

BUDAYA LAYAR DAN POLITIK IDENTITAS MUSLIM URBAN (Studi Pada Kelompok Muda Muslim Kota Ambon)

Abdul Manaf Tubaka, Rasniati Kamala
Dosen pada Jurusan Sosiologi Agama IAIN Ambon
Mahasiswa Jurusan Sosiologi Agama IAIN Ambon
email: amtubaka@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan jawaban atas empat pertanyaan penelitian. Bagaimana Budaya Layar (Film, Media Sosial Facebook, Twiter, dan musik mempengaruhi Identitas muslim Urban kota Ambon? Bagaimana Artikulasi identitas Muslim kota Ambon dalam berhubungan dengan budaya Layar? Faktor-Faktor apa saja yang mempengaruhi artikulasi identitas muslim urban kota Ambon? Bagaimana dampak yang ditimbulkan dari pengaruh budaya layar terhadap artikulasi identitas kelompok muslim urban kota Ambon ?

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif (*qualitative research method*) dengan pendekatan *verstehen* atau *understanding* untuk menggali dari dalam (*Inside View*) nilai atau makna yang bersumber dari subjek penelitian melalui kelompok muda muslim urban yang ditemui di ruang-ruang publik yang ada di kota Ambon.

Data diperoleh melalui Observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi. Analisis data diawali dengan membuat abstraksi, membuat kategorisasi, pemberian kode, pemeriksaan keabsahan data, kemudian menginterpretasikan data dan menarik kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, pertama, Budaya Layar sangat mempengaruhi Identitas muslim urban di kota Abon. Kedua, Pengaru itu berkaitan dengan respon identitas muslim urban yang dinamis dari pemaknaan yang dikonstruksi. Ketiga, Selera dan gengsi sebagai faktor yang mempengaruhi artikulasi identitas muslim urban kota Ambon. Keempat, Budaya Layar sebagai budaya populer atau budaya massa tentu akan memberikan dampak positif maupun negatif bagi artikulasi identitas muslim urban kota dengan pemaknaan yang dinamis .

Key Word: *Budaya Layar, Politik Identitas, Kelompok Muda Muslim Urban*

Screen Culture and Urban Muslim Identity Politics
(Studies in Muslim Youth Group of the city of Ambon)

Abdul Manaf Tubaka, Rasniati Kamala
Dosen pada Jurusan Sosiologi Agama IAIN Ambon
Mahasiswa Jurusan Sosiologi Agama IAIN Ambon
email: amtubaka@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to find answers to the four questions of the study. How Culture Screen (Film, Social Media Facebook, Twiter, and music affect Identity Muslims Urban Ambon? How articulation of Muslim identity Ambon city in dealing with cultural Screen? Factors that influence the articulation of Islamic identity in the urban city of Ambon? What impact arising from the culture influence of the screeen on the articulation of group identity Ambon city urban Muslims?

This study uses qualitative research methods (qualitative research method) approach *verstehen* or understanding to explore from the inside (Inside View) value or meaning derived from research subjects through a group of young Muslims urban encountered in public spaces in the city of Ambon.

Data obtained through observation, interview and documentation. Data analysis begins with making abstraction, making categorization, coding, data validity checking, and interpret data and draw conclusions.

The results showed that, first, Cultural Identity screen is greatly influenced urban Muslims in the city Abon. Second, it is concerned with the response Pengaru Muslim identity of the urban dynamic of signification constructed. Third, tastes and prestige as a factor affecting articulation of Muslim identity of the urban city of Ambon. Fourth, Screen Culture as popular culture or mass culture will certainly give a positive and negative impact for the articulation of Muslim identity symbolize the urban dynamic.

Key Word: Screen Culture, Identity Politics, Muslim Youth Group of the Urban

PENDAHULUAN

Globalisasi telah mencairkan batas-batas budaya suatu masyarakat. Mobilitas orang dan barang telah memberikan implikasi yang luas bagi identitas agama dan budaya. Kebudayaan telah mengalami redefinisi dimana mobilitas orang dan barang-barang modernitas telah masuk di ruang-ruang budaya masyarakat yang paling privasi sekalipun. Televisi, Medsos telah menjadi barang konsumsi sehari-hari. Mulai dari anak-anak sampai pada orang dewasa. Proses peniruan tak dapat dihindari akibat dari ruang perjumpaan budaya yang begitu massif. Dulu identifikasi alat-alat musik maupun pilihan sekolah di Maluku terstigmatisasi ke dalam kategori *katong* dan *kamong*.¹ Bahkan sewaktu kecil, ketika seseorang ingin bermain gitar, dianggap sebagai simbol penjajah yang perlu dihindari. Realitas semacam ini juga terjadi dalam skala nasional maupun internasional. Tetapi lain halnya dengan situasi sekarang ini, di mana industri media telah melahirkan model realitas yang berbeda sama sekali, bahkan telah membuat dunia dengan batas-batas geografisnya telah menjadi sebuah desa global dengan beragam implikasi di dalamnya. Untuk itu, habitus mengalami redefinisi secara luas dalam seting sejarah kelompok masyarakat tertentu, terutama kalangan muda muslim urban.

Ariel Heryanto mengatakan bahwa ditengah ekspansi industri media global maupun nasional belum pernah sehebat sekarang, juga jejaring global media sosial, kebanyakan pertempuran ideologis untuk mengisi kekosongan posisi hegemonik

¹ Dialek Ambon yang menekankan pada aspek identifikasi agama, kelompok ataupun aliran keagamaan. Istilah ini mengandung makna jamak. Istilah ini sering hadir dalam perjumpaan di ruang publik maupun di ruang-ruang agama maupun kelompok tersendiri. Istilah ini secara psikologis, membedakan secara jelas identitas diri dari setiap orang dalam berinteraksi dengan orang lain.

kekuasaan terjadi di arena budaya populer, dalam berbagai bentuknya, dan dirancang dengan sasaran kaum profesional yang sedang berada di tengah-tengah karir mereka, serta kaum muda perkotaan yang tengah melonjak jumlahnya. Kelompok-kelompok sosial ini hanya merupakan bagian kecil saja dari 220 juta penduduk Indonesia, dan mereka tidak mewakili aspirasi sebagian besar masyarakat penduduk Indonesia. Namun jumlah mereka bertambah, dan suara mereka amat lantang di ruang publik.²

Intensitas masyarakat dalam bersentuhan dengan industri media membuat ruang identitas agama dan budaya mengalami penafsiran ulang khususnya pada kelompok muda urban kota. Kelompok muda muslim urban menjadi suatu ruang kajian dari relasi-relasi sosial yang bertumpu pada budaya layar (*screen culture*). Fenomena ini menjadi suatu diskursus dalam kajian ilmu sosial. Identitas seseorang akan mengalami redefinisi identitas yang bisa dalam dua bentuk, pertama, memperkuat identitas sembari menikmati budaya layar yang memberikan kenikmatan tersendiri bagi kebutuhan hidup akan rekreasi, waktu luang dengan mendengar musik, menonton film dan juga berselancar dalam dunia media sosial. Bentuk pertama memberikan ruang bagi artikulasi identitas secara jelas, tetapi pada saat bersamaan, dapat menikmati unsur-unsur budaya layar yang datang dari industri media. Proses semacam ini dapat berimplikasi pada mencairnya identitas dengan pembauran melalui mekanisme asimilasi dan akulturasi.

Dampak lajunya industri media telah menggugat pengetahuan identitas agama dan budaya yang dulu di pegang oleh masyarakat di pedesaan. Masyarakat Islam pedesaan masih secara ketat membedakan simbol-simbol agama dan budaya yang diidentifikasi ke dalam yang Islami dan bukan Islami atau kafir. Misalnya, trend anak-anak muda yang ingin bermain gitar atau alat musik yang lain masih di anggap sebagai entitas dari kelompok penjajah yang kafir. Kecuali gambus atau kasida yang dianggap membawa simbol-simbol Islam. Fenomena ini memberikan model kategori selera musik di kota Ambon pada lagu-lagu kasida menjadi milik orang Islam dan musik pop menjadi milik atau tetapnya identik dengan orang Kristen Ambon.

Ketegangan sosial keagamaan dilihat sebagai habitus yang tercipta selama dua dekade bangsa ini di bawah pemerintahan orde baru. Karena itu, pola interaksi sosial keagamaan mengalami ketegangan yang bertumpu pada identitas yang serba kaku pula. Setiap kelompok etnis menjaga identitas budaya mereka dari berbagai dominasi dan hegemoni budaya luar. Proses semacam ini menghasilkan pandangan yang keliru terhadap etnisitas yang lain. Stereotif menjadi kenyataan yang terus hidup di tengah masyarakat akibat sikap dan pemikiran yang etnosentrisme.

