensifkan, sedangkan ekonomi uang adalah penyebab penyebaran modernitas dan perluasannya.<sup>5</sup>

Modernitas memang akan berjalan terus dan bergerak secara menyeluruh dan global, tidak ada yang dapat mengelak darinya. Menurut Giddens modernitas menampilkan dua sisi yaitu sisi menentramkan, dan sisi menggelisahkan.<sup>6</sup> Modernitas digambarkan seperti *juggernaut* yang memberikan keuntungan namun juga bahaya. Diantara bahaya yang didapati adalah risiko yang berkaitan dengan modernitas.<sup>7</sup> Risiko dan bahaya dibedakan oleh Beck risiko adalah sebagai akibat yang dapat dikendalikan, sedangkan bahaya adalah akibat yang tidak dapat dikendalikan. Di dalam masyarakat risiko berarti menghindari bahaya, tetapi tidak menjauh dari risiko, sebab risiko yang mungkin timbul akan dapat diperhitungkan.<sup>8</sup> Kemungkinan keadaan dan ukuran risiko yang akan muncul secara global akan mengejutkan bagi semua orang. Risiko global tidak memandang perbedaan kaya dan miskin atau belahan dunia mana pun. Namun kenyataanya

---

<sup>5</sup> Georg Ritzer, *Teori Sosiologi Modern*, Terj. Triwibowo B.S. (Jakarta: Prenasa Media, 2014), Hal.504-505.

<sup>6</sup> B.Hari Juliawan, *Dunia Yang Berlari*, (Majalah Basis no.01-02, tahun ke-49, Januari-Februari 2000), Hal.49.

<sup>7</sup> Georg Ritzer, *Teori Sosiologi Modern*, Terj. Triwibowo B.S. (Jakarta: Prenasa Media, 2014), Hal.533.

<sup>8</sup> Sindhunata, *Menuju Masyarakat Resiko*,(Majalah Basis no.01-02, tahun ke-49, Januari -Februari), Hal.12.

intensitas global dari risiko tertentu mengatasi perbedaan sosial dan ekonomi, terlebih dengan orang-orang yang mempunyai hak istimewa dan yang tidak. Dan meskipun dilindungi oleh keamanan, maka akan muncul risiko-risiko baru yang lainnya.<sup>9</sup>

Modernitas memberikan dampak terhadap masyarakat global yang berkaitan erat terutama dengan perekonomian. Kapitalisme sebagai penyedia modal dalam perkembangan teknologi dan informasi merekonstruksi realitas baru sebagai budaya populer hingga merambah keagamaan. Dalam hal ini sering dilihat beberapa ustadz yang menjadi selebritas. Melalui media informasi, ustadz tampil tidak hanya menawarkan ke dalam spiritual tetapi sebagai sosok selebritas. Sebab inilah agama sudah tidak lagi intens sebagai penyambung manusia dengan Tuhannya melainkan hasil dari bentuk komersialisasi. Ketenaran seorang ustadz dalam media seperti televisi, media sosial lebih menekankan pada selebritasnya. Termasuk pembentukan nama dari media merupakan bagian dari ustadz selebritas.

Media sosial dijadikan sebagai ruang gerak para ustadz selebritas untuk menunjukkan eksistensinya ke ruang publik atau sebagai realitas media yang dikonsumsi oleh publik. Sehingga sulit membedakan batasan antara hiburan dan agama. Oleh karena

---

<sup>9</sup> Anthony Giddens, *Konsekuensi-Konsekuensi Modernitas*, Terj. Nurhadi, (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2005), Hal. 165-167.

itu, ustadz selebritas sangat bergantung dengan media sosial untuk mendukung kepopuleranya di ranah pulik.<sup>10</sup>

Seiring berjalannya waktu modernitas berpengaruh terhadap agama. Menurut Weber adanya hubungan kepercayaan keagamaan dengan bentuk kegiatan ekonomi ini berasal dari “semangat kapitalisme”.<sup>11</sup> Weber mengungkapkan di dunia modern pemilik modal termasuk para pekerjanya kebanyakan memeluk kepercayaan. Semangat kapitalisme ini terlihat dari usaha memperoleh kekayaan dengan cara yang baik bukan untuk memenuhi kebutuhan pribadi karena telah memiliki suatu kepercayaan yang tepat (Protestan). Semangat kapitalisme juga didasari atas pertumbuhan rasionalisme dalam masyarakat. Ketika motivasi agama masih dilakukan dalam segala aktivitas manusia, maka pada saat yang sama agama menjadi sebuah bentuk perubahan sosial didalamnya.<sup>12</sup> Meskipun begitu agama dipandang dari sisi sosiologinya memang memiliki pengaruh yang sangat besar dalam menyatukan masyarakat untuk mengarah pada kemajuan. Ia merupakan bagian dari kehidupan sosial dari sistem suatu masyarakat. Suatu pandangan hidup yang berada dalam kehidupan individu maupun kelompok. Namun pada dasarnya

---

<sup>10</sup> Skripsi karya Iskandar Siawai, *Perspektif Ulama Banjarmasin Tentang Ustadz Selebritas dalam Budaya Populer*, (Banjarmasin, UIN Antasari, 2017).

<sup>11</sup> Dikutip dari buku karya Weber *The Protestant Ethic and The Spirit of Capitalism*, dalam bentuk artikel panjang pada tahun 1904 dan 1905

<sup>12</sup> Anthony Giddens, *Kapitalisme dan Teori Sosial Modern: Suatu Analisis Karya tulis Marx, Durkheim, dan Max Weber*, Terj. Soeheba Kramadibrata, (Jakarta: UI Press, 2009), Hal.153-156

agama merupakan seperangkat aturan yang mengatur hubungan manusia dengan Tuhannya. Agama adalah sesuatu yang sangat bersifat privasi, karena meliputi penghayatan setiap orang. Secara teologis agama mempunyai tujuan untuk mempertahankan doktrin agama yakni iman, keimanan yang diyakini dengan penuh kebenaran ajaran agama.<sup>13</sup>

Di dunia modern agama menjadi bagian dari industri yang dilakukan oleh kapitalisme untuk mencari keuntungan. Dengan mengikuti kebutuhan pasar masyarakat industri yang haus akan spiritual untuk menyelesaikan berbagai masalah dalam mencari jalan keluarnya. Dari sini lah muncul komodifikasi Islam dengan memanfaatkan kondisi sebagai peluang keuntungan. Di mana agama dijadikan nilai tukar oleh kapitalis. Bagaimana tidak, penduduk yang kebanyakan mayoritas Muslim merupakan sasarannya sebagai pasar yang menjanjikan. Para penyedia produk dan jasa yang mengatasnamakan agama mulai dikembangkan sesuai dengan dunia modern. Aktivitas keagamaan yang tadinya bersifat pribadi dan sakral mulai berbau bisnis sehingga merubah kesadaran masyarakat dan religiositas menjadi kabur.<sup>14</sup>

Kemunculan ustadz selebritas di media massa sekarang ini menjadi salah satu fenomena budaya populer yang berkembang di tengah masyarakat. Fenomena ini seringkali berada di atas yang

---

<sup>13</sup> Middy Boty, jurnal *Agama dan Perubahan Sosial*, Istinbath/no.15/ Th.XIV/ Juni/ Hal. 35-50

<sup>14</sup> Asmaul Husna, *Jurnal Komunikasi global*, Vol.2, No.2, 2018, Hal.228-230

melambung tinggi dan cepat jatuh hingga tenggelam. Bersifat instan dan mengejutkan yang demikian ini adalah konstruksi dari media.

Status ustadz dalam panggilan seseorang di tengah masyarakat hadir karena seorang pengajar, pemberi nasihat, serta guru agama Islam. Kemudian status ustadz seleb sebut saja Ustadz Solmed didapati dari konstruk media (televisi) yang menjalar ke masyarakat umum.

Ustadz Solmed adalah ustadz televisi. Yang demikian adalah realitas media (televisi) bukan realitas sebenarnya. Ketika media memberi nama dalam seseorang karena adanya sebuah tujuan pasar untuk mendapatkan keuntungan, bahkan keuntungan tersebut dirasakan sampai ke manajemennya. Kenyataannya bahwa realitas media televisi adalah sebuah tontonan untuk menghibur masyarakat, selain di samping tujuan utama adalah faktor ekonomi. Maka dari itu adanya julukan (*framing* / bingkai) ustadz seleb ini yang dibuat oleh televisi untuk akhirnya diikuti oleh masyarakat.

Ustadz selebritas ini memang seperti halnya artis, kepopulerannya terlihat ketika sudah masuk televisi apalagi menjadi pemain sinetron, dengan cepat masyarakat mengenalinya. Masyarakat menilai ia adalah seorang ustadz yang segala tutur kata dan kelakuannya adalah ajaran agama atau dikatakan sesuai ajaran agama. Meskipun setiap orang hanya memahami sejumlah ayat dan mengucapkannya dengan agak baik apalagi menarik

wajahnya akan mudah menjadi ustadz televisi. Seperti inilah yang ditampilkan media sebagai pendapat seorang ustadz, kenyataannya adalah seorang pemain sinetron. Ustadz yang menjadi pemain sinetron sama halnya pemain sinetron asli karena tuntutan skenario. Ustadz selebritas dan pemain sinetron kedudukannya memang tidak bisa dibedakan.

Ketenaran Ustadz Solmed ini sebagai seorang artis memiliki nilai rupiah yang sangat tinggi dan bahkan memiliki patokan harga tertentu untuk sekali ceramah, karena di samping sebagai ustadz beliau menjadi selebritas juga. Jadi ketika sebuah majlis mengundang Ustadz Solmed dengan honor yang tinggi maka undangan ini ia sebagai selebritas sekaligus bisa berceramah agama.<sup>15</sup>

Kemajuan dunia teknologi di zaman sekarang merupakan hal yang tidak bisa dipisahkan dari fasilitas internet, dan internet tidak bisa dipisahkan dengan dunia media sosial seperti *youtube*, *facebook*, *yahoo*, *messenger*, *twitter*, *instagram* dan media sosial lainnya. Fasilitas yang demikian merupakan kemudahan untuk bertukar informasi sehingga terjalinnya hubungan yang saling menguntungkan dalam waktu yang singkat. Oleh karena itu jejaring sosial adalah wadah yang tepat sebagai sarana untuk berdakwah Islam.

---

<sup>15</sup> Nurudin, *Media Sosial Agama Baru Masyarakat Milenial*, (Malang: Intrans Publishing, 2018), Hal.141-145.

Seperti halnya Shift Pemuda Hijrah, salah satu penggerak dakwah remaja yang menggunakan media sosial *youtube* sebagai media penyampaian dakwah sejak tahun 2015. Sebagai seorang *founder*, Ustadz Hanan Attaki namanya memang cukup populer di kalangan pemuda, karena penampilannya yang seperti anak muda, memakai kemeja dan penutup kepala serta bahasa yang digunakan adalah bahasa anak muda, maka tema dakwah yang dibawa pun berkaitan dengan masalah yang dihadapi pemuda, seperti masalah cinta, karir, hiburan, sosial, dan keluarga hingga sampai sekarang *youtube* Shift Pemuda Hijrah memiliki 310 ribu *subscribers* dengan total video 134 yang telah diunggah.<sup>16</sup>

Perkembangan teknologi dalam praktik dakwah bukan hanya di internet, televisi juga merupakan salah satu media modern yang digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah yang sangat efektif bahkan bisa dilihat oleh semua orang. Menjelaskan bagaimana kealiman dan spiritualitas Islam dipresentasikan oleh simbol-simbol dari performativitas seorang ustadzah. Mulai dari kerudung dan gamis dengan merek tertentu serta desain yang sedang populer menjadi mitos baru dalam mempresentasikan kesalehan. Keberagaman di zaman sekarang ini tidak dapat dilepaskan dari perkembangan citra visual sebagai unsur pembentuknya. Segala sesuatu yang merupakan simbol-

---

<sup>16</sup> Shift Pemuda Hijrah, *Youtube.com*: diakses pada tanggal 16 Juli 2018.

simbol agama dijadikan standar untuk mengukur keberagamaan seseorang.<sup>17</sup>

Sebagai contoh ustadzah Mamah Dedeh yang memiliki nama asli Dedeh Rosidah. Beliau adalah penceramah yang sering muncul di televisi terutama di stasiun televisi Indosiar. Program siaran keagamaannya dapat disaksikan masyarakat berbagai kalangan di waktu pagi hari. Penyajian program acara Mamah Dedeh menyuguhkan siraman rohani, tetapi terkadang bersifat informatif ataupun diselengi dengan hiburan, tidak hanya itu busana muslim yang dikenakan merupakan merk pakaian tertentu yang sedang trend sehingga menjadi mitos baru dalam mempresentasikan kesalehan. Setiap kali ceramah di televisi Mamah Dedeh sering memakai baju muslim yang terdiri dari baju gamis dan kerudung bermerk Zoya dengan bahan jersey serta warna-warna yang telah ditentukan.<sup>18</sup> Zoya merupakan produk hijab yang sangat populer di Indonesia yang dapat dinikmati oleh semua kalangan. Kemunculan usaha di bidang *fashion* dalam dunia hijab dan baju muslim sekarang ini menjadi ajang persaingan untuk menguasai dunia pasar. Kepercayaan di masyarakat timbul setelah merk zoya mendapatkan label halal dari MUI. Selain itu produk yang dihasilkan memiliki kualitas dengan mendesain sendiri. Salah satu strategi yang dilakukan

---

<sup>17</sup> Yasraf Amir Piliang, *Bayang-Bayang Tuhan: Agama dan Imajinasi*, (Jakarta: Mizan Publika, 2011), Hlm. Xxxiii.

<sup>18</sup> <https://youtube.com>, Mamah dan Aa Beraksi, *Orang Ketiga Perusak Keluarga*”, diakses pada tanggal 16 Juli 2019.

Zoya untuk mengenalkan produk di dunia pasar dan mempertahankan nama jenis hijab dibandingkan dengan yang lainnya adalah hampir setiap bulannya Zoya melakukan sponsor yang ditampilkan di sinetron-sinetron, acara pengajian terutama Mamah Dedeh.<sup>19</sup>

Siaran dakwah di televisi saat ini dalam perkembangannya berorientasi pada kepentingan bisnis. Banyak dai atau penceramah yang dikontrak untuk menyampaikan testimoni suatu produk sebagai bagian dari iklan. Meskipun mereka belum tentu sudah memakai produk yang diiklannya. Hal ini dikatakan bahwa fenomena pendangkalan kajian agama semakin parah dalam siaran televisi. Acara tersebut ditopang oleh produser yang lebih suka memilih dai yang menghibur atau punya wajah rupawan untuk menarik perhatian penonton.<sup>20</sup>

Kemudian beberapa contoh ustadz selebritas yang tengah mewarnai media massa sekarang ini di antaranya : Aa' Gym atau Abdullah Gymnastiar yang mendirikan konsep Manajemen Qolbu-nya. Jefri al-Buchori (alm) atau yang biasa di panggil Uje, ustadz gaul yang memiliki cara berdakwah dengan penobatan seorang hamba disertai tangisan karena perbuatan yang telah dilakukan. Yusuf Mansur, seorang ustadz yang pernah dikenal dengan layanan *SMS Kun Fayakun* dengan tagline “Kuburkan dan

---

<sup>19</sup> <https://www.koranmu.com/2017/12/zoya-dalam-mengembangkan-pasar.html?m=1>, diakses pada tanggal 18 Juli 2019.

<sup>20</sup> <https://www.Tempo.co>, *Dakwah Lewat Televisi Hanya Berorientasi Bisnis*, tanggal 9 Oktober 2013.

Selesaikan Semua Masalah Secara Instan bersama Ustadz Yusuf Mansur.” Kemudian produk yang dihasilkan oleh Ustadz Yusuf Mansur yang paling terkenal adalah Paytren, bisnis yang sedang ramai untuk mencari keuntungan. Karena seorang pebisnis, beliau sangat digemari dikalangan eksekutif. Felix Siau, pendakwah Islam yang lebih memilih dipanggil “motivator” daripada “ustadz”. Ia adalah seorang muallaf beberapa tahun lalu, yang banyak menulis buku dan media sosial, terutama twitter dan fan-page facebooknya dengan kata-kata indah yang bernada motivasi. Felix pun sering mempropagandakan “hidup sukses dengan syar’i.”<sup>21</sup>

Fenomena di atas merupakan beberapa contoh ustadz yang pernah dan sedang mewarnai media massa kita. Nama-nama di atas tentunya belum mempresentasikan secara keseluruhan ustadz yang muncul sekarang ini terutama di televisi. Tetapi untuk memastikan fenomena populer yang selanjutnya menjadi bagian dari komoditas agama kenyataannya memang ada. Kemudian untuk menanggapi fenomena ini yang terjadi di masyarakat, perlu adanya pandangan serta penilain atas risiko-risiko yang akan muncul.

Dalam penelitian ini, penulis hanya memilih tiga nama ustadz, diantaranya ustadz Hanan Attaki, Mamah Dedeh, dan Ustadz Riza Muhammad. Objek penelitian yang dilakukan ini

---

<sup>21</sup> Shohifur Ridho’I, *Subyektivitas Ustadz Selebritas dan Praktik Komodifikasi agama Di Indonesia Pasca 1998 (Telaah Ideologi Menurut Pemikiran Slavoj Zizek)*, Skripsi, 2015.

memiliki beberapa alasan yang *pertama*, berkaitan dengan media sosial dimana seseorang lebih cepat dikenal masyarakat karena diekspos oleh media, *kedua*, manajemen yang bertujuan untuk mengatur dan bertanggung jawab atas perencanaan, kemudian yang *ketiga*, tim kreatif yang bertujuan untuk menciptakan jalannya acara sebagai realitas media. Dari ketiga alasan inilah ustadz maupun ustadzah selebritas hadir ditengah masyarakat modern<sup>22</sup>

Dakwah yang disebarkan sekarang ini alih-alih hanya sekedar retorika yang menampilkan sisi luarnya. Televisi tidak terlalu menghiraukan kapasitas keilmuan agama seorang ustadz, hanya saja ditekankan seorang pendakwah menjadi idola di masyarakat, bisa melafalkan al-Quran dengan indah, memiliki kemampuan mengetuk jiwa dan berdoa yang menguras air mata. Dalam hal ini, kita menangkap bahwa perkembangan Islam, ia hanya seolah-olah menunjukkan perkembangan. Menang di kuantitas, tapi tidak di kualitas. Ia berada dalam dunia citra. Apa yang kita lihat sebagai wujud, hanyalah permainan di balik layar, representasi dari wujud. Akibat dari media teknologi informasi, menatap citra yang dicitrakan atau bercitra ganda.<sup>23</sup>

---

<sup>22</sup> Sutrisno, S.Sos dan Dr. Haryatmoko, *Selebriti dan Komodifikasi Kapital di Media Sosial*, Jurnal Ilmu Komunikasi dan Politik Universitas Indonesia.

<sup>23</sup> Acep Iwan Saidi, *Ramadhan, Citra Spiritual dalam Kehidupan*, dalam <https://remotivi.or.id>, diakses pada tanggal 19 Juli 2019.

Penelitian ini mencoba melihat fenomena ustadz selebritas dengan tatanan masyarakat risiko dalam teori Anthony Giddens melalui modernitas dan masyarakat risiko.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana fenomena ustadz selebritas berada di dalam masyarakat risiko ?
2. Bagaimana komoditas dalam ustadz selebritas yang berkembang di masyarakat ?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Berdasarkan dengan permasalahan yang telah dirumuskan di atas maka penelitian ini bertujuan :

1. Untuk mengetahui fenomena ustadz seleb dalam masyarakat risiko.
2. Untuk mengetahui relasi industri dan agama dalam ustadz selebritas.
3. Untuk mengetahui komoditas dalam ustadz selebritas.

Adapun manfaat yang hendak dicapai peneliti meliputi :

1. Untuk menambah pengetahuan penulis dan wawasan bagi pembaca tentang fenomena ustadz seleb di tengah masyarakat risiko terutama di Indonesia.
2. Memberi bahan informasi dan perbandingan bagi peneliti berikutnya untuk memahami fenomena ustadz seleb.

3. Mampu menambah khazanah keilmuan Aqidah dan Filsafat Islam dalam memberikan pemahaman terhadap filsafat sosial.

#### **D. Kerangka Teori**

Penelitian ini penulis menggunakan teori masyarakat risiko dari Anthony Giddens, kemudian menelaah bagaimana masyarakat modern memandang fenomena komodifikasi agama melalui masyarakat risiko dengan konsep *reflexivity* (refleksivitas).

