

TAYANGAN DAKWAH DAN LAHIRNYA DA'I SELEBRITI

Muhammad Dawud

Fakultas Dakwah IAIN Jember
nagakecil2000@gmail.com

Abstract

Modern information technology has changed a lot of things in the current social of life, no exception public religious life. The model further islamic science transmission is strongly influenced by the development of information technology and communication .During the preparatory phase of manuscripts, printing stage and phase television and computer exhibiting a different about the image of Ulama and da'i. The da'i and Ulama who promoted by media seem challenging and shift authority traditional Ulama. The emergence of da'i-selebriity is consequence of strong domination of television .The ability of television change reality become hiperreality bring up a new culture that baudrillard called as Simulational culture.

In the field of religious, simulation culture it bore new religious authority , namely da'i-celebriity who usually invoked ustadh. The arrival of new religious authority by television production is challenging religious authority old and given to talking about Islam in the public. Ulama which were determined by it's mastery over the sciences of classical subjects now melting with with young da'i, fresh , and in new produced and reproductive by the television media. No more the boundary between real ulama and hyperreal ulama who produced by television.

Keywords: *Dakwah, Ulama, Simulational culture, Da'i Celebrity*

Pendahuluan

Maraknya program-program dakwah di televisi dalam kurun waktu lima tahun terakhir menjadi fenomena baru dan menarik dalam kajian agama. Hampir semua stasiun televisi memiliki program dakwah dengan kemasan yang dibuat semenarik mungkin. Begitu juga penampilan dan gaya para da'inya. Tidak seperti para *muballigh* selama ini, seorang da'i di televisi perlu memperhatikan penampilan sehingga harus ditata *make up* dan *fashion*-nya. Sebegitu penting penampilan seorang da'i di televisi sampai

penampilannya pun bisa menjadi *trend setter* bagi mode busana terbaru.

Style yang ditampilkan oleh sang da'i juga sangat beragam. Mulai dari yang biasa-biasa saja seperti layaknya seorang ustadh yang sedang berceramah, sampai pada gaya gaul, atau bahkan gaya yang kemayu. Lihatlah Ustadh Nur Maulana yang terkenal dengan sapaan "jama'aaah" yang diucapkan dengan cengkok kemayu. Juga almarhum Uje yang merupakan sapaan gaul dari Ustadh Jeffry Albuchory semasa hidup. Uje bahkan berhasil mempopulerkan baju gamis khas yang sempat nge-*trend* dengan sebutan baju gamis Uje. Atau, UstadhSolmed yang merupakan panggilan *funkey* dari ustadh yang bernama lengkap Sholeh Mahmoed ini. Panggilan ini mirip dengan istilah Inggris *soulmate* yang berarti belahan hati. Lihat juga Ustadh Ahmad Ikhsan yang biasa dipanggil dengan UstadhCepot karena dalam setiap dakwahnya selalu menirukan gayaCepot, tokoh pewayangan asal Jawa Barat.

Meski masing-masing berbeda bahkan termasuk detailnya, namun kesan yang muncul adalah Dakwah berpadu dengan hiburan. Bahkan, sangat sering beberapa orang artis diboyong secara khusus untuk menjadi penyemarak acara ini. Dakwah kini menjadi bagian dari *entertainment*. Sebagai bagian dari *entertainment* dunia televisi, acara dakwah televisi juga mampu melahirkan seorang bintang di bidang dakwah. Kita bisa menderet banyak nama *muballigh* yang terkenal melalui televisi. Bahkan Aa' Gim (Abdullah Gymnastiar) yang dikenal sebagai seorang da'i yang santun pun melejit dan hancur karena media televisi.

Beberapa stasiun televisi bahkan secara khusus menyelenggarakan acara pemilihan da'i muda dengan format yang sama dengan pencarian bakat di bidang seni yang saat ini memang marak sebagai salah satu program *reality show* di televisi. Penampilan menarik menjadi salah satu persyaratannya.¹ Penyandang cacat fisik tetap diterima, tapi keterbatasan fisik ini pun bisa menjadi pertimbangan bisnis sendiri sebagaimana banyak tayangan televisi yang mempertontonkan kisah-kisah menyedihkan lain untuk menarik simpati penonton.

¹ "20 Peserta Kompetisi di Da'i Muda Pilihan Bersama ANTV" dalam <http://hiburan.plasa.msn.com>, diakses pada 28 Maret 2012.

Tayangan-tayangan tersebut bahkan dikemas sedemikian rupa hingga memunculkan menunjukkan sisi kehidupan sehari-hari pribadi para da'i. Tayangan ini mengajak penonton untuk tidak lagi mendengarkan da'i yang berceramah, tapi juga mengaduk emosi sebagaimana seorang fans terhadap bintang pujaan. Da'i-da'i muda yang lahir melalui media televisi ini kemudian banyak yang terlibat dalam sinetron.

Teknologi informasi modern telah mengubah banyak hal dalam kehidupan sosial saat ini, tidak terkecuali kehidupan keagamaan masyarakat. Jika dulu otoritas keagamaan seseorang dibangun melalui penguasaan atas ilmu-ilmu ke-Islaman klasik, maka saat ini, otoritas keagamaan diproduksi oleh media. Sistem komunikasi modern tengah menantang otoritas ulama tradisional, bahkan para intelektual Muslim.

Konstruksi Otoritas Keagamaan: Dari Manuskrip ke Percetakan

Istilah ulama, secara umum mengacu pada kualifikasi tertentu dari pengikut Nabi Muhammad. Istilah ini sama sekali tidak merujuk pada kelas atau kelompok sosial tertentu sebagaimana istilah-istilah lain dalam al-Qur'an, misalnya, *muttaqin* (orang yang bertakwa) atau *abidin* (ahli ibadah). Sejauh yang diacu dalam al-Qur'an, ulama (jamak dari *alim*) merupakan predikat yang merujuk pada kualifikasi keilmuan seseorang. Sekalipun ada ayat yang menunjukkan adanya ketundukan kepada Allah sebagai sifat lain yang dimiliki oleh seorang *alim*, namun istilah itu sendiri lebih dominan menunjukkan sisi keilmuan seseorang.

Dalam perkembangannya, ulama menjadi sebuah istilah untuk menamai kelompok sosial tertentu dengan ciri-ciri tertentu yang membedakan dengan kelompok sosial lain. Institusi ulama tumbuh pada pertengahan abad pertama hijriah bersamaan dengan kebutuhan pemerintahan Dinasti Umayyah terhadap para spesialis untuk mengurus administrasi pemerintahan, terutama lembaga peradilan. Dari sini kemudian lahir institusi *qadi* yang berisi para spesialis di bidang hukum. Inilah embrio institusi ulama. Istilah ulama kemudian mengacu pada orang-orang yang memiliki kemampuan di bidang keilmuan hukum.² Sehingga, ulama

² Lihat Josep Schacht, *Pengantar Hukum Islam*, ter. Joko Supomo (Yogyakarta: Islamika,

sinonim dengan *fugaba*.³

Para ahli hukum ini tentu saja mendasarkan keputusan-keputusan hukumnya sesuai yang tertera dalam al-Qur'an dan Sunnah. Namun, para spesialis awal ini juga seringkali mendasarkan opini hukumnya pada tradisi yang hidup di masyarakat muslim karena tradisi itu dianggap memiliki kesinambungan kepada Muhammad. Dari sini, muncullah varian baru dari para spesialis awal ini, yaitu *abli hadîts*. Gerakan ini muncul pada abad ke-2 hijriah yang merupakan oposisi terhadap aliran-aliran hukum sebelumnya yang dianggap terlalu longgar karena banyak menggunakan rasio. Kelompok kedua ini menganggap bahwa tidak semua tradisi yang ada dalam masyarakat terlegitimasi dari sudut pandang ajaran Islam. Bahkan, banyak tradisi yang perlu dikoreksi. Oleh karena itu, maka hukum harus langsung dikembalikan ke hadîts.⁴ Mulai terbentuklah dua varian ulama: *abli ra'y* dan *abl hadîts*.

Pada akhir abad ke-2/awal abad ke-3 hijriah lahir varian baru, yaitu mereka yang lebih menekankan pada perbuatan atau ibadah untuk mendekat kepada Tuhan. Kelompok ini dikenal dengan sebutan sufi. Kelompok baru ini muncul salah satunya sebagai reaksi atas kemakmuran dan kemewahan masyarakat muslim saat itu. Dari perspektif lain, kelompok ini juga bisa dianggap sebagai reaksi terhadap para spesialis keagamaan. Para sufi menganggap bawa tokoh-tokoh agama yang ada lebih banyak berpikir dan berkata tentang agama, tapi hidupnya sendiri tidak mencerminkan kedekatan dengan Tuhan. Pada kelompok sufi ini, keutamaan tidak disandarkan pada kualifikasi keilmuan, tapi pada upaya untuk terus-menerus mendekat kepada Allah.⁵

Dalam perjalanan sejarahnya, ulama kemudian menjadi sebuah istilah ideal yang di dalamnya diharapkan memuat seluruh kualitas kebaikan baik yang ada pada *fugaba*, *ablihadîts*, maupun sufi. Seorang ulama diharapkan menguasai keilmuan hukum, hadîts sekaligus memiliki kualitas spiritual seperti seorang sufi. Kecenderungan ini sepenuhnya bisa dipahami karena

2003), 39-45.

