

**BUDAYA POP DALAM RITUAL PRA-PERKAWINAN
(Perspektif Etika Islam)**

TESIS

Disusun untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Guna Memperoleh Gelar Magister
Dalam Ilmu Agama Islam



Oleh:

INDRI MUFLIKHATUL KHOIRIYAH

NIM : 2000018022

Konsentrasi : Etika Tasawuf

**PROGRAM MAGISTER ILMU AGAMA ISLAM
PASCASARJANA
UIN WALISONGO SEMARANG
2022**

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama lengkap : **Indri Muflikhatul Khoiriyah**

NIM : 2000018022

Judul Penelitian : **Budaya Pop dalam Ritual Pra-Perkawinan
(perspektif Etika Islam)**

Program Studi : Ilmu Agama Islam

Konsentrasi : Etika Tasawuf

menyatakan bahwa proposal tesis yang berjudul:

BUDAYA POP DALAM RITUAL PRA-PERKAWINAN (PERSPEKTIF ETIKA ISLAM)

secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Semarang, 14 September 2022

Pembuat Pernyataan

A handwritten signature in black ink, featuring stylized Arabic calligraphy and the initials 'Kh' at the end. The signature is written over a light gray rectangular background.

Indri Muflikhatul Khoiriyah

NIM: 2000018022



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
PASCASARJANA**

Jl. Walisongo 3-5, Semarang 50185, Indonesia, Telp.- Fax: +62 24 7614454,
Email: pascasarjana@walisongo.ac.id, Website: <http://pasca.walisongo.ac.id/>

PENGESAHAN TESIS

Tesis yang ditulis oleh:


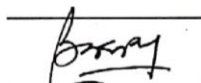
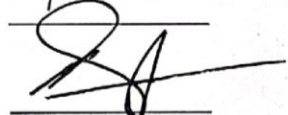
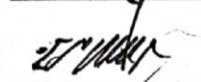
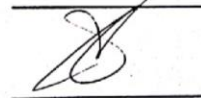
Nama lengkap : **Indri Muflikhatul Khoiriyah**

NIM : 2000018022

Judul Penelitian : **Budaya Pop dalam Ritual Pra-Perkawinan
Perspektif Etika Islam.**

telah dilakukan revisi sesuai saran dalam Sidang Ujian Tesis pada tanggal 12 Oktober 2022 dan layak dijadikan syarat memperoleh Gelar Magister dalam bidang Ilmu Agama Islam

Disahkan oleh:

Nama lengkap & Jabatan	tanggal	Tanda tangan
Dr. H. Nasihun Amin, M.Ag Ketua Sidang/Penguji	9/11. 2022	
Dr. Hj. Umul Baroroh, M.Ag Sekretaris Sidang/Penguji	9/10/2022	
Dr. Zainul Adzfar, M.Ag Pembimbing/Penguji	9/11/2022	
Dr. Safii, M.Ag Pembimbing/Penguji	26/10/2022	
Dr. H. Ahmad Musyafiq, M.Ag Penguji	26 / 10 / 2022	

NOTA DINAS

Semarang, 19 September 2022

Kepada
Yth. Direktur Pascasarjana
UIN Walisongo
di Semarang

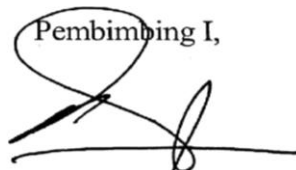
Assalamu 'alaikum wr. wb.

Dengan ini diberitahukan bahwa saya telah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi terhadap proposal tesis yang ditulis oleh:

Nama : **Indri Muflikhatul Khoiriyah**
NIM : 2000018022
Konsentrasi : Etika Tasawuf
Program Studi : Ilmu Agama Islam
Judul : **Budaya Pop dalam Ritual Pra-Perkawinan
(perspektif Etika Islam)**

Kami memandang bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Pascasarjana UIN Walisongo untuk diujikan dalam Sidang Ujian Tesis.

Wassalamu 'alaikum wr. wb.

Pembimbing I,


Dr. Zainul Adzfar, M.Ag.
NIP: 19730826 200212 1002

NOTA DINAS

Semarang, 14 September 2022

Kepada
Yth. Direktur Pascasarjana
UIN Walisongo
di Semarang

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Dengan ini diberitahukan bahwa saya telah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi terhadap proposal tesis yang ditulis oleh:

Nama : **Indri Muflikhatul Khoiriyah**
NIM : 2000018022
Konsentrasi : Etika Tasawuf
Program Studi : Ilmu Agama Islam
Judul : **Budaya Pop dalam Ritual Pra-Perkawinan
(perspektif Etika Islam)**

Kami memandang bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Pascasarjana UIN Walisongo untuk diujikan dalam Sidang Ujian Tesis.

Wassalamu 'alaikum wr. wb.

Pembimbing II,



Dr. Safii, M.Ag.

NIP: 19650506 199403 1002

ABSTRAK

Judul :Budaya Pop dalam Ritual Pra-Perkawinan (perspektif Etika Islam)
Penulis : Indri Muflikhatul Khoiriyah
NIM : 2000018022

Spektrum antara globalisasi dan budaya kian berkembang menggiring nalar maupun opini dalam segala lingkup kehidupan masyarakat. Salah satu budaya yang tumbuh beriringan dengan berkembangnya globalisasi adalah budaya pop. Melalui media massa sebagai representasi budaya pop, kemudian memunculkan tren ritual pra-perkawinan sebagai pergulatan identitas masyarakat. Diskursus mengenai ritual pra-perkawinan ini, fokus kajiannya adalah bagaimana corak budaya pop dalam ritual pra-perkawinan, sekaligus bagaimana etika konsumsi, serta perspektif etika Islam.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan atau *field research* dan bersifat kualitatif. Dengan menggunakan pendekatan normatif, dan psikologis. Sumber data dalam penelitian ini yaitu pelaku (*engagement*), pihak EO (*event organizer*), pelaku (*bridal shower*), pelaku (sebagai *bridesmaids*) dan beberapa sumber data lainnya.

Adapun hasil dari penelitian ini adalah ritual pra-perkawinan merupakan produk dari budaya pop sebagai tren terkini. Secara konsensus berkaitan dengan representasi eksistensi diri, memiliki relasi dengan media sosial, dan keuntungan dari pihak industri *event organizer*. Selain itu, sebagai ritual eksistensi yang terbilang mahal, hedonis, dan berlebihan, maka ritual tersebut masuk dalam kategori *tabzīr* dan *isrāf*, sekaligus berdampak pada degradasi nilai kebajikan dan keadilan dalam etika Islam.

Kata Kunci: Budaya Pop, Ritual Pra-Perkawinan, Etika Islam.

ABSTRACT

Title : Pop Culture in Pre-Wedding Rituals (Islamic Ethical Perspective)
Author : Indri Muflikhatul Khoiriyah
Student ID Number: 2000018022

The growing spectrum between globalization and culture leads to reason and opinion in all spheres of public life. Pop culture is one of the cultures that grow in tandem with the development of globalization. Through mass media as a representation of pop culture, the trend of pre-wedding rituals emerged as a struggle for community identity. In this discourse on pre-wedding rituals, this research topic was related to how pop culture, consumption ethics, and Islamic ethical perspectives were used in pre-wedding rituals.

This research is qualitative field research designs uses normative, and psychological approaches. The sources of data in this research are engagement actors, EO (event organizer), bridal showers actors, bridesmaids actors, and several other data sources.

The research results showed that the pre-wedding rituals were the products of pop culture as the latest trend. By consensus, this ritual was related to the representation of self-existence, social media, and benefits from the event organizer industry. In addition, as expensive, hedonistic, and excessive rituals, these rituals were included in the *tabzīr* and *isrâf* categories. They impacted the degradation of the virtue and justice values in Islamic ethics.

Keywords: Pop Culture, Pre-Wedding Ritual, Islamic Ethics.

الموجز

الموضوع: الثقافة الشعبية في طقوس قبل الزواج

الكاتبة: إندري مفلحة الخيرية

رقم القيد: 2000018022

تطور نطاق العولمة و الثقافة حتى أن يؤدي إلى عقول و آراء المجتمع في كل طبقاته. فأحد الثقافة التي تنمو متتابعاً بتطور العولمة هي الثقافة الشعبية. انتشرت و اتسعت هذه الثقافة من خلال وسائل الإتصال, فوردت منها أنواع جديدة من العادات, منها طقوس قبل الزواج التي تقوم كصراع هوية المجتمع. هذه المقالة تبحث عن كيفية و أنماط الثقافة الشعبية في طقوس ما قبل الزواج, و كيفية استهلاكها, و الآراء عنها في نظر أداب الإسلام.

قام هذا البحث الميداني بطريقة البحث الكمية باستخدام نهج معياري و نفسي, و مصادر البيانات لهذا البحث تتكوّن من الخطيبان و وكالة منظم الحدث و العاملون في دس الزفاف و اشبيبة العروس و عدة أشخاص أخرى.

حصل هذا البحث أن طقوس قبل الزواج هي نتيجة من الثقافة الشعبية التي قد شاعت في هذا الدهر. و بتوافق الآراء, هذه الطقوس تمثل هوية الإنسان, متعلّقة بالإتجاهات على وسائل التواصل الإجتماعي, و تكون مصدر الربح في صناعة منظم الحدث. و إسناداً بحقيقة أنّ هذا الطقس متعيّ و يحتاج إلى تصرف كبير من الأموال, فهذا الطقس نوع من أنواع التبذير و الإسراف و يآثر إلى انحلال قيمة الحسن و العدل في الإسلام.

الكلمات المفتاحية: الثقافة الشعبية، طقوس قبل الزواج، ادبا لسلام

PEDOMAN TRANSLITERASI

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K

Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987

1. Konsonan

No.	Arab	Latin
1	ا	tidak dilambangkan
2	ب	B
3	ت	T
4	ث	ṡ
5	ج	J
6	ح	ḥ
7	خ	Kh
8	د	D
9	ذ	Ẓ
10	ر	R
11	ز	Z
12	س	S
13	ش	Sy
14	ص	ṣ
15	ض	ḍ

No.	Arab	Latin
16	ط	ṭ
17	ظ	ẓ
18	ع	‘
19	غ	G
20	ف	F
21	ق	Q
22	ك	K
23	ل	L
24	م	M
25	ن	N
26	و	W
27	ه	H
28	ء	’
29	ي	Y

2. Vokal Pendek

...َ . = a كَتَبَ kataba
...ِ = i سُوِّلَ su’ila
...ُ = u يَذْهَبُ yazhabu

4. Diftong

أَيَّ = ai كَيْفَ kaifa
أَوْ = au حَوْلَ ḥaula

3. Vokal Panjang

... آ = ā قَالَ qāla
... إِي = ī قِيلَ qīla
... أُو = ū يَقُولُ yaqūlu

Catatan:

Kata sandang [al-] pada bacaan syamsiyah atau qamariyyah ditulis [al-] secara konsisten supaya selaras dengan teks Arabnya

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur ke hadirat Allah SWT, atas limpahan rahmat, taufiq, hidayah, serta inayah-Nya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan penulisan Tesis dengan judul “Budaya Pop dalam Ritual Pra-Perkawinan (perspektif Etika Islam)”.

Dengan kerendahan hati, penulis sampaikan bahwa tesis ini terselesaikan karena mendapatkan bimbingan, arahan, serta saran dari berbagai pihak. Untuk itu penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H.Imam Taufiq, M.Ag., selaku Rektor UIN Walisongo Semarang, yang telah menerima dan menyiapkan segala fasilitas yang baik selama peneliti kuliah di Program Pascasarjana (S-2) UIN Walisongo Semarang.
2. Prof. Dr. H. Abdul Ghofur, M.Ag., selaku Direktur Pascasarjana UIN Walisongo Semarang, yang telah memberikan arahan serta ilmunya selama peneliti kuliah di Program Pascasarjana (S-2) UIN Walisongo Semarang.
3. Dr. H. A. Muhyar Fanani, M.Ag., selaku Wakil Direktur Pascasarjana UIN Walisongo Semarang, yang telah memberikan waktu, ilmu, serta arahan dalam perkuliahan di Program Pascasarjana (S-2) UIN Walisongo Semarang.

4. Dr. Nasihun Amin, M.Ag., selaku Ketua Program Studi S2 Ilmu Agama Islam UIN Walisongo Semarang, yang telah bersedia memberikan arahan, saran, serta motivasi kepada peneliti selama peneliti kuliah di Program Pascasarjana (S-2) UIN Walisongo Semarang.
5. Dr. Rokhmadi, M.Ag., selaku Sekretaris Program Studi S2 Ilmu Agama Islam UIN Walisongo Semarang, yang telah bersedia memberikan arahan, dan saran kepada peneliti selama peneliti kuliah di Program Pascasarjana (S-2) UIN Walisongo Semarang.
6. Dr. Zainul Adzfar, M.Ag., dan Dr. Safii, M.Ag., selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, pikiran, tenaga, dan arahan untuk memberikan arahan dan bimbingan dalam penulisan tesis ini.
7. Segenap Dosen dan Staff Pascasarjana UIN Walisongo Semarang, yang telah berkenan membagi ilmu pengetahuan kepada peneliti selama mengikuti studi pada Program Pascasarjana UIN Walisongo Semarang.
8. Bapak dan Ibu Sekretariat Pascasarjana UIN Walisongo Semarang, yang telah berkenan memberikan informasi dan arahan kepada peneliti.
9. Bapak Saiman Nur Fatawi dan Ibu Siti Rokhimah selaku orang tua penulis yang sudah memberikan motivasi, dukungan, do'a,

dan kasih sayang kepada penulis selama pendidikan dan juga selama menyelesaikan tesis ini.

10. KH. Ahmad Maksudi Mubarak beserta keluarga, yang telah memberikan arahan, do'a, dukungan, kepada penulis untuk segera menyelesaikan tesis ini.
11. Adik tercinta Septi Rifngatul Mungawanah dan Siti Qomariyah selaku sahabat penulis, yang sudah berkenan kebersamai dalam menyelesaikan tesis ini.
12. Uswatun Chasanah dan Anis Mahmudah selaku teman yang sudah meluangkan banyak waktu, pikiran, dan tenaga dalam kebersamai proses penulisan tesis ini. Dan juga teman-teman mahasiswa Pascasarjana Program Studi Ilmu Agama Islam UIN Walisongo Semarang angkatan 2020, sebagai teman berbagi rasa dalam suka maupun duka atas segala bantuan dan kerjasama sejak perkuliahan hingga penyelesaian tesis ini.
13. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terimakasih telah membantu dalam penyelesaian tesis ini.

Selain ucapan terimakasih, penulis juga meminta maaf kepada seluruh pihak atas segala keterbatasan pengalaman, ilmu, maupun pustaka yang ditinjau, penulis menyadari bahwa tesis ini masih banyak kekurangan dan perlu pengembangan lebih lanjut.

Penulis berharap semoga apa yang telah ada dalam tesis ini bisa bermanfaat bagi penulis dan para pembaca.

Semarang, 14 September 2022

A handwritten signature in black ink, featuring stylized Arabic calligraphy and a long horizontal stroke at the end. The signature is enclosed in a light gray rectangular box.

Indri Muflikhatul Khoiriyah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
NOTA PEMBIMBING.....	iv
ABSTRAK.....	vi
TRANSLITERASI.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xiv

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.....	1
B. Pertanyaan Penelitian	13
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	14
D. Kajian Pustaka.....	15
E. Metode Penelitian.....	22
F. Sistematika Pembahasan.....	31

BAB II : *POP CULTURE* DAN ETIKA KONSUMSI

A. <i>Pop Culture</i>	33
B. Konsep <i>Tabzīr</i> dalam Islam	43

C. Konsep <i>Isrāf</i> dalam Islam	47
D. Keadilan dan Kebijaksanaan dalam Etika Islam.....	51

BAB III : BUDAYA POP DALAM RITUAL PRA-PERKAWINAN

A. Perkawinan dan Gaya Hidup.....	67
B. Tahapan Ritual (Perayaan) Pra-Perkawinan	73
1. <i>Engagement</i> (Tunangan).....	70
2. <i>Prewedding</i>	73
3. <i>Bridal Shower</i> (Pesta Lajang)	77
4. <i>Bridesmaids</i> (Pengiring pengantin perempuan)	81
C. Eksistensi dalam Ritual Pra-Perkawinan.....	88
D. Relasi Ritual Pra-Perkawinan dengan Media Sosial dan EO (<i>Event Organizer</i>)	91
E. Corak Konsumsi Ritual Pra-Perkawinan.....	99

BAB IV : ANALISIS BUDAYA POP DALAM RITUAL PRA- PERKAWINAN PERSPEKTIF ETIKA ISLAM

A. Analisis Corak Budaya Pop dalam Ritual Pra-Perkawinan ..	104
B. Analisis perspektif Etika Islam terhadap Budaya Pop Pra- Perkawinan.....	120

BAB V : PENUTUP

A. Kesimpulan138

B. Saran.....139

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

PANDUAN WAWANCARA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perpaduan yang intens antara modernitas dan globalisasi sebagai bentuk dari berkembangnya teknologi, semakin berdampak pada kehidupan masyarakat. Era globalisasi ditandai dengan era dimana perubahan yang begitu pesat, dengan kemajuan pengetahuan, teknologi, media, budaya, sekaligus era keterbukaan. Salah satu budaya yang tumbuh beriringan dengan berkembangnya globalisasi adalah budaya pop (*pop culture*). Budaya pop diartikan sebagai sebuah kekuatan dinamis, yang mampu menghancurkan batasan kuno, tradisi yang sudah ada, juga selera.¹ Budaya pop sebagai budaya yang muncul karena kuatnya pengaruh media, menjadikan masyarakat entah secara sadar, maupun tidak sadar, telah menyerapnya, dan mudah terbawa dalam jeratan kuasa budaya sekaligus media.²

Budaya pop tergolong dekat dengan kehidupan masyarakat. Tidak heran, ketika budaya pop masuk ke dalam ranah gaya hidup dengan pergulatan identitas masyarakat. Gaya hidup yang merupakan

¹ Dominic Strinati, *Popular Culture Pengantar Menuju Teori Budaya Populer*, (Yogyakarta: Bentang Budaya, 2003), 18.

² Sandi Suwandi, *Pengantar Culture Studies*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2011), 23.

sebuah realitas yang tidak bisa dilepaskan dari kehidupan ‘manusia modern’ saat ini, telah menjadi realitas kehidupan yang harus dicapai untuk mendapatkan posisi dan kedudukan di mata masyarakat.³ Gaya hidup juga dijadikan sebagai ajang ekspresi dan adaptasi seseorang terhadap budaya yang tengah melanda.⁴ Kehidupan manusia modern yang dimoderasi melalui materi dan harga komoditas yang lebih tinggi, telah membangun tujuan dan gaya hidup masyarakat untuk menjadi materialistis serta hedonis.⁵ Hal itu dipengaruhi oleh media yang memiliki dampak orientasi bagi masyarakat, termasuk gaya hidup dalam ritual pra-perkawinan.

Diskursus mengenai ritual pra-perkawinan ini akan membahas mengenai bagaimana gaya hidup, pernik pernik, sekaligus pergulatan citra yang ingin dibentuk oleh masyarakat, yang dijembatani oleh tren yang ada, dan direalisasi melalui ritual pra-perkawinan. Bahkan tidak sedikit gadis kecil dan wanita muda yang telah merencanakan pesta yang indah di dalam pikiran mereka.⁶ Karena perkawinan dianggap sebagai peristiwa terpenting, maka bagaimanapun caranya beberapa

³ Delmira Syafrini, “Perempuan dalam Jeratan Eksploitasi Media Massa.” *Jurnal Sosiologi* (2014): 24-25, diakses 9 Januari 2022. doi: 10.24036/jh.v13i1.4093.

⁴ Tuti Alawiyah & Nofal Liata, “Mall dan Perilaku Konsumtif Masyarakat Urban.” *Jurnal Sosiologi Agama Indonesia* (2020): 163, diakses 12 Januari 2022. doi: 10.22373/jsai.vli2.526.

⁵ Jean Baudrillard, *Simulacra and Simulation*, Translator: Sheila Faria, (Michigan: University of Michigan Press, 1994), 30, 44, 76.

⁶ Melissa Ames dan Sarah Burcon, *How Pop Culture Shapes the Stages of a Woman's Life*, (New York: Palgrave Macmillan, 2016), 85.

masyarakat akan berusaha mengikuti tren yang ada di dalam media sosial sebagai salah satu cara merealisasikan gaya hidup perkawinan mereka. Oleh karena itu, gaya hidup sangat berkaitan dengan citra seperti apa yang mereka ingin tampilkan di mata seseorang dengan status sosial yang mereka miliki.⁷ Melalui beberapa ritual pra-perkawinan, mereka mencoba membuat citra tentang dirinya seiring dengan tren di media sosial sebagai kiblatnya.

Kota sebagai teks atau referensi, menggeser level fisik kota ke dalam tanda.⁸ Kota sebagai pusat munculnya berbagai budaya, dijadikan sebagai referensi ritual pra-perkawinan. Sehingga ia memiliki peran besar sebagai acuan dalam rangkaian ritual pra-perkawinan. Seperti dalam realitanya, masyarakat terobsesi memiliki ekspektasi yang cukup tinggi akan suatu perkawinan sebagai gaya hidup.⁹ Oleh karena itu, perkawinan yang semula memiliki *basic* epistemologi yang berdasarkan nilai-nilai Islam dan kearifan lokal, dengan adanya kuasa media dan budaya pop, menjadi eksplorasi eksistensi “diri” dengan cara memenuhi tuntutan ritual yang melengkapi acara perkawinan. Jadi, secara tidak langsung

⁷ Putri S M, “Makna Gaya Hidup “*Brand Minded*” Pada Konsumen Sosialita.” *IDEA: Jurnal Humaniora* 1 (2018): 85, diakses 5 Januari 2022. doi: 10.29313/idea.v0i0.4176.

⁸ Chris Barker, *Cultural Studies Teori & Praktik*, Terj. Nurhadi, (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2008), 334-335.

⁹ M Featherstone, *Consumer Culture and Postmodernism*, (London: SAGE Publication, 2007), xxi.

menjadikan perkawinan telah tergeser makna, esensi, dan sakralitasnya menjadi ajang pengakuan, pencitraan, bahkan peng-eksistensian diri.

Perkawinan yang dipandang sebagai moment sakral, tentu setiap tradisi atau masyarakat memiliki selera dan tata cara masing-masing dengan beberapa tahapan menuju hari perkawinan atau ritual pra-perkawinan. Perayaan yang menjadi tren oleh masyarakat, seringkali dekat dengan kehidupan kesehariannya yang menuju ke arah *life moment*, dengan berusaha mengabadikan setiap *moment* yang ada.¹⁰ Sesuai dengan referensi budaya pop, perkawinan harus dimulai dari perayaan dengan beberapa ritual pra-perkawinan. Yang paling dominan, beberapa diantaranya dimulai dari: *engagement* (tunangan), *prewedding*, *bridal shower* (pesta lajang), dan *bridesmaids* (pengiring pengantin perempuan). Mirisnya, ritual dalam empat tahapan tersebut hanya terfokuskan untuk kepentingan pengakuan publik atau pandangan masyarakat saja, terlepas dari adat atau sakralitas. Tunangan kini lebih bersifat *ceremonial* dengan segala perlengkapan yang bernuansa mewah dan modern seiring dengan tren yang ada. Dan *prewedding* yang merupakan sebuah kegiatan pengambilan foto atau video sebelum acara perkawinan, digunakan sebagai peng-eksistensian diri daripada esensi.

¹⁰ Reverend Judith Johnson, *The Wedding Ceremony Planner: The Essential Guide to The Most Important*, (Illinois: Sourcebooks, Inc, 2005), 6.

Sedangkan *bridal shower* (pesta lajang menjelang hari perkawinan)¹¹ dengan segala dekorasi, tempat, persiapan materi yang tidak sedikit, dan *bridesmaids* (pengiring pengantin perempuan)¹² demi perwujudan eksistensi diri.

Budaya pop yang digunakan sebagai referensi, sekaligus faktor lestarynya ritual pra-perkawinan melalui selebritas atau artis. Dimana budaya pop dianggap sebagai arus massa, sekaligus arena pembentukan citra, membuat masyarakat semakin terhegemoni untuk mengikuti beberapa tren terkini. Tren yang merupakan produk dari budaya pop, secara konsensus sudah diakui oleh masyarakat sebagai gaya hidup yang kekinian, kontemporer, dan tidak *primitive*.¹³ Melalui selebritas, dimana mereka dijadikan sebagai kiblatnya dan pemicu munculnya ritual pra-perkawinan. Beberapa diantaranya ritual *bridal shower* Ria Ricis¹⁴, *prewedding* hingga akad Aurel

¹¹ Beth Mentomuro, *Something Old, Something Bold: Bridal Shower and Bachelorette Parties*, (New Jersey: Rutgers University Press, 2006), 78.

¹² Mely Eka Karina, "Analisis Makna Komunikasi Simbolik *Bridal Shower* dalam Rangkaian Acara Pra Pernikahan," *Jurnal Madia* 2 (2021): 13, diakses 19 April 2022, doi: 10.36085/madia.v2i1.3040.

¹³ Annisa Istiqomah, "Ancaman Budaya Pop (*Pop Culture*) Terhadap Penguatan Identitas Masyarakat Urban." *Jurnal Politik Walisongo* 2 (2020): 50, diakses 24 Maret 2022, doi: 10.21580/jwp.v2i1.3633.

¹⁴ Dyah Mulyaningtyas, "Menikah Hari Ini, Ini 6 Moment Seru Bridal Shower Ria Ricis", diakses 1 Agustus 2022, <https://hot.liputan6.com/read/4708980/menikah-hari-ini-ini-6-momen-seru-bridal-shower-ria-ricis>.

Hermansyah¹⁵, beserta beberapa referensi ide dekorasi dari *website*¹⁶. Selain itu, ritual keempat tersebut muncul dikarenakan beberapa pengaruh besar. Diantaranya adalah pengaruh media sosial yang juga turut serta dalam ritual pra-perkawinan. Media sosial mempunyai kekuatan dan peran besar membentuk realitas.¹⁷ Realitas yang dibentuk oleh media, masyarakat menganggapnya sebagai kebenaran yang pantas untuk diikuti tanpa dikritisi terlebih dahulu.¹⁸ Tidak hanya itu, pengaruh lain yang tidak kalah penting adalah terkait *venue* maupun *vendor* yang dikelola oleh *wedding planner* atau *wedding organizer*.¹⁹ Hal tersebut menjadikan rangkaian kegiatan (ritual) keempat tersebut muncul karena adanya pengaruh besar, terkait dengan *event organizer* (EO). Oleh karena itu, dengan adanya faktor budaya pop, selebritas atau artis, media, sekaligus EO, tanpa berfikir kritis masyarakat akan sangat cepat tergiring beberapa opini dan mengikuti tren yang sedang nge-*hype* tersebut.

¹⁵ Levi Larassaty, “Pre-wedding hingga Akad, ini Sederet Penampilan Aurel Hermansyah yang Menawan di Hari Bahagiannya”, diakses 9 Agustus 2022, <https://journal.sochiola.com/beauty/penampilan-pernikahan-aurel-hermansyah>.

¹⁶ Tuti Riyanti, “4 Ide Dekorasi Sederhana dan Mengesankan untuk Acara Bridal Shower di Rumah”, diakses 13 Agustus 2022, <https://depok.pikiran-rakyat.com/gaya-hidup/pr-094381323/4-ide-dekorasi-sederhana-dan-mengesankan-untuk-acara-bridal-shower-di-rumah>.

¹⁷ Ibnu Hamad, *Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa*, (Jakarta: Granit, 2004), 5.

¹⁸ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001), 275.

¹⁹ I. K Suseno, *Untung Besar Bisnis Event Organizer*, (Yogyakarta: Penerbit Indonesia Cerdas, 2009), 17.

Tentunya, keempat ritual tersebut mengandung unsur positif dan negatif. Positifnya dikarenakan bisa mendekatkan dengan beberapa keluarga maupun sahabat atau teman terdekat. Adapun unsur negatifnya adalah, upacara keempat tersebut yang digencarkan sebagai sarana peng-eksistensian diri dan bisa dikatakan eksistensi yang cukup mahal. Sisi negatif lainnya yaitu keempatnya mengandung hal yang sifatnya hura-hura (pesta pora), penuh pernak-pernik, minim faedah, hanya demi pemuasan konten (narsis), atau cenderung menuju hal-hal yang arahnya ‘pertunjukan’.²⁰ Dikarenakan tergilagila akan validitas dan pengakuan publik, maka tidak heran jika menjadikan keempat ritual pra-perkawinan tersebut sebagai konten.

Demi terealisasinya ritual pra-perkawinan sebagai produk budaya pop, masyarakat rela mengorbankan materi dan banyak hal. Dimana hal tersebut bukanlah kebutuhan primer dalam kehidupan. Jadi, tergolong berlebihan, pemborosan, dan mengorbankan diri untuk sekedar mengikuti tren yang sifatnya sekunder.²¹ Tren *engagement* sebagai prosesi pertunangan, tidak cukup dengan prosesi “*nembung*” atau pertukaran cincin saja. Melainkan, lebih bersifat

²⁰ Shafira Amalia, “5 Hal Kurang Berfaedah dalam Persiapan Pernikahan”, diakses 20 April 2022, <http://magdalene.co/story/persiapan-nikah-kurang-faedah>.

²¹ Rebebekka, “4 Alasan Kamu Tidak Perlu Mengadakan Bridal Shower”, diakses 26 Juli 2022, <https://thebridedept.com/4-alasan-kamu-tidak-perlu-mengadakan-bridal-shower/>.

ceremonial, dan tentunya sangat membutuhkan banyak biaya. Pertunangan yang dikategorikan dalam ritual pra- perkawinan juga bukan lagi prosesi yang sakral, melainkan sudah masuk ke kategori selebrasi dengan konsensus industri dan budaya. Pergulatan industri budaya yang kapitalis, memiliki kuasa, dan cenderung mencari keuntungan, berkedok seolah memfasilitasi tren *engagement*.²²

Sebagai tren ritual pra-perkawinan, sekaligus produk dari budaya pop yang kian marak dan mulai menyebar luas. Tren *engagement*, *prewedding*, *bridal shower*, dan *bridesmaids* kini bahkan sampai ke masyarakat rural maupun masyarakat yang jauh dari perkotaan. Hal tersebut membuktikan sisi kuatnya budaya pop yang secara gesit masuk ke dalam segala kondisi masyarakat. Beberapa data penguat diantaranya dari Lotus Garden Hotel Kediri menawarkan *engagement package* dimulai dari harga 3.000.000, sudah termasuk venue dan buffet menu 30 pax, dll.²³ Selanjutnya, data yang dimuat oleh website *bridestory.com*, salah satunya Selawas Visual Tegal. Sebagai fotografer yang menawarkan paket *engagement* dengan rincian 1 photo, 1 video, MUA, dll sekitar

²² Kate Liley, *Review of the book The Cultural Industries*, by David Hesmondhalgh, *Journal of Sociology* 2 (2003): 219, diakses 26 Juli 2022, doi: 10.1177/144078330504100208.

²³ Ichwan Chasani, "Lotus Garden Hotel Kediri Tawarkan Paket Acara Pertunangan Mulai dari Rp 3 Juta", diakses 04 Agustus 2022, <https://bekasi.tribunnews.com/2022/05/26/lotus-garden-hotel-kediri-tawarkan-paket-acara-pertunangan-mulai-dari-rp-3-juta>.

5.500.000.²⁴ Belum lagi terkait perlengkapan dekor, seserahan, dan lainnya. Selain itu, yang *kedua* ada *prewedding* dari Elora *Photography* Salatiga (mencakup biaya *makeup*, foto, video) sekitar 3.500.000²⁵ belum termasuk sewa tempat atau sewa kostum sesuai tema foto. *Ketiga*, ada *bridal shower* (terkait biaya sewa *venue* atau hotel, dekorasi, *dresscode*, serta perlengkapan lainnya) harus sedia *budget* sekitar 5.000.000-7.000.000²⁶, sesuai dengan jumlah teman yang akan mengikuti *bridal shower*. Semakin bertambah teman yang ikut serta, maka semakin banyak pula biaya yang diperlukan. Yang terakhir, ada ritual *bridesmaids*, dimana dalam rangkaianannya penuh dengan pernak-pernik dan kemewahan, termasuk biaya jahit seragam beserta perlengkapan lainnya. Hal itu dipastikan menghabiskan banyak biaya, terfokuskan hanya untuk pesta pora, hura-hura, meninggikan gengsi, tidak begitu bermanfaat, pemborosan, dan tidak sesuai atau kurang adanya nilai-nilai semangat Islam.

Islam sebagai agama yang mengajarkan kebaikan, tentunya mengharuskan pengikutnya untuk mengikuti perintah dan menjauhi larangannya. Sebagaimana larangan tindakan hura-hura di dalam

²⁴ Mosyer Studio, “*Engagement Recommended*”, diakses 29 Juli 2022, <https://www.bridestory.com/id/store/engagement-recommended-a82f>.

²⁵ Elora Photography, “*Outdoor Prewedding Complete Package*”, diakses 28 Juli 2022, <https://www.bridestory.com/id/store/outdoor-prewedding-complete-package-78a6>.

²⁶ Vncojewellery, *Berapa Kisaran Biaya Bridal Shower?*, diakses 26 Juli 2022, <https://vncojewellery.com/artikel/biaya-bridal-shower-2021-05-17/>.

ajaran Islam. Karena hura-hura dalam Islam lebih menuju ke arah *tabzīr* yang diartikan sebagai pemborosan, tidak berguna, dan sia-sia.²⁷ Dalam pengertian lain, *tabzīr* merupakan perilaku membuang harta atau membelanjakan harta untuk hal-hal yang kurang bermanfaat atau minim faedah.²⁸ Dalam realita sebagai contohnya, kegiatan atau ritual keempat tersebut sangat dekat sekali dengan *tabzīr* (pemborosan), untuk memenuhi kesenangan yang sifatnya *isrāf* (berlebihan) semata. Menurut Al-Ghazali, tindakan *tana'um* (senang-senang yang sifatnya duniawi) ini sangatlah rawan menjerumuskan manusia ke hal-hal yang membuatnya terbuai akan kesenangan, sehingga lalai akan kewajiban beribadah kepada Allah.²⁹ Tidak bisa dipungkiri, pestapora selain bertujuan untuk memperlihatkan eksistensi, juga hanya untuk pemenuhan konten, yang tujuannya adalah untuk mendapatkan pengakuan yang disertai dengan penuh kesombongan. Terdengar ironi sekali, dikarenakan beberapa diantara mereka rela mengorbankan baik dari sisi materi maupun lainnya, hanya untuk pemuasan ego yang berlebihan.