Di dalam dunia modern, manusia selalu dihubungkan dengan risiko. Kemunculan risiko atau bahaya merupakan hasil dari aktivitas yang dilakukan perbuatan manusia sendiri. Manusia selalu memiliki gagasan tentang dunia sosial, tentang dirinya sendiri, tentang masa depannya, tentang kondisi kehidupannya. Gagasan ini tentang suatu dunia atau keberadaan yang begitu saja lepas dari dirinya. Melalui gagasan tersebut, manusia masuk ke dalam dunia mempunyai tujuan untuk mempengaruhi dan mengubahnya. Seperti kata Giddens, dalam kehidupan sekarang, dicirikan dengan tumbuh dan berkembangnya refleksi tersebut. Setiap waktu hidup manusia sedikit ditentukan oleh kepastian dan ketentuan tradisi. Manusia dengan segala apa yang dilakukan adalah bagian dari bahaya dan risiko yang ditimbulkan. Dengan

adanya refleksi itu mau tidak mau dari sana muncul risiko-risiko.<sup>24</sup>

Reflektivitas adalah suatu gambaran praktik sosial secara berkala diuji dan diubah berdasarkan informasi yang baru masuk yang paling praktis, yang dengan demikian mengubah ciri modernitas. Dalam kehidupan modern apa saja dapat direfleksikan termasuk refleksi itu sendiri. Maka terjadinya hermenutika ganda dalam refleksi terjadi mengenai makna khusus dan umum sehingga memunculkan suatu tanda tanya.

Seperti dalam kehidupan manusia tentang kepercayaan, risiko baru dan berbahaya yang berkaitan dengan modernitas selalu mengancam kepercayaan yang akan menimbulkan ketidakamanan. Risiko dapat muncul diberbagai sektor manapun termasuk kemampuan laju modernitas baik positif maupun negatif. Sering kali kesalahan rencana dalam dunia modern dan kegagalan merupakan kesalahan. Konsekuensi dan tindakan yang dilakukan tidak dapat diduga sepenuhnya dan pengetahuan baru memberikan kesempatan menuju arah yang baru. Sebab yang dilakukan manusia semuanya tidak dapat mengendalikan laju dunia modern. Tetapi manusia hanya dapat mengarahkan menuju risiko itu lebih kecil untuk membantu manusia dalam melewatinya.<sup>25</sup>

---

<sup>24</sup> Sindhunata, *Menuju Masyarakat Resiko*, Majalah Basis ed. Anthony Giddens no.01-02, Tahun ke-49, Januari-Februari 2000, Hal.6.

<sup>25</sup> Georg Ritzer, *Teori Sosiologi Modern*, Terj. Triwibowo B.S. (Jakarta: Prenasa Media, 2014), Hal 511.

## E. Tinjauan Pustaka

Kajian pustaka tentang penelitian yang pernah ada bertujuan untuk mengetahui hubungan peneliti yang pernah dilakukan sebelumnya dengan yang akan dilakukan. Berikut merupakan hasil penelitian yang pernah dilakukan, antara lain :

1. Shohifur Ridho'i dengan judul *Subyektivitas Ustadz Selebritas dan Praktik Komodifikasi Agama di Indonesia Pasca 1998 (Telaah Ideologi Menurut Pemikiran Slavoj Zizek)*. Penelitian ini membahas tentang rekonstruksi komodifikasi agama di Indonesia pasca 1998 dengan munculnya fenomena ustadz selebritas. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menunjukkan fenomena ustadz selebritas dalam wacana kebudayaan merupakan perkara yang kompleks dan menganalisa ekspresi islam yang ditunjukkan melalui fenomena ustadz selebritas.
2. Iskandar Sibawai dengan judul *Perspektif Ulama Banjarmasin Tentang Ustadz Selebritas dalam Budaya Populer*. Penelitian ini untuk membahas pandangan ulama di Banjarmasin mengenai ustadz selebritas sebagai budaya populer. Adapun tujuan dalam penelitian ini untuk menguraikan tentang fungsi, wibawa, dan efektifitas seorang figure ustadz selebritas menurut ulama Banjarmasin.
3. Siti Rochamtul Fauziyah dengan judul *Peran Tokoh Agama Dalam Masyarakat Modern Menurut Anthony Giddens*. Dalam penelitian ini fokus kajiannya pada peran tokoh agama

dalam masyarakat modern di Indonesia menggunakan analisis pemikiran Anthony Giddens tentang strukturasi. Tujuan dari penelitian ini adalah mendeskripsikan tantangan agama dan modernitas.

4. Yusuf dengan judul *Resiko Global (Studi Pemikiran Anthony Giddens)* merupakan seorang mahasiswa UIN Sunan Kalijaga. Dalam penelitian ini penulis membahas tentang pemikiran Anthony Giddens, dengan tujuan menjelaskan pandangan Giddens mengenai resiko global serta tawaran penyelesaiannya untuk menghadapi masalah modernitas.
5. Nurul Anam dengan judul *Komodifikasi Agama dan Kapitalisme (Studi Atas Religi Dalam Tayangan Kata Ustadz Solmed)*. Penelitian ini difokuskan dalam sebuah tayangan religi di televisi sebagai bentuk komodifikasi agama. Tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui bentuk-bentuk komodifikasi agama dalam tayangan tersebut.

## **F. Metode Penelitian**

Agar penelitian ini berjalan sesuai prosedur yang berjalan maka penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif (*library research*) dalam pemahaman adanya ustad seleb dengan menggunakan analisa masyarakat risiko Anthony Giddens sebagai berikut :

## 1. Teknik Pengumpulan Data

Secara metodologis penelitian ini dalam lingkup *library research* yaitu penelitian yang menggunakan data dan informasi dengan bantuan bermacam-macam material yang terdapat diruangan perpustakaan seperti buku, majalah, dokumen sejarah, catatan, dan lain sebagainya.<sup>26</sup> Dalam penelitian kualitatif ini, peneliti menggunakan data secara kualitatif dengan kajian masyarakat risiko untuk menganalisis terhadap fenomena ustadz seleb.

Berdasarkan fokus penelitian dan objek yang diteliti, dalam penelitian ini menggunakan pendekatan filsafat sosial. Jika diuraikan filsafat sosial tidak mempunyai makna yang sebenarnya sama seperti halnya filsafat politik dalam lingkup filsafat. Oleh sebab itu penulis dalam penelitian ini menggunakan arti filsafat sosial sebagai berikut : tentang apa yang dilibatkan dalam fenomena di masyarakat berupa bagian-bagian yang muncul dalam sosial dan menganalisis. Kemudian peneliti akan menekankan pada bagian terakhir, yaitu bagaimana hubungan mereka, sehingga dapat mengungkapkan arti yang terselubung dalam relasi-relasi yang berada dibelakang layar globalisasi dan risikonya.<sup>27</sup>

---

<sup>26</sup> Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2007), Hal.28.

<sup>27</sup> Yusuf, *Resiko Global (Studi Pemikiran Anthony Giddens)*, Skripsi (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2003).

Dalam hal ini penulis setelah mengungkapkan pemikiran Giddens, akan melihat bagaimana hubungan yang terjadi pada proses globalisasi dari industri media (komersialisasi) dengan para penceramah yang terlibat dan bagaimana pandangan masyarakat yang dilibatkan. Begitu juga dalam masyarakat risiko sebagai kelanjutan dari modernitas media, bagaimana cara merespon dan apa yang diperbuat dalam menghadapi risiko global tersebut.

## 2. Sumber Data

### a. Data Primer

Sumber primer merupakan sumber yang memberikan data langsung. Adapun sumber data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan buku-buku dan tulisan-tulisan mengenai pemikiran Anthony Giddens.

### b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data pendukung yang berkaitan dengan penelitian ini. Adapun data sekunder yang mendukung dalam penelitian ini adalah buku-buku, majalah ataupun artikel, tausiyah di media, termasuk berita yang berkaitan dengan penelitian ini. Seperti contoh tausiyah Mamah Dedeh di media, berita online dari kompas.com.

c. Analisis Data

a. Deskriptif

Analisis deskriptif adalah analisis penelitian yang menggambarkan objek apa adanya. Tujuannya adalah untuk menggambarkan secara sistematis fakta, objek atau subjek apa adanya dengan tujuan menggambarkan karakteristik objek yang diteliti secara tepat. Penulis menggunakan metode ini digunakan untuk memaparkan secara umum pemikiran masyarakat risiko, kemudian mendalami, menganalisa dan merespon pemikirannya.<sup>28</sup>

b. Interpretasi

Dalam metode interpretasi yaitu metode dengan cara mendalami dan memahami data yang tersembunyi untuk kemudian menangkap arti yang dimaksud secara khusus.<sup>29</sup> Dari metode ini penulis dapat memahami pemikiran Anthony Giddens.

## G. Sistematika Penulisan

Penelitian ini meliputi pembahasan dan penyajian hasil penelitian yang akan disusun dengan materi sebagai berikut :

---

<sup>28</sup> Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2013), Cet.1, Hal.59

<sup>29</sup> Neuman w.Lawrence, *Metode Penelitian Sosial : Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif* (Jakarta Barat: PT Indeks, 2013) cet 1, Hal.70.

Bab I Pendahuluan, dalam bab ini akan dikemukakan tentang latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

Bab II Landasan Teori, membahas tentang : (A) mengenai masyarakat risiko dan modernitas, (B) masyarakat risiko, menciptakan risiko, mengatasi risiko, (C) relasi modernitas dan masyarakat risiko, (D) pengaruh risiko global.

Bab III Pengumpulan Data, membahas tentang relasi industri dan agama dalam ustadz selebritas : (A) pengertian ustadz selebritas, (B) macam-macam komoditas ustadz selebritas : (a) pemikiran (b) produk (c) sasaran, (C) konsep komoditas ustadz seleb, (D) contoh komodifikasi dan kapitalisasi ustadz selebritas.

Bab IV Analisis, membahas dan menganalisa industri dan agama dalam konsep ustadz selebritas.

Bab V Penutup, Merupakan bagian penutup yang berisikan kesimpulan dan saran.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

### MODERNITAS DAN MASYARAKAT RISIKO

#### A. Modernitas

Modernitas berasal dari kata ‘modern’ yang terdapat di Kamus Bahasa Inggris Oxford, dalam bahasa Latin *modernus* (asalnya *hodiernus*), artinya ‘sekarang’ atau ‘hari ini’. Pengertian ini berkaitan dengan ide-ide tentang ‘masa sekarang’ dan ‘kontemporer’. Kemudian menjadi modern, berarti, menjadi *up-to-date* dan pada waktu sekarang. Pada masa Renaisans, kata ‘modern’ dalam bahasa Eropa mulai digunakan oleh kalangan sarjana, yang memperlihatkan kembali pengetahuan klasik dengan zaman gelap. Namun pada masa Pencerahan istilah ini digunakan untuk membangun cerita tentang perubahan sejarah dengan menggunakan kata ‘modern’ sebagai karakter yang khas pada abad Pertengahan dari dunia Eropa.<sup>30</sup> Modernitas adalah gambaran atribut tertentu dalam masyarakat modern yang didasarkan atas aspek ekonomi, politik, sosial, dan budaya. Para pemikir sosiologi menekankan pada kehidupan masyarakat pra-modern dan modern. Seperti, dominasi ekonomi kapitalis industri, organisasi politik demokrasi, dan struktur sosial dalam pembagian

---

<sup>30</sup> John Scott, *Social Theory: Central Issue in Sociology*, Terj. Ahmad Lintang Lazuardi, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012), Hal.262-263.

kelas sosial. Sehingga muncul ketidaksepakatan diantaranya perbedaan pengalaman, komodifikasi, dan rasionalisasi.<sup>31</sup>

Konsep modernitas bersamaan dengan munculnya modernisasi yang diartikan sama dengan *Westernisasi* atau *Amerikanisasi*. Sebagai suatu gerakan masyarakat yang dijadikan sebagai model. Dikatakan oleh beberapa tokoh bahwa modernisasi secara historis telah terjadi di Eropa Barat dan Amerika Utara dari abad ke-17 hingga 19 dan kemudian mengglobal ke negara Eropa lain dan dari abad ke-19 dan 20 ke Negara Amerika Selatan, Asia, dan Afrika yang ditandai dengan proses kemajuan perubahan menuju tipe sistem sosial, ekonomi dan politik. Kemudian modernitas berkaitan dengan kemajuan menjadi sebuah inovasi atau suatu pandangan baru mengenai kesadaran, moral, etika, teknologi dan tatanan sosial untuk meningkatkan kesejahteraan manusia terutama menuju masyarakat modern.<sup>32</sup> Disini terlihat bahwa modern menjadi satu standar yang dianggap oleh banyak orang sebagai perubahan sosial untuk menjadi lebih baik dari sebelumnya. Namun modernitas ini hanya pergeseran dari satu tempat ke tempat lainnya, dari kawasan satu yang memberikan pengaruh modernitas ke kawasan pengaruh yang lain.

---

<sup>31</sup> Nicholas Abercrombie, dkk, *Kamus Sosiologi*, Terj. Desi Noviyani, dkk, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), Hal. 355.

<sup>32</sup> Piotr Sztomka, *Sosiologi Perubahan Sosial*, Terj. Alimandan, (Jakarta: Prenada Media Group, 2008), Hal. 152-154.

Salah satu buku yang membahas akar dari modernitas yaitu *Menggugat Modernisme*. Secara historis, semangat dan jiwa modernisme telah ada sejak era renaissance abad ke-16 dan pencerahan abad ke-18 M. Diikuti dengan munculnya industrialisasi, barang diciptakan hanya untuk memenuhi kebutuhan sendiri sampai beralih menjadi barang yang dibuat secara massa.

Kehadiran modernisasi menjadi suatu proses berlangsungnya mencapai kondisi modernitas yang digerakkan oleh semangat rasionalitas instrumental modern. Modernisasi mencakup proses mengesampingkan karya-karya klasik, karena pada hakikatnya mengambil posisi yang berbalik dengan hal-hal lama untuk menciptakan hal-hal baru. Oleh sebab itu, munculnya suatu hal yang baru baik berupa budaya ataupun barang yang menjadikan modernisasi terus berkembang dari yang ada sebelumnya.<sup>33</sup>

Sebuah masyarakat ‘modern’, seperti halnya masyarakat yang lain, cenderung berubah sepanjang waktu, karakteristiknya banyak berubah dari satu abad ke abad berikutnya bahkan dekade berikutnya. Dalam penggunaan istilah masyarakat modern, untuk memberikan gambaran sebagai sebuah kondisi sosial yang berjangka waktu lama dan bertahan lebih lama dengan menganggap sebagai masyarakat yang telah memisahkan diri dari kebodohan dan tradisi. Modernitas menampilkan suatu

---

<sup>33</sup> Medhy Anginta Hidayah, *Menggugat Modernisme*, (Yogyakarta : Jalasutra, 2012), Hal. 20-23.

totalitas sosial yang baru dengan prinsip-prinsip pengaturan yang berbeda. Baudrillard mengatakan bahwa bentuk-bentuk teknologi dan informasi baru menjadi pusat perubahan dari tatanan sosial yang bersifat produktif ke tatanan sosial yang reproduktif, di mana berbagai simulasi dan modal semakin melanda dunia global sehingga perbedaan antara yang nyata dengan yang tampak menjadi kabur.<sup>34</sup>

Masyarakat modern dianggap sebagai masyarakat yang telah memisahkan diri dari tradisi dan kebodohan. Masyarakat ini sangat berkaitan erat dengan rasional. Salah satu ciri modernitas adalah memperluas jangkauan dalam segi ruang sehingga diartikan sebagai proses dari globalisasi. Giddens menyatakan: “Modernitas adalah globalisasi”, maksudnya modernitas telah menjangkau secara global dalam kehidupan sehari-hari sampai hal yang bersifat pribadi terutama agama.<sup>35</sup>

Modernitas di zaman sekarang sebelumnya telah dibahas oleh beberapa tokoh di zaman klasik yaitu Marx, Durkheim, dan Max Weber mengenai teori sosial modern yang menjadi salah satu karya Giddens *Capitalism and modern social theory: an Analysis of Writing of Marx, Durkheim, and Max Weber*.

Bagi Marx, modernitas ditentukan oleh ekonomi kapitalisme sebagai sistem produksi komoditas. Artinya di dalam

---

<sup>34</sup> Mike Featherstone, *Posmodernisme dan Budaya Konsumen*, Terj. Misbah Zulfa Elizabeth, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001), Hal.7.

<sup>35</sup> Piotr Sztomka, *Sosiologi Perubahan Sosial*, Terj. Alimandan, (Jakarta: Prenada Media Group, 2008), Hal. 86.

memproduksi barang tidak hanya sekedar memenuhi kebutuhannya sendiri, atau kebutuhan individu-individu yang mempunyai hubungan, namun kapitalisme melibatkan pasar pertukaran yang mencakup secara global. Komoditas mempunyai dua aspek yakni nilai pakai (*use value*) dan nilai tukar (*exchange value*). Suatu barang untuk dikatakan sebagai komoditas harus mempunyai nilai pakai dan nilai tukar untuk ditukarkan dengan produk lain serta berkaitan dengan ekonomi. Kapitalisme merupakan suatu sistem dalam kehidupan manusia, yang memungkinkan produksi secara berlebih-lebihan sehingga berkaitan dengan nilai tukar, kendati jika suatu yang dihasilkan akan menimbulkan rusaknya kapitalisme, seperti krisis, eksploitasi, alienasi, dan sebagainya.<sup>36</sup>

Menurut Emile Durkheim, modernitas ditentukan oleh perkembangan solidaritas organik dan menurunnya kesadaran kolektif (*conscience collective*). Solidaritas organik ini memiliki sejumlah keuntungan dalam menghasilkan kebebasan yang lebih besar dan menunjang produktivitas. Namun, Durkheim harus menghadapi sejumlah masalah tentang pertumbuhan individualisme, dimana kepercayaan dan moralitas bersama mulai menghilang dengan kata lain, mereka dalam keadaan anomi yaitu

---

<sup>36</sup> Anthony Giddens, *Kapitalisme dan Teori Sosial Modern: Suatu Analisis Karya tulis Marx, Durkheim, dan Max Weber*, Terj. Soeheba Kramadibrata, (Jakarta: UI Press, 2009), Hal.57.

suatu pola hubungan antara modal dan buruh menjadi tidak seimbang.<sup>37</sup>

Menurut Max Weber, problematik kehidupan modern yang paling menentukan adalah dimana manusia tindakan hanya melakukan tindakan efektif dan efisien tanpa menghiraukan nilai-nilai kemanusiaan mengenai tindakan instrumental. Tindakan ini akhirnya memberikan arahan kepada manusia mengenai kapitalisme dengan menghalalkan segala cara mengumpulkan modal sebanyak-banyaknya. Rasio instrumental dianggap sebagai ciri rasionalitas modern lalu berubah menjadi suatu konsep yang bersistem yang menjajah orang atau kelompok lain, sehingga adanya pembenaran sistem politik negara dalam bentuk penguasaan sumber-sumber kehidupan untuk mendapatkan keuntungan.<sup>38</sup>

Berkenaan mengenai modernitas, perlu ada hal yang harus dicermati bahwa modernitas bukan hanya sebuah pengertian atas fenomena zaman modern, melainkan ada empat hal yang harus diperhatikan dalam pandangan Giddens.<sup>39</sup>

---

<sup>37</sup>Anthony Giddens, *Kapitalisme dan Teori Sosial Modern: Suatu Analisis Karya tulis Marx, Durkheim, dan Max Weber*, Terj. Soeheba Kramadibrata, (Jakarta: UI Press, 2009), Hal 100.

<sup>38</sup> I.B. Wirawan, *Teori-Teori Sosial Dalam Tiga Paradigma (Fakta Sosial, Definisi Sosial, dan Perilaku Sosial)*, (Jakarta: Prenadamedia, 2012), Hal. 105.

<sup>39</sup> Anthony Giddens merupakan seorang teoretisi sosial Inggris masa kini dan teoretisi yang sangat berpengaruh di dunia. Giddens lahir pada 18 Januari 1938. Ia belajar di Universitas Hull, di The London School of Economic, dan di Universitas London. Pada tahun 1961 ia diangkat menjadi

Giddens membagi modernitas menjadi empat lembaga: kapitalisme, industrialisme, pengawasan (*surveillance*), dan kekuatan militer. Kapitalisme didasari oleh tujuan mencari unia yang kita hadapi saat ini berada dalam pengawasan secara teruskeuntungan menjadi pedoman yang luar biasa, dan berkaitan erat dengan industrialisme mencapai dunia seperti saat ini. Namun, d -menerus dalam segala aktifitas yang kita kerjakan sampai ke dalam masyarakat secara keseluruhan. Kemudian negara mengikuti sistem pabrik dengan cara mengawasi warganya melalui administrasi, dan juga anga statistika. Lembaga yang keempat, kekuatan militer, kehadirannya sebagai konsekuensi dari munculnya negara-bangsa (sejak abad ke-18 di Eropa Barat) untuk memperkuat kekuasaannya baik terhadap ancaman dari luar maupun dalam.<sup>40</sup>

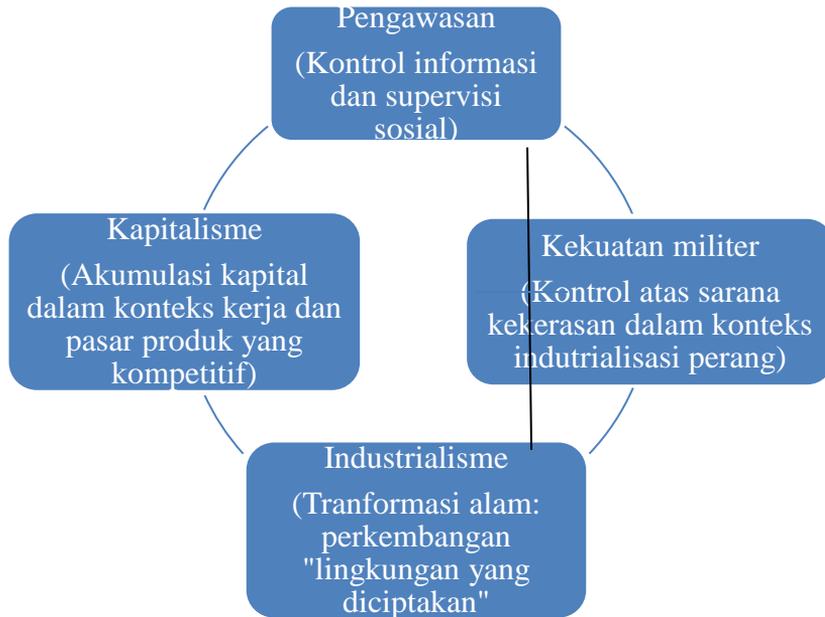
---

dosen di Universitas Leicester. Kemudian diikuti karya pertamanya yang berjudul *The Class Structure of Advanced Societies (1975)* , dari karya-karyanya ia melahirkan teoritisinya sendiri yang terkenal teori strukturasi. Tahun 1984 karirnya mencapai puncaknya dengan terbitnya buku *The Constitution of Society*, yang merupakan pernyataan tunggal tentang perspektif Giddens.