³*Ibid.*, 47.

⁴*Ibid.*, 55.

⁵ Fritz Meier, "The Mystic Path," dalam *An Anthology of Islamic Studies*, vol. II, Howard M. Federspiel (ed.) (Montreal: McGill Institute of Islamic Studies, 1996), 114.

gambaran umat Islam terhadap istilah ulama adalah sosok ideal seorang *alim* yang ada di dalam al-Qur'an yang tidak hanya memiliki kualifikasi keilmuan, tapi juga "*innamayakhsya Allah min ibadib al-ulama*."⁶ Namun, karena penguasaannya atas ilmu-ilmu keislaman itu sendiri sudah dianggap sebagai bukti bagi kesalehan seseorang, maka tidak jarang istilah 'sufi' dibedakan dari istilah 'ulama'.⁷

Dalam sosiologi keislaman masyarakat Indonesia, seorang ulama atau juga disebut dengan kyai mengacu kepada "mereka yang dikenal memiliki penguasaan terhadap khazanah kitab kuning, pemimpin pesantren,"⁸ atau "seorang Muslim yang menguasai bidang-bidang tauhid, fikih dan sekaligus juga seorang ahli sufi."⁹ Pada dasarnya, fungsi yang diperankan seorang ulama atau kyai adalah sebagai guru ngaji, guru kitab-kitab keislaman klasik, guru tarekat, guru ilmu hikmah (ilmu ghaib), dan juga sebagai *muballigh*. Di lingkungan pedesaan, seorang kyai bahkan lebih dari sekedar tokoh agama, ia juga bisa menjadi tempat bertanya mengenai segala problem kehidupan yang dihadapi masyarakat, misalnya, perjodohan, pekerjaan, kesembuhan dan sebagainya.

Saat ini, secara umum, ulama mengacu pada kelompok agamawan yang terpelajar dalam rumusan-rumusan hukum Islam klasik, memiliki pengetahuan yang mendalam dalam bidang tafsir dan hadis, serta saleh. Basis otoritas ulama terletak pada penguasaannya atas ilmu-ilmu keislaman yang kebenarannya tergaransi sampai kepada Muhammad melalui penguasaannya atas kata-kata yang tertulis dalam kitab-kitab yang disakralkan umat Islam. Oleh karena itu, penguasaan atas hadits menjadi salah satu hal penting bagi seorang ulama.¹⁰ Penguasaan terhadap hadits

⁶ QS. 35:28.

⁷ Herman Landolt, "*Sufism in the World of Islam*," dalam *An Anthology of Islamic Studies*, vol. II, Howard M. Federspiel (ed.) (Montreal: McGill Institute of Islamic Studies, 1996), 109.

⁸ Jajat Burhanuddin, "Ulama dan Politik Pembentukan Umat: Sekilas Sejarah Pengalaman Indonesia," dalam *Transformasi Otoritas Keagamaan: Pengalaman Islam Indonesia*, Jajat Burhanudin & Ahmad Baedowi (eds.) (Jakarta: Gramedia, PPIM-UIN Jakarta, BEP [DEPAG], 2003), 1.

⁹ Zamakhsyari Dhofier, *Tradisi Pesantren: Studi Tentang Pandangan Hidup Kyai* (Jakarta: LP3ES, 1982), 55.

¹⁰ Muhammad Qasim Zaman, *The Ulama in Contemporary Islam: Custodians of Change*

menguatkan adanya persambungan keilmuan dari para tokoh terdahulu yang memiliki otoritas keagamaan yang absah. Keabsahan sebuah hadits sangat ditentukan oleh mata rantai persambungan *sanad*.

Persambungan ini penting karena menjadi garansi kebenaran keislaman seorang ulama. Tidak mengherankan jika dalam rangka menunjukkan kompetensi, otoritasnya, dan otentisitas pemahaman keislaman yang benar, serta menunjukkan kesinambungannya dengan para ulama terdahulu, banyak ulama nonArab yang menulis masalah-masalah agama dalam Bahasa Arab.¹¹ Pilihan menggunakan Bahasa Arab adalah untuk menunjukkan otoritas keagamaan seorang penulis. Penggunaan Bahasa Arab adalah simbol otentisitas dan otoritas.¹²

Apa yang diakui sebagai kualifikasi dan otoritas keagamaan seorang ulama di sini sesungguhnya merujuk pada basis otoritas keagamaan periode manuskrip. Otoritas pada periode ini disandarkan pada kemampuan hafalan dan keilmuan yang tersambung melalui proses transmisi guru-murid secara turun-temurun (*person-to-person transmission of knowledge*). Otoritas seseorang dibuktikan dengan pemberian *ijazah* dari guru yang mengajarnya (*preprinted certificate of authorization*). Sistem ini bisa dilihat sebagai model inaugurasi seseorang untuk masuk ke dalam kelompok sosial yang dinamai sebagai ulama.

Pada periode manuskrip, hafalan terhadap wahyu adalah syarat mutlak bagi kehidupan komunitas beragama. Pengutipan dan hafalan yang tepat menjadi bukti bagi kesalehan. Reproduksi dan penjagaan atas bahasa asli wahyu memberi para penghafal status istimewa dalam komunitas mereka. Pada periode ini, transmisi oral dalam sebuah skema hubungan pengikut-pemimpin atau murid-guru menjadi sangat penting. Salah satu alasan mengapa hafalan terhadap teks-teks masa lalu mendapat penghormatan yang sangat tinggi adalah karena hal ini menyangkut ketersambungan dengan otoritas masa lalu. Merujuk pada masa lalu jauh lebih penting dan dihormati karena kualitas persambungan. Dalam mata rantai ini, yang penting adalah “kehadiran” (*presence*) guru otoritatif dari masa lalu. Dengan

(Princeton & Oxford: Princeton University Press, 2002), 39.

¹¹ *Ibid.*, 40.

¹² *Ibid.*, 46.

logika inilah kita bisa memahami kengototan ulama agar setiap aktivitas pembelajaran keagamaan harus dibawah bimbingan seorang guru karena ini dianggap akan menjaga mata rantai otoritas yang menjamin kebenaran pemahaman. Murid-murid yang belajar tetap bisa merasakan kehadiran sang guru otoritatif masa lalu. Untuk itulah maka *ijazah* menjadi penting dalam rangkaian ketersambungan dengan masa lalu ini.¹³

Sebagaimana yang dinyatakan oleh Zaman, bahwa otoritas suatu mazhab hukum sangat ditentukan oleh kemampuan para ulamanya dalam memproduksi berbagai *syarah* terhadap kanon resmi mazhab hukum yang bersangkutan. Penulisan kitab-kitab *syarah* ini sendiri juga meningkatkan otoritas penulisnya. Aktivitas pen-*syarah*-an ini bisa menjadi aktivitas intelektual yang sangat produktif untuk melakukan penyesuaian sebuah mazhab hukum dengan berbagai situasi sosial budaya dan politik yang terus berubah.¹⁴ Sekalipun demikian, aktivitas ini tidak bisa mengelak dari karakter otoritas keagamaan di periode ini, yaitu kesinambungan keilmuan melalui kehadiran otoritas sang guru. Karenanya, aktivitas ini lebih bersifat repetitif karena memang sejak awal digunakan sebagai bagian dari mata rantai pembelajaran dari satu generasi ke generasi berikutnya dalam mata rantai ajaran suatu mazhab.¹⁵

Penemuan teknologi percetakan di abad ke-15 yang kemudian berkembang pesat di abad-abad berikutnya menggeser proses transmisi keilmuan dan basis otoritas keagamaan yang melahirkan kelompok ulama pada era manuskrip. Teknologi percetakan yang mampu mencetak berbagai karya tulis dalam jumlah besar menggeser *style* transmisi dan basis otoritas keagamaan di masyarakat Islam. Percetakan membahayakan apa yang disebut dengan "*person-to-person transmission of knowledge*" dan berbagai konsep transmisi otoritatif yang berkaitan dengan *style* tersebut. Dampak lanjutannya ada-lah munculnya otoritas keagamaan baru yang menantang otoritas keagamaan ulama.

Era percetakan melahirkan elit keagamaan baru, yaitu intelektual Mus-

¹³ *Ibid.*, 51.

¹⁴ *Ibid.*, 38.

