

Dunia Simbolik dan Gaya Hidup dalam Beragama: Dari Ideologisasi ke Komersialisasi Spiritualitas¹

Idi Subandy Ibrahim

ABSTRAK

Ternyata, agama selama ini cuma ditempatkan di bagian pengajaran dalam drama kehidupan masyarakat dan nilai bangsa. Sekiranya menguasai sejarah kita gunakan untuk melihat sejauh mana peran agama dalam hubungannya dengan proses politik di Indonesia selama setengah abad ini, betapa akibat langsung atau tidak langsung dari korupsi wilayah agama ini telah mengantarkan bangsa kita mencapai "prestasi" terbesar, paling tidak dalam empat hal: salah satu paling korup di dunia, negara paling banyak utangnya, bangsa yang paling tidak kompetitif di dunia, dan bangsa yang paling sering mempertontonkan silang saling-tuding bahkan saling bunuh antarbangsa sendiri

"Mereka menyembah kebudayaan pop, dan televisi adalah gereja mereka."

—Michael Kress (2001)

George Santayana dalam *Spirituality and Its Corruptions*² mengatakan bahwa spiritualitas itu seperti keindahan bunga bakung (*lilie's beauty*) yang bisa dikorupsi. Sementara George Orwell pernah mengatakan, "Jika pikiran mengorupsi bahasa, bahasa pun dapat mengorupsi pikiran."³ Sekiranya parafrase dari Orwell tersebut kita gunakan dalam hubungan dengan fenomena spiritualitas atau keberagamaan. Maka, kita juga bisa mengatakan, apabila manusia mengorupsi spiritualitas atau agama, agama atau spiritualitas pun bisa mengorupsi pikiran manusia.

Sekiranya pendapat George Santayana kita gunakan untuk memahami keberagaman lanskap religius dan untuk menjelaskan wajah dan watak keberagaman masyarakat mutakhir, maka akan tampaklah bahwa betapa kini korupsi terhadap wilayah keberagamaan telah dipraktikkan begitu gamblang di pentas kebudayaan massa.

Fenomena "korupsi keberagamaan" itu saat ini tengah mentransformasikan panggung

kehidupan yang di dalamnya kontestasi nilai dan simbol keberagamaan dimanifestasikan dan diaktualisasikan dalam ranah publik (*public domain*). Di dalam ranah publik kesadaran keberagamaan masyarakat modern menemukan lokusnya lewat simbol-simbol. Bukankah manusia adalah *homo symbolicum*, sebagaimana pernah dikemukakan oleh antropolog, Abner Cohen, dalam *Two-Dimensional Man: An Essay on the Anthropology of Power and Symbolism in Complex Society*,⁴ bahwa kita semua adalah kreator simbol yang potensial.

Dua Wajah Korupsi Spiritualitas

Korupsi wilayah keberagamaan pada gilirannya sesungguhnya hanya akan berakibat penghancuran-diri (*self-destruction*) manusia itu sendiri. Yakni, *pertama*, penghancuran "ke dalam" (ke struktur keberagamaan itu sendiri) dan, *kedua*, penghancuran keluar (ke dalam struktur sosial atau terhadap penganut keyakinan agama yang lain). Korupsi wilayah keberagamaan ini telah melahirkan dua wajah spiritualitas yang memanifestasikan diri dalam praktik, ritus, dan

ritual serta simbol-simbol yang diyakini sebagai ungkapan kesalehan dan ketakwaan penganutnya.

Untuk memahami kedua fenomena korupsi spiritualitas itu, kita harus membongkar faktor-faktor apa sebenarnya yang telah menyebabkan para penganutnya tergiring ke dalam semacam ketidaksadaran massal dalam praktik keberagamaannya.