Teori sosiologi Giddens cukup berpengaruh dalam pembentukan sosiologi Inggris masa kini. Salah satunya, ia menjadi konsultan editor dua perusahaan penerbitan. Sebagai seorang teoritis Giddens sangat berpengaruh terutama di AS maupun diberbagai bagian dunia lain, namun karyanya kurang diterima di negrinya sendiri (Inggris). Salah satu penyebabnya adalah bahwa ia telah mendapatkan pengikut teoritis di seluruh dunia setelah memenangkan perlombaan. Lihat dalam. Georg Ritzer, *Teori Sosiologi Modern*, Terj. Triwibowo B.S. (Jakarta: Prenasa Media, 2014), Hal.508.

<sup>40</sup> Anthony Giddens, *Jalan Ketiga Pembaharuan Demokrasi Sosial*, Terj.Ketut Arya Mahardika, (Jakarta: Gramedia, 1999), Hal. Xii.

Dibawah ini merupakan skema dimensi intstitusional modernitas.



Keempat dimensi diatas, berawal dari sisi kiri ke kanan lingkaran, kapitalisme yang melibatkan pemisahan ekonomi dari politik yang bertolak dengan latar belakang kerja dan persaingan pasar produk. Pengawasan menjadi tujuan yang penting dalam kemunculan modernitas, terutama negara-bangsa yang sangat berkaitan dengan kapitalisme. Adapun pengawasan yang dilakukan secara langsung maupun tidak langsung yang didasarkan atas informasi. Kemudian hubungan yang lebih dalam lagi antara pengawasan oleh negara-bangsa dengan perubahan sifat kekuasaan militer di zaman modern.

Dalam lingkaran tersebut terdapat hubungan langsung antara militer dengan industrialisme, suatu bentuk dari industrialisasi perang. Begitu jelas adanya kaitan antara industrialisme dengan kapitalisme. Industrialisasi merupakan penggerak utama dalam interaksi manusia dengan alam dalam berbagai kondisi modernitas. Ilmu dan teknologi yang digunakan di dalam industri modern, mentransformasikan dunia alam dengan berbagai cara. Pada sektor industri sekarang ini manusia hidup di dalam lingkungan yang diciptakan, yakni suatu lingkungan yang tentu saja bersifat fisik tetapi tidak lagi ilmiah.

Sebuah garis lurus dalam skema diatas tampak menunjukkan hubungan yang jauh. Tetapi pengawasan berkaitan erat dengan perkembangan industrialisme dengan terutama dalam bentuk kekuasaan administratif sebagai contoh di dalam media.<sup>41</sup>

Pendekatan modernitas menurut Giddens berada dalam dinamisannya. Adapun karakter dinamisme modernitas ditentukan oleh tiga faktor, yaitu perbedaan ruang-waktu (*time-space distinction*), mekanisme pemisahan (*disembedding mechanisms*), dan reflektivitas (*reflexivity*).

Pemisahan ruang dan waktu dalam modernitas sangat perlu untuk dipecahkan karena beberapa sebab :*pertama*, melalui penjarakan ruang dan dan waktu dimungkinkan pemisahan praktik-praktik sosial dengan konteks kehadiran praktik sosial,

---

<sup>41</sup> Anthony Giddens, *Konsekuensi-Konsekuensi Modernitas*, Terj. Nurhadi, (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2005), Hal. 78-83.

*kedua*, menyediakan sejumlah cara kerja penghubung dalam kehidupan sosial modern seperti organisasi rasional, *ketiga*, memisahkan ruang dan waktu pada sejarah yang tidak terdapat dalam peradaban sebelumnya, ketika historisitas radikal berada dalam modernitas.<sup>42</sup>

Istilah pendekatan modernitas yang kedua adalah mekanisme pemisahan (*disembedding mechanisms*), untuk menunjukkan suatu peristiwa “pencabutan relasi-relasi sosial dari konteks interaksi lokalnya dan pengkonstruksian kembali relasi-relasi itu melewati bentangan ruang dan waktu yang tidak terbatas”. Mekanisme pemisahan dibedakan menjadi dua yaitu alat tukar simbolis (*symbolic tokens*) dan pemaparan sistem ahli (*expert system/ abstract system*). *Symbolic tokens* merupakan media pertukaran yang dapat disalurkan tanpa memperhatikan sifat khusus dari individu maupun kelompok yang memilikinya. Giddens memberikan contoh uang, dimana uang dapat dipakai oleh semua orang untuk bertransaksi. *Expert systems* adalah suatu sistem yang didalamnya berisi penguasaan suatu keahlian dan profesional yang mengatur wilayah sosial dan materi dalam kehidupan masyarakat modern. Sehingga masyarakat dapat merasakan kenyamanan dan jaminan keberhasilannya yang sangat baik dengan meminimalisir risiko serta melakukan kegiatan secara efektif tanpa harus menguasai keahlian. Hanya saja yang

---

<sup>42</sup> Anthony Giddens, *Konsekuensi-Konsekuensi Modernitas*, Terj. Nurhadi, (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2005), Hal.22-26.

dilakukan masyarakat modern adalah menaruh *trust* (kepercayaan) bahwa semua sistem dan operatornya berjalan dengan baik. Kepercayaan ini timbul bukan hanya dari dalam diri individu melainkan timbul secara bersamaan yang bersifat abstrak. *Expert systems* merupakan ekspresi lokal dari suatu sistem global yang berhubungan dengan sosial.<sup>43</sup>

Setelah tindakan dari pengoperasian *abstract systems*, kemudian *reflexivity* (refleksivitas) merupakan cara menilai dan menyusun kembali pernyataan suatu pengetahuan dalam dunia modern. Terdiri atas berbagai praktik sosial yang terjadi secara terus-menerus ditelaah dan diubah dari sudut pandang informasi yang masuk tentang praktik yang mereka lakukan, sehingga secara aturan mengubah karakter mereka.<sup>44</sup>

Konsep kepercayaan (*trust*) menjadi alat penghubung antara impersonal dan personal, dimungkinkan adanya risiko (*risk*) yang diperhitungkan. Risiko (*risk*) berbeda dengan bahaya (*danger*) meskipun keduanya merupakan akibat dari suatu tindakan. Bagi Giddens risiko diartikan sebagai “bahaya yang secara aktif diperhitungkan dalam hubungannya dengan kemungkinan-kemungkinan di masa depan”. Pemikiran mengenai risiko muncul bersamaan ketika masyarakat melihat masa depan sebagai dunia yang harus ditaklukan. Menurutnya, langkah mengambil risiko

---

<sup>43</sup> B. Hari Juliawan, *Dunia Yang Berlari*, (Basis, no.01-02, tahun ke-49, Januari-Februari 2000), Hal 45.

<sup>44</sup> Anthony Giddens, *Konsekuensi-Konsekuensi Modernitas*, Terj. Nurhadi, (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2005), Hal.51.

merupakan ciri dari masyarakat modern sebagai kekuatan untuk mencipatakan kemakmuran dalam sisitem ekonomi modern. Adapun pembagian risiko ada dua yaitu risiko dari luar (*external risk*), risiko ini berasal dari luar, dari ketetapan tradisi atau alam dan memproduksi risiko (*manufactured risk*) merupakan akibat dari perkembangan pengetahuan tentang dunia. Namun, pada masa modern sekarang ini, jenis risiko bergeser dari *external risk* menjadi *manufactured risk*. Artinya saat ini alam sudah dicampur tanganoleh manusia.<sup>45</sup>

## **B. Masyarakat Risiko**

Modernitas merupakan risiko dan menjadi masalah di dalam masyarakat. Giddens mengungkapkan :

“Modernitas adalah kultur risiko. Ini bukan berarti bahwa kehidupan sosial kini menjadi lebih berbahaya daripada dahulu; bagi kebanyakan orang, itu bukan masalah. Konsep risiko menjadi masalah mendasar baik dalam cara menempatkan aktor biasa maupun aktor yang berkemampuan spesialis-teknis dalam organisasi kehidupan sosial. Modernitas mengurangi risiko menyeluruh bidang dan gaya hidup tertentu, tetapi pada waktu bersamaan memperkenalkan parameter risiko baru yang sebagian besar atau seluruhnya tidak dikenal di era sebelumnya”.

Masyarakat risiko telah digambarkan oleh Ulrich Beck dalam sebuah buku yang berjudul *Risk Society: Towards a New Modernity*. Kehidupan sekarang merupakan bentuk dari

---

<sup>45</sup> B. Hari Juliawan, Dunia Yang Berlari, (Majalah Basis, no.01-02, tahun ke-49, Januari-Februari 2000), Hal 48.

modernitas baru. Modernitas sebelumnya berkaitan dengan masyarakat industri, sedangkan modernitas baru berkaitan dengan masyarakat risiko. Namun risiko muncul berasal dari industri. Artinya kita hidup berada dalam unsur kedua-duanya sebagai masyarakat industri dan juga masyarakat risiko.<sup>46</sup> Situasi yang ambigu ini memunculkan suatu potensi-potensi yang sangat menjanjikan dengan berbagai kemungkinan.

Dalam kehidupan sosial, masyarakat selalu mempunyai ide tentang dirinya sendiri, tentang masa depannya, lalu kondisi kehidupannya untuk mempengaruhi dan mengubah suatu dunia. Itulah yang disebut dengan reflektivitas. Berkembangnya reflektivitas adalah bentuk dari dunia modern. Kehidupan masyarakat mulai sedikit ditentukan oleh tradisi. Munculah risiko-risiko ketika kita mengambil keputusan karena reflektivitas.

Konsep reflektivitas harus diimbangi dengan konsep falibilitas atau kesalahan pengetahuan. Maksudnya pengetahuan tentang realitas dunia, tidak semuanya kita mengerti dan pahami. Artinya pengetahuan yang kita miliki masih kurang dan mengandung kerusakan untuk mengurangi risiko. Disini perlu adanya penguasaan untuk mencari lebih dalam mengenai ketepatan dalam mengambil langkah. Peninjauan kembali sebagai bentuk pengulangan dari kekurangannya.

---

<sup>46</sup> Georg Ritzer, *Teori Sosiologi Modern*, Terj. Triwibowo B.S. (Jakarta: Prenasa Media, 2014), Hal 515.

Masyarakat risiko itulah yang menjadi masyarakat zaman kita sekarang ini untuk menerima dan menghadapi untuk mengolah kemampuan baru dengan cara yang baru tanpa meninggalkan tradisi. Diharapkan tradisi bisa diterima di zaman sekarang. Sebagai usaha untuk keluar dari kapitalisme global tanpa takut menghadapi risiko yang akan ditimbulkan.<sup>47</sup>

## **1. Menciptakan Risiko**

Risiko dalam masyarakat modern mayoritas diciptakan oleh sumber kekayaan. Dimana industri dan pengaruh sampingannya menimbulkan sejumlah akibat yang begitu berbahaya, bahkan mematikan untuk masyarakat. Hal ini merupakan akibat dari globalisasi dunia secara menyeluruh. Risiko yang ditimbulkan tidak hanya terbatas oleh tempat saja, memungkinkan adanya berpengaruh dengan masa depan.<sup>48</sup>

Masyarakat industri dan risiko merupakan hal utama dalam masyarakat risiko. Demikian, tidak bisa dipisahkan dengan kelas sosial yang terjadi. Hal ini terkait dengan distribusi risiko secara bertingkat-tingkat. Sementara dalam suatu wilayah terdapat perbedaan kelas dan masyarakat risiko. Seperti kemakmuran yang diharapkan oleh semua kelas

---

<sup>47</sup> Sindhunata, *Menuju Masyarakat Risiko*, (Majalah Basis, no.01-02, tahun ke-49, Januari-Februari 2000), Hal 6-7.

<sup>48</sup> Georg Ritzer, *Teori Sosiologi Modern*, Terj. Triwibowo B.S. (Jakarta: Prenasa Media, 2014), Hal 516.

sosial. Namun, dalam distribusi risiko, kemakmuran sangat menghormati bagian kelas sosial yang ada kemakmuran hanya dirasakan oleh kelas sosial atas, sedangkan risiko berada dibawah. Sampai pada taraf tertentu, risiko tampak memiliki kekuatan, bukan menghapus masyarakat kelas. Berbeda dengan kemakmuran, (dalam hal penghasilan, kekuasaan, dan pendidikan) kelas atas dengan mudah mendapatkan dengan cara membeli keselamatan dan kebebasan dari risiko. Pembagian kelas sosial dalam bangsa yang kaya dan miskin, begitu jelas terlihat dalam menghadapi risiko ini. Kemungkinan risiko yang hadir secara terpusat berada dalam bangsa yang miskin. Bangsa yang kaya mendapat keuntungan dari risiko yang mereka ciptakan melalui teknologi yang membantu dalam mencegah timbulnya risiko.

Namun, tidak ada individu kaya maupun bangsa kaya yang menciptakan risiko itu berada dalam kondisi aman dari risiko. Efek bumerang yang dibahas oleh Ulrich Beck, menampilkan risiko dalam penyebarannya, dimana golongan yang kaya dan kuat tidak bisa selamat. Efek samping yang dulu tersembunyi menyerang kembali hingga ke bagian produksi. Akhirnya mereka sendiri terjebak di dalam bahaya

modernisasi mereka sendiri dan memberi keuntungan kepada mereka.<sup>49</sup>

## 2. Mengatasi Risiko

Modernitas dalam masyarakat modern diartikan sama dengan masyarakat risiko atau modernitas tinggi atau modernitas reflektif. Dengan kata lain mereka tidak menerima gagasan tentang perpindahan budaya modern. Mereka berasumsi tentang modernitas tinggi dan masyarakat risiko sangat mengandalkan pada pandangan yang seimbang mengenai diri mereka sendiri dalam “diri modern” artinya dirinya sendiri merupakan sebuah proyek. Bentuk dari diri reflektif adalah mengajak tradisional ke modernitas tinggi.<sup>50</sup>

Seringkali dalam zaman ini, masyarakat modern menjadi bagian dari risiko itu sendiri ‘korban’ melalui refleksi risiko. Mereka melakukan pengamatan dan mengumpulkan data tentang risiko dan akibatnya bagi manusia. Mereka yang menjadi ahli yang mempertanyakan modernitas sebelumnya serta bahayanya. Apa yang dilakukan oleh mereka sebagai tindakan dalam meneliti ancaman tersebut karena hilangnya kepercayaan pada ilmuwan.

Perubahan dalam masyarakat industri sering mempengaruhi alam dan alam mempengaruhi masyarakat.

---

<sup>49</sup> Ulrich Beck, *Masyarakat Risiko Menuju Modernitas Baru*, Terj.Saut Pasaribu, (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2015), Hal.27-30.

<sup>50</sup> Bryan S. Turner, *Runtuhnya Univesalitas Sosiologi Barat*, Terj. Sirojuddin Arief, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2008), Hal.325.

Artinya alam telah bersifat politis oleh para ilmuwan alam. Dimungkinkan hilangnya keterkaitan pemerintah, dimana kekuasaan politik menjadi bagian dari kelompok maupun individu. Diharapkan kelompok atau individu dapat menanggulangi risiko yang berkaitan dengan modernitas terdahulu. Meskipun risiko ini belum pernah terjadi sebelumnya dan kemampuan refleksinya belum pernah ada untuk menanggulangi risiko.<sup>51</sup>

Yang terpenting adalah gagasan risiko yang ada pada modernitas, bahwa modernitas menjadi jalan untuk mengatur, menormalisasikan, dan menguasai masa depan. Kita harus berusaha keras untuk mengontrol masa depan dengan memperhatikan timbal balik kepada kita, memaksa kita untuk mencari berbagai cara untuk menanggapi ketidakpastian.<sup>52</sup>

### **C. Modernitas dalam Masyarakat Risiko**

Pada masa Renaisans, modernitas muncul sebagai konsep rasionalitas (humanis) yang luas. Keberadaanya menurut para filsuf bertujuan untuk memajukan toleransi dan menggunakan segala urusan dengan akal. Tradisi sudah tidak dapat lagi dilihat sebagai pembenaran tindakan manusia. Kehidupan manusia diposisikan secara kuat sebagai pusat perhatian dan menjadi objek

---

<sup>51</sup> Georg Ritzer, *Teori Sosiologi Modern*, Terj. Triwibowo B.S. (Jakarta: Prenasa Media, 2014), Hal 517-518.

<sup>52</sup> Anthony Giddens, *Runaway World*, Terj. Andry Kristiawan, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001), Hal.22.

dugaan yang utama, menggantikan otoritas agama dan dugaan tentang sifat Tuhan dan kehendaknya. Beberapa hal mengenai kehidupan manusia seperti kebutuhan, kekuasaan, dan kepentingan manusia menjadi dasar bagi seluruh materi, dan kehidupan sosial ditransformasikan menurut hal tersebut. Dalam kehidupan sosial, karenanya menjadi bagian tersendiri melalui penggunaan akal sebagai gerakan menuju sebuah masyarakat yang menggantikan kekuasaan Tuhan oleh kekuasaan akal.<sup>53</sup>

Berbagai penemuan baru hasil produk kecanggihan pengetahuan dan teknologi mampu merubah tatanan dan pola hidup yang dilakukan manusia, termasuk paradigma kehidupannya. Perubahan diartikan sebagai tanda keberhasilan manusia dalam mengganti fungsi alam sebagai faktor utama dalam kehidupan sosial, melainkan sebagai menjaga kelanjutan hidup manusia dan kepentingan dalam mengembangkan ilmu pengetahuan dan teknologi.

Seiring dengan berjalannya waktu, manusia semakin tertarik dengan perkembangan ilmu dan teknologi sebagai produk kerja rasio. Bahkan hal yang tidak dipercaya, sebab kemudahan dalam menjalankan segala aktivitas keseharian sebagai faktor berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi, manusia telah menjadikan rasio sebagai barang tentu yang berhasil menghadirkan ilmu pengetahuan dan teknologi, sehingga tanpa

---

<sup>53</sup> John Scott, *Social Theory: Central Issue in Sociology*, Terj. Ahmad Lintang Lazuardi, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012), Hal.266-267.

disadari ia telah mengkaburkan ketentuan lainnya termasuk dalam spiritual yang ada di dalamnya.<sup>54</sup>

Rasionalitas adalah masyarakat modern dalam menghadapi kenyataannya. Namun yang perlu digarisbawahi masyarakat modern berada dalam dunia transformasi yang berpengaruh dalam setiap aktivitas kita. Modernitas ini terjadi secara global dalam masyarakat secara baik maupun buruk. Merubah tatanan kehidupan manusia dengan ilmu pengetahuan dan teknologi yang dikembangkan. Modernitas bergerak dibidang politik, teknologi, dan budaya, sebagaimana juga ekonomi. Perkembangan sistem komunikasi berjalan dengan cepat sesuai dengan penggunaanya, sebagai bentuk perubahan dalam setiap kehidupan.

Semakin berkembangnya pengetahuan dan teknologi di dunia industri, mulai muncul berbagai kesenjangan yang membagi masyarakat dalam kelas sosial. Keselamatan dan lingkungan hidup sangat rendah bahkan tidak ada. Modernisasi bahkan berkesan tidak menyenangkan.