Seperti bagaimana seharusnya berusaha menjauhi larangan berperilaku *isrāf* (berlebihan). Secara bahasa, kata *isrāf* berasal dari

²⁷ Faisal Saleh, *Ensiklopedia Pengetahuan Al-Qur'an dan Hadis*, (Jakarta: Penerbit, 2013), 209.

²⁸ Mahmud Yunus, *Tafsir Qur'an Karim*, (Jakarta: Hida Karya Agung, 2002), Cet. LXXII, 405.

²⁹ Eka Sakti Habibullah, "Etika Konsumsi dalam Islam," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, (2018): 100, diakses 29 Mei 2022, doi: 10.30868/ad.v1i01.230.

kata *sarāfa* yang artinya melampaui batas kewajaran.³⁰ *isrāf* atau sifat berlebihan tersebut merupakan salah satu larangan, dan tidak dianjurkan untuk berlebihan dalam hal apapun.³¹ Sikap berlebihan (*isrāf* juga merupakan salah satu dari beberapa perbuatan yang sangat dibenci oleh Allah. Dikarenakan mengarahkan manusia ke arah yang tidak benar, dan tidak sesuai dengan syariat Islam³² Islam sangat melarang sifat berlebihan (*isrāf*) dan boros (*tabzīr*), karena berlebihan dan boros hanya akan membawa ke dalam kesenangan yang fana. Entah itu berlebihan dalam mengonsumsi sesuatu, atau menggunakan uang (harta). Islam justru mengajarkan kehidupan yang wajar, seimbang dalam urusan apapun, dan bersyukur atas segala kecukupan.³³ Dengan begitu, keempat ritual pra-perkawinan atau perayaan tersebut sudah masuk kategori *tabzīr* dan *isrāf* yang dilarang oleh Islam, dikarenakan minim faedah, hanya menggunakan uang (materi) untuk pemborosan berkedok eksistensi diri, dan hanya mengganggu kemewahan. Dimana kemewahan juga dapat merusak masyarakat, karena golongan yang hidupnya

³⁰ Husein Imbali, “Membangun Etika Qur’ani terhadap Harta,” *Jurnal Madani*, (2018): 468, diakses 29 Mei 2022, doi: 10.33753/madani.v1i2.24.

³¹ M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah, Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Qur’an*, (Jakarta: Lentera Hati, 2012), Vol IX, 533.

³² Yusuf Qardhawi, *Islam Ekstrem*, (Bandung: Mizan, 1985), 17.

³³ Muhammad Mahmud Bably, *Kedudukan Harta Menurut Pandangan Islam*, (Jakarta: Kalam Mulia, 1989), 6.

dipenuhi kemewahan, akan menindas hak golongan lainnya dengan kemewahannya.³⁴

Keempat ritual tersebut hanyalah ajang “eksistensi” diri. Tidak sedikit masyarakat yang terjebak dalam tipuan eksistensi, budaya pop, sekaligus gemerlapnya kesenangan yang semu. Bahkan sampai mengglorifikasi masyarakat yang tergolong jauh dari perkotaan. Membutakan mata mereka, sekaligus memaksakan segala situasi dan kondisi untuk mengikuti tren tersebut. Tidak peduli dengan berapa banyak materi yang di korbakan, sekaligus dampak yang mereka terima. Bagi selebritas maupun masyarakat kelas atas yang memiliki kecukupan materi dan kondisi yang mapan, menganggap ritual tersebut terkesan tidak memberatkan, bahkan terkadang menguntungkan. Akan tetapi, permasalahannya adalah hal tersebut sangatlah jauh dari kesederhanaan dan terlalu hedonis. Terlebih lagi, keempat ritual pra-perkawinan tersebut, hanya dijadikan sebagai wadah dalam perwujudan eksistensi diri, atau bisa dikatakan sebagai objek untuk merealisasi obsesinya terhadap beberapa rangkaian ritual pra-perkawinan.

Berdasarkan problematika yang bersumber dari budaya pop, terjadi di era gempuran eksistensi diri, krisis nalar, dan semakin

³⁴ Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika dalam Ekonomi Islam*, terj. Zaenal Arifin, (Jakarta: Gema Insani Press, 1995), 152.

mengglorifikasinya hura-hura dalam ritual pra-perkawinan. Juga dikarenakan sampai sekarang belum ada kategorisasi konsep keadilan sebagai jalan tengah, sebagai acuan untuk melihat tidak adanya kesederhanaan dalam ritual keempat tersebut. Dimana keadilan antara *tabzīr* dan pelit, *isrāf* dan hemat adalah dermawan dan kesederhanaan.³⁵ Maka, peneliti ingin meneliti lebih dalam lagi mengenai *Budaya Pop dalam Ritual Pra-Perkawinan (perspektif Etika Islam)*. Dengan mengambil analisa *pop culture*, dan bagaimana perspektif etika Islam. Selain itu, tesis ini diharapkan bisa menjadi pembahasan yang kritis, sebagai bentuk dari pemberdayaan akal akan budaya pop dalam ritual pra-perkawinan, yang merupakan produk dari budaya pop dan dominan sekuler (jauh dari nilai-nilai Islam). Selain itu, ritual pra-perkawinan tersebut juga termasuk pemborosan (*tabzīr*), berlebihan (*isrāf*) dan sangatlah jauh dari nilai kesederhanaan.

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka fokus penelitian yang akan penulis kaji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana corak budaya pop dalam ritual pra-perkawinan?

³⁵ Ibn Maskawaih, *Menuju Kesempurnaan Akhlak*, terj Helmi Hidayat, (Bandung: Mizan. 1998), 53.

2. Bagaimana budaya pop ritual pra-perkawinan dalam perspektif etika Islam?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui dan menganalisis corak budaya pop dalam ritual pra-perkawinan.
2. Mengetahui dan menganalisis perspektif etika Islam tentang budaya pop ritual pra-perkawinan.

Adapun yang menjadi manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan dapat memberikan pengetahuan, pemahaman, serta memperluas wawasan atau khazanah keilmuan bagi penulis, dan pembaca atau khalayak umum khususnya yang berkaitan dengan ritual pra-perkawinan.

2. Manfaat Praktis

Sebagai sumbangan pengetahuan pada kajian akademis khususnya terkait budaya pop dalam ritual pra-perkawinan perspektif etika Islam.

D. Kajian Pustaka

Kajian pustaka merupakan beberapa informasi atau teori-teori yang berkesinambungan dengan judul penelitian, dengan tujuan untuk mendapatkan landasan teori ilmiah. Pembahasan mengenai perkawinan bukanlah hal yang bisa dikatakan ‘baru’, akan tetapi sudah ada penelitian yang membahas tentang perkawinan, baik dari tesis, skripsi, jurnal, maupun karya ilmiah lainnya. Bahan kajian pustaka yang penulis gunakan dalam penelitian ini di antaranya adalah sebagai berikut:

Pertama, disertasi yang ditulis oleh Ekawati Marhaenny Dukat (2015). Yang berjudul “*Hegemoni Amerika dalam Budaya Populer: Sebuah Studi Transnasional Pengkajian Amerika dalam Iklan Majalah Wanita*”. Hasil dari disertasi ini adalah bahwasanya iklan majalah wanita yang berasal dari Amerika tidak hanya memiliki nilai jual barang dan jasa untuk para kapitalis, melainkan juga guna membentuk nilai-nilai budaya, serta sebagai identitas kebebasan yang semu untuk para wanita. Selain itu, iklan dari Amerika juga menjadikan Amerika bertahan sebagai negara yang memegang kendali atas hegemoni dunia. Terakhir, dalam disertasi ini menyebutkan bahwasanya iklan majalah wanita memiliki pengaruh

besar terhadap nilai global dari budaya populer atau dampak besar dari adanya budaya populer.³⁶

Kedua, tesis yang ditulis oleh Rona Rizkhy Bunga Chasana (2019). Yang berjudul “*Representasi Budaya Pernikahan dalam Akun Instagram Wedding Marketplace Indonesia (Studi Semiotika Representasi Budaya Pernikahan dalam Akun Instagram @thebridestory)*”. Hasil dalam tesis ini yaitu bahwasanya budaya pernikahan yang hadirkan adalah bentuk yang tidak murni, tidak semata tradisional, maupun tidak sepenuhnya barat. Tata cara pernikahan yang digempurkan dalam tampilan media juga telah mengalami perubahan dengan hadirnya instagram. Terdapat kolaborasi yang pas antara *bridestory* dengan selebriti indonesia yang kemudian dikemas dalam media instagram, dengan segala aspek pendukung. *Image of popular culture* dari foto pernikahan selebriti diartikan sebagai gambaran ideal atau sebagai kiblatnya gaya pernikahan hingga makna pengantin ideal.³⁷

Ketiga, tesis yang ditulis oleh Merri Febriana (2019). Yang berjudul “*Hiperealitas Bridal Shower di Kalangan Perempuan Kota*

³⁶ Ekawati Marhaenny Dukut, “Hegemoni Amerika dalam Budaya Populer: Sebuah Studi Transnasional Pengkajian Amerika dalam Iklan Majalah Wanita,” (Disertasi Universitas Gadjah Mada, 2015).

³⁷ Rona Rizkhy Bunga Chasana, “Representasi Budaya Pernikahan dalam Akun Instagram *Wedding Marketplace* Indonesia (Studi Semiotika Representasi Budaya Pernikahan dalam Akun Instagram *@thebridestory*),” (Tesis Universitas Gadjah Mada), 2019).

Surakarta”. Hasil dalam tesis ini yaitu berupa tahapan atau proses menuju hiperealitas *bridal shower* yang bermula dengan prosesi kejutan sekaligus pemberian hadiah dari teman untuk calon pengantin, dan dilanjutkan dengan beragam permainan atau game. Terdapat dua faktor yang mempengaruhi diadakannya *bridal shower*. Pertama, faktor internal *bridal shower* yaitu pengaruh media yang sedang viral, guna memfasilitasi eksistensi seseorang dengan mengadakan perayaan *bridal shower*. Kedua, faktor eksternal *bridal shower* adalah karena pengaruh selebritis sebagai acuanya serta teman-teman terdekat. Adapun fungsi dari hiperealitas *bridal shower* yaitu sebagai salah satu panggung untuk menebarkan eksistensi di media sosial, serta menjadi peluang usaha. Misalnya terkait jasa *event organizer* yang cukup menjanjikan, serta sebagai fenomena yang tengah viral, *bridal shower* dianggap juga sebagai sebuah ajang untuk berkumpul bersama teman-teman yang telah lama tidak berjumpa.³⁸

Keempat, tesis yang ditulis oleh Devi Nirmala M S (2019), yang berjudul “*Mediatization of Intimacy*”: *Keintiman antara Bridesmaid dan Pengantin Putri melalui Media Sosial Instagram*”. Dalam penelitiannya disimpulkan bahwa sebenarnya *bridesmaid* versi Indonesia bernama pager ayu. Akan tetapi dengan pengaruh westernisasi, pager ayu beralih menjadi *bridesmaid*. Tentu terdapat

³⁸ Merri Febriana, “Hiperealitas *Bridalshower* Dikalangan Perempuan Kota Kartasura,” (Tesis Universitas Sebelas Maret, 2019).

kemiripan dalam sisi fungsi maupun posisi keduanya. Fokus kajian dalam penelitiannya adalah terkait isu keintiman yang menjadi bagian yang cukup menarik antara pengantin putri dengan *bridesmaid*. Adapun tujuan dari penelitiannya adalah untuk mengetahui lebih dalam terkait bagaimana pengantin putri dan *bridesmaid* memaknai keintiman dalam relasi persahabatan mereka. Selain itu, juga bertujuan untuk menelaah bagaimana proses mediatisasi keintiman antara pengantin putri dan *bridesmaid* yang difasilitasi melalui Instagram..³⁹

Penelitian kelima, artikel dalam jurnal ilmiah yang ditulis oleh Rebekka Rismayanti & Irene Santika Vidiadari (2020). Yang berjudul “*Komodifikasi Ritual dalam Praktik Bridal Shower di Yogyakarta*”. Hasil dari penelitian tersebut adalah EO (*Event Organizer*) memiliki kuasa penuh atas penawaran paket acara dengan harga yang sesuai konsumen. Paket tersebut antara lain terdiri dari dekorasi, makanan, videografer, fotografer, sekaligus pembawa acara dalam acara bridal shower. Dibutuhkan adanya dekorasi tentu demi mengakomodasi konsumen untuk bisa tetap eksis di media sosial, sekaligus pengabdian moment. Untuk kisaran harga dan tema

³⁹ Devi Nirmala M S, “Mediatization of Intimacy”: Keintiman antara Bridesmaid dan Pengantin Putri melalui Media Sosial Instagram,” (Tesis Universitas Gadjah Mada, 2019).

mengikuti setiap daerah. Sehingga bisa di modifikasi sekian rupa sesuai porsi budget dan selera.⁴⁰

Penelitian keenam, artikel dalam jurnal ilmiah yang ditulis oleh Risky Chairani Putri (2019), yang berjudul “*Produksi Budaya dalam Wedding Planner pada Masyarakat Urban*”. Hasil dari penelitian tersebut adalah terdapat keterlibatan antara produksi budaya *wedding planner* dengan beberapa aspek. Diantaranya: aspek teknologi, hukum dan regulasi, struktur industri, struktur organisasi, jenjang karir, dan situasi pasar yang dibingkai dalam perspektif Industri Budaya. Selain itu, produksi budaya dalam suatu *wedding planner* tidak berdiri sendiri, melainkan terdapat kerjasama antara peran dari klien, media, vendor, dan kompetitor bisnis. Dikarenakan arus teknologi maupun budaya yang terus berubah mengikuti perkembangan zaman, maka *wedding planner* juga semestinya bisa selalu berfikir kreatif serta se-inovatif mungkin.⁴¹

Penelitian ketujuh, artikel dalam jurnal ilmiah yang ditulis oleh Astina (2020), yang berjudul “*Bridal Shower: Tren Perayaan Melepas Lajang di Kalangan Perempuan di Kota Makassar*”. Hasil dari penelitian tersebut adalah *bridal shower* sebagai produk budaya

⁴⁰ Rebekka Rismayanti & Irene Santika Vidiadari, “Komodifikasi Ritual dalam Praktik *Bridal Shower* di Yogyakarta,” *Jurnal Acta Diurna* (2020): 94-112, diakses 27 Juli 2022. doi: 10.20884/1.actadiurna.2020.12.2.2993.

⁴¹ Risky Chairani Putri, “Produksi Budaya dalam Wedding Planner pada Masyarakat Urban,” *Jurnal Kawistara Universitas Gadjah Mada* (2019): 267-285, diakses 21 Januari 2022. doi: 10.22146/kawistara.43156.

Eropa dan Amerika terkait perayaan melepas lajang, yang menjadi sebuah moment selebrasi baru yang dilakukan oleh kelompok pertemanan. Selain digunakan sebagai media peralihan status lajang, *bridal shower* juga digunakan sebagai bentuk esistensi dalam persahabatan, melalui unggahan foto-foto/video di media sosial, sekaligus ajang mendisplay status, bagi para *bridesmaid* (pengiring pengantin perempuan) maupun *bride to be* (calon pengantin perempuan).⁴²

Penelitian kedelapan, artikel dalam jurnal ilmiah karya Umar Sholahudin (2019), yang berjudul “*Selebrasi Pernikahan Artis dalam Perspektif Teori Masyarakat Konsumsi Jean Budrillard*”. Hasil dalam penelitian tersebut adalah terkait barang atau komoditas yang dikonsumsi oleh seseorang, dapat mempengaruhi atau bahkan menentukan eksistensi diri. Eksistensi diri bukan lagi diukur dari bagaimana setiap individu memberdayakan akal mereka, akan tetapi bagaimana individu membangun citra dengan apa yang dikonsumsi. Seperti citra yang dibangun oleh selebrasi pernikahan Raffi-Gigi yang super mewah dan menjadi tolak ukur standar kemewahan sosial. Juga sebagai bentuk contoh dari masyarakat konsumsi, yang lebih menunjukkan gaya hidup hedonis dan penuh keglamouran. Dan jika

⁴² Astina, “Bridal Shower: Tren Perayaan Melepas Lajang di Kalangan Perempuan di Kota Makassar,” *Jurnal Emik Universitas Hasanudin* (2020): 160-188, diakses 21 Januari 2022, doi: 10.46918/emik.v3i2.653.

berlebihan, dapat menghancurkan sensitivitas dan nilai-nilai kemanusiaan.⁴³

Penelitian kesembilan, penelitian dalam jurnal ilmiah yang ditulis oleh Adriani, Zulfahmi Alwi dan Hartini Tahir (2021), yang berjudul “*Tinjauan Hukum Islam tentang Praktik Budaya Pra-Wedding di Kabupaten Soppeng*”. Hasil dari penelitian tersebut adalah praktik budaya *pra-wedding* yang merupakan sebuah kegiatan pengabdian moment dalam bentuk foto maupun video, yang dilakukan oleh calon pengantin sebelum menuju pernikahan. Adapun foto atau video tersebut nantinya akan digunakan sebagai hiasan dinding dalam prosesi pernikahan. Atau bisa juga digunakan sebagai tanda pengenal di undangan pernikahan. Permasalahannya, foto dalam *pra-wedding* di Kabupaten Soppeng ini dilakukan seperti layaknya suami istri. Misalnya terkait pose yang dilakukan ke arah bersentuhan, berpegang tangan, dan lainnya. Yang mana hal tersebut tentunya tidak diperbolehkan dalam pandangan hukum Islam, karena mendekati zina. *Pra-wedding* yang diperbolehkan adalah yang dilakukan sesuai syariat Islam, tentunya dengan menjauhi hal-hal yang mengundang syahwat, entah itu bersentuhan maupun lainnya.⁴⁴

⁴³ Umar Sholahudin, “Selebrasi Pernikahan Artis dalam Perspektif Teori Masyarakat Konsumsi Jean Budrillard,” *Journal of Urban Sociology* (2019): 57-70, diakses 21 Januari 2022, doi: 10.30742/jus.v2i2.991.

⁴⁴ Adriani, Zulfahmi Alwi, Hartini Tahir, “Tinjauan Hukum Islam tentang Praktik Budaya Pra-Wedding di Kabupaten Soppeng.” *Jurnal Ilmiah mahasiswa*

Terdapat persamaan antara penelitian ini dengan penelitian-penelitian yang terdapat dalam kajian pustaka. Persamaannya terletak pada beberapa objek kajian pembahasannya. Yaitu pembahasan mengenai perkawinan atau beberapa ritual dalam menuju perkawinan. Sedangkan dalam penelitian sebelumnya belum ada yang membahas mengenai bagaimana budaya pop dalam ritual pra-perkawinan, ataupun lebih mendalam lagi dengan perspektif etika Islam. Selain itu, dalam penelitian ini juga lebih rinci membahas mengenai beberapa runtutan ritual pra-perkawinan. Dimulai dari ritual pertunangan, *prewedding*, *bridalshower*, sekaligus *bridesmaids*. Oleh karena itu, penelitian atau tesis yang akan penulis paparkan, memiliki perbedaan dari beberapa penelitian sebelumnya. Maka, penelitian ini layak untuk diteliti dan dikaji lebih lanjut.

E. Metode Penelitian

Metodologi adalah salahsatu faktor penting dalam menentukan keberhasilan pelaksanaan penelitian. Metode penelitian juga diartikan sebagai cara yang akan ditempuh oleh peneliti untuk menjawab permasalahan penelitian.⁴⁵ Adapun tahapan-tahapan

Hukum Keluarga Islam (2021): 43-59, diakses 21 Januari 2022, doi: 10.24252/qadauna.v3i1.19424.

⁴⁵ Samiaji Sarosa, *Penelitian Kualitatif Dasar-Dasar*, (Jakarta: PT indeks, 2012), 3.

dalam penelitian ini, metode yang digunakan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan atau *field research* dan bersifat kualitatif. Penelitian kualitatif adalah suatu penelitian dan pemahaman yang dalam metodologinya menelaah lebih jauh terkait permasalahan maupun fenomena sosial dan juga masalah manusia.⁴⁶ Penelitian ini terfokuskan pada studi tentang budaya pop dalam ritual pra-perkawinan, yang penulis implikasikan atau analisis dalam lingkup masyarakat dan perspektif etika Islam. Alasan menggunakan metode ini adalah untuk mengetahui dan menganalisa tentang budaya pop dalam ritual pra-perkawinan, karena realitanya dalam ritual pra-perkawinan terdapat beberapa hal yang kurang sesuai dengan etika Islam, dan perlu pemahaman lebih. Adapun jenis pendekatan pada penelitian ini yaitu menggunakan pendekatan normatif, filosofis, dan psikologis.

2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian merupakan subjek dari mana data dapat diperoleh, dan dapat memberikan kontribusi sebagai

⁴⁶ Ardial, *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), 249.

informasi atau data untuk kebutuhan peneliti.⁴⁷ Berdasarkan sumbernya, data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu:

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan semua bahan sifatnya tertulis, dan berasal secara langsung /asli dari sumber data pertama yang membahas masalah yang akan dikaji.⁴⁸ Sumber penelitian primer diperoleh para peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian. Adapun pemilihan subjek dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* yang tingkat representatifnya tidak ditentukan pada seberapa banyak jumlah sampel melainkan pada ketajaman dan kedalaman data saat proses penggalan data.⁴⁹ *Purposive sampling* ini bertujuan untuk mengambil sampel bukan didasarkan pada strata, random atau daerah tetapi didasarkan atas adanya tujuan tertentu.⁵⁰

Oleh karena itu, data primer yang dipakai oleh peneliti diperoleh langsung dari subyek penelitian dengan menggunakan alat ukur data yang langsung mengenai objek

⁴⁷ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2010), 172.

⁴⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 187.

⁴⁹ Naniek Kasniyah, *Tahapan Menentukan Informan dalam Penelitian Kualitatif*, (Jogjakarta: Penerbit Ombak, 2012), 44.

⁵⁰ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, 183.

penelitian sebagai informasi yang akan dicari. Sumber primer dalam penelitian ini yaitu beberapa masyarakat yang bersentuhan langsung sekaligus berperan dalam ritual pra-perkawinan, diantaranya; pelaku (yang melangsungkan *engagement*), pihak EO (*event organizer*), pelaku (yang ikut serta dalam *bridal shower*), dan pelaku (yang ikut serta sebagai *bridesmaids*).

Selain itu, juga menggunakan buku-buku tentang *pop culture*, khususnya buku yang berjudul “Teori Budaya dan Budaya Pop Memetakan Lanskap Konseptual Cultural Studies” karya John Storey, buku “*Popular Culture Pengantar Menuju Teori Budaya Populer*” karya Dominic Strinati, buku “*Something Old, Something Bold: Bridal Shower and Bachelorette Parties*” karya Beth Mentomuro, dan tambahan dari Majalah Basis “Pernikahan: Mudah dan Rumit” karya Indri K, juga artikel yang berjudul “5 Hal Kurang Berfaedah dalam Persiapan Pernikahan” karya Shafira Amalia⁵¹, dan juga buku-buku mengenai budaya pop maupun ritual pra-perkawinan.

⁵¹ Shafira Amalia, “5 Hal Kurang Berfaedah dalam Persiapan Pernikahan”, diakses 20 April 2022, <http://magdalene.co/story/persiapan-nikah-kurang-faedah>.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber data yang secara tidak langsung memberikan kontribusi dan memberikan data relevan guna pengumpulan data, contohnya melalui orang lain atau melalui dokumen.⁵² Sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah semua bentuk tulisan baik karya ilmiah, tesis, buku, dan lain-lain yang berkaitan atau relevan dengan penelitian ini, untuk mendukung data primer. Sehingga nantinya akan berfungsi untuk melengkapi data primer.

3. Fokus Penelitian

Adapun yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah seperti dalam pertanyaan penelitian, yaitu memfokuskan “Bagaimana budaya pop dalam ritual pra-perkawinan,” dan “Bagaimana perspektif etika Islam”. Selain itu, untuk mendapatkan hasil yang komprehensif, maka penelitian ini juga mendeskripsikan, membahas dan menarasikan gagasan primer yang menjadi fokus utama penelitian untuk selanjutnya dianalisis lebih dalam.

⁵² Ahmad Tanzeh, *Metodologi Penelitian Praktis*, (Yogyakarta: Teras, 2011), 58.

4. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data diartikan sebagai suatu proses pengadaaan atau mengumpulkan data primer untuk keperluan penelitian. Pengumpulan data merupakan langkah yang sangat penting dan dibutuhkan untuk metode ilmiah, karena pada umumnya data yang diperoleh itu akan digunakan bagaimana mestinya. Pengumpulan data merupakan prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Diantaranya:⁵³

1. Teknik wawancara

Teknik wawancara adalah percakapan dengan tujuan tertentu. Percakapan dilakukan oleh dua pihak, yang satu mengajukan pertanyaan, yang lain memberi jawaban.⁵⁴ Teknik ini digunakan untuk mendapatkan data terkait ritual pra-perkawinan.

Wawancara ini dilakukan kepada masyarakat (informan) yang mengikuti atau melaksanakan ritual pra-perkawinan. Antara lain; kepada pelaku (yang melangsungkan *engagement*), pihak EO (*event organizer*),

⁵³ Tanzeh, *Metodologi Penelitian Praktis*, 83.

⁵⁴ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1997), 135.

pelaku (yang ikut serta dalam *bridal shower*), dan pelaku (yang ikut serta sebagai *bridesmaids*).

Peneliti menggunakan wawancara terstruktur dan tidak terstruktur. Wawancara terstruktur yaitu pada awalnya peneliti mengajukan beberapa pertanyaan terstruktur, kemudian satu persatu diperdalam guna mencari informasi lebih lanjut, sehingga nantinya jawaban yang diperoleh dapat mencakup semua variabel, dengan informasi yang lengkap dan mendalam. Sedangkan wawancara tidak berstruktur adalah wawancara yang sifatnya bebas, dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Wawancara tidak berstruktur sering digunakan pada penelitian pendahuluan untuk menggali suatu permasalahan yang terjadi.

Peneliti melangsungkan wawancara pada beberapa informan yang memang mengikuti maupun berkontribusi dalam ritual pra-perkawinan untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam, hingga peneliti merasa cukup atas informasi yang dibutuhkan.

2. Teknik dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, buku, transkrip, artikel, surat kabar, majalah, notulen rapat, video, rekaman, foto-foto, dan sebagainya.⁵⁵ Teknik dokumentasi ini digunakan untuk menghasilkan data primer dan sekunder.

5. Teknik Analisis data

Teknik analisis data dari data-data yang terkumpul melalui teknik di atas, maka selanjutnya dalam menganalisis data, peneliti menggunakan teknik analisa data dengan metode sebagai berikut :

a. Reduksi Data

Pada tahapan reduksi data, peneliti melakukan pemilahan dan pemilihan data mana yang lebih relevan dengan tema-tema yang akan dianalisis sehingga kemudian diketahui data mana yang harus dipertajam.⁵⁶ Pada penelitian ini, analisis data yang digunakan yaitu dengan menggunakan metode deskriptif analisis. Deskriptif analisis merupakan penelitian yang mendeskripsikan objek apa adanya. Tujuannya adalah untuk menggambarkan secara sistematis

⁵⁵ Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, 204.

⁵⁶ Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2009), 151.

terkait fakta, objek, atau subjek apa adanya dengan tujuan menggambarkan karakteristik objek yang diteliti secara tepat.⁵⁷ Metode deskriptif analisis digunakan dalam rangka memaparkan secara umum tentang bagaimana budaya pop dalam ritual pra-perkawinan, kemudian mendalami, menganalisa sekaligus merespon dan bagaimana perspektif etika Islam. Maka dengan menggunakan metode tersebut dapat menggambarkan, dan menguraikan pembahasan tentang budaya pop dalam ritual pra-perkawinan. Sehingga akan didapat informasi dari pemikiran tersebut secara komprehensif.

b. Penyajian Data

Penyajian data dilakukan setelah mereduksi kemudian mendisplay data (menyajikan data), biasanya dilakukan dengan uraian singkat berupa teks yang bersifat naratif, dan bisa dilengkapi dengan grafik, bagan, matrik, dan jaringan. Pada tahap ini diharapkan peneliti mampu menyajikan data terkait empat ritual pra-perkawinan.

⁵⁷ Etta Mamang Sangadji, Sopiah, *Metodologi Penelitian, - Pendekatan Praktis Dalam Penelitian*, (Yogyakarta: C.V. Andi Offset, 2010), 24 – 171.

c. Verifikasi atau Kesimpulan

Penarikan kesimpulan dan verifikasi. Pada tahap ini diharapkan mampu menjawab rumusan masalah, mampu menemukan temuan baru yang belum pernah ada, gambaran objek yang lebih jelas, serta diharapkan dapat menjawab rumusan peneliti secara lebih kongkrit dan kredibel.⁵⁸

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan ini terbagi menjadi lima bab yang masing-masing memiliki titik tekan pembahasan yang berbeda-beda, akan tetapi masih dalam satu kesatuan yang saling mendukung dan saling melengkapi. Adapun sistematika penulisannya sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, bab dengan memuat: latar belakang masalah, pertanyaan penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, metode penelitian yang terdiri dari jenis dan pendekatan penelitian, sumber data, fokus penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan sistematika pembahasan.

Bab II *Pop Culture* dan Etika Konsumsi. Terdapat lima sub bab yang dipakai untuk menopang penjelasannya. Kelima sub bab tersebut antara lain: *pop culture*, konsep *tabẓīr* dalam Islam, konsep

⁵⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, 345.

isrāf dalam Islam, serta keadilan dan kebijaksanaan dalam etika Islam.

Bab III Budaya Pop dalam Ritual Pra-Perkawinan. Yang meliputi, pembahasan mengenai beberapa sub bab. Sub bab pertama menguraikan tentang perkawinan dan gaya hidup, sub bab kedua menguraikan tahapan upacara (perayaan) perkawinan, meliputi: *engagement, prewedding, bridal shower, dan bridesmaids*. Sub bab ketiga menguraikan mengenai eksistensi dalam perkawinan, sub bab keempat menguraikan tentang relasi perkawinan dengan media sosial dan EO (*Event Organizer*), kemudian sub bab kelima menguraikan tentang corak konsumsi ritual pra-perkawinan sekaligus hasil dari penelitian.

Bab IV Analisis Budaya Pop dalam Ritual Pra-Perkawinan dan Perspektif Etika Islam. Bab ini akan menganalisis hasil penelitian untuk menjawab mengenai pertanyaan pertama dan kedua dalam penelitian ini, yakni: *pertama*, bagaimana corak budaya pop dalam ritual pra-perkawinan, dan *kedua*, bagaimana budaya pop ritual pra-perkawinan dalam perspektif etika Islam.

Bab V Penutup. Bab ini merupakan refleksi dari keseluruhan penelitian. Dengan adanya refleksi ini diharapkan kepada penyimpulan akhir sehingga mampu menjawab fokus kajian yang telah ditentukan dalam penelitian tesis ini.

BAB II

POP CULTURE DAN ETIKA KONSUMSI

A. Pop Culture

Spektrum antara globalisasi dan budaya, kian berkembang menggiring nalar maupun opini dalam segala lingkup kehidupan masyarakat. Kuatnya peran globalisasi, media, teknologi, maupun komunikasi, menjadikan budaya terus eksis ke berbagai kalangan. Oleh karena itu, kemudian memunculkan suatu istilah ‘baru’ dalam lingkup budaya, yaitu *pop culture* atau budaya populer dengan segala produknya. Entah dalam bentuk tren maupun budaya dalam suatu masyarakat.

1. Pengertian *Pop Culture*

Pengertian tentang budaya populer (*pop culture*) terdapat beberapa definisi. Beberapa cara untuk mengetahui definisi *pop culture*, antara lain: *pertama*, dilihat dari arti kata *pop culture* itu sendiri, yang memiliki arti budaya populer. *Kedua*, dengan mempertimbangkan budaya yang tertinggal atau rendah. Dikarenakan *pop culture* menghasilkan produk trend terbaru, maka trend juga bisa dikatakan sebagai produk dari *pop culture*. Yang *ketiga*, dengan cara menetapkan *pop culture* sebagai budaya massa. Karena dalam realitanya, *pop culture* sangat dekat

dengan media massa sebagai wadah, guna lestarnya *pop culture* di berbagai kalangan yang terlibat atau yang menggunakan media massa. Adapun yang *keempat*, *pop culture* didefinisikan sebagai budaya yang berasal dari “rakyat”.¹

Seperti menurut John Fiske, budaya populer di suatu sisi di produksi untuk kepentingan dan keuntungan tersendiri, di sisi lain, budaya populer juga merupakan budaya masyarakat.² Karena pada hakekatnya, budaya populer adalah produk dari rakyat atau masyarakat industrial, yang menghasilkan kebudayaan dalam jumlah besar, dan dalam prakteknya sering kali dengan bantuan teknologi produksi, distribusi, dan penggandaan-massal. Sehingga mudah dijangkau oleh masyarakat luas.³⁴

Pop culture atau budaya populer akrab disingkat sebagai budaya pop. Budaya populer mulai tumbuh dan lestari di kalangan masyarakat modern pada abad ke-20. Ketika membahas mengenai budaya pop, maka secara tidak langsung akan terkait dengan media massa. Dimana media massa juga merupakan salah

¹ John Storey, *Teori Budaya dan Budaya Pop Memetakan Lanskap Konseptual Cultural Studies*, (Yogyakarta: Qalam, 2004), 10.

² John Fiske. *Memahami Budaya Populer*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2011), 25.

³ Arie Heryanto, *Budaya Populer di Indonesia: Mencairnya Identitas Pasca-Orde Baru*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2012), 9.

satu jenis kebudayaan yang saling hubungan dan memiliki peran penting dalam proses meluasnya produksi budaya pop.⁵ Lebih lanjut mengenai budaya populer, dimana eranya manusia mulai beranggapan bahwa lebih penting estetika dari pada esensi maupun substansi, mengutamakan kebahagiaan yang semu daripada literasi, cara berfikir yang instan dan malas untuk berprogres. Budaya populer bahkan membentuk kebiasaan-kebiasaan dalam tindakan keseharian.⁶

Pola hidup yang serba instan terbentuk karena berpikir mengikuti cara pikir budaya populer. Beberapa manusia tidak lagi memikirkan esensi apa yang akan mereka perbuat atau apa yang mereka senangi. Melainkan terbuai dengan hal-hal yang instan, tidak berfikir kritis, hanya untuk kebahagiaan sesaat. Bahkan mereka akan merasa ‘katro’ atau ketinggalan dan tidak ‘kekinian’, jika tidak mengikuti apa yang sedang orang lain lakukan, sesuai dengan tren atau budaya terkini.⁷

Seperti halnya menurut pendapat Chris Barker bahwasanya budaya pop merupakan budaya massa yang

⁵ Yasraf Piliang & Jejeng Jahalani, *Teori Budaya Kontemporer (Penjelajahan Tanda dan Makna)*, (Yogyakarta : Aurora Cantrik Pustaka, 2018), 166.

