

MEMBACA FENOMENA MENGUATNYA PERAYAAN “ISLAMISASI” DI INDONESIA PASCA-REFORMASI

READING THE STRENGTHENING OF “ISLAMIZATION” CELEBRATION IN THE POST-REFORM ERA OF INDONESIA

**Dian Dwi Jayanto*

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Gadjah Mada

Submitted: 13-01-2019; Revised: 2019-07-25; Accepted: 17-05-2020

ABSTRACT

The strengthening of *Islamization* (Islamisasi) or the revival of religious awakening in the post-reform Indonesia has become an appealing topic to be studied by social scientists. *Islamization*, in this study, is not defined in terms of the discourse of religious political relations (such as relations of state and religion), but refers to the existence of social religious expressions which are marked by considerable exploration to form a new meaning of Islam (*Islamization*) which involves various elements, especially capitalism and modernity. This paper provides an overview of how social scientists see the phenomenon of *Islamization* in the post-reform Indonesia. This overview is important in order to discuss the viewpoints or better known as “standing positions” of scientists in seeing the phenomenon of *Islamization* in Indonesia. This paper uses a literature study in the form of collecting various relevant studies related to the analysis of *Islamization* in the post-reform Indonesia. It then simplifies a number of selected studies from various scientific writings and finds various perspectives, including ones which see this phenomenon as a symptom of radicalism, a form of the success of commodification of Islam. Another perspective makes use of the concept of Post-Islamism and links it with the hybrid identity concept. In the end, this paper concludes that there are two big perspectives, besides the mainstream perspective of radicalism and terrorism, namely the commodification of Islam and Post-Islamism. This research argues that these two perspectives can be used as a basis for thinking in reading the dynamics of increasing social-religious expression in Indonesia with different analytical levels.

Keywords: *Commodification of Islam; Islamization; Indonesia; Post-reform Indonesia; Post-Islamism.*

ABSTRAK

Menguatnya Islamisasi atau kebangkitan semangat beragama di Indonesia pasca reformasi menjadi satu topik menarik yang banyak menyeret perhatian para ilmuwan sosial dalam melakukan kajian. Islamisasi, dalam kajian ini, dipahami bukan dalam arti diskursus tentang relasi politik agama (misalnya hubungan negara dan agama), namun merujuk pada eksistensi dari ekspresi keagamaan sosial yang ditandai dengan eksplorasi besar-besaran dalam rangka pembentukan makna baru Islam (Islamisasi) hingga melibatkan banyak elemen, terutama kapitalisme dan modernitas. Tulisan ini menawarkan semacam gambaran bagaimana para ilmuwan sosial dalam melihat fenomena Islamisasi di Indonesia pasca reformasi. Gambaran ini penting agar dapat membantu kita memahami sudut pandang, keberpihakan

*Corresponding author: dwijayanto_dian@yahoo.com.

Copyright© 2020 THE AUTHOR (S). This article is distributed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International license. Jurnal Kawistara is published by the Graduate School of Universitas Gadjah Mada.

atau dalam bahasa umumnya “posisi pijakan” seorang ilmuwan dalam melihat fenomena Islamisasi di Indonesia. Tulisan ini menggunakan studi pustaka berupa mengumpulkan pelbagai kajian yang relevan terkait dengan analisis Islamisasi di Indonesia pasca reformasi. Kemudian melakukan semacam penyederhanaan perspektif dari sejumlah literatur yang telah dipilih. Dari berbagai literatur ilmiah yang ada, beragam perspektif telah berkembang, mulai yang melihat fenomena ini sebagai gejala radikalisme, ada yang berpendapat bahwa ini tidak lebih dari sekedar keberhasilan komodifikasi Islam, ada lagi yang meminjam konsep besar Post-Islamisme serta mengaitkannya dengan konsep *hybrid identity*. Pada akhirnya, saya berpendapat bahwa terdapat dua perspektif besar dalam melihat fenomena ini, di luar perspektif mainstream seperti radikalisme dan terorisme, yakni komodifikasi Islam dan Post-Islamisme. Saya berpendapat dua perspektif ini sama-sama bisa dipergunakan sebagai landasan berpikir dalam membaca dinamika meningkatnya ekspresi sosial keagamaan di Indonesia belakangan dengan level analitis yang berbeda.

Kata Kunci: *Indonesia; Indonesia Pasca-reformasi; Islamisasi; Komodifikasi Islam; Post-Islamisme.*

PENGANTAR

Salah satu diskursus yang banyak menarik perhatian ilmuwan sosial di Indonesia pascareformasi adalah semakin menguatnya proses fenomena “Islamisasi”. Islamisasi dalam tulisan ini bukan merujuk pada istilah yang digunakan dalam beberapa tipologi tentang Islam, seperti radikal, puritan, fundamental, dan seterusnya atau dalam relasinya dengan kajian politik seperti pemikiran agamis dan sekuler, tetapi pada makna bagaimana seseorang yang memiliki perspektif keagamaan (Islam) dan menjadikan agama tersebut sebagai landasan berpikir (terlepas dari berbagai perbedaan di dalam Islam) dan berperilaku. Lebih jauh lagi, Islamisasi menunjukkan pula bagaimana seorang Muslim mengekspresikan dan bahkan merayakan identitas keagamaan secara terbuka melalui berbagai atribut keagamaan, baik melalui tata cara berpakaian dan bepenampilan yang *syar’i*, intensitas yang tinggi menghadiri kajian

keagamaan, menjamurnya komunitas hijrah, dan seterusnya.

Pengertian yang saya utarakan tersebut terpengaruh dengan pemahaman Islamisasi versi Ariel Heryanto (Heryanto, 2015: 40) yang tidak hanya berkutat pada definisi agenda politik, tetapi melingkupi segala aspek yang bahkan tidak terlalu mengesankan dukungan terhadap Islam, seperti ekspansi kapitalisme dan laju modernitas serta berkontribusi dalam pembentukan makna Islamisasi. Karakter dari Islamisasi terletak pada eksplorasi besar-besaran atas segala materi dan aktivitas yang mudah dicerna masyarakat yang seakan-akan mengandung nilai Islam (“terislamkan”).

Meskipun demikian, konteks politik tetap sulit terpisahkan dari fenomena Islamisasi. Jika ditarik ke belakang, fenomena Islamisasi secara lebih luas ini sebenarnya sudah berlangsung sebelum Orde Baru runtuh. Ketika itu menjelang awal tahun 1990-an, rezim Suharto berubah haluan dari yang sangat kontra terhadap kekuatan Islam menjadi sangat akomodatif (Lihat misalnya Porter, 2005). Pada tahun 1991, Suharto melaksanakan ibadah haji dan di tahun-tahun itu pula berdiri Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI). Hal ini tidak lepas dari usaha menopang kelas menengah Muslim dan para pimpinan Islam yang cukup membuat Suharto kewalahan. Proses ini dikenal dengan sebutan “penghijauan”, sebuah upaya rezim Suharto dalam rangka menyesuaikan diri dengan nilai-nilai dan simbol Islam. Hal ini tentu berimplikasi terhadap ruang bagi orang Islam untuk menunjukkan identitas keagamaan tanpa perlu kuatir tekanan rezim otoritarian kala itu. Singkatnya, tidak dapat melebih-lebihkan bahwa Islamisasi adalah suatu penanda kesejarahan penting dari era sebelumnya dan seakan-akan baru saja terjadi di masa reformasi (Heryanto, 2015: 2-6). Akan tetapi, ruang bagi Islamisasi benar-benar menemukan momentumnya pasca-era kebebasan reformasi bergulir dengan format yang berbeda.

Fenomena menguatnya Islamisasi di Indonesia menghasilkan perbedaan pendapat di kalangan ilmuwan sosial dalam membaca realitas ini. Tulisan ini berusaha memberikan

gambaran secara luas bagaimana para ilmuwan sosial dalam membaca gejala tersebut. Perspektif ilmuwan sosial yang dimaksud ini berada di luar lingkaran besar kerangka dominan yang selalu mengaitkan atau mencoba mengalisis keterkaitan antara tumbuhnya kecenderungan Islamisasi, terutama di kalangan remaja muslim, dan kerentanan mereka terhadap paham radikal (lihat misalnya (Maarif Institute, 2013); Bamualim, Latief, dan Abubakar, 2018). Dua perspektif ini merupakan tawaran lain dalam membaca geliat Islamisasi di Indonesia selain dari pendekatan tersebut.