Apa yang terjadi di zaman ini merupakan negara-bangsa sedang menghadapi risiko dan bahaya daripada musuh. Perubahan yang belum pernah ada sebelumnya. Tatanan masyarakat ini mengubah cara hidup kita, hingga belahan bumi manapun. Masyarakat transformasi ini, mengalami ketidaknyamanan

---

<sup>54</sup> Siti Rochmatul Fauziah, *Peran Tokoh Agama Dalam Masyarakat Modern Menurut Anthony Giddens*, (Skripsi UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2014)

maupun keterjaminan, melainkan penuh dengan kegelisahan dalam kehidupan yang selalu berubah.<sup>55</sup>

Berdasarkan karya Giddens tentang “Jalan Ketiga” adalah sebuah konsep untuk menyelesaikan berbagai persoalan yang terjadi di zaman sekarang melalui pengamatan yang sama sekali baru. “Jalan Ketiga” sering kali diartikan sebagai pemisah antara dua konsep seperti sosialisme dan kapitalisme, atau penjarakan antara negara dan pasar bebas. Pandangan tentang dunia sekarang ini berada di penghujung abad kedua puluh ini, yang bercirikan menghasilkan ketidaktahuan (*manufactured uncertainty*). Melalui istilah ini, Giddens mengungkapkan sebuah kenyataan sebagai ciri pada masa sekarang, yaitu masa yang digambarkan oleh ketidakpastian. Kondisi ini, tidak ditimbulkan oleh alam tetapi oleh manusia sendiri sebab teknologi yang diciptakannya. Segala risiko yang terjadi adalah akibat dari apa yang kita lakukan selama ini dengan ilmu pengetahuan dan teknologi.

Bahwa istilah ketidakpastian (*manufactured uncertainty*) mengarah pada konsekuensi risiko tinggi (*high consequence risk*). Dalam kehidupan ini banyak mengandung risiko, pilihan yang harus diambil oleh manusia. Hingga suatu saat mengalami kehancuran, sebelum risiko dihadapinya.

Giddens menggambarkan sebuah kelangsungan situasi dunia sekarang dengan istilah *Juggernaut* (truk besar) yang

---

<sup>55</sup> Anthony Giddens, *Runaway World*, Terj. Andry Kristiawan, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001), Hal 1-15.

berjalan tanpa kendali.<sup>56</sup> Mengatakan bahwa tidak ada manusia satupun yang dapat melarikan diri dari situasi yang menakutkan ini dan tidak ada manusia yang bisa memberhentikan *juggernaut* ini. Semua orang hanya bisa menghadapi dengan menerimanya, dan meminta keselamatan. Ketidakpastian selalu mendatangi bahkan menjadi satu dalam kehidupan manusia, sehingga mau tidak mau berada dalam ketidakpastian hingga manusia tidak mampu mengendalikan dunia.<sup>57</sup>

Kehidupan dunia kita sekarang di era modern, menurut Giddens berbeda dari kehidupan ketika masa teoritis sosiologi klasik. Kehidupan modern dijelaskan sebagai berikut :

“Kehidupan kolektif modern ibarat panser raksasa yang tengah melaju hingga taraf tertentu bisa dikemudika, tetapi juga terancam akan lepas kendali hingga menyebabkan dirinya hancur lebur. Panser raksasa ini akan menghancurkan orang yang menentangnya dan meski kadang-kadang menempuh jalur yang teratur, namun ia juga sewaktu-waktu dapat berbelok kearah yang tak terbayangkan sebelumnya. Perjalanannya bukannya sama sekali tak menyenangkan atau tak bermanfaat; adakalanya memang menyenangkan dan berubah sesuai dengan yang diharapkan. Tetapi, sepanjang institusi modernitas ini terus berfungsi, kita takkan pernah mampu mengendalikan sepenuhnya, baik arah maupun kecepatan perjalanannya. Kita pun takkan pernah merasa

---

<sup>56</sup> Juggernaut adalah nama dari sebuah ritual Hindu yang ditujukan pada dewa Krishna, dalam bahasa Hindi *Jagannath* ini diarak diatas sebuah kereta besar dan para pengikutnya melemparkan diri di bawah kereta itu supaya dilindas. (Lihat Majalah Basis, no 01-02, edisi tahun ke-49, Januari-Februari 2000).

<sup>57</sup> Anthony Giddens, *Jalan Ketiga Pembaharuan Demokrasi Sosial*, Terj. Ketut Arya Mahardika, (Jakarta: Gramedia, 1999), Hal x.

aman sama sekali karena kawasan yang dijelajahnya penuh dengan bahaya.”<sup>58</sup>

Perlu diketahui fenomena dalam modernitas ini memiliki dua sisi yaitu menenteramkan dan juga menggelisahkan. Karakter ini menurut Giddens diistilahkan sebagai *runaway world*, dunia yang berlari. Kemunculan konsekuensi risiko tinggi (*high consequence risks*) adalah sebagai usaha untuk mengendalikan truk besar dalam kehidupan sehari-hari. Misalnya seperti polutan, unsur kimia yang selalu ada di dalam makanan dan masih banyak lagi. Setiap individu dalam menghadapi situasi *juggernaut*, sangat dimungkinkan bahwa tidak dapat berbuat apa-apa selain menghadapi dengan berbagai risiko. Inilah yang dinamakan privatisme, meskipun begitu manusia tetap harus mengambil sikap sebagai bentuk reflektivitas atas modernitas. Karena *juggernaut* ini memang harus dinaiki, sehingga akan muncul penyebab bagaimana truk besar ini sering lepas kendali.<sup>59</sup>

Dalam mengendalikan *juggernaut* setidaknya dapat meminimalkan bahaya dan memaksimalkan peluang yang ada pada modernitas. Pernyataan ini tidak dapat dijadikan alasan sebab kenyataannya yang terjadi sangat berbeda. Penyebab terjadinya penyimpangan dalam harapan modernitas yang paling utama adalah konsekuensi yang tidak dikehendaki dan

---

<sup>58</sup> Georg Ritzer, *Teori Sosiologi Modern*, Terj. Triwibowo B.S. (Jakarta: Prenasa Media, 2014), Hal 507.

<sup>59</sup> B. Hari Juliawan, *Dunia Yang Berlari*, (Basis, no.01-02, tahun ke-49, Januari-Februari 2000), Hal 50.

refleksivitas atau lingkaran pengetahuan sosial. Manusia secara luas mengkonstruksi masyarakat dunia dengan konsekuensi yang sangat sulit untuk diduga. Kehidupan sosial di zaman modern, tidak dapat membangun suatu lingkungan yang seimbang untuk mengendalikan sepenuhnya kehidupan sosial.<sup>60</sup>

Masyarakat modern sekarang ini sedang mengalami masalah yaitu alienasi. Alienasi merupakan suatu penyakit kejiwaan dimana seseorang tidak lagi merasa memiliki dirinya sendiri sebagai pusat dunianya. Kehilangan kekuatan hati untuk bersosialisasi, kehilangan kreativitas (monoton), dan kehilangan pengawasan terhadap tindakan, kehilangan otonomi (motif komoditi yang dirasakan oleh semua orang), dan akhirnya menghancurkan kemampuan kemanusiaan.

Keadaan manusia seperti diatas ketika modernitas memberikan kesempatan untuk melakukannya. Penyebab dari semua ini adanya masyarakat kelas, terutama oleh kapitalisme modern yang mengubah mayoritas manusia menjadi tergantung, ditindas, dan dijadikan sebagai bagian dari mesin ekonomi. Seorang buruh menjadi terasing, dilepaskan dari pekerjaannya, dari kelompoknya, dan dirinya sendiri, karena mesin ekonomi tidak dapat mengendalikan tenaga kerjanya sendiri dan hasil produksi. Terlihat modernitas menimbulkan efek ganda. Selain memberikan

---

<sup>60</sup> Anthony Giddens, *Konsekuensi-Konsekuensi Modernitas*, Terj. Nurhadi, (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2005), Hal 201-204.

keuntungan, adakalanya kerusakan yang parah, inilah yang kemudian disebut sebagai kekecewaan terhadap modernitas.<sup>61</sup>

#### **D. Pengaruh Risiko Global**

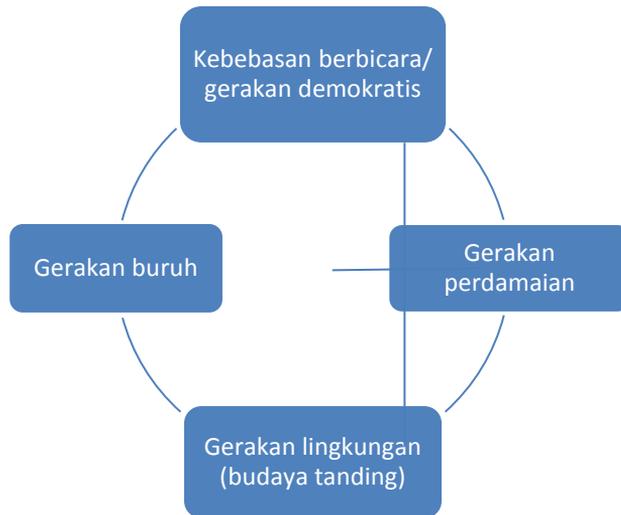
Hingga saat ini, konsep kepercayaan masih memperkirakan hitungan melalui risiko. Giddens mengartikan risiko sebagai “bahaya yang secara aktif diperhitungkan dalam hubungannya dengan kemungkinan-kemungkinan di masa depan”. Sejak dulu risiko telah ada dalam kehidupan sosial namun, konsep ini digantikan oleh tradisi, agama, atau proses natural lainnya. Kemudian risiko di abad modern digunakan ketika masyarakat melihat orientasi masa depan yang harus ditaklukkan. Kemakmuran dalam masyarakat modern ada pada sistem ekonomi modern sebagai bentuk pengambilan risiko. Risiko sekarang telah berganti menjadi *manufactured risk* artinya risiko berasal dari campur tangan manusia meskipun masih ada keterkaitan langsung dengan alam. Bersamaan dengan munculnya industrialisasi sebagai lingkungan baru yang diciptakan oleh manusia yang dikenal dengan istilah *created environment*. Adalah suatu penciptaan lingkungan baru dalam era modern yang melibatkan keterkaitan manusia dan alam.<sup>62</sup>

---

<sup>61</sup> Piotr Sztomka, *Sosiologi Perubahan Sosial*, Terj. Alimandan, (Jakarta: Prenada Media Group, 2008), Hal. 90-91.

<sup>62</sup> B. Hari Juliawan, *Dunia Yang Berlari*, (Basis, no.01-02, tahun ke-49, Januari-Februari 2000), Hal 48.

Masyarakat modern melahirkan gerakan sosial masyarakat yang sangat erat kaitannya dengan perubahan struktural sebagai bentuk modernisasi yang telah masuk dalam dunia global. Kita perlu tau bahwa modernitas pada dasarnya memiliki pengaruh yang sangat besar terhadapnya. Sehingga didapat gambar untuk melukiskan masalah yang ditimbulkan sebagai berikut.



Gambar 2. Jenis-jenis gerakan sosial

Bentuk-bentuk dari gerakan diatas masih memiliki keterkaitan dengan dimensi institusional modernitas pada halaman sebelumnya. Munculnya gerakan buruh merupakan bentuk persebaran dari kapitalis pada tatanan ekonominya. Gerakan ini menjadi pendorong utama kebebasan hak dan demokrasi. Kemudian kebebasan bicaradan gerakan demokrasi,

yang berasal dari area tindakan pengawasan negara modern, pada batas tertentu dapat dipisahkan dari gerakan buruh. Mereka adalah gerakan nasionalis yang berfokus pada hak partisipasi politik baik kapitalis maupun sosialisme. Yang ketiga, gerakan perdamaian berfungsi sebagai mengatur sarana kekerasan, termasuk kekuatan militer dan polisi. Perdamaian memiliki peran yang hampir sama dengan demokrasi, sebagai suatu konsep yang berada dalam posisi utama yang memiliki kaitan dengan militer dan negara. Seperti contoh aliran pasifisme. Bentuk perjuangan pada gerakan lingkungan yang terdiri atas gerakan budaya yang seimbang adalah lingkungan yang diciptakan. Gerakan ini muncul sebagai respon untuk meminimalisir dampak industri modern terhadap cara produksi lama.

Keempat gerakan sosial ini memberikan arah dan tujuan untuk masa depan untuk menuju dunia yang lebih aman dan lebih manusiawi sebagai bentuk perubahan sosial.<sup>63</sup>

---

<sup>63</sup> Anthony Giddens, *Konsekuensi-Konsekuensi Modernitas*, Terj. Nurhadi, (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2005), Hal 210-215.

### BAB III

## RELASI INDUSTRI DAN AGAMA DALAM USTADZ SELEBRITAS

### A. Pengertian Ustadz Selebritas

Pengertian ustadz merupakan bentuk kata tidak baku dari ustaz, dalam kamus Bahasa Indonesia adalah guru agama atau guru besar (laki-laki).<sup>64</sup> Dalam kamus bahasa Arab atau bahasa Azam (luar dari arab), ustadz dikenal dengan istilah-istilah bahasa yang merujuk pada sebuah pangkat tertentu ataupun termpat tertentu, secara khusus ditujukan pada hal yang lebih berpengaruh baik dari segi lafal maupun dari maknanya. Kata “ustadz” merupakan bahasa “ajam” bukan bahasa Arab, tepatnya bahasa Persia kemudian di-Arabkan. Dalam kamus Al-Mu’jamul Wasith kata ustadz memiliki beberapa makna :

المعجم الوسيط

الأستاذ - أستاذ : الأستاذ : العلم . و الأستاذ الماهر في الصناعة يعلمها غيره . و الأستاذ لقب عال في الجامعة . و الجمع : أساتذة, وأساتيد.

Artinya : “Lafal ustadz bisa diartikan sebagai berikut :

1. Guru / Pengajar
2. Orang yang ahli di dalam suatu bidang keindustrian dan mengajarkan pada yang lain.

---

<sup>64</sup> K.pren dkk, *Kamus Latin Bahasa Indonesia*, (Yogyakarta : Kanisius, 1969)

3. Gelar untuk akademis level tinggi di Universitas.  
Kata jamaknya adalah asatidzah dan asatiidz.

Kemudian syarat menjadi seorang ustadz dijelaskan sebagai berikut :

كلمة (الاستاذ) كلمة اعجمية , دخيلة على اللغة العربية , ولم ترد في الشعر الذي

يحتاج به

و معناها : الماهر بالشيء العظيم

وذكروا انه لا يستحق أن يلتب بها إلا من جمع ثمانية عشر علما , أو اثني عشر علما , منها :

(النحو والصرف والبيان والبديع والمعاني . ( والالآداب والمنطق والكلام والهيئة وأصول الفقه

والتفسير والحديث ) .

Artinya : “Pengertian lain dari kata ustadz adalah orang yang sangat ahli di dalam suatu bidang. Menurut pengertian ini, maka seseorang tidak pantas disebut Ustadz kecuali ketika ia memiliki keahlian dari 18 atau 12 ilmu atau bidang studi. Dalam sastra Arab seperti ( ilmu nahwu, shorof, bayan, badi’, ma’ani, adab, mantiq, kalam, perilaku, ushul fiqh, tafsir & hadits)”.

Dilihat dari sisi historis, menurut Imam Al Hafidz Abu Khitob bin Dahiyat menjelaskan bahwa : “lafal ustadz itu bukan berasal dari bahasa Arab, sehingga tidak ditemukan di syi’iran bangsa jahiliyah, makna ustadz berasal dari umum. Karena pada saat itu, orang-orang pada umumnya merasa ta’dzim dan kagum pada tingkat keahlian seseorang sehingga mereka memberikan sebutan dengan istilah ustadz. Adapun orang-orang sering memberikan cium tangan pada seorang syeikh karena ta’dzim

terhadap ilmunya, hal ini termasuk pada husnul adab (sebaik-baiknya akhlaq).<sup>65</sup>

Ustadz selebritas terdiri atas dua kata ustadz dan selebritas. Penjelasan ustadz telah dijabarkan diatas yaitu seorang pengajar yang menguasai berbagai bidang ilmu agama dalam jumlah tertentu sebagai syaratnya.

Kemudian, di dalam Kamus Bahasa Indonesia selebriti merupakan kata tidak baku dari selebritas yang berarti pesohor.<sup>66</sup> Selebriti berasal dari Bahasa Inggris *celebrity* yang berarti seseorang yang mudah dikenali orang banyak orang dengan latar belakang yang ragam dan sering muncul atau menjadi berita di media massa. Dalam pengertian kehidupan selebritas sangat diperhatikan media, dimana kehidupan pribadi maupun yang bersangkutan dengan profesi mereka sama menariknya. Setiap negara memiliki karakteristik masing-masing, terutama di Indonesia fenomena selebritas bukan hanya seorang yang menjadi bintang film, atlet dan insan pertelevisian, melainkan politisi, akademisi, serta pemuka agama merupakan selebritas.

Status yang disematkan dalam seorang selebritas ketika dihadapan publik dikonstruksikan sebagai perantara kegiatan jual beli. Menurut Rojek dalam karya bukunya berjudul *celebrity*

---

<sup>65</sup> <https://www.almunawwar.co.or.id/pengertian-tentang-lafadz-ustadz-dari-asal-bahasa-dan-maknanya/#forward>, diakses pada tanggal 22 September 2019

<sup>66</sup> K.pren dkk, *Kamus Latin Bahasa Indonesia*, (Yogyakarta: Kanisius, 1969)

menamakan “pialang-pialang kebudayaan” sebagai bentuk jamak dari pengendalian seorang selebritas untuk menggambarkan agen, publisitas, personal pemasaran, promotor, fotografer, penata busana, dan asisten pribadi. Semoa orang ini memiliki peran layaknya seperti *Idola* yang menampilkan rupa.<sup>67</sup> Mereka menentukan busana apa yang dikenakan, bagaimana rambut mereka ditata, dan keseluruhan citra yang akan tampilkan selebritas ketika mengisi sebuah acara.<sup>68</sup>

Fenomena selebritas hadir di tengah kesempatan ketika peran agama sangat mendominasi. Pada masa ini agama menjadi kekuatan utama dalam sosial masyarakat. Seiring berkembangnya masyarakat sebagai budaya konsumerisme, media massa berperan untuk mengubah apa yang disebut dengan selebritas ditampilkan sejumlah orang terkenal untuk tujuan tertentu. Chris Rojek menjelaskan selebritas dalam era modern, memunculkan kondisi dalam interaksi sosial dalam budaya masyarakat untuk meningkatkan perubahan dalam kondisi sosial dan ekonomi. Salah satu karakteristik selebritas di era modern adalah pengakuan

---

<sup>67</sup> Ada perbedaan mengenai bintang (*Idola*) dengan selebritas. Dimana selebritas belum tentu bintang, dalam pengertian sebagai ‘yang terbaik’ di bidangnya. Demikian seorang bintang merupakan bagian dari selebritas, sebab dalam dalam pengertian dijelaskan selebritas sangat diperhatikan oleh media, dimana kehidupan pribadi dan profesinya menarik untuk ditampilkan meskipun terjadi dengan waktu tertentu. Lihat Ariel Heryanto (ed), *Budaya Populer Di Indonesia Mencairkannya Idenstitas Pasca-Orde Baru*, (Yogyakarta: JALASUTRA, 2012).

<sup>68</sup> Ariel Heryanto (ed), *Budaya Populer Di Indonesia Mencairkannya Idenstitas Pasca-Orde Baru*, (Yogyakarta: JALASUTRA, 2012), Hal.168-169.

selebritas. Kehadiran selebritas sebagai fabrikasi budaya dan peran media yang membantu untuk memperoleh pengakuan publik agar lebih dikenal. Dengan perantara kebudayaan yang ada dalam industri media dan konsumerisme seperti humas, tenaga pemasaran, promotor, fotografer, pelatih kebugaran, staf tata pakaian, ahli kosmetik, dan asisten pribadi maka selebritas dihadirkan untuk membuat penilaian publik tentang kepribadian yang menghasilkan daya tarik abadi bagi para penonton maupun penggemar.<sup>69</sup> Sehingga didapati seorang selebritas hadir di ranah publik atas lingkungan yang membentuk, diantaranya berhubungan dengan media sosial, memiliki manajemen atau bisa dikatakan asisten pribadi, kemudian tim kreatif yang selalu menata dan mengatur dari perencanaan hingga pelaksanaan ketika menampilkan kehidupan pribadi maupun profesi kepada publik.

## **B. Ragam Komoditas Ustadz Selebritas**

Media berperan sebagai sarana utama masyarakat modern untuk mengenal dunia termasuk agama, bersamaan dengan berkembangnya teknologi komunikasi dan informasi serta media massa. Kehadirannya dalam kehidupan sosial merubah budaya lokal bergerak kearah budaya global yang berasas media. Kelompok-kelompok sosial digantikan oleh tokoh yang berperan sebagai selebritas instan di ranah hiburan massa dan media

---

<sup>69</sup> Sutrisno, S.Sos dan Dr. Haryatmoko, *Selebriti dan Komodifikasi Kapital di Media Sosial*, Jurnal Ilmu Komunikasi dan Politik Universitas Indonesia.

populer. Melalui televisi, ustadz selebritas menggeser ulama tradisional hadir dalam lingkungan keluarga, masyarakat, menyampaikan tentang keutamaan moral, cinta, berkenaan dengan surga dan neraka, dengan cara *how-to* dalam pancaran lampu kamera.<sup>70</sup>

Kapitalisme global merubah dunia menjadi sebuah tempat pertunjukan kehidupan, tempat segala hal yang berada di dunia menjadi bentuk komoditas. Ketika semuanya telah menjadi komoditas. Masyarakat kapitalis global mengeksploitasi dan komodifikasi segala sumber daya dan konsumsi produk-produknya dalam titik kemajuan. Semua hal yang berkaitan dengan komoditas merupakan suatu benda sebagai barang dagangan bahkan semua aspek kehidupan manusia ke dalam *fetish* (pemujaan akan benda-benda), sehingga memungkinkan berkembangnya materialisme dalam kehidupan masyarakat modern.<sup>71</sup>

Fenomena komodifikasi agama tidak dapat dinilai dari lingkup nilai agamanya. Namun motif-motif ekonomi dari penjual dan pembeli yang kabur menjadi hal yang dominan. Karena ketika agama dimodifikasikan, hal ini akan mereduksi nilai agama tersebut, sehingga agama hanya ada dalam bentuk

---

<sup>70</sup> Idi Subandy Ibrahim dan Bachruddin Ali Akhmad, *Komunikasi dan Komodifikasi: Mengkaji Media dan Budaya dalam Dinamika Globalisasi*, (Jakarta: Pustaka Obor, 2014), Hal.7.

