



Budaya Populer Bernuansa Islami Sebagai Solusi Untuk Memenuhi Kebutuhan Spiritual Kalangan Mahasiswa Di Era Modern

*Muhammad Retsa Rizaldi Mujayapura**, Siti Komariah, Aceng Kosasih

Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung, Indonesia

Correspondence: E-mail: retsa98@student.upi.edu

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kebutuhan spiritual masyarakat modern yang mampu menyeimbangkan antara kehidupan modern dan keagamaan, serta dapat saling berdamai di dalamnya, salah satunya melalui budaya populer. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pemenuhan kebutuhan spiritual pada kalangan mahasiswa melalui budaya populer bernuansa islami di era modern. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Jumlah sampel sebanyak 96 orang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku religius mahasiswa dipengaruhi oleh budaya populer bernuansa islami sebesar 29%

ARTIKEL INFO

Article History:

Keywords:

Budaya populer, islam populer, kebutuhan spiritual

1. PENDAHULUAN

Dalam kehidupan modern saat ini, kehidupan beragama dengan kehidupan modern dapat berdampingan bersama tanpa saling meniadakan satu sama lain. Agama mampu berjalan dinamis dan modern melalui berbagai budaya populer yang telah dikonsumsi oleh masyarakat khususnya kalangan pemuda. Budaya populer bernuansa islami menjadi sebuah gerakan keagamaan baru muncul dengan menampilkan citra-citra keislaman. Citra-citra keislaman yang ditampilkan semestinya dapat diimplementasikan nilai-nilai keislamannya, namun pendalaman nilai-nilai keagamaan dalam budaya populer bernuansa islami hanya mencapai ranah skriptual dan mendasar (Jati, 2015a).

Pengaruh budaya populer yang berada pada kalangan pemuda juga terdapat pada mahasiswa Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia (FPIPS UPI). Mahasiswa FPIPS UPI gemar mengonsumsi budaya populer melalui media sosial dalam berbagai bentuk seperti Korean Wave, gaya bahasa yang sedang populer, ataupun gaya fashion yang sedang populer di kalangan remaja juga menjadi konsumsi tersendiri. Selain itu, mahasiswa FPIPS UPI yang mayoritas beragama islam kerap mengonsumsi budaya populer yang bernuansa islami. Budaya populer yang bernuansakan islami ini menjadi semacam tren bagi kalangan mahasiswa baik itu berbentuk fashion, gaya berbahasa, musik, ataupun mengikuti akun dakwah di media sosial, sehingga mahasiswa FPIPS UPI akan nampak sebagai mahasiswa dan mahasiswi yang islami apabila dilihat dari permukaan. Hal ini dapat digolongkan sebagai gerakan keagamaan baru (Jati, 2015b).

Gerakan keagamaan baru muncul pada masyarakat menengah perkotaan sebagai solusi dari dampak buruk modernitas yang lari ke arah alienasi dan bunuh diri. Kebutuhan masyarakat menengah perkotaan terhadap pencarian dan perenungan diri

dilakukan secara kolektif dengan berbagai ekspresi, yang berkembang menjadi budaya populer (Jati, 2015b). Muncul bentuk budaya populer yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat menengah perkotaan untuk mengekspresikan kebutuhan spiritualitasnya. Kebutuhan spiritualitas diekspresikan melalui budaya populer bernuansa islami yang dilakukan dengan berbagai macam jenis seperti dari musik, film, konsumsi, gaya hidup, bahasa, dan sebagainya dikaitkan dengan perilaku yang islami.

Berdasarkan penelitian mengenai Islam Populer Sebagai Pencarian Identitas Kelas Menengah Indonesia (Jati, 2015a), budaya islam populer merupakan salah satu proses pencarian identitas muslim kelas menengah Indonesia dengan membentuk identitas kesalehan sosial (*social piety*) yang terbentuk secara habituasi, namun pendalaman islam dalam budaya populer islam sendiri belum sempurna dan masih dalam tataran skriptual dan permukaan.

Kondisi budaya populer bernuansa islami yang dijelaskan membentuk identitas kesalehan sosial dan habituasi namun hanya memperoleh pendalaman nilai-nilai keislaman yang mendasar ini sejalan dengan sifat budaya populer yang membentuk budaya menjadi seragam, tak bermakna, dan tak bernilai. Namun di sisi lain dikatakan bahwa masyarakat yang hidup dalam modernisasi mengalami keresahan hingga membutuhkan spiritualitas yang mampu menyesuaikan melalui gerakan keagamaan baru salah satunya dengan budaya populer bernuansa islami. Perbedaan ini menjadi pertanyaan apakah kebutuhan spiritualitas pada mahasiswa yang diekspresikan melalui budaya populer bernuansa islami menjadi sebuah solusi hidup atukah hanya membentuk citra kesalehan sosial sebagai pembentuk identitas masyarakat.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat diketahui rumusan masalah penelitian secara umum

adalah “bagaimana budaya populer bernuansa islami dapat memberikan solusi terhadap kebutuhan spiritual pada kalangan mahasiswa”.