Bahan tulisan ini bersumber dari studi pustaka. Berbagai literatur, baik berupa buku maupun jurnal dan tulisan ilmiah lainnya, yang terkumpul saya pilah berdasarkan fokus penelitiannya terhadap Islamisasi pasca reformasi di Indonesia. Dari berbagai kajian tersebut, saya membuat semacam tipologi besar untuk menyederhanakan gambaran secara general dalam melihat Islamisasi di Indonesia pasca-reformasi. Dari berbagai *literature review* yang dilakukan, paling tidak terdapat dua kutub pandangan besar dalam melihat Islamisasi di Indonesia. (1) perspektif komodifikasi Islam. (2) pendekatan Islamisme dan Post-Islamisme. Dua pendekatan tersebut masing-masing dapat dipergunakan dalam membaca Islamisasi di Indonesia dengan tataran level yang berbeda. Komodifikasi Islam lebih pada analisis berbasis struktural sedangkan Post-Islamisme lebih pada analisis berbasis personal meskipun tidak terlepas dari basis struktur seperti politik dan ekonomi.

Diharapkan dengan tulisan ini akan menjadi pengantar untuk lebih mudah mengetahui sudut pandang, cara melihat persoalan, keberpihakan atau istilah yang lebih sering digunakan adalah "posisi pijakan" seorang ilmuwan dalam melihat obyek pengetahuan tertentu. Dengan memahami gambaran besar ini agar dapat lebih menggapai beberapa penjelasan tentang suatu fenomena yang kini *up to date* diperbincangkan.

Manfaat dari tulisan ini bagi kalangan akademisi diharapkan menjadi suatu *literature review* dari berbagai kajian yang sudah dilakukan, meskipun tidak mencakup

keseluruhan studi tentang Islamisasi di Indonesia. Paling tidak, sudut pandang dominan dalam melihat gejala Islamisasi ini sudah tercakup. Tindak lanjut berikutnya akan dapat menjadi rujukan bagi peneliti lain yang melakukan riset tentang Islamisasi di Indonesia. Bagi kalangan umum, manfaat yang diharapkan adalah dapat memahami dengan dasar kajian ilmiah bagaimana memberikan variasi penjelasan tentang Islamisasi yang tumbuh subur di Indonesia.

PEMBAHASAN

Komodifikasi Islam

Sebagian para ilmuwan sosial memberikan penjelasan terkait kebangkitan fenomena Islamisasi di Indonesia dengan memaparkan pandangan bahwa ketakwaan masyarakat Muslim senantiasa terkait kuat dengan pengaruh industri hiburan dan proses kapitalisasi agama. Sekedar untuk menyebutkan beberapa kajian, misalnya tulisan dari Ronald Lukens-Bull. Dengan mengkaji muatan pesan keagamaan dalam budaya pop terutama stiker yang beredar di Indonesia, Lukens-Bull menemukan dua pola dalam komodifikasi. *Pertama*, dimulai dengan memproduksi barang tertentu kemudian menempelkan identitas keagamaan ke dalam produk tersebut. Produk itu harus mengesankan suatu demonstrasi atas ajakan loyalitas nasionalisme, keagamaan, atau etnisitas. *Kedua*, dimulai dengan nilai-nilai tertentu kemudian baru memikirkan bagaimana wujud material produk yang sesuai. Temuan utamanya bermuara pada pernyataan bahwa komodifikasi agama adalah di mana "mewujudkan makna keagamaan dan melakukan penetrasi makna agama dan ideologi ke dalam suatu komoditas" (Lukens-Bull, 2007: 233). Masih dengan semangat yang sama tentang komodifikasi juga dapat dijumpai dalam tulisan Akh Muzakki yang menunjuk pendakwah dan pengikutnya dalam tradisi khotbah keagamaan sebagai bentuk pertukaran ekonomi dan kebudayaan di dalam praktik keagamaan (Muzakki, 2007).

Salah satu ilmuwan sosial yang cukup komprehensif dalam memberikan pondasi bagi telaah komodifikasi agama dalam membaca

aspirasi kesalehan masyarakat Muslim di Era Indonesia kontemporer adalah Greg Fealy. Melalui tulisannya yang berjudul “*Consuming Islam: Commodified Religion and Aspirational Pietism in Contemporary Indonesia*”, Fealy (2008) menjelaskan bagaimana hubungan yang sangat kuat antara komodifikasi atas simbol-simbol agama dengan meningkatnya kehidupan keagamaan di Indonesia yang berbeda dengan era-era sebelumnya.

Secara sederhana, komodifikasi Islam sendiri adalah “komersialisasi agama, yang mengesankan, komersialisasi Islam, atau membangkitkan keyakinan atau simbol agama menjadi sebuah komoditi (barang dagangan) yang dapat dibeli dan dijual untuk mendapatkan laba” (Fealy, 2008: 16-17). Fealy mengingatkan bahwa relasi antara komoditi dan agama adalah suatu yang kompleks dan hal ini bukan hanya terjadi di Islam. Guna menjauhi kesan yang tidak diinginkan, Fealy lebih menekankan bahwa makna komodifikasi Islam sebagai aspek pertukaran transaksi religius-ekonomi, bagaimana suatu simbol keimanan tertentu dipergunakan sebagai produk pasar yang terkait dengan Islam. Ia mencontohkan bagaimana identitas Islam yang ditempelkan di berbagai bentuk produk, meliputi: sektor perbankan dan keuangan (seperti maraknya Bank-bank syariah) dan sektor nonperbankan dan keuangan (pakaian modern muslimah, buku dan novel panduan kehidupan beragama, dan lain-lain).

Dengan kata lain, meningkatnya ekspresi keagamaan masyarakat Indonesia dengan mengkonsumsi segala jenis produksi bernapaskan Islam tidak lebih dari sekedar keberhasilan bentuk komodifikasi agama. Islam secara simbol telah menjadi semacam perluasan *marketplace* yang sangat potensial bagi komoditi kapital mengingat Islam adalah agama mayoritas yang dipeluk di Indonesia. Keberhasilan komodifikasi simbol Islam ini menjadikan generasi muslim urban hari ini berbeda dalam mengekspresikan keislamannya dengan generasi-generasi sebelumnya. Oleh karena itu, komodifikasi Islam itulah menjadikan adanya perubahan signifikan di dalam kehidupan sosial, ekonomi,

dan keagamaan di Indonesia. Karakteristik dari komodifikasi Islam yang berlangsung di Indonesia ini menjadi semacam *trend* atau gaya beragama baru di Indonesia (Fealy, 2018).

Karakter dari komodifikasi Islam adalah adanya premis bahwa meningkatnya kesalehan masyarakat Indonesia berarti pula meningkatnya konsumsi umat Islam Indonesia terhadap produk-produk yang mengesankan nilai Islam. Selanjutnya, masyarakat Islam mengesankan fenomena kebangkitan Islam dan akhirnya produk-produk komodifikasi Islam semakin marak dan sekaligus laris di pasaran. Dengan kata lain komodifikasi Islam dapat dilihat sebagai produk sekaligus sebagai sebuah penyebab (*cause*). Rotasi ini saling terhubung dan tidak menutup kemungkinan akan kembali ke titik awal (Fealy, 2018).

Tesis Fealy tentang komodifikasi ini mendasari beberapa kajian berikutnya ketika membaca fenomena kesalehan sosial di Indonesia. Misalnya sebagaimana yang ditulis oleh Rozaki (2013) yang banyak mengambil inspirasi dari tulisan Fealy. Ia menjelaskan bagaimana populasi umat Islam yang mencapai milyaran tentu menjadi pasar potensial sehingga membentuk komodifikasi agama. Ini adalah jalinan konsekuensi logis dari berlakunya hukum *supply* (produsen bukan sekedar membuat produk sesuai kebutuhan pasar, tetapi juga menciptakan imajinasi tentang kebutuhan itu) dan *demand* (kelas menengah Muslim yang semakin besar). Dari sini kemudian antara modernitas maupun kapitalisme global tidak serta merta bersikap konfrontasi terhadap Islam, tetapi saling bernegosiasi dan beradaptasi sehingga Islam dan kapitalisme begitu nampak dinamis.

