



## **Komodifikasi Agama dalam Budaya Islam Kontemporer (Analisis Kritis terhadap Majelis Sabilu Taubah dalam Perspektif Theodore Adorno)**

**Muhammad Hanif Abdillah Widodo<sup>1</sup>, Muhammad Hidayatur  
Ramadhan<sup>2</sup>, Nadia Yasmine Mumtaz<sup>3</sup>**

<sup>123</sup>*Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya*  
<sup>1</sup>[mhanifaw123@gmail.com](mailto:mhanifaw123@gmail.com), <sup>2</sup>[maduunbreettd@gmail.com](mailto:maduunbreettd@gmail.com),  
<sup>3</sup>[nadynamumtaz@gmail.com](mailto:nadynamumtaz@gmail.com)

### **ABSTRAK**

Penelitian ini menganalisis komodifikasi agama dalam budaya Islam kontemporer melalui studi kasus penggunaan musik DJ pada pengajian Gus Iqdam di Majelis Sabilu Taubah dengan perspektif teori Industri Budaya Theodor W. Adorno.

Metode kualitatif analisis kritis diterapkan pada data primer (rekaman video YouTube) dan sekunder (pemberitaan daring, literatur akademik) untuk mengungkap transformasi nilai sakral menjadi komoditas konsumsi.

Temuan menunjukkan: (1) Musik DJ berfungsi sebagai strategi komodifikasi yang mengemas ritual keagamaan sebagai produk hiburan populer demi daya tarik pasar dan jangkauan audiens muda; (2) Format hiburan ini mereduksi makna spiritual melalui desakralisasi ruang ilmu, menggeser fokus jamaah dari kontemplasi religius ke sensasi emosional (konsep cultural narcotics Adorno); (3) Praktik tersebut mencerminkan submisi agama pada logika industri budaya direduksinya otonomi nilai transendental oleh rasionalitas instrumental, menciptakan false needs dan mengaburkan batas sakral-profana. Studi ini berkontribusi pada perluasan teori kritis Madzhab Frankfurt dalam konteks keagamaan sekaligus memperingatkan risiko pendangkalan kesadaran religius dan pelemahan daya kritis jamaah akibat industrialisasi simbol keagamaan. Implikasinya menegaskan pentingnya menjaga integritas ritual dari kooptasi pasar.

**Kata Kunci :** Narkotiasasi budaya, Pseudo-Individuasi, Kebutuhan Palsu

### ABSTRACT

*This research analyzes the commodification of religion in contemporary Islamic culture through a case study of the use of DJ music at Gus Iqdam's recitation at Majelis Sabilu Taubah from the perspective of Theodor W. Adorno's Cultural Industry theory. The qualitative method of critical analysis is applied to primary (YouTube video recordings) and secondary data (online news, academic literature) to reveal the transformation of sacred values into consumption commodities. The findings show: (1) DJ music functions as a commodification strategy that packages religious rituals as popular entertainment products for market appeal and young audience reach; (2) This entertainment format reduces spiritual meaning through desacralizing the space of knowledge, shifting the focus of the congregation from religious contemplation to emotional sensation (Adorno's concept of cultural narcotics); (3) The practice reflects the submission of religion to the logic of the cultural industry—the reduction of transcendental value autonomy by instrumental rationality, creating false needs and blurring the sacred-profane boundary. This study contributes to the expansion of the Frankfurt School's critical theory in religious contexts while warning of the risk of silencing religious awareness and weakening the critical power of worshipers due to the industrialization of religious symbols. The implications emphasize the importance of preserving ritual integrity from market co-optation.*

**Keywords:** *Cultural Narcotization, Pseudo-Individualization, False Needs*

### PENDAHULUAN

Dalam era modern, umat Islam dihadapkan pada tantangan kemajuan teknologi yang semakin pesat. Tentu hal tersebut akan memengaruhi berbagai aspek yang ada dalam Islam. Hal ini mendorong umat Islam untuk semakin sigap dan tanggap dalam menjawab tantangan era modern. Salah satu bentuk upaya Islam dalam menjawab tantangan era modern adalah adanya Islam kontemporer.

Islam kontemporer mencakup banyak aspek dalam lini kehidupan umat Islam, salah satunya adalah budaya Islam. Budaya Islam kontemporer menunjukkan dinamika baru dalam cara masyarakat mempraktikkan dan memaknai aktivitas keagamaan. Salah satu contoh yang cukup mengundang perhatian adalah pengajian yang dipimpin oleh

Gus Iqdam dalam Majelis Sabilu Taubah, di mana acara pengajian diawali dengan musik DJ. Fenomena ini menjadi perdebatan di berbagai kalangan, terutama menyangkut kesesuaian antara etika majelis ilmu dan penggunaan unsur hiburan modern.

Dalam video berjudul “[LIVE] Pengajian Akbar bersama Gus Iqdam di Pacitan” yang diunggah oleh kanal youtube Gus Iqdam official, terdapat sebuah musik DJ yang dimainkan ketika acara. Musik tersebut sengaja diputar saat para hadir Sabilu Taubah menaiki panggung utama. Hal ini menuai banyak tanggapan negatif dari netizen maupun tokoh agama. Tanggapan yang diutarakan kebanyakan menekankan pada etika yang ada dalam majelis ilmu.<sup>1</sup>

Adanya musik DJ yang dimainkan dalam majelis tersebut, merupakan sebuah kebenaran. Dikutip dari detikJatim, salah satu pengurus pondok pesantren Sabilu Taubah, Ilham Burhanuddin alias Jebor membenarkan bahwa musik yang digunakan untuk mengiringi para hadir adalah musik sejenis DJ. Dia juga menegaskan bahwa musik yang digunakan merupakan musik yang telah disiapkan. Hal tersebut menunjukkan kesengajaan panitia untuk tujuan tertentu dalam memutar musik DJ ketika pengajian. Hal ini selaras dengan ungkapan Jebor bahwa pemutaran musik DJ ditujukan untuk memicu masyarakat ketertarikan masyarakat terhadap pengajian.<sup>2</sup>