¹⁵ Fazlur Rahman, *Islam and Modernity: Transformation of an Intellectual Tradition* (Chicago: The University of Chicago Press, 1982), 157-158.

lim. Dalam sebuah era di mana banyak orang mendapatkan pendidikan tinggi dan teknologi modern seperti saat ini, akses terhadap ilmu dan buku bisa dimiliki siapa saja. Para intelektual Muslim baru yang lahir sebagai buah dari pendidikan tinggi tidak merasa berhutang pada ulama untuk pemahaman keislamannya. Mereka juga tidak lagi mengakui klaim superior ulama terhadap pemahaman keislaman.¹⁶ Percetakan membuat intelektual keagamaan baru bersaing dengan ulama dalam otoritas keagamaan dan untuk berbicara Islam di ruang publik.

Karena kitab-kitab klasik dapat diakses, termasuk melalui terjemahan terhadap bahasa lokal, klaim khusus ulama sebagai pelindung dan penerjemah otoritatif teks-teks keagamaan mulai mendapat sangkalan. Memang, percetakan memiliki tendensi demokratisasi, di mana konsekuensi dari pro-ses ini adalah otoritas ulama dalam tekanan dan tantangan yang belum ada sebelumnya. Akan tetapi, yang perlu diingat di sini adalah bahwa era percetakan yang ditandai dengan lahirnya intelektual Muslim hasil didikan sekolah-an tidak menghilangkan institusi dan kulturkeulamaan. Transmisi oral dan tulisan-tulisan *syarah* berjalan beriringan dengan hadirnya era baru. Bahkan, ulama memanfaatkan teknologi percetakan sehingga karya-karya yang diproduksi dapat menjangkau *audience* yang lebih luas dan lebih populer.

Penemuan teknologi percetakan memberi kemudahan kepada para ulama. Aktivitas keilmuan memasuki era baru yang lebih efektif dan murah, serta akses yang lebih mudah terhadap kitab-kitab keagamaan klasik. Begitu juga dalam distribusi pengetahuan, para ulama memperoleh efek prolifik dari penemuan teknologi percetakan. Percetakan memudahkan seorang ulama saat ini untuk menjangkau pembaca yang lebih luas daripada yang dilakukan koleganya di era manuskrip. Sekalipun demikian, penghargaan atas hafalan sebagai sebuah bagian basis otoritas keilmuan dan ciri kesalehan seorang ulama era manuskrip tidak begitu saja hilang. Hafalan masih sangat dijunjung tinggi. Orang yang memiliki hafalan terhadap al-Qur'an dan kitab hadits mendapatkan penghormatan yang sangat tinggi.¹⁷

¹⁶ Zaman, *The Ulama in Contemporary Islam*, 55.

¹⁷ *Ibid.*, 41.

Apa yang terjadi sebagai akibat dari datangnya era percetakan bukan hilangnya institusi keulamaan, tapi lahirnya intelektual Muslim baru yang menantang otoritas keagamaan ulama. Hadirnya intelektual Muslim tidak serta merta menghilangkan institusi ulama karena kultur keilmuan Islam di masyarakat Islam secara umum berbeda dengan Protestan. Di kalangan Protestan, terjemahan Bibel ke dalam bahasa lokal sama otoritatifnya dengan bahasa aslinya. Oleh karena itu, otoritas ulama yang dibangun di atas penguasaannya atas ilmu-ilmu keislaman klasik dengan mata rantai keilmuan yang jelas tetap mendapatkan tempat. Para ulama memang berkompetisi dengan para intelektual keagamaan baru, namun mereka tetap melanjutkan menulis karya untuk audiens elit spesialis keagamaan.¹⁸

Media dan Desentralisasi Otoritas

Jika mesin percetakan membuka akses bagi setiap orang terhadap ilmu-ilmu keagamaan sehingga melahirkan otoritas keagamaan baru yang menantang otoritas keagamaan lama, maka media informasi modern jauh lebih memiliki kekuatan dalam mendemokratisasi dan mendesentralisasi otoritas. Otoritas kepemimpinan tidak lagi berada di tangan orang-orang tertentu karena penguasaannya atas informasi, namun menyebar sehingga setiap otoritas tradisional yang bertendensi untuk menjadi satu-satunya referensi dengan sendirinya dipertanyakan dan ditantang.¹⁹

Teknologi informasi modern tidak hanya mengubah cara dan model interaksi, tapi juga mentransformasikan pemahaman atas otoritas dengan menciptakan posisi kekuasaan baru, menghilangkan hirarki kekuasaan tradisional, menyediakan kesempatan baru yang memungkinkan orang-orang yang selama ini patuh mendengarkan untuk mulai mengeluarkan suaranya. Jelas ini mempengaruhi otoritas keagamaan tradisional yang sudah ada selama ini.²⁰

Ketersediaan berbagai alternatif saluran informasi melahirkan ruang

¹⁸*Ibid.*, 56.

¹⁹ Bryan S. Turner, "Religious Authority and the New Media," dalam *Theory, Culture & Society*, vol. 24 (2) (London: Sage, 2007), 118.

²⁰ Heidi A. Campbell & Paul Emerson Teusner, *Religious Authority in the Age of the Internet* (Center for Christian Ethics, Baylor University, 2011), 59.

bagi lahirnya pertanyaan atas keyakinan-keyakinan keagamaan yang selama ini didakwahkan para ulama dan ditutup dari kemungkinan untuk ditanya dan disangkal. Teknologi informasi modern menggerogoti otoritas tradisional. Media-media baru memiliki dampak korosif terhadap otoritas yang disandarkan pada teks tercetak. Media-media baru ini menyediakan diskusi terbuka sehingga mencegah bentuk-bentuk ketertutupan ortodoks yang menjadi basis otoritas tradisional. Sementara otoritas Islam ortodoks mengklaim bahwa pintu ijtihad telah tertutup, teknologi informasi modern membuka perdebatan keagamaan dengan konsekuensi yang tidak dapat diprediksi.²¹

Media informasi modern menyediakan beragam pengetahuan alternatif yang berdampak pada penggeseran kerangka pemahaman atas teks-teks keagamaan dan keyakinan-keyakinan yang dihasilkan melalui proses interpretasi para ulama. Ulama selama ini mendaku dirinya sebagai individu yang paling absah dalam menerjemahkan teks-teks suci. Dengan terbukanya ruang untuk mempertanyakan otoritas keagamaan lama, maka terbuka juga kemungkinan lahirnya otoritas—otoritas keagamaan baru.

Media komunikasi modern memberi tantangan yang serius bagi otoritas keagamaan tradisional. Teknologi komunikasi modern sanggup mencegat pesan-pesan yang disampaikan oleh para otoritas tradisional. Teknologi informasi dan komunikasi modern mendorong praktek-praktek dan wacana yang sanggup mem-*bypass* atau mensubversi otoritas struktur dan pemimpin keagamaan tradisional. Otoritas keagamaan tradisional kehilangan tenaga untuk mengontrol pesan-pesan keagamaan. Media komunikasi modern memberi kesempatan-kesempatan baru bagi siapa saja yang selanjutnya mendorong lahirnya suara-suara tidak resmi dan alternatif.²²

Teknologi informasi modern mendesentralisasi otoritas. Umat beragama tidak lagi tersentral kepada satu figur untuk mendapatkan nasehat-nasehat dan ajaran-ajaran keagamaan. Media informasi memproduksi channel-channel dan situs-situs informasi yang tak terhingga jumlahnya. Chanel dan situs ini telah menjadi sumber informasi dari mana masyarakat

²¹ Turner, "Religious Authority and the New Media," 120-121.

²² Campbell & Teusner, *Religious Authority in the Age of the Internet*, 62.

mengakses berbagai pengetahuan, termasuk di dalamnya adalah berbagai nasehat baik-buruk yang selama ini dipegang oleh otoritas keagamaan tradisional.

Sistem komunikasi modern sedang memberi tantangan yang serius terhadap pemegang otoritas tradisional, baik sekuler maupun religius, yang berbasis pada media tulis.²³ Teknologi informasi baru ini memiliki dampak luar biasa terhadap terbangunnya *civil society* yang demokratis. Media-media baru ini memiliki dampak tak tersengaja (*unintended effects*) dalam menggerogoti otoritas tradisional yang berbasis pada transmisi oral dan bentuk-bentuk pembelajaran berbasis cetak yang bersifat linear, hirarkis, imitatif, dan repetitif. Media informasi baru menyediakan informasi dan kesempatan alternatif yang tersebar dan terdesentralisasi.

Tidak mengherankan jika banyak kalangan yang menyatakan bahwa teknologi informasi dan komunikasi modern telah melahirkan pemimpin-pemimpin keagamaan baru yang bertindak sebagai *interpreter* ide-ide teologis dan *spiritual guide*, sebuah fungsi yang selama ini diklaim secara eksklusif oleh para ulama.²⁴ Sementara itu, kelompok pemegang otoritas lama dilanda kekhawatiran bahwa media akan melahirkan otoritas keagamaan baru. Persaingan di antara pemegang otoritas sudah terjadi. Kita mungkin bisa menunjuk pada kelompok-kelompok tertentu, tapi titik persaingan dan kompetisi bisa datang dari mana saja dan pendulumnya bisa bergeser-geser ke sana kemari.