Rozaki menyatakan bahwa yang terjadi tidak lebih dari sekedar proses transaksi ekonomi dan keimanan, atau simbol-simbol keagamaan yang diproduksi sekaligus menciptakan konstruksi kesadaran atas terwujudnya ekspresi keagamaan. Beberapa contoh yang dikemukakan mulai dari bisnis *cyber* muslim seperti fatwa online, komersialisasi dakwah ustaz di TV hingga industri hiburan seperti film-film religi.

Ulasan yang memiliki semangat pemikiran yang sama juga dapat ditemui di tulisan Wildan Utama (2017). Ia menekankan bahwa ada peran kuat dari agen gaya hidup halal atau *syar'i* seperti Dian Pelangi yang mempercepat tumbuh suburnya gaya hidup keagamaan di kalangan masyarakat muslim menengah di Indonesia. Pada akhirnya, Utama mengkritik bahwa gencarnya komodifikasi agama menjadikan pemaknaan agama hanya menjadi sekedar persoalan bentuk material atau fisik semata dan cenderung menjauhi proses spiritual.

Sebagian penulis lain menyoroti praktik komodifikasi agama secara lebih spesifik terhadap kasus tertentu, misalnya komodifikasi Islam dalam acara televisi (Yusuf, 2017; Zamzamy, 2016), komodifikasi Islam dalam membentuk makna gaya hidup *fashionable* yang Islami melalui jilbab (Aryani dan Yuyun, 2018; Fitri, 2017) dan lain-lain. Daftar panjang terkait contoh-contoh tulisan dan penelitian yang berpandangan bangkitnya kesalehan sosial tidak lebih, atau lebih tepatnya tidak terlepas, dari sekedar kesuksesan komersialisasi simbol agama banyak bertebaran.

Secara garis besar, pendekatan yang melihat meningkatnya kesalehan masyarakat di Indonesia tidak lebih dari sekedar gejala komodifikasi agama berdasar dari beberapa premis: *pertama*, Islam adalah agama mayoritas di Indonesia dan *kedua*, terjadi peningkatan status ekonomi di kalangan masyarakat muslim menengah yang jumlahnya semakin banyak. *Ketiga*, Realitas tersebut dibaca dengan baik sebagai pasar potensial untuk memproduksi kebutuhan-kebutuhan keagamaan kalangan masyarakat muslim. *Keempat*, selain memproduksi kebutuhan pasar Islam, kapital juga menciptakan narasi-narasi simbolik yang diidentifikasi dengan nilai-nilai Islam. Akhirnya, penampakan yang seakan-akan mengindikasikan kebangkitan ekspresi Islam dalam ranah publik tidak lebih dari kesuksesan dari komersialisasi keagamaan, bukan murni lahir kebangkitan dari proses religiusitas masyarakat itu sendiri.

Jika ditelisik dalam pandangan yang lebih makro, pendekatan komodifikasi

agama dapat digolongkan sebagai kelompok struktural. Artinya, dalam menilai bagaimana seorang individu menunjukkan identitas keislamannya di tempat umum, tidak terlepas dari basis struktur, khususnya geliat ekonomi dalam menjelaskan fenomena tersebut. Saya tidak hendak menyatakan kalau pendekatan demikian cenderung terlampaui menyederhanakan persoalan. Meskipun cenderung bersifat strukturalis dan sangat kausalitas, akhirnya pandangan demikian kurang dapat memberikan penjelasan yang lebih memadai tentang bagaimana pergulatan batin seorang pribadi muslim, khususnya kalangan masyarakat menengah dalam hal ini. Pergulatan batin yang dimaksud di sini adalah bagaimana mereka berakrobat dalam banyak identitas di era kebebasan berekspresi di Indonesia, untuk menjadi seorang muslim yang juga tampil modern.

Bagian berikutnya akan membahas tentang salah satu pendekatan ini, yakni Post-Islamisme yang memberikan penjelasan terhadap fenomena bangkitnya kesalehan sosial di Indonesia.

Post-Islamisme

Selain pendekatan komodifikasi agama, ada pendekatan lain yang mencoba melihat fenomena Islamisasi di Indonesia dari perspektif Post-Islamisme. Pada awalnya, kajian Post-Islamisme adalah sebuah fenomena politik keagamaan yang menjadi penelitian Asef Bayat (Bayat, 2011) di Iran, Mesir, dan negara Timur Tengah lainnya pada tahun 1990-an hingga tahun 2000-an. Ariel Heryanto (2015) yang kemudian mempertimbangkan bagaimana penerapan Post-Islamisme dalam dinamika budaya populer Islamisasi di Indonesia pascareformasi. Ada baiknya dijelaskan secara singkat tentang Post-Islamisme Bayat dan kemudian membahas bagaimana penyesuaian post-Islamisme di Indonesia.

Berbicara Post-Islamisme tidak dapat terlepas dari topik Islamisme. Oleh karena itu, terdapat keterikatan kuat antara Islamisme dengan kemunculan Post-Islamisme. Islamisme secara sederhana adalah sebuah keyakinan bahwa Islam adalah agama yang sempurna

dan komplisit dalam mengatur segala urusan kehidupan manusia, baik dalam persoalan pribadi hingga urusan pengelolaan politik dan negara. Islamisme juga dapat dipahami sebagai sebuah gerakan politik yang berusaha menciptakan tatanan berbasis komunitas ideologis keagamaan (Tibi, 2016). Islamisme telah mendapatkan kesuksesan pada tiga dekade awal perjuangannya, terutama dalam usaha menuntut politik identitas dan kerja sosial yang sangat produktif. Pada perjalanan berikutnya sekitar tahun 1990-an, Islamisme mengalami stagnasi dan persoalan serius ketika ide akhir dalam ranah penerapan pengelolaan politik berbasis Islam mendapat banyak masalah, seperti di Iran, Sudan, dan Pakistan. Di tempat yang lain, ketika Islamisme yang bergerak dengan cara ekstrem pun mengalami kegagalan sebelum mencapai tujuannya dan berakhir dengan kehancuran di bawah rezim otoritarian seperti di Mesir dan Aljazair. Akhirnya, Islamisme harus melakukan perombakan atas pemikirannya selama ini (Bayat, 2011).

Kemunculan Post-Islamisme merujuk pada sebuah realitas metamorfosis dari Islamisme, dari segi ide, pendekatan dan praktik, baik secara eksternal dan internal. Post-Islamisme merupakan sebuah formasi dari “kondisi” dan “proyek”. Kondisi artinya ini menunjuk pada massa eksperimental dari metamorphosis sosial dan politik dari Islamisme. Pada saat itu, Islamisme mengalami kemunduruan semangat, sumber daya, legitimasi yang serius bahkan dari para pejuang Islamisme itu sendiri. Sebagai sebuah proyek, Post-Islamisme merupakan “sebuah usaha sadar untuk membangun konsep rasionalitas dan modalitas secara strategis untuk membatasi gerakan Islamisme di area sosial, politik, dan intelektual” (Bayat, 2011: 20). Post-Islamisme bukan juga berarti anti-Islam atau anti sekuler, tetapi ia adalah peleburan diskursus agama dan hak asasi, tentang iman dan pembebasan dan tentang Islam dan kebebasan. Ringkasnya, tulis Bayat, “Islamisme didefinisikan sebagai peleburan agama dan tanggung jawab, Post-Islamisme menekankan aspek keberagaman dan hak” (Bayat, 2011: 20).

Hal lain yang perlu ditekankan, meskipun kecenderungan Post-Islamisme tampak menguat, tidak berarti secara otomatis perjuangan Islamisme telah hilang. Dapat jadi antara Islamisme dan Post-Islamisme menjadi satu pendekatan yang simultan. Keduanya dapat diperlakukan sebagai sebuah kategori konseptual yang menandai perubahan dan perbedaan yang berlangsung terkait *trend* di dunia-dunia Islam.