⁶ Yasraf Piliang & Jejeng Jahalani, *Teori Budaya Kontemporer*, (Penjelajahan Tanda dan Makna), 172.

⁷ W.M. Barkri SJ, *Filsafat Kebudayaan Sebuah Pengantar*, (Yogyakarta: Kanisius, 1992), 113.

diproduksi secara komersil, terbentuk melalui produksi makna populer yang terbentuk pada saat konsumsi. Budaya pop dominan bersifat kapitalis yang hanya memikirkan kepentingan berbasis komoditas semata, karena bukan dihasilkan oleh masyarakat.⁸ Karena pada mulanya, kajian tentang budaya pop sangat dekat dengan peran Amerika Serikat dalam memproduksi dan menyebarkan budaya populer. Aspek budaya pop yang Amerika Serikat sebarakan telah menanam akar yang begitu kuat dalam budaya pop, antara lain melalui televisi, Mc.Donald, Hollywood, dan masih banyak lainnya.⁹ Jadi, ironisnya dari budaya pop adalah arahnya tergolong manipulatif karena memang tujuan akhirnya adalah supaya dikonsumsi tanpa memikirkan nilai guna maupun esensinya.

Tidak sebatas *pop culture* sebagai kebudayaan produk masyarakat dan budaya terkini saja, *pop culture* juga merupakan situs perlawanan. Brooks menyatakan bahwa *pop culture* adalah sebuah gerakan sosial, representasi subkultur dan dapat pula menjadi sebuah situs perlawanan. Kajian budaya pop yang berkembang, selalu menekankan pada agensi dari penduduk kebanyakan yang memperebutkan dan memproduksi makna

⁸ Chris Barker, *Cultural Studies Teori & Praktik*, terj. Nurhadi, (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2004), 50-51.

⁹ Sarah Fella & Abdus Sair, "Menjadi Korea": Melihat Cara, Bentuk, dan Makna Budaya Pop Korea bagi Remaja di Surabaya," *Jurnal Urban Sociology* 3 (2021): 8, diakses 20 Agustus 2022, doi: 10.30742/juz.v3i2.1232.

budaya.¹⁰ Hal tersebut dikarenakan budaya yang bersifat dinamis, dapat pula bercampur, berakulturasi, berasimilasi, bahkan ter-(re)konstruksi.¹¹ Sehingga dengan mudahnya merebak dan lestari bahkan dalam kehidupan sehari-hari.

Terdapat *best combo* juga di arena budaya, dikarenakan terjadinya (re)kontruksi pemahaman nilai-nilai budaya dan identitas diri. Maka, tidak heran ketika masyarakat era modern ini yang hidup di era krisis identitas, jadi mudah dimasuki sesuatu yang menghidupkan identitas dan eksistensi diri mereka. Oleh karena itu, dengan adanya *pop culture*, banyak pihak yang berusaha berkontribusi untuk ikut serta dalam pemaknaan budaya dengan berbagai eksistensinya. Baik untuk eksistensi perlawanan suatu gerakan sosial, maupun lainnya.

Pop culture sebagai wadah konstruksi sosial tingkat tinggi, tentu begitu besar pengaruh yang dihasilkan atau disebarluaskan. Dengan begitu, *pop culture* juga merupakan media untuk menjembatani dibentuknya pergulatan berbagai ide dan juga identitas. Melalui beragam media dan teknologi, dengan segala pembaharuannya yang senantiasa mengikuti

¹⁰ Ann Brooks, *Postfeminisme & Cultural Studies, Sebuah Pengantar Paling Komprehensif*, terj. S. Kunto Adi Wibowo, (Yogyakarta: Jalasutra, 2009), 212-123.

¹¹ Melly Ridaryanthi, "Bentuk Budaya Populer dan Kontruksi Perilaku Konsumen Studi terhadap Remaja," *Jurnal Visi Komunikasi* 13 (2014): 91, diakses 18 Agustus 2022, doi: 10.22441/jvk.v13i1.379.

perkembangan zaman.¹² Alhasil, dalam pergulatan media, *pop culture* berfungsi untuk menarik massa supaya terus terhegemoni untuk mengonsumsinya.

Sebagai budaya yang disukai oleh banyak orang, budaya pop juga termasuk budaya yang menyenangkan banyak orang. Dengan segala tren terkini sekaligus kuasa hegemoninya melalui media massa sebagai perantaranya.¹³ Dengan eksisnya budaya atau media massa, kaum minoritas akan semakin terhegemoni oleh *pop culture* sebagai penguasa, dan dapat meningkatkan keuntungan dengan jumlah yang besar bagi para kaum komoditas. Ironinya, beberapa manusia yang cenderung memiliki sisi kritis yang rendah, juga wawasan yang kurang luas, cenderung hanya mengikuti tren terkini tanpa tahu menahu tentang esensi dari tren tersebut, karena sebatas untuk pemuasan eksistensi diri. Oleh karena kondisi tersebut, manusia yang kurang kritis semakin terlihat mudah terpengaruh hegemoni *pop culture*.

Terkait lebih lanjut bagaimana titik krusial *pop culture*, terdapat guncangan budaya ataupun media terhadap diskursus

¹² Michelle Stack & Deirdre M.Kelly, "Populer Media, Education, and Resistance dalam Canadian," *Journal of Education*, No.1, (2006): 15-16, diakses 23 April 2022, doi: <http://www.jstor.org/stable/20054144>.

¹³ Gabriela Laras Dewi Swatika, dkk, "Tren *Shopee Haul* dalam *Platform* Tiktok: Sebuah Tinjauan Budaya Pop dan Tontonan," *jurnal ASPIKOM 2* (2021): 60, diakses 19 Agustus 2022.

dalam kehidupan manusia. Kesanggupan media untuk merefleksikan kehidupan manusia yang hidup di dalam masyarakat kapitalis patriarkal merupakan hal yang genting. Teori-teori yang memandang media maupun budaya populer (*pop culture*) memainkan suatu peranan penting dalam konstruksi realitas.¹⁴

Berbicara tentang budaya, tentu beragam hal dalam kehidupan masyarakat yang secara tidak sadar telah dipengaruhi dan terkontaminasi oleh budaya dalam bentuk budaya kolektif yang secara konsensus sudah dipahami bersama. Budaya kolektif wujudnya adalah beberapa perilaku nonverbal mengenai cara berbicara, dan lain sebagainya, termasuk juga tren yang dikonstruksikan oleh masyarakat.¹⁵ Aliansi antara tren dan budaya pop menjadikan adanya transfer nilai budaya dalam budaya pop, yang menciptakan kesamaan selera terhadap budaya pop tertentu, dan bahkan dapat mengancam eksistensi budaya maupun masyarakat lokal. Karena dengan seringnya mengonsumsi budaya pop, maka secara tidak langsung, budaya pop akan menjadi bagian dari kehidupan keseharian masyarakat, bahkan menjadi suatu keharusan yang harus diikuti. Yang

¹⁴ Dominic Strinati, *Popular Culture Pengantar Menuju Teori Budaya Populer*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2010), cet II, 299-300.

¹⁵ Barbara M Freeman, "A Public Sense of Ourselves: Communication and Community Building in Canada's," *Westminster Papers* 8 (1989): 143-168.

kemudian bersangkutan dengan norma, nilai, dan gaya hidup lalu diadaptasi dari hasil dalam mengonsumsi budaya tersebut.¹⁶

Dengan demikian, dampak *pop culture* bagi masyarakat bisa dilihat dari dua sisi yang berbeda. Bagi manusia yang hidupnya terhegemoni untuk mengikuti tren atau arus budaya yang ada, maka manusia hanya akan tersandera oleh budaya yang ada. Pola pikirnya akan terbatas dan wawasannya tidak luas. Sedangkan manusia yang hidupnya tidak hanya mengikuti arus trend media saja, akan tetapi bisa menyesuaikan diri, terbuka pola pikirnya, sekaligus memiliki batasan terhadap euforia yang sedang gempar, maka secara tidak langsung akan berusaha berfikir kritis dan hidupnya tidak terbatas memikirkan eksistensi saja, melainkan sadar akan esensi.

2. Karakter Media Massa sebagai Representasi Budaya Populer

- a. Budaya populer dihasilkan melalui teknik-teknik industrial produksi massa dan dipasarkan untuk mendapatkan keuntungan kepada khalayak konsumen massa. Budaya populer diproduksi untuk memenuhi pasar massal.¹⁷ Produksi massa telah menghasilkan budaya massa yang telah menjadi

¹⁶ Afidatul Ulum Al Amroshy, "Hegemoni Budaya Pop Korea pada Komunitas Korea Lovers Surabaya (KLOSS)", *Jurnal Paradigma* 2 (2014): 2, diakses 15 Agustus 2022.

¹⁷ Dominic Strinati, *Popular Culture: Pengantar Menuju Teori Budaya Populer*, terj. Mukhid Abdul, (Yogyakarta: Narasi Pustaka Promothea, 2014), 13.

populer. Dengan demikian, budaya populer adalah berbentuk perilaku sosial dan berkaitan dengan item-item produksi massa.¹⁸

- b. Budaya populer, sebagaimana budaya massa adalah sebuah budaya standar, memiliki rumusan, berulang dan bersifat permukaan, yang mengagungkan kenikmatan remeh, sentimental, sesaat dan menyesatkan dengan mengorbankan nilai-nilai keseriusan, intelektualitas, penghargaan atas waktu dan autentitas.¹⁹
- c. Kebudayaan dapat disebut sebagai motor yang menggerakkan interaksi berbagai domain sosial. Dinamika kebudayaan dapat dipandang sebagai proses yang mengatur tarik-menarik berbagai domain untuk mendapatkan kehidupan sosial yang bermakna bagi masyarakat yang berada dalam berbagai domain tersebut. Melalui media sosial, seseorang dapat melahirkan budaya mereka sendiri untuk dapat dibagi kepada orang lain.²⁰

¹⁸ Graeme Burton, *Media dan Budaya Populer*, terj. Adlin Alfathri, (Yogyakarta: Jalasutra, 2012), 38-39.

¹⁹ Dominic Strinati, *Popular Culture: Pengantar Menuju Teori Budaya Populer*, 18.

²⁰ Chris Barker, *Cultural Studies: Teori dan Praktik*, terj. Nurhadi, (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2015), 50.

3. Ciri Budaya Populer

Sebagai budaya hasil-cipta, rasa, manusia menjadi budaya populer jika memenuhi beberapa ciri-ciri sebagai berikut:²¹

- a. Tren, sebuah budaya yang menjadi tendensi dan diikuti atau digemari oleh banyak orang, dan berpotensi menjadi budaya populer
- b. Keseragaman bentuk, sebagai sebuah ciptaan manusia yang menjadi kiblat yang pada akhirnya diikuti oleh beberapa khalayak (penjiplak). Karya tersebut sebagai pelopor bagi karya-karya lain yang memiliki ciri yang sama, contohnya genre music pop, kpop, dangut, dan masih banyak lainnya.
- c. Adaptabilitas, sebuah budaya populer yang mudah dinikmati dan diadopsi oleh peminatnya, hal ini lebih mengarah ke tendensi/tren.
- d. Durabilitas, budaya populer akan di *notice* berdasarkan durabilitas menghadapi waktu, pelopor budaya populer yang dapat mempertahankan dirinya apabila pesaing yang kemudian muncul tidak dapat menyaingi keunikan dirinya.

²¹ Titi Nur Vidyarini, "Budaya Populer dalam Kemasan Program Televisi," *Jurnal Scriptura* 2 (2008): 35, diakses 19 Agustus 2022, doi: 10.9744/scriptura.2.1.

- e. Profiabilitas, dari sisi ekonomi, budaya populer memiliki potensi menghasilkan keuntungan yang besar bagi industri yang mendukungnya.

B. Konsep *Tabzīr* dalam Islam

Membahas mengenai *tabzīr* merupakan hal yang banyak dibicarakan, sekaligus tergolong banyak spektrum yang mendefinisikan kata *tabzīr* dengan berbagai pendekatan. Secara bahasa atau etimologis, dalam kamus *al-Munawwir*, kata *tabzīr* didefinisikan sebagai boros (تَبْذِير) atau pemboros (المَبْذِير).²² Pembahasan mengenai *tabzīr* juga terdapat dalam Al-Qur'an, salah satu diantaranya yaitu dalam QS al-Isra ayat 26-27 sebagai berikut:

وَأَتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ، وَالْمَسْكِينِ وَالْبَنِ السَّبِيلَ وَلَا تُبْذِرْ تَبْذِيرًا (26) إِنَّ الْمُبْذِرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا (27)

Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin, dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan secara boros. Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya. (QS. al-Isra /17: 26-27).²³

²² Ahmad Warson Al-Munawwir, *Kamus Al-Munawwir*, (Surabaya: Pustaka Progressif, 2002), 68.

²³ Depag RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Surabaya: Surya Cipta Aksara, 1993), 428.

Kata *tabzīr* atau pemborosan diartikan sebagai pengeluaran yang tidak seharusnya, atau pengeluaran yang bukan haq. Oleh karena itu, jika ada seseorang yang mengeluarkan hartanya untuk kebaikan, maka bukan termasuk ke dalam pemborosan. Seperti dalam contohnya Sayyidina Abu Bakar ra membelanjakan seluruh hartanya kepada Rasulullah dalam rangka berjihad di jalan Allah. Begitu pula Sayyidina ‘Utsman yang menggunakan separuh hartanya. Berdasarkan hal tersebut, tentu nafkah mereka diterima oleh Rasulullah dan tidak termasuk dalam kategori pemborosan, dikarenakan hartanya dikeluarkan demi membantu umat Islam. Berbeda lagi jika membasuh wajah lebih dari tiga kali dalam berwudhu, maka dinilai sebagai pemborosan, walaupun berwudhunya di sungai yang mengalir sekalipun.²⁴

Sedangkan dalam *Tafsir al-Azhar*, menurut pendapat Imam Syafi’i, *tabzīr* atau *mubazzir* didefinisikan sebagai membelanjakan atau menggunakan harta secara berlebihan, serta tidak pada jalannya. Sedangkan menurut pendapat Imam Malik, makna *tabzīr* adalah mengambil harta dari jalannya yang benar, tetapi mengeluarkannya dengan jalan yang salah.²⁵ *Tabzīr* bisa dikatakan sebagai tindakan

²⁴ M. Quraish Shihab, *Tafsir al-Misbâh*, Jilid VII, (Jakarta: Lentera Hati, 2002), 449-450.

²⁵ Hamka, *Tafsir Al Azhar*, (Jakarta: PT Pustaka Panji Mas, 1999), Juz XV, 48.

atau perbuatan yang menyalahi aturan, bahkan dalam ibadah sekalipun tidak boleh berlebihan, kecuali berlebihan dalam hal cinta kepada Tuhan. Jadi, menurut pandangan Hamka, *tabzīr* itu sudah masuk ke ranah perbuatan yang batil. Akan tetapi, berlebihan juga terdapat pengecualian, yaitu berlebihan dalam mahabbah. Sudah seharusnya, cinta kepada Tuhan itu boleh saja berlebihan, bahkan dianjurkan. Karena pada hakekatnya, cinta berlebihan pada Tuhan itu tidak berlebihan. Asalkan cintanya itu tulus dan diiringi dengan melaksanakan apa yang diperintahkan Tuhan dan menjauhi segala yang dilarangan-Nya.

Berdasarkan beberapa penjelasan *tabzīr* tersebut, tentu bisa menjadi acuan atau batasan dalam hal konsumsi. Baik dalam hal mengonsumsi harta, membelanjakan uang, maupun lainnya. Disisi lain, larangan untuk tidak boleh menghambur-hamburkan harta secara boros tersebut merupakan hal yang tidak disukai Tuhan, karena dekat dengan kebatilan dan kurang bermanfaat. Seperti ketika melihat dalam kehidupan keseharian, mudah sekali menemukan orang-orang yang berperilaku *tabzīr*, entah disadari maupun tidak. Seperti dalam hal membelanjakan uang untuk hal yang sekunder, misalnya untuk mengikuti tren, gaya hidup yang hedon, menuruti keinginan konsumtif yang tidak ada habisnya, dengan diiringi mengikuti segala perkembangan maupun arus gaya hidup yang kian hari kian berubah.

Adapun klasifikasi dari bentuk-bentuk perbuatan yang menuju ke arah *tabzīr* adalah sebagai berikut:

- a. Menganggap gaya hidup hedon atau hidup mewah, dan hura-hura, sebagai suatu kebahagiaan yang menyenangkan bahkan terkesan ‘harus’ dicapai dengan berbagai cara, hingga tidak memperdulikan larangan dalam agama.
- b. Dalam mencari harta, hanya terfokuskan mencari sampai berlimpah, tanpa peduli halal haram, bahkan menimbulkan keurangan maupun menimbulkan hal-hal yang merugikan.
- c. Mengonsumsi harta secara berlebihan, dan mengabaikan ada manfaat atau tidaknya.
- d. Pelit dalam memakai harta untuk kebaikan.
- e. Berlebihan dalam ibadah.²⁶

Berdasarkan klasifikasi diatas, khususnya poin a dan c, sangat relevan dengan *tabzīr* di pembahasan tesis ini. Hura-hura termasuk dalam kategori *tabzīr* dikarenakan hanya untuk kesenangan semata, dan perilakunya yang terlalu ambis untuk mengikuti tren yang sedang *booming*. Hingga mengabaikan larangan *tabzīr* dalam agama, padahal hal tersebut hanya berlebihan dan minim faedah.

²⁶ Musawi Al-Khomaini, *Telaah Atas Hadis-Hadis Mistis dan Akhlak*, (Bandung: Mizan Puataka), 154.

Jadi, *tabzīr* bisa dikategorikan sebagai perbuatan yang menuju ke hal buruk, karena cenderung mendekati perbuatan stetan²⁷, dan juga karena sikap *tabzīr* dalam aktualnya adalah menghambur-hamburkan harta. Oleh karena itu, *tabzīr* sangatlah kurang bermanfaat atau bahkan sia-sia. Di sisi lain, *tabzīr* juga sebatas untuk pemuasan ego. Ego atau bahkan nafsu, jika terlalu dituruti atau ditinggikan hanyalah sia-sia, karena tidak ada habisnya. Maka, sudah semestinya Islam melarang umatnya untuk tidak melakukan pemborosan (*tabzīr*) dan tidak dianjurkan untuk hidup yang terlalu mengikuti hawa nafsu duniawi.²⁸ Karena Islam lebih mengajarkan umatnya untuk bersikap dan berusaha hidup yang sederhana, sewajarnya, tidak menghambur-hamburkan harta, serta memanfaatkan hartanya sebaik mungkin, dan tidak berlebih-lebihan dalam menggunakannya.²⁹

C. Konsep *Isrāf* dalam Islam

Secara etimologi, kata *isrāf* dalam bahasa arabnya berasal dari kata *سرف* yang memiliki arti ‘berlebih-lebihan atau melampaui batas. Atau memiliki arti lain, yaitu menghamburkan harta yang melebihi

²⁷ M. Quraish Shihab, *Tafsir al-Misbāh: Pesan, Kesan dan Keserasian al-Qur’an*, Vol VII, (Jakarta: Lentera Hati, 2002), 73.

²⁸ Muhammad Nejatullah Siddiqi, *Kegiatan Ekonomi dalam Islam*, Terj. Anas Sidiq, (Jakarta: Bumi Aksara, 1996), 22.

²⁹ Muhammad Mahmud Bably, *Kedudukan Harta Menurut Pandangan Islam*, (Jakarta: Kalam Mulia, 1989), 6.

batas kewajarannya dan mengakibatkan pemborosan.³⁰ Lebih lanjut, kata *isrāf* diartikan dengan melakukan suatu perbuatan diluar batas wajar, yang semestinya perbuatan tersebut sudah cukup dan pantas, tetapi ditambah-tambahi dan melebihi-lebihkan atau terlalu meninggikan sehingga memunculkan suatu hal yang sifatnya sia-sia. Dan menjadi kurang bermanfaat. Kata *isrāf* juga maknanya lebih mengarah ke sifat royal dalam mengonsumsi sesuatu secara berlebihan.³¹

Penjelasan lain terkait *isrāf* juga tertera di dalam QS. al-Furqan/25: 67:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا (67)

Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian. (QS. al-Furqan /25: 67).³²

Ayat diatas menjelaskan terkait; dan apabila berinfak, mereka tidak berlebih-lebihan dan tidak pula kikir, yaitu mereka tidak berbuat boros dalam berinfak, selagi infak tersebut ditengah-tengah kewajarannya, atau pembelanjaan mereka pertengahan diantara

³⁰ Ahmad Mustafa al-Maraghi, *Tafsir al-Maraghi*, terj. Bahrun Abu Bakar, Juz VI, Cet II, (Semarang: Karya Toha Semarang, 1992), 54.

³¹ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi Ketiga, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), 649.

³² QS. Al-Furqan ayat : 67.

keduanya.³³ Hamba-hamba yang mukmin itu jika membelanjakan hartanya, hendaknya mereka tidak mubadzir dan boros untuk menonjolkan kekayaannya, dan tidak adil pula berperilaku kikir dan bakhil dikarenakan terlalu mencintai harta kekayaannya. Akan tetapi mereka berlaku wajar menurut kebutuhan, tidak berlebih-lebihan dan tidak pula menahan diri.³⁴ Jadi, dalam mengeluarkan harta hendaknya bisa adil. Tidak boleh terlalu pelit, tidak boleh juga terlalu menghambur-hamburkan harta tanpa tahu batasannya.

Sedangkan definisi *isrāf* menurut M. Quraish Shihab berdasarkan ayat al-Furqan/25:67 dalam tafsirnya, يسرفوا terambil dari kata سرف yang memiliki arti melampaui batas kewajaran sesuai dengan kondisi yang bernaikah maupun yang diberi nafkah.³⁵ Sifat *isrāf* ini masuk kategori larangan untuk melakukan perbuatan yang melampaui batas, atau tidak boleh berlebih-lebihan dalam hal apapun. Jadi, baik yang diberi maupun yang memberi nafkah, sebanyak apapun harta yang dimiliki, atau merasa cukup bisa menggunakan hartanya untuk bermewah-mewahan, berlebih-lebihan tetap dilarang.

³³ Muhammad Nasib Ar-Rifa'i, *Tafsir Ibnu Katsir*, Jilid VI, terj. Syihabuddin, (Jakarta: Gema Insani Press, 1999), 563.

³⁴ Ibnu Katsier, *Terjemahan Singkat Tafsir Ibnu Katsir*, Jilid 6, (Surabaya: Bina Ilmu), 32.

³⁵ M. Quraish Shihab, *Tafsir al-Misbâh, Pesan, Kesan dan Keserasian Al Qur'an*, (Jakarta: Lentera Hati, 2012), Vol IX, 533.

Selanjutnya, terkait faktor yang melatarbelakangi munculnya perilaku *tabzīr* dan *isrāf* di tengah-tengah masyarakat sekarang ini adalah dikarenakan pengaruh yang begitu besar dari globalisasi yang menyebabkan degradasi nilai-nilai budaya.³⁶ Masyarakat begitu terbuai dengan harta, kecintaannya pada harta justru secara sadar maupun tidak sadar hanya akan menjadikan mereka lebih dekat menuju kategori *tabzīr* dan *isrāf*.

Kesimpulannya, terkait *tabzīr* dan *isrāf* keduanya merupakan perilaku yang di larang dalam Islam. Seperti halnya perilaku berlomba-lomba dalam mengikuti tren yang sedang nge-*hype* dalam kehidupan modern sekarang ini, juga termasuk dalam kategori *i isrāf* dan *tabzīr*. Karena perilaku tersebut bisa dikatakan sebagai perilaku tergesa-gesa dalam mengelola harta, dimana sudah seharusnya seseorang itu memprioritaskan kebutuhan primer terlebih dahulu, kemudian baru kebutuhan sekundernya.³⁷ Disisi lain, kebanyakan dari mereka yang menggebu-nggebu dalam mengikuti tren tersebut, dikarenakan ingin lebih terlihat eksistensinya, dan termasuk berlebihan karena terlalu memaksakan diri untuk ikut serta mengejar

³⁶ Febri Yanti, “Dinamika Kecenderungan Gaya Hidup Hedonis dan Perilaku Seks Bebas pada Remaja Putri,” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Bimbingan dan Konseling FKIP Unsyiah* (2016) : 41.

³⁷ Yogi Imam Perdana, “Penafsiran Fahrudin al-Razi tentang Ayat-ayat *Isrāf* dan *Tabzīr* serta Relevansinya dengan Kehidupan Modern”, *Jurnal Hadharah* 12 (2018): 15, diakses 19 Agustus 2022.

kebutuhan dunia yang justru hanya mempersulit diri sendiri. Jadi, pada intinya setiap perbuatan yang berlebihan adalah cenderung pada perbuatan setan. Karena itu, dalam melakukan tindakan harus berusaha untuk berada pada posisi di tengah-tengah. Tidak boros, tidak berlebih-lebihan, dan juga tidak pelit atau kikir. Akan tetapi ditengah-tengahnya, yaitu sewajarnya saja. Karena sudah semestinya dalam berperilaku maupun dalam bertindak itu harus bisa adil.

D. Keadilan dan Kebijaksanaan dalam Etika Islam

Diskursus pergulatan tentang etika atau moralitas menjadi salah satu bidang kajian dalam filsafat yang sangat menggairahkan untuk dikaji. Dengan segala kritikan maupun penyempurnaan, pembahasan mengenai etika tidak pernah padam untuk diperbincangkan, bahkan dimulai dari zaman Yunani hingga abad ke 21 ini.³⁸ Hal tersebut dikarenakan etika digunakan sebagai refleksi kritis, metodis, dan sistematis terkait bagaimana polemik tingkah laku manusia, dan berkaitan dengan spektrum norma. Spektrum normatif ini merupakan sudut pandang yang menjadi ciri khas bagi

³⁸ Rusfian Efendi, "Etika dalam Islam: Telaah Kritis terhadap Pemikiran Ibn Miskawaih," *Jurnal Filsafat dan Pemikiran Islam* (19) 2019: 79, diakses 16 Agustus 2022, doi: 10.14421/ref.2019.1901-05.

etika, dibandingkan dengan ilmu-ilmu lain³⁹ yang juga membahas tentang tingkah laku manusia.⁴⁰

Membahas mengenai etika, jika ditarik lebih luas lagi, maka akan berhubungan dengan moral dan akhlak, karena ketiganya merupakan serangkaian hal yang sangat *urgent* dalam kehidupan manusia.⁴¹ Ketiganya sama-sama memiliki peran penting untuk mendorong kehendak manusia agar berperilaku baik.⁴² Seperti halnya peranan yang kuat dari agama, yang senantiasa membatasi hal-hal yang tidak boleh dilakukan dan mengatur baik buruk manusia. Dengan demikian, secara tidak langsung dapat dikatakan bahwa terdapat perpaduan yang harmonis antara agama dan akhlak. Dimana keduanya berfungsi untuk memperbaiki tingkah laku perbuatan manusia.⁴³

Selanjutnya dalam etika Islam, etika atau sering digunakan dengan kata *akhlaq*, dijadikan sebagai sebuah pola pikir yang memberikan kontribusi begitu besar terhadap pemikiran keislaman, terkait bagaimana seharusnya manusia itu hidup dengan berperilaku

³⁹ Psikologi, antropologi, sosiologi, dan lain-lain.

⁴⁰ K. Bertens, *Etika*, (Jakarta: Gramedia, 2005), 26-27.

⁴¹ Nizar, "Pemikiran Etika Ibnu Miskawaih," *Jurnal Aqlam* (2016): 36, diakses 15 Agustus 2022, doi: 10.35905/kur.v10i1.584.

⁴² Ahmad Amin, *Al Akhlak*, terj. Farid Ma'ruf, *Etika: Ilmu Akhlak*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1993), 6-7.

⁴³ Safii, "Ibn Miskawaih Filsafat *al-Nafs* dan *al-Akhlāq*," *Jurnal Teologia* 25 (2014): 7, diakses 28 Juli 2022, doi: 10.21580/teo.2014.25.1.344.

yang baik menurut Al-Qur'an dan Sunnah.⁴⁴ Sebagai salah satu objek dari tasawuf, urgensi tentang akhlak memiliki peranan yang sangat penting. Terlebih lagi ketika melihat situasi masyarakat yang sedang mengalami degradasi nilai-nilai akhlak, seperti gaya hidup hedonis, hidup hura-hura untuk mengikuti segala tren dan arus budaya. Hal tersebut dikarenakan dampak negatif yang begitu nyata dari budaya asing yang mengikis dengan penuh tipu daya, hingga manusia kehilangan nalar dan eksistensi sebagai makhluk yang berakhlak.⁴⁵

Keadilan menurut tokoh etika Islam tentu terdapat berbagai gagasan atau pemikiran. Seperti Naṣīr al-Dīn al-Ṭūsī dan al-Ghazālī, terpengaruh oleh pemikiran etika Ibn Miskawayh. Namun, ia juga dipengaruhi oleh tokoh-tokoh Yunani seperti Plato, Aristoteles, Galen, Stoa dan Syariah Islam.⁴⁶ Di sisi lain, meskipun pemikiran Ibn Miskawaih telah berhasil mempengaruhi tokoh-tokoh selanjutnya, tidak dapat dipungkiri bahwa ia juga dipengaruhi oleh tokoh etika/filsuf muslim, seperti al-Kindī, al-Fārābī, dan al-Rāzī. Dengan

⁴⁴ Rahmat Setiawan, "Etika Sufistik: Relevansinya terhadap Pencegahan Krisis Moral," *Jurnal Dialogia* (2019): 285, diakses 27 Juli 2022, doi: 10.21154/dialogia.v17i.1863.

⁴⁵ Akilah Mahmud, "Akhlak Islam menurut Ibnu Miskawaih," *Jurnal Aqidah* 6 (2020): 85, diakses 16 Agustus 2022, doi: 10.24252/aqidahta.v6i1.15566.

⁴⁶ Osman Amin, *Lights on Contemporary Moslem Philosophy*, (Kairo: The Renaissance Bookshop, 1958), 42-43.

demikian, Ibn Miskawaih adalah seorang filsuf Muslim yang mengharmonisasikan pemikiran etika melalui Yunani dan Islam.⁴⁷

Menurut penjelasan rinci para filosof Muslim, tidak seperti filosof lainnya, mereka telah menyelaraskan akal budi dengan wahyu. Namun pada hakikatnya yang disebut keadilan filosofis adalah keadilan rasional, yang pada hakikatnya bersifat naturalistik. Keadilan mendorong seseorang untuk melakukan apa yang benar. Keadilan versi al-Kindi merupakan keadilan yang didasarkan pada akal budi, sehingga dapat dikatakan, keadilan rasional. Di sini al-Kindi merefleksikan bahwa keadilan rasional sebagai keseimbangan antara keadilan Ilahi dan Keadilan Alamiah (natural).⁴⁸

Teori keadilan al-Farabi berkaitan erat dengan teori-teori tatanan politiknya (*as-siyasah al-madaniyah*) yang didiskusikan dalam beberapa bagian karyanya yang utama. Keadilan menurut al-Farabi kebaikan-kebaikan tertinggi yang diupayakan manusia untuk diolah dan ditanam dalam dirinya dan merupakan pondasi yang di atasnya ditegakkan tatanan politik.⁴⁹

⁴⁷ Seyyed Hossein Nasr dan Oliver Leaman (ed), *Ensiklopedi Tematis Filsafat Islam Buku Pertama*, terj. dari *History of Islamic Philosophy*, (Bandung: Mizan, 2003), 317.

⁴⁸ Agus Romdlon Saputra, "Konsep Keadilan menurut Al-Qur'an dan Para Filosof," *Jurnal Dialogia* 10 (2012): 191-192, diakses 15 Oktober 2022, doi: 10.21154/dialogia.v10i2.310.

⁴⁹ Hesti Pancawati, "Pemikiran Al-Farabi tentang Politik dan Negara," *Jurnal Aqlania* (2018): 99, diakses 19 Oktober 2022, doi: 10.32678/aqlania.v0i01.2063.

Ibnu Sina mengembangkan konsep keadilannya dari perspektif kontrak sosial di mana kota yang adil dibangun. Kota adil tersusun dari tiga kelas yaitu administrator, artisan (pekerja yang ahli) dan wali (pelindung). Setiap kelas pasti memiliki seorang pemimpin yang membawa pemimpin lainnya ke bawah, setiap orang harus melakukan hal-hal sesuai dengan bakat dan minatnya masing-masing, dan bertanggung jawab kepada penguasa. Penguasa harus bertindak demi kepentingan umum (*khoir*) dengan ketegasan, kejujuran, dan kebijaksanaan tertinggi. Keadilan sebagai tujuan kota yang adil, definisi Ibnu Sina lebih jelas dari yang dikemukakan oleh Farabi.⁵⁰

Sementara itu, menurut Ibnu Khaldun sebagaimana pembangunan tidak dipahami dalam konteks yang sempit, tetapi dalam konteks yang lebih komprehensif yang mencakup keadilan bagi seluruh umat manusia. Keadilan dalam konteks ini tidak dapat tercapai jika masyarakat tidak saling peduli dari segala bentuk ketidakadilan kepada setiap orang melalui persaudaraan dan kesetaraan sosial, pemenuhan kewajiban sosial dan ekonomi, serta pencegahan kekejaman.⁵¹

⁵⁰ Agus Romdlon Saputra, "Konsep Keadilan menurut Al-Qur'an dan Para Filosof," *Jurnal Dialogia* 10 (2012): 191-192, diakses 15 Oktober 2022, doi: 10.21154/dialogia.v10i2.310.

⁵¹ Amir Nuruddin, *Keadilan dalam Al-Qur'an*, (Jakarta: Hijri Pustaka Utama, 2008), 45.

Keadilan versi Ibn Rusyd adalah suatu kebajikan, kualitas kejujuran, dan pengendalian diri. Orang yang adil adalah orang yang memiliki dan mempraktikkan sifat-sifat di atas, dan orang yang benar-benar adil adalah orang yang memiliki sifat-sifat di atas dan memiliki kecakapan dalam hal kepemimpinan.. Oleh karena itu, segala sesuatu yang mengharuskan terwujudnya keadilan dalam jiwa manusia, juga membutuhkan keadilan dalam kehidupan berbangsa dan bernegara.⁵²

Disisi lain, keadilan merupakan salah satu pemikiran etika Ibn Miskawaih dalam bukunya *Tahdzīb al-Akhlāq*, ia banyak memaparkan mengenai keadilan. Karyanya ini mencoba menunjukkan bagaimana untuk memperoleh watak-watak yang lurus untuk menjalankan tindakan-tindakan yang secara moral benar terorganisasi dan tersistem.⁵³

Selanjutnya, etika Islam dengan berbagai tokoh yang mengakajinya pada intinya merupakan usaha yang mengatur dan mengarahkan manusia ke jenjang akhlak yang baik sesuai dengan petunjuk dari Allah.⁵⁴ Mengenai diskursus etika Islam dan keadilan dalam tesis ini, peneliti memfokuskan untuk menelaah menggunakan

⁵² Fauzan, "Pemikiran Politik Ibnu Rusyd," *Jurnal Kalam* 9 (2015): 360, diakses 17 Oktober 2022.