Salah satu tokoh yang menanggapi kejadian tersebut adalah KH Moh Hasan Mutawakkil Alallah. Ia menyebutkan bahwa tak sepatutnya dalam sebuah pengajian memainkan musik DJ. Meskipun dari aspek agama tidak mengharamkan musik DJ, namun menurut etika majelis ilmu, hal tersebut merupakan hal yang tidak pantas dan terkesan dzalim.<sup>3</sup> Latar belakang musik DJ yang identik dengan acara minum alkohol, dugem maupun klub malam menjadikan musik DJ cenderung mengarah pada keburukan dan kemaksiatan. Oleh karena itu, meskipun tujuan dari memainkan musik DJ dalam pengajian adalah menarik masyarakat untuk

---

<sup>1</sup>“[LIVE] Pengajian Akbar bersama Gus Iqdam di Pacitan - YouTube,” diakses 6 Juni 2025, <https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=CT9OfI0r6Jc>.

<sup>2</sup>Fima Purwanti, “Penjelasan Pengurus Ponpes soal Viral Pengajian Gus Iqdam Pakai Musik DJ,” detikjatim, diakses 8 Mei 2025, <https://www.detik.com/jatim/berita/d-7776467/penjelasan-pengurus-ponpes-soal-viral-pengajian-gus-iqdam-pakai-musik-dj>.

<sup>3</sup>“Viral Pengajian dengan Musik DJ, MUI Jatim Beri Tanggapan,” NU Online, diakses 8 Mei 2025, <https://jatim.nu.or.id/metropolis/viral-pengajian-dengan-musik-dj-mui-jatim-beri-tanggapan-7fdgD>.

ikut dalam pengajian tersebut, namun dalam perspektif etika, hal tersebut tidak pantas dilakukan dalam majelis keagamaan.

Fenomena memainkan musik DJ dalam pengajian sebagaimana disorot oleh KH Moh Hasan Mutawakkil Alallah dapat dilihat sebagai bagian dari gejala komodifikasi agama dan budaya. Komodifikasi agama terjadi ketika unsur-unsur keagamaan, yang seharusnya bersifat sakral dan spiritual, diolah menjadi alat untuk menarik minat massa, bahkan dengan cara yang mengaburkan batas antara nilai-nilai religius dan budaya populer. Dalam konteks ini, musik DJ yang berasal dari budaya hiburan malam digunakan sebagai strategi untuk meningkatkan daya tarik pengajian, sehingga nilai-nilai agama berpotensi direduksi menjadi sekadar sarana konsumsi publik. Hal ini mencerminkan bagaimana agama dan budaya semakin sering diposisikan sebagai komoditas dalam ruang publik, bukan semata sebagai panduan moral dan identitas kolektif, melainkan juga sebagai alat untuk menjangkau pasar atau audiens yang lebih luas.

Kajian mengenai komodifikasi budaya telah dilakukan oleh berbagai penelitian terdahulu. Heidy Arviani dalam "Budaya Global dalam Industri Budaya: Tinjauan Madzhab Frankfurt Terhadap Iklan, Pop Culture, dan Industri Hiburan" menawarkan analisis kritis tentang transformasi budaya dalam masyarakat kapitalis modern melalui lensa Madzhab Frankfurt, khususnya teori Dialektika Pencerahan yang dikembangkan oleh Theodor Adorno dan Max Horkheimer. Fokus utama adalah bagaimana industri budaya—yang mencakup iklan, pop culture, film, musik, hingga media massa—berfungsi sebagai mesin komodifikasi yang mengubah nilai-nilai sosial, identitas, dan kesadaran individu menjadi alat untuk memperkuat hegemoni kapitalisme global.<sup>4</sup> Adorno dan Horkheimer menggarisbawahi bahwa produk budaya tidak lagi sekadar refleksi seni atau ekspresi kreatif, tetapi telah menjadi komoditas yang dirancang secara massal, distandarisasi, dan digunakan untuk menciptakan "kebutuhan palsu" yang memperdaya konsumen. Iklan, misalnya, tidak hanya menjual produk tetapi juga menanamkan citra diri dan gaya hidup yang diinternalisasi publik sebagai bagian dari identitas.<sup>5</sup> Budaya pop seperti MTV, Hollywood, atau Disneyland digambarkan

---

<sup>4</sup>Heidy Arviani, "Budaya Global Dalam Industri Budaya: Tinjauan Madzhab Frankfurt Terhadap Iklan, Pop Culture, Dan Industri Hiburan," *Global and Policy Journal of International Relations* 1, no. 02 (1 Desember 2013): 132–33, <https://doi.org/10.33005/jgp.v1i02.1993>.

<sup>5</sup>*Ibid.*, 131.

sebagai alat pengalihan yang menyamarkan ketidakadilan struktural dengan memberikan kecanduan budaya—hiburan yang menghibur tetapi menghilangkan kesadaran kritis.<sup>6</sup> Temuan jurnal ini membuka peluang untuk mengeksplorasi dinamika serupa dalam konteks agama, khususnya Islam.