Kehadiran Post-Islamisme tidak lepas dari tuntutan luas kalangan pemuda terdidik, perempuan dan intelektual yang mengusung ide-ide semacam kesetaraan gender, toleransi, demokrasi, kebebasan, dan seterusnya dengan catatan tidak menghilangkan identitas dan sentimen keagamaan dalam diri mereka. Peristiwa ini begitu mencolok di Iran pasca wafatnya Ayatullah Khomeini dan pemulihan pascaperang Iran dibawah pimpinan Presiden Rafsanjani. Di samping itu, meluasnya berbagai gagasan dan gerakan sosial menjadi faktor penting lahirnya Post-Islamisme di Iran.

Jika Bayat menekankan pengertian Post-Islamisme lebih pada konteks politik, maka Heryanto mencoba menggunakannya sebagai kerangka analitik dalam konteks budaya populer Islam di Indonesia. Bagaimanapun perbincangan politik dan kultural tidak bisa dipisahkan. Heryanto juga mengatakan bahwa memang Indonesia berbeda dengan Iran atau Turki yang memiliki sejarah pernah di bawah pemerintahan Islam, sedangkan di Indonesia secara resmi tidak pernah. Akan tetapi, titik simultan dari berlangsungnya Islamisme dan Post-Islamisme secara beriringan menjadi titik penting bagaimana ia berlaku di Indonesia. Sebagaimana dilihat dorongan menjalankan Perda berbasis Syariat Islam masih marak digaungkan, perdebatan tentang kembalinya Piagam Jakarta, perdebatan tentang fatwa kontroversi MUI tentang pengharaman pemikiran pluralism, liberalisme dan sekularisme (tahun 2005), kontroversi undang-undang pronografi, dan seterusnya. Secara keseluruhan, perjuangan Islamisme masih tetap terus berlanjut di Indonesia meskipun entah kapan menemukan keberhasilan yang serius.

Di sisi lain, pihak-pihak yang tidak setuju terhadap gagasan tersebut juga bermunculan, sebagaimana semacam Jaringan Islam Liberal (JIL) dan kelompok agama lainnya yang menekankan arti penting nilai-nilai pluralisme kehidupan berbangsa dan bernegara. Hal ini menunjukkan bagaimana Post-Islamisme sedang berlangsung dan sekaligus berlawanan dengan Islamisme yang juga sedang berjuang. Pertarungan keduanya berlangsung di arena politik atau kenegaraan melalui berebut kemenangan dalam regulasi kebijakan. Jika di Iran dan Mesir kemunculan Post-Islamisme berlandaskan rezim Islamisme kehabisan energi, sumber daya dan legitimasi, di Indonesia, Post-Islamisme malah berlangsung ketika terbukanya kebebasan dan suburnya awal mula semangat penegakkan Islamisme.

Pada bagian bab selanjutnya dari buku Heryanto menjelaskan pertarungan watak dari Islamisme dan Post-Islamisme yang merambah dalam budaya populer Islami di Indonesia. Sebagaimana ditunjukkan dengan mengutip beberapa penelitian yang menyatakan perbedaan corak sastra antara ala Islamisasi dengan karya Islam pesantren. Novel Islami seperti karya-karya kelompok Forum Lingkar Pena (FLP), yang memiliki kedekatan dengan Partai Keadilan Sejahtera (PKS), seperti Habiburrahman melalui "Ayat-ayat Cinta". Muatan kesan dan kesan simbol Islam begitu kuat mewarnai karya-karya mereka, seperti mengenakan busana Islami. Di sisi lain, karya-karya sastra pesantren seperti novelis Abidah al-Khalique dan Ahmad Thohari lebih menekankan aspek substansi moral dalam Islam seperti memperjuangkan feminisme, kebebasan, kesetaraan dan seterusnya.

Bagi saya, hal tersebut menunjukkan bahwa dalam diskursus yang lebih luas terkait penampakan simbol Islam yang menandai sebuah ketakwaan kalangan menengah muslim belakangan ini, ada karakteristik Islam yang berbeda antara pemuda-pemuda Islam yang belakangan mendadak Islam dengan kalangan pesantren yang lebih dahulu menjadi Islam. Generasi yang lebih awal menggeluti kehidupan Islam seperti di pesantren merasa sudah aman dengan keimanannya sehingga

mereka akan lebih banyak berbicara tentang hal-hal substantif, sedangkan yang belakangan menggeluti Islam begitu merasa tidak aman dan cenderung suka menampakan identitas keislaman mereka dengan berbagai bentuk untuk menghilangkan was-was mereka atas perasaan dilema moral keagamaan (Jayanto, 2018). Kelompok kedua inilah yang sebenarnya secara keseluruhan sedang kita bicarakan. Bagaimana pun juga analisis tentang Post-Islamisme tidak terlepas dari faktor meningkatnya jumlah kelas menengah Muslim di Indonesia (Heryanto, 2015; Jati, 2016). Pada dasarnya kelas menengah Muslim tidak ubahnya kelas menengah lain pada umumnya yang identik dengan klasifikasi kelompok yang bercirikan rasionalitas, akumulasi ekonomi, modernitas dan seterusnya. Perbedaannya kelas menengah Muslim terletak pada aspek tuntutan akan pengakuan dan adanya representasi berbasis identitas keagamaan (Jati, 2016). Sebagaimana terjadi di Indonesia, Turki, dan Mesir, kelas menengah Muslim di perkotaan menjadi satu komponen utama mendampingi eksistensi kaum borjuis dan kaum miskin perkotaan sebagai gerakan asimetris antar kelas dalam mewujudkan populisme Islam (Hadiz, 2016). Lebih jauh Jati menjelaskan bahwa pertumbuhan kelas menengah Muslim bukan hanya menjadi faktor determinasi penting menciptakan populisme Islam, namun juga bisa berwujud Post-Islamisme. Alhasil, kemunculan Post-Islamisme kerap ditandai dengan era pascaotoritarian, keterasingan identitas Islam, dan tumbuhnya kelas menengah (Jati, 2016).

Heryanto kemudian lebih menemukan kesesuaian tentang Post-Islamisme di Indonesia dalam konteks kultural, terutama tentang kesesuaian kondisi masyarakat Islam di Mesir dan Iran pada tahun 1990-an dan awal 2000-an dengan di Indonesia belakangan ini. Terutama tentang fenomena pendakwah generasi baru serta masyarakat muslim perkotaan dalam menghadapi dilema modernitas dan moral keagamaan sebagai penanda masyarakat Post-Islamisme. Dalam buku "Pos-Islamisme", Bayat menceritakan seorang pendakwah yang sangat populer di Mesir bernama Amr Khalid.

Ia awalnya adalah seorang akuntan yang banting setir menjadi juru dakwah. Pengajian rutin mingguan yang ia adakan menggaet ribuan remaja Kairo untuk rela berdesak-desakan menghadiri ceramahnya. Kaset-kaset pengajiannya menjadi *best-seller* dan pasar penjualannya meluas hingga wilayah Jerusalem Timur, Beirut, Damaskus, dan negara-negara teluk Arab. Selain menggunakan model pengajian tatap muka, ia juga menggunakan banyak media lainnya dalam berdakwah, yaitu radio, TV kabel hingga menggunakan jejaring website. Secara khusus, dia menarget segmentasi para remaja dan keluarga-keluarga kaya di perkotaan.

Khalid memiliki kemampuan komunikasi layaknya orator dan gaya dai televisi. Selain itu, cara dia berpenampilan layaknya audiennya yang memang banyak dari kalangan anak muda. Dia mencukur kumis dan jenggot, menggunakan *blue jeans*, dan *polo shirt* dan terkadang mengenakan jas dan berdasi. Ia nampak sangat gaul untuk ukuran seorang pendakwah pada umumnya di masa itu. Tidak berlebihan banyak yang berkomentar bahwa Khalid adalah pendakwah yang memenuhi kebutuhan psikologis remaja biasanya. Pesannya Khalid dapat merasuk kepada para remaja untuk berkenan melakukan kehidupan dengan lebih agamis. Ia menekankan bahwa menjadi seorang muslim tidak selalu harus meninggalkan prestis kehidupan modern yang sedang mereka jalani.