Televisi dan Pembentukan Otoritas Keagamaan Baru

Jika banyak kalangan yang menyatakan bahwa abad ke-21 atau milenium ketiga yang dimulai tahun 2000 adalah *millenium of television*. Gelombang televisi menembusi dinding-dinding kamar setiap orang. Dia hadir dua puluh empat jam hingga hampir tidak ada waktu tersisa untuk terlepas darinya. Penetrasi TV jauh lebih *powerful* daripada ideologi-ideologi konvensional yang dikenal selama ini. Tidak seperti ideologi konvensional di mana dibutuhkan sosok agung-berkuasa untuk hadir, penetrasi televisi

²³ Turner, "Religious Authority and the New Media, 117.

²⁴ Campbell & Teusner, *Religious Authority in the Age of the Internet*, 62.

sedemikian halus karena yang hadir hanyalah sebuah kotak hitam yang kita tata sendiri di dalam bagian rumah kita. Sebegitu halusnya, sehingga kehadirannya berlangsung tanpa terasa.²⁵

Tahun 60-an, muncul sebuah kerangka teoritis terkait dengan media, terutama televisi, yaitu teori *media imperialism*. Teori ini hendak menyatakan bahwa media memiliki kekuatan yang bisa digunakan untuk melakukan kolonisasi kesadaran. Itulah sebabnya orang sehari-hari telah terbiasa hidup dalam imaji yang dikonstruksi oleh televisi.²⁶ Seiring dengan ini, muncul teori-teori tentang imperialisme kebudayaan menggantikan imperialisme ekonomi-politik yang dilakukan dengan kekerasan melalui kehadiran fisik (*physical presence*).

Televisi tidak hanya menjadi agen dari sebuah kebudayaan baru kepada masyarakat dengan kemampuannya sebagai penghubung kebudayaan dari satu masyarakat ke masyarakat lain, lebih dari itu, TV sudah menjelema menjadi bentuk baru kebudayaan itu sendiri, atau *television culture*.²⁷ Televisi adalah wajah penting dari kultur posmodern yang dicirikan dengan transformasi realitas ke dalam *image* (citra/gambar/kesan) dan fragmentasi waktu ke dalam serangkaian masa kini yang terus menerus.²⁸

Kultur televisi di bangun dengan ideologi ke-serba-muda-an dan ke-serba-baru-an. Kemudahan dan kebaruan adalah ideologi di balik setiap estetisasi komoditas melalui media televisi.²⁹ Para teoritis biasanya menjadikan pemirsa MTV (televisi musik) sebagai contoh dari generasi baru yang hidup dalam budaya televisi. Mereka masuk dalam pusaran arus *image* yang beragam dan berganti-ganti dengan cepat sehingga mereka tidak mampu mengaitkan *image-image* tersebut dalam sebuah kesatuan narasi yang bermakna. Para penonton itu semata-mata enjoy dalam intensitas dan

²⁵DedyMulyana, "Prolog: Bercinta dengan Televisi," dalam *Bercinta dengan Televisi*, Deddy Mulyana& Idi Subandy Ibrahim (eds.) (Bandung: Rosdakarya, 1997), 3.

²⁶ Idi Subandy Ibrahim, "Epilog: "Televisi sedang Menonton Anda!" Kritik Terhadap Estetika Komoditas di Balik Tirani TV, dalam *Bercinta dengan Televisi*, Deddy Mulyana& Idi Subandy Ibrahim (eds.) (Bandung: Rosdakarya, 1997), 355-356.

²⁷*Ibid*, 348-349.

²⁸ Mike Featherstone, *Consumer Culture & Postmodernism* (London: SAGE Publications, 1993), 5.

²⁹ Ibrahim, "Epilog," 352.

sensasi hingar-bingar keragaman (*multibreni*) *image* yang timbul tenggelam secara cepat.³⁰

Realitas menjadi hiperrealitas. Ada *overload* informasi yang terus-menerus dipasok oleh media ke dalam otak kita dalam sebuah arus *image* dan simulasi yang tanpa henti. TV telah menjadi dunia itu sendiri. “*TV is the world*,” kata Baudrillard.³¹ Dalam hiperrealitas ini, yang real dan yang imajiner tidak lagi memiliki batas yang jelas. Bahkan realitas keseharian yang paling banal pun telah menjadi estetika karena seni telah masuk dalam rangkaian proses produksi dan reproduksi. Ketika kita sampai pada titik pemberhentian yang real dan yang imajiner, kita telah masuk ke dalam apa yang disebut hiperrealitas. Inilah kultur televisi atau yang juga disebut kultur simulasional (*simulational culture*) dalam bahasanya Baudrillard.³²

Televisi telah membongkar tembok batas antara yang real dan yang imajiner. Jameson membahasakan fenomena ini sebagai “*a depthless aestheticized hallucination of reality*.”³³ Atau, dalam metafor favoritnya Baudrillard, “*All the privileged domains of finalities...are sucked into a 'black-hole'*.”³⁴ Dengan televisi, semua hal bisa diestetisasi. Yang sakral dan profan menjadi jungkir balik. Budaya citra menjadi nilai dominan di balik berbagai tayangan media. Selebriti tidak hanya digambarkan sebagai penghibur, tapi juga tokoh panutan dalam kehidupan beragama. Tokoh agama tidak hanya ditampilkan sebagai sosok panutan, tapi juga selebriti yang menghibur. Keagamaan selebriti dimasyarakatkan oleh televisi. Sang selebriti tidak hanya digandrungi sebagai seorang *entertainer*, tapi juga sosok agamis yang suka-duka kehidupannya adalah pancaran dari keagamaannya. Begitu sang tokoh agama, dia tidak hanya digandrungi sebagai seorang pencerah, tapi juga ditunggu berita-berita sensasionalnya.

Kekuatan media televisi seperti ini akhirnya berhasil melahirkan otoritas keagamaan baru, yaitu da'i-selebriti yang biasanya dipanggil ustadh.³⁵

³⁰ Featherstone, *Consumer Culture*, 5.

³¹ *Ibid.*, 68.

³² *Ibid.*, 68-69.

³³ *Ibid.*, 54.

³⁴ *Ibid.*, 54-55.

³⁵ Sebuah buku yang membahas berbagai ekspresi keislaman di Indonesia saat ini mengangkat maraknya acara dakwa di televisi dengan para da'i yang keren dan trendi.

Hadirnya otoritas keagamaan baru produksi televisi ini menantang otoritas keagamaan lama dan berlomba untuk berbicara tentang Islam di ruang publik. Seorang ulama yang semula ditentukan oleh penguasaannya atas ilmu-ilmu keislaman klasik kini lebur dengan denganda'i-da'i yang muda, segar, dan serba baru yang diproduksi dan reproduksi oleh media TV. Tidak ada lagi batas antara realitas ulama dan imajinasi ulama yang diproduksi TV.

Individu-individu yang selama ini menganggap dirinya lebih pantas menyandang predikat ulama karena berbagai kualitas yang disandangnya, tidak lagi menjadi referensi eksklusif dalam kehidupan beragama. TV telah menjadi pusat referensi kehidupan manusia, di mana fungsi ini sebelumnya dipegang oleh agama. Orang sekarang sudah belajar hidup dari TV. Jika pada beberapa dekade yang lalu orang menyebut TV sebagai *the second god*, saat ini mungkin sudah layak untuk menyebut TV sebagai *the first god*.³⁶ TV menawarkan standar dalam berperilaku, berbusana, makan, berkreasi, termasuk beragama, di mana orang-orang mengikutinya.³⁷ Tidak hanya menentukan budaya mana yang layak menjadi arus utama (*mainstream*),³⁸ sebagai tuhan baru, TV juga memiliki kuasa untuk menentukan baik dan buruk. TV sanggup menentukan siapa yang menjadi baik (*godization*) dan siapa yang menjadi jahat (*demonization*).³⁹

Suara-suara protes dari otoritas lama semakin menunjukkan bahwa TV sanggup mencipta otoritas keagamaan di luar kendali otoritas keagamaan tradisional. Da'i-selebri telah menjadi institusi baru. Mereka bisa hadir dan menyapa masyarakat dengan nasehat-nasehat keagamaannya langsung di dalam kamar mulai pagi hingga malam, bahkan dini hari. Mereka hadir melalui kemasan dakwah televisi atau dalam acara *infotainment* berderet dengan berita artis-artis lain. Bahkan, pernikahan, perceraian, kehamilan istrinya, ulang tahun, berobat, hingga berangkat umroh pun disuguhkan sebagai bagian dari pesan keagamaan da'i-selebri ini.

Banyak kalangan yang menganggap fenomena dakwah oleh para da'i di

Buku ini diberi judul *Ustadz Seleb*.