<sup>71</sup> Idi Subandy Ibrahim dan Bachruddin Ali Akhmad, *Komunikasi dan Komodifikasi : Mengkaji Media dan Budaya dalam Dinamika Globalisasi*, (Jakarta: Pustaka Obor, 2014), Hal.44.

simbolis.<sup>72</sup> Komodifikasi agama di ruang publik seperti menggunakan jasa selebritas dalam mempromosikan suatu produk atau layanan jasa. Status ustadz selebritas sendiri berasal dari realitas media untuk mendapatkan pengakuan publik. Sehingga didapatkan tujuannya dari media yaitu keuntungan pasar atau ekonomi. Bukan hanya media saja, ustadz selebritas juga mendapat keuntungan disamping memiliki manajer. Adapun industri media terdiri atas tim kreatif serta tim penataan acara sebelum akhirnya ustadz selebritas presentasi di hadapan publik yang menghasilkan daya penonton maupun penggemar.<sup>73</sup> Kemudian penjelasan terkait dengan komodifikasi dalam ustadz selebritas diantara Ustadz Hanan Attaki, Ustadz Riza Muhammad, dan Ustadzah Mamah Dedeh.

#### 1. Pemikiran Ustadz Selebritas

Pemikiran yang mendeskripsikan justifikasi perilaku konsumen suatu pasar produk tertentu tidak bisa begitu saja eksistensinya dipisahkan dari kemampuan pemasar mengeksplorasi unsur-unsur budaya yang membentuk karakter budaya perilaku konsumen. Melalui bantuan teknik etnografi yang mengharuskan pemasar terlibat langsung dalam kegiatan kelompok konsumen dalam suatu komunitas perilaku bersama

---

<sup>72</sup> Asmaul Husna, *Komodifikasi Agama : Pergeseran Praktik Bisnis dan Kemunculan Kelas Menengah Muslim*, Jurnal Komunikasi Global, Vol.2, No.2, 2018.

<sup>73</sup> Sutrisno, S.Sos dan Dr. Haryatmoko, *Selebriti dan Komodifikasi Kapital di Media Sosial*, Jurnal Ilmu Komunikasi dan Politik Universitas Indonesia.

ini, maka tujuan yang ingin dicapai adalah mendapatkan wawasan konsumen yang mengalir nilai dan persepsi dalam membangun basis kesaksian kepercayaan produk yang digunakan di dalam masyarakat di dalam masyarakat konsumennya.<sup>74</sup>

Memasuki abad ke-21 televisi menjadi tokoh utama bagi semua lapisan masyarakat, baik itu orang tua maupun muda, perempuan atau laki-laki, hingga semua kalangan. Bahkan televisi selalu memperbaiki keterbatasan dalam masalah jarak, waktu, dan ruang. Diistilahkan sebagai *window of the world*, menjadi kenyataan, dengan membawa seluruh dunia ke dalam rumah tangga tanpa mengenal kelas.<sup>75</sup>

Fenomena ustadz selebritas kini hadir di tengah-tengah masyarakat merupakan hasil dari media, bukan realitas sebenarnya. Dimana televisi mengedepankan hiburan, sementara hiburan berkaitan dengan fungsi-fungsi ekonomi. Terkadang orang yang hanya menguasai beberapa ayat dan mengucapkannya dengan agak fasih apalagi dengan wajah yang ganteng akan mudah menjadi ustadz selebritas.<sup>76</sup>

Kehadiran televisi merupakan sebuah tanda dalam perubahan peradaban dari suatubudaya ke budaya lain. Dimana

---

<sup>74</sup> Fuadramadan, *Journal Perilaku Konsumsi*, (Jurnal Sosiologi : 2013)

<sup>75</sup> Andi Alimuddin Unde, *Televisi dan Masyarakat Pluralistik*, (Jakarta: Prenadamedia, 2014), Hal. 23.

<sup>76</sup> Nurudin, *Media Sosial Agama Baru Masyarakat MIlennial*, (Malang: Intrans Publishing, 2018), Hal.142-143.

televisi mulai menggantikan unsur keluarga, teman, dan komunitas sebagai titik pusat peradaban, maka yang terjadi adalah interaksi dan pembentukan nilai berpusat pada kotak ajaib atau televisi.<sup>77</sup> Perubahan sosial tidak bisa dilepaskan dengan media. Hal ini yang membuat media televisi sebagai media sangat penting. Televisi menggambarkan sebagai media yang sangat kompleks dan mengubah kemampuan manusia yang sebelumnya tidak tahu menjadi tahu, dari sedih menjadi terhibur, dari tidak memiliki ikon budaya menjadi memiliki ikon budaya, dari tidak ingin membeli menjadi ingin membeli, objek yang jauh menjadi dekat, sebagai pengalaman yang asing menjadi akrab bagi manusia. Mengajak penonton untuk lebih lama menyaksikan program acara yang disajikan. Program tersebut diantaranya program keagamaan yang telah diatur waktu tayang agar dapat disaksikan seluruh elemen masyarakat.<sup>78</sup>

Televisi menjadi media yang tepat untuk berdakwah terutama untuk menyalurkan pesan-pesan dakwah, itulah yang diterjadi di Indonesia saat pagi hari. Salah satunya Mamah Dedeh yang memiliki nama asli Dedeh Rosidah.<sup>79</sup> Dakwah

---

<sup>77</sup> Irwan Abdullah, *Konstruksi dan Reproduksi Kebudayaan*, (Yogyakarta, Pustaka Pelajar, 2006), Hal.54

<sup>78</sup> Nengah Bawa Atmadja,dkk, *Sosiologi Media Perspektif Teori Kritis*, (Depok : Rajagrafindo, 2018), Hal.227-229.

<sup>79</sup> Profil Mamah Dedeh, seorang perempuan yang lahir di Ciamis, 5 Agustus 1951. Dari anak seorang kiai bernama Sujai dan Syarifuddin yang berasal dari anak kiai Betawi KH. Hasan Basri. Ia hidup dalam lingkungan

merupakan aktivitas atau usaha untuk mengubah individu atau masyarakat kepada situasi yang lebih baik, menurut ajaran Islam. Samsul Munir Amir, mengatakan dakwah adalah suatu aktivitas yang dilakukan secara sadar dalam menyampaikan pesan-pesan agama agar menerima ajaran Islam dan menjalankannya dengan baik, dalam menjalani kehidupan untuk kebahagiaan dunia maupun akhirat, dengan menggunakan media dan cara-cara tertentu.

Diharapkan dakwah dapat mempengaruhi seseorang agar timbul pengertian, kesadaran, penghayatan, serta pengamalan terhadap ajaran agama sebagai bentuk pesan yang disampaikan tanpa ada unsur paksaan. Dengan demikian, dakwah dikatakan sebagai suatu usaha untuk mengubah manusia menjadi lebih baik. Bukan hanya sebatas melalui podium atau mimbar.

Keefisiensi dan keefektifitas dakwah mudah didapat khususnya dalam menggunakan media massa, televisi karena

---

agama yang kental. Jenjang pendidikannya dari SMP sampai ke tingkat Universitas tidak jauh dari belajar agama.

Saat usia SD, ia dan saudaranya sudah mengisi ceramah di kampung. Menjadi seorang penceramah ia lakukan sampai berumah tangga setelah selesai kuliah. Kemudian ia berceramah melalui media, berawal dari stasiun radio. Hingga pada akhirnya Mamah Dedeh diminta untuk mengisi program *Mamah dan Aa* di stasiun televisi Indosiar. Sejak saat itu Mamah Dedeh, namanya menjadi populer hingga mulai banyak berdatangan dari ibu-ibu pengajian sampai pejabat untuk mengundang. Selain itu Mamah Dedeh berdakwah lewat buku yang berjudul *Curhat ke Mamah: Menuju Keluarga Sakinah*, tidak hanya itu Mamah Dedeh sering mengisi diberbagai program televisi dan iklan. lihat <http://www.google.com/amp/s/m.viva.co.id/amp/siapa/read/120-mamah-dedeh>, diakses pada tanggal 24 September 2019.

media ini menimbulkan keserempakan dan mampu menjangkau yang bersifat heterogen. Sehingga memudahkan ajaran agama Islam mudah diterima dalam jumlah khalayak yang besar dan meringankan tugas juru dakwah.<sup>80</sup> Itulah yang menjadi salah satu alasan ketika program Mamah Dedek sedang berlangsung.

Perkembangan teknologi dan praktik dakwah di televisi sekarang ini, telah mempresentasikan kealiman dan spiritualitas Islam menggunakan simbol-simbol dari penampilan seorang ustadzah. Mulai dari memakai brand pakaian yang sedang terkenal muncul sebagai mitos baru dalam membungkus kealiman. Keberagaman di zaman sekarang tidak bisa dilepas dari perkembangan citra visual sebagai unsur pembentukannya.<sup>81</sup>

Media televisi bukan hanya digunakan oleh ustadzah Mamah Dedek sejumlah ustadz lainnya juga menggunakannya, seperti Ustadz Riza Muhammad.<sup>82</sup> Beliau dikenal sebagai

---

<sup>80</sup> Inayatul Fitriah, *Skripsi Strategi Kreatif Produser dalam Mempertahankan Eksistensi Program Dakwah Mamah & Aa Ber-Aksi di Stasiun Televisi Indosiar*, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2014)

<sup>81</sup> Yasraf Amir Piliang, *Bayang-Bayang Tuhan: Agama dan Imajinasi*, (Jakarta: Mizan Publika, 2011), Hal.xxxiii.

<sup>82</sup> Profil Ustadz Riza Muhammad, dengan nama asli May Riza Kurnia. Kelahiran di Situbondo pada 1 Mei 1983 daru pasangan bapak Arie dan ibu Nurnaningsih. Dunia agamanya, ia dapati ketika menjadi santri di pondok pesantren Al Abror, Situbondo selama 9 tahun.

Kemudian, Riza Muhammad mengawali kariernya sebagai pembawa acara di radio lokal di Bali, televisi lokal dan nasional. Dari pengalamannya di dunia media ia mencoba ikut DAI di stasiun televisi TPI pada tahun 2005.

ustadz seleb yang memiliki lesung pipi dan kecakapan dalam berkomunikasi yang sering dilihat di berbagai program acara televisi. Kemampuan yang dimiliki oleh Riza Muhammad merupakan bekal tambahan seorang ustadz yang mengharuskan berkomunikasi dengan jama'ah (khalayak) yang dihadapi. Karena komunikasi merupakan jalan untuk menyebar-luaskan pesan dalam bentuk seruan, anjuran, petunjuk dan nasehat yang bersumber dari ajaran agama Islam yang dikemas secara kontekstual. Dengan komunikasi pula seorang penceramah akan mengetahui apa materi yang sesuai bagi jama'ah yang dihadapinya.

Dalam berdakwah terutama ketika menggunakan sarana media televisi, ada hal yang diperhatikan dalam dakwah yaitu strategi dakwah. Strategi dakwah merupakan perpaduan metode dan praktik dari perencanaan untuk mencapai suatu tujuan dakwah. Strategi dakwah harus dibedakan dengan strategi komunikasi. Jika berdakwah menggunakan strategi komunikasi, maka harus paham siapa yang menjadi *audiens*,

---

Tidak hanya itu, beberapa tahun ia terlibat dalam pembuatan sinetron religi di stasiun televisi. Di tanah kelahirannya, Denpasar, Bali ia dikenal sebagai MC terbaik juga penceramah. Setelah kemudian memutuskan berkarir di Jakarta, ia cukup menarik perhatian di masyarakat, karena kepopulerannya di media televisi. Profesinya sebagai selebritas khususnya sebagai pemain sinetron religi dan sebagai seorang ustadz dalam mengisi tausiyah, serta berprofesi sebagai pembawa acara televisi terutama ketika membawakan acara Open Mic Stand Up Comedy eps.ustadz. lihat Dina Damayanti, *Skripsi Strategi Dakwah Ustadz Riza Di Kalangan Remaja Masjid Al-Ikhlas Bintaro Sektor Sembilan*, (UIN Syarif Hidayatullah, 2014).

media yang digunakan harus sesuai dengan keadaan, pesan yang disampaikan harus mudah dipahami. Lalu strategi dalam dakwah diantara harus memperhatikan beberapa asas dakwah salah satunya : asas keefektifan dan efisiensi dalam dakwah, sehingga diharapkan antara biaya, waktu maupun tenaga yang dikeluarkan dapat hasil yang maksimal.<sup>83</sup> Dalam konteks dakwah, Ustadz Riza adalah seorang da'i yang mempunyai media untuk menyampaikan pesan-pesannya berupa ide, gagasan, yang terus berkembang hingga saat ini dengan berdakwah melalui media.

Kemunculan internet sebagai bagian dari revolusi informasi yang dialami oleh semua manusia. Gagasan ini menimbulkan perubahan besar dalam kehidupan masyarakat, diantaranya : manusia memperoleh informasi dengan cara menghemat waktu dan meminimalkan ruang, internet memunculkan era baru yaitu masyarakat informasi, dan kemudian internet sebagai revolusi industri kedua.

Setiap tahunnya perluasan dalam penggunaan internet terutama di Indonesia menunjukkan kenaikan jumlah pengguna internet dari sebelumnya. Kebanyakan pengguna internet mengakses internet melalui telepon seluler. Hingga kini internet telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat. Hampir setiap hari, orang tidak bisa lepas dari internet

---

<sup>83</sup> Asmuni Syukri, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlas, 1983), Hal.35.

terutama dalam pengetahuan agama. Melalui internet dikenal istilah *religion online* atau *online religion*. *Religion online* menyediakan pengguna internet dengan informasi agama: doktrin, aturan masyarakat, organisasi dan keyakinan; layanan dan peluang untuk layanan artikel; dan buku-buku agama; dan juga perlengkapan lain yang berhubungan dengan tradisi keagamaan atau pencarian seseorang.<sup>84</sup>

Islam diartikan sebagai agama dakwah yaitu agama yang mengajak dan memerintahkan umatnya untuk selalu menyebarkan dan menyiarkan ajaran islam kepada seluruh umat manusia.<sup>85</sup> Sehingga dakwah merupakan suatu keharusan dalam mengembangkan agama. Dakwah harus dilakukan sesuai dengan perkembangan zaman sekarang yang sedang mengalami kemajuan dalam hal teknologi dan ilmu pengetahuan. Karena aktivitas dakwah yang maju akan membawa pengaruh terhadap pengajuan agama dan sebaliknya aktivitas dakwah yang stagnan akan berakibat pada kemunduran agama. Karena adanya hubungan timbal balik maka dapat dimengerti jika Islam meletakkan kewajiban dakwah diatas setiap pemeluknya.

Sebuah gerakan yang didirikan oleh Ustadz Hanan Attaki adalah Gerakan Pemuda Hijrah yang terbentuk pada tahun

---

<sup>84</sup> Nengah Bawa Atmadja,dkk, *Sosiologi Media Perspektif Teori Kritis*, (Depok : Rajagrafindo, 2018), Hal.152-154.

<sup>85</sup> Abd.Rosyad Shaleh, *Managemen Dakwah Islam*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1978), Hal.1.

2015.<sup>86</sup> Gerakan ini terbentuk dari kegelisahan Ustadz Hanan Attaki yang merasa bahwa dakwah di Indonesia kurang progresif atau jalan ditempat, terlebih untuk kalangan muda. Selama ini dakwah terjebak dalam kegiatan-kegiatan dimana para jamaahnya memang sudah hijrah sejak lama, sehingga penambahan orang-orang yang kemudian sadar dan kembali kepada Allah itu sedikit meskipun kegiatannya banyak. Padahal sebenarnya banyak anak muda yang membutuhkan dakwah dan merindukan hidayah, hanya saja tidak tahu caranya. Padahal anak muda memiliki peran yang amat besar untuk masa depan.

Strategi dakwah yang dilakukan Ustadz Hanan Attaki adalah dengan memanfaatkan *global connection*. Sistem ini merupakan salah satu alternatif untuk dijadikan sebagai media untuk berdakwah. Keuntungan yang diperoleh dapat

---

<sup>86</sup> Profil Ustadz Hanan Attaki, adalah seorang Ustadz yang sering terlihat di media sosial yang diikuti oleh generasi muda. Lahir di Aceh pada 31 Desember 1981, dengan nama lengkap Tengku Hanan Attaki. Pengalaman agama, ia peroleh sejak kecil sudah dekat dengan Al-Qur'an. Kemudian ia pernah memenangkan lomba Musabaqah Tilawatil Quran ketika Sekolah Dasar. Dunia akademik, ia lanjutkan ke Universitas Al Azhar Kairo, Mesir, setelah sebelumnya menamatkan dari Pondok Pesantren Ruhul Islam Banda Aceh.

Ketika masih kuliah, ustadz gaul ini menjalani usaha bakso, catering, hingga menjadi joki Hajar Aswad ketika musim Haji. Sekarang ia memiliki akun Youtube Hanan Attaki yang berisi ceramah-ceramah dan video kesehariannya. Kemudian Ustadz Hanan Attaki mendirikan Shift beserta teman-temannya dalam akun youtube. Lihat <https://m.liputan6.com/lifestyle/read/3960637/sosok-ustaz-hanan-attaki-penceramah-yang-akrab-dengan-milenial>, diakses pada 24 September 2019.

mempererat tali persaudaraan antara satu dengan lainnya juga dapat memberikan informasi dalam waktu yang singkat.<sup>87</sup>

## 2. Produk Ustadz Selebritas

Dunia kapitalisme, seperti hiburan dan budaya telah berubah menjadi industri. Dalam hal ini, Theodor Adorno dan Max Horkeimer mengatakan budaya industri adalah media tipuan. Mereka mengakui bahwa hilangnya kepribadian yang tulus seperti kemampuan menggambarkan keadaan yang nyata karena budaya telah berubah menjadi alat industri serta menjadi produk standar ekonomi kapitalis. Dunia hiburan telah menjadi sebuah proses reproduksi kepuasan manusia dalam media tipuan. Ketika dijumpai hampir tidak ada lagi perbedaan antara kehidupan nyata dan dunia yang digambarkan dalam bentuk audio visual yang dirancang menggunakan efek suara dengan tingkat ilusi yang sempurna sehingga tidak terkesan *imaginator*.<sup>88</sup>

Semangat kerja kapitalis telah terbentuk dan merupakan contoh yang paling nyata dari ekspansi pasar di mana orang berorientasi pada pencarian ‘kehidupan yang lebih baik’ dalam berbagai bentuk dan tingkat. Dalam masyarakat yang

---

<sup>87</sup> Anis Fitriani, *Skripsi Analisis Isi Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki Dalam Akun Youtube Pemuda Hijrah*, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2018).

<sup>88</sup> Burhan Bungin, *Konstruksi Sosial Media Massa: Kekuatan Pengaruh Media Massa, Iklan Televisi, dan Keputusan Konsumen Dan Keputusan Konsumen Serta Kritik Terhadap Peter L. Berger & Thomas Luckmann*, ( Jakarta: Prenada Media, 2008), Hal. 51.

berorientasi pada pasar merupakan cara pandang baru terhadap dunia (seperti juga terhadap agama) mengalami pergeseran. Agama dalam hal ini bukan sebagai sumber nilai melainkan sebagai alat untuk pembentukan gaya hidup sendiri. Tidak lain agama diambil alih oleh pasar untuk dikelola sedemikian. Sehingga pasar menjadi kekuatan penting terutama dalam penyatuan dan perluasan wilayah pasar.<sup>89</sup>

Komoditas-komoditas yang dihasilkan oleh industri budaya diarahkan oleh kebutuhan untuk menyadari nilainya di pasaran. Motif keuntungan juga ikut menentukan sifat dari macam budaya. Dunia sekarang telah disamakan dimana industri budaya mengambil alih kesadaran masa, yang terletak pada produk-produk industri.<sup>90</sup>Dalam industri dikenal istilah komodifikasi. Komodifikasi adalah proses transformasi barang dan jasa yang semula dinilai karena nilai gunanya, menjadi komoditas yang bernilai karena mendatangkan keuntungan di pasar. Adanya proses komunikasi akhirnya dikenal komodifikasi budaya, dengan memandang media sebagai industri budaya (*culture industries*), industri mengkomodifikasi budaya atau industritempat berlangsungnya proses komodifikasi budaya. Media dipandang sebagai pemain peran utama dalam proses produksi dan distribusi komoditas

---

<sup>89</sup> Irwan Abdullah, *Konstruksi dan Reproduksi Kebudayaan*, (Yogyakarta, Pustaka Pelajar, 2006), Hal. 111-113.