Penelitian ini dikaji melalui teori interaksionisme simbolik. Teori ini memiliki pandangan dasar khususnya pengikut ajaran Mead bahwa dasar kehidupan bersama manusia adalah komunikasi terutama lambang-lambang sebagai kunci untuk memahami kehidupan sosial manusia yang berupa tanda, benda, atau gerakan yang secara sosial dianggap mempunyai arti tertentu (Anwar dan Adang, 2013). Pada penelitian ini, lambang-lambang yang bercirikan keislaman digunakan untuk menunjukkan identitas keislamannya baik itu dari tampilan busana, gaya bahasa, referensi musik, maupun penggunaan media sosialnya

2. METODE

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Bungin (2015) menjelaskan penelitian deskriptif bahwa “penelitian ini hanya menggambarkan, meringkaskan berbagai kondisi, situasi, atau berbagai variabel”.

Penelitian ini dilakukan melalui pertanyaan terstruktur dan sistematis yang mampu memberikan jawaban terhadap rumusan masalah yang diajukan terhadap variabel variabel yang akan diteliti yaitu bentuk penggunaan budaya populer bernuansa islami, bentuk perilaku religius mahasiswa, dan pengaruh budaya populer bernuansa islami terhadap perilaku religius mahasiswa menggunakan prosedur statistik dan pengujian hipotesis.

Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa aktif Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia (FIPIS UPI) angkatan 2016-2018 dengan teknik penarikan sampel acak sederhana. Melalui teknik sampel ini, semua individu dalam populasi memiliki

kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel sehingga memungkinkan untuk melakukan generalisasi karena sampel tersebut representatif (Cresswell, 2017, hlm. 211). Dengan menggunakan teknik pengambilan sampel Slovin, diperoleh jumlah sampel penelitian ini adalah sebanyak 96 orang.

Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian berupa pertanyaan tertutup atau closed-ended questions yang memberikan alternatif jawaban yang telah ditetapkan oleh peneliti kepada responden yang disusun secara lengkap dan terpisah. Skala pengukuran yang digunakan pada penelitian ini adalah skala likert dengan mengukur skala sikap responden melalui alternatif jawaban dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Setiap item pertanyaan pada penelitian ini dilakukan uji validitas serta uji reliabilitas untuk menguji instrumen penelitian yang digunakan reliabel atau tidak.

Untuk memberikan hasil temuan yang lebih mendalam, peneliti menggunakan teknik analisis tabulasi silang (crosstabs) dengan menghubungkan dua variabel yang berkaitan yang selanjutnya dilakukan uji keeratan hubungan dengan rumus Chi-Square. Tabulasi silang dilakukan berdasarkan jenis kelamin dan program studi yang ditempuh oleh responden.

Indikator pada variabel budaya populer bernuansa islami adalah menampilkan citra-citra keislaman melalui produk-produk budaya populer dengan lima sub indikator yaitu menggunakan gaya fashion yang bercorak islami dalam kehidupan sehari-hari, mendengarkan musik-musik bertemakan islami yang sedang populer, menggunakan gaya bahasa yang mencirikan simbol keislamannya, mengikuti dakwah melalui media mainstream ataupun media sosial, dan mengonsumsi hiburan dan menyebarkan informasi keislaman melalui akun media sosial. Sementara itu variabel perilaku religius memuat dua indikator yaitu aspek

ritualistik (ibadah) dan aspek konsekuensial (akhlak). Aspek ritualistik memuat lima sub indikator yaitu salat, puasa, infaq-shodaqoh, doa dan dzikir, dan membaca al-quran. Sedangkan aspek konsekuensial (akhlak) memuat lima sub indikator yaitu amanah, menjaga ucapan, mengendalikan amarah, akhlak berbusana, serta perilaku sederhana.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Budaya populer bernuansa islami merupakan sebuah bentuk dari akulturasi islam terhadap perkembangan zaman melalui budaya populer. Budaya populer yang selalu menarik dan digemari banyak khalayak menjadi medium untuk memasukkan nuansa islami agar digemari dan diterima oleh kalangan muslim serta menjadi populer.