³⁶ Jalaluddin Rakhmat, "TV Sudah Menjadi 'The First God'," dalam *Bercinta dengan Televisi*, Deddy Mulyana & Idi Subandy Ibrahim (eds.) (Bandung: Rosdakarya, 1997), 228.

³⁷ Mulyana, "Prolog," 3.

³⁸ Rahmat, "TV Sudah Menjadi 'The First God'," 232.

³⁹ Ibrahim, "Epilog," 352.

televisi adalah jenis dakwah yang norak dan banal. Akan tetapi, protes-protes ini, dari perspektif tertentu, bisa dilihat sebagai bagian dari persaingan antar otoritas. Hadirnya otoritas keagamaan baru yang diproduksi televisi berarti tantangan terhadap otoritas keagamaan lama. Sebagaimana intelektual Muslim yang dipandang sebelah oleh ulama karena dianggap pengetahuan Islamnya dangkal,⁴⁰ kehadiran da'i-selebritis juga menuai takdir yang sama. Upaya pendelegitimasi pihak lawan adalah taktik klasik dalam persaingan memperbutkan klaim sebuah otoritas.⁴¹ Pandangan negatif terhadap media dan suara-suara protes untuk melarangnya atau setidaknya membatasinya dan menyensornya karena dampaknya dalam menggerogoti otoritas keagamaan lama tidak ubahnya dengan upaya gereja Katolik dalam membatasi media cetak di abad ke-16.⁴²

Ali Mustafa Yaqub, imam masjid nasional Istiqlal dan juga seorang ulama yang dikenal kemampuannya dalam bidang hadits, menulis sebuah artikel pendek yang mengungkapkan kegeramannya atas da'i-da'i di televisi yang menurutnya, "...baru mengetahui satu dua ayat Alquran dan Hadis Nabi SAW melalui karya terjemah." Di mata Yaqub:

Para da'i ini sangat terlihat kekurangannya...namun...cerdik menutupi kekurangannya itu dengan... penampilan maupun ketika menjawab pertanyaan jamaah. Jawaban yang diberikan terasa kurang bermakna karena memang tidak menguasai ilmunya. Da'i dengan tipe seperti ini dikhawatirkan akan menjadi penjual agama demi meraih kepentingan sesaat. Parahnya lagi, bila dengan dakwahnya itu, justru akan menyebabkan tersesatnya umat.⁴³

⁴⁰ Muhammad Qasim Zaman, "Pluralism, Democracy, and the Ulama," dalam *Remaking Muslim Politics: Pluralism, Contestation, Democratization*, Robert W. Hefner (ed.) (Princeton and Oxford: Princeton University Press, 2005), 68-69.

⁴¹ Stollow menyebut ini sebagai *anticlerical political philosophy*, yaitu upaya mendelegitimasi praktek-praktek keagamaan dengan menilainya tidak lebih sebagai trik mistifikasi, tipuan yang disebarluaskan melalui teknologi untuk mendapatkan keuntungan tersembunyi atau untuk mengeksploitasi orang-orang bodoh yang mau percaya. Lihat Jeremy Stollow, "Religion and/as Media," dalam *Theory, Culture & Society*, vol. 22 (4) (London: Sage, 2005), 121.

⁴² *Ibid.*

⁴³ Ali Mustafa Yaqub, "Da'i dan Rating Rekayasa," dalam <http://www.republika.co.id>, diakses pada 28 Maret 2012.

Syuhada Bahri, Ketua Umum DDII (Dewan Dakwah Islam Indonesia), sebuah organisasi dakwah tempat bernaung para ulama modernis, juga mengungkapkan ketidaksukaannya terhadap para da'i televisi yang di matanya hanyalah seorang *entertainer* berbaju da'i karena mereka tidak memiliki ilmu. Menurutnya, da'i yang sesungguhnya adalah da'i yang melahirkan pengikut karena yang diberikan adalah ilmu. "Tapi kalau yang melahirkan penggemar, ia hanya punya kemampuan *entertain*. Ilmunya hanya diputar-putar di situ saja."⁴⁴

Nada protes yang sama juga diungkapkan oleh Tony Burhanudin, seorang profesional dan intelektual Muslim muda. Dia menamai fenomena dakwah di televisi yang dikemas secara menghibur dengan istilah "dakwahtainment." Dia memang tidak mempermasalahkan acara dakwah di televisi. Yang digugatnya adalah ketiadaan kedalaman dari acara-acara seperti ini. Menurutnya, mendengarkan "dakwahtainment" ibarat minum secangkir kopi di café yang tidak tersisa ketika melangkah keluar dari café. Dia kemudian membandingkan para da'i televisi itu dengan otoritas keagamaan lama yang selama ini dikenal sebagai ulama atau intelektual Muslim.

Ada Alwi Shihab yang memberi pemahaman pluralitas agama dan tradisi dan kebudayaan masyarakat Islam. Jalaluddin Rahmat yang menawarkan sufistik Islam untuk mengatasi problema masyarakat modern. Lalu, ada juga Kyai Said Aqil Siradj, sekarang ketua PBNU, yang menyajikan dakwah berwawasan kebangsaan.⁴⁵

Ada juga yang melihat fenomena ini tidak lebih dari sekedar komodifikasi agama oleh media televisi. Dalam era kapitalisme lanjut (*advanced capitalism*), *televisi* memainkan peran penting dalam menjual komoditas gaya hidup kepada masyarakat. Oleh televisi, agama yang merupakan faktor penting dalam kehidupan manusia dijadikan komoditas untuk meraih keuntungan. Dakwah tidak lebih sekedar hiburan seperti hiburan-hiburan lain di televisi.⁴⁶ Fenomena dakwah di televisi yang dipadu dengan unsur

⁴⁴ Muhammad Afwan, "Para Da'i di Televisi Harus Melahirkan Pengikut, Bukan Penggemar," dalam <http://copas4islam.blogspot.com>, diakses pada 28 Maret 2012.

⁴⁵ Tony Burhanudin, "'Dakwahtainment': Funky dan Narsis," dalam <http://hiburan.kompasiana.com>, diakses pada 28 Maret 2012.

⁴⁶ Saefudin Amsa, "Komodifikasi Dakwah Islam di Televisi," dalam <http://www>.

hiburan adalah va-rian lain dari komodifikasi agama, misalnya, sinetron-sinteron religi.⁴⁷

Yang perlu dicatat adalah bahwa teknologi informasi modern yang melahirkan otoritas keagamaan baru tidak serta merta menghilangkan institusi ulama. Sebagaimana dengan pergantian dari manuskrip ke cetak, kehadiran teknologi televisi juga tidak menghilangkan otoritas keagamaan sebelumnya. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa teknologi modern juga bisa memperkuat otoritas keagamaan tradisional.⁴⁸ Banyak aktivitas dakwah yang dilakukan oleh ulama menggunakan media komunikasi modern dalam rangka mempertahankan legitimasinya, menjangkau audiense yang jauh, menarik kembali para pengikut yang *mbalelo*, atau bahkan untuk mendapatkan dana bagi kegiatan tertentu, sekalipun ada juga kelompok agamawan yang menjaga otoritasnya dengan cara menjauhi dan mengontrol serta melarang media.⁴⁹

Ulama, Media, dan Otoritas yang Selalu Goyah

Islam tidak memiliki imam dalam pengertian seperti Paus. Pemimpin agama dalam Islam adalah orang yang mendapatkan pengakuan dan dukungan umum. Di dalam Islam, otoritas ulama disandarkan pada pengakuan masyarakat. Gelar ulama yang kemudian diikuti dengan kewenangan yang melekat padanya, tidak dihasilkan karena pemberian dari atas. Basis otoritas ulama Islam adalah pengakuan publik atas keilmuan dan kebijaksanannya. Otoritas yang dimiliki ulama pada dasarnya adalah otoritas seorang guru yang mendapatkan respek dari para pengikutnya karena keilmuannya dan bimbingan-bimbingannya. Seorang ulama biasanya memiliki keahlian di bidang hukum dan keilmuan Islam lain.

Sekalipun dalam sejarah Islam beberapa ulama diangkat penguasa politik untuk menjalankan fungsi keulamaannya dalam sebuah sistem ketatanegaraan, namun otoritas ulama tidak semata-mata datang dari

solopos.com, diakses pada 28 Maret 2012.

⁴⁷ Anang Hermawan, "Spiritualisme Televisi: Antara Aqidah dan Komodifikasi," dalam <http://abunavis.wordpress.com>, diakses pada 28 Maret 2012.

⁴⁸ Campbell & Teusner, *Religious Authority in the Age of the Internet*, 62.