⁵³ Dedi Supriyadi, *Pengantar Filsafat Islam*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013), 114.

⁵⁴ Hamzah Yakub, *Etika Islam*, (Bandung: Diponegoro, 1981), 14.

keadilan menurut etika Islam Ibn Miskawaih, yang memiliki pokok pembahasan; bagian-bagian jiwa, bagian-bagian kebajikan, dan keadilan sebagai titik tengah.

Adapun untuk pembahasan lebih lanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Bagian-bagian Jiwa

Seperti halnya dalam pandangan kaum sufi, akhlak maupun sifat seseorang tergantung pada jenis jiwa seperti apa yang berkuasa dan dominan di dalam dirinya.⁵⁵ Diskursus mengenai jiwa, lebih dalam dibahas oleh Ibn Miskawaih⁵⁶ dalam tiga fakultas jiwa. Tiga diantaranya adalah:

- a. Fakultas yang berkaitan dengan refleksi, memahami, dan mempertimbangkan segala realitas, yaitu jiwa berfikir. Jiwa ini dijadikan sebagai sumbernya berbagai pertimbangan dan tingkah laku.⁵⁷ Ketika jiwa ini bisa dikendalikan dan dipakai untuk segala hal baik, maka sudah ada satu poin menuju kebaikan. Karena jiwa ini termasuk jiwa inti untuk penentu jiwa lainnya.

⁵⁵ Rosihon Anwar, *Akhlak Tasawuf*, (Bandung, Pustaka Setia, 2010), 223.

⁵⁶ Sebagai intelektual muslim pertama di bidang filsafat etika.

⁵⁷ Syamsul Bakri, "Pemikiran Filsafat Manusia Ibnu Miskawaih: Telaah Kritis atas Kitab *Tahdzib Al-Akhlaq*," *Jurnal Al-A'raf* 15 (2018): 152, diakses 23 Agustus 2022, doi: 10.22515/ajpif.v15i1.1102.

- b. Fakultas yang berkaitan dengan amarah, keberanian, mengambil resiko dalam bahaya, hasrat ingin mendominasi, menjaga harga diri, dan berbagai macam jenis kehormatan. Fakultas jiwa ini dinamakan dengan jiwa amarah.⁵⁸ Amarah merupakan sesuatu yang ketika tidak dikendalikan dengan baik, hanya akan menghilangkan segala kebaikan. Dengan adanya amarah, hal-hal yang harusnya bisa dilakukan secara sabar dan tidak penuh nafsu, menjadi hilang dan terkontaminasi oleh kemarahan yang bisa mempengaruhi segala hal baik.
- c. Fakultas yang berkaitan dengan keberanian, kenikmatan makan dan minum, bersenggama serta kenikmatan indrawi-indrawi lainnya, disebut jiwa binatang (*syahwiyah*).⁵⁹ Dalam fakultas ini, tentu harus bisa mengendalikan nafsunya dengan baik. Karena ketika fakultas ini tidak terlalu dipedulikan, yang ada hanyalah kehilangan jiwa-jiwa semestinya manusia, dan yang dominan hanyalah sifat-sifat kebinatangan.

⁵⁸ Muhammad Yunus Musa, *Falsafah Al-akhlaq Al-Islam*, (Kairo: Muassasah Al Khonji, 1963), 45.

⁵⁹ Rusfian Efendi, "Etika dalam Islam: Telaah Kritis terhadap Pemikiran Ibn Miskawaih," *Jurnal Filsafat dan Pemikiran Islam* (19) 2019: 88, diakses 16 Agustus 2022, doi: 10.14421/ref.2019.1901-05.

2. Bagian-bagian Kebajikan (Kebaikan)

Berdasarkan fakultas dalam jiwa diatas, Ibn Miskawaih membagi kebajikan menjadi empat bagian, diantaranya⁶⁰:

a. Kebajikan pengetahuan

Kebajikan pengetahuan berasal dari aktivitas jiwa rasional. Kebajikan ini dapat diperoleh ketika jiwa digunakan untuk mencari pengetahuan yang benar, dengan kualitas nalar manusia yang digunakan untuk menentukan pilihan-pilihannya serta untuk membedakan antara mana yang baik dan yang buruk. Ketika kebajikan ini telah berhasil dicapai oleh jiwa, maka ia akan diiringi oleh kebajikan kearifan.⁶¹ Kunci utama dari manusia yang cerdas dan tidak gampang tergoyahkan urusan dunia adalah dengan mengendalikan pikiran dengan semestinya. Karena dengan pengendalian pikiran, daya pikir, dan nalar, maka setidaknya dapat menghindari dari hal-hal yang sifatnya dapat membuat manusia gampang terbuai, lalai, dan terbawa arus. Hanya dengan pikiran yang tidak sehat dan tidak sesuai dengan jiwa yang baik, maka akan mempengaruhi kebajikan-kebajikan lainnya.

⁶⁰ Ibn Maskawaih, *Menuju Kesempurnaan Akhlak*, terj Helmi Hidayat, (Bandung: Mizan. 1998), 44.

⁶¹ Iskandar Zulkarnain, "Teori Keadilan: "Pengaruh Pemikiran Etika Aristoteles kepada Sistem Etika Ibn Miskawaih," *Jurnal Madani* 1 (2018): 154, diakses 21 Agustus 2022, doi: 10.33753/MADANI.V1I1.8.

b. Kebajikan sikap sabar

Kebajikan ini berasal dari aktivitas jiwa yang amarah. Ketika jiwa mulai patuh dan mengikuti dengan jiwa rasional, maka kebajikan ini akan tercapai diiringi oleh kebajikan sikap berani.

c. Kebajikan sikap sederhana

Kebajikan sikap sederhana ini berasal dari aktivitas jiwa yang memiliki sifat kebinatangan atau hawa nafsu yang tinggi. Apabila jiwa ingin bisa mencapai sikap sederhana, maka hawa nafsu harus dikendalikan oleh jiwa berpikir, tidak menentang apa yang diputuskannya, dan tidak menurui hati dalam mengejar ego atau keinginannya sendiri. Maka, ketika jiwa sudah mencapai sikap sederhana, secara tidak langsung akan diikuti oleh kebajikan dermawan.⁶²

d. Kebajikan sikap adil

Kebajikan sikap adil adalah sebuah representatif kesempurnaan dan melengkapi ketiga kebajikan sebelumnya. Kebajikan sikap adil ini dapat muncul ketika ketiga kebajikan sebelumnya telah serasi dan saling keterkaitan dengan tepat.⁶³

⁶² Faisal Abdullah, "Konsepisi Ibnu Miskawaih tentang Moral, Etika, dan Akhlak serta relevansinya bagi Pendidikan Islam," *Journal of Research and Thought of Islamic Education* 3 (2020): 48, diakses 22 Agustus 2022, doi: 10.24260/jrtie.v3i1.1559.

⁶³ Ibn Maskawaih, *Menuju Kesempurnaan Akhlak*, 45.

Di sisi lain, lawan dari keempat kebajikan di atas berjumlah empat juga, yaitu: kebodohan, pengecut, kerakusan, dan ketidakadilan. Keempat kebajikan diatas merupakan porosnya kebaikan. Karena ketika salah satu dari keempat kebajikan dihilangkan, hanya akan dekat dengan keburukan-keburukan. Maka, ketika ingin memperbaiki akhlak, tingkat laku amupun etika dengan baik, maka keempat kebajikan diatas harus terpenuhi terlebih dahulu.

Diskursus mengenai penyakit jiwa sebagai kebalikan dari kebajikan menurut Ibnu Miskawaih terdapat banyak sekali, akan tetapi penulis hanya akan mengambil yang berhubungan dengan tema pada kajian tesis ini, beberapa penyakit jiwa di antaranya:⁶⁴

a. Pemarah

Penyakit marah merupakan gejala jiwa yang mengakibatkan tingginya emosi dan tingginya nafsu yang bergejolak. Dalam kondisi ini, seseorang akan menutup diri, dari beberapa saran dan nasihat. Dikarenakan dikuasai oleh jiwa marah yang begitu tinggi.

b. Sombong

Sikap sombong merupakan penyakit jiwa yang memiliki sikap berbangga diri, merasa paling tinggi diantara yang lainnya, sekaligus memiliki percaya diri yang berlebihan.

⁶⁴ Ibn Maskawaih, *Menuju Kesempurnaan Akhlak*, 174-176.

c. Khianat

Khianat merupakan bagian dari tidak dapat menepati janji yang telah disepakati. Dengan adanya penyakit jiwa ini, akan menimbulkan perpecahan antara dua orang atau lebih yang telah saling percaya dan mempercayai.

d. Olok-olok

Penyakit jiwa ini, dalam perilakunya yaitu mengejek atau bentuk ejekan yang diberikan kepada orang lain. Atau sekarang lebih dikenal dengan istilah “*pem-bullyan*” atau “*bullying*”.

3. Kebajikan sebagai Titik Tengah

Ibn Miskawaih mendasarkan teori atau pemikiran keutamaan moralnya pada posisi *al wasat* (pertengahan).⁶⁵ Ibn Miskawaih menyatakan bahwa kebajikan merupakan titik tengah antara dua ujung. Keburukan berada di ujung-ujung titik tengah tersebut. Kebajikan berada di titik tengah dapat dipahami dari letaknya yang berada di antara dua keburukan dan posisi yang paling jauh dari dua keburukan itu. Karenanya, jika kebajikan itu bergeser sedikit saja dari posisinya ke posisi yang lebih rendah, atau jika kebaikan menuju ke keburukan, maka kebajikan itu mendekati salah satu kehinaan, dan akan berkurang nilai kebajikannya. Mencapai titik tengah tersebut memang sulit

⁶⁵ Ibn Miskawaih, *Menuju Kesempurnaan Akhlak*, 51-53.

sekali, apalagi untuk mempertahankannya bila telah tercapai.⁶⁶ Maka dari itu sebagai perilaku yang masih bisa diusahakan untuk lebih baik, dan berusaha konsisten, sudah sepantasnya untuk menjaga kebaikan, daripada lalai hingga yang didapatkan hanyalah keburukan semata.

Beberapa kebajikan yang merupakan titik tengah adalah sebagai berikut:

- a. Kearifan (*wisdom*) sebagai titik tengah antara kelancangan dan kebodohan. Disebut kelancangan disebabkan menggunakan fakultas berpikir untuk tindakan yang tidak baik. Sedangkan kebodohan adalah tidak memberdayakan akal pikiran.
- b. Kecerdasan sebagai titik tengah antara kelicikan dan kedunguan. Kecerdasan memiliki aspek penting dalam kebajikan, karena bisa menyelamatkan jiwa dari hal-hal buruk. Jadi, dengan adanya kecerdasan, kebajikan bisa ditengah-tengah. Tidak terlalu licik, dan tidak terlalu dungu atau bodoh.
- c. Rasionalitas sebagai titik tengah antara terlalu banyak mempertimbangkan atau terlalu memikirkan sesuatu, dan terlalu memakai waktu untuk mrmikirkan yang tidak perlu. Mempertimbangkan hal-hal yang sudah semestinya harus

⁶⁶ Ibn Maskawaih, *Menuju Kesempurnaan Akhlak*, 51.

dipertimbangan merupakan hal baik, akan tetapi ketika rasionalitas digunakan hanya untuk memikirkan sesuatu yang tidak penting, tidak bermanfaat, maka hanya akan menyia-nyaiakan waktu, dan tidak adil terhadap waktu.

- d. Kesederhanaan sebagai titik tengah antara dua keburukan. Dua keburukan tersebut adalah kejengakan (terlalu menuruti atau terlalu memberi makan hawa nafsu) dan mengabaikan hawa nafsu. Sederhana merupakan aspek yang seringkali ditekankan dalam pergulatan moral. Tidak sedikit jiwa yang terlalu terbuai dengan hal-hal yang sifatnya hedonis. Terkadang kemewahan memang memberi kesan bahagia, namun ketahuilah bahwasanya kebahagiaan yang dilandasi atau didasari dengan pemenuhan hawa nafsu, hanyalah berakhir dengan ketidaknyamanan. Setelah berhasil menuruti satu hawa nafsu, maka akan berusaha untuk menuruti nafsu yang alinyya, yang tidak ada habisnya. Hal tersebut tentu sia-sia dan tidak diperkenankan.
- e. Rendah hati sebagai titik tengah antara dua keburukan. Diantaranya yaitu tidak tahu malu atau terlalu pemalu. Pemalu merupakan hal yang dapat menghambat jiwa untuk berkembang dan mendapatkan wawasan yang luas. Pemalu hanya akan mempersempit pola pikir, dan pengetahuan. Begitu sebaliknya, tidak tahu malu juga akan membuat orang

sukar untuk diberitahu hal-hal yang baik, karena memiliki percaya diri yang berlebihan.

- f. Keberanian sebagai titik tengah dari pengecut dan sembrono. Terlalu berani merupakan hal yang harus dihindari dalam beretika atau ber-adab. Karena ketika terlalu berani biasanya membuahkan sifat sombong. Begitu pula dengan pengecut. Pengecut hanya akan membuat orang tidak mampu beradaptasi dan tidak mampu menggunakan keberaniannya dengan baik.
- g. Kedermawanan adalah titik tengah antara sikap boros dan pelit atau kikir. Seperti dalam problematika ritual pra-perkawinan dalam Tesis ini, dimana problematikanya adalah sikap terlalu boros. Boros juga termasuk perilaku yang harus dihindari seperti halnya terlalu pelit. Karena ketika boros hanya menyia-nyiakan harta, dan ketika pelit hanya akan membuat sesuatu sedikit bermanfaat.
- h. Keadilan adalah titik tengah antara melakukan ketidakadilan dan mendapatkan ketidakadilan. Adil adalah kebajikan yang bisa menyebabkan keadilan bagi diri sendiri maupun orang lain.⁶⁷

Siapapun yang mencintai hartanya dengan cinta yang berlebihan, berarti dia tidak termasuk dalam kategori baik ini.

⁶⁷ Ibn Maskawaih, *Menuju Kesempurnaan Akhlak*, 52-54.

karena, orang yang serakah menimbun harta hanya akan mencegahnya menggunakan rahmat Tuhan ⁶⁸atau membuatnya menggunakan barang yang bukan haknya atau mudah meninggalkan kewajibannya, atau malah mendorongnya berkhianat, berbohong, bersengketa, melakukan tindak pemalsuan, meninggalkan yang wajib, berlebih-lebihan.

⁶⁸ Ibn Maskawaih, *Menuju Kesempurnaan Akhlak*, 50.

BAB III

BUDAYA POP DALAM RITUAL PRA-PERKAWINAN

A. Perkawinan dan Gaya Hidup

Gaya hidup diartikan dalam tiga poin penting, yakni: aktivitas, minat, dan opini. Gaya hidup sebagai aktivitas, ditentukan oleh seseorang dalam mengatur waktu mereka. Dalam hal minat, gaya hidup diartikan sebagai apa yang mereka sukai dan sering dilakukan di sekitar mereka. Dan terkait opini, sebagai cara pandang atau bagaimana mereka berfikir tentang diri mereka sendiri sekaligus dunia di sekitar mereka.¹ Secara universal, gaya hidup diartikan sebagai sebuah identifikasi hidup seseorang, di setiap aktivitas kesehariannya, dan juga termasuk cara pandang tentang diri mereka sendiri, ataupun dunia secara keseluruhan.²

Gaya hidup sebagai aktivitas, asumsi, maupun minat individu, tentu mengalami perubahan yang pesat dari waktu ke waktu, dengan berkembangnya zaman dan juga industri yang memadai.³ Gaya hidup juga secara tidak langsung memperlihatkan terkait bagaimana kehidupan seseorang, bagaimana seseorang memakai uangnya, dan

¹ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Kencana, 2010), 77

² Sustina, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001), 145.

³ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2014), 57.

bagaimana seseorang mengatur waktu mereka.⁴ Gaya hidup dalam masyarakat, tercipta melalui bagaimana pola pikir masyarakat itu sendiri. Oleh karena itu, pola pikir dalam masyarakat juga mengikuti perkembangan situasi dan kondisi yang ada. Seperti halnya gaya berpakaian, perilaku kesehariannya, dan penampilan seseorang yang dirancang sedemikian rupa, kemudian dituangkan dalam gaya hidup pada masyarakat.⁵

Gaya hidup yang juga merupakan bentuk dari fenomena sosial, secara cepat dan sigap mempengaruhi manusia untuk berperilaku sesuai dengan yang ada pada masyarakat, termasuk tren terkini yang sedang tenar. Dalam ranah interaksi antar manusia satu dan lainnya, gaya hidup juga mempengaruhi suatu pola kehidupan.⁶ Akibatnya, selebritas dengan segala gaya hidup maupun pernak pernik hedonisnya yang dituangkan secara intens di berbagai media dan didukung oleh industri budaya, kerap kali dijadikan kiblat oleh masyarakat. Tidak heran, ketika tren terkini yang awalnya hanya diikuti atau dikonsumsi masyarakat perkotaan, kini mulai menyebar

⁴ M. Minor & J.C Mowen, *Perilaku Konsumen*, (jilid 2, edisi ke-5), Jakarta: Erlangga, 2002), 282.

⁵ Mike Featherstone, *Posmodernisme Budaya dan Konsumen*, Terj. Misbah, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001), 205.

⁶ Garlans Peter, *Jangan Menjadi Budak Uang*, (Jakarta: Guepedia, 2009), 69.

dan lestari di masyarakat rural dan segala penjuru masyarakat terpencil sekalipun.

Ada dua faktor yang mempengaruhi gaya hidup. Diantaranya, faktor dari dalam (internal) dan faktor dari luar individu (eksternal). Dalam aspek faktor internal, terdapat hal yang mempengaruhi gaya hidup, yaitu; perilaku, personalitas, pengamatan, persepsi, dan konsep diri. Sedangkan faktor eksternal lebih dominan dari kelompok referensi, budaya, dan kelas sosial, atau beberapa hal lain yang pengaruhnya cenderung lebih kuat.⁷

Gaya hidup yang merupakan produk dari *pop culture*, mudah berkembang dalam masyarakat. Karena, mereka mudah terpengaruhi dalam menerima berbagai informasi, termasuk dalam menerima berbagai budaya, dan nilai-nilai yang disebarkan melalui teknologi terutama media massa.⁸ Salah satu gaya hidup terlihat jelas direpresentasikan dalam media Instagram. Instagram bisa dikategorikan sebagai salah satu media yang mendukung eksistensi. Instagram dengan segala daya tariknya menjadi populer di kalangan pengguna media sosial. Begitu juga dalam peranan instagram yang mana menjadi media wadah eksistensi, ataupun referensi gaya hidup

⁷ Philip Kotler & Gary Armstrong, *Principles Of Marketing*, (Harlow: Pearson Education, 2016), 48.

⁸ Annisa Istiqomah, "Ancaman Budaya Pop (*Pop Culture*) Terhadap Penguatan Identitas Masyarakat Urban." *Jurnal Politik Walisongo* 2 (2020): 48, diakses 24 Maret 2022, doi: 10.21580/jwp.v2i1.3633.

masyarakat. Ketika mengaitkan dengan *pop culture*, instagram memiliki peran besar dalam pengaruh tersebut dengan dijumpai oleh selebgram, artis atau selebritas.

Instagram sebagai konstruksi gaya hidup dan bagian dari media populer, tidak sedikit pengetahuan maupun perilaku keseharian masyarakat, bahkan dalam hal gaya hidup yang dipelajari oleh masyarakat. Gaya hidup tersebut merupakan hasil bacaannya sebagai konsumen dari media (Instagram). Salah satu kiblat gaya hidup masyarakat sekarang ini adalah artis dengan kehidupannya yang di ekspresikan melalui instagram. Instagram sebagai *platform* dari media sosial, difasilitasi dengan adanya beberapa fitur. Diantaranya, fitur upload foto atau video (postingan), snapgram (*instagram stories*) untuk mengekspresikan keseharian ataupun kegiatan penggunanya, dan beberapa hal menarik lainnya.⁹ Selain itu, terdapat juga fitur instagram yang tergolong baru, yaitu *reels*. Dimana *reels* tersebut akan semakin menarik perhatian penggunanya, sebagai upaya untuk membagikan informasi mengenai dirinya, atau sebagai pengabadian moment yang berbentuk video, dan foto, atau untuk mereview sesuatu.¹⁰ Beberapa fitur tersebut digunakan oleh beberapa

⁹ Bramayanti Krismasakti, “*Instagram Stories* dalam Ajang Pengungkapan Eksistensi Diri (Studi Kasus Selebgram jihanputri),” *Jurnal Pustaka Komunikasi* 2 (2019): 5, diakses 13 Maret 2022, doi: 10.32509/pustakom.v2i1.862.

¹⁰ Andiwi Meifilina, “*Instagram Reels* Sebagai Media *Self Disclosure* Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Blitar),”

artis untuk meng-eksistensikan kehidupannya. Seperti upaya mengekspresikan gaya hidup mewahnya, konsumsi barang yang bermerk dan bernilai tinggi, atau kegiatan pribadinya, termasuk dalam ranah perkawinannya yang esensinya prosesi sakral menjadi selebrasi semata.

Ritual pra-perkawinan merupakan bagian dari tren gaya hidup yang diproduksi oleh *pop culture* melalui perantara media massa sekaligus selebritas. Seperti tren perkawinan yang ditayangkan televisi, dan diposting di media instagram oleh beberapa artis terkenal. Antara lain Aurel Hermansyah (@aurelie.hermansyah)¹¹, Ria Ricis (@riaricis1795)¹², dan juga perkawinan Lesti (@lestikejora)¹³. Ketiga artis tersebut bisa dikatakan sebagai contoh artis yang memiliki pengaruh besar. Mereka memiliki peran besar dalam mempengaruhi bagaimana gaya hidup masyarakat sekarang. Dengan jumlah *followers* yang bisa terbilang banyak, tentunya massa yang terpengaruh akan kian banyak juga. Beberapa artis tersebut

Jurnal Widya Komunika 11 (2021): 45, diakses 20 April 2022, doi: 10.20884/1.wk.2021.12.2.4892.

¹¹ Bayu Irawan dkk, "Polemik Mimetisme Media dan Relasi Etika dalam Pernikahan Atta dan Aurel di Masa Pandemi," *Jurnal Media Penyiaran* 1 (2021): 94.

¹² Ria Ricis,
<https://www.instagram.com/p/CWPcyfaJVNp/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>,
diakses 10 April 2022.

¹³ Lesty Kejora,
<https://www.instagram.com/p/CS8lyNNhe14/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>,
diakses 11 April 2022.

merepresentasikan gaya hidup ritual pra-perkawinannya ke dalam instagram. Di mulai dari tunangan (*engagement*) yang mewah dan *ceremonial*, lalu tidak lupa dengan konsep *prewedding* yang merupakan salah satu kegiatan penting dalam rangkaian perkawinan dengan segala konsepnya, *bridal shower* yang dilakukan di hotel dengan berbagai rangkaian dan perlengkapan yang tidak cukup dengan minim *budget*, dan *bridesmaids* sebagai pengiring pengantin yang akan melengkapi prosesi perkawinan.¹⁴ Keempat ritual pra-perkawinan tersebut, tentunya berproses terus menerus dan berdialketika dengan cara disuguhkan oleh artis dan difasilitasi oleh instagram, sebagai wadah konstruksi utama pembentuk realitas, kepada masyarakat sebagai sasaran konsumen atau khalayaknya.

Pergulatan dalam ritual pra-perkawinan tersebut, hanyalah membuat masyarakat terbuai dengan segala kemewahan yang semu, dan menjadikan selebritas sebagai pionir gaya hidupnya. Dikarenakan keinginan meng-eksistensikan diri, baik di masyarakat atau media sosial, secara tidak sadar mereka telah tersandera oleh media sosial, dan bahkan beberapa diantaranya rela menghabiskan uang atau hal terkait materi demi pemuasan dan demi pengakuan eksistensi akan gaya hidupnya.

¹⁴ Shafira Amalia, "5 Hal Kurang Berfaedah dalam Persiapan Pernikahan", diakses 20 April 2022, <http://magdalene.co/story/persiapan-nikah-kurang-faedah>.

B. Tahapan Ritual (Perayaan) Pra-Perkawinan

Ritual pra-perkawinan sebagai bentuk perayaan sebelum acara perkawinan, telah menjadi tendensi sekaligus tren bagi masyarakat era modern. Bahkan kesuksesan lebih sering ditentukan oleh perkawinan dibandingkan dengan pencapaian karir. Ritual pra-perkawinan dimulai dengan pasangan yang mengadakan *engagement parties*, *pre-wedding*, *bridal shower* atau *bachelorette party*, dan dilengkapi dengan *bridesmaids*.¹⁵

Terkait penjelasan lebih lanjut dan tahapan dalam ritual pra-perkawinan adalah sebagai berikut:

a. *Engagement* (Tunangan)

Begitu banyak praktik yang melengkapi ritual pra-perkawinan, salah satunya adalah tunangan. Dalam masyarakat era modern ini, tunangan yang merupakan praktik peminangan, sudah bergeser istilah menjadi *engagement* yang berasal dari budaya barat sebagai prosesi pengikat antara dua insan.

Engagement dilakukan oleh keluarga untuk membentuk aliansi menuju perkawinan. Dan pada umumnya, *engagement* merupakan kesempatan bagi kedua mempelai untuk saling bertemu keluarga. Kebiasaan ini berkembang menjadi apa yang

¹⁵ Beth Mentomuro, *Something Old, Something Bold: Bridal Shower and Bachelorette Parties*, (New Jersey: Rutgers University Press, 2006), 151.

sebut *engagement party* hari ini. Meskipun beberapa kebiasaan telah berubah, acara ini tetap merupakan tempat yang sempurna bagi keluarga untuk bertemu dan merayakannya.¹⁶

Hal tersebut diperkuat dengan wawancara pada pelaku *engagement*, yang mengatakan bahwa:

“tunangan atau yang trennya sekarang disebut *engagement* adalah sebuah momen dimana dua insan yaitu laki-laki dan perempuan berkomitmen untuk bersatu untuk saling setia dengan ditandai dengan sebuah ikatan yang disaksikan oleh kedua keluarga besar”.¹⁷

Tahapan *dari engagement* adalah salah satunya ditandai dengan simbolis pemasangan cincin.¹⁸ Dan disebutkan juga oleh informan yang menyatakan:

“dimulai dari keluarga laki-laki datang ke rumah perempuan, pukul 08.00 tepat. Kemudian dilanjutkan langsung ke sambutan atau sepatah dua patah kata dari keluarga laki-laki, dan tentunya intinya adalah melamar dari saya. Kemudian, langsung dijawab, oleh keluarga perempuan, atau disambut oleh keluarga perempuan. Dengan menerima lamaran dari keluarga laki-laki. Dilanjutkan nasehat-nasehat dari sesepuh-sesepuh untuk kedua mempelai, terkait bagaimana menghadapi, yang

¹⁶ Sue fox, *Wedding Etiquette for Dummies*, (Ccanada: Wile Publishing, Inc, 2010), 27.

¹⁷ Hasil wawancara dengan NPM (Perempuan/ umur 25 tahun), sebagai pelaku *engagement* dari daerah Kendal, pada tanggal 28 Agustus 2022, pukul 13.25 WIB.

¹⁸ Heather Grenier, *The Bride & Groom's Wedding Checklist & Planner Guide*, (United States: Atlantic Publishing Group, Inc, 2010), 20.

selanjutnya, hubungan kami yang selanjutnya. Seperti apa yang harus kami lakukan, bagaimana harus menjaga ikatan tunangan, bagaimana cara menjaga komitmen, menjaga hati, dan perilaku, yang tentunya berbeda dengan dulu ketika sebelum tunangan. Kemudian dilanjutkan dengan prosesi pemasangan cincin dan gelang, dari ibunya langsung, di pasang ke perempuan, kemudian di saksikan oleh ibu keluarga perempuan, keluarga laki-laki, dan keluarga besar. Kemudian di lanjutkan sesi ramah tamah, makan bersama, dan sesi foto bersama keluarga besar. Sampai acara kurang lebih selesai jam 12.00. Setelah shalat dhuhur, dari keluarga laki-laki ijin berpamit, kemudian acara dilanjut dengan kumpul-kumpul bersama dengan keluarga perempuan. Begitu kurang lebih”.¹⁹

Selain dari segi istilah yang berubah dari tunangan menjadi *engagement*, dalam acara dan persiapannya pun ikut berubah mengikuti tren yang ada, seperti pendapat informan berikut:

“ada perubahan yang sangat signifikan dari ritual *engagement* dulu dan sekarang. Kalau dulu, beberapa momen pertunangan itu sangat sederhana. Hanya ada pertemuan keluarga, dari dua calon, kemudian hanya penyerahan simbolis cincin, maupun gelang, maupun perhiasan yang lain, kemudian ramah tamah, hanya pertemuan saja sangat sederhana, tanpa ada kegiatan yang mewah. Kalau sekarang kan berbeda, ada yang memakai

¹⁹ Hasil wawancara dengan NPM (Perempuan/ umur 25 tahun), sebagai pelaku *engagement* dari daerah Kendal, pada tanggal 28 Agustus 2022, pukul 13.25 WIB.

dekor, MUA, bahkan diabadikan dengan fotografer, dengan video, dan sebagainya”.²⁰

Jadi, tren ritual *engagement* sekarang ini, sudah semakin mewah, dan banyak pernik-pernik sekaligus banyak hal yang harus dipersiapkan. Tidak cukup nembung saja, melainkan lebih *ceremonial* dan disaksikan banyak pihak. Sehingga dibutuhkan persiapan serta materi yang cukup.

b. *Prewedding* (Kegiatan Foto/ Video Pra-Perkawinan)

Ritual *prewedding* sebagai ritual yang praktiknya adalah kegiatan foto-foto sebelum perkawinan, mulai masuk dan diadopsi di Indonesia pada abad ke 21.²¹ Ritual *prewedding* tersebut terus berkembang hingga menjadi suatu tren yang seakan menjadi kewajiban dan harus dilakukan oleh calon pengantin. Entah itu di kota-kota besar, dan bahkan kini sudah lestari di masyarakat pedesaan. Munculnya tren foto *prewedding* ini tidak lepas dari pengaruh berkembangnya industri dan budaya foto perkawinan (foto *wedding*) di masyarakat, sebagai lahan bisnis yang menguntungkan. Baik itu dari pihak fotografer,

²⁰ Hasil wawancara dengan NPM (Perempuan/ umur 25 tahun), sebagai pelaku *engagement* dari daerah Kendal, pada tanggal 28 Agustus 2022, pukul 13.25 WIB.

²¹ Ariesta Amanda, “Konsumerisme Prewedding (Strategi Komunikasi Bisnis Industri Foto *Prewedding*),” *Jurnal Acta Diurna* 15 (2019): 82, diakses 18 Agustus 2022, doi: 10.20884/1.actadiurna.2019.15.1.1577.

maupun vendor-vendor dalam *event organizer*. Bahkan sebagian besar fotografer profesional era modern sekarang, pekerjaannya adalah memotret ritual dari pra-perkawinan hingga pada saat perkawinan.²²

Selain sebagai lahan bisnis yang menguntungkan, peran fotografer juga sangat berperan dalam mempopulerkan *event organizer*. Hal tersebut diakui oleh informan *event organizer* yang menyatakan bahwa:

“fotografer memiliki peran yang begitu besar dalam mempopulerkan, serta dalam menaikkan rating *event organizer*. Terlebih lagi ketika didukung dengan media sosial sebagai wadah yang sangat membantu. Karena dengan luasnya jaringan dan relasi dalam ranah media sosial, maka akan semakin mempopulerkan *event organizer* maupun fotografer”.²³

Fenomena foto *prewedding* kini tengah menjadi sorotan dan telah menjadi suatu kebiasaan baru, sebagai sesuatu kegiatan atau ritual yang selalu diwujudkan ketika seseorang atau pasangan akan melangsungkan acara perkawinan.²⁴ Adapun faktor lain dilakukannya foto *prewedding* adalah untuk pemuasan

²² Michael O’brein & Norman Sibley, *The Photographic Eyes: Learning See With a Camera*, (Massachusetts: Davis Publication, Inc, 1995), 27.

²³ Hasil wawancara dengan MR (Perempuan/ umur 26 Tahun) sebagai admin *Rencang Event Organizer* Kebumen, pada tanggal 31 Agustus 2022, pukul 16.00 WIB.

²⁴ Ramanda Dimas Surya Dinata, “Hiperealitas dalam Fenomena Foto *Prewedding* di Bali,” *Jurnal Senada* (2018): 264.

eksistensi seseorang yang ingin memperlihatkan atau menginformasikan acara perkawinannya, dan direalisasikan dalam sebuah undangan, atau dalam foto yang di pajang didepan dekorasi perkawinan, maupun di media sosial yang dapat menjadi konsumsi publik.²⁵

Tren *prewedding* dalam ritual pra-perkawinan merupakan sebuah ritual yang berhasil membawa budaya yang pada mulanya hanya dilakukan oleh masyarakat kelas menengah keatas, lalu diadopsi dan ditiru oleh masyarakat yang berada pada kelas bawah. Hal tersebut tentu karena pengaruh media dan interaksi sosial yang merata ke berbagai kelas sosial. Sehingga, tidak heran ketika pemakaian jasa foto *prewedding* dan ritual *prewedding* menjadi konsumsi umum, dan tidak lagi menjadi identitas masyarakat menengah keatas atau familiar didengar dengan masyarakat perkotaan.²⁶

Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara dengan *Rencang Event Organizer*, menyatakan bahwa :

“*Rencang event organizer* beberapa kali mendapat klien dari pedesaan, yang memang notabennya dari klien itu sendiri sudah berpengalaman di luar kota. Jadi, sudah

²⁵ Taufik dkk, “Budaya Prewedding dalam pandangan Hukum Islam”, *Jurnal Asa* (2020), 72.