Variabel budaya populer bernuansa islami dapat dijelaskan melalui pertanyaan dengan penjelasan dalam setiap sub indikator yaitu menggunakan *fashion* yang bercirikan islami dalam kehidupan sehari-hari, mendengarkan musik-musik bertema islami yang sedang populer, menggunakan gaya bahasa yang mencirikan simbol keislamannya, mengikuti dakwah melalui media *mainstream* ataupun media sosial, dan mengonsumsi hiburan dan menyebarkan informasi keislaman melalui akun media sosial.

Sedangkan kebutuhan spiritual dapat diuraikan sebagai perilaku religius. Perilaku religius merupakan sikap yang dilakukan berdasarkan agamanya secara umum baik itu intensitas ataupun cara menjadi religius itu sendiri, sehingga perilaku religius berasal dari sisi kehidupan manusia tidak hanya saat melakukan aktivitas religius, melainkan aktivitas lain yang didasari oleh keyakinan keagamaan (Aisyah, 2014, hlm. 19). Religiusitas seseorang pada penelitian ini diukur melalui dua aspek, yaitu aspek ritual yang diwujudkan dalam perilaku beribadah, serta aspek konsekuensial yang diwujudkan dalam perilaku akhlak baik yang sesuai dengan perintah ajaran agama Islam. Aspek religiusitas memiliki lima aspek yang dijelaskan menurut Glock & Stark (Azizah, 2003, hlm. 4)

yang pada penelitian ini menggunakan dua dari lima aspek tersebut yaitu aspek ritualistik (ibadah) dan aspek konsekuensial (akhlak).

Tabel 1
Perhitungan Statistik Mengenai Budaya Populer Bernuansa Islami pada Mahasiswa FPIPS UPI

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Budaya Populer Bernuansa Islami	96	31	87	68,81	9.45326
Valid N (listwise)	96				

Sumber: Hasil Pengolahan IBM SPSS 23, 2019

Tabel 2
Kategori Budaya Populer Bernuansa Islami

Variabel	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Budaya Populer Bernuansa Islami	Rendah	3	3%
	Sedang	43	46%
	Tinggi	50	51%
	Jumlah	96	100%

Sumber: Hasil Penelitian, 2019

Secara keseluruhan, budaya populer bernuansa islami dilakukan oleh responden dengan kategori tinggi dengan skor *mean* yang diperoleh sebesar 68,81. 49 responden atau sebesar 51% responden mengikuti budaya populer bernuansa islami dengan kategori tinggi, sebanyak 44 responden atau 46% dengan kategori sedang, dan hanya 3 responden atau 3% mengikuti budaya populer bernuansa islami dengan kategori rendah.

Kelima sub indikator pada variabel ini diperoleh hasil bahwa tidak semua sub indikator memperoleh kategori yang tinggi. Artinya, tidak semua jenis budaya populer bernuansa islami yang dilakukan oleh mahasiswa FPIPS UPI secara rutin dan memiliki intensitas yang tinggi.

Walaupun perilaku mengikuti budaya populer bernuansa islami secara keseluruhan termasuk dalam kategori tinggi, namun pada sub indikator terdapat keberagaman bentuk budaya populer bernuansa islami yang dilakukan oleh mahasiswa FPIPS UPI. Keseluruhan perilaku mengikuti budaya populer bernuansa islami tidak lain adalah karena terdapat keinginan untuk menjadi muslim yang modern dan mengikuti tren. Budaya populer bernuansa islami muncul dan besar melalui media. Sebuah media mampu memberikan kekuatan untuk menghadirkan budaya dan nilai baru sehingga terjadi proses hegemoni dari budaya yang sudah ada (Hery, 2009, hlm. 112). Kekuatan media mampu membuat hal-hal yang bernuansa islami menjadi sebuah budaya populer yang dikonstruksi untuk berbagai kepentingan. Maka dari itu muncul lah ustadz-ustadz selebriti yang muncul di berbagai media baik itu media TV maupun media sosial, menampilkan musik-musik bernuansa islami, ataupun gaya berpakaian selebriti muslim/muslimah yang ditampilkan pada berbagai media. Hal ini dinikmati oleh masyarakat yang membutuhkan agana di tengah-tengah kehidupan modern dengan cara baru.