Komodifikasi budaya juga dibahas oleh Yanwar Pribadi dan Zaki Ghufron yang lebih menitikberatkan pada budaya Islam kontemporer dalam "Komodifikasi Islam dalam Ekonomi Pasar: Studi Tentang Muslim Perkotaan di Banten" menunjukkan bahwa perubahan sosial-ekonomi akibat urbanisasi telah mendorong Islam menjadi bagian dari budaya konsumerisme dan pasar. Islam, dalam bentuk pengajian eksklusif, busana Muslim, hingga wisata religi, dikomodifikasi untuk memenuhi kebutuhan simbolik masyarakat kelas menengah baru.<sup>7</sup> Penelitian tersebut menggunakan pendekatan deskriptif melalui studi etnografi, dengan fokus pada transformasi budaya akibat interaksi dengan ekonomi pasar. Namun, penelitian ini lebih menitikberatkan pada aspek transformasi sosial secara umum dan belum mengkaji secara mendalam bagaimana hiburan modern dapat mengubah substansi religiusitas dalam praktik keagamaan.

Penelitian ini menawarkan kebaruan dengan menerapkan teori industri budaya dari Theodor W. Adorno untuk menganalisis komodifikasi agama dalam format hiburan modern, khususnya fenomena penggunaan musik DJ dalam pengajian Gus Iqdam di Majelis Sabilu Taubah. Pendekatan ini tidak hanya mengidentifikasi bentuk komodifikasi agama, tetapi juga mengkaji dampaknya terhadap daya kritis dan kesadaran religius jamaah. Adorno mengungkapkan bahwa dalam masyarakat modern, budaya tidak lagi berdiri sebagai ekspresi autentik nilai-nilai, melainkan menjadi komoditas yang diproduksi massal demi kepentingan pasar. Dalam kasus pengajian Gus Iqdam, musik DJ bukan sekadar hiburan, melainkan bagian dari strategi untuk mengemas nilai-nilai agama menjadi produk konsumsi budaya populer. Hal ini memperlihatkan bagaimana ritual keagamaan dapat terkomodifikasi, mengaburkan batas antara spiritualitas dan hiburan massa.

---

<sup>6</sup>*Ibid.*, 135.

<sup>7</sup>Yanwar Pribadi dan Zaki Ghufron, "Komodifikasi Islam Dalam Ekonomi Pasar: Studi Tentang Muslim Perkotaan Di Banten," *Afkaruna: Indonesian Interdisciplinary Journal of Islamic Studies* 15, no. 1 (25 Juni 2019): 85, <https://doi.org/10.18196/AIJIS.2019.0096.82-112>.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji komodifikasi agama dalam budaya Islam kontemporer melalui penerapan teori Industri Budaya Theodor W. Adorno, dengan fokus pada fenomena penggunaan musik DJ dalam pengajian Gus Iqdam. Penelitian ini juga berupaya mengungkap bagaimana hiburan modern dalam majelis ilmu menggeser nilai-nilai keagamaan menjadi komoditas budaya, serta menganalisis dampaknya terhadap kesadaran religius dan makna ibadah jamaah. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memperluas penerapan teori Adorno dalam studi keagamaan dan memberikan kontribusi kritis terhadap pemahaman dinamika budaya Islam di era industri budaya.

## **METODE PENELITIAN**

Metode yang diaplikasikan dalam penelitian ini merupakan model pendekatan kualitatif dengan landasan analisis kritis. Pendekatan ini dipilih karena mampu mengungkap makna mendalam di balik fenomena sosial dan budaya dengan sudut pandang teori Industri Budaya dari Theodor W. Adorno., khususnya dalam menganalisis praktik keagamaan yang bersinggungan dengan unsur hiburan modern yang sedang diteliti.

Data yang dianalisis bersumber dari berbagai bentuk representasi wacana publik mengenai fenomena yang dikaji, baik melalui media digital maupun referensi kepustakaan. metode pengumpulannya dilakukan melalui studi dokumentasi, diantaranya data primer didapatkan melalui dokumentasi visual berupa video yang tersedia di kanal YouTube resmi. tidak berhenti di situ, penelitian ini juga memperoleh data sekunder dari artikel berita daring serta literatur akademik yang relevan (jurnal, berita diberbagai sosial media, dan sebagainya).

Dilakukan metode analisis data inferensial terhadap sumber data yang telah dikumpulkan. Teknik ini digunakan untuk menafsirkan makna simbolik dan ideologis yang terkandung dalam penggunaan elemen hiburan dalam pengajian, serta mengaitkannya dengan konsep komodifikasi menurut Adorno. Melalui analisis ini, peneliti berupaya mengungkap dampak format hiburan terhadap kesadaran religius dan nilai spiritualitas jamaah dalam konteks budaya Islam kontemporer.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **Komodifikasi Agama dalam Budaya Islam Kontemporer**

Fenomena majelis pengajian Sabilu Taubah yang dipimpin oleh Gus Iqdam menandai sebuah perkembangan unik dalam dinamika budaya Islam kontemporer di Indonesia. Dalam beberapa dokumentasi

visual, khususnya video resmi yang diunggah melalui kanal YouTube *Gus Iqdam Official*, ditemukan bahwa acara pengajian dibuka dengan musik DJ yang menggema keras saat kelompok hadrah menaiki panggung utama. Musik ini bukanlah kejutan spontan, melainkan bagian dari format acara yang telah direncanakan dengan matang oleh panitia penyelenggara. Konfirmasi langsung datang dari Ilham Burhanuddin alias Jebor, pengurus pondok pesantren Sabilu Taubah, yang menyatakan bahwa musik DJ sengaja diputar untuk menciptakan semangat dan menarik perhatian masyarakat terutama generasi muda agar tertarik mengikuti pengajian tersebut.<sup>8</sup>

Temuan ini menunjukkan bahwa musik DJ digunakan bukan semata sebagai hiburan, melainkan sebagai strategi komunikasi religius yang bertujuan menarik massa. Gaya pengajian seperti ini dengan cepat mendapatkan popularitas di media sosial dan platform digital lainnya. Pengajian Gus Iqdam tidak hanya berlangsung secara luring, tetapi juga dirancang untuk menjadi event yang layak tonton, dibagikan, dan bahkan diviralkan. Format video yang digunakan dengan kualitas sinematik, audio profesional, dan editing modern memastikan bahwa dakwah tidak sekadar disampaikan, tetapi juga dikonsumsi layaknya produk budaya visual.<sup>9</sup> Hal ini diperkuat dengan penyebaran cuplikan-cuplikan pendek melalui TikTok dan Instagram, serta pembentukan identitas visual khas dalam bentuk logo, merchandise, dan simbol komunitas. Jamaah yang hadir dalam pengajian sering kali memadati lokasi dengan atribut seragam bertuliskan “Sabilu Taubah”, menjadikan pengajian lebih dari sekadar kegiatan spiritual, melainkan juga pengalaman sosial yang dibingkai dalam format budaya populer.