²⁶ Anantawikrama Tungga Atmadja dkk, “Bisnis Foto *Prewedding*: Komerialisasi Ritual Perkawinan pada Masyarakat Bali,” *Jurnal Kajian Bali* 9 (2019): 340, diakses 16 Agustus 2022, doi: 10.24843/JKB.2019.v09.i02.p04.

tidak asing dengan *wedding organizer*, *prewedding*, *engagement*, *bridal shower* dan lainnya”.²⁷

Terkait proses *prewedding* dan bagaimana persiapannya antara lain:

“dalam ranah *prewedding*, jasa dari *event organizer* yang diperlukan adalah mencari vendor-vendor yang terkait. Seperti mereferensikan MUA yang sesuai dengan yang klien kita inginkan, mereferensikan videografer, sekaligus fotografer. Setelah itu, *event organizer* juga memikirkan konsep *prewedding*nya akan seperti apa. Banyak referensi dari instagram, tiktok, dan bahkan youtube yang dapat membantu konsep *prewedding*. Adapun perihal konsep tempatnya, dapat dilakukan secara *indoor* atau *outdoor*. Entah itu di photo studio, di area pegunungan, maupun area wisata. Otomatis dari segi kostum juga menyesuaikan, nah dari *event organizer* juga merekomendasikan kostum akan seperti apa, ada tema atau konsepnya sendiri. Dari segi biaya juga *event organizer* membantu mencari *pricelist* di setiap lokasi yang membutuhkan biaya pesan tempat”.²⁸

Jadi, dalam pengonsepan, persiapan, dan pelaksanaan *prewedding* tidak bisa hanya sepihak dari yang mau melakukan *prewedding* saja, melainkan membutuhkan banyak aspek

²⁷ Hasil wawancara dengan MR (Perempuan/ umur 26 Tahun) sebagai admin *Rencang Event Organizer* Kebumen, pada tanggal 31 Agustus 2022, pukul 16.00 WIB.

²⁸ Hasil wawancara dengan MR (Perempuan/ umur 26 Tahun) sebagai admin *Rencang Event Organizer* Kebumen, pada tanggal 31 Agustus 2022, pukul 16.00 WIB.

pembantu, tidak bisa berdiri sendiri. Aspek-aspeknya seperti yang telah disebutkan oleh informan diatas. Dimana hal tersebut tentunya membutuhkan banyak persiapan, dan waktu yang harus diluangkan. Dikarenakan perlu kerja sama antar vendor. Baik itu team makeup, fotografer, maupun *booking* lokasi, dan lainnya.

c. *Bridal Shower* (Pesta Lajang)

Hiruk pikuk mengenai tren dalam spektrum budaya pop yang masuk ke masyarakat sekarang ini, muncul dikarenakan begitu besar dampak dan peran dari globalisasi, budaya, maupun teknologi yang senantiasa mengikuti perkembangan zaman. Budaya pop menggiring begitu banyak konsensus budaya, seperti halnya produk dari budaya pop yang tengah populer sekarang ini yaitu *bridal shower*. *Bridal shower* adalah bukti adanya persebaran budaya barat yang muncul karena perpaduan kemajuan yang begitu intens antara teknologi, komunikasi, dan juga budaya.

Bridal shower didefinisikan sebagai ritual perayaan transisi pergantian status calon pengantin wanita, dari lajang atau kehidupan di masa lalu hingga menikah menuju kehidupan yang lebih dramatis dan berbeda dari sebelumnya. Perayaan *bridal shower* ini juga merupakan bentuk seremoni baru yang dilakukan

oleh beberapa teman calon pengantin perempuan, hingga *bridesmaids*.²⁹

Bridal shower mulai berkembang pada tahun 1960-an di beberapa negara Barat. Diantaranya Amerika, Australia, New Zealand, hingga ke beberapa negara di kawasan Asia. Adapun ritual atau tren awalnya bermula dari Belanda pada abad ke-16. Sedangkan di Indonesia, *bridal shower* mulai masuk sejak tahun 2011 dan di populerkan oleh selebritas maupun selebgram.³⁰

Bridal shower terdokumentasi paling awal di Amerika Serikat, hal tersebut terjadi di antara kelas atas pada akhir abad kesembilan belas selama puncak revolusi industri. Sementara ada bukti bahwa hadiah perkawinan telah diberikan pada pengantin Amerika selama berabad-abad.³¹ Adapun tujuan dari *bridal shower* diperkenalkan di masyarakat Amerika adalah, untuk membantu wanita mengumpulkan seperangkat pakaian pengantin wanita mereka dan untuk menyediakan waktu dan tempat khusus untuk menganugerahkan hadiah ke pengantin. Ada dua jenis hadiah *bridal shower*, yaitu: hadiah *bridal shower* dan

²⁹ Beth Mentomuro, “You Go ‘Cause You Have to”: *The Bridal Shower as a Ritual of Obligation*,” *Journal Symbolic Interaction* 25 (2002): 68-69, diakses 3 Maret 2022, doi: 10.1525/si.2002.25.1.67.

³⁰ Astina, “Bridal Shower: Tren Perayaan Melepas Lajang di Kalangan Perempuan di Kota Makassar,” *Jurnal Emik* 3 (2020): 161, diakses 21 Januari 2022, doi: 10.46918/emik.v3i2.653.

³¹ Beth Mentomuro, *Something Old, Something Bold: Bridal Shower and Bachelorette Parties*, 23.

"*Trousseau tea*"³². Hadiah biasanya dibuka didepan tamu dan teman-teman yang mengadakan bridal shower.³³

Bridal shower adalah acara yang terstruktur dan berjenis kelamin (*gendered*), dikarenakan yang mengadakan adalah perempuan, dan sedikit ada variasi dalam tahapan perayaan *bridal shower*. Adapun tahapannya dimulai dengan beberapa tahapan, dimana dalam tahapannya hampir semua *bridal shower* melibatkan hadiah, makanan, dan perempuan. Perempuan tiba di lokasi, ikut serta untuk makan-makan, terkadang ada yang melakukan permainan kata, atau *games* lainnya, menyaksikan calon pengantin wanita membuka hadiah, dan kemudian selesai dengan beberapa perayaan lainnya. acara-acara dalam bridal shower begitu terstruktur sehingga perlu panduan perencanaan *bridal shower* yang populer, sekaligus jadwal untuk acara tersebut.³⁴

Beberapa tahapan *bridal shower* dan persiapan-persiapan seperti *bridal shower* diatas juga diperkuat dengan praktik *bridal*

³² Trousseau tea adalah acara untuk memberikan seperangkat baju pengantin yang isinya ada pakaian, perhiasan, dan linen. Yang dikumpulkan wanita untuk mempersiapkan hari pernikahannya

³³ Beth Mentomuro, *Something Old, Something Bold: Bridal Shower and Bachelorette Parties*, 23.

³⁴ Beth Mentomuro, "You Go 'Cause You Have to": *The Bridal Shower as a Ritual of Obligation*," *Journal Symbolic Interaction* 25 (2002): 73, diakses 3 Maret 2022, doi: 10.1525/si.2002.25.1.67.

shower di masyarakat modern sekarang ini, seperti yang informan katakan:

”Terkait persiapan untuk *bridal shower* harus dipersiapkan jauh-jauh hari. Karena harus memesan hotel, memaksimalkan perlengkapan untuk membeli dekorasi, seperti perlengkapan membeli balon, memesan kue *bridal shower*, yang bahkan minimal H-2 minggu demi tidak ada hambatan. Adapun alasan kenapa tempatnya harus di hotel, karena perayaan *bridal shower* lebih bersifat pribadi”.³⁵

Terkait lebih rinci dari tahapan perayaan *bridal shower* adalah sebagai berikut:

“terdapat pembagian tugas dalam mempersiapkan *bridal shower*. Beberapa orang membeli perlengkapan dekor, memesan kamar hotel, memasang dekor, dan beberapa persiapan tambahan lainnya. Kalau terkait tahapannya, acara dimulai dari H-1 perkawinan, atau bisa hari lain, yang pasti adalah dilakukan sebelum acara perkawinan. Kemudian acaranya dimulai dengani mengejutkan (*suprise*) calon pengantin perempuan, lalu coret-corek muka calon pengantin memakai lipstik untuk keperluan foto-foto, dan di video. Dilanjutkan dengan penyampaian kesan-pesan, yang disampaikan satu persatu berurutan dari teman-teman untuk calon pengantin perempuan. Selain itu, calon pengantinnya juga menyampaikan kesan-pesan

³⁵ Hasil wawancara dengan EA (Perempuan/ umur 21 tahun), sebagai pelaku *bridal shower* di daerah Semarang, pada tanggal 31 Agustus 2022, pukul 13.23 WIB.

untuk teman-temannya. Diakhiri dengan acara buka kado dari teman-teman untuk calon pengantin”.³⁶

Jadi, *bridal shower* yang awalnya digunakan sebagai tren untuk mengabadikan moment terakhir masa-masa lajang, menjadi tidak begitu memiliki esensi. Seperti dalam artikel “*You Go ‘Cause You Have to’*: *The Bridal Shower as a Ritual of Obligation*”, bahwasannya *bridal shower* hanyalah sebagai tren pemaksaan, tren yang berkedok membahagiakan calon pengantin. Walaupun sisi positifnya adalah sebagai ruang atau memberikan peran kepada perempuan untuk mengekspresikan (*gender community*), akan tetapi sisi besarnya hanyalah untuk pembodohan diri dengan kebahagiaan yang diciptakan secara paksa.³⁷

d. *Bridesmaids* (Pengiring pengantin perempuan)

Bridesmaids merupakan istilah untuk seorang pengiring pengantin perempuan, yang memiliki tugas membantu membuatkan *souvenirs* atau kenang-kenangan perkawinan, menjalankan tugas untuk pengantin, membantu menangani undangan, dan membantu menjadi pengiring pengantin dengan

³⁶ Hasil wawancara dengan EA (Perempuan/ umur 21 tahun), sebagai pelaku *bridal shower* di daerah Semarang, pada tanggal 31 Agustus 2022, pukul 13.23 WIB.

³⁷ Beth Montemurro, “*You Go ‘Cause You Have to’*: *The Bridal Shower as a Ritual of Obligation*,” *Journal Symbolic Interaction* 25 (2002): 69, diakses 30 Agustus 2022, doi: 10.1525/si.2002.25.1.67.

membuat *bridal shower*. Selama akad dan resepsi perkawinan, *bridesmaids* dapat membantu dalam hal-hal kecil sesuai kebutuhan. Selain itu, *bridesmaids* harus merasa nyaman bersama tamu anda dan dapat juga berdansa dengan pengiring pria.³⁸

Istilah *bridesmaids* juga serupa dengan yang informan katakan berikut ini:

“*bridesmaids* merupakan sekumpulan beberapa wanita yang dipilih oleh mempelai wanita untuk menemani dalam proses perkawinan. Juga untuk membantu dari sebelum, maupun saat hari perkawinan, dan bahkan setelah perkawinan”.³⁹

Adapun untuk kriteria untuk menjadi *bridesmaids* adalah:

“siapa saja yang dapat menjadi *bridesmaids* antara lain; teman dari kecil, teman kerja, teman perkuliahan, maupun saudara. Terkait jumlahnya, tergantung dari permintaan calon pengantin wanita...”⁴⁰

Bridesmaids memiliki tugas untuk mengatur perayaan *bridal shower* privat yang hanya dihadiri oleh teman dekat

³⁸ Tracy Leigh, *How to Plan Your Own Wedding and Save Thousands without Going Crazy*, (United States: Atlantic Publishing Group, Inc, 2007), 50.

³⁹ Hasil wawancara dengan SRM (Perempuan/ umur 23 tahun) sebagai *bridesmaids* di daerah Banjarnegara, pada tanggal 28 Agustus 2022, pukul 20.38 WIB.

⁴⁰ Hasil wawancara dengan SRM (Perempuan/ umur 23 tahun) sebagai *bridesmaids* di daerah Banjarnegara, pada tanggal 28 Agustus 2022, pukul 20.38 WIB.

wanita.⁴¹ Kemudian *bridesmaids* dan teman terdekat pengantin wanita lainnya berkumpul untuk merayakan *bridal shower* atau pesta lajang untuk hari terakhir lajangnya calon pengantin.⁴² *Bridesmaids* juga harus mengekspresikan kegembiraan tentang perkawinan yang akan berlangsung. Sekaligus harus berkontribusi untuk terlibat didalamnya, serta mengungkapkan betapa menyenangkannya merencanakan *bridal shower*.⁴³

Adapun lebih rinci mengenai tugas atau peran dari *bridesmaids*, berikut adalah hal-hal yang sudah seharusnya dikerjakan dan diharapkan sebagai *bridesmaids*:

- a. Membantu berbelanja dan membeli pakaian *bridesmaids*, termasuk gaun, sepatu, dan aksesoris.
- b. Membantu merencanakan acara, mencari host, dan membayar untuk perayaan *bridal shower*.
- c. Menghadiri semua pesta dari sebelum perkawinan, termasuk pesta pertunangan, *bridal shower*, dan acara khusus untuk *bridesmaids*.
- d. Membantu merencanakan dan mengadakan pesta lajang.

⁴¹ Beth Mentomuro, *Something Old, Something Bold: Bridal Shower and Bachelorette Parties*, 33.

⁴² Beth Mentomuro, *Something Old, Something Bold: Bridal Shower and Bachelorette Parties*, 10.

⁴³ Beth Montemurro, "You Go 'Cause You Have to": *The Bridal Shower as a Ritual of Obligation*," *Journal Symbolic Interaction* 25 (2002): 74, diakses 30 Agustus 2022, doi: 10.1525/si.2002.25.1.67.

- e. Membantu dengan tugas pra-prnikahan, dan juga di hari perkawinan seperti yang diminta.
- f. Menggendeng pengantin wanita saat berjalan menuju lorong, atau menuju acara akad.
- g. Menjadi bagian dari acara setelah perkawinan (*post-wedding*) jika diminta.
- h. Secara umum membantu menjadi host dan membantu disaat resepsi perkawinan.
- i. Memberikan dukungan moral dan emosional bagi pengantin selama proses perencanaan dan saat hari perkawinan.
- j. Membeli kado perkawinan untuk pengantin laki-laki dan perempuan.⁴⁴

Terkait ritual dan tugas-tugas *bridesmaids* tersebut diperkuat oleh pernyataan dalam wawancara dengan SRM yang mengatakan:

“salah satu tugas *bridesmaids* sebelum acara perkawinan adalah mengadakan *bridalshower* (pesta lajang). Alasannya adalah karena *bridal shower* sudah menjadi tren yang tengah ramai di masyarakat. Jadi, secara langsung maupun tidak langsung, masyarakat akan mengikuti tren *bridal shower*”.⁴⁵

⁴⁴ Holly Lefevre, *The Everything Bridesmaids Book: From Bachelorette Party Planning to Wedding*, (United States: Adam Media, 2011), 5.

⁴⁵ Hasil wawancara dengan SRM (Perempuan/ umur 23 tahun) sebagai *bridesmaids* di daerah Banjarnegara, pada tanggal 28 Agustus 2022, pukul 20.38 WIB.

Dapat disimpulkan bahwa tugas dari *bridesmaids* sebagai pengiring pengantin bukanlah sebatas mendampingi pengantin saat hari perkawinannya saja, melainkan sudah siap sedia bahkan dari sebelum acara perkawinan. Sebagai *bridesmaids* juga bukanlah tugas yang mudah, karena harus meluangkan waktu, biaya, tenaga, untuk calon pengantin. Siap menjadi tempat keluh kesah calon pengantin juga, dan mengadakan perayaan pesta lajang (*bridal shower*).

C. Eksistensi dalam Ritual Pra-Perkawinan

Keinginan seseorang untuk semakin ‘terlihat’, ‘diakui’, dan meng-eksistensikan dirinya, semakin menggebu dengan difasilitasi media sebagai sarana dan wadah yang tepat. Media yang begitu mengguncangkan penggunaanya di era modern ini adalah media sosial, dimana media sosial dapat diposisikan sebagai distributor eksistensi maupun produsen citra dari eksistensi.⁴⁶

Ritual pertama yang mengawali dalam perayaan menuju perkawinan adalah *engagement party*, dimana hal tersebut juga dijadikan sebagai arena eksistensi diri. Selain itu, para perencana pesta (*the party planners*) memiliki pemahaman yang berbeda

⁴⁶ Michael HB Raditya, “Selfie dan Media Sosial pada Seni sebagai Wujud Eksistensi,” *Jurnal Ilmu Sosial dan Politik* 18 (2014): 32, diakses 31 Agustus 2022, doi: 10.221.46/jsp.13096.

tentang arti dan esensi dari *bridal shower*. Tanpa pengetahuan yang cukup dalam bidang *bridal shower* di negara lain, mereka menganggap *bridal shower* sebagai acara dengan dekorasi menarik yang bisa dijadikan sebagai momen bagi klien untuk memamerkan eksistensi dan kelas sosial melalui media sosial.⁴⁷

Maka, tidak heran ketika mereka datang dengan konsep menarik yang akan menghibur para tamu. Dan bahkan menjadikan ritual pra-perkawinan sebagai ajang pemuasan konten. Hal tersebut diperkuat oleh EA sebagai informan *bridal shower*, berkata:

“untuk mendokumentasikan acara *bridal shower*, harus di upload di *insta story* (instagram story), sekaligus membuat konten di tiktok juga, mengikuti tren yang sedang tenar. Karena termasuk usaha pengabdian momen sebelum perkawinan calon pengantin”.⁴⁸

Informan *engagement* juga berpendapat:

“untuk jaman sekarang, kalau tidak meng-*upload* ke media sosial itu sangat rugi. Media sosial sebagai sarana eksistensi misalnya instagram, tiktok, whatsapp dan masih banyak lainnya. Alasannya, tentunya untuk momen kenangan kegiatan pertunangan itu. Ketika meng-*upload* ke media sosial, memiliki arti untuk berbagi rasa bahagia, juga harapannya akan

⁴⁷ Irene Santika Vidiadari & Rebekka Rismayanti, “*Bridal Shower in Yogyakarta: The Shifting of Meaning and the Shaping of Social Class*,” *Journal Aristo* 10 (2022): 114-115, diakses 26 Juli 2022, doi: 10.24269/ars.v10i1.4044.

⁴⁸ Hasil wawancara dengan NPM (Perempuan/ umur 25 tahun), sebagai pelaku *engagement* dari daerah Kendal, pada tanggal 28 Agustus 2022, pukul 13.25 WIB.

menularkan kebahagiaan kepada teman-teman yang ada di akun media sosial”.⁴⁹

Begitu pula dengan pendapat SRM:

“menjadi *bridesmaids* juga perlu di *upload* ke media sosial, selain untuk mengucapkan selamat, misalnya melalui *insta story* instagram, juga bentuk mengekspresikan diri. Selain instagram, di *upload* di tiktok juga, untuk mengikuti tren”.⁵⁰

Tren yang kian berkembang dan menjelajah masyarakat modern, akan semakin populer ketika para penikmat tren meng-uploadnya ke dalam media sosial. Banyak seluk beluk niat dan alasan dibalik seseorang meng-upload tren ritual pra-perkawinan ke media sosial. Ada yang meng-upload demi konten, supaya tidak rugi karena termasuk kegiatan mengabadikan momen, ada juga yang merasa demi kebahagiaan semata. Hal tersebut merupakan bentuk eksistensi diri berkedok pengabdian momen. Jadi, eksistensi dari ritual pra-perkawinan akan terealisasi dengan adanya media sebagai wadah maupun sarana, demi mencurahkan pengakuan atau usaha peng-eksistensian diri seseorang di khalayak media.

⁴⁹ Hasil wawancara dengan NPM (Perempuan/ umur 25 tahun), sebagai pelaku *engagement* dari daerah Kendal, pada tanggal 28 Agustus 2022, pukul 13.25 WIB.

⁵⁰ Hasil wawancara dengan SRM (Perempuan/ umur 23 tahun) sebagai *bridesmaids* di daerah Banjarnegara, pada tanggal 28 Agustus 2022, pukul 20.38 WIB.

D. Relasi Ritual Pra-Perkawinan dengan Media Sosial dan EO (Event Organizer)

Peran yang tidak luput dalam ritual pra-perkawinan tentunya adalah peran media massa yang sangat berpengaruh terhadap kehidupan yang dekat dengan masyarakat sehari-hari. Secara tidak sadar, masyarakat akan mengikuti *trend* yang dibuat oleh media massa seperti media sosial sehingga menciptakan sebuah budaya pop. Dengan adanya media massa, beberapa pihak juga akan mendapat keuntungan.⁵¹

Media sosial memiliki peran sebagai representasi akan budaya pop yang tertuju pada pola pikir dan pemahaman tentang masyarakat, yang dalam realitanya kini kian berubah tetapi tetap menghasilkan kebudayaan pop.⁵² Media sosial dengan tipuan visual yang semu, sebagai wahana yang menarik banyak penggunanya, senantiasa menyerap kebudayaan pop. Adapun ciri utama budaya pop dalam media adalah eksistensinya yang kian berkembang pesat mengikuti perkembangan jaman, perkembangan teknologi, serta tren-tren terbaru.

⁵¹ Nelson Holong Parapat, "Media dan Budaya Pop," *Jurnal Insani* 4 (2017): 68, diakses 26 Juli 2022.

⁵² Ropingi el Ishaq & Prima Ayu Rizqi Mahanani, "Media Sosial, Ruang Publik, dan Budaya Pop," *Jurnal Ettisal* 3 (2018):22, diakses 27 Agustus 2022, doi: 10.21111/ettisal.v3i1.1928.

Media sosial begitu kuat mempopulerkan dan menghegemoni penggunaannya untuk mengikuti segala tren yang ada. Seperti halnya dalam ritual pra-perkawinan, dimana media sosial berperan sebagai informasi sekaligus referensi. Hal tersebut diperkuat dengan wawancara beberapa informan sebagai berikut:

Pertama, dalam ritual engagement, NPM berkata:

“salah satu referensi untuk mengetahui tren, tema, sekaligus konsep *engagement* yaitu dari akun media sosial seperti instagram, kemudian dari *story-story* whatsapp dari teman-teman yang sudah melaksanakan tunangan, kemudian ada di tiktok, facebook, youtube, dan masih banyak lainnya”.⁵³

Terkait referensi yang informan gunakan, adalah sebagai berikut :

“beberapa aspek yang dapat di ambil referensi yaitu dari selebgram, dan artis yang ada di akun media sosial. Adapun referensinya antara lain untuk mengetahui konsep dari pakaian, kemudian *makeup*, dekorasi, maupun konsep acara dan bentuk model pakaian yang dibutuhkan”.⁵⁴

Kedua, dalam ritual *prewedding* informan dari *Event Organizer* (EO) yang memang menaungi *prewedding*, berkata:

⁵³ Hasil wawancara dengan NPM (Perempuan/ umur 25 tahun), sebagai pelaku *engagement* dari daerah Kendal, pada tanggal 28 Agustus 2022, pukul 13.25 WIB.

⁵⁴ Hasil wawancara dengan NPM (Perempuan/ umur 25 tahun), sebagai pelaku *engagement* dari daerah Kendal, pada tanggal 28 Agustus 2022, pukul 13.25 WIB.

“*event organizer* juga memikirkan konsep *prewedding*nya akan seperti apa. Banyak referensi *prewedding* dari instagram, tiktok, dan bahkan youtube. Nah, konsepnya bisa dilakukan *indoor* atau *outdoor*. Entah itu di photo studio, di area pegunungan, maupun area wisata”.⁵⁵

Ketiga, dalam ritual *bridesmaids*, SRM sebagai informan mengatakan:

“referensi dari tren *bridesmaids* banyak sekali berasal dari sosial media. Beberapa diantaranya; instagram, tiktok, youtube, dan lainnya yang memang menjadi arena media dengan algoritma yang sesuai dengan tren terkini”.⁵⁶

Selanjutnya, terkait referensi *bridesmaids*, informan mengatakan:

“referensi khusus yang menjadi acuan adalah selebgram @saritiw dan @sin.sr. Karen setiap mereka ada acara perkawinan, model baju *bridesmaids*nya bagus-bagus, pertemanannya juga kompak. Mereka biasanya juga meng-*upload* di postingan, *instagram story*, maupun rels di instagram. Bahkan mereka juga *upload* di tiktok. Akan tetapi lebih seringnya di *upload* di instagram”.⁵⁷

⁵⁵ Hasil wawancara dengan MR (Perempuan/ umur 26 Tahun) sebagai admin *Rencang Event Organizer* Kebumen, pada tanggal 31 Agustus 2022, pukul 16.00 WIB.

⁵⁶ Hasil wawancara dengan SRM (Perempuan/ umur 23 tahun) sebagai *bridesmaids* di daerah Banjarnegara, pada tanggal 28 Agustus 2022, pukul 20.38 WIB.

⁵⁷ Hasil wawancara dengan SRM (Perempuan/ umur 23 tahun) sebagai *bridesmaids* di daerah Banjarnegara, pada tanggal 28 Agustus 2022, pukul 20.38 WIB.

Terakhir, salah satu faktor gemerlapnya kemewahan dan semakin populernya ritual *bridal shower* di Indonesia, tidak lepas dari peranan sosial media, khususnya instagram.⁵⁸ Seperti pendapat informan yang mengatakan:

“untuk referensi *bridal shower*, ada dari instagram, dari teman-teman, pinterest, youtube dan dari tiktok juga banyak. misalnya terkait referensi dekorasi untuk *bridal shower* maupun konsep foto-fotonya”.⁵⁹

Selain media sosial, terdapat peran yang begitu besar, untuk terlaksananya berbagai *event* atau ritual keempat diatas. Yaitu, peran dari *event organizer* sebagai pemegang kendali sukses dan lancarnya ritual tersebut, sekaligus sebagai sebuah team yang menjembatani untuk mempopulerkan dan memfasilitasi beberapa *event-event* besar termasuk ritual *engagement*, *prewedding*, *bridal shower*, dan *bridesmaids*. Diperkuat dengan informan dari *Rencang Event Organizer* yang mengatakan:

“*Event organizer* itu sebagai penyedia jasa layanan profesional, yang membantu di setiap acara. Misalnya *wedding*, *prewedding*, untuk membantu dari segi pelaksanaan, serta dari segi memberikan referensi-referensi vendor kepada klien. Jadi,

⁵⁸ Irene Santika Vidiadari & Rebekka Rismayanti, “*Bridal Shower in Yogyakarta: The Shifting of Meaning and the Shaping of Social Class*,” *Journal Aristo* 10 (2022): 113, diakses 26 Juli 2022, doi: 10.24269/ars.v10i1.4044.

⁵⁹ Hasil wawancara dengan EA (Perempuan/ umur 21 tahun), sebagai pelaku *bridal shower* di daerah Semarang, pada tanggal 31 Agustus 2022, pukul 13.23 WIB.

lebih ke jasa pelayanan yang memberikan jasa pelayanan yang profesional”.⁶⁰

Kerja sama antar vendor begitu diperlukan untuk mensukseskan sebuah *event*. Karena dalam sebuah *event* sudah pasti ada hambatan-hambatannya juga. Maka dari itu, sudah menjadi tugas pokok *event organizer* untuk bisa mengkoordinir vendor-vendor. Seperti pendapat informan, yang menyatakan bahwa:

“dalam kasusnya, ada klien yang meminta harga murah misalnya 50 juta, tetapi harus sudah *include* jasa *event organizer*, MUA, dekor, tarub, dan fotografer. Jadi bagaimana caranya *event organizer* berusaha membantu memikirkan vendor-vendor untuk mencapai di angka 50 juta itu. Selain itu, ada juga masalah internal dari klien dengan orang tua yang tidak sejalan. Jadi, *event organizer* juga harus berusaha membantu mencari jalan tengah. Selain itu, ada juga miskomunikasi dengan vendor lain, misalnya miskomunikasi terkait waktu, terkait *technical meeting*, dan beberapa lainnya. Intinya miskomunikasi menjadi permasalahan yang paling genting, entah itu miskomunikasi klien dengan *event organizer*, vendor dengan *event organizer*, dengan MUA, dekor, dan masih banyak lainnya”.⁶¹

⁶⁰ Hasil wawancara dengan MR (Perempuan/ umur 26 Tahun) sebagai admin *Rencang Event Organizer* Kebumen, pada tanggal 31 Agustus 2022, pukul 16.00 WIB.

⁶¹ Hasil wawancara dengan MR (Perempuan/ umur 26 Tahun) sebagai admin *Rencang Event Organizer* Kebumen, pada tanggal 31 Agustus 2022, pukul 16.00 WIB.

Salah satu vendor di dalam *event organizer* yang memiliki peran penting dalam ritual pra-perkawinan yaitu fotografer. Hal ini diperkuat oleh beberapa wawancara berikut:

Pertama, wawancara dari NPM selaku informan *engagement*:

“Fotografer itu mengarahkan kedua mempelai *engagement* serta keluarga untuk berpose dalam sebuah foto maupun video. Proses fotonya juga memakan banyak waktu, karena bergiliran dari keluarga perempuan, dan keluarga laki-laki, yang tentunya membutuhkan pose yg beragam, tidak monoton. Dan fotografer juga mengarahkan foto untuk menangkap momen-momen pertunangan, seperti mengarahkan untuk memegang perhiasan bersama, kemudian ada momen pemasangan cincin secara simbolis, kemudian foto berdua, dan foto yang menunjukkan momen ekspresi kebahagiaan dalam pertunangan”.⁶²

Kedua, dari *bridesmaids*:

“Fotografer bertugas lebih banyak untuk mengarahkan. Dan kalau merasa belum puas, fotografer juga membantu mencari referensi pose foto *bridesmaids* dari media sosial”.⁶³

Faktor yang melatarbelakangi terkait munculnya *event organizer* juga terkait dengan adanya sosial media, dan lainnya. Informan dari Rencang *Event Organizer* berkata:

⁶² Hasil wawancara dengan NPM (Perempuan/ umur 25 tahun), sebagai pelaku *engagement* dari daerah Kendal, pada tanggal 28 Agustus 2022, pukul 13.25 WIB.

⁶³ Hasil wawancara dengan SRM (Perempuan/ umur 23 tahun) sebagai *bridesmaids* di daerah Banjarnegara, pada tanggal 28 Agustus 2022, pukul 20.38 WIB.

“event organizer dapat terbentuk dengan kolaborasi antara *event organizer* dengan vendor-vendor misalnya fotografi, dekor, *makeup*, dan juga melihat dan belajar dari media sosial. Karena sekarang lebih banyak konten-konten dari media sosial yang bisa dijadikan sebagai referensi”.⁶⁴

Media sosial juga berkontribusi untuk lebih mempopulerkan *event organizer*. Dikarenakan untuk terus memiliki banyak klien, sudah pasti harus berusaha untuk memperluas relasi, gencar mempromosikan, mempertahankan citra baik, dan bisa bersaing dengan *event organizer* lainnya, seperti wawancara berikut:

“Kalau dari *Rencang Event Organizer*, lebih memilih menggunakan instagram untuk mempopulerkan sekaligus mengenalkan *event organizer*. Karena, peminat di instagram itu banyak, banyak penggunanya juga, dan bisa memancing orang-orang untuk menggunakan jasa *event organizer*. Dengan cara lebih sering *upload instagram story*, dan kebetulan dari team *Rencang Event Organizer* juga termasuk yang cukup populer di kalangan instagram. Jadi, *Rencang Event Organizer* lebih aktif di instagram. Membuat konten-konten, baik itu konten tiga puluh detik maupun yang satu menit, *feed*, *reels*, dan juga *instagram story* di akun instagram *Rencang Event Organizer*. Disisi lain, *Rencang Event Organizer* juga mengikuti seminar-seminar, berkumpul dengan vendor yang lain untuk berbagi wawasan serta pendapat, karena *event organizer* juga harus membuka diri dengan vendor-vendor lain. Tidak hanya untuk sekedar bersaing, tapi saling berbagi pikiran, supaya *Rencang*

⁶⁴ Hasil wawancara dengan MR (Perempuan/ umur 26 Tahun) sebagai admin *Rencang Event Organizer* Kebumen, pada tanggal 31 Agustus 2022, pukul 16.00 WIB.

Event Organizer juga bisa mengikuti pasaran atau tren yang ada”.⁶⁵

Dengan adanya *event organizer*, juga membuahkan dampak begitu besar terhadap peminatan dan keingin tahuan dari klien terkait peran *event organizer* untuk membantu mewujudkan ritual pra-perkawinan. Target bisnis dan relasi yang cukup kuat juga begitu menarik perhatian. Seperti dalam wawancara berikut:

“klien dari *Rencang Event Organizer* tergolong beragam, beberapa kali mendapat klien dari pedesaan, yang memang notabennya dari klien itu sendiri sudah berpengalaman di luar kota sih, jadi dia tahu tentang *wedding organizer, prewedding, engagement*. Klien juga tahu kalau misal memakai jasa *event* atau *wedding organizer* itu lebih detail, lebih tertata dan instan. Klien *Rencang Event Organizer* beberapa dari kota dan bahkan dari pedesaan juga. Beberapa klien dari pedesaan ada yang belum tahu tentang apa itu *event organizer*, terkait bagaimana jasa yang di tawarkan secara mendetail. Tetapi karena beberapa klien ada yang karena kenal pribadi dengan tim *Rencang Event Organizer*, mereka menjadi tertarik untuk memesan jasa *Rencang Event Organizer*”.⁶⁶

Terkait faktor klien untuk memakai jasa *event organizer* adalah sebagai berikut:

⁶⁵ Hasil wawancara dengan MR (Perempuan/ umur 26 Tahun) sebagai admin *Rencang Event Organizer* Kebumen, pada tanggal 31 Agustus 2022, pukul 16.00 WIB.

⁶⁶ Hasil wawancara dengan MR (Perempuan/ umur 26 Tahun) sebagai admin *Rencang Event Organizer* Kebumen, pada tanggal 31 Agustus 2022, pukul 16.00 WIB.

“Kebanyakan, yang sudah menjadi klien dari jasa *event organizer* itu karena kebanyakan menginginkan acaranya atau eventnya lebih terkordinir, lebih terkonsep. Dan juga menginginkan acara *weddingnya* menjadi ramai, dan banyak dari mereka yang tidak ingin ribet, dan lebih menginginkan acara yang instan tetapi mewah. Selanjutnya, terkait pengkoordiniran dari team fotografer, MUA, dan lainnya sudah terkoordinir dengan baik. Jadi, pengantin atau beberapa klien *event organizer* tidak peduli lagi atau tidak risau memikirkan, kapan MUA datang, fotografer telat atau tidak, dan lain-lain. Selain itu, karena kebanyakan klien juga mengadakan acaranya di gedung, jadi kalau di gedung itu harus tertata terkait waktunya, harus disiplin, dan karena ada jadwalnya juga dari gedungnya”.⁶⁷

E. Corak Konsumsi Ritual Pra-Perkawinan

Pergeseran dalam praktik perkawinan atau bahkan tradisi lama dari perayaan perkawinan komunal yang besar, kini dipandang sebagai tanda kemerosotan sosial atau pemborosan.⁶⁸ Seperti hasil wawancara berikut, yang menyatakan beberapa persiapan-persiapan untuk ritual pra-perkawinan.

Pertama, pernyataan (NPM) informan yang melangsungkan *engagemet*:

⁶⁷ Hasil wawancara dengan MR (Perempuan/ umur 26 Tahun) sebagai admin *Rencang Event Organizer* Kebumen, pada tanggal 31 Agustus 2022, pukul 16.00 WIB.

⁶⁸ Vicki Howard, *Brides, Inc: American Weddings and the Business of Tradition*, (United States: University of Pennsylvania Press, 2006), 9-10.