Sebagaimana yang telah disinggung sebelumnya, Khalid bukanlah ahli agama atau orang yang pernah menempuh riwayat pendidikan keagamaan. Topik yang kerap disampaikannya tidak terlalu terkesan berat dan hanya menyentuh luaran dalam kehidupan sehari-hari agar lebih baik. Semisal anjuran mengenakan jilbab bagi perempuan muslim, kewajiban sholat, kesabaran, dan seterusnya. Ia tidak menawarkan sebuah gagasan baru bagi kajian Islam, kecuali hanya dalam hal gaya saya yang berbeda. Kehadiran Khalid menjadi alternatif bagi kalangan remaja dan elit untuk mendapatkan ilmu agama secara instan sebagai kebutuhan.

Kecenderungan pendakwah generasi baru sebagai agen Islamisasi sebagaimana Amr Khalid di Mesir ini bagi Heryanto memiliki kesesuaian dengan Post-Islamisme di Indonesia. Ciri-ciri dari pendakwah generasi baru ini tidak memiliki kualifikasi keilmuan agama, menysar kalangan menengah atas dan para remaja, dan penyesuaian gaya dakwah seturut dengan audien dengan materinya tidak berat dan komunikatif terkadang humoris serta menggunakan berbagai media dalam melakukan dakwah di samping media konvensional seperti TV. Aa Gym dan Jefri al-Bukhori dapat menjadi contoh yang baik sebagai pendakwah generasi baru ini di Indonesia melalui media televisi. Dalam perluasan teknologi komunikasi yang lebih canggih, banyak bermunculan ustaz-ustaz dengan karakter serupa dan memiliki banyak pengikut dari kalangan anak muda seperti Evie Efendi, Hanan Attaki, Felix Siau, dan seterusnya.

Para pendakwah baru itu dapat menjadi penghubung antara nilai keagamaan dan selera mengonsumsi gaya hidup modern. Secara umum, fenomena semacam ini dikenal dengan istilah "*hybrid identity*" (persilangan identitas). Anak-anak muda mengalami dilema persilangan antara ingin menjadi konsumen modernitas dalam perkembangan zaman, tetapi tidak ingin meninggalkan identitas Islam sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan mereka. Ustaz-ustaz inilah yang memiliki peran penting di dalam merumuskan dua hal tersebut.

Salah ustad yang menarik adalah Felix Siau. Sepak terjang Felix Siau atau dikenal dengan sebutan Ustaz Felix dapat membantu mempertajam dialektika Islamisme dan Post-Islamisme yang berlangsung di Indonesia, seperti yang sudah disinggung sebelumnya. Felix Siau adalah seorang pendakwah yang sebelumnya aktif di Hizbut Tahrir Indonesia; sehingga wajar gagasan-gagasan yang diusung tidak jauh dari agenda besar HTI terutama tentang ide *khilafah*.

Sekedar mengingatkan, meskipun ada kata Indonesia dalam organisasi tersebut, organisasi ini merupakan organisasi yang

bersifat transnasional. Tujuan utama dari pendirian Hizbut Tahrir secara universal adalah "membawa umat Islam kembali pada kehidupan Islam di dalam *Darul Islam*, yaitu negara Islam dan masyarakat Islam, sehingga seluruh persoalan kehidupan diatur dengan syariat Islam dalam sebuah *Daulah Khilafah*" (Hizbut Tahrir Indonesia, 2009: 67-68). Dari penjelasan tersebut cukup benderang bahwa misi utama dari HTI adalah Islamisme, yaitu gerakan politik yang menghendaki tatanan dunia atau negara berbasis ideologi keagamaan (Tibi, 2016). HTI memiliki sepak terjang yang panjang dalam rangka mengembangkan identitas kolektif berdasarkan nilai keagamaan yang dapat mengikat para anggotanya (Osman, 2018). Akan tetapi, seperti yang di alami di beberapa negara lain, HTI mendapatkan penolakan di Indonesia. Pada tahun 2017, pemerintah Indonesia membubarkan HTI karena dianggap mengusung ide yang bertentangan dengan Pancasila (Jawa Pos, 9 Mei 2017). Keputusan tersebut kemudian diperkuat melalui Perppu Nomor 02 Tahun 2017 tentang Ormas.

Berdasarkan dalil pembubaran HTI, organisasi yang berafiliasi dengan Nahdlatul Ulama (NU) sangat bersemangat menetralsir pelbagai atribut atau pengajian-pengajian yang berikatan dengan HTI. Hal serupa juga akhirnya dialami oleh Felix Siauw, ustaz yang sangat lekat sebagai pendakwah HTI. Kedekatannya dengan HTI menjadikannya sering mendapatkan penolakan ketika ia menjadi pembicara dalam suatu acara keagamaan. Terutama protes keras dilayangkan oleh pihak Ansor, organisasi sayap NU. Dasar yang dipergunakan selalu berikatan dengan kecemasan kalau Felix akan menyebarkan paham *khilafah*, misi utama HTI.

Kekhawatiran sebagian orang akan Felix Siauw dapat dipahami. Felix memang tergolong orang yang berpengaruh. Ia adalah seorang beretnis Thionghoa yang merupakan *muallaf*. Alumni Institut Pertanian Bogor (IPB) ini memiliki kelihaihan dalam menjalankan manajemen dakwah, baik melalui media online maupun praktik keseharian agama. Melalui media online misalnya, dia adalah *influencer*

dengan empat juta lebih pengikut di FB, lebih dari dua juta di Twitter, dan empat juta di Instagram. Layaknya pendakwah generasi baru, ia dapat memadukan ajaran keagamaan dengan psikologi remaja terutama kaum urban dalam menyampaikan materi keagamaan. Di luar media *online*, dia menulis buku-buku seperti "Udah Putusin Aja", "Yuk Hijrah" dan lain-lain yang tergolong laris di pasaran. Dia juga mengembangkan usaha *fashion* bernuansa Islam bersama istrinya yang diberinama Hijab Alila. Meskipun Felix sering dicap "Ustaz Radikal", tetapi bagi kalangan anak muda yang rutin mengikuti pengajiannya, dia disebut sebagai "ustaz gaul" (Weng, 2018).

Bagaimana menjelaskan dua pandangan yang berseberangan ini? Sebenarnya kedua pandangan tersebut nampak wajar. Meskipun tampak sebagai ustaz gaul, Felix tetap tidak menanggalkan penyebaran gagasan-gagasannya tentang khilafah yang dipadukan dengan konsep Islam *Rahmatan lil Alamin* (Weng, 2018). Weng juga menjelaskan ada dua pola nilai yang berlangsung dalam usaha dakwah Felix melalui klasifikasikan dua model buku yang ditulisnya. *Pertama*, dia menulis buku-buku yang menjauhi secara langsung topik tentang *Khilafah* atau politik Islam pada umumnya, seperti dalam buku "Udah Putusin Aja" dan "Yuk Hijrah". *Kedua*, model buku yang kemudian muncul seperti "Khilafah*: Remake", buku yang secara langsung menyinggung soal ide *Khilafah*.

Jika Post-Islamisme ala Bayat menunjukkan kondisi dari performa buruk dan merosotnya reputasi setelah Islamisme ditegakkan, sekali lagi bahwa dalam konteks Post-Islamisme di Indonesia dapat berlangsung bersamaan. Kecenderungan Felix yang memadukan dua unsur sekaligus menunjukkan hal tersebut. Strategi dakwah yang dijalankan Felix sudah berlangsung lama sebelum HTI resmi dibubarkan. Dengan demikian, satu sisi ada agenda Islamisme melalui Khilafah yang tetap diperjuangkan, bukan sudah terwujud seperti di Iran misalnya, tetapi menggunakan model akomodatif terhadap nilai-nilai modernitas ala Post-Islamisme. Mungkin ini menjadi penanda jelas perbedaan praktik Post-Islamisme yang

berlangsung di Indonesia dengan Mesir dan Iran.