⁴⁹ Stollow, "Religion and/as Media," 123.

penguasa. Legitimasi dan otoritas ulama datang dari posisi intelektual dan moralnya di tengah masyarakat. Otoritas dan legitimasi ulama terbangun karena dia dianggap sebagai figur yang otoritatif untuk berbicara tentang agama. Ulama diakui oleh masyarakat sebagai representasi dan pembicara paling otoritatif tentang Islam.⁵⁰

Dengan bentuk otoritas seperti ini ini, maka otoritas dalam Islam tetap terbuka untuk diperdebatkan dan disanggah. Memang seorang ulama bisa diposisikan sebagai referensi tunggal dalam memahami agama, namun ini berlaku sejauh hany dalam pengikutnya. Fatwa yang dikeluarkan seorang ulama selalu terbuka untuk disanggah oleh kelompok lain. Setiap produksi fatwa berarti memasuki wilayah perdebatan dan juga penyangkalan dari orang-orang yang tidak mengakui otoritasnya.⁵¹

Dengan mempertimbangkan karakter otoritas keagamaan dalam Islam, maka media informasi kontemporer, televisi dan internet, yang memiliki efek tak terduga dalam demokratisasi masyarakat, semakin menambah volume perdebatan dan penyanggahan terhadap otoritas. Pertanyaan yang terus-menerus muncul dan semakin diperbesar oleh media adalah siapa yang berhak berbicara atas nama ummat dan siapa yang memiliki otoritas untuk menentukan kehidupan spiritual ummat.

Di era teknologi informasi modern seperti saat ini, otoritas keagamaan menyebar sehingga memungkinkan siapa saja untuk mengklaim memiliki otoritas sebagai imam atau ulama. Orang tidak lagi perlu datang ke pengajian atau pergi ke pesantren untuk mendapatkan ilmu agama. Mereka tinggal nongkrong di depan TV untuk mendengarkan para da'i menjelaskan ajaran agama. Tidak ada lagi pertanyaan tentang ortoritas orang-orang yang ada di TV itu. TV memiliki kemampuan untuk membentuk pengakuan publik atas otoritas keislaman seseorang.

Isu mengenai otoritas keagamaan dalam kaitannya dengan media adalah isu yang kompleks. Teknologi modern menantang basis legitimasi

⁵⁰ Arnold H. Green, "Political Attitudes and Activities of the Ulama in the Liberal Age: Tunisia as an Exceptional Case," dalam Abubaker A. Bagader (ed.), *The Ulama in the Modern Muslim Nation-State* (Kuala Lumpur: Muslim Youth Movement of Malaysia, 1983), 175.

⁵¹ Zaman, *The Ulama in Contemporary Islam*, 41-42.

otoritas keagamaan tradisional. Sebagaimana halnya media cetak, televisi juga bisa menjadi salah satu sumber informasi keagamaan yang tidak sepenuhnya bisa dikontrol oleh otoritas keagamaan tradisional dengan klaim-klaim keabsahan dari langit. Teknologi informasi modern menggeser pola interaksi di mana hubungan antar manusia terjadi secara cair, terus bergerak, dan menghilangkan jarak ruang dan waktu.

Tantangan utama media teknologi modern, sebagaimana media cetak, adalah demokratisasi pengetahuan. Televisi tidak hanya menyediakan akses terhadap sumber-sumber alternatif informasi keagamaan, tapi juga mendorong masyarakat dalam memberi dan mendistribusikan informasi, beropini, dan kesempatan untuk terlibat dalam suatu pengalaman penolakan dan penyangkalan.

Apa yang terjadi sekarang adalah modernisasi masyarakat yang sudah dimulai sejak era percetakan. Jika agama semula dialami secara bersama dalam sebuah bimbingan dari otoritas yang hadir, maka percetakan memberi pengalaman baru dalam kehidupan beragama. Keagamaan mulai menjadi aktivitas pribadi di ruang domestik atau melalui pendidikan yang membuka dialog dan diskusi sehingga keyakinan-keyakinan keagamaan terbuka untuk disanggah. Pengetahuan agama terbuka untuk diakses siapa saja sebagai akibat melimpahnya cetakan buku. Teknologi percetakan menggeser transfer pengetahuan dari tatap muka guru-murid yang terinstitusi dalam mata rantai pengajaran, kehadiran otoritas masa lalu, dan ijazah, ke pembacaan individual bebas.

Bagi sebagian orang, ini ditanggapi sebagai hancurnya nilai-nilai agama di ruang sosial. Tapi di sisi seberang, orang bisa merayakan ini sebagai hadirnya kekuatan sosial baru dalam menantang otoritas tradisional yang selama ini bercokol. Para intelektual keagamaan baru lahir, di mana pengetahuan keagamaannya itu tidak berasal dari para ulama, tapi pembacaan buku-buku cetakan modern sehingga para intelektual ini tidak merasa berhutang pengetahuan pada ulama. Kultur percetakan dianggap memberi dampak pada pemberdayaan ini.⁵²

Teknologi komunikasi modern membuat lebur batas antara ruang

⁵²Stollow, "Religion and/as Media," 122.

prifat dan ruang publik. Ritual-ritual keagamaan sosial memang bergeser dari bentuk-bentuk tradisional menjadi aktivitas individu-individu dalam ruang domestik masing-masing sambil memutar chanel yang dia inginkan. Tapi kehadiran agama di media membuat ia juga menjadi bagian dari kehidupan publik. Media komunikasi modern memang berhasil menggeser interaksi *face-to-face*, bahkan mengubah waktu ibadah menjadi kapan saja. Begitu juga penyebaran teks sakral tidak mungkin lagi bisa dikontrol oleh otoritas keagamaan seperti era sebelumnya. Tapi, media komunikasi modern juga memperluas simbol dan praktek keagamaan ke berbagai *genre*, bentuk dan teknologi, mulai dari musik, sinetron, paket dakwah di televisi, hingga ritual bersama di mana tokoh di televisi bisa memberi instruksi langsung kepada jutaan penonton untuk beribadah bersama.

Sementara berbagai penilaian negatif muncul terkait dengan kehadiran agama di media, namun periode media juga melahirkan kisahnya sendiri dalam masalah agama. Media tidak begitu saja menghilangkan agama, tapi menghadirkan agama dengan warna yang baru. Media juga berhasil mengubah isi dan strategi persebaran pesan-pesan keagamaan. Tema-tema agama mulai masuk dalam musik pop, film, acara-acara dakwah televisi, sebuah proses yang sering disebut dengan istilah “*religious entertainment*,” dari acara yang khusus untuk penonton agamis sampai acara yang bisa ditonton baik kalangan religius maupun yang nonreligius.⁵³ Untuk semua ini, media melahirkan otoritas keagamaan baru yang sanggup melayani tuntutan *religious entertainment* tersebut.

Kehadiran televisi menjadikan perkembangan gerakan dakwah berlangsung secara dramatis. Para da'i berhasil dalam membahasakan secara populer nilai-nilai atau ajaran-ajaran Islam tradisional. Dakwah ini berhasil dalam mendemamkan publik akan nilai-nilai keagamaan—berbarengan dengan deman sinetron religi, film religi, dan berbagai tontonan keagamaan lain termasuk musik-musik religi. Para da'i memasuki berbagai problem prifat individual modern mulai dari gaya hidup, pakaian, gosip sampai tata cara beribadah.⁵⁴

⁵³ Ibid., 123.

⁵⁴ Ibid., 134-135.

Media televisi memainkan peran penting dalam estetisasi agama. Televisi juga mendesentralisasi pengetahuan dan melahirkan otoritas keagamaan baru. Televisi membuat kehidupan keagamaan masyarakat tidak terus-menerus berada dalam kendali otoritas keagamaan lama yang mapan.

Da'i Selebritis dan Kebutuhan Islam Baru

Banyak kalangan menyebut fenomena masuknya acara-acara dakwah di televisi dengan kemasan populer sebagai komodifikasi Islam. Secara sederhana komodifikasi Islam berarti komersialisasi Islam. Islam dan simbol-simbolnya menjadi komoditas yang diperjualbelikan untuk mendapat keuntungan. Memang banyak yang mengkritisi konsep komodifikasi ketika ia dipergunakan dalam agama. Keberatan utamanya adalah konsep ini mengabaikan motif-motif spiritual yang ada dibalik fenomena tersebut. Dengan menyadari sepenuhnya kemungkinan adanya motif spiritual, Greg Fealy menggunakan konsep ini untuk merujuk pada penggunaan simbol-simbol keagamaan untuk memasarkan produk-produk yang dikaitkan dengan agama.⁵⁵

Meningkatnya konsumsi keagamaan bisa dilihat sebagai bagian dari fenomena modernisasi, urbanisasi, dan globalisasi yang melanda Indonesia sejak tahun 1970-an. Modernisasi yang tersentral di kota mendorong proses urbanisasi. Ditambah dengan globalisasi, fenomena ini melahirkan berbagai perubahan dalam kehidupan masyarakat. Kota sungguh menggairahkan, tapi pada saat yang sama juga menggetarkan. Identitas dan referensi-referensi kebenaran dan moral lama ditantang. Dalam transformasi sosial budaya ini, salah satu akibatnya adalah keterguncangan kemantapan identitas keagamaan. Adalah wajar bahwa reaksi dari situasi ini adalah pencarian sumber-sumber bimbingan moral baru.⁵⁶

Pencarian ini disebut Howell dengan istilah Islam aktif yang dikontraskan dengan Islam pasif. Yang terakhir tersebut merujuk kepada

⁵⁵ Greg Fealy, "Mengonsumsi Islam: Agama yang Dijadikan Jualan dan Kesalehan yang Diidam-idamkan," dalam Greg Fealy & Sally White, *Ustadz Seleb, Bisnis Moral & Fatwa Online, Ragam Ekspresi Islam Indonesia Kontemporer*, ter. Ahmad Muhajir (Jakarta: Komunitas Bambu, 2012), 17.