<sup>90</sup> Dominik Strinati, *Popular Culture: Pengantar Menuju Teori Budaya Populer*, (Yogyakarta: Ar Ruzz Media, 2009), Hal.109

budaya.<sup>91</sup> Hal ini bisa ditemukan dalam komodifikasi agama yang terjadi sekarang.

Sebagai seorang pendakwah Ustadzah Mamah Dedeh memiliki karakteristik dalam membawakan materi agar cepat dikenal dengan masyarakat. Mamah Dedeh memiliki kekhasan terutama dalam gaya bicara. Gaya bicaranya yang lugas dan terus terang (*ceplas-ceplos*) menjadikannya banyak diminati masyarakat. Ketika berceramah di stasiun televisi diselingi dengan humor dalam penyampaiannya. Terlihat dakwahtainment menjadi sebuah permasalahan, karena selama ini dakwah dianggap dengan serius. Apabila dakwah lebih banyak hiburannya, maka dakwah mengalami pergeseran makna yang sebelumnya tuntunan, menjadi tontonan. Sudah dipahami bahwa fungsi televisi bertujuan untuk menghibur dan mendidik untuk meraih keuntungan. Apalagi ketika Mamah Dedeh ketawa sendiri bahkan seperti seorang dakwah menjadi seperti seorang pelawak.<sup>92</sup>

Tema yang dibawakan saat mengisi acara kebanyakan membahas tentang dunia keluarga mulai dari hak-hak seorang suami maupun istri, orang ketiga, hingga menuju keluarga sakinah, tidak hanya itu ketika berceramah di stasiun televisi

---

<sup>91</sup> Idi Subandy Ibrahim dan Bachruddin Ali Akhmad, *Komunikasi dan Komodifikasi : Mengkaji Media dan Budaya dalam Dinamika Globalisasi*, (Jakarta: Pustaka Obor, 2014), Hal.17.

<sup>92</sup> Ahmad Zaini, *Analisis Metode Ceramah Mamah Dedeh Dalam Acara Mamah dan Aa Beraksi Di Indosiar Dengan Tema "Orang Ketiga Perusak Keluarga"*, (Jurnal STAIN Kudus, Vol. 4, No. 2, 2016)

program tersebut menerima curhatan dari jama'ah, ini yang menjadikan salah satu ketertarikan masyarakat.<sup>93</sup> Tidak lupa dari segi *fashion* adalah satu dari bagian lain yang terpenting dimiliki ketika Mamah Dedeh tampil di hadapan masyarakat. *Fashion* yang menjadi perhatian ada pada tata busana dan talenta tata rias. Gaya pakaian yang dikenakan Mamah Dedeh lebih bersifat formal dan santai, namun terlihat mewah ketika pakaian yang dipakai adalah produk brand yang sedang terkenal, Zoya. Dalam hal ini merupakan hasil dari produser sebagai salah satu strategi kreatif produser yang memiliki nilai estetika dalam sebuah program.<sup>94</sup> Kembali ke produk pakaian Zoya yang dipakai Mamah Dedeh. Zoya merupakan produk hijab yang sedang terkenal di Indonesia oleh semua kalangan. Kepercayaan masyarakat timbul setelah mendapatkan label halal dari MUI. Ketika merk Zoya ini dipakai dalam acara Mamah Dedeh, secara tidak langsung melakukan pemasaran. Ini merupakan salah satu bentuk untuk merubah masyarakat menjadi masyarakat konsumsi.<sup>95</sup>

Hal yang sama dilakukan oleh Ustadz Riza Muhammad. Seorang ustadz yang terkenal di masyarakat setelah muncul di

---

<sup>93</sup> <https://youtube.com>, *Kumpulan Tausyiah Mamah Dedeh*, diakses 24 September 2019.

<sup>94</sup> Inayatul Fitriah, *Skripsi Strategi Kreatif Produser dalam Mempertahankan Eksistensi Program Dakwah Mamah & Aa Ber-Aksi di Stasiun Televisi Indosiar*, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2014).

<sup>95</sup> <https://www.koranmu.com/2017/12/zoya-dalam-mengembangkan-pasar.html?m=1>, diakses pada tanggal 24 September 2019

televisi. Bahkan menjadi pemain sinetron. Persepsi ini menjadi menyimpang, karena ia adalah seorang ustadz, masyarakat menganggap apa yang dilakukannya adalah ajaran agama. Apa yang dikatakan semuanya adalah perkataan dari ustadz, padahal ia seorang pemain sinetron. Padahal pemain sinetron murni karena tuntutan sesuai skenario. Dengan muka ganteng disertai lesung pipi, kecakapan dalam berkomunikasi serta pakaian yang selalu mirip budaya India, itulah karakter yang ada pada ustadz Riza. Inilah yang menjadi cepat terkenal dengan bayaran yang cukup mahal. Dalam posisi ini ketika ustadz Riza diminta untuk mengisi ceramah maka perlu ditinjau kembali bahwa undangan ini menghadirkan seorang ustadz dan selebritas. Mempunyai status yang ada pada diri seseorang.<sup>96</sup>

Ustadz Riza Muhammad mempunyai salam yang khas setiap kali ceramah, salamnya adalah “assalamualaikum warohmatullohi wabarokatuh” beliau sambil menggerakkan tangannya dengan intonasi khas beliau, dan dikenal masyarakat yang pernah main sinetron Putih Abu2 di SCTV. Kesibukannya menjadi seorang yang tidak jauh dari media, ketika ceramah dan menjadi pemain sinetron. Ia adalah sekian

---

<sup>96</sup> Nurudin, *Media Sosial Agama Baru Masyarakat Milenial*, (Malang, Intrans Publishing, 2018), hal. 141-144.

dari da'i muda yang ada di Indonesia yang memiliki ide dan gagasan yang terus berkembang hingga saat ini.<sup>97</sup>

Perkembangan dunia komunikasi merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dengan fasilitas internet, internet sendiri terdiri dari *youtube, yahoo, messenger, twitter, instagram,linedan* jejaring sosial lainnya. Kemudian ustadz Hanan Attaki menaruh minat pasar di akun youtube. Namanya Gerakan Pemuda Hijrah, sebuah gerakan yang didirikan oleh ustadz Hanan Attaki pada tahun 2015. Gerakan ini sebagai media untuk menyampaikan dakwah anak remaja. Ustadz Hanan Attaki sebagai *founder* Gerakan Pemuda Hijrah namanya sangat populer pada kalangan pemuda. Pada akun Instagram pribadi @hanan\_attaki memiliki followers mencapai 7,7 juta, dan pada akun @pemudahijrah memiliki followers 1,9 juta dan pada chanel youtube Pemuda Hijrah memiliki 339 rb *subscribers* dengan total 140 video yang telah diunggah.<sup>98</sup> Kemudian chanel youtube milik ustadz Hanan Attaki memiliki 723 rb *subscribers* dengan 125 video yang telah diunggah pada tanggal 25 September 2019. Saat ini aplikasi youtube tercatat memiliki pertumbuhan tertinggi yakni 5% dalam waktu 30 hari dan menempati urutan kedua setelah

---

<sup>97</sup> Dina Damayanti, *Skripsi Strategi Dakwah Ustadz Riza Di Kalangan Remaja Masjid Al-Ikhlas Bintaro Sektor Sembilan*, (UIN Syarif Hidayatullah, 2014).

<sup>98</sup> Pemuda Hijrah, *Youtube.com*, diakses pada tanggal 25 September 2019.

Google.com situs terpopuler di Dunia. Padahal Indonesia termasuk pengguna internet terbesar di dunia pada urutan kelima. Data statistika 2019 menunjukkan, pada tahun 2018 pengguna internet di Indonesia sebanyak 95,2 juta, data ini mengalami kenaikan sebanyak 13,3% yang sebelumnya pada tahun 2017 sebanyak 84 juta pengguna. Pada 2019 jumlah pengguna internet di Indonesia diproyeksikan tumbuh 12,6% dibanding tahun sebelumnya, menjadi 107,2 juta pengguna. Data ini menunjukkan kegiatan *online* yang populer di Indonesia adalah media sosial dan perpesanan seluler.<sup>99</sup>

Data diatas membuktikan bahwa sebagian besar pengakses internet adalah pemuda yang mana sepertiga dari pengakses internet merupakan pengguna *youtube*, sehingga *youtube* merupakan media yang tepat untuk melakukan dakwah.

Ketika berdakwah ustadz Hanan Attaki memiliki *style* pakaian yang khas dengan anak muda seperti kaus flanel serta penutup kepala namanya *snapback*. Sehingga anak muda sekarang dengan mudah menerima isi pesan dakwah yang bawakan. Bahkan isi ceramahnya banyak menyangkut hal-hal yang ringan yang sering dirasakan orang-orang sekarang, seperti membahas rezeki, niat, doa, kesabaran, dan jodoh. Serta

---

<sup>99</sup> <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/09/berapa-pengguna-internet-di-indonesia>, diakses pada tanggal 25 September 2019.

banyak diterima di kalangan muda karena bahasa yang menarik.<sup>100</sup>

### 3. Sasaran Ustadz Selebritas

Sasaran merupakan tujuan dari penyampaian isi dakwah. Istilah ini lebih dikenal dengan khalayak atau audiensi. Khalayak dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai kelompok tertentu dalam masyarakat yang menjadi sasaran komunikasi. Konteks dalam khalayak (audiensi) selalu mengalami perkembangan, sifatnya tidak statis dan tidak selamanya dinamis, kadang pasif, dan kadang menjadi aktif mengikuti kemajuan teknologi. Penyebutan khalayak ditujukan pada pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber yang berupa satu orang atau lebih, kelompok, partai, bahkan negara. Inilah yang menjadi hal dalam proses komunikasi.<sup>101</sup>

Ketika acara Mamah Dedeh di stasiun televisi, sasaran dari tujuan ini adalah umat Islam baik pria maupun wanita mulai dari anak-anak, muda, dan tua. Tetapi tujuan utama yaitu ibu-ibu muslimah dan remaja muslimah terutama bagi umat muslim yang mau belajar agama, dikemas dalam bahasa yang santai dan ringan serta bersifat humor. Antusias warga dalam

---

<sup>100</sup> <https://m.liputan6.com/lifestyle/read/3960637/sosok-ustaz-hanan-attaki> penceramah-yang-akrab-dengan-milenial, diakses 25 September 2019.

<sup>101</sup> Ruli Nasrullah, *Jurnal Riset Khlayak Digital: Perspektif Khalayak Media Dan Realitas Virtual Di Media Sosial*, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2018).

mengikuti pengajian akbar yang diisi oleh Mamah Dedeh dapat dilihat ketika di Kediri pada tahun lalu. Pengajian ini dilakukan oleh Wali Kota Kediri yang mengajak ibu-ibu untuk menjadi seorang yang mengidolakan Rasulullah SAW. Acara dihadiri oleh banyak masyarakat terutama kaum wanita, ibu-ibu.<sup>102</sup>

Dalam menentukan sasaran atau tujuan dari sebuah program merupakan hasil dari rancangan para tim kreatif. Salah satu cara yang dilakukan oleh tim kreatif ketika menentukan strategi kreatifnya dalam menentukan target penonton. Target penonton atau target audiens adalah satu atau beberapa bagian khalayak yang akan menjadi fokus kegiatan-kegiatan pemasaran program dan promosi. Penetapan audiens sangat diperlukan, karena khalayak audiens yang bersifat heterogen, akan menyulitkan media penyiaran untuk melayani semuanya. Oleh sebab itu, dengan memahami audiens, maka praktisi penyiaran dapat menemukan bagaimana cara menjangkaunya, program apa yang dibutuhkan, dan bagaimana mempertahankan audiens dari pesaing. Ketika seorang produser menetapkan sasaran memilih target audiens dewasa. Maka yang dilakukan adalah membaaur ke berbagai masyarakat, menanyakan langsung apa yang sekiranya ingin mereka saksikan. Kemudian produser dapat mempublikasikan

---

<sup>102</sup> <https://m.jatimtimes.com/baca/20181118/ribuan-warga-antusias-ikuti-pengajian-akbar-bersama-mamah-dedeh/>, diakses pada tanggal 25 September 2019.

secarang langsung sebagai bahan acara. Dari hal ini agar peminat penonton meningkat sehingga acaranya dapat peringkat tinggi.<sup>103</sup>

Ustadz Riza Muhammad dan ustadz Hanan Attaki, mereka berdua adalah contoh dari sekian banyak ustadz yang melakukan dakwah menggunakan media sebagai sarana penyampaian. Membuat perencanaan dakwah dengan manajemen dan tim kreatif untuk menarik penonton sebagai segmen pasar agar mendapatkan keuntungan. Sasaran yang mereka tuju adalah pemuda terutama ustadz Hanan Attaki, untuk ustadz Riza Muhammad adalah semua umat muslim tetapi disini peneliti fokus dengan remaja.

Contoh ketika Ustadz Riza Muhammad mengisi ceramah di kalangan remaja masjid Al-Ikhlas daerah Bintaro, Jakarta. Dengan latar belakang seorang selebritas tentunya ia melakukan dakwah dengan cara memasukkan metode selebritas saat melakukan dakwah serta manajemen. Strategi dakwah yang ia jalankan sesuai objek perencanaan, dimana remaja masjid tersebut sangat membutuhkan dakwah dengan cara yang baru dan mengesankan. Ustadz Riza dakwah membahas materi-materi yang berhubungan dengan kehidupan sehari-hari dalam masyarakat , ia juga menggunakan bahasa yang lembut agar mereka suka dan senang ketika melihat

---

<sup>103</sup> Inayatul Fitriah, *Skripsi Strategi Kreatif Produser dalam Mempertahankan Eksistensi Program Dakwah Mamah & Aa Ber-Aksi di Stasiun Televisi Indosiar*, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2014).

beliau, diiringi dengan humor dan candaan supaya dakwah tidak terlihat serius tetapi santai.<sup>104</sup>

Hal yang hampir sama dilakukan oleh ustadz Hanan Attaki dengan menggandeng anak-anak muda sebagai sasaran dakwah menggunakan media sosial. Shift adalah gerakan dakwah yang didirikan oleh ustadz Hanan Attaki dan beberapa temannya sebagai pengurus sekarang. Lokasi sekretariatnya ada di daerah Bandung. Gerakan Pemuda Hijrah ini menggunakan media sosial diantaranya Instagram, Facebook, Twitter, Website, Channel Youtube, dan Line.<sup>105</sup>

Sangat terlihat dari seorang ustadz berlabel selebritas sangat menentukan banyak tidaknya suatu acara ditonton oleh khalayak. Menurut Syahputra, selebritas adalah semitika identitas. Ia berada di masyarakat di mana identitas adalah sebuah isu sosio-budaya dan politis. Menurutnya, selebritas bahkan melebihi pemimpin, pahlawan, atau orang suci. Selebritas adalah identitas seorang individu terkenal melalui media. Melalui ustadz selebritas, agama diterjemahkan sebagai

---

<sup>104</sup> Dina Damayanti, *Skripsi Strategi Dakwah Ustadz Riza Di Kalangan Remaja Masjid Al-Ikhlas Bintaro Sektor Sembilan*, (UIN Syarif Hidayatullah, 2014).

<sup>105</sup> Anis Fitriani, *Skripsi Analisis Isi Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki Dalam Akun Youtube Pemuda Hijrah*, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2018).

hiburan (*religiotainment*) timbul sesuai kebutuhan dan tuntutan industri terhadap komoditas itu sendiri.<sup>106</sup>

### C. Makna dalam Komodifikasi Ustadz Selebritas

Kehadiran teknologi komunikasi dan informasi di era modern, semakin memicu tumbuhnya proses komodifikasi ustadz selebritas. Komodifikasi ini seperti memiliki konsep profannya, hingga muncullah tanggapan sebagai proses komodifikasi yang terbentuk pada media. Karena, media hanya dimiliki oleh pemilik modal besar. Dengan kata lain, modal disini adalah pendiri dari suatu media. Sehingga bila kebutuhan modal terpenuhi, untuk mendapatkan keuntungan kembali akan dilakukan sebesar-besarnya. Komodifikasi bergerak bukan hanya mendapatkan hal yang bersifat ekonomis, tetapi manusia ikut menjadi korban komodifikasi, hingga atribut-atribut yang ada pada manusia termasuk agama. Meskipun manusia hanya pelaksana proses produksi.

Dalam Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, menurut Azyumardi Azra dalam tulisannya yang dimuat pada Koran Republika, mengutip pendapat Greg Fealy, dalam artikel “*Consuming Islam: Commodified Religion and Aspirational Pietism in Contemporary Indonesia*”, bahwa komodifikasi berasal dari *commodity*, yang berarti “komersial” atau objek

---

<sup>106</sup> Shohifur Ridho’I, *Subyektivitas Ustadz Selebritas dan Praktik Komodifikasi Agama di Indonesia Pasca 1998, Telaah Ideologi Menurut Pemikiran Slavoj Zizek*, (Skripsi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2015).

“perdagangan”. Jadi, komodifikasi dalam kasus beragama adalah usaha untuk melakukan komersialisasi agama, atau mengubah keimanan dan symbol-simbolnya menjadi komoditas yang dapat diperjual belikan untuk mendapat keuntungan. Bahkan, Islam masuk dalam konsep gejala pasar hingga mengalami komodifikasi yang tidak bisa dihindarkan.<sup>107</sup>

Komodifikasi dikatakan sebagai awal dari kajian ekonomi politik komunikasi. Menurut Vincent Mosco komodifikasi merupakan proses mengubah barang dan jasa, termasuk komunikasi, yang dinilai karena kegunaannya, menjadi komoditas yang dinilai karena apa yang mereka berikan. Secara umum ada tiga tipe komodifikasi dalam komunikasi yaitu :

1. Komodifikasi isi, komoditas ini fokus dalam kajian pada informasi yang tersedia melalui media. Tuntutan pada struktur dan konten media dapat dilihat dari kepentingan perusahaan media global dan pertumbuhan dalam nilai konten media.
2. Komodifikasi khalayak, memberikan perhatian pada khalayak, khususnya untuk memahami pakatik umum dan cara para pengiklan membayar dan kualitas khalayak yang diraih oleh media. Di samping itu media juga memperluas jangkauan khalayak.

---

<sup>107</sup> Yusron Saudi, *Media dan Komodifikasi Dakwah, Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam Vol.2, No.1*, (Universitas Muhammadiyah Mataram: 2018).

3. Komodifikasi tenaga kerja, tenaga kerja komunikasi juga dikomodifikasi sebagai buruh upahan yang merupakan unsur penting dalam pasar kerja media. Mereka adalah para pekerja yang menjadi bagian terbesar dari tenaga kerja komunikasi.
4. Komodifikasi nilai, proses komodifikasi yang mengkaji tentang pendidikan dan agama. Agama menjadi produk barang oleh perusahaan media untuk dikonsumsi masyarakat sekarang. Komodifikasi agama banyak dijumpai terutama saat Hari Raya dan fenomena ustadz atau penceramah agama yang berlabel selebritas.<sup>108</sup>

Seorang tokoh agama yang tampil dalam sebuah acara hiburan. Melakukan dakwah tetapi dengan pola yang berbeda. Menurut Heidegger, apa yang terjadi dalam masyarakat sekarang tidak lain hanya sebuah citraan. Perkembangan kehidupan manusia di dunia ini berubah wujud menjadi citraan. Terutama media yang telah mengubah cara pandang dunia dan kita sendiri. Seperti media televisi yang telah mengambil alih fungsi kehidupan agar kita mengikuti alur realitas media.

Menurut Yasraf Amir Piliang, dilakukan pendekatan hipersemiotika untuk menafsirkan konsep yang ada pada ustadz selebritas. Hipersemiotika adalah sebuah metode, yang memiliki

---

<sup>108</sup> Idi Subandy Ibrahim dan Bachruddin Ali Akhmad, *Komunikasi dan Komodifikasi : Mengkaji Media dan Budaya dalam Dinamika Globalisasi*, (Jakarta: Pustaka Obor, 2014), Hal.171-223.

sifat, langkah, prosedur yang dimiliki oleh metode semiotika umum, tetapi ada perbedaannya. Tanda hiper mengungkapkan apa yang menjadi relitas sebenarnya, untuk melihat adanya pemalsuan, penipuan, daur ulang, kemudian pemalsuan soal tanda. Maka dari itu, metode ini akan mengetahui bagian anti struktur, anti kode, anti kemapanan, atau anti realitas terutama di dalam ustadz selebritas. Produk-produk yang dihasilkan oleh ustadz selebritas adalah wujud dari Islam populer di media massa. Perkembangan media disini telah mengubah cara hidup manusia modern dalam keberagaman. Isi media juga merupakan hasil rancangan yang dilakukan oleh tim kreatif dalam mengkonstruksikan realitas. Akhirnya media massa mempunyai peluang yang sangat besar untuk mempengaruhi makna dan gambar yang dihasilkan.