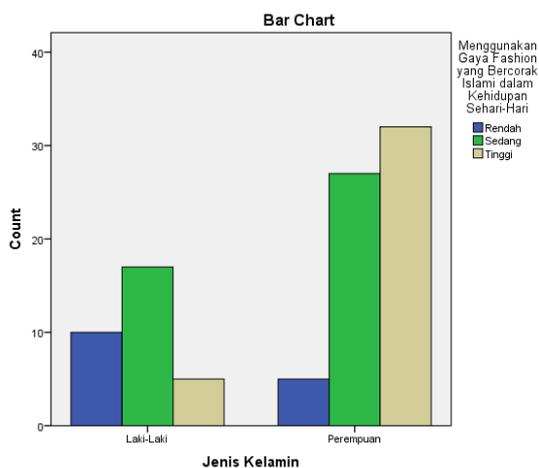
Pengaruh media dapat dilihat dengan banyaknya responden yang mengikuti dakwah melalui media sosial sehingga memiliki ustadz-ustadz yang diikuti di media sosialnya. Ustadz-ustadz yang menjadi favorit antara lain adalah Hanan Attaki diikuti oleh ustadz Felix Siau, ustadz Abdul Somad, Oki Setiana Dewi, Mamah Dedeh, hingga ustadz Adi Hidayat dan Abdullah Gymnastiar. Tak hanya pada mengikuti seorang ustadz, melainkan terdapat akun-akun yang menyebarkan informasi keislaman dengan gaya yang menarik dan kekinian menjadi konsumsi

publik juga menjadi favorit mahasiswa FPIPS UPI. Akun-akun dakwah yang menjadi favorit adalah Pemuda Hijrah, Islamify, Dakwahislamid, hingga Indonesiatanpapacaran.

Acara hiburan bernuansa islami menjadi salah satu pilihan lain dalam memperoleh wawasan keislaman yang baru. Tayangan di TV maupun media sosial menjadi daya tarik tersendiri seperti halnya kartun Nussa yang memiliki penonton sangat banyak di akun *YouTube*, lalu acara *Khazanah* yang ditayangkan di TV, dilanjutkan dengan acara Mamah dan AA, Islam itu Indah, dan Hijab Traveller yang ditayangkan di televisi.

Pengaruh media terhadap berkembangnya budaya populer bernuansa islami memunculkan gaya hidup baru pada masyarakat, salah satunya pada *fashion*. Salah satu simbol identitas keimanan seorang muslim adalah jilbab bagi wanita, kini tidak hanya sekedar simbol identitas keimanan seorang muslim, melainkan menjadi aksesoris berpakaian yang dapat mencapai sebuah prestise tertentu (Budiati, 2011, hlm. 63). Hal ini tidak hanya terjadi pada wanita dan jilbabnya, melainkan juga kepada laki-laki dan identitas keislamannya yang menjadi tren seperti baju koko, sarung, ataupun sorban. Penggunaan baju koko saat ini menjadi pakaian yang tidak hanya digunakan di hari-hari besar saja, melainkan pada hari-hari biasa pun kerap digunakan dengan model yang kekinian. Keseluruhan cara-cara baru dalam mengaktualisasikan perwujudan dari meningkatnya sufisme dengan simplikasi nilai-nilai melalui budaya populer. Penggunaan budaya populer bernuansa islami pada kalangan mahasiswa memiliki perbedaan karakteristik berdasarkan jenis kelamin khususnya pada sub indikator menggunakan gaya *fashion* yang bercorak islami sebagai berikut:

Gambar 1
Kategorisasi Menggunakan Gaya Fashion yang Bercorak Islami dalam Kehidupan Sehari-Hari Berdasarkan Jenis Kelamin Responden



Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 23, 2019

Diagram tersebut menunjukkan bahwa penggunaan gaya berbusana islami lebih banyak digunakan pada kalangan perempuan. Hal ini dapat menjadi gambaran bahwa gaya berbusana islami yang populer saat ini mayoritas berkaitan dengan busana muslimah seperti hijab, mukena, hingga busana renang khusus muslimah yang sangat modis dan kekinian dipengaruhi oleh keberadaan artis-artis media sosial perempuan yang semakin dikenal. Berbeda pada kalangan laki-laki yang hanya beberapa kalangan saja yang mengenakan busana muslim yang kekinian.

Perilaku religius yang diukur berdasarkan aspek ritual dan konsekuensial pada mahasiswa FPIPS UPI secara keseluruhan memiliki kategori yang sedang dengan perolehan skor mean sebesar 96,76 dan persentase sebesar 46%. Walau demikian, jumlah responden yang tergolong pada kategori tinggi melebihi jumlah kategori sedang yaitu sebesar 51% atau 49 responden. Jika dipisahkan berdasarkan setiap indikator, dapat terlihat bahwa perilaku religius pada mahasiswa FPIPS UPI memiliki perbedaan pada dua aspek tersebut.

Aspek ritualistik atau perilaku ibadah mahasiswa FPIPS UPI termasuk pada kategori tinggi dengan skor mean sebesar 61,76 atau dengan persentase sebesar 63%. Sedangkan pada aspek konsekuensial atau perilaku

akhlak mulia pada mahasiswa FPIPS UPI termasuk kepada kategori sedang dengan skor mean sebesar 35,00 atau dengan persentase sebesar 59%. Hal ini dapat menunjukkan bahwa perilaku ibadah mahasiswa FPIPS UPI lebih tinggi dibandingkan dengan perilaku akhlak mulia.