Padahal, ruang artikulasi kepentingan identitas etnis mengalami pencairan seiring dengan arus globalisasi yang begitu kuat. Pertemuan antar etnis dengan segala derivasi identitas agama dan budaya mengalami intensitas perjumpaan yang massif. Hal ini diperkuat oleh ledakan kemajuan teknologi transportasi dan informasi, sehingga menjadikan ruang agama dan budaya mau tidak mau harus mengalami tafsiran yang sesuai dengan selera perkembangan jaman itu sendiri. Hadirnya teknologi media sosial facebook, twitter, film dan musik telah menjadi sarana mimikri sebagaimana dielaborasi oleh Homi K Bhaba.³

Kajian dalam penelitian ini, ingin melepaskan ruang diskursus semacam itu. Sebab tantangan globalisasi dengan hadirnya dunia virtual yang digandrungi oleh

² Ariel Heryanto, *Identitas dan Kenikmatan: Politik Budaya Layar Indonesia*, (Jakarta, KPG:2015).h. 2

³ Homi K Bhaba, *Identitas*, (Yogyakarta, Kanisius: 2005). H. 5

masyarakat dunia, telah merubah cara pandang disiplin ilmu sosiologi dalam melihat lanscap kajiannya. Dunia virtual memberikan pengaruh bagi keilmuan sosiologi untuk melihat fenomena sosial keagamaan yang tidak lazim digunakan oleh maenstrim keilmuan sosial pada umumnya. Fenomena sosial keagamaan yang bertumpu pada relasi-relasi sosial keagamaan dengan menggunakan budaya layar (sinema, televisi, internet, dan media sosial) memungkinkan terjadinya ruang negosiasi selera budaya dari identitas budaya yang berbeda satu sama lainnya. Proses semacam ini menjadi ruang kajian yang menampilkan budaya layar sebagai instrumen budaya populer dalam mengkonstruksi identitas diri kelompok muda muslim Urban kota Ambon dalam mengartikulasikan politik identitas religius. Kajian semacam ini juga menjadi ranah studi interdisipliner yang melihat fenomena sosial, budaya, politik, ekonomi dsb sebagai kajian budaya.

Untuk itu, penelitian menjadi unik ditengah kecenderungan penelitian pada isu-isu umum. Sementara itu, penelitian ini menjadi jelas dimana tren budaya layar ini semakin meningkat di konsumsi oleh kelompok muda muslim sebagai konsekuensi industri media itu sendiri.

RUMUSAN MASALAH

Masalah penelitian ini berangkat dari dua kata kunci yang menjadi dasar pijakan kajian ini, yakni Budaya Layar dan Politik Identitas Muslim Urban. Untuk itu, rumusan permasalahan penelitian ini adalah “Mengapa Budaya Layar mempengaruhi Politik Identitas Muslim Urban di kota Ambon?” Dari uraian diatas dan gambaran sementara yang peneliti miliki tentang Budaya Layar dan Politik Identitas Muslim Urban kota Ambon, dapat peneliti ringkas dalam beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- a. Bagaimana Budaya Layar (Film, Media Sosial Facebook, Twiter, dan musik mempengaruhi Identitas muslim Urban kota Ambon ?
- b. Bagaimana Artikulasi identitas Muslim kota Ambon dalam berhubungan dengan budaya Layar?
- c. Faktor-Faktor apa saja yang mempengaruhi artikulasi identitas muslim urban kota Ambon?
- d. Bagaimana dampak yang ditimbulkan dari pengaruh budaya layar terhadap artikulasi identitas kelompok muslim urban kota Ambon ?

PEMBATASAN PENELITIAN

Penelitian ini mengangkat fenomena sosial religius kelompok muda urban kota Ambon dalam berinteraksi dengan berbagai macam budaya yang di tampilkan melalui sosial media facebook, film dan musik. Penelitian ini bertujuan menganalisis politik identitas religius kelompok muda urban kota Ambon dalam megkonsumsi budaya-budaya luar dalam berbagai media sosial, film dan musik sebagai selera bersama yang memberikan kenikmatan sebagai budaya populer di kalangan kelompok muda muslim kota Ambon. Sasaran penelitian ini secara jelas mengamati kelompok muda muslim kota Ambon yang diperoleh melalui pengamatan terhadap intensitas mereka dengan budaya-budaya populer.

SIGNIFIKANSI PENELITIAN

Penelitian ini memiliki dua signifikansi yakni antara lain signifikansi teoritis dan signifikansi praktis. Adapun signifikansi yang ingin didapat dari penelitian ini adalah:

1. Sebagai bahan kajian akademik bagi pengembangan studi media dan budaya yang menjadi trend kajian budaya (*cultural studies*). Tren ini mencoba menggugat maenstrom penelitian yang sosiologi. Sebab, fenomena ruang lingkup Sosiologi telah menemukan ruang yang cukup luas dengan adanya ekspansi globalisasi melalui budaya layar, facebook, twiter, musik dan film sebagai sarana interaksi sosial masyarakat.
2. Sebagai bahan praktis bacaan dalam memberikan pandangan bagi pemangku kepentingan dalam memberikan solusi bagi ketegangan antara agama dan budaya itu sendiri.

HASIL PENELITIAN TERDAHULU

Kajian yang mengangkat soal isu budaya layar dan politik identitas belum banyak dilakukan di Indonesia. Secara historisitas, para ilmuwan sosial di Indonesia masih melihat fenomena ketegangan identitas etnis, agama dan budaya sebagai wilayah kajian yang menjadi kecenderungan umum di Indonesia. Penelitian ini menjadi trend di Indonesia melalui riset yang dilakukan oleh Ariel Heryanto mengenai budaya layar di Indonesia yang digunakan sebagai bahan propaganda rezim orde baru maupun sebagai ruang negoisasi identitas dari berbagai entitas etnis dan agama di Indonesia. Dalam konteks itu, penelitian mengenai kajian ini belum dilakukan di Maluku. Penelitian ini menjadi isu unik dan tepat untuk diangkat sebab keunikannya terletak pada upaya membuka jalan bagi studi-studi semacam ini selanjutnya. Kegandrungan kelompok muda muslim kota yang hidup dalam intensitas media sosial, budaya layar, musik dan film yang menjadi trend budaya masa kini.

KERANGKA TEORI

F.1. Era Migrasi dan Globalisasi

Dunia memasuki abad ke-21. Di abad “baru” ini arus “migrasi” dan globalisasi akan terus meningkat secara luar biasa⁴ Dalam kaitan ini globalisasi ditandai oleh semakin masif dan aneka ragamnya mobilitas di atas muka bumi seperti manusia, objek, kapital, informasi, imaji, hingga aneka ragam sampah. Kita mengamati terdapat saling ketergantungan yang kompleks diantara aspek-aspek tersebut di atas, berikut segala konsekuensi sosialnya⁵ Apakah implikasi serius kecenderungan baru ini terhadap keberadaan sosiologi sebagai suatu disiplin yang selama beberapa abad telah malang melintang?

Mobilitas yang diverse seperti disitir di atas tampaknya mentransformasikan pokok bahasan sosiologi dari masyarakat (*society*) ke mobilitas (*mobility*). John Urry⁶, memperlihatkan secara jelas berkembangnya dunia “tanpa batas” (*borderless world*). Dalam cara pandang yang mirip, Tourine (1998) dalam artikel seminalnya “*Culture without Society*” menyoroti hal serupa. Selanjutnya, mereka cenderung mengatakan bahwa basis tradisional sosiologi yaitu studi mengenai masyarakat, dapat dikatakan kini ketinggalan jaman.⁷ Gumilar dalam Bauman mengatakan, apabila sosiologi ingin terus

⁴ Evers, Hans-Dieter and Ruediger Korff, *Southeast Asian Urbanism*. Berlin, Lit Verlag: 2000).H. 1

⁵ Featherstone, Mike and Scott Lash (eds.), *Space of Culture*, (Sage Londong, City, Nation, and World: 1999) . H. 1

⁶ John, Urry,. *Sociology Beyond Societies: Mobilities for the Twenty-first* (London, Century. Routledge:1999).H. 1

⁷ Bauman, Zygmunt *Thinking Sociologically*. London, Blackwell:1998). H.4

Gumilar Rusliwa Somantri, Sosiologi di Era Migrasi dan Globalisasi. Makalah. 2000.h. 3

menyumbang secara produktif terhadap pemahaman dari “*the post-societal era*”, seyogyanya melupakan kekakuan-kekakuan warisan “*the pre-global*” era. Dalam konteks ini, sosiologi seyogyanya mengalihkan perhatiannya kepada studi mengenai “mobilitas” fisik, imajinatif, virtual dan sebagainya. Dengan kata lain, diperlukan perumusan kembali “*new rules*” dari metode dan teori sosiologi yang cocok untuk konteks sekarang ini.