Pertama, korupsi spiritualitas yang diakibatkan oleh kuatnya politisasi dan ideologisasi agama. Korupsi ini telah berdampak luar biasa berupa penghancuran-diri manusia keluar. Doktrin, dogma, dan teks-teks agama dipolitisasi dan diideologisasi untuk menciptakan garis batas yang tegas antara “Kita” dan “Mereka”. Para penganut agama sengaja menciptakan benteng-benteng pertahanan psikologis dengan memelihara simbol-simbol dan ritus-ritus tertentu yang diklaim untuk memelihara autentisitas dan identitas keyakinannya dari kepercayaan “yang Lain”.

Penghancuran-diri manusia keluar terjadi karena “kemurnian” (*purity*) agama diyakini akan tercipta bila mereka bisa menghancurkan yang lain. Sehingga yang terbentuk adalah semacam spiritualitas untuk berperang. Fundamentalisme religius yang semula dimaksudkan untuk menggali akar-akar religiusitas tradisional yang paling radikal, malah telah berubah menjadi apa yang disebut Majid Tehrani dalam *The Fetish of Identity: Communication Revolutions and Fundamentalist Revivals*,⁵ sebagai “kuburan bagi kebanyakan dogma-dogma religius”. Ayat-ayat Tuhan dimanipulasi sedemikian rupa supaya landasan normatif yang terhimpun bisa menjadi sumber legitimasi penegasian dan bahkan penghancuran penganut ajaran atau keyakinan yang lain.

Kedua, korupsi spiritualitas yang diakibatkan oleh komersialisasi pengalaman dan praktik religius. Ketika nilai dan simbol agama dikomersialisasikan, penghancuran-diri manusia tidak hanya berlangsung keluar yang melahirkan korban-korban tetapi juga ke dalam, yakni ke struktur dan watak keberagamaan itu sendiri.

Kalau ideologisasi agama yang keterlaluan

telah menyuburkan perkembangbiakan fundamentalisme religius atau fundamentalisme sekular yang bisa saling berhadapan dalam keinginan untuk memberikan peran bagi masyarakat. Maka komersialisasi agama telah melahirkan “fundamentalisme hedonis” atau “hedonisme spiritual”. Semacam spiritualitas untuk bersenang-senang. Atau, praktik dan ritualisme agama hanya menjadi jalan untuk hura-hura, *extravaganza*!

Pergeseran tatanan simbolik yang disebabkan oleh proses ideologisasi ke komersialisasi wilayah keberagamaan ini menarik kita simak terutama kalau kita melihat betapa, sadar atau tidak, ternyata agama selama ini hanya ditempatkan di bagian pinggiran dalam drama kehidupan masyarakat dan nilai bangsa.

Sekiranya imajinasi sejarah kita gunakan untuk melihat sejauh mana peran agama dalam hubungannya dengan proses politik di Indonesia selama setengah abad ini, betapa akibat langsung atau tidak langsung dari korupsi wilayah agama ini ternyata telah mengantarkan bangsa kita mencapai “prestasi terbesar” (baca: terburuk) paling tidak dalam empat hal.

Pertama, Indonesia menjadi salah satu negara paling korup di dunia. Rangking kita untuk soal korupsi berkisar antara No. 2 atau No. 3 urutan paling korup di dunia; *Kedua*, Indonesia menjadi salah satu negara paling banyak utangnya di dunia. Jangan heran, setiap manusia Indonesia kini, dari bayi yang baru lahir hingga orang tua, karena “salah urus negara” ikut menanggung beban utang negara tidak kurang dari Rp. 7 juta; *Ketiga*, Indonesia menjadi bangsa yang paling tidak kompetitif di dunia. Tenaga kerja kita dihargai paling rendah di dunia. Termasuk teknisi, apalagi buruh. Cobalah baca nasib TKW kita di Arab Saudi, yang katanya negeri Islam itu. Sementara mutu pendidikan kita, bahkan rangkingnya tergolong paling rendah di Asia; dan *Keempat*, Indonesia menjadi bangsa yang paling sering mempertontonkan sikap saling-tuduh dan bahkan saling-bunuh antarbangsa sendiri. Simaklah gontok-gontokan antarelite politik kita. Para politisi tidak malu-malu mempertontonkan perebutan jabatan dan mereka berbondong-

bondong mendirikan partai. Sementara sektor publik tidak terurus dan nasib rakyat kecil: masa bodoh amat! Sekalipun atas nama rakyat sering dijadikan slogan atau jargon. Tapi itu tak lebih hanya "lipstik politik" saja.