Aspek ritualistik atau perilaku ibadah dibagi ke dalam lima sub indikator yaitu shalat, puasa, infaq-shodaqoh, doa dan dzikir, serta membaca al-qur'an. Kelima sub indikator tersebut memberikan pernyataan yang berkaitan dengan menjalankan praktik ibadah wajib, *sunnah*, serta pelaksanaan ibadah lainnya yang juga melihat pada aspek intensitas. Hasilnya, dapat dikatakan bahwa ibadah wajib menjadi hal yang selalu memperoleh skor tinggi. Antara lain menjalankan shalat lima waktu dan menjalankan puasa di Bulan Ramadhan. Sementara pada praktik ibadah yang bersifat *sunnah* memperoleh persentase yang tidak terlalu tinggi seperti pada shalat *sunnah ba'da* dan *qobla*, shalat *dhuha*, serta puasa senin-kamis. Ketiga poin tersebut memperoleh persentase pada jawaban ragu-ragu cukup tinggi yaitu 49%, 38%, dan 48% secara berurutan. Sementara itu pada ibadah lainnya seperti memberikan infaq dan shodaqoh, berdoa dan berdzikir, dan membaca al-qur'an memperoleh persentase yang cukup tinggi. Pada aspek membaca al-qur'an, dapat dilihat bahwa kemampuan mahasiswa FPIPS UPI dalam kelancaran membaca al-qur'an tergolong tinggi yaitu sebesar 73% dapat membaca al-qur'an dengan lancar. Sedangkan intensitas membaca al-qur'an tergolong sedang dengan persentase sebesar 38% dan 58% sering membaca al-qur'an.

Aspek konsekuensial atau perilaku akhlak mulia dibagi ke dalam lima sub indikator yaitu perilaku amanah, sabar, menjaga lisan, etika berbusana, serta perilaku sederhana. Perilaku amanah pada mahasiswa FPIPS UPI tergolong sebagai mahasiswa yang bertanggungjawab atas tugas dan peran yang diemban dengan skor 89% dan 76% pada dua item pertanyaan yang berkaitan dengan sub

indikator amanah. Pada perilaku menjaga lisan, mahasiswa FIIPS UPI dapat menjaga lisan dengan kategori sedang dengan persentase sebesar 52% sedangkan 43% menjawab ragu-ragu. Artinya, masih cukup banyak responden mahasiswa FIIPS UPI yang tidak yakin untuk mampu menjaga lisannya dalam berbicara. Sama dengan menjaga lisan, perilaku sabar pada mahasiswa FIIPS UPI tidak tergolong besar yaitu hanya 57% dan 62% sedangkan jawaban ragu-ragu sebesar 33% dan 34% pada dua item pertanyaan yang berkaitan dengan perilaku sabar. Pada akhlak berbusana, hanya 52% responden yang merasa konsisten menampilkan busana yang sesuai dengan ajaran islam, sedangkan 41% menjawab ragu-ragu. Artinya, masih cukup banyak mahasiswa FIIPS UPI yang tidak yakin selalu menampilkan busana yang sesuai dengan ajaran islam secara konsisten. Mahasiswa FIIPS UPI mampu berperilaku sederhana dengan selalu bersyukur serta membeli sesuatu sesuai dengan kebutuhannya dengan persentase cukup tinggi. Maka dapat disimpulkan perilaku religius mahasiswa dalam aspek konsekuensial dikategorikan sedang dengan beragam aspek pada sub perilaku.

Tabel 3

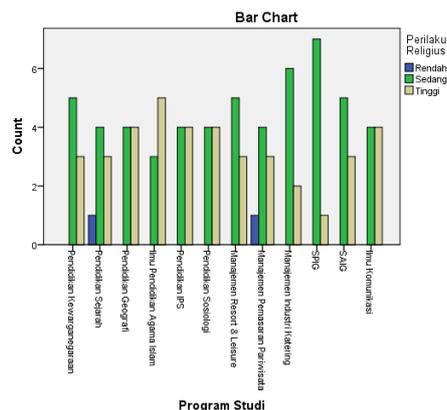
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	16,587 ^a	22	,786
Likelihood Ratio	14,113	22	,897
Linear-by-Linear Association	,411	1	,522
N of Valid Cases	96		

Hasil Uji Chi-Square

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 23, 2019

Gambar 2

Kategorisasi Perilaku Religius Berdasarkan Program Studi Mahasiswa



Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 23, 2019

Diagram hasil tabulasi silang antara perilaku religius dengan program studi yang ditempuh mahasiswa menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan antara perilaku religius dengan program studi yang ditempuh dengan nilai signifikansi sebesar 0,786. Program studi yang berada pada ranah agama islam ataupun diluar ranah keislaman nyatanya tidak menentukan seorang mahasiswa menjadi religius. Hal ini dapat dilihat dari hasil tabulasi silang yang beragam dari setiap program studi.