⁵⁶*Ibid.*, 27.

pemeluk Islam yang merasa nyaman dengan melaksanakan kewajiban-kewajiban yang sudah sejak dulu seperti itu.⁵⁷ Jenis kesalehan yang begitu saja dan tidak reflektif ini diganggu oleh rasionalitas kehidupan kota modern. Kebutuhan keagamaan masyarakat kota tidak bisa lagi dicukupi dengan Islam lama. Kebutuhan ini secara langsung berdampak pada mulai pudarnya otoritas keagamaan tradisional yang dianggap sebagai pusat referensi dari keislaman model lama itu.⁵⁸

Sebagaimana karakter kehidupan masyarakat perkotaan modern, pencarian ini menggunakan jalur pasar. Jika generasi sebelumnya mencari agama melalui jalur-jalur yang secara tradisional otoritatif, maka generasi baru ini berlaku seperti klien. Salah satu hal yang mengkarakterisasi generasi baru kota ini adalah sifatnya yang instan karena kesibukannya sebagai manusia modern. Dalam proses jual-beli spiritual ini, pembeli tidak memiliki kesetiaan komunal karena porosnya adalah pada “diri yang mengonsumsi.” Dia bebas untuk memilih sekian banyak tawaran yang ada. Dia bebas untuk datang membeli sebebas dia untuk pergi dan mencari barang baru. Ini bisa dilihat pada kasus Aa Gym.⁵⁹ Karakter lain adalah bahwa mereka ini lebih eklektik, mereka menjelajahi variasi-variasi keagamaan yang paling cocok dengan kebutuhan mereka.⁶⁰

Di samping itu, Muslim kelas menengah terlalu sibuk dengan dunia profesionalnya. Mereka tidak cukup memiliki waktu untuk masuk dalam wacana keislaman yang terlalu ilmiah. Tapi, mereka ini ingin meningkatkan

⁵⁷ Julia Day Howell, “Variasi-variasi Kesalehan Aktif: Profesor dan Pendakwah Televisi sebagai Penganjur Sufisme Indonesia,” dalam Greg Fealy & Sally White, *Ustadz Seleb, Bisnis Moral & Fatwa Online, Ragam Ekspresi Islam Indonesia Kontemporer*, ter. Ahmad Muhajir (Jakarta: Komunitas Bambu, 2012), 42.

⁵⁸*Ibid.*, 43.

⁵⁹ Abdullah Gymnastiar atau yang populer dipanggil Aa Gym adalah salah satu dai-kharismatik yang menuai popularitas salah satunya melalui media TV. Puncak popularitasnya adalah pada tahun 2005/2006, sampai kemudian dia melakukan poligami pada oktober 2006. Sejak itu reputasi dia hancur. Pengunjung pesantren Dar al-Tauhid miliknya turun drastis, beberapa tokonya tutup, dan dia sudah sangat jarang digunakan oleh TV swasta sebagai penceramah. Lihat James B. Hoesterey, “Pemasaran Moralitas: Naik, Jatuh, dan pembentukan Ulang Cap-Merk Aa Gym,” dalam Greg Fealy & Sally White, *Ustadz Seleb, Bisnis Moral & Fatwa Online, Ragam Ekspresi Islam Indonesia Kontemporer*, ter. Ahmad Muhajir (Jakarta: Komunitas Bambu, 2012).

⁶⁰Fealy, “Mengonsumsi Islam,” 27.

pemahaman keislamannya dan memiliki komitmen yang tinggi untuk mengamalkan agamanya.⁶¹ Islam yang mereka butuhkan adalah Islam yang bisa menjawab kerisauannya dalam kehidupan kota modern yang serba cepat, sibuk, dan penuh ketidakpastian. Mereka tidak mau Islam kolot yang tidak memenuhi sisi rasionalitas manusia modern, tapi mereka juga tidak cukup punya waktu untuk terlalu dalam dan lama memasuki wacana keilmuan islam yang terlalu serius. Di samping itu, Islam yang mereka butuhkan adalah Islam yang menentramkan kehidupan pribadi dengan layanan yang bisa diakses secara cepat, di mana saja dan kapan saja.

Karakter Islam yang dibutuhkan kelas menengah kota ini jelas tidak bisa dipenuhi oleh otoritas keagamaan tradisional. Kebutuhan keislaman seperti ini cocok dengan Islam pasar yang dikemas dalam paket-paket menarik berisi tuntunan keruhaniaan individu dalam mengarungi kehidupan modern yang rasional dan penuh ketidakpastian, di mana paket tersebut bisa diakses kapan saja dan di mana saja secara pribadi.

Kebutuhan ini ditangkap oleh sistem kapitalisme pasar dengan menyediakan paket-paket layanan spiritual yang mampu memenuhinya. Para produser sadar bahwa produk-produk ini dijual kepada konsumen, bukan dipaksakan. Sebagaimana yang terjadi dalam proses jual-beli, yang terjadi pengguna bebas memilih, bukan kesetiaan buta atas sebuah produk. Para produser memproduksi paket jual-beli keislaman yang segar dan menarik. Konsumsi keagamaan di era ini mudah berubah. Konsumen cepat bosan dan mencari tren baru. Para pembuat produk melempar ke pasar suatu paket keagamaan yang mampu menjawab kebutuhan dalam situasi pergeseran selera ini. Para pembuat produk melihat selera pasar dan kemudian melemparkan sebuah produk keagamaan untuk menangkap kebutuhan konsumen tersebut.⁶²

Layanan keagamaan yang ditawarkan saat ini bersifat pribadi dengan kemudahan akses. Para pengguna dengan mudah mengakses dari rumah, memperoleh jawaban cepat untuk masalah-masalah keislaman. Keseluruhan proses ini jelas pada akhirnya menyingkirkan peran yang selama ini diemban

⁶¹*Ibid.*, 36.

⁶²*Ibid.*, 28.

oleh otoritas keislaman tradisional, baik intelektual Muslim maupun kiai tradisional⁶³.

Inilah yang mendorong komodifikasi Islam. Ketika dunia televisi merebak, maka bukan sesuatu yang aneh jika kemudian komodifikasi Islam menjadi bagian dari program televisi. Fenomena yang kuat dari fenomena komodifikasi Islam melalui teknologi televisi adalah ceramah keagamaan. Program ini dikemas untuk memenuhi kebutuhan keislaman yang instan, menarik, dan pribadi tersebut. Sebagaimana yang dinyatakan Howell bahwa merebaknya televisi komersial sejak tahun 1990-an membawa komodifikasi Islam ke jalur televisi. Di sinilah kemudian lahir generasi yang disebutnya sebagai penceramah-penghibur.⁶⁴ “...saat tekanan-tekanan komersial pada dakwah televisi meningkat, maka media massa elektronik telah memberikan waktu siaran lebih pada jenis penceramah yang berbeda yang secara akademik rendah kualifikasinya tetapi lebih menghibur.”⁶⁵

Situasi ini akhirnya melahirkan otoritas keislaman baru tanpa berarti menghilangkan otoritas keislaman lama.⁶⁶ Ceramah yang dikemas dalam sebuah hiburan yang menyegarkan dengan bimbingan kesalehan pribadi jelas mengalahkan ceramah para pemilik otoritas tradisional yang telah mapan, yang tetap menawarkan pemikiran keislaman yang rumit sebagaimana yang menjadi jualan para intelektual Muslim atau Islam yang penuh ancaman neraka sebagaimana jualan para kiai tradisional.⁶⁷

Tanpa melawan rasionalitas manusia modern, respek dengan profesionalitas, para da'i selebriti ini tidak menawarkan Islam dengan muatan keilmiah yang berat. Bahkan bisa dikatakan sisi ritual lebih penting dari pada memperlebar perbedaan pendapat dengan mengeksplorasi sekian banyak pendapat dalam pemikiran keislaman.⁶⁸ Mereka juga tidak menghidangkan sejenis Islam penuh amarah dan ancaman seperti yang

⁶³*Ibid.*, 29.

⁶⁴ Howell, “Variasi-variasi Kesalehan Aktif,” 46.

⁶⁵*Ibid.*, 56.

⁶⁶ Otoritas yang baru ini tidak dibentuk dari keilmuan, tapi dari pengalaman spiritual yang mereka alami. Keselamatan pribadi dari karut-marut kehidupan modern dengan mendekat kepada Tuhan adalah basis legitimasi para da'iseleb ini. *Ibid.*, 44.