Pertanyaannya, sampai sejauh manakah agama bisa mempengaruhi proses politik dan perilaku elite politik? Bukankah para elite politik, pelaku bisnis, penegak hukum, aparat keamanan juga merupakan orang-orang terpilih yang tidak kita ragukan kesalehannya? Tapi mengapa nilai-nilai agama yang diyakini sepenuh hati seakan-akan tak memberikan panduan nilai bagi etika politik dalam bermasyarakat dan bernegara?

Barangkali tak berlebihan kalau dikatakan bahwa keberagamaan selama ini memang hanya dipraktikkan sebatas simbol-simbol dan ritual-ritual yang tak pernah menyentuh kesadaran etik penganutnya. Atau, barangkali pula agama baru sebatas kulit, belum menukik ke substansi, sehingga kesalahan personal belum diiringi kesalahan sosial, dan kesalahan privat belum dipantulkan dalam kesalahan publik. Itulah sebabnya mengapa masih ada koruptor dan manipulator yang berjubah kesalahan. Itulah sebabnya pula mengapa simbol-simbol religiusitas begitu mudah menjadi gaya hidup (*lifestyle*).

Bahkan ada indikasi kuat bahwa ada sebagian masyarakat akhir-akhir ini yang hanya menjadikan praktik dan pengalaman religius tak lebih sebagai komoditas hiburan atau komoditas pengisi waktu senggang (*religio-tainment*). Jangan heran kalau jalan pencarian Tuhan manusia modern tidak lagi mesti lewat perenungan dalam kesunyian, tapi cukuplah lewat pengajian yang mendatangkan siraman rohani dari da'i *beken* yang diiringi konser *nasyid* dan disponsori barang-barang konsumsi massa (termasuk mungkin rokok) serta tak ketinggalan pula disertai *door-prize* yang menarik.

Hedonisme Spiritual: Illusi Berjumpa Rumi di Mal

Inilah memang abad kapitalisme! Kapitalisme memang menciptakan kontradiksi persis seperti antara aspirasi orang kebanyakan akan keinginan

untuk merayakan kebangkitan semangat keberagamaan di level simbolik dengan tanggung jawab mereka untuk menjamin agar nilai-nilai spiritualitas tidak terbenam ke dalam apa yang disebut Adorno sebagai "*dumbification of American mass culture*".

Bukankah kapitalisme telah memoles simbol-simbol dan ritus-ritus keberagamaan manusia pada abad ke-21 ini. Sebagaimana pernah diprediksi dengan keakuratan yang nyaris mencengangkan oleh Prof. William McIner pada Konferensi mengenai "Kosmos dan Agama Abad ke-21" di Jepang (1989): "Agama pada abad ke-21 nanti, barangkali akan menunjukkan banyak wajah barunya: eksperimen-eksperimen liturgi baru, munculnya pandangan-pandangan baru yang berkenaan dengan isu-isu moral dan etik yang rumit, adaptasi kultural dan penyesuaian individual baru, pengaturan kelembagaan yang baru terus berkembang. Kebebasan dan otoritas keagamaan akan datang dengan meningkatnya penelitian dan terbukanya agama terhadap pandangan-pandangan baru dan manifestasi-manifestasi tanggung jawab yang juga baru."

Namun, yang tidak kalah penting dari itu semua, agama justru tidak hanya mengalami perubahan di tataran simbolik, tetapi juga di dalam watak dan wajah keberagamaan itu seakan mencuat pula kontradiksi. Kontradiksi internal di dalam semangat keberagamaan manusia modern inilah kini yang menjadi incaran industri budaya kapitalisme. Orang mengira bahwa spiritualitas bisa diburu dalam konsumsi massa, karena secara simbolik budaya konsumerisme menjanjikan kepuasan untuk memenuhi hasrat dengan membangkitkan bawah-sadar manusia untuk memusatkan perhatian pada pemujaan benda-benda, ikon-ikon kemodernan.