Pada penelitian ini, dinyatakan bahwa perilaku ibadah mahasiswa FIIPS UPI lebih tinggi ketimbang perilaku akhlak mulia.

Pengaruh Budaya Populer Bernuansa Islami terhadap Perilaku Religius Mahasiswa

Perolehan nilai korelasi pengaruh budaya populer bernuansa islami terhadap perilaku religius mahasiswa yaitu sebesar 0,539. Perolehan tersebut termasuk pada interval 0,40-0,599 yang tergolong pada kategori cukup kuat. Sehingga, dapat ditafsirkan bahwa interpretasi hubungan yang terjadi antara variabel budaya populer bernuansa islami terhadap variabel perilaku religius mahasiswa adalah hubungan positif dengan tingkat keeratan yang cukup kuat. Hasil perhitungan uji determinasi diperoleh sebesar 29%. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel budaya populer bernuansa is-

lami memberikan pengaruh sebesar 29% terhadap perilaku religius mahasiswa. Sedangkan 71% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dikaji pada penelitian ini.

Kini, eksistensi keberagaman muncul dalam skrup yang berbeda dan baru. Keberadaan Islam di Indonesia, semula selalu dipersepsikan sebagai budaya yang konservatif, konvensional, dan eksklusif, kini menjadi lebih dinamis dan modern (Jati, 2015a, hlm. 139). Hal ini terjadi karena terdapat transformasi terhadap sufisme tradisional menjadi sufisme urban.

Budaya populer lahir dari globalisasi informasi pada era digital yang memungkinkan seluruh informasi di dunia dapat diterima oleh setiap orang, lalu mewabah serta menjadi populer dan digemari banyak orang. Sifat yang mudah disukai banyak orang dan dapat tersebar kemanapun membuat budaya populer menjadi tempat yang tepat untuk menjadi sebuah gerakan islamisasi. Dalam proses ini, proses islamisasi melalui budaya populer diartikan sebagai bentuk komoditas barang maupun ritual yang diterima secara komersial dan komunal sebagai bagian dari pembentuk muslim kelas menengah lewat berbagai suara, gambar, maupun pesan yang diproduksi secara massal (Jati, 2015a, hlm. 154).

Melalui budaya populer bernuansa islami, terlihat bahwa saat ini posisi masyarakat beragama terhadap penerimaan globalisasi adalah untuk menjawab kebutuhan masyarakat itu sendiri, yakni kebutuhan spiritual. Artinya, agama pada era modern dan globalisasi informasi ini tetap dibutuhkan sebagai pemenuhan kebutuhan spiritual hingga pada akhirnya perilaku beragama semakin berkembang dan memanfaatkan globalisasi informasi ini melalui budaya populer. Pada agama islam, hal ini diperkuat bahwa dalam menyikapi globalisasi, agamawan dan modernis muslim hendaknya tetap mengikuti "daya jelajah global" untuk tetap mengajarkan agama dan menegakkan kebenaran (Harahap, 2015, hlm. 240). Maka dari itu, keberadaan ustad-ustad selebriti yang tampil

di berbagai media dibutuhkan untuk dapat terus menyebarkan agama melalui budaya populer. Budaya populer bernuansa islami mendekatkan diri kalangan mahasiswa pada perilaku tasawwuf. Tasawwuf sendiri merupakan kegiatan untuk membebaskan diri dari pengaruh dunia fana dengan menunjukkan perilaku yang sesuai dengan al-Qur'an dan hadist (Kosasih, 2015, hlm. 72).