Para sosiolog progresif-kontemplatif di atas, terutama Urry, mengatakan terdapat tiga argumen yang melawan pendapat di atas. Pertama, sebenarnya konsep “masyarakat” tidak pernah menjadi hal kunci dalam sosiologi (justeru konsep kunci yang ditemukan adalah tindakan sosial, agensi, interaksi, atau sistem dunia). Kedua, agak berbeda dengan yang pertama, dikatakan bahwa masyarakat masih merupakan entitas yang perlu diperhitungkan. Dalam kaitan ini, negara bangsa di era migrasi dan global dipercayai masih mampu berperan optimal dalam menjaga pola-pola kekuasaan yang ada. Sedangkan argumen ketiga, relatif radikal dalam melihat “keberadaan” sosiologi. Yaitu, dikatakan bahwa globalisasi telah meluluhlantakan sosiologi sebagai suatu disiplin ilmu seperti tercermin dengan hilangnya “masyarakat” sebagai konsep sentral, sehingga disiplin ilmu ini dapat “dicampakan ke dalam jambangan” untuk selama-lamanya.

Argumen di atas tampaknya juga mendapat tantangan dari argumen lain. Pertama, diperlihatkan oleh tradisi sosiologi di kawasan Atlantik utara yang secara historis berkembang seputar konsep masyarakat sehingga menjadi kondisi pemertahanan dari “*characteristic structuring*” mereka. Kedua, mobilitas dalam skala yang besar melibatkan aneka ragam teknologi dan objek menghadirkan problem bagi “*the powers of the society*”. Ketiga, mobilitas lintas batas dalam konteks pola-pola spatial dan temporal yang sangat baru ini, justeru menyodorkan agenda besar baru bagi sosiologi, yaitu studi mengenai mobilitas horisontal yang selama ini diabaikan. Dalam kaitan ini, argumen berpijak pada pemikiran bahwa perhatian terhadap manusia yang “*mobile*” secara metaphoris dan literalis dapat ditransfer pada mobilitas entitas lain seperti ide, imaji, uang, teknologi, sampah, dan sebagainya. Terdapat implikasi disruptif dari “*mobile hybrids*” di atas terhadap “*the nature of reproducing society*” dan sekaligus sosiologi yang secara historis berdasar pada “*societal realm*” sebagai premis dasarnya

F.2. Konsep Akulturasi

Akulturasi (*acculturation*) dapat didefinisikan sebagai proses sosial yang timbul bila suatu kelompok manusia dengan suatu kebudayaan tertentu dihadapkan dengan unsur-unsur dari suatu kebudayaan asing dengan sedemikian rupa, sehingga unsur-unsur kebudayaan asing itu lambat laun diterima dan diolah ke dalam kebudayaan sendiri tanpa menyebabkan hilangnya kepribadian kebudayaan itu sendiri.

Dalam hal ini terdapat perbedaan antara bagian kebudayaan yang sukar berubah dan terpengaruh oleh unsur-unsur kebudayaan asing (*covert culture*), dengan bagian kebudayaan yang mudah berubah dan terpengaruh oleh unsur-unsur kebudayaan asing (*overt culture*). *Covert culture* misalnya: 1) sistem nilai-nilai budaya, 2) keyakinan-keyakinan keagamaan yang dianggap keramat, 3) beberapa adat yang sudah dipelajari sangat dini dalam proses sosialisasi individu warga masyarakat, dan 4) beberapa adat yang mempunyai fungsi yang terjaring luas dalam masyarakat. Sedangkan *overt culture* misalnya kebudayaan fisik, seperti alat-alat dan benda-benda yang berguna, tetapi juga ilmu pengetahuan, tata cara, gaya hidup, dan rekreasi yang berguna dan memberi kenyamanan. Konsep akulturasi menjadi penjelasan teori terhadap fenomena sosial yang

diteliti dalam kajian budaya ini. Budaya layar sebagai instrumen sosial yang mempertemukan berbagai identitas agama dan budaya dalam suatu selera yang sama sebagai alat pemuas kebutuhan manusia. Hal ini menjadi suatu kenyataan hidup yang tidak mungkin dihindari oleh setiap orang. Dalam hal ini, konsep akulturasi tidak menghilangkan identitas seseorang ketika mengalami pertemuan dengan agama dan budaya orang lain, tetapi dalam menjadi rumah bersama atas dasar kepentingan yang saling menghidupkan.

F.2. Teori Identitas

Dalam hubungan dengan Identitas, Richard Jenkins sebagaimana dikutip oleh Haralombos mengemukakan bahwa identitas dibentuk di dalam proses sosialisasi. Menurut Jenkins, identitas itu adalah baik internal apa yang kita pikirkan tentang identitas kita dan eksternal bagaimana orang lain melihat kita. Identitas dibentuk dan distabilkan dalam sebuah hubungan yang dialektikal antara faktor internal dan eksternal tersebut, mereka berinteraksi untuk membentuk identitas. Yang perlu diperhatikan adalah bahwa faktor eksternal tentang bagaimana orang lain melihat dan bereaksi pada kita bisa saja kontradiktif atau merusak, atau mendukung dan memperkuat pandangan kita tentang diri kita⁸

F.3. Teori Politik Identitas

Menurut Young, politik identitas berkaitan secara erat dengan gagasan atau ide tentang terjadinya penindasan terhadap kelompok-kelompok sosial berkaitan dengan identitas mereka (baik berdasarkan ras, etnis, gender, seksualitas, kelas, dll). Artinya, identitas seseorang sebagai seorang wanita atau sebagai seorang penduduk asli Amerika misalnya, membuatnya rentan terhadap imperialisme kultural (termasuk terjadinya stereotipe atau penyalahgunaan identitas kelompok), kekerasan, eksploitasi, serta marjinalisasi atau ketidakberdayaan. Gerakan-gerakan yang dipandang sebagai politik identitas, memandang telah terjadi penindasan dan berusaha merekomendasikan dilakukannya klaim ulang, deskripsi ulang, atau transformasi ulang terhadap catatan-catatan keanggotaan kelompok yang sebelumnya distigmatisasikan. Stuart Hall menjelaskan *identity politics* sebagai *the politics of location* (Hall, 1996:1) artinya politik menempatkan individu-individu pada lokasi-lokasi (realitas sosial) tertentu yang telah dengan sengaja dikonstruksi. Politik identitas selalu berhubungan dengan *the definition of self/subject* dalam konstruksi tersebut. Dengan kata lain, politik identitas merupakan pemahaman bahwa identitas-identitas individu didasarkan pada tempat atau posisi dimana individu tersebut diletakkan (*place-based identity*).

Sedangkan menurut Madan Sarup, politik identitas atau *identity politics* merupakan “*As politics is about the production of identities-politic produces the subject of its action.*” (Sarup, 1996:48). Artinya politik identitas merupakan politik tentang produksi identitas-identitas, penciptaan-penciptaan subyek beserta tindakan dan nilai yang dipandang baik dan seharusnya dijalani subyek tersebut sebagai sebuah kehidupan yang tidak bisa dipertanyakan.

Dalam perspektif *social construction of reality*, politik identitas dipandang sebagai konstruksi sosial, usaha penciptaan identitas yang dilakukan secara sadar dan melalui berbagai cara, bukan dipandang sebagai sesuatu yang secara alami dianugerahkan oleh Tuhan maupun sesuatu yang sifatnya anatomis. Sebagaimana dikemukakan Madan Sarup “*all identities, whether based on class, ethnicity, religion or nation, are social constructions...Though identity may be constructed in many different*

⁸ Haralombos, 2004)h. 826

ways, it is always constructed in the symbolic, that is to say, in language.” (Sarup, 1996: 48). Jika pandangan Stuart Hall ini dikaitkan dengan pandangan Madan Sarup, maka politik identitas dapat dipahami sebagai produksi identitas-identitas melalui penciptaan tempat-tempat atau posisi-posisi subyek dalam lingkungan sosial beserta tindakan-tindakan yang seharusnya dilakukan subyek sesuai dengan tempat dan posisinya tersebut.