Namun, pendekatan ini juga menuai kritik dari banyak pihak, khususnya tokoh-tokoh agama. KH Moh Hasan Mutawakkil Alallah menilai bahwa pemutaran musik DJ dalam pengajian tidak sesuai dengan etika majelis ilmu.<sup>10</sup> Meskipun tidak secara eksplisit diharamkan. Menurut beliau, penggunaan musik yang memiliki asosiasi kuat dengan klub malam, dugem, dan dunia hiburan profan merupakan tindakan yang kurang bijak dalam konteks ruang sakral seperti pengajian. Kritikan senada datang dari Islah Bahrawi yang menyebut bahwa gaya pengajian

---

<sup>8</sup>Purwanti, “Penjelasan Pengurus Ponpes soal Viral Pengajian Gus Iqdam Pakai Musik DJ.”

<sup>9</sup> “[LIVE] Pengajian Akbar bersama Gus Iqdam di Pacitan - YouTube.”

<sup>10</sup> “Viral Pengajian dengan Musik DJ, MUI Jatim Beri Tanggapan.”

Gus Iqdam menjual “gemuruh panggung” dan menjadikan agama sebagai alat pencitraan demi popularitas.<sup>11</sup>

Dalam kerangka teoritis, fenomena ini menunjukkan bentuk komodifikasi agama sebagaimana dijelaskan oleh Theodor W. Adorno dalam teori *Industri Budaya (Culture Industry)*. Adorno menekankan bahwa dalam masyarakat kapitalistik lanjut, budaya tidak lagi diciptakan sebagai bentuk ekspresi kebebasan atau kontemplasi, tetapi diproduksi secara massal untuk dikonsumsi dalam logika pasar. Budaya menjadi standar, dapat diprediksi, dan tunduk pada hukum penawaran-permintaan.<sup>12</sup> Dalam konteks ini, pengajian Gus Iqdam tidak lagi semata sebagai forum keilmuan atau spiritualitas, tetapi berubah menjadi produk budaya yang dikemas menarik agar bisa dikonsumsi oleh publik luas.

Adorno menyebut produk budaya yang telah dikomodifikasi sebagai sarana penciptaan “kebutuhan palsu” yaitu kebutuhan yang dibentuk agar publik terus mengkonsumsi tanpa menyadari kehilangan nilai intrinsik dari objek yang dikonsumsi. Ketika pengajian menjadi format visual yang dirancang untuk memancing viralitas dan keterlibatan digital, substansi keagamaan digeser oleh estetika dan sensasi. Musik DJ yang dipilih bukan untuk meningkatkan makna spiritual, melainkan untuk membangun atmosfer yang dapat memikat dan menstimulasi audiens secara emosional. Ini sejalan dengan yang disebut Adorno sebagai “narkotika budaya” (*cultural narcotics*), yakni hiburan yang meninabobokan publik dan menjauhkan mereka dari kesadaran kritis terhadap realitas sosial dan spiritual.

Dalam sudut pandang Adorno, simbol-simbol keagamaan yang diproduksi dan dikonsumsi dalam kerangka industri budaya mengalami kehilangan aura, yaitu nilai keunikan dan kedalaman makna transendental. Dalam hal ini, pengajian sebagai ritual yang seharusnya sarat makna sakral direduksi menjadi tontonan. Ketika musik DJ, lighting, sound system, panggung yang megah, dan visual sinematik menjadi elemen utama dalam pengajian, maka konten keagamaan tidak lagi berdiri sebagai titik utama, melainkan sebagai latar atau pelengkap

---

<sup>11</sup>Septina Ayu Handayani, “Islah Bahrawi Kritik Pengajian Gus Iqdam di Pacitan Pakai Musik DJ: Jual Gemuruh Panggung - Ayo Indonesia - Halaman 2,” *Islah Bahrawi Kritik Pengajian Gus Iqdam di Pacitan Pakai Musik DJ: Jual Gemuruh Panggung - Ayo Indonesia - Halaman 2*, diakses 8 Mei 2025, <https://www.ayoindonesia.com/nasional/0114565318/islah-bahrawi-kritik-pengajian-gus-iqdam-di-pacitan-pakai-musik-dj-jual-gemuruh-panggung?page=2>.

<sup>12</sup>Arviani, “Budaya Global Dalam Industri Budaya,” 130.

dari sebuah *event* besar. Akibatnya, nilai keagamaan menjadi simbol populer yang bisa dipakai, dibagikan, atau dikonsumsi, seperti layaknya produk komersial lainnya.