“yang harus diperlukan atau berapa banyak biaya yang dikeluarkan, tentunya karena ada acara, maka ada beberapa persiapan. Seperti yang pertama yaitu jasa *makeup*. Untuk biaya *makeup* menghabiskan tiga ratus lima puluh rupiah. Kemudian untuk pakaian, atau baju, dari saya dan masnya mengambil baju *couple*, dengan batik dan atasan bruklat, kurang lebih, menghabiskan biaya tujuh ratus ribu. Kemudian untuk dekor membutuhkan biaya satu juta lima ratus, sudah termasuk kursi, meja, dan *standing name*. Untuk selanjutnya, yang harus dipersiapkan yaitu jasa fotografer. Harga untuk fotografer menghabiskan tujuh ratus lima puluh ribu, itu hanya paket foto, dan jasa edit saja, tidak dengan video. Kemudian untuk perhiasan dari pihak laki-laki itu berupa cincin dan gelang yang totalnya kurang lebih sepuluh juta. Lalu, biaya makan atau prasmanan, menghabiskan kurang lebih dua juta lima ratus ribu. Terakhir, dari *makeup* dan pakaian kedua orang tua, menghabiskan kurang lebih lima ratus ribu dari pihak perempuan dan lima ratus ribu dari pihak laki laki, berarti satu juta untuk pakaian dan *makeup* orangtua. Itu belum *include* biaya seserahan”.⁶⁹

Jadi, jika diakumulasikan dalam angka, jumlahnya kisaran 16.300.000 dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 3.1

NO	Perlengkapan <i>Engagement</i>	Harga
1	Biaya <i>makeup</i>	350.000,00
2	Baju <i>couple</i>	700.000,00

⁶⁹ Hasil wawancara dengan NPM (Perempuan/ umur 25 tahun), sebagai pelaku *engagement* dari daerah Kendal, pada tanggal 28 Agustus 2022, pukul 13.25 WIB.

3	Dekorasi	1.500.000,00
4	Fotografer	750.000,00
5	Cincin dan perhiasan lainnya	10.000.000,00
6	Prasmanan	2.000.000,00
7	Baju kedua orang tua	1.000.000,00.
	TOTAL (Belum <i>include</i> seserahan)	16.300.000

Dengan adanya biaya *engagement* yang terbilang tidak murah, bahkan informan dari pelaku *engagement* berkata:

“untuk mengadakan ritual *engagement*, harus mempersiapkan segala persiapan dengan sangat matang. Karena mengingat kembali bahwa proses pertunangan jaman sekarang itu sangat membutuhkan baik biaya, kemudian tenanga, pikiran, fisik, yang berlebih daripada proses tunangan jaman dahulu. Apabila beberapa persiapan yang belum memadai, lebih baik untuk lebih giat lagi mempersiapkan dengan sangat matang. Jika mungkin ada beberapa persiapan yang tidak bisa dijangkau, lebih baik tidak harus mengikuti tren sekarang yang sedang ramai, semampunya saja. Karena inti dari pertunangan itu, mengikat kedua mempelai, kedua calon, untuk lebih berkomitmen, intinya kan seperti itu. Lebih ke persiapan mental dan perasaan dari keduanya saja. Lebih dipersiapkan lagi mentalnya, karena kalau sudah tunangan itu kan tidak sebebaskan sebelumnya. Lebih dipersiapkan komitmen dan kesetiannya. Tapi kalau untuk mengikuti tren tunangan sekarang, memang dibutuhkan materi yang lebih. Terkait biaya dan persiapan itu tidak murah, jadi harus dipersiapkan dari sekarang, jika ingin melaksanakan pertunangan dengan tren-tren masa kini. Kemudian, untuk yang tidak bisa mengikuti

tren, jangan dipaksakan. Karena, tidak semua harus dilaksanakan sesuai tren-tren masa kini”.⁷⁰

Kemudian yang *kedua*, hasil wawancara dari EA informan *bridal shower*:

“Kalau terkait biaya sih per-orangnya sekitar seratus limah puluh, itu untuk ber-enam. Akan tetapi, misal yang mengadakan *bridal shower* lebih banyak lagi, maka iurannya semakin sedikit. Tergantung harga hotel dan barang-barang yang dibutuhkan”.⁷¹

Ketiga, informan *bridesmaids* menyatakan:

“Sedangkan untuk *bridesmaids*nya hanya perlu mencaari jasa penjahit baju saja, dan biayanya ditanggung *bridesmaids* sendiri. Untuk transportasi juga ditanggung oleh masing-masing *bridesmaids*”.⁷²

Keempat, MR informan *event organizer* juga mengatakan bahwa:

“paket dari *Rencang Event Organizer* ada *silver* dan *gold*. Kalau *silver* kisaran 4.000.000, sedangkan *gold* kisaran 5.000.000. Itu belum include biaya vendor. Karena *Rencang Event Organizer* menjual jasa, jadi mengikuti jumlah orang

⁷⁰ Hasil wawancara dengan NPM (Perempuan/ umur 25 tahun), sebagai pelaku *engagement* dari daerah Kendal, pada tanggal 28 Agustus 2022, pukul 13.25 WIB.

⁷¹ Hasil wawancara dengan EA (Perempuan/ umur 21 tahun), sebagai pelaku *bridal shower* di daerah Semarang, pada tanggal 31 Agustus 2022, pukul 13.23 WIB.

⁷² Hasil wawancara dengan SRM (Perempuan/ umur 23 tahun) sebagai *bridesmaids* di daerah Banjarnegara, pada tanggal 28 Agustus 2022, pukul 20.38 WIB.

yang ada di *event*. Misal di acara *wedding* yang orangnya kisaran 300 orang, maka *Rencang Event Organizer* hanya membutuhkan jasa profesionalnya atau timnya sekitar 6 orang. Kemudian, misal di *engagement*, orang atau tamunya lebih sedikit, jasa dari tim *Rencang Event Organizer* juga hanya sekitar 2 atau 3 orang sudah *include* MC. Bahkan ada juga klien *Rencang Event Organizer* yang membutuhkan jasa *event organizer* yang sudah satu paket. Dimulai dari *engagement*, *prewedding*, sampai *wedding*".⁷³

Jadi, untuk melangsungkan sekaligus mengikuti tren yang tengah ramai di masyarakat maupun media sosial sekarang ini, perlu persiapan yang begitu banyak dan terkesan mewah. Tidak cukup dengan mengikuti tren-nya saja, melainkan banyak persiapan-persiapan terkait materi, waktu, tenaga, dan banyak pihak. Selain tren tersebut bukanlah tren yang mudah diikuti oleh berbagai kalangan, tren tersebut juga merupakan tren yang menuju ke pemborosan, sia-sia, dan hura hura. Karena tidak cukup dengan sedikit uang yang dipersiapkan.

⁷³ Hasil wawancara dengan MR (Perempuan/ umur 26 Tahun) sebagai admin *Rencang Event Organizer* Kebumen, pada tanggal 31 Agustus 2022, pukul 16.00 WIB.

BAB IV

ANALISIS BUDAYA POP DALAM RITUAL PRA-PERKAWINAN PERSPEKTIF ETIKA ISLAM

A. Analisis Corak Budaya Pop dalam Ritual Pra-Perkawinan

1. Ritual Pra-Perkawinan sebagai Produk Budaya Barat

Ritual pra-perkawinan merupakan budaya yang berasal dari budaya barat, kemudian diadopsi di Indonesia. Jadi, perayaan dalam ritual pra-perkawinan bukanlah produk budaya yang orisinal dari Indonesia. Tentunya, ritual pra-perkawinan tersebut sudah mapan. Baik dari narasi, wacananya, maupun praktiknya. Seperti menurut Beth Mentomuro, banyak wanita kelas menengah dan menengah atas di Amerika Serikat yang memiliki beberapa perayaan pra-perkawinan, termasuk *engagement party*, *bridal shower*, dan rangkaian pesta lajang lainnya.¹ Berikut adalah bukti beberapa ritual pra-perkawinan yang merupakan produk dari budaya barat :

Pertama, engagement di United States (Amerika Serikat). Begitu seorang pria dan wanita memutuskan dan berkomitmen untuk ke jenjang perkawinan (menikah), langkah selanjutnya yang harus dilakukan adalah melangsungkan *engagement* sebagai

¹ Beth Mentomuro, *Something Old, Something Bold: Bridal Shower and Bachelorette Parties*, (New Jersey: Rutgers University Press, 2006), 179.

langkah awal dalam ritual pra-perkawinan. Ada beberapa alasan yang kuat terkait diadakannya sebuah *engagement* yang resmi. Salah satunya, dikarenakan setelah pria dan wanita membuat komitmen yang kuat satu sama lain, setelah itu mereka akan merasakan hubungan mereka yang begitu berdeda dari sebelumnya. Oleh karena itu, mereka mengadakan ritual *engagement*. Mereka juga percaya bahwa setelah *engagement*, mereka merasa hubungannya lebih terlihat esensinya, dah terarah terkait bagaimana kedepannya.²

Hal serupa juga dirasakan oleh salah satu informan yang sudah mengadopsi budaya dengan ritual *engagement*, informan mengatakan bahwasanya:

“setelah melangsungkan *engagement*, menjadi lebih yakin, dan lebih tenang untuk ke jenjang yang lebih serius selanjutnya. Karena sebelum prosesi *engagement* (pertunangan) ini, merasa sangat resah, dan takut, dan dihantui dengan rasa ketakutan. Kalau setelah tunangan ini, menjadi lebih yakin, mantep dan tenang. Kemudian dari kedua mempelai, lebih berkomitmen, lebih menjaga, lebih berperilaku yang sesuai dengan apa yang sudah dijanjikan,

² Raeann R Hamon & Bron Ingoldsby, *Mate Selection Across Cultures*, (United States: Sage Publications, 2003), 14.

tidak sebebaskan sebelumnya, karena sudah mempunyai ikatan, yang tentunya harus dipertanggungjawabkan”.³

Terkait bagaimana perayaan *engagement*, salah satunya dalam budaya *engagement* yang ada di United States, yaitu; pengantin akan diberikan sebuah cincin pertunangan, dan dilengkapi dengan sebuah gelang emas penuh berlian.⁴ Bahkan hal tersebut juga ada dalam ritual *engagement* yang dilakukan oleh informan dengan pernyataan berikut:

“dilanjutkan dengan prosesi pemasangan cincin dan gelang, dari ibunya (laki-laki) langsung, di pasangkan ke perempuan, kemudian di saksikan oleh ibu perempuan, dan keluarga besar”.⁵

Ritual *engagement* sebagai tren, membidik budaya secara tepat, hingga cepat beradaptasi dan dipercayai oleh masyarakat modern sekarang ini. Informan juga memperkuat dengan pernyataannya:

“sebenarnya tidak terlalu mengikuti tren yang harus wajib diikuti. Akan tetapi, karena sekarang tren-nya seperti itu, tentunya dari pihak perempuan ingin memberikan yang terbaik, ingin menyambut keluarga laki-laki dengan baik,

³ Hasil wawancara dengan NPM (Perempuan/ umur 25 tahun), sebagai pelaku *engagement* dari daerah Kendal, pada tanggal 28 Agustus 2022, pukul 13.25 WIB.

⁴ Raeann R Hamon & Bron Ingoldsby, *Mate Selection Across Cultures*, 14.

⁵ Hasil wawancara dengan NPM (Perempuan/ umur 25 tahun), sebagai pelaku *engagement* dari daerah Kendal, pada tanggal 28 Agustus 2022, pukul 13.25 WIB.

yaitu dengan mempersiapkan beberapa persiapan, seperti fotografer, kemudian dekorasi, dan juga berpenampilan yang rapih, yang tentunya nanti akan dilihat oleh keluarga laki-laki. Kemudian intinya itu sebagai usaha pihak perempuan dan keluarga untuk menghargai, menghormati, menyambut yang terbaik, untuk keluarga laki-laki. Tidak sepenuhnya kami mengikuti tren. Tapi, pihak perempuan lebih ke ingin memberikan yang terbaik, yang maksimal dalam menyambut keluarga laki-laki. Akan tetapi, ya memang, tidak bisa dipungkiri bahwa apa yang dilakukan itu karena perubahan budaya sekarang. Kalau tidak ada tren seperti itu, juga tidak akan mempersiapkan seperti yang sudah dipersiapkan dengan maksud menyambut yang terbaik keluarga laki-laki. Karena ada budaya yang sekarang, ada tren yang seperti sekarang, itu sebagai patokan pihak perempuan, untuk menyambut secara maksimal, sesuai budaya yang sekarang”.⁶

Dengan adanya pernyataan dalam wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa ritual *engagement* masuk dalam kategori produk budaya populer. Karena, ritual *engagement* termasuk dalam salah satu ciri budaya populer, yaitu sebagai ritual yang mengarah kepada ‘tren’ yang menjadi tendensi dan diikuti atau digemari oleh banyak orang. Diperkuat dengan wawancara informan pelaku *engagement* diatas, bahwasanya pelaku melangsungkan *engagement*nya karena pengaruh dari tren yang

⁶ Hasil wawancara dengan NPM (Perempuan/ umur 25 tahun), sebagai pelaku *engagement* dari daerah Kendal, pada tanggal 28 Agustus 2022, pukul 13.25 WIB.

sedang populer dan bahkan menjadi tolak ukur untuk ‘menghormati’ pihak calon laki-laki.

Kedua, Bridal Shower sebagai produk budaya Belanda. Sebagian besar bukti menunjukkan bahwasannya *bridal shower* adalah produk dari Belanda pada abad keenam belas dan ketujuh belas. Legenda menunjukkan bahwa cinta saja tidak cukup untuk memenangkan persetujuan dari ayah calon pengantin. Karena laki-laki yang ingin ia (wanita) nikahi adalah laki-laki miskin. Maka, ayah dari perempuan itu tidak akan meminta mahar.⁷ Seperti yang Arlene Hamilton Stewart katakan di buku *A Bride's Book of Wedding Traditions* katakan:

Wedding lore has it that the bridal shower dates back over 300 years, when a young Dutch maiden fell in love with a poor miller, a man with a small fortune but a large heart. Because he often gave his flour to hungry families, he had no money to marry....⁸

Cerita perkawinan mengatakan bahwa *bridal shower* sudah ada lebih dari 300 tahun, ketika seorang gadis muda Belanda jatuh cinta dengan seorang tukang giling yang miskin, seorang pria dengan kekayaan kecil tetapi hati yang besar. Karena dia sering memberikan tepungnya kepada keluarga yang kelaparan, dia tidak punya uang untuk menikah...

⁷ Beth Mentomuro, *Something Old, Something Bold: Bridal Shower and Bachelorette Parties*, 21.

⁸ Arlene Hamilton Stewart, *A Bride's Book of Wedding Traditions*, (New York: William Morrow, 1995), 19.

Bridal shower dengan sejarah diatas, kini berfungsi sebagai sarana dan arena pemberian mahar agar cinta romantis bisa terwujud dalam perkawinan. Kebutuhan ikut serta mendorong *bridal shower*. Khawatir bahwa rumah tangga putrinya akan kekurangan persediaan penting, sang ayah ragu-ragu untuk mengizinkannya menikah dengan pria dengan pendapatan yang kurang atau tidak berarti. Seperti plot banyak cerita modern, "cinta sejati" akan terwujud, ketika komunitas (*bridal shower*) berkumpul dan mereka menyadari bahwa mereka memiliki kemampuan untuk membantu pesta calon pengantin.⁹

Dalam penelitian sejarahnya tentang perkawinan, tercatat bahwa *bridal shower* dipraktikkan oleh wanita yang bekerja di pekerjaan kerah putih¹⁰ selama awal abad kedua puluh juga. Ini adalah era di mana perkawinan sedang mencapai popularitas dan perhatian yang tinggi. Adapun *bridal shower* di tahun 1970-an sedikit berubah dari dekade sebelumnya. *Bridal shower planner* merencanakan pesta yang menjunjung tinggi cita-cita feminine. Suasana feminin yang jelas khas, dengan menampilkan "cina

⁹ Beth Mentomuro, *Something Old, Something Bold: Bridal Shower and Bachelorette Parties*, 22.

¹⁰ Pekerja kerah putih adalah istilah yang ditujukan kepada pekerja terdidik atau profesional yang rutin di gaji, dan bekerja di perkantoran semi-profesional.

terbaiknya, linen dan kristal" dan mengatur meja dengan "pusat tema pengantin dan dalam warna pengantin".¹¹

Selain di Belanda, bukti selanjutnya bahwa *bridal shower* bukanlah ritual budaya asli Indonesia adalah dengan adanya *bridal shower* di Bahamas Caribbean (South America) yang sudah lama populer. Praktik ritual *bridal shower* dalam budaya disana adalah, dengan mengejutkan atau memberi surprise *bridal shower* kepada calon pengantin, yang dilakukan oleh teman wanita dan anggota keluarga. Biasanya dilakukan disaat tanggal perkawinan semakin dekat.

Seiring berjalannya waktu, tahapan selanjutnya setelah melakukan kejutan adalah dengan makan bersama. Ciri khas dalam ritual *bridal shower* di Bahamas adalah terdapat kacang polong dan nasi, makaroni dan keju, selada kol, ham, ayam goreng, kalkun, daging sapi, udang karang, keong goreng, dan kue. Peserta *bridal shower* (termasuk teman pengantin perempuan) juga membawa hadiah¹², yang terkadang diatur sesuai tema yang di tentukan. Lebih spesifik mengenai berbagai hadiah yang didapatkan calon pengantin antara lain mulai dari pakaian dalam hingga oven microwave, panci dan wajan, hingga handuk kamar mandi. Setelah

¹¹ Beth Mentomuro, *Something Old, Something Bold: Bridal Shower and Bachelorette Parties*, 30.

¹² Raeann R Hamon & Bron Ingoldsby, *Mate Selection Across Cultures*, 31.

hadiah terkumpul, saat itu juga calon pengantin wanita membuka hadiah di depan tamunya dengan penuh kegembiraan.¹³

Kegiatan *bridal shower* terkait *suprise* dan pemberian hadiah, juga diikuti oleh EA sebagai informan *bridal shower* yang menyatakan bahwa:

“Kalau tahapan acaranya dimulai dari *suprise* calon pengantin perempuan, lalu coret-coret muka calon pengantin pakai lipstik untuk foto-foto, dan di video. Dilanjutkan dengan penyampaian kesan-pesan, yang disampaikan satu persatu berurutan dari teman-teman untuk calon pengantin perempuan. Selain itu, calon pengantinnya juga menyampaikan kesan-pesan untuk teman-temannya. Diakhiri dengan acara buka kado dari teman-teman untuk calon pengantin”.¹⁴

Alasan mereka mengadakan *bridal shower* bukanlah tuntutan dari masyarakat, melainkan pengaruh adanya tren yang sedang *nge-hype* (terkini). Seperti pernyataan EA sebagai berikut:

“sebenarnya *bridal shower* adalah acara sukarela dari teman-teman calon pengantin perempuan, supaya ada kenangan sebelum dia punya suami. Kalau dari calon pengantin juga tidak menuntut, karena *bridal shower* ini sifatnya *suprise*

¹³ Raeann R Hamon & Bron Ingoldsby, *Mate Selection Across Cultures*, 31

¹⁴ Hasil wawancara dengan EA (Perempuan/ umur 21 tahun), sebagai pelaku *bridal shower* di daerah Semarang, pada tanggal 31 Agustus 2022, pukul 13.23 WIB.

seperti tren-tren yang ada. Jadi, lebih untuk mengikuti tren terkini”.¹⁵

Ritual *bridal shower* yang pada mulanya berasal dari barat, akhirnya berpotensi menjadi produk budaya populer dikarenakan dijadikan kiblat yang diadopsi atau bahkan di jiplak menjadi tren yang tengah ramai di masyarakat Indonesia sekarang ini. Tren sebagai salah satu ciri budaya populer, dan media yang telah menjadi pengaruh besar populernya ritual *bridal shower* tersebut, tentu memperjelas bahwasanya ritual *bridal shower* merupakan produk budaya populer. Tren yang dikemas begitu rapi, mengelabui masyarakat dengan kemewahan, dibalut momen pesta lajang, bernuansa setia kawan, atau bahkan dijadikan sebagai salah satu bentuk solidnya persahabatan.

Tidak sebatas tren saja, disisi lain *bridal shower* juga dijadikan sebagai lahan yang begitu menguntungkan beberapa pihak. Dimana salah satu ciri dari *bridal shower* yaitu sebagai bentuk profitabilitas dari sisi ekonomi atau budaya populer berpotensi menghasilkan keuntungan yang besar bagi industri yang mendukungnya.¹⁶ Diantaranya yaitu media sosial yang menjadi

¹⁵ Hasil wawancara dengan EA (Perempuan/ umur 21 tahun), sebagai pelaku *bridal shower* di daerah Semarang, pada tanggal 31 Agustus 2022, pukul 13.23 WIB.

¹⁶ Dominic Strinati, *Popular Culture: Pengantar Menuju Teori Budaya Populer*, terj. Mukhid Abdul, (Yogyakarta: Narasi Pustaka Promothea, 2014), 13.

semakin diagungkan, dicari, dan dijadikan sebagai pusatnya referensi tren-tren yang sedang *booming*. Dan juga menguntungkan industri dan beberapa pihak lainnya. Karena dengan adanya tren *bridal shower* tersebut tentu semakin meramaikan pasar industri dekorasi, teknologi, kaitanya dengan fotografer dan videografer, sekaligus bisnis *event organizer* yang kian bertumbuh satu persatu berlomba-lomba untuk persaingan bisnis.

Tren yang tidak kalah ramai selanjutnya, yang *ketiga* yaitu *Bridesmaids* sebagai tren yang tengah populer. Untuk memahami mengapa dalam perkawinan atau *wedding* membutuhkan peran *bridesmaids*, adalah untuk mengikuti tren-tren ‘sepantasnya’ di era modern. Bahkan sebagai *bridesmaids* juga dianggap sebagai ‘kehormatan’ karena telah dipercayai untuk berpartisipasi dan meluangkan segala waktu, tenaga, maupun dari segi materi, untuk menjadi pengiring pengantin.¹⁷

Bridesmaids juga merupakan salah satu ritual yang terbentuk karena tren yang ada di media. Jadi, lebih ke mengikuti tren yang sedang *nge-hype* dan untuk membuat momen perkawinan menjadi lebih terkesan. Seperti pendapat informan yang menyatakan:

¹⁷ Holly Lefevre, *The Everything Bridesmaids Book: From Bachelorette Party Planning to Wedding*, (United States: Adam Media, 2011), 2.

“lebih mengikuti tren saja. Misal ada yang menikah, terus dengan adanya *bridesmaids* akan menjadi lebih lengkap, dan lebih memukau.”¹⁸

Banyak wanita yang merasa senang, disaat diminta menjadi pengiring pengantin. Mereka terbuai dengan hal-hal yang menyenangkan. Seperti gaun (seragam) yang diberikan oleh calon pengantin, pesta, dan *bridal shower* adalah yang terpenting dalam pikiran mereka. Namun, tidak sebatas kesenangan semata, menjadi *bridesmaids* adalah suatu pekerjaan. Karena tujuan dari calon pengantin wanita mencari *bridesmaids* adalah untuk dukungan, bantuan, persahabatan, dan bahkan untuk pendapat dan kebijaksanaan mereka. Jadi, harus dipersiapkan lebih matang dan sebatas mengikuti kesenangan hingga mengesampingkan tugas yang seharusnya.¹⁹

Meskipun musim telah berubah, tapi tradisi terkait *bridesmaids* itu tetap ada. Bagi *bridesmaids* yang bahkan sudah memiliki kehidupan sendiri seperti pekerjaan domestik, maupun pekerjaan dalam ranah publik, mereka bahkan harus merelakan pekerjaann dan urusan pribadinya, demi bisa secara profesional bertindak sebagai *bridesmaids* dengan segala tugas dan

¹⁸ Hasil wawancara dengan SRM (Perempuan/ umur 23 tahun) sebagai *bridesmaids* di daerah Banjarnegara, pada tanggal 28 Agustus 2022, pukul 20.38 WIB.

¹⁹ Holly Lefevre, *The Everything Bridesmaids Book: From Bachelorette Party Planning to Wedding*, 2-3.

kewajibannya.²⁰ Hal tersebut diperkuat dengan pendapat pelaku *bridesmaids* berikut ini:

“Karena ada perbedaan lokasi dari setiap *bridesmaids*, biasanya *bridesmaids* kesusahan mencari waktu untuk berangkat. Terkadang ada yang terlambat, atau hambatan lainnya. Karena juga banyak yang sudah kerja, dan kuliah, jadi harus benar-benar merelakan waktu”.²¹

Jadi, beberapa *bridesmaids* tentu berasal dari daerah yang berbeda-beda, atau sudah memiliki kesibukan pribadi. Dimana hal tersebut tentu tidak mudah untuk selalu bisa menyetujui atau selalu berpartisipasi dalam perkawinan teman. Pertemanan juga tidak bisa diukur dari *bridesmaids* yang selalu meluangkan waktunya untuk perkawinan teman mereka, karena setiap *bridesmaids* tentunya memiliki orientasi kehidupan yang berbeda-beda. Akan tetapi, demi terealisasi sebuah tren yang dianggap harus diikuti dan tentunya masuk kategori budaya populer sebagaimana budaya yang sifatnya mengorbankan nilai-nilai intelektualitas, penghargaan atas waktu, dan autentitas.²² Semakin menjadi tolak ukur sebuah solid dan setia kawannya suatu persahabatan.

²⁰ Holly Lefevre, *The Everything Bridesmaids Book: From Bachelorette Party Planning to Wedding*, 4.

²¹ Hasil wawancara dengan SRM (Perempuan/ umur 23 tahun) sebagai *bridesmaids* di daerah Banjarnegara, pada tanggal 28 Agustus 2022, pukul 20.38 WIB.

²² Dominic Strinati, *Popular Culture: Pengantar Menuju Teori Budaya Populer*, 18.

2. Refleksi atau Praktik Ritual Pra- perkawinan di Media Sosial

Sulit untuk memungkiri bahwa media sosial telah merambah ke dalam kehidupan modern. Dimanapun dan kapanpun, selalu ada media sosial yang mendominasi peradaban budaya modern ini. Dalam ritual pra-perkawinan, beberapa pasangan membagikan momennya di media sosial. Dan beberapa pasangan lainnya mencari referensi ritual pra-perkawinannya di media sosial.²³

Media dan budaya yang lebih besar memiliki pengaruh terhadap kepercayaan masyarakat tentang cinta romantis, termasuk hal-hal seperti pengalaman, sikap, harapan, keyakinan seksual, aktivitas, dan waktu peristiwa (misalnya, *engagement*, *wedding*, dll.) yang terkait dengan cinta.²⁴

Perhatian yang diberikan oleh media populer selama periode ini untuk perkawinan, dan *bridal shower* khususnya, juga menunjukkan daya tarik mereka kepada wanita dari kelas sosial yang lebih tinggi seperti selebritas sebagai pemegang kendali atau yang menjembatani lestarynya budaya populer.²⁵ Ritual pra-

²³ Holly Lefevre, *The Everything Wedding Etiquette Book*, (United States: Shimon & Schuster, 2012), Chapter 5.

²⁴ Collins, W, "More than myth: The developmental significance of romantic relationships during adolescence," *Journal of Research on Adolescence* 13 (2003), 1–24.

²⁵ Beth Mentomuro, *Something Old, Something Bold: Bridal Shower and Bachelorette Parties*, 30.

perkawinan tersebut bahkan sudah direfleksikan dalam media sosial, seperti contohnya dalam media sosial yang diupload baru-baru ini berikut:

Tabel 4.1

No	Nama Artis/selebgram	media sosial	Username	Ritual pra-perkawinan
1	Aurel Hermansyah ²⁶	Youtube	Aurellie Atta	<i>Engagement</i>
2	Lesti Kejora ²⁷	Youtube	Lesti Chanel	<i>Bridal Shower</i>
4	Ria Ricis ²⁸	Youtube	Ricis Official	<i>Bridesmaids</i>
5	Maudy Ayunda ²⁹	Instagram	@maudyayunda	Bridesmaids
6	Ibnu Wardani ³⁰	Tiktok	@ibnuwardani	<i>Prewedding</i>

²⁶ Aurellie Atta, <https://youtu.be/ddmbaxwsUuM>, diakses pada 6 September 2022.

²⁷ Lesti Chanel, <https://youtu.be/fHTT4m2OxV8>, diakses 6 September 2022.

²⁸ Ricis Official, <https://youtu.be/v2HZKbWusLw>, diakses 6 September 2022.

²⁹ Maudy Ayunda, <https://www.instagram.com/p/CeNTzS-PY-I/?gshid=MDJmNzVkMjY=>, diakses 6 September 2022.

³⁰ Ibnu Wardani, <https://vt.tiktok.com/ZSRPNXpRR/>, diakses 6 September 2022.

Keempat ritual pra-perkawinan di atas³¹, merupakan bukti adanya refleksi dari praktik ritual pra-perkawinan sebagai produk budaya pop yang kian merambah dan hidup di media sosial. Bahkan, media sosial kini memiliki kuasa sebagai representasi budaya pop, sekaligus senantiasa menyerap budaya pop. Dikarenakan ciri utama budaya pop yaitu eksistensinya yang berlangsung terus menerus, maka semakin menghegemoni nalar masyarakat.³²

Refleksi dari praktik ritual pra-perkawinan juga diperkuat dalam beberapa *website*. Seperti contohnya pada *website @thebridedept* yang memposting beberapa konsep-konsep dan tema *engagement*, maupun *wedding*.³³ Dan juga artikel yang ditulis oleh *weddingmarket*, yang memposting terkait aneka konsep *prewedding*³⁴. Dengan adanya *website* maupun beberapa artikel *wedding*, maka akan lebih mudah untuk di akses, dan lebih banyak variasi pilihan konsep *engagement* maupun *prewedding* yang bisa diikuti oleh masyarakat.

³¹ *Engagement, prewedding, bridal shower, dan bridesmaids.*

³² Ropingi el Ishaq & Prima Ayu Rizqi Maharani, "Media Sosial, Ruang Publik, dan Budaya Pop," *Jurnal Ettisal* 3 (2018): 23, diakses 5 September 2022, doi: 10.21111/ettisal.v3i1.1928.

³³ The Bride Dept, <https://thebridedept.com/category/the-engagement/>, diakses 6 September 2022.

³⁴ Weddiingmarket, <https://weddingmarket.com/artikel/konsep-prewedding-outdooor-terbaru>, diakses 6 September 2022.

Konsensus dalam hingar bingar beragam tren ritual pra-perkawinan diatas, masuk dalam kategori budaya pop. Seperti halnya menurut Ariel Heryanto bahwasannya ada beberapa alasan dalam menganalisis secara mendalam terkait budaya pop. *Pertama*, budaya pop merupakan gejala yang masih baru di mata khalayak masyarakat. Entah itu dalam bentuk tren, hegemoni, maupun lainnya. *Kedua*, kuatnya paradigma tertentu dalam kajian masalah ini.³⁵ Perkombinasian yang begitu kuat antara budaya populer dan budaya massa kemudian melimpahkan produksi. Munculnya tren ritual pra-perkawinan yang kemudian dianggap harus diikuti, dan hanya menguntungkan pihak produksi, industri, seperti venue, vendor *makeup*, dekorasi, *event organizer*, dan lainnya.

Dengan segala tren-tren yang sedang nge-*hype* seperti ritual pra-perkawinan, tidak bisa dipungkiri lagi, ketika selebritas semakin mempopulerkan ritual pra-perkawinan tersebut melalui media sosial mereka, maka semakin banyak pula masyarakat yang ingin tahu dan ikut serta melakukannya. Entah itu masyarakat perkotaan, maupun masyarakat rural yang bahkan menganggap bahwa melakukan ritual pra-perkawinan sebagai suatu keharusan dan terkesan memaksakan diri untuk ikut melakukannya. Hal

³⁵ Ariel Heryanto, *Budaya Populer di Indonesia: Mencairnya Identitas Pasca-Orde Baru*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2012), 8.

tersebut membuktikan bahwasanya media sosial sebagai representasi dari budaya populer. Karena budaya populer sendiri bahkan dijadikan sebagai motor yang menggerakkan interaksi berbagai spektrum sosial. Melalui media sosial, seseorang dapat melahirkan budaya mereka sendiri untuk dapat dibagi kepada orang lain.³⁶ Seperti halnya tren ritual pra-perkawinan yang kian populer di berbagai media sosial.

B. Analisis perspektif Etika Islam terhadap Budaya Pop Pra-Perkawinan

Budaya pop merebak hingga ke dalam perayaan pra-perkawinan, yang bahkan sudah lestari di berbagai kalangan masyarakat. Dengan latar belakang pelakunya yang masuk kategori masyarakat biasa, tentunya hal tersebut masuk dalam kategori *tabzīr* (pemborosan) dan *isrāf* (berlebihan). *Tabzīr* dan *isrāf* merupakan perilaku yang tidak dianjurkan dalam Islam.³⁷ Seperti halnya perilaku memaksakan diri dalam mengikuti tren yang sedang nge-*hype* dalam kehidupan modern sekarang ini, yaitu ritual pra-perkawinan. Karena ritual pra-perkawinan termasuk tren yang ranahnya memuaskan gaya

³⁶ Chris Barker, *Cultural Studies: Teori dan Praktik*, terj. Nurhadi, (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2015), 50.

³⁷ Yogi Imam Perdana, “Penafsiran Fahrudin al-Razi tentang Ayat-ayat *Isrāf* dan *Tabzīr* serta Relevansinya dengan Kehidupan Modern,” *Jurnal Hadharah* 12 (2018): 15, diakses 19 Agustus 2022.

hidup hedon atau hidup mewah, dan hura-hura, bahkan terkesan ‘harus’ dicapai dengan berbagai cara.

Islam mengajarkan kepada orang yang melaksanakan sebuah perkawinan yang sederhana, tetapi tidak menetapkan bentuk minimum atau bentuk maksimum dari prosesi perkawinan tersebut, sesuai dengan sabda Rasulullah Saw. yang memberi isyarat bahwa perkawinan itu diadakan sesuai dengan kemampuan seseorang yang melaksanakannya, dengan tujuan agar dalam pelaksanaan perkawinan tidak ada disertai perbuatan *isrāf* dan sifat angkuh serta membanggakan diri.

Sabda Rasulullah Saw dari Imam Bukhari dan Muslim telah meriwayatkan :

أَوْمٌ وَلَوْ بِشَاةٍ

Adakanlah walimah, walaupun hanya dengan seekor kambing. (HR. al-Bukhari no. 2048 dan Muslim No. 1427).