Memasuki millenium of television, sebagai salah satu indikator modernitas (Bungin, 2001: 25), maka permasalahan identitas menjadi lebih problematik, lebih mudah mengalami perubahan. Sebagaimana dikemukakan Kellner bahwa dalam masyarakat modern, identitas lebih bersifat personal, artinya individu memiliki kesempatan dan peran dalam menentukan identitas yang diinginkan dan sesuai untuknya. Identitas lebih berkaitan dengan style, untuk memproduksi suatu image bagaimana individu ingin menampilkan dirinya.

Memilih dan membantu dan selanjutnya membentuk ulang - identitas merupakan sebuah kemungkinan dalam masyarakat modern. Identitas tidak lagi secara mutlak ditetapkan masyarakat atas diri individu, sehingga identitas merupakan refleksi dari diri individu, bukan lagi mutlak refleksi institusi sosial dimana individu berada. Tetapi masih, identitas dalam masyarakat modern juga bersifat sosial, dalam hal ini dikenal istilah mutual recognition, dimana identitas seseorang tergantung pada pengakuan pihak lain yang selanjutnya dikombinasikan dengan *self-validation* dari individu bersangkutan. Individu harus berusaha memperoleh pengakuan untuk menerima pengesahan sosial atas identitas yang dipilihnya, sehingga merupakan identitas yang diakui (Kellner, 1999:232).

Dalam pandangan postmodern, budaya manusia saat ini menunjukkan bahwa identitas individu lebih cenderung dimediasi melalui image-image atau citra-citra yang ditampilkan individu tersebut, baik melalui fashion, kosmetik, gaya bicara maupun style (Kellner, 1999:231). Sehingga media massa, termasuk tayangan iklan di dalamnya yang mengandalkan teknologi pencitraan, memiliki peran yang besar dalam proses konstruksi identitas individu. Maka dengan demikian tayangan iklan selain mengkonstruksi identitas melalui citra-citra, juga sekaligus memberikan mutual *recognition* atas identitas tersebut. Sehingga iklan merupakan salah satu bentuk tayangan televisi yang menjadi sumber atau rujukan bagi individu untuk melakukan kategorisasi, identifikasi dan perbandingan sosial (*Social Identity Theory*) dalam proses konstruksi identitas. Konstruksi identitas melalui image-image atau citra-citra, khususnya dalam iklan anak-anak di televisi merupakan politik identitas, yaitu produksi identitas-identitas anak. Penciptaan anak-anak ideal beserta tindakan dan nilai yang dipandang baik dan seharusnya dijalani oleh anak-anak tersebut, melalui citra-citra yang ditampilkan dalam realitas virtual iklan anak-anak di televisi. Konstruksi sosial atas identitas, menurut Seyla Benhabib merupakan proses pertarungan politik, sosial dan budaya untuk saling bersaing menghegemoni diantara kelompok-kelompok sosial, masing-masing berusaha mendominasi atau membebaskan definisi-definisi identitas tertentu terhadap kelompok sosial lain, (http://www.ed.uiuc.edu/EPS/PES_yearbook/94_docs/BENHABIB.HTM, diakses Sabtu, 1 Juni 2002).

Maka tayangan iklan anak-anak di televisi pun merupakan arena sosial, di dalamnya terjadi proses pertarungan politik, sosial dan budaya dimana suatu kelompok sosial tertentu berusaha menghegemoni dan membebaskan definisi-definisi tertentu atas identitas anak-anak. Dikaitkan dengan politik identitas anak, *Social*

Construction of Reality memberikan suatu pola berfikir bahwa konstruksi identitas anak dalam iklan anak-anak di televisi pada akhirnya diterima oleh target audience (dalam hal ini anak-anak) sebagai sebuah realitas yang *taken for granted*.

Penggambaran identitas-identitas anak diterima sebagai pengetahuan sehari-hari yang pada akhirnya dipandang dan dipercaya sebagai sebuah realitas sosial dan menjadi *stock of knowledge* bagi individu, khususnya anak-anak. Individu dalam masyarakat membangun sebuah realitas media melalui iklan anak-anak di televisi (eksternalisasi) yang selanjutnya diterima dan diyakini oleh target audience (anak-anak) sebagai kebenaran, sebagai realitas yang *taken for granted* (obyektifikasi). Karena diyakini sebagai kebenaran, realitas (yang sesungguhnya) buatan tersebut pada akhirnya memiliki kekuatan yang memaksa terhadap individu atau kelompok (anak-anak) yang mendiami realitas tersebut untuk bersikap dan bertindak sesuai dengannya tipifikasi-tipifikasi yang dicontohkan dalam realitas media.

F.4. Kajian Budaya dan Media

Berker membagi kajian budaya sebagaimana dikutip oleh Rachmah Ida⁹ dalam empat elemen. Pertama, kajian budaya adalah kajian interdisipliner (antar disiplin ilmu) di mana perspektif-perspektif dari disiplin ilmu yang berbeda dipakai untuk menjelaskan tentang budaya dan kekuasaan (*culture and power*). Kedua, kajian budaya begitu memperhatikan semua praktik-praktik, institusi-institusi (sosial, budaya, politik, ekonomi, dsb), dan sistem-sistem klasifikasi yang terjadi dalam komunitas-komunitas dengan nilai budaya tertentu, kepercayaan tertentu, kompetensi-kompetensi-kompetensi tertentu, kehidupan rutin tertentu dan bentuk-bentuk kebiasaan tindakan mereka. Ketiga, kajian budaya mempersoalkan dan mempertanyakan secara kritis bentuk-bentuk "power" atau kekuasaan yang bervariasi dan berbeda meliputi gender, ras, kelas, kolonialisasi, dsb. Keempat, kajian budaya tidak hanya merupakan disiplin akademik, melainkan juga mencoba untuk mencari hubungan di luar akademik dengan gerakan-gerakan atau perubahan-perubahan sosial dan politik, pekerja dalam institusi-institusi budaya dan manajemen budaya.

Selain itu, Stuart Hall seperti dikutip Rochmah ida,¹⁰ menjelaskan bahwa kajian media dan budaya, atau yang lebih dikenal dengan *Media and Cultural Studies* pada dasarnya mencoba untuk menggoyang kemapanan berfikir kita tentang "realitas" dan apa yang dimaksud dengan "real" (yang sebenarnya) dalam kehidupan budaya kita sehari-hari. Dalam dunia yang sudah dipenuhi dengan *images* atau gambar-gambar, dan tulisan-tulisan yang ada di koran, televisi, film, video, radio, iklan, novel dan lain sebagainya, cara kita menentukan diri kita atau mendefinisikan identitas kita dan lingkungan sekitar kita ternyata bervariasi dan berbeda satu sama lain. Cara kita melihat, memandang, memahami dan berperilaku terhadap realitas sosial telah diantarai oleh media massa. Apa yang ada disekitar kita, menentukan cara kita bertindak dan berperilaku terhadapnya, karena apa yang kita lihat, tonton, baca, dengarkan, dan nikmati dari media massa seolah "mengajarkan" kita untuk melakukan seperti itu. Pada kenyataannya, budaya kita sebenarnya juga dibentuk oleh media massa yang kita nikmati tiap hari.

Realitas semacam ini memberikan makna tersendiri bagi proses sosial dengan media sosial yang menjadi andalan bagi kehidupan masyarakat kontemporer saat ini.

⁹ Rachmah Ida, *Metode Penelitian Studi Media dan Kajian Budaya*, (Jakarta, KENCANA: 2014). h. 2

¹⁰ *Ibid.* 3

Perilaku dan persepsi setiap orang akan ditentukan oleh intensitas mereka dalam mengkonsumsi budaya populer yang dihadirkan melalui beragam simbol modernitas saat ini, yakni musik, film, televisi, radio, dan media sosial lainnya. Kehadiran barang-barang industri media tersebut menghadirkan pola artikulasi identitas yang bertumpu pada intensitas pemakaian barang-barang industri media tersebut. Budaya media dengan intrumens modernitasnya telah memberikan akses yang sama secara struktural maupun kultural. Secara struktural, infrastruktur yang menjadi tumpuan harapan bagi mobilitas orang dan barang telah dapat dinikmati oleh hampir seluruh lapisan masyarakat, terutama akses transformasi dan masuknya media televisi di setiap lingkungan masyarakat.