Lebih jauh kajian tentang persilangan identitas Islam dan nilai modernitas yang menjadi penanda dari Post-Islamisme dapat dilihat dari banyak penelitian lain. Misalnya isu yang banyak santer tentang model jilbab. Sebagaimana penelitian Claudia Nef Saluz (2008) tentang perubahan bagaimana perempuan, dengan studi kasus mahasiswa UGM, memaknai jilbab di era Indonesia kontemporer. Ia mengatakan, pemaknaan terhadap jilbab yang menciptakan berbagai variasi model jilbab hari ini tidak lepas dari proses persilangan identitas, artinya terdapat transaksi dan pembentukan ulang pengaruh Budaya Barat secara global yang terpadu dengan nilai-nilai lokal dan keagamaan sesuai dengan *trend* pasar global yang berkembang. Perpaduan dari hasil persilangan identitas tersebut yang hari ini dipahami sebagai gaya hidup perempuan Islam kontemporer di Indonesia. Islam tidak selalu bersifat kontra terhadap konsumsi produk global atau terhadap barang-barang yang bercirikan kebarat-baratan, bahkan Islam menjadi nilai yang terserap dan menjadi bagian dari budaya konsumen.

Fenomena semacam ini menurut Saluz dilabeli sebagai “budaya pop Islam” (*Islamic pop culture*) untuk menggambarkan kombinasi budaya bagi umat Islam yang tidak melawan budaya konsumen, Barat atau Timur, maupun pemerintah, dan keseluruhan diterima sebagai bagian dari konstruksi menunjukkan identitas muslim. Meskipun Saluz sendiri tidak menampik bahwa ada dimensi komodifikasi agama dalam proses persilangan identitas muslim dalam budaya populer (Saluz, 2009).

Di sinilah letak perjumpaan konsep Post-Islamisme dan Pop Islam. Islam populer atau pop Islam adalah sebuah upaya strategis untuk menyesuaikan diri dengan perubahan zaman, tetapi tidak sampai menanggalkan identitas keagamaannya. Baik Islam Populer atau Post-Islamisme keduanya sama-sama mengusung manifestasi beragama dengan lebih inklusif, modern, dan sangat adaptif terhadap zaman (Jati, 2015).

Hal ini sekaligus menegaskan bahwa tidak selalu Islam dipandang senantiasa berbenturan dengan nilai-nilai dari Barat, tidak juga berarti melihat Islam yang tergerus nilainya sebagaimana perspektif komodifikasi Islam (Islam vs kapitalisme), tetapi ternyata antara Islam dan konsumsi budaya populer Barat dan bahkan komersialisasi agama dapat menjadi saling membutuhkan dan saling melakukan negosiasi kebudayaan. Karakter demikian menjadi cerminan penting bagaimana Post-Islamisme tumbuh di dalam nilai-nilai kultural kehidupan masyarakat muslim, mereka tidak sekuler dan tidak anti Islam. Dalam diri masyarakat Post-Islamisme, bersatulah nilai religius dengan HAM atau kebebasan berekspresi.

Contoh lain terkait pop Islam dan Post-Islamisme misalnya tulisan Temby (Temby, 2018) dengan contoh kasus fenomena Pemuda Hijrah di Bandung yang memadukan unsur syariat, dakwah, dan budaya pop remaja seperti *Rock n Roll*. Keberhasilan gerakan Pemuda Hijrah di Bandung tidak hanya faktor kehebatan para pendakwah seperti Hanan Attaki dalam mengelola pemasaran media sosial, tetapi usaha deliberatif yang menyatukan berbagai unsur kebudayaan yang kental dalam kehidupan pemuda Muslim Bandung, seperti musisi, pemain sepak bola jalanan, penggemar sepeda, dan lain-lain yang secara keseluruhan terakit dengan identitas keagamaan. Ringkas kata, kesuksesan dari Pemuda Hijrah di Bandung adalah memadukan hobi para remaja di Bandung dengan dimensi keagamaan. Cerita ini menunjukkan, selain menegaskan kekuatan para pendakwah yang telah dijelaskan sebelumnya, terjadinya persilangan identitas antara gaya hidup atau modernitas dengan nilai-nilai Islam.

Saya akan menambahkan satu gambaran lain tentang kultur masyarakat Post-Islamisme untuk lebih memberikan pemahaman tentang bagaimana fenomena Islamisasi dapat begitu berpengaruh. Jika sebelumnya soal pemuda, maka sekarang seputar citra ketakwaan di dalam kalangan perempuan kaya di Mesir. Hal ini sekaligus untuk menekankan tulisan saya

ini memang lebih menekankan geliat semangat keagamaan di level kalangan menengah atas.

Bayat mempertanyakan, mengapa fenomena Islamisasi jika memang hanyalah sebuah upaya menyelamatkan perasaan keagamaan dan meningkatkan keimanan sebagai kebutuhan dasar manusia banyak berlangsung di perempuan-perempuan kaya atau berstatus tinggi di Mesir? Jarang perempuan dalam taraf ekonomi dan sosial menengah ke bawah mengikuti arus besar Islamisasi di Mesir. Penafsiran paling banyak menjawab pertanyaan itu adalah di tengah banyaknya harta yang bersanding dengan para perempuan kaya itu tetap menyisahkan satu kewaspadaan yang tidak dapat redah, sebagaimana persoalan tentang kehidupan setelah kematian, dan misteri-misteri hidup lainnya. Sehingga, mengikuti arus Islamisasi adalah sebagai upaya mempertahankan diri dari rasa ketidaknyamanan dalam hidup yang serba tidak pasti dan langgeng.

Menurut pengamatan Bayat, perempuan elit muslim lebih banyak mengikuti fenomena kesalehan dibanding perempuan Islam miskin karena memiliki ruang perbuatan dosa yang lebih lebar. Gaya hidup mereka yang terkesan hedon dan posisi kelas meletakkan mereka menjadi dekat dengan perbuatan dosa. Dengan akses ekonomi yang mereka miliki, sangat wajar jika mereka sering datang ke club-club malam, minum-minuman keras, dan berpesta pora. Jika para perempuan kaya tersebut tidak dapat mendamaikan perbuatan-perbuatan mereka dengan kesadaran identitas diri mereka sebagai orang Islam, maka mereka akan menjadi gelisah. Artinya, agama adalah tempat di mana mereka menghilangkan kecemasan-kecemasan batin yang berlangsung. Hal lain yang kerap mengasosiasikan perempuan kaya dan dosa adalah persoalan aurat. Jika laki-laki telanjang dada, maka hal tersebut tidak menjadi persoalan. Ketika itu dilakukan perempuan, justifikasi moral keagamaan akan mengklaim itu perbuatan nista.

Di tengah pikiran yang tidak menentu ini, para perempuan-perempuan tersebut terhimpun melalui sebuah kajian keagamaan dengan bimbingan ustaz tertentu. Tidak jarang

mereka akhirnya memutuskan menggunakan cadar. Terkadang beberapa perhimpunan perempuan kaya yang telah melakukan perbaikan diri, di Indonesia kerap disebut "hijrah" meskipun ada persoalan etimologis yang serius, menghindari lingkungan pergaulannya dengan rekan-rekannya yang dulu. Mereka akan lebih asyik berkumpul dengan komunitas barunya yang sama-sama sedang menempuh upaya "hijrah" tersebut.

Jika di level pemuda tadi ada akrobat identitas yang dilakukan, antara Islam dan modernitas, di kalangan elit perempuan kaya ini menunjukkan agama sebagai obat bagi rasa terasing di era modernitas dan kesenangan hidup jika hal tersebut dianggap sebagai penyakit. Perspektif Post-Islamisme, dalam konteks kultural, akan lebih melihat polemik yang terjadi bagi diri seorang muslim di tengah pergolakan identitas sebagai orang muslim di satu sisi, dilema kebebasan, modernitas, dan lain-lain di sisi lain. Pada akhirnya, Post-Islamisme maupun Islam Populer dalam kehidupan kelas menengah Muslim tidak dapat terlepas dari perpaduan akulturasi paham agama secara konservatif dengan modernitas yang bersifat dinamis (Jati, 2016).