Akhirnya, fenomena ini menunjukkan bahwa majelis ilmu dalam budaya Islam kontemporer tidak lagi steril dari pengaruh pasar, estetika populer, dan ekspektasi publik. Penggunaan musik DJ dalam pengajian bukan sekadar inovasi bentuk dakwah, tetapi merupakan cerminan dari pergeseran nilai-nilai spiritual menjadi nilai tukar budaya. Ini adalah proses di mana agama kehilangan otonomi maknanya dan menjadi bagian dari sistem produksi simbolik yang ditentukan oleh pasar sosial dan digital. Seperti yang dikemukakan Adorno, agama yang telah terindustrialisasi kehilangan kemampuannya untuk menjadi ruang kritik terhadap ketidakadilan dan kehilangan fungsinya sebagai medan transendensi—dan sebaliknya menjadi alat reproduksi ideologi dominan dan konsumsi budaya massa.<sup>13</sup>

### **Komodifikasi Agama dalam Perspektif Theodor W. Adorno: Telaah Kritis Industri Budaya**

Dalam masyarakat kapitalis lanjut, agama mengalami transformasi mendasar: dari sistem nilai yang bersifat transendental dan spiritual menjadi objek produksi dan konsumsi massal. Fenomena ini tidak berdiri sendiri, tetapi merupakan hasil dari proses panjang industrialisasi simbol dan budaya, sebagaimana dikritisi secara tajam oleh Theodor W. Adorno dalam teori industri budaya. Teori ini bukan hanya kritik terhadap produksi budaya dalam masyarakat kapitalis, tetapi juga merupakan cermin bagaimana kesadaran kolektif termasuk spiritualitas telah direduksi menjadi sekadar komoditas. Komodifikasi agama menjadi fenomena penting dalam diskursus kontemporer karena agama kini tak hanya hadir dalam ruang privat, tetapi juga dalam ruang publik dengan wajah yang dikemas, dipoles, dan dijual.

#### **1. Industrialisasi Budaya dan Reduksi Makna**

Adorno dan Horkheimer dalam *Dialectic of Enlightenment* memperkenalkan istilah industri budaya untuk menggambarkan bagaimana produk budaya diproduksi secara sistematis dan massal oleh kekuatan ekonomi dominan. Dalam konteks ini, seni dan budaya tidak lagi diciptakan untuk ekspresi atau emansipasi, melainkan untuk dijual, dikonsumsi, dan direproduksi dalam skema kapitalistik.

---

<sup>13</sup>Pribadi dan Ghufron, “Komodifikasi Islam Dalam Ekonomi Pasar,” 84.

"Kebudayaan bukan lagi refleksi atas pengalaman manusia, tetapi menjadi instrumen untuk memperkuat struktur kekuasaan yang ada," tulis Adorno.<sup>14</sup> Maka tidak mengherankan apabila simbol-simbol keagamaan juga turut diproduksi dengan logika yang sama. Agama yang dahulu menjadi pembebas kini menjadi peneguh sistem dominasi yang halus.

Dalam artikel "Industri Budaya: Pencerahan sebagai Penipuan Massal," Adorno menyatakan bahwa produk budaya telah distandarisasi, direkayasa agar sesuai dengan selera massa, dan dalam prosesnya, kehilangan kualitas kritis dan otonomi artistik.<sup>15</sup> Logika ini juga berlaku pada praktik keagamaan kontemporer, di mana dakwah, ritus, hingga atribut simbolik agama direduksi menjadi konsumsi visual dan performatif.

## 2. Agama dalam Masyarakat Konsumen

Transformasi fungsi agama dari sistem nilai menuju entitas visual dapat dijelaskan melalui konsep komodifikasi. Naili Illiyyun menunjukkan bagaimana media sosial telah menjadi ruang utama di mana nilai-nilai agama mengalami pergeseran makna. Agama tampil bukan sebagai sistem yang mengarahkan hidup, tetapi sebagai "gaya hidup" yang ditampilkan dalam estetika konten digital.<sup>16</sup>

Akun-akun media sosial seperti Instagram dan TikTok mengemas dakwah dalam bentuk konten yang menarik dan mudah dicerna, lengkap dengan desain visual yang trendi. Dalam logika ini, spiritualitas dikonstruksi sebagai performa. Tokoh agama berubah menjadi influencer, sedangkan ceramah berubah menjadi konten viral yang dipasarkan melalui endorsement dan monetisasi algoritma. Hal ini menandakan bagaimana nilai-nilai agama diproduksi ulang dalam sistem industri budaya, di mana kebermaknaan digantikan oleh visibilitas dan engagement.

Fakhruroji menambahkan bahwa globalisasi dan privatisasi telah menjadikan agama kehilangan kekuatan sosialnya, bergeser ke ranah

---

<sup>14</sup>Max Horkheimer dan Theodor W. Adorno, *Dialektika Pencerahan* (IRCISOD, t.t.), 13.

<sup>15</sup>*Ibid.*, 15.

<sup>16</sup>Naili Ni'matul Illiyyun, "Commodification of Religion and Pop Culture on Social Media: Netnographic Studies," *Jurnal Penelitian*, 20 November 2018, 15, <https://doi.org/10.28918/jupe.v15i2.1643>.

privat dan individu.<sup>17</sup> Akibatnya, agama menjadi lemah dalam menawarkan kritik sosial maupun transformasi struktural. Maka, ketika agama tampil di ruang publik, ia tidak tampil sebagai kekuatan etis-transformatif, melainkan sebagai simbol gaya hidup kelas menengah urban.

### 3. Praktik Komodifikasi Agama: Studi Kasus

Proses komodifikasi agama tidak bersifat abstrak. Ia termaterialisasi dalam berbagai bentuk:

#### a. Dakwah sebagai Konten

Studi yang dilakukan oleh Yoga Walanda dan Catur Nugroho mengenai desain kaos "Keepers of the Deen" mengungkap bagaimana pesan-pesan religius dikemas dalam simbol visual yang menarik pasar.<sup>18</sup> Dakwah, dalam hal ini, disusun seperti iklan: ringkas, menarik, dan mudah viral. Simbol keagamaan menjadi elemen estetis, bukan etik.