Kehadiran media televisi menjadi satu model kepemilikan yang dapat menghadirkan model artikulasi identitas melalui representasi. Representasi berhubungan dengan bagaimana dunia dikonstruksi secara sosial dan direpresentasikan kepada dan oleh kita dalam cara-cara yang bermakna. Dalam hal ini, studi budaya mengajarkan kepada kita kebutuhan untuk melakukan investigasi bagaimana ‘makna diproduksi dalam berbagai konteks. Representasi budaya dan makna mempunyai materialitas tertentu yakni melekat pada suara (*sound*), tulisan-tulisan/pesan/symbol (*inscription*), objek, gambar-gambar (*images*), buku-buku, majalah-majalah, dan program-program televisi.¹¹

Selain representasi sebagai bagian dari kajian budaya, aspek materialisme juga menjadi bagian dari bagian dari wilayah kajian yang sangat menentukan ruang produksi makna. Materialisme melihat ekonomi industrialisasi modern dan budaya media yang terorganisir dalam garis kapitalis sebagai basis kesadaran yang mempengaruhi perilaku sosial. Karl Marx sejak awal telah berucap bahwa basis kesadaran manusia ditentukan oleh aspek materialnya. Untuk itu, relasi-relasi sosial ditentukan oleh selera materialisme yang kuat seiring massifnya barang-barang industri media sebagai pemuas kebutuhan manusia dewasa ini. Tentu saja nilai-nilai agama memberikan tuntunan dalam berperilaku bagi kelompok identitas muslim urban. Tetapi, selera bersama dalam mempergunakan aspek material menjadi titik perjumpaan dari setiap identitas agama maupun budaya yang berbeda.

Realitas semacam ini menjadi fenomena budaya tersendiri dalam ruang interaksi sosial kontemporer. Jadi, identitas agama dan budaya di satu sisi, tetapi pada saat yang bersamaan, mereka memiliki kesamaan selera yang sama. Selera yang sama tersebut ditentukan oleh barang-barang modernitas. Dalam konteks itu, kita bisa melihat bagaimana seorang muslimah dengan berbusana hijab, tetapi pada saat yang sama juga mengkonsumsi film, musik, dan media sosial yang sama dengan yang lain sebagai ruang artikulasi diri dalam berrelasi dengan yang lain. Realitas sosial semacam ini memberikan dasar bagi suatu hubungan sosial yang telah tercairkan pada aras publik. Arena modernitas seperti bioskop misalnya, mempertemukan beragam identitas agama dan budaya dalam satu komunitas sosial.

Selain, aspek materialisme, kajian budaya juga memperkenalkan artikulasi sebagai aspek yang memberikan ruang bagi setiap identitas agama dan budaya untuk menggugat kemapanan yang serba kaku. Artikulasi diri untuk menemukan kepentingan dirinya dengan realitas sosial yang di hadapi setiap hari. Realitas itu tentu tidak dalam ruang yang tanpa kepentingan. Realitas selalu menyimpan kepentingan dari setiap bentuk realitas yang ada. Hanya saja, setiap orang tentu akan memberikan respon

¹¹ Ibid. h. 5

terhadap realitas yang dijalani sebagai nilai yang baru sesuai dengan kepentingan dirinya.

Untuk itu, kajian budaya dalam melihat politik identitas kelompok muda muslim urban di kota Ambon sebagai suatu fenomena sosial yang sedang tren saat ini. Kelompok muda muslim sebagai sasaran dalam penelitian ini berada dalam dua alasan pokok. Pertama, secara historisitas, kelompok muda tidak mengalami secara langsung retakan sosial, politik, agama, ekonomi dan budaya yang menjadi cacat bawaan sejarah masyarakat Indonesia, khususnya masyarakat Maluku dalam hal dikotomi identitas suku, agama dan budaya. Ruang perjumpaan mereka telah secara massif dikonstruksi oleh realitas budaya layar yang hadir melalui barang-barang industri media tersebut. Kedua, Realitas sosial dewasa ini, telah mengalami transformasi struktur sosial di mana interaksi sosial telah terjadi secara intens tanpa batas-batas geografis yang berarti. Mobilitas orang dan barang begitu intens dari satu daerah ke daerah lain tanpa ada hambatan sedikit pun.

F.5. Media Massa dan Konstruksi Identitas

Saat ini, kebebasan yang besar dalam mengakses media telah memberikan pengaruh besar dalam proses konstruksi identitas individu, terutama bagi kalangan remaja dan anak-anak. Sebagaimana dikemukakan Grodin dan Lindlof sebagai berikut: *“With a simple flip of the television channel or radio station, or turn of the newspaper or magazine page, we have at our disposal an enormous array of possible identity models.”*

Identitas, saat ini dimediasi melalui images yang ditampilkan media. Sehingga tidak mungkin lagi identitas individu dikonstruksi hanya oleh komunitas kecil (peer group) atau hanya dipengaruhi oleh keluarga saja. Proses terjadinya pengaruh media terhadap konstruksi identitas dijelaskan oleh Brown sebagai berikut, bahwa individu secara aktif dan kreatif mencontoh simbol-simbol budaya, dongeng, dan ritual yang tersedia di media selama mereka membangun identitas diri mereka. Media memegang peranan penting dalam proses ini, karena dipandang sebagai sumber pilihan budaya yang tidak menyusahkan. Identitas bukanlah sesuatu yang stagnan, identitas dikonstruksi sepanjang waktu dan dapat secara konstan diperbaharui atau dirubah secara total. Jadi, pengaruh media populer dalam konstruksi identitas tidak berlangsung dalam kurun waktu sesaat saja, melainkan terus-menerus, sepanjang individu tersebut berinteraksi dalam lingkungan sosialnya dan sepanjang terdapat terpaaan media pada individu.

Dalam konstruksi identitas, tidak dapat dilupakan adanya faktor tekanan dari masyarakat atau kelompok sosial terhadap orang muda dan anak-anak ketika mereka dalam proses konstruksi identitas. Bentuk tekanan ini menurut Hamley dapat berupa sejumlah harapan-harapan tertentu oleh masyarakat tentang bagaimana individu harus atau seharusnya hidup. Dengan kata lain, masyarakat memberikan batasan-batasan tentang identitas yang harus dipelihara dan identitas yang tidak dapat diterima. Dalam kondisi demikian, terdapat kemungkinan bahwa identitas yang diharapkan oleh masyarakat sesungguhnya berbeda atau bahkan berlawanan dengan identitas yang dianggap cocok oleh individu bagi dirinya.

Dalam memahami poses pembentukan identitas, Henry Tajfel dan John Turner mengemukakan Teori Identitas Sosial (Social Identity Theory) bahwa proses pembentukan identitas dalam diri individu melalui tiga tahapan, yaitu: kategorisasi, identifikasi, perbandingan sosial. Yang pertama kategorisasi (categorization), individu menganali dan mengelompokkan identitas-identitas berdasarkan kategori sosial

seperti etnis, ras, religi, pekerjaan, status sosial, dll. Kategori-kategori ini selanjutnya akan memberikan suatu pengertian tentang siapa dan bagaimana individu pemilik identitas.

Selanjutnya yang kedua adalah identifikasi (identification). Pada tahap ini individu mengidentifikasi dirinya terhadap kelompok-kelompok tertentu dimana ia terafiliasi. Dalam identifikasi terkandung dua makna dalam diri individu, pertama, bahwa sebagian dari diri individu dibangun berdasarkan keanggotaan dalam suatu kelompok. Dalam hal ini terdapat pemikiran kami vs mereka. Kedua, bahwa pada saat tertentu individu berfikir bahwa dirinya sebagai aku, dan memandang orang lain sebagai dia. Jadi pada saat tertentu individu memandang dirinya sebagai anggota suatu kelompok, yang disebut sebagai social identity, dan pada saat yang lain memandang dirinya sebagai individu yang unik, yang disebut sebagai personal identity. Tahap ketiga dari proses pembentukan identitas adalah perbandingan sosial (social comparison), yaitu tindakan individu yang membuat perbandingan antara dirinya dengan orang lain dalam rangka mengevaluasi dirinya. Anggota suatu kelompok membandingkan kelompoknya dengan kelompok lain untuk menguatkan persepsinya bahwa kelompoknya adalah positif, dan implikasinya, memperoleh konsep diri bahwa dia sebagai anggota kelompok juga positif.