Satu ekor kambing yang dimaksudkan dalam hadis tersebut bukanlah batas minimum makanan yang mesti dihidangkan dalam sebuah perkawinan. Namun pada prinsipnya, dalam melaksanakan sebuah perkawinan haruslah dengan kemampuan, Rasulullah Saw sendiri ketika beliau menikah dengan Syafiyah, beliau hanya menghidangkan makanan yang terbuat dari campuran kurma dengan

susu yang sudah dikeringkan atau dengan tepung gandum.³⁸ Hal ini mengisyaratkan bahwa dalam melaksanakan sebuah perkawinan itu harus dengan sederhana serta melihat batas kemampuan dalam mengadakan sebuah perkawinan tanpa harus mengikuti tren-tren yang sedang gempar.

Lebih rinci mengenai problematika dan kategori *tabzīr* dan *isrāf* dalam ritual pra-perkawinan adalah dikarenakan di dalam lapangan, beberapa informan termasuk dalam kategori masyarakat kelas menengah, dimana kehidupannya bahkan jauh dari perkotaan, lingkungannya termasuk lingkungan yang masih harum dengan nuansa pedesaan, dengan kehidupan yang dominan sederhana dan semampunya. Menjadi rela mengeluarkan uang, tenaga, waktu dan bahkan mengagungkan ‘gengsi’ hanya demi tren yang tengah viral. Ironinya, bahkan tren tersebut merupakan produk dari budaya barat yang menjadi budaya pop. Sehingga, mampu tidak mampu, masyarakat yang hidupnya tergolong kelas menengah, terpaksa ikut serta dalam tren tersebut. Dan menjadi ukuran untuk sebuah ritual pra-perkawinan yang setidaknya harus dilakukan.

Tidak hanya itu, di dalam ritual *bridal shower* dan *bridesmaids*, juga masuk kategori *tabzīr* dan *isrāf*. *Bridal shower* tergolong berlebihan karena membutuhkan banyak persiapan yang bahkan

³⁸ Abu Malik Kamal, *Fiqh Sunnah Wanita*, (Jakarta: Pena Pundi Aksara 2007), 191.

minim esensi. Begitu pula dengan *bridesmaids*, termasuk upaya pemborosan, *mubazir*, berlebihan, sekaligus menya-nyiakan barang. Kebanyakan gaun *bridesmaids* tidak pernah dipakai lagi, baik karena tidak pas, atau karena mereka bukan *bridesmaids* lagi, atau dressnya terlihat, sangat *bridesmaidly*³⁹. Karena alasan ini, kegiatan memiliki *bridesmaids* yang serasi menjadi terlalu berlebihan.⁴⁰

Selain *tabzīr* dan *isrāf* terkait upaya peng-eksistensian diri dalam ritual pra-perkawinan, masuk dalam kategori perilaku sombong. Di dalam ajaran Islam, perilaku sombong termasuk perilaku yang dilarang. Seperti dalam QS. al-Luqman/31:18 berikut:

وَلَا تُصَعِّرْ خَدَّكَ لِلنَّاسِ وَلَا تَمْشِ فِي الْأَرْضِ مَرَحًا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ كُلَّ مُخْتَالٍ فَخُورٍ (18)

Dan janganlah kamu memalingkan mukamu dari manusia (karena sombong) dan janganlah kamu berjalan di muka bumi dengan angkuh. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang sombong lagi membanggakan diri. (QS. al-Luqman/31:18).⁴¹

Ayat diatas memiliki makna memberi nasehat kepada anaknya tentang tatacara berinteraksi dengan sesama manusia. Beliau menasehati naknya dengan berkata: “*Dan* wahai anakku, disamping butir-butir nasehat yang lalu, *janganlah* juga engkau berkeras

³⁹ Terlalu terlihat spesifik seperti baju *bridesmaids*.

⁴⁰ Kate L Harrison, *The Green Bride Guide: How to Create an Earth-friendly wedding on any budget*, (Canada: Sourcebooks Casablanca, 2008), 70-71.

⁴¹ QS. al-Luqman ayat : 18.

memalingkan pipimu yakni mukamu *dari manusia* siapapun dia, didorong oleh penghinaan dan kesombongan. Tetapi tampillah kepada setiap orang dengan wajah berseri penuh rendah hati. Dan bila engkau melangkah, *janganlah berjalan di muka bumi dengan angkuh*, tetapi berjalanlah dengan lemah lembut penuh wibawa. *Sesungguhnya Allah tidak menyukai* yakni tidak melimpahkan anugerah kasih sayang-Nya kepada *orang-orang sombong lagi membanggakan diri*. *Dan bersikap sederhanalah dalam berjalanmu*, yakni jangan membusungkan dada dan jangan menunduk bagaikan orang sakit. Jangan berlalari tergesa-gesa dan jangan juga sangat perlahan menghabiskan waktu *dan lunaklah suaramu* sehingga tidak terdengar kasar bagaikan keledai. *Sesungguhnya seburuk-buruknya suara ialah suara keledai* karena awalnya siulan yang tidak menarik akhirnya tarikan nafas yang buruk”.

Kata (*تصعر*) *tusha'ir* yang menimpa unta dan menjadikan lehernya keseleo, sehingga ia memaksakan dia dan berupaya keras agar berpaling sehingga tekanan tidak tertuju kepada syaraf lehernya yang mengakibatkan rasa sakit. Dan dari ayat inilah menggambarkan upaya keras dari seseorang untuk bersikap sombong.

Kata (*في الرض*) *fi al-ardhi* di bumi disebut oleh ayat 18 al-Luqman menurut Biqa'i untuk mengisyaratkan bahwa asal kejadian manusia dari tanah, sehingga ia jangan menyombongkan diri dan melangkah angkuh di tempat itu. Sedangkan Ibn 'Asy'ur

menjelaskan bahwa bumi adalah tempat berjalan semua orang, yang kuat dan yang lemah, yang miskin dan yang kaya, pengusaha dan rakyat jelata. Mereka semua sama sehingga tidak wajar bagi pejalan yang sama, menyombongkan diri dan merasa melebihi orang lain.⁴²

Sikap sombong merupakan upaya berpuas diri atas apa yang telah diraih, dengan tujuan untuk ditunjukkan kepada orang lain. Perilaku sombong juga diartikan sebagai bentuk pengungkapan jiwa supaya di terima oleh orang lain, dan merupakan sifat tercela.⁴³ Sikap sombong juga disinggung oleh Ibnu Miskawaih sebagai salah satu tokoh etika Islam yang membahas mengenai term sombong. Beliau berpendapat bahwa sombong merupakan perilaku terlalu mempercayai diri sendiri, atau dalam kata lain salah mempercayai diri sendiri. Di mana diri sendiri ditempatkan pada derajat yang tidak patut dimilikinya. Berbeda dengan orang yang tahu diri, dia tahu akan kekurangan dirinya, dan tidak terlalu membanggakan dirinya.⁴⁴ Selain itu, sombong juga merupakan salah satu dari penyakit jiwa, karena perilakunya yang berbangga diri yang berlebihan dan bisa mengakibatkan lupa diri.⁴⁵

⁴² M. Qurais Shihab, *Tafsir Al-Misbah Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Qur'an*, (Jakarta: Lentera Hati, 2002), 139.

⁴³ Anas Ahmad Karzon, *Tazkiyatun Nafs Gelombang Energi Penyucian Jiwa menurut al-Qur'an dan Sunnah di Atas Manhaj Salafus Shaalih*, (Jakarta: Akbar Media, 2012), 243.

⁴⁴ Ibn Maskawaih, *Menuju Kesempurnaan Akhlak*, terj Helmi Hidayat, (Bandung: Mizan. 1998), 162-178.

⁴⁵ Ibn Maskawaih, *Menuju Kesempurnaan Akhlak*, 174-176.

Beberapa pengertian dan pembahasan mengenai sikap sombong, sekaligus ayat tentang larangan berperilaku sombong, menjadi acuan penulis untuk menganalisis persoalan dalam tesis ini. Ketika melihat ritual pra-perkawinan, di dalamnya terdapat banyak pernak-pernik kemewahan, sekaligus pemuasan konten demi eksistensi yang menuju ke arah narsisme. Narsisme sebagai sikap percaya diri atau mencintai diri berlebihan, dimana ego lebih ditinggikan⁴⁶, dan masuk dalam kategori sombong. Karena salah satu ciri dari narsisme yaitu arogan, sombong, dan butuh pengakuan.⁴⁷ Lebih mirisnya, sikap narsisme kini condong ke arah kepuasan, hedonisme dan pembodohan diri.⁴⁸

Sikap sombong dan berbangga diri yang berlebihan, secara sadar maupun tidak sadar diperlihatkan dalam budaya pop sebagai tren pra-perkawinan, diantaranya; *engagement*, *prewedding*, *bridal shower*, sekaligus *bridesmaids* dengan referensi tren yang ada sebagai acuannya. Ritual pra-perkawinan tersebut diperlihatkan dengan persiapan serta perlengkapan yang bernuansa mewah, penuh pernak-pernik, mahal, *tabzīr* (pemborosan), masuk kategori *isrāf*

⁴⁶ Simon de Beauvoir, *Second Sex: Kehidupan Perempuan*, terj. Toni B. Febrianto, Nuraini Juliastuti, (Jakarta : PT Buku Seru, 2016), cet.I, 503.

⁴⁷ V. Mark Durand & David H. Barlow, *Intisari Psikologi Abnormal*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007), 212.

⁴⁸ Christopher Lasch, *The Culture of Narcissism*, (London: Abacus, 1982), 221.

(berlebihan), demi untuk memperlihatkan ‘eksistensinya’ kepada orang lain.

Dibantu dengan adanya media sosial sebagai wadah eksistensinya ritual pra-perkawinan, dan segala persiapan dilakukan dengan adanya materi (uang) yang tegolong banyak (mahal). Maka, semakin mahalnya biaya yang dikeluarkan untuk ritual pra-perkawinan, dianggap dapat menunjukkan derajat seseorang. Apakah ia tergolong mampu, tidak mampu, kaya, atau bahkan miskin. Terlihat ironi sekali, ketika ukuran kaya atau miskin dijadikan sebagai patokan derajat seseorang, dan upaya peng-eksistensian diri yang berlebihan, hingga lalai akan larangan sikap sombong yang sudah semestinya untuk tidak dilakukan.

Masuk ke ranah etika Islam, dimana etika dijadikan sebagai pembahasan yang menjadi esensi dari ajaran agama. Etika mengharuskan manusia untuk berdaulat atas kebahagiaan dirinya, dengan memilih jalan hidup dengan caranya bertindak yang penuh pertimbangan antara baik dan benar sebagai bagian dari moral.⁴⁹ Antara etika barat dan Islam tentunya memiliki perbedaan. Di dalam etika barat, pemikiran serta konsepnya lebih bersifat sekuler, dan ukurannya dapat dilihat dari rasio dan empiris,⁵⁰ sedangkan etika Islam ukuran kebenarannya adalah hati nurani yang telah dibalut oleh

⁴⁹ Zuhri, *Etika: Teori dan Praktek*, (Yogyakarta: FA Press, 2016), 65.

⁵⁰ Amin Abdullah, *Falsafah Kalam di Era Post Modernisme*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1997), 98-99.

akhlak dengan berpegang pada acuan al-Qur'an dan Hadis, serta rasio sebagai peran dalam penilaiannya.⁵¹

Adapun beberapa tokoh etika Islam diantaranya yang terkenal pada era klasik adalah; Ibn Miskawaih, Ibn Hazm, dan Al Ghazali. Ketiganya memiliki kesamaan dalam pemikirannya yaitu terkait menentukan benar salah, yakni sama-sama menggunakan syariah dan rasio. Adapun perbedaannya, Al Ghazali lebih memprioritaskan syariah dari pada rasio dalam melakukan penilaian. Sedangkan Ibn Miskawaih lebih menggunakan perspektif filsafat serta pertimbangan panca indera dalam membentuk tindakan untuk menentukan benar salah. Sehingga, pemikiran etika yang Ibn Miskawaih bangun tidak sebatas bersifat metafisik-filosofis, tapi juga praktis-metodologis. Adapun Ibn Hazm dalam konsep etikanya lebih pada mengkombinasikan antara filsafat, sosial, dan nalar keagamaan.⁵²

Selanjutnya mengenai etika Islam sebagai perspektif untuk menganalisis permasalahan terkait budaya pop dalam ritual pra-perkawinan, penulis lebih memilih menggunakan pemikiran etika Ibn Miskawaih, dikarenakan lebih relevan dengan permasalahan yang ada di dalam tesis ini. Konsensus mengenai budaya pop dalam pra-perkawinan tentunya tidak sesuai dengan pola keadilan dan kebajikan

⁵¹ Umar Faruq Thohir, dkk, *Etika Islam dan Transformasi Global*, (Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2013), 8.

⁵² Abdul Basir Solissa, *Etika Perspektif Teori dan Praktik*, (Yogyakarta: FA Press, 2016), 74.

dalam etika Islam, dimana kebajikan tersebut bisa menjadi titik tengah. Seperti halnya pola kebajikan dalam etika Islam menurut Ibn Miskawaih adalah sebagai berikut⁵³:

a. Kebajikan pengetahuan.

Inti dari kebajikan pengetahuan adalah diharapkan mampu menggunakan akal dan nalarnya untuk mempertimbangkan sesuatu yang terlalu melampaui batas, dan untuk membedakan mana yang benar dan mana yang buruk. Dengan adanya kebajikan pengetahuan, tentunya dapat menjadi pionir untuk membentengi jiwa agar tidak melakukan hal-hal yang mendekati keburukan. Dalam ritual pra-perkawinan terdapat hal-hal yang tergolong tidak sesuai dengan kebajikan pengetahuan. Ritual pra-perkawinan hanyalah bukti tidak efisien dalam menggunakan rasionalnya. Kenapa? Karena ritual tersebut hanyalah untuk pemuasan ego, mubazir, penuh dengan pernak-pernik, dan hura-hura. Bahkan, tergolong ritual yang mahal, karena tidak cukup dengan mengikuti tren saja. Akan tetapi ada uang dan gengsi yang saling berhubungan.

b. Kebajikan sikap sabar

Sabar memiliki banyak aspek, baik sabar dalam bertindak, sabar dalam menghadapi masalah, maupun lainnya. adapun

⁵³ Ibn Maskawaih, *Menuju Kesempurnaan Akhlak*, terj Helmi Hidayat, (Bandung: Mizan. 1998), 44.

dalam ritual pra-perkawinan ini termasuk tidak sabar dalam bertindak dan tidak sesuai dengan kebajikan sikap sabar. Karena tidak bisa mengendalikan hati dan akalunya demi mengikuti hawa nafsu melalui tren ritual pra-perkawinan, dan mementingkan urusan duniawi semata.

c. Kebajikan sikap sederhana

Berbicara mengenai kebajikan dalam sikap sederhana, tentunya ritual pra-perkawinan sangatlah jauh dari kesederhanaan. Banyak materi yang diperlukan di dalamnya. Karena untuk terwujudnya perayaan ritual pra-perkawinan, di dalamnya terbungkus hedonisme, materialisme, dan campuran kapitalisme. Sungguh ironi sekali, sudah semestinya Islam juga mengajarkan untuk hidup sederhana. Sederhana bukan berarti tidak mampu, karena tren ritual pra-perkawinan dilakukan hanya karena ingin dianggap mampu, diakui, bahkan tidak ingin dianggap ketinggalan jaman.

d. Kebajikan sikap adil

Mengulik seperti keadilan menurut Ibnu Miskawaih, dimana kebaikan menjadi tengah-tengah di antara dua keburukan. Keadilan merupakan jalan tengah supaya manusia lebih bisa adil dalam hidupnya. Dua keburukan yang dimaksud adalah *tabzīr* atau *isrāf* dengan pelit.

Mengenai simulasi yang menunjukkan bahwasanya adil sebagai jalan tengah dan untuk mengkategorikan antara *tabzīr*, tengah-tengah, ataupun pelit dalam memakai harta berdasarkan latar belakang status atau kelas masyarakat. Yaitu dengan simulasi si A sebagai orang yang memiliki latar belakang penghasilan yang minim, dan status sosial yang termasuk masyarakat kelas bawah, akan tetapi melangsungkan ritual pra-perkawinan, tentunya perilaku tersebut masuk kategori *tabzīr* dan *isrāf*. Begitu pula dengan informan di lapangan yang termasuk dalam status sosial yang hidupnya di desa, terlalu memaksakan untuk mengikuti tren yang ada, penghasilan belum menetap, maka masuk kategori *tabzīr* dan *isrāf*. Selanjutnya si B yang status sosialnya masuk kategori masyarakat menengah, hidupnya di perkotaan, maka ketika melakukan ritual pra-perkawinan, termasuk tengah-tengah, atau wajar. Tidak termasuk *tabzīr* dan *isrāf* tidak pula pelit. Akan tetapi di dalam simulasi ketika seorang Rafi Ahmad atau tokoh publik lainnya, yang hidupnya dipenuhi dengan kemewahan, penghasilan banyak, tergolong masyarakat kelas atas, tetapi tidak melangsungkan ritual pra-perkawinan, maka masuk kategori pelit.

Selanjutnya adalah terkait bagaimana titik tengah atau bentuk keadilan untuk mengkategorikan *tabzīr* dan *isrāf* dalam keempat ritual pra-perkawinan, lebih lanjut tertera dalam tabel berikut:

Tabel 4.2

Ritual pra-perkawinan	Kategori Sombong <i>Tabzīr</i> <i>Isrāf</i>	Adil (tengah-tengah)	Bakhil (pelit)
<i>Engagement</i>	<p>- termasuk sombong, karena dalam prosesinya di upload ke media sosial, sekaligus demi konten, demi mengikuti tren yang ada. Padahal anjuran dalam Islam, lebih baik untuk merahasiakan dan tidak mengumbar pertunangan.</p> <p>- Termasuk kategori <i>tabzīr</i> & <i>isrāf</i> karena menghabiskan banyak biaya, terlalu banyak pernik pernik untuk dekorasi, fotografer, MUA, dll, yang tergolong berlebihan, dan bentuk pemborosan.</p>	<i>Khitbah</i>	x
<i>Prewedding</i>	<p>-Termasuk sombong karena <i>prewedding</i> hanyalah upaya pengungkapan narsisme, demi eksistensi dalam bentuk foto/video (konten) pra perkawinan.</p> <p>- Termasuk kategori <i>tabzīr</i> & <i>isrāf</i> karena <i>prewedding</i> hanya minim faedah, berlebihan, dan juga pemborosan. Dengan persiapan untuk biaya tempat,</p>	-	x

	biaya fotografer, kostum, MUA, dll.		
<i>Bridal shower</i>	-Termasuk sombong karena dalam prosesnya, hanyalah pemuasan konten untuk diabadikan ke media sosial. Atau bentuk narsisme berkedok pengabdian momen. -walaupun dalam acaranya terdapat makna solidnya persahabatan, akan tetapi masuk kategori <i>tabzīr & isrāf</i> karena membutuhkan banyak biaya untuk biaya tempat, perlengkapan, dan persiapan <i>bridal shower</i> yang tergolong pemborosan dan berlebihan.	-	x
<i>Bridesmaids</i>	- termasuk dalam kategori <i>tabzīr & isrāf</i> karena membutuhkan biaya untuk kain kostum <i>bridesmaids</i> , maupun lainnya. dan dalam prakteknya hanya mengedepankan eksistensi dan minim esensi.	-	x

Alasan kenapa dalam tabel diatas dalam kategori bakhil (pelit) tidak ada (x) dan semuanya termasuk dalam kategori *tabzīr* dan *isrāf* adalah karena:

1. Ritual budaya pop dalam keempat ritual pra-perkawinan termasuk tren hura-hura, mengagungkan kemewahan demi standar masyarakat, maupun demi diakui dalam kelas sosial yang ada, dan hanya mengikuti tren semata. Jadi, tentunya tidak termasuk perilaku pelit, bahkan sebaliknya, yaitu berlebihan dan pemborosan.
2. Ritual pra-perkawinan tergolong baru (budaya baru), atau produk budaya pop dan bahkan bukan budaya Islam, jadi tidak ada pengkategorian untuk titik tengahnya.
3. Hanya mencuatkan sisi eksitensinya saja, esensinya tidak ada. Di ritual *engagement* terdapat nilai esensi (sakral), tetapi tidak terlalu banyak juga. Karena dalam *engagement* terdapat banyak pernik pernik di dalamnya yang membutuhkan banyak biaya demi melampaui gengsi.

Adapun titik tengah untuk ritual *engagement* adalah dengan adanya khitbah. Akan tetapi khitbah sebagai titik tengah bukanlah sebatas perayaannya saja, melainkan narasi khitbahnya. Karena di dalam khitbah tentunya terdapat nilai-nilai kesederhanaan. Berbeda dengan ritual *engagement* yang hanya penuh dengan pernik pernik pesta pora demi pemuasan konten “prosesi tukar cincin” semata, sedangkan khitbah bukanlah prosesi tukar cincin. Selain itu khitbah juga dilihat bukan sebagai peristiwa, tetapi sebagai narasi yang di usung oleh agama dengan segala esensi yang mendalam serta hikmah

yang bisa di ambil, dan tentu masih dalam koridor etika Islam yang menjunjung tinggi nilai-nilai islami.

Tidak hanya itu, prosesi khitbah merupakan khas milik Islam dan juga ajaran Nabi Muhammad Saw. Dimana dramatisasinya meliputi:

1. Pentingnya khitbah sebagai tanda keseriusan menuju sakralnya perkawinan.
2. Menggunakan pola-pola sederhana walaupun Nabi Muhammad Saw ketika khitbah tidak sederhana, tetapi dalam khitbah tetap perlu sikap sederhana sesuai kapasitas diri. Karena kapasitas Nabi Muhammad Saw berbeda dengan umatnya. Dan juga terdapat banyak hal yang membedakan situasi dan kondisi.

Dengan demikian, khitbah diartikan sebagai prosesi ritual pra-perkawinan yang maknanya esensial yaitu keseriusan dan kesederhanaan.

Berdasarkan beberapa pembahasan diatas, ketika ditarik benang merah etika Islam merupakan benteng dari segala akhlak dan sikap buruk. Akhlak yang kurang baik tidak sebatas perilaku seperti mencuri, berbohong, maupun berperilaku kasar. Akan tetapi 'tahu malu' dan tidak memaksakan untuk mengikuti tren adalah sebuah upaya membentengi diri dari kebahagiaan yang fana, pemuasan euforia, dan adil dalam mengonsumsi harta. Seperti halnya kebajikan dalam sebagai titik tengah yaitu rendah hati sebagai titik tengah

antara tidak tahu malu dan terlalu pemalu,⁵⁴ titik tengah antara *tabzīr/īsrāf* dan pelit. Karena dalam ritual pra-perkawinan bukan soal siapa yang mampu, atau mencari keuntungan dalam tren, dan bahkan hanya menyulutkan kesombongan. Melainkan, harus bisa memilah dan memilih terkait tren yang sedang ada, dan tidak gampang terbawa arus budaya pop. Apalagi dengan katar belakang kehidupan yang pas-pasan, tetapi nekat mengikuti tren tersebut, maka hanya akan membuahkan pemborosan.

Ritual pra-perkawinan sebagai produk budaya pop, sudah semestinya tidak ada nilai dan esensi jiwa di dalamnya. Selain budaya pop yang tergolong pembodohan nalar, budaya pop juga tidak memprioritaskan nilai baik, dan sebatas menyilaukan mata. Karena dalam proses, tahapan, dan hasil dari ritual pra-perkawinan hanyalah ajang untuk eksistensi diri, dimana bukan lagi “aku berfikir maka aku ada”. Tapi “aku mengikuti tren, maka aku ada”. Terdapat degradasi nilai-nilai adil, dan sederhana, karena di dalamnya berisi kemewahan dan hura-hura. Jadi, dengan adanya etika Islam, akan lebih membentengi diri dan jiwa, dari hal-hal yang kurang bermanfaat dan kurang bermakna. Di dalam etika Islam tentu ada jiwa yang dilindungi, ada jiwa yang seharusnya menjadi esensi kualitas diri, dan harus dijaga agar tidak mudah tercemari oleh pergulatan eksistensi dari tren semata. Seperti halnya konsep keadilan dalam etika Islam

⁵⁴ Ibn Maskawaih, *Menuju Kesempurnaan Akhlak*, 52-54.

yang dijadikan sebagai jalan tengah atau titik tengah antara dua spektrum baik buruk, sehingga diharapkan bisa di tengah-tengah supaya tidak berlebihan tidak pula mendekati keburukan.

Selain itu, dengan menggunakan keadilan sebagai spektrum pembahasan dalam etika Islam diharapkan bisa menjadi acuan untuk membatasi diri dari hiruk pikuk budaya pop. Konsep adil tidak semata-mata dalam penggunaan uang saja, tetapi harus mempertimbangkan psikologi sosial. Konsep adil juga menjadi diperluas dengan pertimbangan etis bukan sekedar dari sisi ekonomi saja, melainkan perlu kecerdasan sosial⁵⁵ bagi pelaku pra-perkawinan ini. Akan menjadi tidak etis dan menyakiti masyarakat ketika mereka hidupnya mengalami kesusahan, untuk mengadakan tasyakuran perkawinan saja tidak mampu, dan kehidupannya sangat berkurangan. Tetapi hanya untuk menuruti ego dan meninggikan gengsi, rela mengadakan ritual pra-perkawinan dengan segala konsep yang mewah dan mengabaikan realitas yang ada.

⁵⁵ Kecerdasan sosial yang merupakan kemampuan mencapai tahap kematangan pada kesadaran berpikir dan bertindak sebagai makhluk sosial dalam hidup bermasyarakat lihat di Yusuf Syamsu, *Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja*, (Bandung: Rosda Karya, 2004), 30.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dari “Budaya Pop dalam Ritual Pra-Perkawinan (perspektif Etika Islam)”, maka penulis akan memberikan beberapa kesimpulan sebagai deskripsi singkat sebagai berikut:

1. Corak budaya pop dalam ritual pra-perkawinan sebagai ritual yang mengarah kepada ‘tren’, kini menjadi tendensi sekaligus diikuti atau digemari oleh banyak orang. Dimana ritual pra-perkawinan tersebut juga termasuk produk dari budaya pop yang secara konsensus sudah menyebar, menjadi tren, dan diadopsi di berbagai kalangan masyarakat. Selain itu, corak budaya pop dalam ritual pra-perkawinan juga dengan dijadikannya ritual pra-perkawinan sebagai lahan yang begitu menguntungkan beberapa pihak, dan juga sebagai bentuk profitabilitas dari sisi ekonomi atau budaya populer yang berpotensi menghasilkan keuntungan yang besar bagi industri yang mendukungnya. Adapun yang menjembatani populernya ritual tersebut adalah dikarenakan ritual pra-perkawinan

masuk ke ranah gaya hidup, tren, representasi dari media sosial, dan juga relasi dengan selebritas, media sosial dan *event organizer* yang ikut serta membantu sekaligus memiliki keuntungan, dengan adanya ritual yang kini telah menyebar dan menjadi suatu keharusan.

2. Dilihat dari perspektif etika Islam, ritual pra-perkawinan sangatlah jauh dari nilai-nilai kebajikan dan keadilan dalam etika konsumsi dan kebajikan jiwa. Karena dalam ritual tersebut sangatlah jauh dari sederhana, dan kebajikan adil sebagai titik tengah. Hal tersebut dikarenakan ritual pra-perkawinan termasuk kategori *tabzīr* dan *isrāf*, yang tentunya jauh dari nilai kesederhanaan. Selain perilaku *tabzīr* dan *isrāf* memang dilarang dalam Islam, ritual tersebut juga sangatlah minim faedah, pemborosan, hanya terfokuskan pada hura-hura semata, dan hanyalah perilaku yang tidak menerapkan kecerdasan sosial sebagai bentuk pertimbangan etis kepada masyarakat lain yang tidak mampu mengadakan ritual pra-perkawinan.

B. Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai “Budaya Pop dalam Ritual Pra-Perkawinan (perspektif

Etika Islam)'' maka penulis dapat memberikan saran untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik, maka diharapkan bagi peneliti selanjutnya untuk meningkatkan pengetahuan dan wawasan yang terkait dengan tema budaya pop dan etika Islam, serta mencoba untuk meneliti objek-objek lain dan variabel-variabel lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

Abdullah, Amin, *Falsafah Kalam di Era Post Modernisme*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1997.

Ames, Melissa, dan Sarah Burcon, *How Pop Culture Shapes the Stages of a Woman's Life*, New York: Palgrave Macmillan, 2016.

Amin, Ahmad, *Etika: Ilmu Akhlak*, terj. Farid Ma'ruf, Jakarta: Bulan Bintang, 1993.

Amin, Osman, *Lights on Contemporary Moslem Philosophy*, Kairo: The Renaissance Bookshop, 1958.

Anwar, Rosihon, *Akhlak Tasawuf*, Bandung, Pustaka Setia, 2010.

Ardial, *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*, Jakarta: Bumi Aksara, 2014.

Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2010.

Bably, Muhammad Mahmud, *Kedudukan Harta Menurut Pandangan Islam*, Jakarta: Kalam Mulia, 1989.

Barker, Chris, *Cultural Studies Teori & Praktik*, terj. Nurhadi, Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2004.

-----, *Cultural Studies Teori & Praktik*, Terj. Nurhadi, Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2008.

-----, *Cultural Studies Teori & Praktik*, terj. Nurhadi, Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2015.

Baudrillard, Jean, *Simulacra and Simulation*, Translator: Sheila Faria,

- Michigan: University of Michigan Press, 1994.
- Beauvoir, Simon de, *Second Sex: Kehidupan Perempuan*, terj. Toni B. Febrianto, Nuraini Juliastuti, Jakarta : PT Buku Seru, 2016.
- Bertens, K, *Etika*, Jakarta: Gramedia, 2005.
- Brooks, Ann, *Postfeminisme & Cultural Studies, Sebuah Pengantar Paling Komprehensif*, terj. S. Kunto Adi Wibowo, Yogyakarta: Jalasutra, 2009.
- Burton, Graeme, *Media dan Budaya Populer*, tej. Adlin Alfathri, Yogyakarta: Jalasutra, 2012.
- Depag RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Surabaya: Surya Cipta Aksara, 1993.
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi Ketiga, Jakarta: Balai Pustaka, 2005.
- Durand, V. Mark, & David H. Barlow, *Intisari Psikologi Abnormal*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007.
- Featherstone, Mike, *Consumer Culture and Postmodernism*, London: SAGE Publication, 2007.
- , *Posmodernisme Budaya dan Konsumen*, Terj. Misbah, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001.
- Fiske, John, *Memahami Budaya Populer*, Yogyakarta: Jalasutra, 2011.
- Fox, Sue, *Wedding Etiquette for Dummies*, Canada: Wile Publishing, Inc, 2010.
- Grenier, Heather, *The Bride & Groom's Wedding Checklist & Planner*

- Guide*, United States: Atlantic Publishing Group, Inc, 2010.
- Hamad, Ibnu, *Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa*, Jakarta: Granit, 2004.
- Hamka, *Tafsir Al Azhar*, Jakarta: PT Pustaka Panji Mas, 1999.
- Hamon, Raeann R, & Bron Ingoldsby, *Mate Selection Across Cultures*, United States: Sage Publications, 2003.
- Harrison, Kate L, *The Green Bride Guide: How to Create an Earth-friendly wedding on any budget*, Canada: Sourcebooks Casablanca, 2008.
- Heryanto, Arie, *Budaya Populer di Indonesia, Mencairnya Identitas Pasca-Orde Baru*, Yogyakarta: Jalasutra, 2012.
- Idrus, Muhammad, *Metode Penelitian Ilmu Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*, Jakarta: Penerbit Erlangga, 2009.
- Johnson, Reverend Judith Johnson, *The Wedding Ceremony Planner: The Essential Guide to The Most Important*, Illinois: Sourcebooks, Inc, 2005.
- Kamal, Abu Malik, *Fiqih Sunnah Wanita*, Jakarta: Pena Pundi Aksara 2007.
- Karzon, Anas Ahmad, *Tazkiyatun Nafs Gelombang Energi Penyucian Jiwa menurut al-Qur'an dan Sunnah di Atas Manhaj Salafus Shaalih*, Jakarta: Akbar Media, 2012.
- Kasniyah, Naniek, *Tahapan Menentukan Informan dalam Penelitian*

- Kualitatif*, Jogjakarta: Penerbit Ombak, 2012.
- Katsier, Ibnu, *Terjemahan Singkat Tafsir Ibnu Katsir*, Jilid 6, Surabaya: Bina Ilmu.
- Khomaini, Musawi, *Telaah Atas Hadis-Hadis Mistis dan Akhlak*, Bandung: Mizan Pustaka.
- Kotler, Philip, & Gary Armstrong, *Principles Of Marketing*, Harlow: Pearson Education, 2016.
- Lasch, Christopher, *The Culture of Narcissism*, London: Abacus, 1982.
- Lefevre, Holly, *The Everything Bridesmaids Book: From Bachelorette Party Planning to Wedding*, United States: Adam Media, 2011.
- Leigh, Tracy, *How to Plan Your Own Wedding and Save Thousands without Going Crazy*, United States: Atlantic Publishing Group, Inc, 2007.
- Maraghi, Ahmad Mustafa, *Tafsir al-Maraghi*, terj. Bahrn Abu Bakar, Juz VI, Cet II, Semarang: Karya Toha Semarang, 1992.
- Maskawaih, Ibn, *Menuju Kesempurnaan Akhlak*, terj Helmi Hidayat, Bandung: Mizan. 1998.
- Mentomuro, Beth, *Something Old, Something Bold: Bridal Shower and Bachelorette Parties*, New Jersey: Rutgers University Press, 2006.
- Minor, M, & J.C Mowen, *Perilaku Konsumen*, (jilid 2, edisi ke-5),

- Jakarta: Erlangga, 2002.
- Moleong, Lexy J, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 1997.
- Munawwir, Ahmad Warson, *Kamus Al-Munawwir*, Surabaya: Pustaka Progressif, 2002.
- Musa, Muhammad Yunus, *Falsafah Al-akhlak Al-Islam*, Kairo: Muassasah Al Khonji, 1963.
- Nasr, Seyyed Hossein & Oliver Leaman (ed), *Ensiklopedi Tematis Filsafat Islam Buku Pertama*, terj. dari *History of Islamic Philosophy*, Bandung: Mizan, 2003.
- Nuruddin, Amir, *Keadilan dalam Al-Qur'an*, Jakarta: Hijri Pustaka Utama, 2008.
- O'brein, Michael, & Norman Sibley, *The Photographic Eyes: Learning See With a Camera*, Massachusetts: Davis Publication, Inc, 1995.
- Peter, Garlans, *Jangan Menjadi Budak Uang*, Jakarta: Guepedia, 2009.
- Piliang, Yasraf, & Jejeng Jahalani, *Teori Budaya Kontemporer (Penjelajahan Tanda dan Makna)*, Yogyakarta : Aurora Cantrik Pustaka, 2018.
- Qardhawi, Yusuf, *Islam Ekstrem*, Bandung: Mizan, 1985.
- , *Norma dan Etika dalam Ekonomi Islam*, terj. Zaenal Arifin, Jakarta: Gema Insani Press, 1995.
- Rifa'i, Muhammad Nasib, *Tafsir Ibnu Katsir*, Jilid VI, terj.