Mead (Anwar dan Adang, 2013, hlm. 384-385) mengungkapkan bahwa ".... Manusia membentuk perspektif-perspektif tertentu, melalui suatu proses sosial dimana mereka memberi rumusan hal-hal tertentu, bagi pihak-pihak lainnya.". Artinya, melalui budaya populer bernuansa islami tersebut masyarakat muslim membentuk perspektif sebagai seorang muslim yang taat. Teori interaksionisme simbolis memberikan pemahaman bahwa teori ini mengedepankan kemampuan manusia untuk berpikir dalam setiap tindakannya atas dasar menginterpretasikan simbol yang ada menghasilkan interaksi yang khas. Makna dan simbol memberikan karakteristik yang khas pada tindakan dan interaksi. Pada proses interaksinya, orang mengkomunikasikan makna secara simbolis kepada orang yang terlibat dan orang lain menafsirkan simbol itu dan mengorientasikan tindakan mereka dan memberikan respon berdasarkan pemikiran mereka (Ritzer, 2012, hlm. 632). Pernyataan tersebut relevan pada penelitian ini bahwa simbol-simbol yang dimunculkan melalui budaya populer bernuansa islami memberikan tindakan yang khas dan unik pada kehidupan sehari-hari, khususnya kepada perilaku beragama dengan gaya yang berbeda. Pada penelitian ini, perilaku religius mahasiswa dipengaruhi sebesar 29% oleh budaya populer bernuansa islami yang mana didalamnya terdapat simbol-simbol keislaman.

Penggunaan budaya populer bernuansa islami dapat dikaitkan dengan model identitas-peran. Identitas-peran ini terdiri dari gambaran mengenai diri yang bersifat ideal sebagai seseorang yang menempati po-

sisi sosial yang diterima dari orang lain, sehingga identitas peran ini dipengaruhi oleh komitmen individu pada identitas tersebut serta kepuasan seseorang dalam melaksanakan perannya (Johnson, 1986, hlm. 38). Kondisi ideal seorang muslim adalah menjadi muslim yang taat beribadah dan bertakwa kepada Allah SWT. Masyarakat menjalankan perannya di kehidupan modern dengan menunjukkan gambaran identitas idealnya melalui budaya populer bernuansa islami, sehingga hal ini menunjukkan bahwa suatu identitas-peran sangat penting dalam konsep diri seseorang.

Budaya populer bernuansa islami mampu memberikan pengaruh positif yang cukup signifikan terhadap perkembangan religiusitas seseorang. Artinya, budaya populer yang disenangi banyak orang, dinilai dangkal dan rendah, serta memberikan homogenitas selain mampu memberikan identitas baru bagi muslim kelas menengah nyatanya mampu menjadi sebuah solusi baru untuk memberikan kebutuhan spiritual setiap individu. Budaya populer bernuansa islami menjadi salah satu dari empat faktor yang mempengaruhi perkembangan religiusitas menurut Thouless yaitu faktor sosial (Azizah, 2003, hlm. 14).

Kehidupan modernitas menciptakan keresahan bagi masyarakat menengah perkotaan karena kemajuan teknologi, kemakmuran, dan kompetisi yang ketat menyebabkan tekanan yang tidak tertahankan sehingga menyebabkan masyarakat modern menjadi teralienasi (Anis, 2013, hlm. 8). Di lain sisi, kehidupan modern membuat masyarakat mencari sebuah keseimbangan seperti yang diungkapkan oleh Naisbitt yaitu keseimbangan *high-touch* yakni agama, seni, pengobatan alternatif, dan sebagainya sehingga kebangkitan spiritualitas tidak bisa dihindarkan (Anis, 2013, hlm. 10). Masyarakat modern menginginkan pemenuhan kebutuhan spiritualitas yang tidak menghilangkan sisi modern dan meninggalkan budaya agama yang terlalu tradisional. Muslim generasi baru ingin mampu terlibat dengan

agama secara bermakna dan bersungguh-sungguh melalui budaya populer walaupun dianggap sebagai cara yang dangkal untuk mendamaikan hal-hal yang tradisional (Heryanto, 2018, hlm. 47).

Melalui budaya populer, masyarakat mampu memperoleh pengetahuan, pemahaman, serta menunjukkan keislamannya dengan tetap menjadi bagian dari masyarakat modern. Hal ini pun didukung dengan keterlibatan media-media dalam menampilkan islam secara lebih masif, seperti dengan munculnya akun-akun dakwah, ustadz-ustadz yang ikut melakukan kegiatan dakwah di media sosial, serta kehadiran artis-artis nasional yang muncul dengan identitas keislamannya membuat masyarakat mampu memperoleh kebutuhannya melalui produk budaya populer. Jadi, pencarian terhadap solusi pemenuhan kebutuhan spiritual kini tidak lagi bersifat privat, melainkan bersifat kolektif melalui berbagai produk budaya populer (Jati, 2015b, hlm. 181). Budaya populer bernuansa islami mampu memberikan jalan baru kepada kalangan mahasiswa untuk mendekati diri dengan Tuhannya melalui cara baru.