Kota Ambon Dan Komposisi Etnisitas

Kota Ambon atau Amboina atau Ambonese (kadang dieja sebagai Ambong atau Ambuni) adalah sebuah kota dan sekaligus ibu kota dari provinsi Maluku. Kota ini dikenal juga dengan nama *Ambon Manise* yang berarti kota Ambon yang indah/manis/cantik, merupakan kota terbesar di wilayah kepulauan Maluku dan menjadi sentral bagi wilayah kepulauan Maluku. Saat ini kota Ambon menjadi pusat pelabuhan, pariwisata dan pendidikan di wilayah kepulauan Maluku.

Kota Ambon berbatasan dengan Laut Banda disebelah selatan dan dengan kabupaten Maluku Tengah di sebelah timur (pulau-pulau Lease yang terdiri atas pulau-pulau Haruku pulau Saparua, pulau Molana, pulau Pombo dan pulau Nusalaut), di sebelah barat (petuanan negeri Hila, Leihitu Maluku Tengah dan Kaitetu Maluku Tengah dan di sebelah utara (kecamatan Salahutu Maluku Tengah).

Kota ini tergolong sebagai salah satu kota utama dan kota besar diregion pembangunan Indonesia Timur dilihat dari aspek perkembangan dan pertumbuhan ekonomi. Ambon, sempat diguncang kerusuhan sosial bermotifkan SARA antara tahun 1996-2002. Namun, sekarang Ambon Manise sudah berbenah diri menjadi kota yang lebih maju dan dilirik sebagai kota internasional di Indonesia Timur.

Dilihat dari aspek demografis dan etnisitas, kota Ambon ini merupakan potret kota yang plural. Di mana dikota ini berdiam etnis-etnis Alifuru (asli Maluku), Jawa, Bali, Buton, bugis, Makasar, Papua, Melayu, Minahasa, Minang, Flobamora (suku Flores, Sumba, Alor dan Timor) dan orang-orang keturunan asing (komunitas peranakan Tionghoa, komunitas Arab-Ambon, komunitas Spanyol-Ambon, komunitas Portugis-Ambon dan komunitas Belanda-Ambon). Saat ini, kota Ambon terbagi atas 5 kecamatan yaitu Nusaniwe, Sirimau, Teluk Ambon, Teluk Banguala dan Leitimur Selatan, yang terbagi lagi atas 50 keluarahan-desa.

Habitus Identitas Islam versus Budaya Kapitalisme

Kelompok muslim muda urban kota Ambon merupakan segmen generasi muslim yang sedang tumbuh pesat dengan berbagai ragam ekspresi identitas keagamaannya. Ekspresi ini bukan sesuatu yang terjadi begitu saja. Oleh karena

identitas keagamaan seseorang tidak berada dalam ruang hampa. Karena itu, goresan dari luar membentuk mozaik identitas yang kemudian membentuk habitus baru dalam ruang publik. Ruang publik ditekankan sebagai upaya melihat lintasan politik identitas yang diekspresikan melalui ruang budaya Layar (*culture screen*), serta tindakan mengkonsumsi produk-produk kapitalisme. Sebab kelompok muslim muda urban menjadi segmen generasi yang masif mengkonsumsi budaya layar sebagai konsekuensi dari lahirnya industri media yang begitu pesat sekarang ini.

Kehadiran media sosial semisal, facebook, Televisi, Film, dan Musik telah mengubah paradigma berfikir tentang realitas kehidupan manusia yang serba tunggal dan monoton. Media sosial telah membuka sekat-sekat promordial yang eksklusif. Identitas keagamaan dirawat dengan penuh kecurigaan terhadap apa saja yang datang dari luar. Sikap-sikap semacam itu memberikan dampak bagi terjadinya tindakan eksklusif dan selalu memberikan penilaian sepihak kepada orang yang berbeda dengan kita.

Sudut pandang semacam itu, bukan tidak disadari oleh orang Islam yang tinggal di kota Ambon. Kesadaran dan ekspresi identitas keislaman semacam itu tentu didapatkan dari perjumpaan antara agama (dalam hal ini Islam dan kristen) di Maluku dengan bukan saja perjumpaan secara damai melalui arena sosiol budaya, tetapi juga perjumpaan secara konflik melalui arena politik dan kekuasaan. Realisas kehidupan sosial politik yang demikian tentu melahirkan perilaku yang ambiku, sebab kedua arena perjumpaan itu telah membentuk habitus yang sewaktu-waktu dapat diaktifkan kembali.

Realitas kelompok muda muslim urban di kota Ambon ini tidak hanya menyangkut orang-orang yang datang dari Seram, Buru, Banda, Tenggara dan Lease, tetapi juga orang Makasar, Bugis, Buton, Jawa, Minang atau imigran dari luar Maluku yang tinggal bertahun-tahun di Kota Ambon. Orang-orang Islam ini teresebar di lima kecamatan yang ada di kota Ambon. Tetapi yang terpadat ada pada kecamatan Sirimau tepatnya di negeri Batu Merah. Orang-orang muslim yang tinggal di Ambon ini, seluruhnya dijadikan sebagai subjek yang memberikan respon terhadap tumbuh berkembangnya dunia kapitalis dengan berbagai atribut yang melekat. Sebagai seorang muslim, tentu hal yang pertama dipelajari adalah ajaran-ajaran agama yang disosialisasi melalui kehidupan keluarga, baru kemudian mereka mengalami masa pengenalan dan adaptasi dengan produk-produk kapitalisme yang di datangkan dari Barat.

Untuk itu, perilaku sosial mereka tentu dibimbing oleh ajaran agama yang diyakini. Kenyataan ini dapat dilihat dari hasil wawancara peneliti dengan salah seorang dosen¹² IAIN Ambon yang mengatakan bahwa “*kita dari kecil diajarkan soal-soal agama, sehingga tidak mungkin kemudian agama dilarang untuk di bawa-bawah ke ruang publik*”. Pernyataan ini menunjukkan bahwa Identitas muslim menjadi sesuatu yang melekat diri setiap orang. Hal ini menunjukkan betapa modernitas dengan semangat sekularismenya tidak mungkin menggeser peran agama dalam mengatur perilaku pemeluknya.

Dalam konteks itu, seluruh produk kapitalisme yang selalu memanjakan kehidupan manusia tidak bisa dicurigai akan menghilangkan identitas keislaman seseorang. Para ahli selalu mendengungkan, akan terjadi sekularisasi kehidupan yang berujung pada aspek bermanfaatnya segala suatu bagi kehidupan manusia sebagai dasar kebenaran yang dipakai. William James misalnya memberikan kerangka acuan kebenaran dengan mengatakan bahwa “*it is true if it is useful*”. *If it is useful, it is true*”.

¹² Muhisin Ahmad, dosen Jurusan Aqidah Filsafat. Wawancara tanggal 15 Oktober 2016

Pemikiran William James itu sebagai salah satu penegasan tentang ramalan ajaran sekularisme yang akan menghadang kehidupan manusia. Sekularisme akan meniadakan peran agama sebagai sumber kebenaran dan sebagai pola bagi perilaku (*pattern of behavior*). Pemikiran sekularisme ini kemudian menuai kritik baik dari lembaga akademis maupun lembaga keagamaan.

Dialektika tentang kebenaran sekularisme ini kemudian menarik sejarah panjang pertentangan ideologi antara Islam dan Barat sebagaimana ditulis oleh Francis Fukuyama tentang benturan peradaban (*class of civilization*). Pemikiran Fukuyama tersebut mendapat respon dari berbagai kalangan. Seluruh produk kapitalisme dicurigai sebagai agen budaya barat yang sekuler tersebut. Seluruh produk kapitalisme melalui studi-studi semiotika, dinilai sebagai sesuatu yang tidak bebas nilai. Produk kapitalisme adalah entitas budaya Barat yang mengusung nilai-nilai kebebasan, seks bebas, dan materialistik. Produk-produk kapitalisme dengan berbagai macam tawaran kemewahan hidup menggambarkan negara-negara maju dengan nilai-nilai budaya yang dimiliki oleh masyarakat Barat tersebut.

Kapitalisme dengan instrumen globalisasinya telah meramba seluruh penjuru dunia, dari kota sampai ke pelosok-pelosok desa. Peran industri media telah membuat dunia menjadi desa global (*global village*). Suka atau tidak suka, produk kapitalisme telah menjadi bagian dari kebutuhan hidup primer yang secara sadar diterima sebagai kebenaran pragmatis sebagaimana dijelaskan oleh William James.