⁶⁷ *Ibid.*, 42.

⁶⁸ *Ibid.*, 43.

ditawarkan para kiai tradisional, yang biasanya juga sinis dengan kehidupan modern. Yang ditawarkan adalah Islam yang sesuai dengan kebutuhan kelas menengah kota yang ingin ber-Islam, yaitu Islam yang bersifat pribadi, apolitis, terarah pada keselamatan pribadi, penguatan etika, dan aktualisasi diri.⁶⁹

Bisa dikatakan bahwa meningkatnya komodifikasi Islam sebagian besar disebabkan oleh perubahan-perubahan sosio-ekonomi, teknologi, dan kebudayaan yang sedang terjadi. Perubahan-perubahan ini mendorong upaya untuk mencari kepastian moral, pengayaan spiritual, dan identitas sebagai Muslim yang saleh. Komodifikasi ini melahirkan sebetulnya kesalehan Islam yang bersifat pribadi. Komodifikasi ini juga berakibat pada berkurangnya pengaruh otoritas keislaman lama karena hadirnya otoritas keagamaan baru yang lebih sesuai dengan kebutuhan pasar.⁷⁰

Kesimpulan

Salah satu karakter penting dari otoritas keagamaan yang dimiliki oleh individu-individu Muslim adalah pengakuan. Seorang ulama memiliki otoritas bukan karena diangkat oleh pemerintah, tapi karena kualifikasi keagamaan yang dimilikinya dan pengakuan masyarakat. Basis otoritas seperti ini membuat otoritas keagamaan dalam masyarakat Islam sangat kokoh, tapi pada saat yang sama juga mudah goyah. Karena disandarkan pada legitimasi populer, maka otoritas tersebut sangat tergantung pada perubahan yang ada dalam masyarakat. Ini terlihat pada sejarah munculnya tipe-tipe otoritas keagamaan dalam dunia Islam. Pada periode manuskrip, ketika hafalan terhadap wahyu menjadi pilar utama dalam kehidupan keagamaan, individu yang menguasai (seringkali hafal) ilmu-ilmu keislaman masa lalu memiliki otoritas keislaman yang menjadi rujukan dalam kehidupan keagamaan bersama. Ditemukannya teknologi percetakan di abad ke-15, saat berbagai karya ulama bisa diterbitkan dalam jumlah besar serta bisa dipelajari oleh siapa saja, juga melahirkan otoritas keagamaan baru, yaitu intelektual Muslim. Jika transmisi keilmuan di era sebelumnya mensyaratkan

⁶⁹ *Ibid.*, 43.

⁷⁰ Fealy, "Mengonsumsi Islam," 42.

kehadiran (*presence*) guru masa lalu, baik dalam arti sesungguhnya maupun kiasan, maka proses transmisi keilmuan di era baru ini berbasis pada buku. Jika karakter keislaman ulama ditandai dengan kekuatan hafalannya dalam rangka menjaga warisan keilmuan masa lalu, maka di era keislaman para intelektual Muslim ditandai dengan pemikiran rasional dalam memahami pesan-pesan Tuhan.

Abad ke-20 yang ditandai dengan teknologi komunikasi juga menghasilkan otoritas keislaman baru. Lahirnya otoritas keislaman baru ini sebagai akibat dari proses modernisasi, urbanisasi, dan globalisasi. Kehidupan kota yang modern melahirkan kebutuhan Islam baru yang instan tapi rasional, menghibur tapi tetap ruhaniah. Yang tidak kalah pentingnya adalah bahwa Islam yang seperti ini bisa diakses secara pribadi dan cepat. Kebutuhan ini ditangkap oleh sistem pasar dengan menawarkan paket-paket keislaman yang instan dan menarik, salah satunya melalui program “dakwahtainment” di televisi. Dalam situasi inilah muncul otoritas keislaman baru, yaitu da'i selebritis yang menawarkan sejenis Islam yang respek terhadap nilai-nilai profesionalisme, akrab dan menyentuh hati, menekankan ritual dan etika, serta aktualisasi diri dalam kehidupan modern.

Daftar Pustaka

- Burhanuddin, Jajat. “Ulama dan Politik Pembentukan Umat: Sekilas Sejarah Pengalaman Indonesia.” dalam *Transformasi Otoritas Keagamaan: Pengalaman Islam Indonesia*. Jajat Burhanudin & Ahmad Baedowi (eds.). Jakarta: Gramedia, PPIM-UIN Jakarta, BEP-DEPAG, 2003.
- Campbell, Heidi A. & Paul Emerson Teusner. *Religious Authority in the Age of the Internet*. Center for Christian Ethics, Baylor University, 2011.
- Dhofier, Zamakhsyari. *Tradisi Pesantren: Studi Tentang Pandangan Hidup Kyai*. Jakarta: LP3ES, 1982.
- Featherstone, Mike. *Consumer Culture & Postmodernism*. London: SAGE Publications, 1993.
- Fealy, Greg. “Mengonsumsi Islam: Agama yang Dijadikan Jualan dan Kesalehan yang Diidam-idamkan.” Dalam Greg Fealy & Sally White. *Ustadz Seleb, Bisnis Moral & Fatwa Online, Ragam Ekspresi Islam Indonesia Kontemporer*. Ter. Ahmad Muhajir. Jakarta: Komunitas Bambu, 2012.

- Green, Arnold H. "Political Attitudes and Activities of the Ulama in the Liberal Age: Tunisia as an Exceptional Case." dalam Abubaker A. Bagader (ed.). *The Ulama in the Modern Muslim Nation-State*. Kuala Lumpur: Muslim Youth Movement of Malaysia, 1983.
- Hoesterey, James B. "Pemasaran Moralitas: Naik, Jatuh, dan pembentukan Ulang Cap-Merk Aa Gym. Dalam Greg Fealy & Sally White. *Ustadz Seleb, Bisnis Moral & Fatwa Online, Ragam Ekspresi Islam Indonesia Kontemporer*. Ter. Ahmad Muhajir. Jakarta: Komunitas Bambu, 2012.
- Howell, Julia Day. "Variasi-variasi Kesalehan Aktif: Profesor dan Pendakwah Televisi sebagai Penganjur Sufisme Indonesia." Dalam Greg Fealy & Sally White. *Ustadz Seleb, Bisnis Moral & Fatwa Online, Ragam Ekspresi Islam Indonesia Kontemporer*. Ter. Ahmad Muhajir. Jakarta: Komunitas Bambu, 2012.
- Ibrahim, Idi Subandy. "Epilog: "Televisi sedang Menonton Anda!" Kritik Terhadap Estetika Komoditas di Balik Tirani TV." dalam *Bercinta dengan Televisi*. Deddy Mulyana & Idi Subandy Ibrahim (eds.). Bandung: Rosdakarya, 1997.
- Landolt, Herman. "Sufism in the World of Islam." dalam *An Anthology of Islamic Studies*. vol. II. Howard M. Federspiel (ed.). Montreal: McGill Institute of Islamic Studies, 1996.
- Meier, Fritz. "The Mystic Path." dalam *An Anthology of Islamic Studies*. vol. II. Howard M. Federspiel (ed.). Montreal: McGill Institute of Islamic Studies, 1996.
- Mulyana, Dedy. "Prolog: Bercinta dengan Televisi." dalam *Bercinta dengan Televisi*. Deddy Mulyana & Idi Subandy Ibrahim (eds.). Bandung: Rosdakarya, 1997.
- Rahman, Fazlur. *Islam and Modernity: Transformation of an Intellectual Tradition*. Chicago: The University of Chicago Press, 1982.
- Schacht, Josep. *Pengantar Hukum Islam*. ter. Joko Supomo. Yogyakarta: Islamika, 2003.
- Stollow, Jeremy. "Religion and/as Media." dalam *Theory, Culture & Society*. vol. 22 (4). London: SAGE Publications, 2005.
- Turner, Bryan S. "Religious Authority and the New Media." dalam *Theory, Culture & Society*. vol. 24 (2). London: SAGE Publications, 2007.

Rakhmat, Jalaluddin. "TV Sudah Menjadi 'The First God'." dalam *Bercinta dengan Televisi*. Deddy Mulyana & Idi Subandy Ibrahim (eds.). Bandung: Rosdakarya, 1997.

Zaman, Muhammad Qasim. "Pluralism, Democracy, and the Ulama." dalam *Remaking Muslim Politics: Pluralism, Contestation, Democratization*. Robert W. Hefner (ed.). Princeton and Oxford: Princeton University Press, 2005.

_____. *The Ulama in Contemporary Islam: Custodians of Change*. Princeton & Oxford: Princeton University Press, 2002.

Website/Blog:

<http://hiburan.plasa.msn.com>

<http://www.republika.co.id>

<http://copas4islam.blogspot.com>

<http://hiburan.kompasiana.com>

<http://www.solopos.com>

<http://abunavis.wordpress.com>