Istilah ustadz selebritas dikonstruksikan dari relasi *hyper-signs* yang mencerminkan hiperspiritualitas. Hal ini penceramah menjadi pusat perhatian. Sebagaimana seorang selebritas, penceramah ini sangat diidolakan, diminati, dan penampilan yang menjadi karakteristinya. Ustadz ini adalah seorang selebritas yang namanya terkenal melalui media sebagai komoditas yang menghasilkan keuntungan. Istilah ustadz selebritas disatu sisi menunjukkan pada ilmu keagamaan, namun pada sisi lain mengajak pada konsumsi budaya populer sebagai gaya hidup

(status, kelas, popularitas).<sup>109</sup> Dimana gaya hidup dalam ustadz selebritas adalah bentuk yang tidak hanya muncul sebagai kebutuhan saja (*needs*) namun keinginan/hasrat (*desire*) dan inilah yang kemudian menjadi keberhasilan kapitalisme dalam mengembangkan produk-produk demi keuntungan semata.<sup>110</sup>

#### **D. Contoh Komodifikasi dan Kapitalisasi Ustadz Selebritas**

Aktivitas ekonomi memang tidak bisa dipisahkan dengan kapitalisme (penyedia modal). Menurut Marx, kapitalisme adalah suatu sistem ekonomi yang memungkinkan adanya pemilik modal secara individu untuk menguasai sumber daya produksi, yang mereka gunakan, untuk meraih keuntungan sebanyak mungkin. Secara tidak sadar masyarakat telah terhegemoni dengan adanya kapitalisme melalui penguasaan intelektual dan moral. Sehingga kaum kapitalis menjadi semakin kuat ditambah peran negara yang ikut campur dengan masalah ekonomi. Dalam menjalankan ustadz selebritas tentunya dengan modal yang cukup besar, masyarakat membutuhkan kapitalisme yang besar pula untuk melancarkan usaha mereka. Untuk mengatur investasi, maka sektor perlu adanya pengendalian sebagai bentuk komersial.

---

<sup>109</sup> Maskur& Irfan Nor, *Jurnal Ustadz Selebriti Abdullah Gymnastiar Dalam Budaya Populer Perspektif Hipersemiotika Yasraf Amir Piliang*,(IAIN ANtasari Banjarmasin,2014).

<sup>110</sup> Alfathi, *Resistensi Gaya Hidup, Teori, dan Realitas*, (Yogyakarta: Jalasutra,1996), Hal.105.

Penciptaan realitas dalam ustadz selebritas dilakukan bersama-sama antara pencipta ustadz selebritas dan media massa seperti televisi. Individu menciptakan relitas dengan bantuan media agar bisa terlaksana. Tanpa media televisi, realitas tidak bisa dilakukan.<sup>111</sup>

Indosiar merupakan salah satu stasiun televisi yang ada di Indonesia yang telah mengudara sejak 1995. Indosiar memberikan fasilitas untuk menunjang usahanya, antara lain: memiliki 4 studio yang dilengkapi kapasitas jumlah penonton, dilengkapi dengan peralatan standart studio, *postproduction* yang meliputi *editing*, *audio dubbing*, *tape transfer*, *outdoor broadcast*, dan masih banyak lagi peralatan yang berhubungan dengan penyiaran. Ketika penyiaran program dakwah yang diisi oleh Mamah Dedeh sejak awal tahun 2007 di stasiun televisi Indosiar merupakan penciptaan realitas yang di bantu kekuatan media, artinya program Mamah Dedeh adalah realitas media. Program ini tayang secara langsung atau *on air* dan *tapping* atau rekaman pada hari Rabu, Kamis, dan Jum'at pada pukul 06.00 WIB, mengulas berbagai masalah mengenai kehidupan sehari-hari masyarakat yang ditampilkan dengan cara yang ringan dan menghibur. Selama *shooting* program tersebut telah melakukan perancangan mulai dari penetapan tema hingga mengatur

---

<sup>111</sup> Burhan Bungin, *Konstruksi Sosial Media Massa: Kekuatan Pengaruh Media Massa, Iklan Televisi, dan Keputusan Konsumen Dan Keputusan Konsumen Serta Kritik Terhadap Peter L. Berger & Thomas Luckmann*, ( Jakarta: Prenada Media, 2008), Hal.37-42.

penayangan termasuk mengatur penonton. Tayangan ini dikemas secara menarik, mendidik, serta memberikan moral agama namun tetap berusaha untuk menghibur. Berkaitan dengan misi dari program Mamah Dedeh adalah bagaimana kita (para pekerja media) di dunia *broadcast* dan bisnis dapat memberikan tayangan yang ringan dan bermanfaat bagi pemirsanya. Untuk menarik perhatian masyarakat program ini selalu berganti-ganti tema agar selalu mempertahankan peringkat termasuk menjaga keuntungan.<sup>112</sup>

Kini Islam telah menjadi gejala pasar sebagai konsekuensi dari gejala tersebut, Islam mengalami komodifikasi. Diikuti dengan perkembangan media informasi, dakwah juga mengalami komodifikasi. Dakwah merupakan bagian dari ajaran agama tidak bisa mengelak. Banyaknya program-program dakwah di media massa di sisi lain citra Islam menjadi negatif.<sup>113</sup>

Salah satu media yang digunakan untuk dakwah ustadz Hanan Attaki adalah youtube. Tingginya akses internet masyarakat Indonesia terutama youtube, menjadi minat perusahaan menjadikan media pemasaran baru. Masyarakat dapat menggunakannya sebagai kreator sekaligus penonton. Youtube juga memberikan peluang kepada kreator dan penonton untuk

---

<sup>112</sup> Inayatul Fitriah, *Skripsi Strategi Kreatif Produser dalam Mempertahankan Eksistensi Program Dakwah Mamah & Aa Ber-Aksi di Stasiun Televisi Indosiar*, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2014).

<sup>113</sup> Yusron Saudi, *Media dan Komodifikasi Dakwah, Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam Vol.2, No.1*, (Universitas Muhammadiyah Mataram: 2018).

memberikan keluasaan dalam mengekspresikan diri untuk mendapatkan keuntungan materi. Proses komodifikasi berada pada konten-konten keislaman yang diupload oleh struktur manajemen ustadz Hanan Attaki dalam aplikasi akun Pemuda Hijrah. Setiap waktu dalam akun tersebut sering diunggah konten-konten keislaman baru agar meningkatkan minat para penonton.

Fenomena komodifikasi di era masyarakat modern menungkapkan bahwa kemampuan creator dalam menciptakan sebuah konten merupakan komoditas yang sangat bernilai. Penggunaan youtube yang bersifat terbuka dan selalu mendukung kejadian dalam konteks masyarakat modern.<sup>114</sup> Seperti ceramah ustadz Hanan Attaki yang berjudul “Ayat Para Jomblo” yang berdurasi satu menit. Dalam video tersebut digambarkan dengan background secangkir kopi dan telah ditonton 992 kali. Karena tujuan pasar adalah para pengguna media sosial aktif, maka video tersebut memang ditujukan untuk kaum muda terutama yang berstatus “jomblo”. Kemudian bahasa yang digunakan dalam ceramah memang santai seperti sedang ngobrol dengan kaum muda.<sup>115</sup>

---

<sup>114</sup> Yessi Nurlita Labas & Daisy Indira Yasmine, *Komodifikasi di Era Masyarakat Jejaring: Studi Kasus Youtube Indonesia, Jurnal Pemikiran Sosiologi Vol.4, No.2*, (Universitas Indonesia: 2017).

<sup>115</sup> <https://you.tube/sCuubBPAzxc.Ayat> Para Jomblo. Diunduh pada 27 September 2019.

## BAB IV

### USTADZ SELEBRITAS DALAM MASYARAKAT RISIKO

#### A. Fenomena Ustadz Selebritas dalam Masyarakat Risiko

Pendekatan masyarakat risiko menurut Anthony Giddens terhadap fenomena ustadz selebritas tidak bisa dijuahkan dari modernitas. Segala sesuatu dalam modernitas merupakan bagian dari risiko. Risiko ini muncul bersama dengan lahirnya modernitas. Sebagai masyarakat industri kita tidak bisa menolak kedatangan modernitas dan risiko timbul bagian dari industri. Risiko telah melekat dengan aktivitas masyarakat global. Pada zaman modern, risiko berasal dari manusia, akibat dari perbuatannya sendiri. Maka dari itu perlu untuk memahami risiko agar tidak menjadi korban dari risiko melainkan dapat menghadapi segala risiko yang ditimbulkan.

Melalui konsep reflektivitas, masyarakat selalu mempunyai ide tentang dunia sosial untuk mengubah dan mempengaruhi suatu dunia. Perlunya peninjauan kembali sebagai bentuk pengulangan dari kekurangan ketika mengalami keterbatasan pengetahuan. Sehingga masyarakat modern harus menerima dan menghadapi segala yang ditimbulkan sebagai masyarakat risiko.<sup>116</sup>

---

<sup>116</sup> Sindhunata, *Menuju Masyarakat Risiko*, (Majalah Basis, no.01-02, tahun ke-49, Januari-Februari 2000), Hal 6.

Risiko yang terjadi diistilahkan *manufactured risk* artinya risiko berasal dari campur tangan manusia meskipun masih ada keterkaitan dengan alam. Perbuatan-perbuatan manusia yang menghasilkan risiko bukan berarti dapat membantu kehidupan manusia, tetapi menghasilkan risiko-risiko buatan. Untuk menciptakan lingkungan baru dalam era modern yang melibatkan keterkaitan manusia dan alam. Industrialisasi ini yang menghasilkan lingkungan baru yang sifatnya *created environment*. Risiko di abad modern digunakan masyarakat untuk melihat orientasi masa depan yang harus ditakhlukkan. Menuju kemakmuran dalam masyarakat modern ada pada sistem ekonomi modern sebagai bentuk pengambilan risiko.<sup>117</sup>

Masyarakat risiko merupakan kondisi dimana masyarakat mengalami kerentanan akibat munculnya modernisasi, industrialisasi, atau mekanisme kehidupan yang berdampak pada *risk society* atau masyarakat risiko adalah suatu tatanan masyarakat sedang mengalami ancaman dan ketidakpastian hidup. Sehingga masyarakat menjadi bagian dari arus perubahan dan tuntutan zaman. Apa yang dimaksud dengan masyarakat risiko ini adalah masyarakat industri dan masyarakat reflektif karena segala risiko yang terjadi berasal dari industri. Risiko yang terjadi dapat diungkapkan menjadi beberapa hal, dimana

---

<sup>117</sup> B. Hari Juliawan, *Dunia Yang Berlari*, (Majalah Basis, no.01-02, tahun ke-49, Januari-Februari 2000), Hal 48.

harus diketahui mengenai risiko, dominasi kekuasaan, munculnya budaya konsumsi, agama sebagai komoditas.<sup>118</sup>

Kondisi masyarakat risiko sekarang ini sebagai masyarakat industri setidaknya telah mengalami perubahan dari sebelumnya. Berawal dari banyaknya masyarakat yang dulu memilih usaha sebagai pertanian, dan beralih ke pekerjaan industri. Hingga akhirnya terjadi migrasi besar-besaran yang disebabkan oleh lapangan kerja yang diciptakan oleh industri. Tetapi, migrasi menimbulkan sejumlah persoalan bagi orang yang harus menyesuaikan diri dengan kehidupan urban. Perluasan kota menimbulkan masalah urban, seperti kepadatan yang berlebihan, polusi, kepadatan lalu lintas, termasuk perubahan keagamaan. Dimana agama ini hadir mengikuti alur masyarakat industri melalui aktivitas sehari-hari. Mereka ingin meningkatkan taraf hidup manusia dengan mengtransformasikan ke dalam agama.

Perkembangan industri dengan pesat ini kemudian muncul kapitalis untuk memberikan pelayanan yang dibutuhkan industri di dalam sistem ekonomi. Tujuan dari kapitalis adalah sebuah pasar bebas sebagai tempat memperjualbelikan berbagai produk industri. Inilah kemudian muncul pembagian kelas karena sistem pembagian upah yang tidak merata. Timbul reaksi sistem industri

---

<sup>118</sup> M.Fharis Akbar, *Kondisi Masyarakat Risiko di Desa Sungai Buluh Kabupaten Lingga*, *E-Jurnal*, (Universitas Maritim Raja Ali Haji, 2016).

dan kapitalisme yang diikuti kemunculan kaum buruh dan berbagai gerakan untuk menghancurkan kapitalisme.<sup>119</sup>

Menurut Simmel, pandangan modernitas dapat dilihat dari dua sisi yang saling berhubungan yaitu kota dan uang. Kota merupakan tempat modernitas yang dipusatkan, sedangkan ekonomi uang menyebabkan penyebaran modernitas dan perluasnya.<sup>120</sup> Modernitas memang akan berjalan terus dan bergerak secara menyeluruh dan global, hingga tidak ada yang dapat mengelak darinya. Dalam kehidupan modernitas selalu berkaitan dengan risiko, berupa dampak dari masyarakat global. Giddens menampilkan dua sisi yang terdapat di modernitas yaitu sisi menentramkan dan menggelisahkan. Modernitas yang bergerak dengan laju sehingga tidak ada masyarakat yang menghindarinya.<sup>121</sup>

Pergeseran masyarakat modern dalam memahami agama menjadi bagian dari kehidupan, dimana agama dijadikan sebagai komoditas, agama menjadi bagian industri. Islam menjadi pasar bebas yang menjanjikan untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya. Agama akhirnya dijadikan nilai tukar oleh kapitalis. Sebagai penyedia produk dan jasa yang mengatasnamakan agama

---

<sup>119</sup>Georg Ritzer, *Teori Sosiologi Modern*, Terj. Triwibowo B.S. (Jakarta: Prenasa Media, 2014), Hal 6-9.

<sup>120</sup>Georg Ritzer, *Teori Sosiologi Modern*, Terj. Triwibowo B.S. (Jakarta: Prenasa Media, 2014), Hal 505.

<sup>121</sup> B.Hari Juliawan, *Dunia Yang Berlari*, (Basis no.01-02, tahun ke-49, Januari-Februari 2000), Hal.49.

mulai dikembangkan. Agama yang dinilai sebagai kebutuhan spiritual yang bersifat pribadi dan sakral mulai berhubungan dengan bisnis, sehingga pemahaman masyarakat terhadap agama menjadi mulai luntur. Kemunculan fenomena ustadz selebritas di media massa sebagai produk budaya populer yang tengah hadir di masyarakat. Perkembangan agama selalu mengikuti alur masyarakat yang senantiasa berubah dari masa ke masa, tidak heran jika fenomena ini bersifat instan.

Ustadz selebritas merupakan seorang ustadz atau penceramah dikonstruksikan oleh media yang dilatarbelakangi oleh media massa, manajemen, dan tim kreatif. Dibentuk oleh realitas media bukan realitas yang sebenarnya. Media televisi adalah sebuah tontonan untuk menghibur masyarakat disamping tujuan utama adalah faktor ekonomi. Ketenaran ustadz selebritas didapat dari media yang kemudian dikenal orang banyak sebagai tujuan pasar untuk mendapatkan keuntungan.<sup>122</sup>

Kapitalisme sebagai pemilik modal menguasai sumber daya produksi untuk mengumpulkan keuntungan sebanyak mungkin. Masyarakat secara tidak sadar telah terhegemoni dengan adanya kapitalisme dalam penguasaan intelektual dan moral sebagai konsumen. Dalam menjalankan ustadz selebritas tentunya dengan modal yang tidak cukup sedikit sehingga dibutuhkan kapitalisme yang besar pula untuk menjalankan

---

<sup>122</sup> Nurudin, *Media Sosial Agama Baru Masyarakat Milenial*, (Malang: Intrans Publishing, 2018), Hal.141-145.

program tersebut sebagai bentuk komersial. Penciptaan realitas ustadz selebritas memiliki kerjasama antara pencipta ustadz selebritas dan media massa seperti televisi. Tanpa adanya hubungan dengan media televisi, maka realitas tidak bisa dilakukan.<sup>123</sup>

Program Mamah Dedeh merupakan salah satu acara yang dikonstruksikan oleh media. Mamah Dedeh adalah seorang penceramah yang sering muncul di televisi yang diselingi dengan hiburan. Mamah Dedeh disebut sebagai salah satu ustadzah selebritas. Popularitas menjadi salah satu yang harus dipertimbangkan dalam memilih pendakwah, karena memang tujuan dari bisnis program dakwah.<sup>124</sup> Disini lah mulai muncul pergeseran makna dakwah ketika televisi sebagai media massa bertujuan untuk menghibur dan mendidik untuk meraih keuntungan. Semakin banyak mengisi ceramah, membuat Mamah Dedeh semakin terkenal. Masyarakat juga telah mengenalinya dengan karakteristik yang khas.

Sasaran ceramah ditujukan kepada semua umat Muslim, tetapi tujuan utama dari acara Mamah Dedeh adalah ibu-ibu muslimah dan remaja muslimah terutama bagi yang mau belajar agama, sehingga isi materi dapat disampaikan dengan santai dan

---

<sup>123</sup> Burhan Bungin, *Konstruksi Sosial Media Massa: Kekuatan Pengaruh Media Massa, Iklan Televisi, dan Keputusan Konsumen Dan Keputusan Konsumen Serta Kritik Terhadap Peter L. Berger & Thomas Luckmann*, ( Jakarta: Prenada Media, 2008), Hal.37-42.

<sup>124</sup> Tirto.id, *Acara Dakwah jadi Program Hiburan, lahirilah Ustadz Seleb*, diakses pada 6 Oktober 2019.

bersifat humor. Masyarakat ini berada pada kondisi masyarakat risiko, dimana mau tidak mau harus menerima acara Mamah Dedeh sebagai konsekuensinya. Terlihat dalam berita bahwa tarif yang didapat dari seorang penceramah Mamah Dedeh sampai puluhan juta, dan lebih tinggi dibandingkan dengan penceramah yang lain. Sebagai seorang penceramah yang terkenal, profesi ini cukup menjanjikan untuk menumbuhkan ustadz-ustadz yang mulai muncul. Tetapi kesenjangan kelas mulai terlihat ketika masyarakat yang membutuhkan agama tetapi hanya orang-orang tertentu saja yang mempunyai uang dengan jumlah sebanyak itu untuk sekali menghadirkan seorang ustadzah Mamah Dedeh. Ini terjadi ketika agama hanya bisa dirasakan oleh orang-orang kaya, dan risiko dilimpahkan kepada masyarakat.<sup>125</sup>

Ketenaran Mamah Dedeh bukan hanya saat berkomunikasi di dalam ceramah, tetapi tren *fashion* yang dipakai berupa baju gamis dan kerudung. Meskipun produk yang sering dipakai ketika di hadapan publik adalah merk Zoya, tetapi ada produk lain yang terkenal baju dari Mamah Dedeh. Baju satu set lengkap dengan kerudung yang dikenal dengan “Eksklusif Gamis Mamah Dedeh Jersey Set Khimar Belah tangan Lengan Syari” ini sangat mudah ditemukan di aplikasi belanja online.<sup>126</sup> Sebagai

---

<sup>125</sup> <https://tribunenews.com>, Tentang Tarif Ceramah Mamah Dedeh, Ustadz Somad, Aa Gym, diakses pada tanggal 29 September 2019.

<sup>126</sup> <https://bukalapak.com>, Promo Spesial Ramadhan Eksklusif Gamis Mamah Dedeh Jersey Set Khimar Belah Tangan Lengan Syari, diakses pada tanggal 6 Oktober 2019.

masyarakat terutama ibu-ibu sebagai konsumsi pasar, berada dalam kondisi mengikuti tren yang sedang ada terutama gamis Mamah Dedeh tersebut. Ketenaran Mamah Dedeh memang tidak hanya dinikmati ketika program dakwah, tetapi hingga ke dalam gaya hidup ibu-ibu.

Kemudian ustadz Hanan Attaki merupakan pendakwah muda yang berasal dari Bandung, kepopulerannya semenjak ada di sosial media. Berpenampilan dengan pakaian yang gaul dengan kaos atau kemeja flannel dan kupluk serta gaya bahasa yang sesuai dengan anak muda. Dapat dilihat dalam *subscribes* dengan jumlah yang banyak mayoritas dikalangan anak muda, karena pengguna aktif internet merupakan anak muda sekitar 15-30 tahun.