Dalam konteks itu, identitas keislaman dari kelompok muda muslim urban di kota Ambon akan dijelaskan dengan melihat bagaimana identitas keislaman itu melakukan negosiasi dalam merespon produk-produk kapitalisme tersebut. Identitas Islam dari kelompok muda muslim urban di Kota Ambon berada pada dua aspek analisis. Yang pertama, melebur dalam perilaku materialistik dan menyinggikan nilai-nilai ajaran Islam. Kedua, Mengonsumsi produk-produk kapitalisme dan pada saat yang sama menjaga identitas keislaman sebagai bagian dari politik identitas itu sendiri.

Realitas kelompok muda muslim urban di kota Ambon ini telah menjadi bagian dari entitas kemoderenan dimana mereka tidak bisa menghindarkan diri dari pengaruh produk-produk kapitalisme yang secara cepat mobilitasnya. Industri media sebagai sarana kapitalis telah menyuguhkan fenomena kehidupan yang bertumpu pada aspek keindahan dan suasana yang memanjakan mata dan telinga. Kelompok muda muslim urban di kota Ambon ini termasuk bagian dari pangsa pasar kapitalisme. Film, Musik, Coffe, XXI, dan media sosial telah menjadi bagian dari keseharian hidup kelompok muda muslim urban di kota Ambon. Rasanya tidak seorang pun yang dapat menghindar untuk tidak menggunakannya. Produk-produk kapital itu telah memberikan kegunaan bagi kemudahan hidup manusia.

Kehidupan dijalani sebagai sesuatu yang berdimensi estetik jika kehidupan itu ekspresikan melalui dunia maya dengan bantuan media sosial. Hampir seluruh perilaku digerakan oleh keinginan untuk eksis pada ranah virtual. Seluruh kegiatan yang dilakukan oleh kelompok muda muslim urban di kota Ambon rasanya hambar kalau tidak diekspos melalui facebook, instagram, WA, dan berbagai media sosial lainnya. Hal yang ramai dan intens digunakan adalah media facebook. Pertama karena mudah diakses oleh siapa saja. Kedua, karena mudah membuat akun facebook. Ketiga, karena media facebook telah duluan dikenal secara umum di masyarakat.

Dalam konteks itu, perilaku setiap muslim urban di kota Ambon tengah merayakan sebuah kemajuan dari industri media yang memanjakan kehidupan manusia di abad ini. Taruhan identitas keislaman terus diperbincangkan dengan melihat trend

perkembangan antara identitas keislaman dengan ancaman dari produk kapitalisme itu sendiri.

Muslim Urban Kota Ambon: Bertemu Pada Ruang (Space) dan Tempat (Place).

“Kota Ambon kalau di malam hari seperti Hongkong, tapi kalau siang hari seperti kingkong”. Kalimat itu seringkali terlontar dari mulut anak-anak muda kota Ambon ketika memperbincangkan atau sekedar membandingkan kota Ambon dengan kota-kota yang lain di Indonesia. Entah alasan apa kalimat itu dilontarkan. Apakah hal itu menggambarkan realitas kota Ambon yang belum berbenah diri menjadi kota yang tertata indah layaknya kota-kota lain di Indonesia. Atau hal ini menggambarkan realitas sebuah kota yang porak-poranda akibat konflik kemanusiaan 17 tahun silam di kota Ambon. Namun, yang pasti bahwa kota Ambon merupakan kota yang indah dengan struktur tanah yang berbukit, dengan sedikit area dataran, sehingga kota ini hampir keseluruhannya dikelilingi oleh laut.

Tipologi kota Ambon yang demikian, memang akan terlihat indah di kala malam hari. Kita bisa menikmati keindahan kota Ambon dari area pemukiman yang berada di perbukitan. Cahaya lampu menerangi kota sehingga nampak bahwa kota Ambon memiliki daya tarik tersendiri di kala malam tersebut. Selain tempat berbukit, kota Ambon juga dapat dinikmati di area pantai di mana kota Ambon membentuk teluk yang jika dilihat pada malam hari seperti kota Laut yang merapatkan imajinasi dari pusat kota dengan pinggiran kota, yakni Poka, waelela dan rumah tiga. Sehingga keseluruhan pemandangan di malam hari itu menjadi tempat (*Place*) sekaligus ruang (*space*) yang memproduksi aktivitas orang dan barang.

Kota dengan struktur tanah yang demikian, membentuk habitus bagi masyarakat di kota Ambon. Ruang dan tempat yang tersedia melahirkan serangkaian perjumpaan yang dijumpai oleh infrastruktur jalan dan jembatan sehingga menghubungkan satu tempat dengan tempat lain. Kota Ambon memiliki Jembatan Merah Putih (JMP) yang baru saja nikmati oleh masyarakat di kota Ambon sejak JMP diresmikan oleh Presiden Jokowi pada tahun 2016.

Model semacam ini bisa kita lihat pada kota-kota yang lain di kawasan timur, semisal kota Fak-Fak. Kota ini disebut demikian, karena kawasan itu memang membentuk tiga kotak yang oleh masyarakat setempat disebutnya dengan istilah Fak-Fak.

Tempat menjadi rujukan konsep untuk melihat bagaimana aktivitas masyarakat dikonstruksi berdasarkan ruang dan tempat yang diterima sejak masih kecil. Artinya ruang dan tempat itu telah menjadi bagian dari identitas diri yang melahirkan habitus bagi keseluruhan hidup masyarakat yang hidup di kota Ambon. Relph (1976) berucap sebagaimana dikutip oleh Crhis Barker bahwa kita dapat membedakan ruang dan tempat berdasarkan bahwa yang disebut terakhir ini merupakan fokus pengalaman, ingatan, hasrat, dan identitas manusia. Artinya, tempat merupakan konstruksi diskursif yang menjadi sasaran identitas atau investasi emosional.¹³

Sebagai investasi emosional, kota Ambon dengan nuansa perbukitan itu telah melekat menjadi suatu perayaan akan hasrat untuk mencintai tempat tersebut dengan imajinasi kota yang indah dan nyaman bagi setiap orang yang datang berkunjung. Tempat-tempat seperti MCM, ACC, Workshop Coffee, Dermaga Caffee, serta tempat-tempat yang indah lainnya menjadi ajang interaksi sosial yang cukup tinggi. Penyediaan

¹³ Barker, Crhis, *Cultural Studies. Teori dan Praktek*. (Yogyakarta: Bentang, 2005).h. 385

ruang publik semacam itu dengan kemasan etalase kapitalisme telah memudahkan setiap orang agar bisa melepaskan hasrat kenikmatannya. Dalam ruang-ruang semacam itulah setiap orang dengan latar belakang apapun dan dari mana pun akan berjumpa dengan satu tujuan yakni melepaskan waktu senggang untuk menikmati produk kapitalisme.

Menikmati produk kapitalisme merupakan bagian dari unifikasi selera bersama. Selera bersama itu dikemas dalam ruang dan tempat yang memungkinkan semua orang hadir dan berinteraksi. Tidak ada seorang pun yang berfikir untuk tidak berada di tempat-tempat tersebut. Proses-proses semacam itu disebut sebagai budaya massa. Budaya Massa secara sederhana dapat dikatakan bahwa budaya populer yang dihasilkan melalui teknik-teknik industrial massa dan dipasarkan untuk mendapatkan keuntungan kepada khalayak konsumen massa.¹⁴

Sebagai produk industri massa, dengan ragam keuntungan bagi konsumen, maka, segala hal yang berkaitan dengan budaya massa memberi dampak bagi upaya untuk memproduksi uang bagi proses kesenangan itu sendiri. Dengan demikian, budaya massa telah membentuk klasifikasi sosial yang secara massal pula. Pola semacam ini menghadirkan hasrat untuk memiliki (*desire to have*) sebagai bagian dari identitas kapitalisme itu sendiri. Kehadiran orang-orang pada ruang dan tempat juga menjadi ukuran akan status sosial tertentu. Dalam konteks itulah, politik identitas muslim urban di kota Ambon mengambil bagian dari budaya massa itu sendiri. Industri media telah memberikan aspek kesadaran baru bagi kelompok muda muslim urban dalam memaknai ruang dan tempat perjumpaan itu sendiri.