Kesamaan dan Perbedaan

Komodifikasi Islam maupun Post-Islamisme menjadi dua perspektif arus utama dalam membaca kecenderungan menguatnya kesalehan masyarakat muslim di Indonesia. Ada titik kesamaan di antara kedua pendekatan tersebut. Di antaranya, baik komodifikasi Islam maupun Post-Islamisme menjelaskan bagaimana kelas menengah Muslim di Indonesia memiliki karakteristik beragama yang membedakannya dengan model generasi sebelumnya. Post-Islamisme atau Islam Pop merupakan perpaduan gaya hidup dari pola habitus yang spesifik memasukkan nilai-nilai hedon dan materialistik menjadikan kelas ini memiliki diferensiasi unik yang membedakannya dengan kelas-kelas lain (Jati, 2015), seperti halnya yang terjadi dalam kasus *consuming Islam* dalam komodifikasi agama (Fealy, 2008). Beberapa perilaku mereka dalam ranah publik tidak selalu berhubungan

langsung dengan unsur ekspresi kesalehan, tetapi sebagai upaya menjaga identitas kelas menengah Muslim yang unik tersebut, misalnya dengan menjadi nasabah Perbankan Syariah (Pepinsky, Liddle, & Mujani, 2018).

Kesamaan lain dari komodifikasi agama dan Post-Islamisme agak menyingkirkan atau meninggalkan perspektif tentang Islam radikal sebagai sebuah sudut pandang dominan dalam melihat fenomena kebangkitan Islam. Fealy (2008) dalam tulisannya secara langsung menjelaskan apakah kebangkitan komodifikasi Islam memberikan kontribusi bagi bangkitnya Islam radikal? Ia menyatakan, komodifikasi Islam tidak dapat disamakan dengan fenomena semacam meningkatnya Islam Salafi, yang berafiliasi dengan Ikhwanul Muslimin pada tahun 1970-an atau 1980an, yang menandingi pengaruh dua organisasi besar semacam NU dan Muhammadiyah. Komodifikasi Islam lebih bersifat pluralis. Mengutip pendapat White yang meneliti komodifikasi Islam di Turki, komodifikasi Islam lebih mengesankan nilai "muslimisasi" (*muslimisation* atau dalam istilah yang sekarang digunakan adalah Islamisasi) daripada Islamisasi (mungkin yang dimaksud dalam konteks ini adalah Islamisme).

Sedangkan Post-Islamisme memang masih menyimpan suatu perspektif yang masih berkaitan dengan Islamisme sebagai embrio dari paham Islam radikal, tetapi pendekatan ini lebih menekankan kerangka analitis deskriptif yang berbeda jauh dari Islamisme. Post-Islamisme menjadi suatu bentuk dan perjuangan baru, sekaligus berimplikasi terhadap kehidupan kultural masyarakat muslim, yang mengoreksi pikiran totalitas Islam di dalam Islamisme dan menampung gagasan yang pada awalnya bertentangan seperti HAM, pluralisme, modernitas, dan lain-lain. Pada akhirnya, dua perspektif ini sama-sama agak menjadikan pendekatan tentang meningkatnya kesalehan dengan penanda terorisme atau Islam radikal jauh di belakang.

Apakah memang tidak ada kaitannya sama sekali kebangkitan Islamisasi ini dengan perkembangan radikalisme di Indonesia? Saya menyepakati bahwa fenomena ekspresi

keagamaan yang meningkat di Indonesia belakangan ini berbeda dengan era 1970-an yang dijelaskan oleh Bayat. Persoalannya, ini menjadi masalah yang lebih kompleks. Pada era sebelum reformasi perkembangan Islamisasi yang dimotori gerakan tarbiyah cukup masif dan kurang berani vulgar seperti hari ini. Sehingga, ada tambahan kerumitan untuk memilah mana yang memiliki agenda politik dan mana yang memang karena faktor komodifikasi agama. Untuk itu, tetap tidak menampik bahwa upaya semacam Islamisme memang banyak tumbuh pascareformasi, sebagaimana yang dijelaskan Heryanto tentang pertentangannya dengan Post-Islamisme di Indonesia. Akan tetapi, hal tersebut tidak berarti memiliki korelasi yang positif ketika berbicara meningkatnya ketakwaan pascareformasi secara pesat dengan tumbuhnya radikalisme. Sebagaimana hasil penelitian Pepinsky, Liddle, dan Mujani tentang relasi kesalehan dan pilihan politik dan persoalan publik menunjukkan bahwa yang terjadi di Indonesia adalah "*null finding*", artinya orientasi kesalehan masyarakat di Indonesia belakangan ini tidak memiliki hubungan signifikan dan sistematis dengan pilihan politik dan perilaku ekonomi, dan relasi politik antar negara (Pepinsky, Liddle, & Mujani, 2018). Dengan kata lain, Muslim di Indonesia sudah sangat akomodatif terhadap nilai demokrasi yang semakin menjauhkan mereka dari kecenderungan Islamisme meskipun kecenderungan Islamisasi atau kesalehan semakin diminati.

Titik perbedaan antara perspektif komodifikasi agama dengan Post-Islamisme terletak pada kerangka unit analisis yang berbeda. Komodifikasi menekankan arti penting aspek struktural logika kapitalisme di dalam membidik konsumen masyarakat muslim dan menciptakan produk berbasis komodifikasi agama. Untuk itu, membaca fenomena Islamisasi di Indonesia, maka basis analisis struktur bekerjanya sistem kapital harus menjadi dasar utama untuk memperkuat pemahaman berlangsungnya proses komodifikasi agama. Masyarakat Islam baik secara personal maupun kelompok hanya dilihat sebagai objek dari pembentukan pasar

kapitalisme. Kesuksesan dari produk-produk komodifikasi Islam tersebut menciptakan bentuk tampilan kesalehan yang dilihat hari ini.

Berbeda dengan pendekatan komodifikasi agama, Post-Islamisme cenderung menunjuk kerangka analisisnya pada masyarakat muslim baik secara personal maupun kelompok sebagai aktor Islamisasi, tetap dalam pengertian tidak lepas dari berbagai faktor struktural semacam kondisi ekonomi, social, dan politik. Post-Islamisme lebih menekankan dilema yang terjadi terkait *hybrid identity* (identitas silang) yang dialami kalangan remaja dan perempuan perkotaan kelas menengah. Perlintasan identitas antara Islam dan modernitas, keagamaan dan kebebasan, religious dan hedonisme, yang terkadang saling menyatu terkadang berlainan sehingga menjadi pertimbangan utama mereka terintegrasi di dalam arus Islamisasi yang besar. Tentu pendakwah generasi muda dan aktor gaya hidup halal menempati posisi terhormat dalam hal ini.

Meskipun unit analisisnya dapat berbeda level, tetapi dalam konteks tertentu, dua pendekatan itu dapat dijadikan dalam satu perspektif. Hal tersebut tampak misalnya dari penelitian Saluz (2009) tentang *Islamic pop culture*, dari *hybrid identity* juga berimplikasi pada komodifikasi sebagai ekspresi Muslim di Indonesia. Perlu diingat, ada acuan utama dalam posisi berdiri seseorang sebelum berbicara implikasi lebih lanjut. Apakah lebih mendasarkan pada post-Islamisme atau komodifikasi yang tidak menutup kemungkinan adanya keterkaitan perspektif.

Apakah tidak ada perspektif lain di luar dua itu? Bisa jadi masih ada, misalnya tentang pengaruh kemajuan teknologi internet, strategi dakwah dan seterusnya. Akan tetapi, beberapa sudut pandang ini dapat masuk dalam kajian lebih besar terkait komodifikasi dan Post-Islamisme karena berbicara tentang dampak dari teknologi informasi dan strategi dakwah masih begitu luas sebagai alat deskriptif dan membutuhkan suatu perspektif yang lebih komprehensif dalam memberikan penjelasan lebih lanjut.

SIMPULAN

Terdapat banyak kajian yang membahas tentang kecenderungan Islamisasi di Indonesia pascareformasi. Selain terkait analisis tentang relasi kebangkitan beragama dan kerentanan paham radikal, terdapat dua perspektif lain yang dapat diajukan sebagai pisau analisis melihat fenomena menguatnya ekspresi keagamaan kelas menengah perkotaan di Indonesia. *Pertama*, pendekatan komodifikasi yang lebih melihat ekspresi keagamaan di Indonesia tersebut tidak lepas dari hasil komersialisasi produk simbol-simbol keagamaan.