#### b. Film Religi dan Musik Islami

Dalam industri hiburan, film seperti *Ayat-Ayat Cinta* atau *99 Cahaya di Langit Eropa* mengusung tema agama namun dikemas dengan dramatisasi dan estetika yang menasar pasar luas. Adorno menyebut gejala ini sebagai pseudospirituality: kesan mendalam tanpa kedalaman. Musik religi pun hadir setiap Ramadan sebagai tradisi komersial, bukan spiritual.

#### c. Busana Muslim dan Identitas Konsumen

Busana muslimah kini tidak hanya menjadi simbol keimanan, tetapi juga prestise dan selera. Produk seperti gamis premium, hijab syar'i bermerk, dan parfum sunnah merepresentasikan fenomena branding of piety—di mana iman dijual bersama estetika kapitalis.

### 4. Kritik Adorno terhadap Rasionalitas Instrumental

Di sinilah letak kritik mendalam Adorno: kapitalisme tidak hanya mengatur ekonomi, tetapi juga kesadaran. Rasionalitas dalam masyarakat modern bukan lagi substantive reason (rasio nilai),

---

<sup>17</sup>Moch Fakhruroji, "Komodifikasi Agama Sebagai Masalah Dakwah," *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies* 5, no. 16 (2010): 2, <https://doi.org/10.15575/idajhs.v5i16.352>.

<sup>18</sup>Ahmat Kori dan Sidik Al Kahfi, "Mediatisasi Hadis Dalam Bentuk Kaos Islami," *Al-Furqan: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya* 3, no. 6 (28 Desember 2024): 5, <https://publisherqu.com/index.php/Al-Furqan/article/view/1813>.

melainkan instrumental reason, di mana segala sesuatu dinilai berdasarkan kegunaan atau nilai tukarnya.

Dalam kerangka ini, agama dinilai bukan karena substansi etikanya, melainkan karena kemampuannya menarik massa, viral, atau menguntungkan. Agama menjadi sarana, bukan tujuan. Adorno melihat proses ini sebagai bentuk alienasi manusia dari potensi pembebasannya.<sup>19</sup>

Lebih jauh, Adorno dalam esainya *Culture Industry Reconsidered* mengkritik bahwa media massa tidak lagi melayani kebutuhan otentik manusia, melainkan menciptakan kebutuhan palsu (false needs) untuk mendukung keberlangsungan kapitalisme.<sup>20</sup> Dalam konteks ini, agama dipaksa tunduk pada logika industri budaya yang menuntut efisiensi, popularitas, dan daya jual.

##### 5. Ketegangan antara Keotentikan dan Popularitas

Fenomena ini menimbulkan ketegangan antara ekspresi keagamaan yang otentik dan bentuk religiositas yang populer. Banyak praktik keagamaan modern dikritik karena bersifat dangkal, estetis, dan tidak mencerminkan nilai-nilai etik yang mendalam. Namun tidak sedikit pula yang melihat ini sebagai bentuk dakwah adaptif di era digital.

Di sinilah pentingnya evaluasi kritis: bukan untuk menolak seluruh ekspresi populer agama, tetapi untuk menguji apakah ekspresi tersebut mendorong emansipasi atau justru melanggengkan keterasingan. Sebagaimana dinyatakan Lawrence dan Phillips, industri budaya memerlukan pendekatan manajerial dan teoretis baru yang mampu memahami dinamika kompleks antara simbol, pasar, dan produksi makna.<sup>21</sup>

##### 6. Rekonstruksi Spiritualitas dan Perlawanan Simbolik

Meskipun kritik Adorno cenderung pesimis, namun ia membuka ruang penting bagi rekonstruksi spiritualitas di era industri budaya.

<sup>19</sup>Horkheimer dan Adorno, *Dialektika Pencerahan*, 16.

<sup>20</sup>Theodor W. Adorno, "1 'Culture Industry Reconsidered,'" dalam *Media Studies: A Reader*, ed. oleh Sue Thornham, Caroline Bassett, dan Paul Marris (Edinburgh University Press, 2009), 18, <https://www.degruyterbrill.com/document/doi/10.1515/9781474473231-003/pdf?licenseType=restricted>.

<sup>21</sup>"Understanding Cultural Industries - Thomas B. Lawrence, Nelson Phillips, 2002," 430-32, diakses 6 Juni 2025, <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1056492602238852>.

Agama tidak harus menolak seluruh modernitas atau media, tetapi harus mempertahankan kapasitas reflektifnya. Dakwah dan produk budaya religius harus menyimpan kedalaman makna, bukan hanya tampilan.

Kritik Adorno mendorong kita untuk mengembalikan fungsi agama sebagai kritik sosial dan emansipatoris. Media bisa menjadi alat pembebasan jika tidak sepenuhnya tunduk pada logika pasar. Spiritualitas dapat tetap hidup, tetapi ia harus sadar diri terhadap bahaya kooptasi simbolik.

#### Menghidupkan Agama di Tengah Industri Budaya

Dalam dunia yang didominasi oleh tanda, simbol, dan citra, tantangan terbesar agama adalah menjaga keotentikannya. Komodifikasi tidak dapat dihindari sepenuhnya, tetapi dapat dikritisi dan diawasi. Dengan menggunakan pisau analisis Adorno, kita dapat melihat bahwa komodifikasi agama bukan hanya soal pasar, tetapi tentang bagaimana makna spiritual direproduksi dalam masyarakat yang semakin didikte oleh algoritma, profit, dan estetika.

Sebagai penutup, agama perlu kembali menjadi kekuatan yang membebaskan, bukan hanya simbol yang dikonsumsi. Kritik terhadap industri budaya bukan untuk menolak media, tetapi untuk mengarahkan kita pada pemanfaatan media yang membebaskan—di mana agama tidak hanya ditampilkan, tetapi dihidupi.