Orang berbondong-bondong menghadiri pengajian sekalipun harus membayar mahal, bukan semata-mata karena keinginan mendapatkan informasi keagamaan yang baru, tetapi karena itu adalah sebuah panggung di mana simbol-simbol kesalahan dipentaskan. Orang beramai-ramai mengikuti pengajian bukan semata-mata karena keterpikatan untuk mencari pancaran kerinduan terhadap Sang Khalik, tetapi sekaligus

juga untuk mejeng dan ngeceng. Pengajian memang kian semarak di masjid-masjid kota besar hingga ke kampung-kampung, tetapi yang tak kalah menarik mal-mal dan pub-pub juga sudah mulai mengadakan buka puasa bersama dan tabligh akbar yang mendatangkan artis beken dan kiai kondang.

Kita bisa juga memahami para wanita dan anak gadis kelas menengah kini beramai-ramai mengenakan busana Muslimah hasil rancangan artis dan desainer terkenal yang mahal dan trendi adalah contoh bagaimana logika industri budaya dunia mode telah bertemu dengan pergeseran kesadaran agama yang ditransformasikan dalam bentuk eksotisme dan simbolisme kesalehan dalam berpakaian.

Saat ini fenomena kerudung/jilbab tidak cukup lagi hanya dipahami semata-mata sebagai ungkapan takwa. Akan tetapi, di sebagian kalangan masyarakat, busana Muslimah itu sendiri tak ubahnya seperti pergantian selera mode berpakaian saja. Sebenarnya masih menarik untuk diteliti apakah ada kaitan langsung antara fenomena kerudung/jilbab dengan kesadaran keberagamaan, atau kaitannya dengan tumbuhnya industri mode di kalangan umat Islam akhir-akhir ini.

Di dalam praktik mengonsumsi asesoris-asesoris kesalehan yang kini dipasarkan lewat industri mode Busana Muslim(ah) dan di dalam panggung gaya hidup para pencari hikmah di pasar religius (*religious market*), orang-orang kota terutama yang berduit lebih memilih untuk mematerialkan hal-hal yang bersifat spiritual, sekaligus menspiritualkan hal-hal yang bersifat material. Itulah sebabnya mengapa orang berbondong-bondong menyembah konsumsi (*the fetishism of consumption*). Dengan mengonsumsi mereka seakan mendapatkan kepuasan spiritual, karena mereka masuk ke dalam apa yang disebut Rosalynd Williams, “dunia impian para konsumen”.⁶

Kini “spiritualitas konsumsi” itu telah bertemu dengan “konsumsi spiritualitas” yang lahir lewat proses “kesalehan instan” karena arus balik kesadaran kelas menengah kota dari ideologi sekularisme yang tak menawarkan kepuasan batin

kepada paket-paket spiritualisme yang mudah ditemukan di supermarket atau mal.

Barangkali benar apa yang pernah dikatakan oleh Heidi Schlumpf ketika dia mengomentari betapa agama resmi tradisional (*traditional organized religion*) kini sudah mulai dipandang sebelah mata oleh generasi baru (*new generation*), karena mereka mulai tertarik kepada spiritualitas (*spirituality*) yang menjanjikan kepuasan batin pribadi. Sebagaimana dikatakan Michael Kress, “Dengan spiritualitas, otonomi kehidupan spiritual menjadi milik pribadi.”

“Mereka menyembah kebudayaan pop, dan televisi adalah gereja mereka,” demikian Michael Kress saat menyoroti gaya hidup dan keberagamaan generasi yang lahir pada era 1960-an dan 1970-an di AS, sebuah generasi yang sering diberi label secara simpel sebagai “Generasi X”.