Materi video yang diunggah di media sosial kebanyakan tema yang berkaitan dengan masalah percintaan atau nasehat-nasehat. Seperti “Jomblo”, “Tinggal Doa”, “Lelaki Yang Tulus Cintanya”, “Bangkrut” dan berbagai macam video dakwah lainnya berupa nasehat-nasehat kebaikan. Salah satu tema dakwah “Lelaki yang Tulus Cintanya” banyak menarik para generasi muda yang menyenangi dakwah dengan konten masalah percintaan yang telah ditonton sebanyak 2 juta. Tidak hanya itu dalam berpenampilan ustadz Hanan Attaki berbeda dengan dai lain lebih seperti anak muda. Pesan dakwah ia lakukan dengan mempromosikan melalui hobi yaitu bermain skateboard dan surfing sehingga hal tersebut sangat menarik generasi muda. Hal

ini menjadi sebuah tren anak muda yang ingin tetap dilihat islami tetapi gaul.<sup>127</sup>

Anak muda memang dengan mudah menerima perkembangan media meskipun Islam adalah salah satu objek yang mengalami komodifikasi media. Perspektif masyarakat risiko ini berada dalam kondisi pemuda menghadapi era modernitas. Ketika mengikuti perkembangan teknologi dan pengetahuan ketidakpastian dan berbagai risiko bermunculan. Mereka mau tidak mau harus melewati perubahan sosial tersebut tanpa arah yang pasti. Salah satu konsekuensi dalam masyarakat risiko adalah pemuda semakin terindividuilisasi dalam konstruksi tersebut. Komodifikasi agama melalui fenomena ustadz selebritas menjadi salah satu penentu kebutuhan spiritual untuk kaum muda, karena mereka akan menjadi kelanjutan masa depan bangsa. Kebutuhan spiritual memang seharusnya bersifat sakral, namun modernitas telah mengubahnya menjadi komoditas. Sebagai kaum muda berada dalam kondisi mencoba bereksperimen menuju ke dewasa, dimana akan melewati industri dan agama dengan berbagai risiko yang akan ditimbulkan serta berbagai konsekuensinya.<sup>128</sup>

---

<sup>127</sup> Nor Latifah dan Romario, *Trendsetter Muballigh di Medsos: Analisis Framing Instagram Felix Siauw dan Hanan Attaki*, Jurnal Studi Agama dan Masyarakat, (UIN Sunan Kalijaga: 2019)

<sup>128</sup> Oki Rahadianto Sutopo, *Transisi Pemuda Dalam Masyarakat Risiko: Antara Aspirasi, Hambatan, dan Ketidakpastian*, Jurnal Universitas Paramadina, Vol.11 No.3,2014

## **B. Komoditas dalam Ustadz Selebritas yang Berkembang di Masyarakat**

Teknologi komunikasi (internet dan media massa) sebagai perantara memperkenalkan kepada masyarakat dengan berbagai produk yang berkaitan dengan dakwah termasuk ustadz selebritas. Berbagai produk dikemas dengan berbagai citra-citra baru untuk menarik perhatian. Kesan elegan, eksklusif dan pribadi yang berkelas dengan memakai produk tertentu dimasukkan setaiap saat. Fenomena ustadz selebritas ditampilkan oleh media sebagai salah satu ruang kapitalisme. Dunia maya menampilkan simbol dan tanda dalam ustadz selebritas memiliki kesan yang berbeda. Masyarakat dalam era ini menurut Baudrillard merupakan masyarakat konsumsi.

Perkembangan teknologi informasi membawa perubahan di berbagai bidang kehidupan masyarakat. Memudahkan masyarakat dalam menjalin akses dengan dunia luar. Sehingga jaringan internet mulai merambah dan masuk ke berbagai kalangan masyarakat. Melalui media *Instagram*, *Youtube*, dan berbagai layanan internet lainnya dapat dengan mudah memberikan kebutuhan masyarakat. Bahkan menjadi gaya hidup.<sup>129</sup>

---

<sup>129</sup> Akh Mardani, *Konsekuensi-Konsekuensi Modernitas: Perubahan Perilaku Konsumsi dan Kontestasi Tanda di Dunia Maya*, (Jurnal Sosiologi.pdf, 2013), Hal. 6.

Kini Islam telah menjadi gejala pasar sebagai konsekuensi dari gejala tersebut, Islam mengalami komodifikasi. Diikuti dengan perkembangan media informasi, dakwah juga mengalami komodifikasi. Dakwah merupakan bagian dari ajaran agama tidak bisa mengelak. Banyaknya program-program dakwah di media massa di sisi lain citra Islam menjadi negatif.<sup>130</sup>

Salah satu media yang digunakan untuk dakwah ustadz Hanan Attaki adalah youtube. Tingginya akses internet masyarakat Indonesia terutama youtube, menjadi minat perusahaan menjadikan media pemasaran baru. Masyarakat dapat menggunakannya sebagai kreator sekaligus penonton. Youtube juga memberikan peluang kepada kreator dan penonton untuk memberikan keluasaan dalam mengekspresikan diri untuk mendapatkan keuntungan materi. Proses komodifikasi berada pada konten-konten keislaman yang diupload oleh struktur manajemen ustadz Hanan Attaki dalam aplikasi akun Pemuda Hijrah. Setiap waktu dalam akun tersebut sering diunggah konten-konten keislaman baru agar meningkatkan minat para penonton.

Fenomena komodifikasi di era masyarakat modern menungkapkan bahwa kemampuan creator dalam menciptakan sebuah konten merupakan komoditas yang sangat bernilai. Penggunaan youtube yang bersifat terbuka dan selalu mendukung

---

<sup>130</sup> Yusron Saudi, *Media dan Komodifikasi Dakwah*, *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam Vol.2, No.1*, (Universitas Muhammadiyah Mataram: 2018).

kejadian dalam konteks masyarakat modern.<sup>131</sup> Seperti ceramah ustadz Hanan Attaki yang berjudul “Ayat Para Jomblo” yang berdurasi satu menit. Dalam video tersebut digambarkan dengan background secangkir kopi dan telah ditonton 992 kali. Karena tujuan pasar adalah para pengguna media sosial aktif, maka video tersebut memang ditujukan untuk kaum muda terutama yang berstatus “jomblo”. Kemudian bahasa yang digunakan dalam ceramah memang santai seperti sedang ngobrol dengan kaum muda.<sup>132</sup>

---

<sup>131</sup> Yessi Nurlita Labas & Daisy Indira Yasmine, *Komodifikasi di Era Masyarakat Jejaring: Studi Kasus Youtube Indonesia, Jurnal Pemikiran Sosiologi Vol.4, No.2*, (Universitas Indonesia: 2017).

<sup>132</sup> <https://you.tube/sCuubBPAzxc.Ayat> Para Jomblo. Diunduh pada 27 September 2019.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas mengenai Fenomena Ustadz Selebritas di Tengah Masyarakat Risiko, maka dapat ditarik kesimpulan :

Munculnya ustadz selebritas dalam khazanah ekspresi Islam Indonesia kontemporer merupakan salah satu contoh perkembangan di dunia teknologi dan informasi sebagai produk modernitas. Fenomena ini tidak hanya menunjukkan bahwa Islam telah mengalami perkembangan dan memperkenalkan tokoh-tokoh penceramah baru tetapi sebagai bentuk ekspresi keagamaan yang memiliki kekuatan dan potensi pasar yang cukup menjanjikan. Fenomena tersebut merupakan salah satu bentuk komodifikasi agama, di mana simbol-simbol dan nilai-nilai agama yang bermaksud untuk dikomersialisasi dengan tujuan mendapatkan keuntungan.

Ketika Ustadzah Mamah Dedeh, Ustadz Riza Muhammad, dan Ustadz Hanan Attaki memasuki peran sebagai penceramah, mereka tidak lain hanya perantara dalam kegiatan jual-beli. Dimana agama dikomodifikasi agar mengikuti kecanggihan teknologi dan informasi melalui media dengan tujuan tertentu. Sebagai penceramah Mamah Dedeh, ustadz Riza Muhammad, dan ustadz Hanan Attaki melalui “Islam” mempunyai strategi

masing-masing yang diistilahkan sebagai produk, dikemas kemudian di pasarkan ke masyarakat. Produk yang mereka hasilkan memiliki kekhasan, metode dan sasaran sendiri. Ceramah-ceramah atau segala aktivitas dakwah yang mereka lakukan menyangkut kehidupan sehari-hari dan mengikuti gaya terkini. Konsep ajaran yang ditawarkan kepada masyarakat dan dipresentasikan ke ruang publik tidak lain untuk mengikuti budaya populer yang terjadi di masyarakat. Sebagai masyarakat konsumsi, tidak akan pernah ketinggalan dengan namanya trend suatu barang hingga ustadz yang berlabel selebritas.

Dalam pandangan Giddens mengenai masyarakat risiko tidak bisa dipisahkan dengan modernitas, ia telah menjadi bagian dari masyarakat global. Suatu kondisi dimana masyarakat mengalami dua keadaan dalam menghadapi ancaman dan ketidakpastian hidup, di satu sisi menentramkan dan sisi lain menggelisahkan. Sehingga mau tidak mau masyarakat harus ikut arus perubahan dan tuntutan zaman. Gagasan Giddens mengenai masyarakat risiko berasal dari praktik dan tindakan masyarakat, namun tindakan manusia itu dapat dilihat dari peninjauan kembali dari segala aktivitas. Sebagai masyarakat kita akan mengalami risiko yang ditimbulkan, meskipun risiko ini menimbulkan risiko dan menghasilkan risiko lagi. Maka sangat diperlukan ketepatan dalam mengambil risiko. Fenomena ustadz selebritas ini hadir ditengah-tengah kita sebagai masyarakat. Sejumlah risiko mulai timbul diantaranya bisnis dalam agama

hingga budaya konsumsi yang tidak dapat dikontrol . Peran kapitalisme memang sangat tepat dalam menyusun perencanaan melalui potensi masyarakat yaitu potensi konsumsi dan kegelisahan spiritualitas pada saat yang sama. Kondisi ini memang tidak kita sadari sebagai sebuah hegemoni sebab kita menerima secara wajar dengan berbagai risiko.

## **B. Saran**

Sebagai kajian dari kebudayaan, fenomena komodifikasi agama dengan motifnya sangat menarik untuk dikaji lebih jauh lagi dari berbagai cabang ilmu pengetahuan, terutama studi kritik kebudayaan, *culture studies*, dan sosiologi. Kita sebagai masyarakat harus bisa membedakan antara bisnis dengan tujuan ekonomi dan agama untuk tujuan kedamaian. Melihat fenomena ini sangat tumbuh subur di tengah masyarakat modern, maka kita harus mengetahui risiko yang akan ditimbulkan sehingga mau tidak mau masyarakat harus menerimanya. Memang kenyataan komodifikasi ini cenderung berlangsung di tengah masyarakat yang gamang akan identitas dan kebudayaan.

Dengan adanya penelitian ini, penulis berharap agar kita sebagai masyarakat dapat lebih kritis dalam memahami fenomena yang terjadi di sekitar saat ini, sehingga pengambilan keputusan akan menjadi lebih objektif. Seperti fenomena ustadz selebritas dalam media sekarang seharusnya didasarkan pada hasil pemikiran sendiri dan bukan mengikuti budaya popular semata.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Irwan, *Konstruksi dan Reproduksi Kebudayaan*, (Yogyakarta, Pustaka Pelajar, 2006)
- Abercrombie, Nicholas, dkk. 2010. *Kamus Sosiologi*, Terj. Desi Noviyani, dkk, Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Alfathi, 1996. *Resistensi Gaya Hidup, Teori, dan Realitas*, Yogyakarta : Jalasutra.
- Alimuddin Unde, *Televisi dan Masyarakat Pluralistik*, Jakarta: Prenadamedia.
- Amir Piliang, Yasraf. 2011. *Bayang-Bayang Tuhan: Agama dan Imajinasi*, Jakarta: Mizan Publika.
- Anginta Hidayah, Medhy. 2012. *Menggugat Modernisme*, Yogyakarta : Jalasutra.
- Beck, Ulrich. 2015. *Masyarakat Risiko Menuju Modernitas Baru*, Terj. Saut Pasaribu, Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Bawa Atmadja, Nengah dkk. 2018. *Sosiologi Media Perspektif Teori Kritis*. Depok: Rajagrafindo
- Bungin, Burhan. 2008. *Konstruksi Sosial Media Massa: Kekuatan Pengaruh Media Massa, Iklan Televisi, dan Keputusan Konsumen Dan Keputusan Konsumen Serta Kritik Terhadap Peter L. Berger & Thomas Luckmann*, Jakarta: Prenada Media
- Featherstone, Mike. 2001. *Posmodernisme dan Budaya Konsumen*, Terj. Misbah Zulfa Elizabeth, Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Giddens, Anthony. 1999. *Jalan Ketiga Pembaharuan Demokrasi Sosial*, Terj. Ketut Arya Mahardika, Jakarta: Gramedia.

- Giddens, Anthony. 2009. *Kapitalisme dan Teori Sosial Modern: Suatu Analisis Karya tulis Marx, Durkheim, dan Max Weber*, Terj. Soeheba Kramadibrata, Jakarta: UI Press.
- Giddens, Anthony. 2005. *Konsekuensi-Konsekuensi Modernitas*, Terj. Nurhadi, Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Giddens, Anthony. 2001. *Runaway World*, Terj. Andry Kristiawan, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Gunawan, Imam, 2013. *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*, Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Heryanto, Ariel (ed). 2012. *Budaya Populer Di Indonesia Mencairkannya Idenstitas Pasca-Orde Baru*, Yogyakarta: JALASUTRA.
- Iwan Saidi, Acep, Ramadhan, *Citra Spiritual dalam Kehidupan*, dalam <https://remotivi.or.id/diakses> tanggal 19 Juli 2019.
- K. pren, dkk., 1969. *Kamus Latin Bahasa Indonesia*. Yogyakarta : Kanisius.
- Majalah Basis, no 01-02, edisi tahun ke-49, Januari-Februari 2000.
- Magnis-Suseno, Franz. 1992. *Filsafat Sebagai Ilmu Kritis*. Yogyakarta: Kanisius.
- Mardalis. 2007. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Mardani, Akh. 2013. *Konsekuensi-Konsekuensi Modernitas: Perubahan Perilaku Konsumsi dan Kontestasi Tanda di Dunia Maya*, Jurnal Sosiologi.pdf.
- Nurudin. 2018. *Media Sosial Agama Baru Masyarakat Milenial*, Malang, Intrans Publishing

- Ritzer, Georg, 2014. *Teori Sosiologi Modern*, Terj. Triwibowo B.S. Jakarta: Prenasa Media
- Rosyad Shaleh, Abd. 1978. *Managemen Dakwah Islam*, Jakarta: Bulan Bintang
- S. Turner, Bryan. 2008. *Runtuhnya Univesalitas Sosiologi Barat*, Terj. Sirojuddin Arief. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media
- Scott, John. 2012. *Social Theory: Central Issue in Sociology*, Terj. Ahmad Lintang Lazuardi,. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Strinati, Dominik. 2009. *Popular Culture: Pengantar Menuju Teori Budaya Populer*. Yogyakarta: Ar Ruzz Media
- Subandy Ibrahim, Idi, dkk. 2014. *Komunikasi dan Komodifikasi : Mengkaji Media dan Budaya dalam Dinamika Globalisasi*, Jakarta: Pustaka Obor
- Sutrisno, dkk. *Selebriti dan Komodifikasi Kapital di Media Sosial*, Jurnal Ilmu Komunikasi dan Politik Universitas Indonesia
- Syukri, Asmuni. 1983. *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*. Surabaya: Al-Ikhlas
- Sztomka, Piotr. 2008. *Sosiologi Perubahan Sosial*, Terj. Alimandan. Jakarta: Prenada Media Group
- Tempo.co, *Dakwah Lewat Televisi Hanya Berorientasi Bisnis*, tanggal 9 Oktober 2013.
- W.Lawrence. 2013. Neuman, *Metode Penelitian Sosial : Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta Barat: PT Indeks
- Wirawan, I.B. 2012. *Teori-Teori Sosial Dalam Tiga Paradigma (Fakta Sosial, Definisi Sosial, dan Perilaku Sosial)*. Jakarta: Prenadamedia

- Yasraf Amir Piliang. 2011. Yasraf. *Bayang-Bayang Tuhan: Agama dan Imajinasi*, Jakarta: Mizan Publika.
- Boty, Middy, *Jurnal Agama dan Perubahan Sosial*, Istinbath/no.15 /Th.XIV/ Juni/2015/
- Fharis Akbar, M. 2016. *Kondisi Masyarakat Risiko di Desa Sungai Buluh Kabupaten Lingga*, *E-Jurnal*, Universitas Maritim Raja Ali Haji
- Fuadramadan, *Journal Perilaku Konsumsi*, 15 November 2013
- Husna, Asmaul *Jurnal Komunikasi global*, Vol.2, No.2, 2018
- Husna, Asmaul.2018. *Komodifikasi Agama : Pergeseran Praktik Bisnis dan Kemunculan Kelas Menengah Muslim*, *Jurnal Komunikasi Global*, Vol.2, No.2
- Maskur& Irfan Nor. 2017. *Jurnal Ustadz Selebriti Abdullah Gymnastiar Dalam Budaya Populer Perspektif Hipersemiotika Yasraf Amir Piliang*, IAIN ANtasari Banjarmasin
- Nor Latifah dan Romario, *Trendsetter Muballigh di Medsos: Analisis Framing Instagram Felix Siauw dan Hanan Attaki*, *Jurnal Studi Agama dan Masyarakat*, (UIN Sunan Kalijaga: 2019)
- Nurlita Labas, Yessi, dkk. 2017. *Komodifikasi di Era Masyarakat Jejaring: Studi Kasus Youtube Indonesia*, *Jurnal Pemikiran Sosiologi Vol.4, No.2*, Universitas Indonesia
- Oki Rahadianto Sutopo, *Transisi Pemuda Dalam Masyarakat Risiko: Antara Aspirasi, Hambatan, dan Ketidakpastian*, *Jurnal Universitas Paramadina*, Vol.11 No.3,2014
- Saudi, Yusron.2018. *Media dan Komodifikasi Dakwah*, *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam Vol.2, No.1*, Universitas Muhammadiyah Mataram

Zaini, Ahmad, *Analisis Metode Ceramah Mamah Dedeh Dalam Acara Mamah dan Aa Beraksi Di Indosiar Dengan Tema "Orang Ketiga Perusak Keluarga"*, (Jurnal STAIN Kudus, Vol. 4, No. 2, 2016)

Damayanti, Dina, 2014. *Skripsi Strategi Dakwah Ustadz Riza Di Kalangan Remaja Masjid Al-Ikhlas Bintaro Sektor Sembilan*, UIN Syarif Hidayatullah

Fitriah, Inayatul, 2014. *Skripsi Strategi Kreatif Produser dalam Mempertahankan Eksistensi Program Dakwah Mamah & Aa Ber-Aksi di Stasiun Televisi Indosiar*, Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.

Fitriani, Anis. 2018. *Skripsi Analisis Isi Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki Dalam Akun Youtube Pemuda Hijrah*, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah

Iskandar Siawai, Iskandar. 2017. *Skripsi Perspektif Ulama Banjarmasin Tentang Ustadz Selebitas Dalam Budaya Populer*, Banjarmasin, UIN Antasari

Ridho'I, Shohifur. 2015. *Subyektivitas Ustadz Selebritas dan Praktik Komodifikasi Agama di Indonesia Pasca 1998, Telaah Ideologi Menurut Pemikiran Slavoj Zizek*, Skripsi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Rochmatul Fauziyah, Siti. 2014. *Peran Tokoh Agama Dalam Masyarakat Modern Menurut Anthony Giddens*. Skripsi UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta

Yusuf. 2003. *Resiko Global (Skripsi Studi Pemikiran Anthony Giddens)*. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga.

<https://youtube.com>, *Kumpulan Tausyiah Mamah Dedeh*.

[https:// Youtube.com.Mamah dan Aa Beraksi](https://Youtube.com.Mamah dan Aa Beraksi), *Orang Ketiga Perusak Keluarga*.diakses pada tanggal 25 September 2019.

<https://Youtube.com.Pemuda> Hijrah.com, diakses pada tanggal 25 September 2019.

<http://m.liputan6.com/lifestyle/read/3960637/sosok-ustaz-hanan-attaki-penceramah-yang-akrab-dengan-milenial>, diakses pada tanggal 25 September 2019

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/09/berapa-pengguna-internet-di-indonesia>, diakses pada tanggal 25 September 2019

<https://m.jatimtimes.com/baca/20181118/ribuan-warga-antusias-ikuti-pengajian-akbar-bersama-mamah-dede/>, diakses pada tanggal 25 September 2019.

<https://tribunenews.com>, tentang Tarif Ceramah Mamah Dede, Ustadz Somad, Aa Gym, diakses pada tanggal 29 September 2019.

<https://www.koranmu.com/2017/12/zoya-dalam-mengembangkan-pasar.html?m=1>, diakses pada tanggal 18 Juli 2019.

<https://you.tube/sCuubBPAzxc.Ayat> Para Jomblo. Diunduh pada tanggal 27 September 2019.

<https://www.google.com/amp/s/m/.viva.co.id/amp/siapa/read/120-mamah-dede>. Diakses pada tanggal 24 September 2019.

<http://www.almunawwar.co.or.id/pengertian-tentang-lafadz-ustad-dari-asal-bahasa-dan-maknanya/#forward>.diakses pada tanggal 22 September 2019.

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### DATA DIRI

1. Nama : Nurul Rotifah
2. Fakultas : Ushuluddin dan Humaniora
3. Jurusan : Akidah Dan Filsafat Islam
4. NIM : 1504016023
5. Tempat Tanggal Lahir : Temanggung, 14 April 1995
6. Alamat : Jl. Perintis Kemerdekaan No.10  
RT 03/02 Desa Joho Temanggung
7. No. Hp : 082243894202
8. Email : [nurul.rotifah@gmail.com](mailto:nurul.rotifah@gmail.com)
9. PENDIDIKAN
  1. 2001-2007 : SD Negeri Joho Temanggung
  2. 2007-2010 : SMP Negeri 4 Temanggung
  3. 2010-2013 : SMK Negeri 2 Temanggung