### **Pengaruh Format Hiburan terhadap Daya Kritis dan Kesadaran Religius Jamaah**

Fenomena penggunaan musik DJ dalam pengajian yang diselenggarakan oleh Majelis Sabilu Taubah dengan tokoh sentral Gus Iqdam tidak hanya menjadi polemik etis dan teologis, tetapi juga menimbulkan konsekuensi sosiologis dan psikologis terhadap jamaah. Dalam konteks ini, penting untuk menganalisis bagaimana format hiburan tersebut yang menyisipkan elemen musik yang berasal dari budaya populer dan dunia hiburan malam berpengaruh terhadap dua aspek krusial dalam kehidupan keagamaan: daya kritis dan kesadaran religius.

Melalui kerangka teori Industri Budaya dari Theodor W. Adorno, dapat dipahami bahwa ketika ruang keagamaan dipenuhi oleh elemen hiburan yang dikemas secara estetis dan sensasional, terjadi apa yang disebut sebagai kekaburan makna. Adorno menegaskan bahwa dalam masyarakat industri budaya, elemen-elemen seni dan religiusitas tidak

lagi berdiri pada nilai autentiknya, melainkan dijadikan objek konsumsi massal demi keterjangkauan dan daya tarik pasar. Dalam hal ini, dakwah tidak lagi menjadi ruang reflektif untuk merenungi relasi manusia dengan Tuhan, melainkan dikemas layaknya panggung pertunjukan yang bertujuan menghadirkan keterlibatan emosi sesaat.<sup>22</sup>

Kehadiran musik DJ dalam pembukaan pengajian berfungsi sebagai pemicu suasana dan menciptakan atmosfer kolektif yang merangsang antusiasme jamaah. Namun, euforia emosional semacam ini memiliki potensi besar untuk menggeser perhatian dari substansi pesan keagamaan yang disampaikan. Jamaah tidak lagi datang dengan niat utama untuk tafaqquh fiddin atau mendalami ilmu agama secara mendalam, tetapi terdorong oleh atmosfer hiburan yang dikemas dalam bentuk visual dan audio yang menghibur. Dalam kondisi demikian, pengalaman spiritual berubah menjadi pengalaman estetis. Jamaah menjadi penonton, bukan peserta aktif dalam majelis ilmu yang seharusnya mengedepankan keheningan batin dan kontemplasi.

Kritik tajam Adorno terhadap industri budaya juga mencakup aspek hilangnya kesadaran kritis (*critical consciousness*) dalam diri konsumen budaya. Dalam konteks pengajian hiburan, daya kritis jamaah terhadap isi ceramah, konteks sosial, dan nilai-nilai keagamaan melemah karena diselimuti oleh suasana yang menyenangkan, ringan, dan menyenangkan. Format hiburan ini menciptakan narkotika budaya, di mana peserta majelis lebih fokus pada pengalaman emosional dan kesan visual daripada pada pencapaian makna transendental. Mereka merasa terlibat, padahal keterlibatan itu bersifat pasif dan tidak membawa mereka pada transformasi batin.<sup>23</sup>

Lebih dari itu, kesadaran religious yakni kesadaran eksistensial atas hubungan vertikal manusia dengan Tuhan berisiko tergantikan oleh kesadaran semu yang dibentuk oleh logika konsumsi. Musik DJ, sebagai representasi dunia hiburan sekuler, membawa simbolisme yang tidak kompatibel dengan sakralitas ruang keagamaan. Ketika simbol-simbol profan masuk dan mendominasi ruang yang seharusnya suci, maka makna ritual keagamaan mengalami desakralisasi. Ibadah berubah menjadi acara, dan acara berubah menjadi tontonan. Ini selaras dengan gagasan Adorno bahwa dalam sistem industri budaya, agama kehilangan

---

<sup>22</sup>Max Horkheimer, Theodor Wiesengrund Adorno, dan Gunzelin Schmid Noerr, *Dialectic of Enlightenment: Philosophical Fragments*, Cultural Memory in the Present (Stanford (Calif.): Stanford university press, 2002), 15.

<sup>23</sup>Arviani, "Budaya Global Dalam Industri Budaya," 135.

auranya karena direproduksi dalam konteks yang tidak lagi mendukung kesakralannya.

Strategi ini mungkin dianggap efektif dari sudut pandang komunikasi massa yakni menarik perhatian publik, menjangkau lebih banyak jamaah, dan memviralkan dakwah tetapi dari sudut pandang spiritualitas dan etika majelis ilmu, hal ini menjadi kontraproduktif. Gus Iqdam dan tim penyelenggara tampaknya memahami bahwa daya tarik visual dan audio merupakan sarana untuk mendekatkan agama kepada generasi muda yang hidup dalam budaya digital. Namun, mereka tampaknya mengabaikan fakta bahwa agama tidak hanya membutuhkan keterjangkauan, tetapi juga kedalaman.

Di sinilah muncul persoalan mendasar: ketika agama dibentuk oleh selera pasar, maka batas antara kebenaran spiritual dan kenyamanan emosional menjadi kabur. Jamaah tidak lagi dilatih untuk berpikir kritis terhadap realitas sosial, ekonomi, dan politik yang melingkupi keberagamaan mereka. Sebaliknya, mereka dijinakkan oleh narasi-narasi positif yang menyenangkan hati, tetapi tidak menggugah nurani. Mereka lebih mudah tersentuh oleh dentuman bass dan lampu panggung daripada pesan moral dan nilai-nilai spiritual dalam ceramah. Inilah kondisi yang disebut Adorno sebagai false needs kebutuhan palsu yang ditanamkan oleh sistem untuk menjaga stabilitas ideologis dan sosial tanpa mendorong perubahan struktural.