- Syihabuddin, Jakarta: Gema Insani Press, 1999.
- Saleh, Faisal, *Ensiklopedia Pengetahuan Al-Qur'an dan Hadis*, Jakarta: Penerbit, 2013.
- Sangadji, Etta Mamang, & Sopiah, *Metodologi Penelitian, - Pendekatan Praktis Dalam Penelitian*, Yogyakarta: C.V. Andi Offset, 2010.
- Sarosa, Samiaji, *Penelitian Kualitatif Dasar-Dasar*, Jakarta: PT indeks, 2012.
- Setiadi, Nugroho J, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Kencana, 2010.
- Shihab, M Quraish, *Tafsir Al-Misbah, Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Qur'an*, Jakarta: Lentera Hati, 2012.
- , *Tafsir al-Misbâh: Pesan, Kesan dan Keserasian al-Qur'an*, Jakarta: Lentera Hati, 2002.
- Siddiqi, Muhammad Nejatullah, *Kegiatan Ekonomi dalam Islam*, Terj. Anas Sidiq, Jakarta: Bumi Aksara, 1996.
- SJ, W.M. Barkri, *Filsafat Kebudayaan Sebuah Pengantar*, Yogyakarta: Kanisius, 1992.
- Sobur, Alex, *Semiotika Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001.
- Solissa, Abdul Basir, *Etika Perspektif Teori dan Praktik*, Yogyakarta: FA Press, 2016.
- Stewart, Arlene Hamilton, *A Bride's Book of Wedding Traditions*, New York: William Morrow, 1995.

- Storey, John, *Teori Budaya dan Budaya Pop Memetakan Lanskap Konseptual Cultural Studies*, Yogyakarta: Qalam, 2004.
- Strinati, Dominic, *Popular Culture Pengantar Menuju Teori Budaya Populer*, Yogyakarta: Bentang Budaya, 2003.
- , *Popular Culture Pengantar Menuju Teori Budaya Populer*, Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2010.
- , *Popular Culture: Pengantar Menuju Teori Budaya Populer*, terj. Mukhid Abdul, Yogyakarta: Narasi Pustaka Promothea, 2014.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Sumarwan, Ujang, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2014.
- Supriyadi, Dedi, *Pengantar Filsafat Islam*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2013.
- Suseno, I. K, *Untung Besar Bisnis Event Organizer*, Yogyakarta: Penerbit Indonesia Cerdas, 2009.
- Sustina, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001.
- Suwandi, Sandi, *Pengantar Culture Studies*, Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2011.
- Syamsu, Yusuf, *Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja*, Bandung: Rosda Karya, 2004.
- Tanzeh, Ahmad, *Metodologi Penelitian Praktis*, Yogyakarta: Teras, 2011.
- Thohir, Umar Faruq, dkk, *Etika Islam dan Transformasi Global*,

Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2013.

Yakub, Hamzah, *Etika Islam*, Bandung: Diponegoro, 1981.

Yunus, Mahmud, *Tafsir Qur'an Karim*, Jakarta: Hida Karya Agung, 2002), Cet. LXXII.

Zuhri, *Etika: Teori dan Praktek*, Yogyakarta: FA Press, 2016.

Sumber Disertasi & Tesis:

Dukut, Ekawati Marhaenny. "Hegemoni Amerika dalam Budaya Populer: Sebuah Studi Transnasional Pengkajian Amerika dalam Iklan Majalah Wanita." Disertasi Universitas Gadjah Mada, 2015.

Chasana, Rona Rizkhy Bunga. "Representasi Budaya Pernikahan dalam Akun Instagram *Wedding Marketplace* Indonesia (Studi Semiotika Representasi Budaya Pernikahan dalam Akun Instagram @thebridestory)." Tesis Universitas Gadjah Mada, 2019.

Febriana, Merri. "Hiperealitas Bridalshower Dikalangan Perempuan Kota Kartasura," Tesis Universitas Sebelas Maret, 2019.

M S, Devi Nirmala. "Mediatization of Intimacy": Keintiman antara Bridesmaid dan Pengantin Putri melalui Media Sosial Instagram," Tesis Universitas Gadjah Mada, 2019.

Sumber Jurnal:

Abdullah, Faisal. "Konsepsi Ibnu Miskawaih tentang Moral, Etika,

- dan Akhlak serta Relevansinya bagi Pendidikan Islam.” *Journal of Research and Thought of Islamic Education* 3 (2020): 39-58. Diakses 22 Agustus 2022. doi: 10.24260/jrtie.v3i1.1559.
- Abdurrahman, Dudung. “*Israf dan Tabzir: Konsepsi Etika-Religius dalam Al-Qur’an dan Perspektif Materialisme-Konsumerisme.*” *MIMBAR: Jurnal Sosial dan Pembangunan* (2005), 65-80. Diakses 29 Mei 2022. doi: 10.29313/mimbar.v21i1.164.
- Adriani, Zulfahmi Alwi, Hartini Tahir. “Tinjauan Hukum Islam tentang Praktik Budaya Pra-Wedding di Kabupaten Soppeng.” *Jurnal Ilmiah mahasiswa Hukum Keluarga Islam* (2021): 43-59. Diakses 21 Januari 2022. doi: 10.24252/qadauna.v3i1.19424.
- Alawiyah, Tuti, & Nofal Liata. “Mall dan Perilaku Konsumtif Masyarakat Urban.” *Jurnal Sosiologi Agama Indonesia* (2020): 161-181. Diakses 12 Januari 2022. doi: 10.22373/jsai.vli2.526.
- Amanda, Ariesta. “Konsumerisme *Prewedding* (Strategi Komunikasi Bisnis Industri Foto *Prewedding*).” *Jurnal Acta Diurna* 15 (2019): 81-95. Diakses 18 Agustus 2022. doi: 10.20884/1.actadiurna.2019.15.1.1577.
- Amroshy, Afidatul Ulum. “Hegemoni Budaya Pop Korea pada Komunitas Korea Lovers Surabaya (KLOSS).” *Jurnal Paradigma* 2 (2014): 1-8. Diakses 15 Agustus 2022.
- Astina, “*Bridal Shower: Tren Perayaan Melepas Lajang di Kalangan*

- Perempuan di Kota Makassar.” *Jurnal Emik Universitas Hasanudin* (2020): 160-188. Diakses 21 Januari 2022. doi: 10.46918/emik.v3i2.653.
- Atmadja, Anantawikrama Tungga, dkk. “Bisnis Foto *Prewedding*: Komerialisasi Ritual Perkawinan pada Masyarakat Bali.” *Jurnal Kajian Bali* 9 (2019): 339-358. Diakses 16 Agustus 2022. doi: 10.24843/JKB.2019.v09.i02.p04.
- Bakri, Syamsul. “Pemikiran Filsafat Manusia Ibnu Miskawaih: Telaah Kritis atas Kitab *Tahdzib Al-Akhlaq*.” *Jurnal Al-A'raf* 15 (2018): 147-166. Diakses 23 Agustus 2022. doi: 10.22515/ajpif.v15i1.1102.
- Dinata, Ramanda Dimas Surya. “Hiperealitas dalam Fenomena Foto *Prewedding* di Bali.” *Jurnal Senada* (2018), 264.
- Efendi, Rusfian, “Etika dalam Islam: Telaah Kritis terhadap Pemikiran Ibn Miskawaih.” *Jurnal Filsafat dan Pemikiran Islam* (19) 2019: 77-102. Diakses 16 Agustus 2022. doi: 10.14421/ref.2019.1901-05.
- El Ishaq, Ropingi, & Prima Ayu Rizqi Mahanani. “Media Sosial, Ruang Publik, dan Budaya Pop.” *Jurnal Ettisal* 3 (2018): 15-27. Diakses 27 Agustus 2022. doi: 10.21111/ettisal.v3i1.1928.
- Fauzan, “Pemikiran Politik Ibnu Rusyd,” *Jurnal Kalam* 9 (2015): 347-372, diakses 17 Oktober 2022.

- Fella, Sarah & Abdus Sair. “Menjadi Korea”: Melihat Cara, Bentuk, dan Makna Budaya Pop Korea bagi Remaja di Surabaya.” *Jurnal Urban Sociology* 3 (2021): 7-9. Diakses 20 Agustus 2022. doi: 10.30742/juz.v3i2.1232.
- Freeman, Barbara M. “A *Public Sense of Ourselves: Communication and Community Building in Canada’s*.” *Westminster Papers* 8 (1989): 143-168.
- Habibullah, Eka Sakti, “Etika Konsumsi dalam Islam,” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, (2018): 90-102. Diakses 29 Mei 2022. doi: 10.30868/ad.v1i01.230.
- Imbali, Husein, “Membangun Etika Qur’ani terhadap Harta,” *Jurnal Madani* (2018): 451-471. Diakses tanggal 29 Mei 2022. doi: 10.33753/madani.v1i2.24.
- Irawan, Bayu, dkk. “Polemik Mimetisme Media dan Relasi Etika dalam Pernikahan Atta dan Aurel di Masa Pandemi.” *Jurnal Media Penyiaran* 1 (2021): 94.
- Istiqomah, Annisa, “Ancaman Budaya Pop (*Pop Culture*) Terhadap Penguatan Identitas Masyarakat Urban.” *Jurnal Politik Walisongo* 1 (2020): 47-54. Diakses 24 Maret 2022. doi: 10.21580/jwp.v2i1.3633.
- Karina, Mely Eka. “Analisis Makna Komunikasi Simbolik Bridal Shower dalam Rangkaian Acara Pra Pernikahan.” *Jurnal Madia*

2 (2021): 12-19. Diakses 19 April 2022. doi: 10.36085/madia.v2i1.3040.

Krismasakti, Bramayanti, “*Instagram Stories* dalam Ajang Pengungkapan Eksistensi Diri (Studi Kasus Selebgram jihanputri).” *Jurnal Pustaka Komunikasi* 2 (2019): 5. Diakses 13 Maret 2022. doi: 10.32509/pustakom.v2i1.862.

Liley, Kate, “*Review of the book The Cultural Industries.*” by David Hesmondhalgh, *Journal of Sociology* 2 (2003): 218–220. Diakses 26 Juli 2022. doi: 10.1177/144078330504100208.

M, Putri S. “Makna Gaya Hidup “Brand Minded” Pada Konsumen Sosialita.” *IDEA: Jurnal Humaniora* 1 (2018): 84-95. Diakses 5 Januari 2022. doi: 10.29313/idea.v0i0.4176.

Mahmud, Akilah. “Akhlak Islam menurut Ibnu Miskawaih.” *Jurnal Aqidah* 6 (2020): 84-98. Diakses 16 Agustus 2022. doi: 10.24252/aqidahta.v6i1.15566.

Meofilina, Andiwi. “*Instagram Reels* Sebagai Media *Self Disclosure* Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Blitar).” *Jurnal Widya Komunika* 11 (2021): 45. Diakses 20 April 2022. doi: 10.20884/1.wk.2021.12.2.4892.

Mentomuro, Beth, “*You Go ‘Cause You Have to’*: *The Bridal Shower as a Ritual of Obligation.*” *Journal Symbolic Interaction* 25 (2002): 67-92. Diakses 3 Maret 2022. doi:

10.1525/si.2002.25.1.67.

- Nizar. "Pemikiran Etika Ibnu Miskawaih." *Jurnal Aqlam* (2016): 35-42. Diakses 15 Agustus 2022. doi: 10.35905/kur.v10i1.584.
- Pancawati, Hesti, "Pemikiran Al-Farabi tentang Politik dan Negara," *Jurnal Aqlania* (2018): 73-110, diakses 19 Oktober 2022, doi: 10.32678/aqlania.v0i01.2063.
- Parapat, Nelson Holong. "Media dan Budaya Pop." *Jurnal Insani* 4 (2017): 63-71. Diakses 26 Juli 2022.
- Perdana, Yogi Imam. "Penafsiran Fahrudin al-Razi tentang Ayat-ayat *Isrâf* dan *Tabzîr* serta Relevansinya dengan Kehidupan Modern." *Jurnal Hadharah* 12 (2018): 1-18. Diakses 19 Agustus 2022.
- Putri, Risky Chairani. "Produksi Budaya dalam Wedding Planner pada Masyarakat Urban." *Jurnal Kawistara Universitas Gadjah Mada* (2019), 267-285. Diakses 21 Januari 2022. doi: 10.22146/kawistara.43156.
- Raditya, Michael HB. "Selfie dan Media Sosial pada Seni sebagai Wujud Eksistensi." *Jurnal Ilmu Sosial dan Politik* 18 (2014): 26-38. Diakses 31 Agustus 2022. doi: 10.221.46/jsp.13096.
- Ridaryanthi, Melly. "Bentuk Budaya Populer dan Kontruksi Perilaku Konsumen Studi terhadap Remaja." *Jurnal Visi Komunikasi* 13 (2014): 87-104. Diakses 18 Agustus 2022. doi:

10.22441/jvk.v13i1.379.

- Rismayanti, Rebekka, & Irene Santika Vidiadari. "Komodifikasi Ritual dalam Praktik *Bridal Shower* di Yogyakarta." *Jurnal Acta Diurna* (2020): 94-112. Diakses 27 Juli 2022. doi: 10.20884/1.actadiurna.2020.12.2.2993.
- Safii. "Ibn Miskawaih Filsafat *al-Nafs* dan *al-Akhlāq*." *Jurnal Teologia* 25 (2014): 1-13. Diakses 28 Juli 2022. doi: 10.21580/teo.2014.25.1.344.
- Saputra, Agus Romdlon, "Konsep Keadilan menurut Al-Qur'an dan Para Filosof," *Jurnal Dialogia* 10 (2012): 185-199, diakses 15 Oktober 2022, doi: 10.21154/dialogia.v10i2.310.
- Setiawan, Rahmat. "Etika Sufistik: Relevansinya terhadap Pencegahan Krisis Moral." *Jurnal Dialogia* (2019): 281-300. Diakses 27 Juli 2022. doi: 10.21154/dialogia.v17i1.1863.
- Sholahudin, Umar. "Selebrasi Pernikahan Artis dalam Perspektif Teori Masyarakat Konsumsi Jean Budrillard." *Journal of Urban Sociology* (2019), 57-70. Diakses 21 Januari 2022. doi: 10.30742/jus.v2i2.991.
- Stack. Michelle, & Deirdre M.Kelly. "*Populer Media, Education, and Resistance dalam Canadian*." *Journal of Education*, No.1, (2006): 15-16. Diakses 23 April 2022. doi: <http://www.jstor.org/stable/20054144>.

- Swatika, Gabriela Laras Dewi, dkk, “Tren Shopee Haul dalam Platfrom Tiktok: Sebuah Tinjauan Budaya Pop dan Tontonan.” *Jurnal ASPIKOM 2* (2021): 56-81. Diakses 19 Agustus 2022.
- Syafrini, Delmira. “Perempuan dalam Jeratan Eksploitasi Media Massa.” *Jurnal Sosiologi* (2014): 24-25. Diakses 9 Januari 2022. doi: 10.24036/jh.v13i1.4093.
- Taufik dkk. “Budaya *Prewedding* dalam pandangan Hukum Islam.” *Jurnal Asa* (2020), 72.
- Vidiadari, Irene Santika & Rebekka Rismayanti. “*Bridal Shower in Yogyakarta: The Shifting of Meaning and the Shaping of Social Class.*” *Journal Aristo* 10 (2022): 104-117. Diakses 26 Juli 2022. doi: 10.24269/ars.v10i1.4044.
- Vidyarini, Titi Nur. “Budaya Populer dalam Kemasan Program Televisi.” *Jurnal Scriptura* 2 (2008): 29-37. Diakses 19 Agustus 2022. doi: 10.9744/scriptura.2.1.
- W, Collins. “*More than myth: The developmental significance of romantic relationships during adolescence.*” *Journal of Research on Adolescence* 13 (2003), 1–24.
- Yanti, Febri. “Dinamika Kecenderungan Gaya Hidup Hedonis dan Perilaku Seks Bebas pada Remaja Putri.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Bimbingan dan Konseling FKIP Unsyiah* (2016) : 41.

Zulkarnain, Iskandar. “Teori Keadilan: “Pengaruh Pemikiran Etika Aristoteles kepada Sistem Etika Ibn Miskawaih.” *Jurnal Madani* 1 (2018): 143-166. Diakses 21 Agustus 2022. doi: 10.33753/MADANI.V1I1.8.

Sumber Lain:

Hasil wawancara dengan EA (Perempuan/ umur 21 tahun), sebagai pelaku bridal shower di daerah Semarang, pada tanggal 31 Agustus 2022, pukul 13.23 WIB.

Hasil wawancara dengan MR (Perempuan/ umur 26 Tahun) sebagai admin *Rencang Event Organizer* Kebumen, pada tanggal 31 Agustus 2022, pukul 16.00 WIB.

Hasil wawancara dengan NPM (Perempuan/ umur 25 tahun), sebagai pelaku engagement dari daerah Kendal, pada tanggal 28 Agustus 2022, pukul 13.25 WIB.

Hasil wawancara dengan SRM (Perempuan/ umur 23 tahun) sebagai bridesmaids di daerah Banjarnegara, pada tanggal 28 Agustus 2022, pukul 20.38 WIB.

Amalia, Shafira. “5 Hal Kurang Berfaedah dalam Persiapan Pernikahan.” Diakses 20 April 2022, <http://magdalene.co/story/persiapan-nikah-kurang-faedah>.

Aurellie Atta, <https://youtu.be/ddmbaxwsUuM/>. Diakses pada 6 September 2022.

Chasani, Ichwan. “Lotus Garden Hotel Kediri Tawarkan Paket Acara Pertunangan Mulai dari Rp 3 Juta.” Diakses 04 Agustus 2022, <https://bekasi.tribunnews.com/2022/05/26/lotus-garden-hotel-kediri-tawarkan-paket-acara-pertunangan-mulai-dari-rp-3-juta>.

Ibnu Wardani, <https://vt.tiktok.com/ZSRPNXpRR/>. Diakses 6 September 2022.

Larassaty, Levi, “Pre-wedding hingga Akad, ini Sederet Penampilan Aurel Hermansyah yang Menawan di Hari Bahagiannya.” Diakses 9 Agustus 2022, <https://journal.sochiola.com/beauty/penampilan-pernikahan-aurel-hermansyah>.

Lesti Chanel, <https://youtu.be/fHTT4m2OxV8>. Diakses 6 September 2022.

LestyKejora, <https://www.instagram.com/p/CS8lyNNhe14/?igshid=YmMyMTA2M2Y=/> Diakses 11 April 2022.

Maudy Ayunda, <https://www.instagram.com/p/CeNTzS-PY-I/?gshid=MDJmNzVkMjY=>. Diakses 6 September 2022.

Mulyaningtyas, Dyah, “Menikah Hari Ini, Ini 6 Moment Seru Bridal Shower Ria Ricis.” Diakses 1 Agustus 2022, <https://hot.liputan6.com/read/4708980/menikah-hari-ini-ini-6-momen-seru-bridal-shower-ria-ricis>.

Photography, Elora. “*Outdoor Prewedding Complete Package.*”

Diakses 28 Juli 2022,

<https://www.bridestory.com/id/store/outdoor-pretwedding-complete-package-78a6>.

Rebebekka, “4 Alasan Kamu Tidak Perlu Mengadakan Bridal Shower.” Diakses 26 Juli 2022, <https://thebridedept.com/4-alasan-kamu-tidak-perlu-mengadakan-bridal-shower/>.

RiaRicis,<https://www.instagram.com/p/CWPcyfaJVNp/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>. Diakses 10 April 2022.

Ricis Official, <https://youtu.be/v2HZKbWusLw>. Diakses 6 September 2022.

Riyanti, Tuti, “4 Ide Dekorasi Sederhana dan Mengesankan untuk Acara *Bridal Shower* di Rumah.” Diakses 13 Agustus 2022, <https://depok.pikiran-rakyat.com/gaya-hidup/pr-094381323/4-ide-dekorasi-sederhana-dan-mengesankan-untuk-acara-bridal-shower-di-rumah>.

Shafira Amalia, “5 Hal Kurang Berfaedah dalam Persiapan Pernikahan.” Diakses 20 April 2022, <http://magdalene.co/story/persiapan-nikah-kurang-faedah>.

Studio, Mosyer. “*Engagement Recommended*.” Diakses 29 Juli 2022, <https://www.bridestory.com/id/store/engagement-recommended-a82f>.

The Bride Dept, <https://thebridedept.com/category/the-engagement/>.

Diakses 6 September 2022.

Vncojewellery, “Berapa Kisaran Biaya Bridal Shower?.” Diakses 26 Juli 2022, <https://vncojewellery.com/artikel/biaya-bridal-shower-2021-05-17/>.

Weddiingmarket, <https://weddingmarket.com/artikel/konsep-prewedding-outdoor-terbaru>. Diakses 6 September 2022.

LAMPIRAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
PASCASARJANA

Jalan Walisongo Nomor 3-5 Semarang 50135 telp./Faks. (024) 7514454,
Email: pasca@walisongo.ac.id Website: http://pasca.walisongo.ac.id

FORM PENILAIAN UJI KELAYAKAN BAHASA NASKAH UJIAN TESIS

Nama : Indri Muflikhatul Khoiriyah
NIM : 2003018022
Judul Tesis : Budaya Pop dalam Ritual Pra Perkawinan (Perspektif Etika Islam)

No	Materi	Skor				
1	Penggunaan bahasa baku	1	2	3	4	5
2	Tata bahasa baku	1	2	3	4	5
3	Tata Letak (Lay Out)	1	2	3	4	5
4	Sistematika penulisan	1	2	3	4	5
5	Teknik notasi ilmiah	1	2	3	4	5
6	Penulisan daftar Pustaka	1	2	3	4	5
7	Konsistensi sistem transliterasi	1	2	3	4	5
8	Pernyataan keaslian Tesis	1	2	3	4	5
9	Abstrak (Indonesia, Arab, Inggris)	1	2	3	4	5

Saran saran :

Semarang, 1 oktober 2022
Penguji

(ROKHMADI)



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
PASCASARJANA

Jalan Walisongo Nomor 3-5 Semarang 50185 Telp./Faks. (024) 7614454,
Email: pasca@walisongo.ac.id Website : <http://pasca.walisongo.ac.id>

**BERITA ACARA UJI KELAYAKAN BAHASA
NASKAH UJIAN TERBUKA**

Pada hari ini Sabtu tanggal 1 Oktober 2022 telah dilaksanakan Uji Kelayakan Bahasa (UKB) atas naskah Tesis yang berjudul: *Budaya Pop dalam Ritual Pra-Perkawinan (Perspektif Etika Islam)* ditulis oleh: *Indri Muflikhatul Khoiriyah NIM: 2000018022*

Dengan hasil rata-rata seluruh pengujian A, 3,7 (85)

Adapun Saran-saran dari majlis pengujian adalah :

1. Sistematika masing-masing bab menggunakan huruf Romawi dan sesuai judulnya, baru diuraikan isi masing2 bab tersebut.
2. Penulisan nomer footnote setiap awal Bab dimulai angka 1 lagi dan tidak menggunakan ibid lagi tapi ditulis pengarang dan judul bukunya saja baru halaman.
3. Semua kata Pra-Pernikahan diganti Pra-Perkawinan. Ini bahasa baku
4. Daftar Pustaka ditulis satu spasi dan masing-masing judul denter.

Semarang, 1 Oktober 2022
Ketua Pengujian

(ROKHMADI)

Link tentang Ritual Pra-Perkawinan

1. *Engagement*

<https://youtu.be/Cq499PaMK-o>

https://youtu.be/rhg_IsNkamI

<https://youtu.be/Z6wFoFWFMLU>

<https://vt.tiktok.com/ZSRJMMRDy/?k=1>

<https://id.pinterest.com/pin/624733779574344028/>

2. *Prewedding*

https://youtu.be/eru_H6-7CSw

<https://youtu.be/uLxQVu8hy7E>

<https://vt.tiktok.com/ZSRJMnxav/?k=1>

https://www.instagram.com/reel/Ce5rXd_j2pg/?igshid=YWZIMWU5YjI=

<https://id.pinterest.com/search/pins/?rs=ac&len=2&q=prewedding>

3. *Bridal Shower*

<https://youtu.be/fHTT4m2OxV8>

<https://vt.tiktok.com/ZSRLpL4jc/?k=1>

<https://vt.tiktok.com/ZSRJMkoqr/?k=1>

<https://www.instagram.com/reel/ChQkK4Eu9Kz/?igshid=YWZIMWU5YjI=>

4. *Bridesmaids*

<https://youtu.be/v2HZKbWusLw>

<https://vt.tiktok.com/ZSRJM4pBe/?k=1>

<https://vt.tiktok.com/ZSRJMggPM/?k=1>

<https://vt.tiktok.com/ZSRJMs8f3/?k=1>

<https://www.instagram.com/p/CiSdtTjrH9C/?igshid=YWZIMWU5YjI=>

PEDOMAN WAWANCARA

(Tidak terstruktur)

Pertanyaan bisa dikembangkan di lapangan sesuai dengan jawaban narasumber

WAWANCARA DENGAN PELAKU *ENGAGEMENT*

(TUNANGAN)

DATA RESPONDEN

Nama : NPM
Umur : 25 tahun
Stasus : Guru
Waktu : Minggu, 28 Agustus 2022

1. Apa definisi tunangan (*engagement*) menurut anda?
2. Apa faktor yang melatarbelakangi anda untuk melakukan ritual tunangan tersebut?
3. Dari manakah anda mengetahui tren tunangan tersebut?
4. Apakah ada artis atau selebgram yang anda jadikan sebagai referensi atau konsep dari tunangan anda?
5. Apakah ada tuntutan dari masyarakat, keluarga, atau lingkungan sekitar untuk melakukan tunangan tersebut?
6. Menurut anda, apakah ada perubahan budaya tunangan era dahulu dan sekarang?

7. Apa saja yang diperlukan dan berapa banyak biaya yang dikeluarkan untuk ritual tunangan tersebut?
8. Apakah ada hambatan dalam menyiapkan tunangan tersebut?
9. Bagaimana tahapan atau prosesi dari ritual tunangan tersebut?
10. Menurut anda, apakah perlu untuk mendokumentasikan tunangan?
11. Apakah fotografer ikut serta dalam mengarahkan gaya untuk foto maupun video anda?
12. Apakah anda meng-*upload* ritual tunangan tersebut ke media sosial yang anda miliki? Kalau iya, apa alasannya?
13. Menurut anda, apakah ada dampak positif maupun negatif dari ritual tunangan tersebut?
14. Bagaimana perasaan anda setelah melakukan ritual tunangan tersebut?
15. Apakah menurut anda setiap orang harus mengikuti tren tersebut?
16. :Bagaimana pesan-pesan anda untuk bebrapa orang yang akan melangsungkan tunangan sesuai tren sekarang?

PEDOMAN WAWANCARA

(Tidak terstruktur)

Pertanyaan bisa dikembangkan di lapangan sesuai dengan jawaban narasumber

WAWANCARA DENGAN *BRIDALSHOWER* (PELAKU)

DATA RESPONDEN

Nama : EA
Umur : 21 tahun
Status : Mahasiswi
Waktu : Senin, 29 Agustus 2022

1. Apa definisi *bridalshower* menurut anda?
2. Apa faktor yang melatarbelakangi anda untuk mengikuti dan mengadakan *bridalshower* tersebut?
3. Menurut anda, apakah ada kriteria tertentu, terkait siapa saja yang bisa mengikuti ritual *bridalshower*?
4. Dari manakah anda mengetahui tren atau ritual *bridalshower*?
5. Apakah ada artis atau selebgram yang anda jadikan sebagai referensi/ konsep dalam *bridalshower* yang anda lakukan?
6. Apakah ada tuntutan dari masyarakat atau pertemanan dan bahkan dari calon pengantin untuk mengadakan ritual *bridalshower*? Atau sebatas mengikuti tren semata?

7. Apa saja yang diperlukan dan berapa banyak biaya yang dikeluarkan untuk ritual *bridalshower* tersebut? Misalnya terkait hotel, dekor, fotografer, atau hal lainnya.
8. Bagaimana pendapat anda terkait biaya yang anda keluarkan untuk menyiapkan *bridalshower*? Apakah pernah merasa terbebani atau terkesan memberatkan?
9. Apakah ada hambatan baik secara internal maupun eksternal dalam proses menyiapkan *bridalshower*?
10. Bagaimana tahapan acara atau prosesi dari *bridalshower*? Atau apa saja tugas yang anda lakukan dalam ritual *bridalshower*?
11. Apakah anda meng-*upload* prosesi *bridalshower* ke media sosial yang anda miliki? Kalau iya, apa alasannya?
12. Menurut anda apakah ada dampak positif maupun negatif dari *bridalshower*?
13. Bagaimana tanggapan anda ketika teman terdekat (calon pengantin) tidak setuju jika anda mengadakan *bridalshower* untuk mereka?

PEDOMAN WAWANCARA

(Tidak terstruktur)

Pertanyaan bisa dikembangkan di lapangan sesuai dengan jawaban narasumber

WAWANCARA DENGAN *BRIDESMAIDS*

DATA RESPONDEN

Nama : SRM
Umur : 23 tahun
Status : Mahasiswi
Waktu : Minggu, 28 Agustus 2022

1. Apa definisi *bridesmaids* menurut anda?
2. Apa faktor yang melatarbelakangi anda untuk mengikuti dan menjadi *bridesmaids* tersebut?
3. Menurut anda, apakah ada kriteria tertentu untuk menjadi *bridesmaids*?
4. Dari manakah anda mengetahui tren atau ritual *bridesmaids*?
5. Apakah ada artis atau selebgram yang anda jadikan sebagai referensi/ konsep dalam *bridesmaids* yang anda lakukan?
6. Apakah ada tuntutan dari masyarakat atau pertemanan dan bahkan dari calon pengantin untuk mengadakan ritual *bridesmaids*? Atau sebatas mengikuti tren semata?

7. Apa saja yang diperlukan dan berapa banyak biaya yang dikeluarkan untuk ritual *bridesmaids* tersebut?
8. Bagaimana pendapat anda terkait biaya yang anda keluarkan untuk menyiapkan *bridesmaids*? Apakah pernah merasa terbebani atau terkesan memberatkan?
9. Apakah ada hambatan baik dari internal maupun eksternal dalam proses menyiapkan *bridesmaids*?
10. Bagaimana prosesi dari *bridesmaids*? Atau apa saja tugas yang dilakukan oleh *bridesmaids*?
11. Dalam prosesi foto-foto *bridesmaids*, apakah fotografer ikut serta dalam mengarahkan gaya untuk foto maupun video? Atau anda dan rekan-rekan *bridesmaids* lainnya memiliki referensi sendiri baik dari sosial media maupun lainnya?
12. Apakah anda meng-*upload* prosesi *bridesmaids* ke media sosial yang anda miliki? Kalau iya, apa alasannya?
13. Menurut anda apakah ada dampak positif maupun negatif dari *bridesmaids*?
14. Bagaimana tanggapan anda ketika teman terdekat anda tidak memilih anda untuk menjadi *bridesmaids* di perkawinan mereka?

PEDOMAN WAWANCARA

(Tidak terstruktur)

Pertanyaan bisa dikembangkan di lapangan sesuai dengan jawaban narasumber

WAWANCARA DENGAN *EVENT ORGANIZER* (EO)

DATA RESPONDEN

Nama : MR
Umur : 26 Tahun
Status : Admin (founder) *Rencang* EO
Waktu : Rabu, 31 Agustus 2022

1. Apa definisi dari *event organizer*?
2. Sejak kapan *event organizer* mulai tren di lingkungan sekitar anda?
3. Lingkungan sekitar anda termasuk lingkungan pedesaan atau perkotaan?
4. Apa faktor yang melatarbelakangi anda untuk membuat *team event organizer*? Dan dari manakah anda mengetahui terkait *event organizer*?
5. Apa saja hal yang diperlukan untuk membuat *team event organizer*?

6. Menurut anda, apakah ada kriteria tertentu, terkait siapa saja yang bisa menjadi bagian dari *team wedding organizer*?
7. Dalam susunan *team kerja event organizer*, bagian apa saja yang diperlukan di dalamnya?
8. Apakah *event organizer* anda cukup populer dan diminati di lingkungan sekitar anda, atau bahkan di daerah lain? Kalau iya, apa alasannya?
9. Bagaimana cara anda untuk mempopulerkan *event organizer* anda, apakah dengan media sosial, *website*, maupun lainnya?
10. Apakah ada kerja sama dengan vendor atau akun instagram yang banyak *followersnya*, untuk lebih mempopulerkan dan mempertahankan reputasi dan citra *event organizer* anda?
11. Apa saja *event* yang dinaungi oleh *event organizer* anda?
12. Klien dari *event organizer* anda, berasal dari kalangan mana saja? kalangan menengah, kalangan atas, kalangan bawah, atau beragam?
13. Apa saja faktor yang mendasari mereka untuk memakai jasa *event organizer*?
14. Bagaimana cara *event organizer* anda untuk bisa bertahan dengan persaingan yang begitu ketat dengan *event organizer* lainnya?

15. Bagaimana cara anda untuk bisa mendapatkan lebih banyak klien?
16. Bagaimana cara anda untuk mengetahui kebutuhan klien terkait tren perkawinan yang sedang ramai? Apakah misalnya dengan riset pasar maupun media sosial atau permintaan klien anda?
17. Menurut anda, apakah instagram memiliki pengaruh yang lebih besar untuk ketenaran *event organizer* anda?
18. Berapa *pericelist* dari paket *engagement*, *prewedding*, dan paket lainnya dari *event organizer* anda? Dan apa saja rincian yang klien dapatkan?
19. Apa saja hambatan *event organizer* dalam menyiapkan *event* perkawinan, *engagement* (tunangan), *prewedding*, dan lainnya?

DOKUMENTASI

Kegiatan wawancara dengan pelaku *engagement*



Ritual pra-perkawinan (*engagement*)



Kegiatan wawancara dengan pelaku *bridal shower*



Kegiatan wawancara dan kegiatan *Rencang Event Organizer* (*engagement dan prewedding*)



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama Lengkap : Indri Muflikhatul Khoiriyah
Tempat, & Tgl. Lahir : Kebumen, 07 September 1998
Alamat Rumah : Karangbolong, Buayan, Kebumen
No HP : 087772780704
Email : indrimuflikhatul@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

NAMA SEKOLAH	TAHUN LULUS
TK Pertiwi Jintung	2004
SD Negeri 02 Jintung	2010
MTs Negeri 06 Kebumen	2013
MA Negeri 01 Kebumen	2016
S1 UIN Walisongo Semarang	2020
S2 UIN Walisongo Semarang	2022

Semarang, 14 September 2022
Penulis



Indri Muflikhatul Khoiriyah

NIM: 2000018022