Dalam konteks Islam Indonesia, watak dan kultur generasi baru ini tampaknya punya sedikit kemiripan dengan kebangkitan selera budaya dari subkultur Muslim yang disebut Dr. Kuntowijoyo sebagai generasi “Muslim Tanpa Masjid”.⁷ Apalagi bersamaan dengan proses ideologisasi agama yang berlangsung selama era Orde Baru bahkan hingga saat ini, praktik-praktik keislaman pun justru berlangsung lebih semarak lagi pada tingkat budaya dan sosial. Kesemarakan itu bisa kita lihat dari bagaimana simbol-simbol keagamaan itu dipentaskan di ranah publik.

Tidak hanya sampai di situ saja. Di tengah-tengah kegirangan orang kota akan kebangkitan semangat keagamaan yang kian semarak, masih ada paket-paket pengalaman kesalehan yang bisa diperoleh seperti halnya membeli barang di supermarket. Rupanya di tengah kesumpekan hidup yang mendera sebagian besar penduduk kota masih ada pintu-pintu menuju Tuhan.

Tampaknya jalan masih terbuka lebar. Dan, ketika semangat keagamaan terus memuncak, ada kerinduan untuk mengaktualisasikan puncak-puncak kepuasan itu dalam kehidupan. Maka bertemulah antara keinginan untuk mendapatkan kepuasan puncak dengan ketersediaan paket-paket kesalehan yang ditawarkan di pasar religius.

Ketika uang melimpah, semangat keagamaan memuncak, pernyataan takwa pun perlu

dipertegas ke ruang publik (*public sphere*). Pada saat itulah kesadaran keberagaman ditransformasikan ke dalam simbol-simbol dan ritus-ritus yang diyakini sebagai representasi kesalahan. Simbol-simbol itulah kini yang didaur-ulang terus menerus lewat industri budaya kapitalisme.

Tak heran kalau sekarang jilbab atau kerudung begitu mudah berubah menjadi mode. Tak usah heran pula kalau kini banyak gadis remaja Muslimah yang berkerudung dengan celana jeans ketat dan kaos yang memperlihatkan dengan jelas lekuk-lekuk tubuhnya. Sementara kelas menengah yang memakai baju Gamis kian menjadi simbol baru bagi Islamisasi dalam berpakaian. Bahkan kini mulai dari para gadis remaja hingga ibu-ibu kelas menengah sudah terbiasa mengenakan Gamis untuk arisan, menghadiri wisuda, pengajian, atau sekadar berbelanja ke mall. Tak heran pula kalau baju Gamis dengan belahan di bawah setinggi betis dengan sepatu berhak dan berlaras tinggi mulai menjadi simbol kesalahan Muslimah yang trendi.

Sementara itu, di balik asesoris kesalahan dalam berpakaian dan berias-diri yang melahirkan "Mode Islami", "Busana Muslimah" dan "Kosmetika Muslimah", di dalam mobil-mobil mewah baik mobil dinas maupun mobil pribadi Muslim kelas menengah perkotaan akan mudah pula kita temui tasbih dan kaset nasyid. Dan, jangan lupa, stiker lengkap terpampang di mobil: "Moslem's Car", "I Love Islam", "Islam is My Religion", atau "Islam is My Way", dan lain-lain yang menjadi simbol kepemilikan dan dianggap sebagai ungkapan kesalahan! Ungkapan takwa!

Di samping itu, bagi kelas menengah kota yang serba berkecukupan, masih banyak lagi jalan pemuasan psikologis atas nama agama. Paket-paket pengalaman kesalahan yang menawarkan kemudahan dan kenikmatan juga bisa ditemukan dengan mudah. Iklan-iklan yang menawarkan "Haji Plus" dan "Umroh bersama Kiai Beken... di Awal Tahun" juga menjadikan Umroh sebagai bagian dari eksotisme kesalahan sebagian kelas menengah Islam.

Tak hanya sampai di situ, "Ramadhan Package" dan "Tarawih di Hotel Berbintang" juga telah

menjadi gejala trend setiap tahun di sepanjang bulan Ramadhan. Ada "Paket Buka Puasa Bersama Artis" dan ada pula "Paket Sahur Bersama Kiai". Tidak jarang perhelatan ini dilengkapi dengan undangan yang disertai kupon undian dan bonus yang menawarkan janji-janji seperti iklan. Beberapa tahun yang lalu Paket Buka Puasa Bersama untuk satu orang sekitar Rp. 50.000,- dan kalau menginap plus Paket Sahur bisa mencapai setengah juta rupiah.