4. KESIMPULAN

Budaya populer bernuansa islami mempengaruhi perilaku religius mahasiswa dengan kategori cukup kuat. Pengaruh budaya populer bernuansa islami berpengaruh sebesar 29% terhadap perilaku religius mahasiswa. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 71% disebabkan oleh faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini. Faktor lain yang dapat mempengaruhi perilaku religius selain faktor sosial dapat pula dipengaruhi oleh faktor alami, faktor kebutuhan, dan faktor intelektual. Budaya populer bernuansa islami mampu memenuhi sebagian dari kebutuhan spiritualitas masyarakat modern karena sifat budaya populer yang sederhana, dangkal, dan mudah disenangi banyak orang membuat mudah diterima oleh mahasiswa sebagai bentuk hiburan yang juga dapat mengaktualisasikan keislamannya melalui

budaya populer sehingga mendorong perilaku religius dilakukan. Simbol-simbol keislaman yang dilekatkan melalui budaya populer dan dimaknai sebagai seseorang yang islami dan modern, membuat mahasiswa melakukan tindakan yang khas sesuai dengan simbol yang sedang diinterpretasikan yaitu menjadi seorang yang islami. Kebutuhan spiritual menjadi hal yang dibutuhkan oleh masyarakat modern sebagai penyeimbang kehidupan modern yang penuh dengan tuntutan dan tekanan serta kemajuan teknologi. Masyarakat modern membutuhkan sesuatu yang mampu menyeimbangkan antara kebutuhan

spiritualnya namun mampu terlibat dalam kehidupan modern. Produk-produk budaya populer mampu memberikan solusi untuk pemenuhan kebutuhan spiritual masyarakat modern karena mampu menghilangkan citra agama yang kolot, konservatif, dan tradisional menjadi sebuah solusi praktis yang sederhana dan disenangi banyak orang di tengah-tengah kehidupan modern dalam berbagai bentuk.

REFERENSI

- Aisyah, M. (2014). The Influence of Religious Behavior on Consumer's Intention to Purchase Halal-Labeled Products. *Business and Entrepreneurial Review*, 14(1), 15–32.
- Aisyah, M. (2014). The Influence of Religious Behavior on Consumer's Intention to Purchase Halal-Labeled Products. *Business and Entrepreneurial Review*, 14(1), 15–32.
- Anis, M. (2013). Spiritualitas di Tengah Modernitas Perkotaan. *Jurnal Bayan*, II(4), 1–15. Retrieved from http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/33613387/Spiritualitas_Perkotaan.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1496017168&Signature=m6C8OFVkJfAt%2FC54ZR%2B7qpx4G3w%3D&response-content-disposition=inline%3B filename%3DSpiritualitas_di_Teng
- Anwar, Y. & Adang. (2013). *Sosiologi untuk Universitas*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Azizah, N. (2003). Perilaku Moral dan Religiusitas Siswa Berlatar Belakang Pendidikan Umum dan Agama, 33(2), 1–8.
- Budiati, A. C. (2011). Jilbab: Gaya Hidup Baru Kaum Hawa. *Jurnal Sosiologi Islam*, 1(1), 60–70.
- Bungin, B. (2015). *Metode Penelitian Sosial & Ekonomi*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Creswell, J. W. (2017). *Research Design Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Harahap, S. (2015). *Islam dan Modernitas dari Teori Modernisasi Hingga Penegakan Kesalehan Modern*. Jakarta: Prenadamedia Group
- Hasan, M Iqbal. 2002. Pokok-pokok Materi Statistika 1 (Statistik Deskriptif). Edisi Kedua. PT. Bumi Aksara. Jakarta.
- Heryanto, A. (2018). *Identitas dan Kenikmatan (Politik Budaya Layar Indonesia)*. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.
- Hery, M. (2009). Islam Populer di Media Massa. *Millah*, IX(1), 112–128.
- Jati, W. R. (2015a). Islam Populer Sebagai Pencarian Identitas Muslim Kelas Menengah Indonesia. *Jurnal Tasawuf Dan Pemikiran Islam*, 5(1), 139–163.
- Jati, W. R. (2015b). Sufisme Urban di Perkotaan: Konstruksi Keimanan Baru Kelas Menengah Muslim. *Jurnal Kajian & Pengembangan Manajemen Dakwah*, 5(2), 175.
- Johnson, D.P. 1986. *Teori Sosiologi Klasik dan Modern*. Jakarta: PT Gramedia.

- Kosasih, A. (2015). The tradition for spiritual learning (Tariqat) through a sequence of Holy Phrases (Tijaniyah): The case of Darussalam Boarding School. *Asian Social Science*, 11(21), 71–77. <https://doi.org/10.5539/ass.v11n21p71>
- Ritzer, G. (2012). *Teori Sosiologi dari Sosiologi Klasik sampai Perkembangan Terakhir Post-modern*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.