

sampai pada *jouissance*, atau lebih tepatnya pada pengalaman akan *jouissance*. Pengalaman ini memposisikan mereka pada capaian terjauhnya, yaitu pada rentang jarak antara objek dari dorongan dan *jouissance*. Pada titik inilah mereka menjadi subjek ideologis yang menempatkan *jouissance* sebagai landasan politisnya.

Kedua, menurut Žižek, ideologi dalam bentuk termutakhirnya telah menjadi sebuah kesadaran yang tidak mampu lagi dipandang sebagai sesuatu yang asing oleh subjek. Ia adalah nilai-nilai dan kenyataan-kenyataan umum yang telah dipandang lumrah adanya. Kenyataan tersebut terkait erat dengan proses identifikasi yang disediakan oleh ideologi *Liyan*, karena bagaimanapun juga ketiga *Habib* tersebut mau tidak mau sudah tidak bisa lepas dari kungkungan ideologi kapitalisme kontemporer yang terus berlangsung hingga hari ini. Karena ideologi pada tingkatan termatangnya—sudah tidak dipandang atau digunakan—sebagai sebuah ideologi lagi. Maka ia telah berubah menjadi seperangkat kesadaran kita lengkap dengan nilai-nilai yang ada di dalamnya dan menjadi sebuah *common sense*. Kehadirannya dalam diri subjek tidak lagi disadari. Dengan begitu, proses dakwah yang berbaur dengan pasar tidak mungkin dilepaskan dari ideologi dominan itu.

B. Saran

Sebagai kajian kebudayaan, fenomena komodifikasi agama dengan berbagai motifnya memang sangat menarik untuk dikaji lebih jauh dari berbagai disiplin ilmu pengetahuan, terutama studi kritik kebudayaan dan *culture studies*.