Bagi orang yang memahami konsep *zuhud* dan asketisme dalam beragama, praktik semacam ini jelas sekali amat paradoks dengan kenyataan kemiskinan dan kesenjangan kehidupan masyarakat yang tidak jauh di sekitar hotel, yang mungkin untuk mendapatkan uang seribu rupiah saja harus dengan darah dan air mata.

Barangkali manusia modern kini memang tengah dihinggapi semacam hipnosa massa berupa keterpesonaan kepada apa yang disebut sosiolog humanis, Peter L. Berger, sebagai "ilusi-ilusi modemitas". Mereka mengira bahwa dalam kemewahan yang dibungkus dengan kesalahan simbolik itu, mereka akan bisa berjumpa Rumi di mall atau Hotel Berbintang dengan perut kenyang, sementara orang-orang kelaparan di sekeliling mereka. Barangkali dalam konteks ini perlu juga dibumikan dalam tindakan nyata pesan sebuah Hadits Rasulullah Saw. yang menyatakan: "*Tamak adalah kemiskinan yang sesungguhnya.*"

Barangkali benar bahwa praktik pemujaan gaya hidup mewah yang berujung kesalahanlah yang telah melahirkan generasi baru kelas menengah Muslim Indonesia sebagai generasi pemuja dan penikmat spiritualitas untuk bersenang-senang yang paling absurd. Akhirnya, agama hanya dijadikan pengalihan kebiasaan dari "hedonisme sekular" ke "hedonisme spiritual". Inilah manifestasi dari pergeseran kesadaran keberagaman manusia modern yang dipentaskan di panggung kebudayaan pop dalam bentuk simbol-simbol kesalahan. sehingga pendakian spiritualitas bukan lagi hanya untuk berperang atas nama surga dan neraka, tetapi juga atas nama surga dan kenikmatan dunia. *Wallahu 'alam bi al-Shawwab.* (M)

Catatan Akhir:

- 1 Tulisan ini merupakan revisi dari makalah penulis yang disampaikan pada Diskusi Panel bertema "Spiritualitas dan Problem Masyarakat Modern." yang diselenggarakan Lembaga Pengkajian dan Pengamalan Islam (LPPI), Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY), di Kampus Terpadu UMY, Yogyakarta, 10 November 2001. Penulis berterima kasih kepada Panelis Pemandu, Dr. Abdul Munir Mulkan dan Ahmad Nadjib Burhani serta para peserta diskusi yang telah memberikan komentar kritis terhadap pokok-pokok pikiran dalam makalah penulis.
- 2 Lihat dalam George Santayana, *Reason and Religion*, (Vol. III dari *The Life of Reason*), (New York: Collier Books, 1962), hlm. 136.
- 3 Dalam kata-kata George Orwell, "*But if thought corrupts language, language can also corrupt*." Lihat dalam karyanya yang cukup terkenal, "*Politics and the English Language*", (Harcourt Brace Javanovich, Inc., 1978).
- 4 Lihat Abner Cohen, *Two-Dimensional Man: An Essay on the Anthropology of Power and Symbolism in Complex Society*, (Berkeley & Los Angeles: University of California Press, 1976).
- 5 Lihat dalam *Media Asia*, 1981.
- 6 Lihat Rosalind Williams, "Dreams World of Consumption", dalam David Crowley & Paul Heyer, (eds.), *Communication in History: Technology, Culture, Society*, Vol. 8, (London, Newbury Park & New Delhi: Sage Publisher, 1991), hlm. 111-115.
- 7 Lihat Dr. Kuntowijoyo, *Muslim Tanpa Masjid: Esai-esai Agama, Budaya, dan Politik dalam Bingkai Strukturalisme Transendental*, (Bandung: Mizan, 2001).