ABSTRAK

Fu'ad Hasyim: "*Habaib* dan Praktik Komodifikasi Agama (Analisis Ideologi Menurut Pemikiran Slavoj Žižek)". Skripsi UIN Sunan Ampel Surabaya.

Runtuhnya periode Orde Baru mendorong era yang lebih demokratis, sistem pasar bebas dan globalisasi yang membuka pintu bagi masuknya pengaruh-pengaruh dari luar termasuk paham-paham liberal sehingga telah mendorong munculnya produk-produk budaya Islam. Tidak hanya itu, peristiwa ini juga menjadi satu fase bangkitnya kebudayaan populer yang kini dipuja hampir di seluruh lapisan masyarakat kita. Kebudayaan populer ini tidak hanya terbatas pada praktik presentasi diri masyarakat di ruang publik, tetapi juga menular pada ekspresi keberagamaan umat Islam, salah satunya yang paling tampak adalah setelah Islam melakukan negosiasi dan simbiosisme dengan pasar. Simbol-simbol Islam yang bertebaran di ruang publik kita merupakan salah satu contoh dari indikasi transaksi komersial tersebut. Kebudaya populer dan semangat kapitalisme ini juga saling bertabrakan, sebagaimana kita bisa melihat para *Habaib* sebagai subjek yang terbelah dan bertabrakan: di satu sisi mengajak untuk membelenggu nafsu, di sisi lain giat mengkampanyekan pembebasan hasrat dengan mengajak mengkonsumsi produk kapital yang di permak sedemikian rupa agar terlihat lebih syar'i dan islami. Fenomena tersebut merupakan salah-satu bentuk "komodifikasi agama", dimana simbol-simbol dan nilai-nilai agama dikomersialisasi untuk mendapatkan untung.

Dalam proses identifikasi Žižek-Lacanian, *Habaib* tersebut sebagai subjek yang pada mulanya berada dalam kenikmatan ikatan primordial pada fase *The Imaginary* selanjutnya mengalami *lack* karena mereka harus menjalani momen kastrasi ketika memasuki tatanan *The Symbolic*. *Lack* inilah yang membuat mereka mampu memunculkan objek *a*, objek sublim yang membuatnya berfantasi dan menemukan hasratnya. Namun karena hasrat selalu bertumpu pada fantasi yang hadir sebagai rasionalisasi akan objek *a*, maka hasrat pun tak pernah memberikan *jouissance* bagi mereka. Karena *jouissance* adalah titik terdalam dari *The Real* yang mustahil dan berada di luar tatanan *The Symbolic* atau bahasa.

"Komodifikasi agama" sendiri merupakan ideologi dalam bentuk termuta-khirnya, karena telah menjadi sebuah kesadaran yang tidak mampu lagi dipandang sebagai sebuah sesuatu yang asing oleh subjek. Karena ideologi dalam bentuk termatangnya sudah tidak dipandang menjadi sebuah ideologi lagi, maka ia telah berubah menjadi seperangkap kesadaran kita lengkap dengan nilai-nilai yang ada di dalamnya. Kehadiranya dalam diri subjek tidak lagi disadari. Dengan begitu proses dakwah yang berbaur dengan pasar tidak mungkin dilepaskan dengan ideologi dominan itu.

Kata kunci: *Habaib*, komodifikasi agama, budaya populer, ideologi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id