Kedua, Post-Islamisme yang lebih menekankan aspek subjek orang Islam, baik secara personal maupun kolektif, di dalam persilangan identitas (*hybrid identity*) antara modernitas dan kebutuhan akan aspek penanda keagamaan. Kedua pendekatan tersebut dapat sama-sama dipergunakan, tergantung pada aspek analisis yang dikehendaki, apakah dari analisis struktural yang lebih luas atau dari aspek individu atau kelompok Islam itu sendiri. Meskipun, pendekatan terakhir yang disebut tidak dapat terlepas dari dampak struktur politik dan sosial yang lebih luas.

Pada dasarnya, kedua sudut pandang ini memiliki titik temuan paling tidak dalam dua hal. *Pertama*, baik Post-Islamisme maupun komodifikasi agama adalah suatu fenomena yang digerakkan atau dimotori karena faktor meningkatnya kelas menengah Muslim di Indonesia. dalam studi-studi berikutnya, analisis kebangkitan kelas menengah Muslim menjadi begitu penting untuk memberikan gambaran atas konteks tumbuhnya Islamisasi. *Kedua*, pendekatan komodifikasi dan Post-Islamisme sama-sama menjauhkan diri, meskipun tidak benar-benar terlepas, dari sudut pandang yang menitikberatkan bahwa Islamisasi semata-mata adalah fenomena radikalisme agama. Dengan kata lain, keduanya memberikan kontribusi penting terhadap pembacaan, sekaligus menambah dan bahkan membantah Islamisasi di Indonesia dari perspektif semacam radikalisme, terorisme, dan seterusnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aryani, K., & Yuyun, W. 2018. Praktik-praktik Media Indonesia Merespon Budaya Global. Dalam *Budaya Populer Indonesia: Diskursus Global/Lokal dalam Budaya Populer Indonesia*. Editor R. Ida. Edisi Pertama, Surabaya: Airlangga University Press.
- Bamualim, C. S., Latief, H., & Abubakar, I. 2018. *Kaum Muda Muslim Milenial: Konservatisme, Hibridasi Identitas, dan Tantangan Radikalisme*. Cetakan Pertama, Jakarta: Pusat Kajian Agama dan Budaya UIN Syarif Hidayatullah.
- Bayat, A. 2007. *Making Islam Democratic: Social Movement and the Post-Islami Turn*. Stanford University. Stanford. Terjemahan Faiz Tajul Milah. 2011. *Pos Islamisme*. Cetakan Pertama, Yogyakarta: LKiS.
- Fealy, G. 2008. Consuming Islam: Commodified Religion and Aspirational Pietism in Contemporary Indonesia. Dalam *Expressing Islam: Religious Life and Politics in Indonesia*. Editor Greg Fealy & Sally White. 1st Edition, Pasir Panjang: ISEAS Publishing.
- Fitri, G. K. 2017. "Komodifikasi Busana Muslim: Studi di Perusahaan Busana Muslim Gaby Surabaya". *Jurnal Komunitas*, 06 (01): 264-276.
- Hadiz, V. R. 2016. *Islamic Populism in Indonesia and The Middle East*. First Edition, Cambridge: Cambridge University Press.
- Heryanto, A. 2014. *Identity and Pleasure: The Politics of Indonesia Screen Culture*. NUS Press. Singapore. Terjemahan Eric Sasono. 2015. *Identitas dan Kenikmatan: Politik Budaya Layar Indonesia*. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.
- Hizbut Tahrir Indonesia. 2009. *Manifesto Hizbut Tahrir untuk Indonesia: Indonesia, Khilafah dan Penyatuan Kembali Dunia Islam*. Tanpa Penerbit.
- Jati, W. R. 2015. "Islam Populer sebagai Pencarian Identitas Muslim Kelas Menengah Indonesia". *Jurnal Tasawuf dan Pemikiran Islam*, 05 (01): 139-163.
- Jati, W. R. 2016. "Memaknai Kelas Menengah Muslim sebagai Agen Perubahan Sosial Politik Indonesia". *Tahrir*, 16 (01): 133-151.
- Jawa Pos. 09 Mei 2017. *Kumpulkan Bukti untuk Bubarkan Ormas HTI*.
- Jayanto, D. D. 2018. *Antara Hijrah, Pesantren, dan Pembekuan Identitas* Cetakan Pertama, Malang: AE Publishing.
- Lukens-Bull, R. 2007. Commodification of Religion and The 'Religification' of Commodities: Youth culture and religious identity. Dalam *Religious Commodifications in Asia*. Editor P. Kitiarsa. This Edition Published in the Taylor & Francis e-Library, London: Routledge, hal. 220-234.
- Maarif Institute. 2013. *Edisi Menghalau Radikalisasi Kaum Muda: Gagasan dan Aksi*. MAARIF Institute, 8 (1), Juli 2013.
- Muzakki, A. 2007. Islam a Symbolic Commodity: Transmitting and consuming Islam through public sermons in Indonesia. Dalam *Religious Commodifications in Asia*. Editor P. Kitiarsa. This Edition Published in the Taylor & Francis e-Library, London: Routledge, hal. 205-219.
- Osman, M. N. M. 2018. *Hizbut Tahrir Indonesia and Political Islam: Identity, Ideology and Religio-Political Mobilization*. 1st Publication. Oxon & New York: Routledge.
- Pepinsky, T. B., Liddle, R. W., & Mujani, S. 2018. *Piety and Public Opinion Understanding Indonesia Islam*. Oxford University. Oxford. Terjemahan

- Tri Wibowo. 2018. *Kesalehan dan Pilihan Politik: Memahami Kebangkitan Islam-Politik dari Perspektif Indonesia*. Jakarta: Prenada Media.
- Porter, D. J. 2005. *Managing politics and islam in Indonesia*. This Edition Published in the Taylor & Francis e-Library, London & New York: RoutledgeCurzon.
- Rozaki, A. 2013. "Komodifikasi Islam: Kesalehan dan Pergulatan Identitas di Ruang Publik". *Jurnal Dakwah*, 14(2), 199-212.
- Saluz, C. N. 2008. "Islamic Popular Culture in Indonesia: An anthropological field study on veiling practices among students of Gadjah Mada University of Yogyakarta". *Tesis*, Universitas Bern, Swiss.
- Saluz, C. N. 2009. "Youth and Pop Culture in Indonesian Islam". *Jurnal Studia Islamica*, 16 (2): 215-242.
- Temby. 2018. "Shariah, dakwah, and rock 'n roll : Pemuda Hijrah in Bandung". *New Mandala*. Diakses pada tanggal 01 Desember 2018 pukul 14.18 WIB. <<https://www.newmandala.org/shariah-dakwah-rock-n-roll-pemuda-hijrah-bandung/>>
- Tibi, B. 2012. *Islamism and Islam*. Yale University Press. New Heaven. Terjemahan Alfathri Adlin. 2016. *Islam dan Islamisme*. Cetakan Pertama, Bandung: Penerbit Mizan.
- Utama, W. S. 2017. "Incorporating Spirituality and Market: Islamic Sharia Business and Religious Life in Post-New Order Indonesia". *Masyarakat: Jurnal Sosiologi*, 20 (2), 113-137.
- Hizbut Tahrir Indonesia. 2009. *Manifesto Hizbut Tahrir untuk Indonesia: Indonesia, Khilafah dan Penyatuan Kembali Dunia Islam*. Tanpa Penerbit.
- Jawa Pos. 09 Mei 2017. "Kumpulkan Bukti untuk Bubarkan Ormas HTI".
- Osman, M. N. M. 2018. *Hizbut Tahrir Indonesia and Political Islam: Identity, Ideology and Religio-Political Mobilization*. 1st Publication. Oxon & New York: Routledge.
- Weng, H. W. 2018. "Piety, politics, and the popularity of Felix Siau". *New Mandala*. Diakses Tanggal 30 Juli 2019 Pukul 00.03 WIB. <<https://www.newmandala.org/piety-politics-popularity-felix-siau/>>
- Yusuf, M. F. 2017. "Komodifikasi Cermin Retak Agama di Televisi: Perspektif Ekonomi Politik Media". *Interdisciplinary Journal of Communication*, 1 (1): 25-42.
- Zamzamy, A. 2016. "Kapitalisasi Agama pada Tayangan Televisi: Tinjauan Teori Ekonomi Politik Media". *Oeconomicus Journal Of Economics*, 1(1), 49-70.