Dengan demikian, format hiburan dalam majelis pengajian Sabilu Taubah bukan hanya membawa nuansa baru dalam dakwah, tetapi juga membawa risiko serius dalam membentuk generasi yang religius secara superfisial, tetapi miskin refleksi. Keterlibatan jamaah dalam pengajian menjadi bersifat performatif dan instan, bukan proses panjang yang menuntut perenungan dan perubahan diri. Kehadiran musik DJ menjadi simbol dari pergeseran orientasi majelis ilmu: dari ruang sakral yang menginspirasi spiritualitas, menjadi panggung populer yang membius kesadaran kritis.

## **KESIMPULAN**

Penerapan teori industri budaya Theodor W. Adorno dalam mengkaji komodifikasi agama pada format hiburan modern, khususnya penggunaan musik DJ dalam pengajian Gus Iqdam di Majelis Sabilu Taubah yang menghasilkan beberapa temuan penting.

Pertama, musik DJ dalam pengajian tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetis untuk menarik jamaah, tetapi juga menjadi simbol

komodifikasi agama, di mana nilai-nilai religius ‘dikemas’ sebagai produk konsumsi budaya populer demi kepentingan pasar.

Kedua, pendekatan Adorno mengungkap bahwa format hiburan semacam ini berpotensi mereduksi makna sakral ritual keagamaan, sehingga jamaah cenderung mengalami penurunan daya kritis; mereka lebih terfokus pada sensasi emosional dan aspek visual ketimbang refleksi spiritual yang mendalam.

Ketiga, praktik ini menunjukkan bahwa ritual keagamaan dapat kehilangan otonomi maknanya ketika tunduk pada logika industri budaya, yang pada akhirnya mengaburkan batas antara spiritualitas dan hiburan massa. Dengan demikian, penelitian ini membuka wawasan baru mengenai bagaimana komodifikasi agama dapat dipahami melalui lensa industri budaya, sekaligus menegaskan pentingnya menjaga integritas dan kedalaman makna ritual keagamaan dalam konteks media dan hiburan modern.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adorno, Theodor W. “1 ‘Culture Industry Reconsidered.’” Dalam *Media Studies: A Reader*, disunting oleh Sue Thornham, Caroline Bassett, dan Paul Marris, 15–21. Edinburgh University Press, 2009. <https://www.degruyterbrill.com/document/doi/10.1515/9781474473231-003/pdf?licenseType=restricted>.
- Arviani, Heidy. “Budaya Global Dalam Industri Budaya: Tinjauan Madzhab Frankfurt Terhadap Iklan, Pop Culture, Dan Industri Hiburan.” *Global and Policy Journal of International Relations* 1, no. 02 (1 Desember 2013). <https://doi.org/10.33005/jgp.v1i02.1993>.
- Fakhruroji, Moch. “Komodifikasi Agama Sebagai Masalah Dakwah.” *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies* 5, no. 16 (2010): 1–18. <https://doi.org/10.15575/idajhs.v5i16.352>.
- Handayani, Septina Ayu. “Islah Bahrawi Kritik Pengajian Gus Iqdam di Pacitan Pakai Musik DJ: Jual Gemuruh Panggung - Ayo Indonesia - Halaman 2.” Islah Bahrawi Kritik Pengajian Gus Iqdam di Pacitan Pakai Musik DJ: Jual Gemuruh Panggung - Ayo Indonesia - Halaman 2. Diakses 8 Mei 2025. <https://www.ayoindonesia.com/nasional/0114565318/islah->

- bahrawi-kritik-pengajian-gus-iqdam-di-pacitan-pakai-musik-dj-jual-gemuruh-panggung?page=2.
- Horkheimer, Max, dan Theodor W. Adorno. *Dialektika Pencerahan*. IRCISOD, t.t.
- Horkheimer, Max, Theodor Wiesengrund Adorno, dan Gunzelin Schmid Noerr. *Dialectic of Enlightenment: Philosophical Fragments*. Cultural Memory in the Present. Stanford (Calif.): Stanford university press, 2002.
- Illiyyun, Naili Ni'matul. "Commodification of Religion and Pop Culture on Social Media: Netnographic Studies." *JURNAL PENELITIAN*, 20 November 2018, 89. <https://doi.org/10.28918/jupe.v15i2.1643>.
- Kori, Ahmat, dan Sidik Al Kahfi. "MEDIATISASI HADIS DALAM BENTUK KAOS ISLAMI." *Al-Furqan: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya* 3, no. 6 (28 Desember 2024): 2763–75. <https://publisherqu.com/index.php/Al-Furqan/article/view/1813>.
- "[LIVE] Pengajian Akbar bersama Gus Iqdam di Pacitan - YouTube." Diakses 6 Juni 2025. <https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=CT9Of10r6Jc>.
- NU Online. "Viral Pengajian dengan Musik DJ, MUI Jatim Beri Tanggapan." Diakses 8 Mei 2025. <https://jatim.nu.or.id/metropolis/viral-pengajian-dengan-musik-dj-mui-jatim-beri-tanggapan-7fdgD>.
- Pribadi, Yanwar, dan Zaki Ghufron. "Komodifikasi Islam Dalam Ekonomi Pasar: Studi Tentang Muslim Perkotaan Di Banten." *Afkaruna: Indonesian Interdisciplinary Journal of Islamic Studies* 15, no. 1 (25 Juni 2019): 82–112. <https://doi.org/10.18196/AIJIS.2019.0096.82-112>.
- Purwanti, Fima. "Penjelasan Pengurus Ponpes soal Viral Pengajian Gus Iqdam Pakai Musik DJ." *detikjatim*. Diakses 8 Mei 2025. <https://www.detik.com/jatim/berita/d-7776467/penjelasan-pengurus-ponpes-soal-viral-pengajian-gus-iqdam-pakai-musik-dj>.
- "Understanding Cultural Industries - Thomas B. Lawrence, Nelson Phillips, 2002." Diakses 6 Juni 2025. <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1056492602238852>.