Perjumpaan pada ruang dan tempat yang mempertemukan selera bersama tersebut, mulai dari selera musik, Film, media sosial, sampai pada perjumpaan di warung-warung kopi telah menghadirkan sudut pandang lain dari ketegangan ideologi yang selama ini diperdebatkan. Islam dengan beragama derivasinya muncul sebagai lawan tanding dari ideologi kapitalisme yang dianggap sebagai perusak moral dari ide atau gagasan-gagasan Islam itu sendiri. Kapitalisme oleh sebgai ideologi Islam dianggap mewakili dunia Barat yang serba bebas. Hal ini tentu saja bertentangan dengan misi agama yang cenderung mengkapling ruang eskatologis dengan berbagai aturan atau norma agama yang ketat dan kaku. Perlawanan semacam itu mendapati jalan buntu ketika ruang dan tempat yang menghadirkan budaya massa dengan kekuatan industri media telah mejadi selera bersama.

Konsep ruang (*space*) dan tempat (*place*) menjadi fokus kajian studi budaya yang oleh para ahli Sosiologi telah membahasnya. Giddens (1990), sebagaimana dikutip oleh Barker¹⁵ misalnya, membedakan keduanya berdasarkan kehadiran dan ketidakhadiran. Tempat dicirikan oleh adanya perjumpaan langsung dan ruang dicirikan oleh hubungan antar mereka yang tidak hadir. Ruang mengacu pada sebuah ide abstrak, suatu ruang kosong atau mati yang dipenuhi dengan berbagai tempat yang konkrit, spesifik, dan manusiawi. Maka, rumah adalah tempat di mana saya bertemu keluarga secara rutin, sedangkan email atau surat menyediakan kontak melintasi ruang antarorang yang tidak hadir.

Senada dengan itu, Seamon melihat sebagaimana dikutip oleh Barker, bahwa tempat disebut rumah sebagai produk kehadiran fisik dan ritual sosial. Namun demikian, pembedaan kehadiran-ketidakhadiran ini, meski berguna, terasa agak kasar

¹⁴ Strinati, Dominic., *Populer Culture. Pengantar Menuju Teori Budaya Populer.* (Yogyakarta: AR-RUZZ, 2009). h. 36

¹⁵ Ibid. h. 384

karena, seperti dikatakan Harvey,¹⁶ tempat memiliki cakupan makna metaforis yang lebih kaya dari pada apa yang bisa dimunculkan oleh kehadiran.

Politik Identitas Kelompok Muda Muslim Urban di Kota Ambon

Menurut berbagai dongang antropologis dan sosiologis identitas seseorang dalam masyarakat tradisional bersifat tetap, kukuh, dan stabil. Identitas merupakan fungsi dari peran sosial yang didefinisikan sebelumnya, dan merupakan sistem mitos tradisional yang memberikan orientasi dan sanksi religius untuk menentukan tempat seseorang di dunia, sambil secara keras membatasi pemikiran dan perilaku. Seseorang lahir dan mati sebagai anggota dari sebuah marga, dari suatu sistem keluarga tertentu, serta dari sebuah suku atau kelompok sosial tertentu dengan jalan hidup yang sudah ditentukan sebelumnya. Dalam masyarakat pra modern, identitas bukan suatu hal yang problematis dan tidak dapat dipikirkan ulang atau didiskusikan. Individu tidak mengalami krisis identitas atau memodifikasi identitasnya secara radikal.¹⁷

Klob sebagai dikutip oleh Kellner¹⁸ mengatakan bahwa Identitas tetap muncul dari serangkaian aturan dan norma yang tidak lagi utuh. Seseorang bisa menjadi ibu, anak laki-laki, penduduk Texas, seorang warga Skotlandia, profesor, Sosialis, Katolik, Lesbian, atau kombinasi dari berbagai peran dan kemungkinan sosial tersebut. Karena itu, identitas relatif tetap dan terbatas, meskipun batasan kemungkinan identitas, atau identitas-identitas baru, terus berkembang. Memang, dalam modernitas, kesadaran diri (*self Consciousness*) muncul dengan sendirinya, kita sangat mungkin untuk terus merefleksikan peran-peran sosial dan segala kemungkinan yang ada serta mengambil jarak dengan tradisi.

Seseorang dapat memilih dan membuat dan kemudian membuat ulang identitasnya ketika kemungkinan-kemungkinan hidup seseorang berubah dan meluas, atau menciut. Namun, modernitas juga meningkatkan keterarahan kepada yang lain (*other directedness*), karena seiring meningkatnya kemungkinan identitas, orang harus mendapatkan pengakuan agar identitasnya diakui dan sah secara sosial. Dalam modernitas, masih terdapat struktur interaksi yang diatur, seseai peran sosial, norma, adat istiadat, serta harapan yang ada dan terdefiniskan secara sosial di mana orang harus memilih dan mereproduksi elemen-elemen ini untuk mendapatkan identitas dalam suatu proses kompleks pengakuan yang saling menguntungkan. Dengan demikian, yang lain merupakan pembentuk identitas dalam modernitas dan, karenanya, karakter terarah kepada yang lain ini merupakan tipe umum karakter dalam modernitas akhir, yang bergantung kepada yang lain untuk mendapatkan pengakuan dan memapankan identitas diri.¹⁹ Karena itu, dalam modernitas, identitas menjadi masalah personal sekaligus teoritis. Ketegang muncul di dalam dan di antara teori tentang identitas, juga di dalam individu modern. Di satu sisi, beberapa teoritikus identitas mendefinisikan, Identitas personal terkat dengan diri substansial, sebuah esensi diri yang bersifat bawaan dan swa-identik yang membentuk seseorang. Dari Cogito Descartes, Ego transendental Kant dan Husserl, konsep pencerahan tentang akal, hingga beberapa konsep kontemporer tentang subjek, identitas dipandang sebagai sesuatu yang esensial, substansial, uniter, tetap, dan pada dasarnya tidak berubah. Akan tetapi, beberapa teoritikus modern lainnya

¹⁶ Ibid.

¹⁷ Kellner, Douglas., *Budaya Media Cultural Studies Identitas dan politik antara Modern dan Posmodern*. (Yogyakarta: Jalasutra, 2010).h. 315-316

¹⁸ Ibid.

¹⁹ Lihat Riesman et.al. *The Lonely Crowd*. (Garden City: N.Y. Anchor Books, 1950).

tentang identitas sebaliknya merumuskan tidak adanya substansialitas diri (hume), atau memandang diri dan identitas sebagai proyek eksistensial, sebagai kreasi individu yang otentik (Kierkegaard, Marx, Nietzsche, Heidegger, Sartre). Eksistensi diri selalu rapuh dan memerlukan komitmen, keputusan, dan aksi untuk bertahan hidup, sehingga menjadikan penciptaan identitas sebuah proyek eksistensial bagi tiap individu.²⁰

Untuk menjelaskan Politik identitas dari kelompok muda muslim urban di kota Ambon ini, tentu menjadi menarik sebab ruang geografis pun mendisiplinkan tubuh dan kesadaran mereka melalui segregasi pemukiman. Penelitian yang mengangkat tema segregasi pemukiman dan juga tata ruang sudah banyak dilakukan, seperti yang dilakukan oleh Gemal Sigit dkk²¹. Ruang dan tempat di kota Ambon yang tersegregasi berdampak pada susahnya menemukan ruang publik yang bisa direkayasa oleh pemerintah sebagai ajang pertemuan antara yang Islam dan Kristen. Keterpisahan ini hanya akan menegaskan eksklusivitas identitas agama. Proses semacam itu melahirkan kesadaran yang masih kaku dan sering menjadi ajang saling melirik penampilan satu sama lain dari identitas agama itu sendiri. Pertemuan pada fasilitas –fasilitas modern selalu menegaskan serangkaian identitas yang khas dari setiap orang. Kita menjumpai orang-orang Islam dengan Jilbab tetapi dibungkus dengan model atau gaya sebagai pemanis penampilan. Atau kita bertemu anak muda Kristen dengan kalung salip di dada. Semua itu menjadi penanda Identitas.

Jadi ini semacam kontestasi yang ditunjukkan dalam ruang publik pada masyarakat urban di kota Ambon. Kelompok muda muslim urban merespon budaya massa dengan beragam suara. Hal ini seperti diungkapkan oleh Layla salah seorang informan:

“Kalau produk kapitalisme itu Ok saja. Yang penting tidak di luar koridor. Produk kapitalisme yang di khawatirkan itu jangan minum bir gitu ya. Kalau untuk pergaulan dengan siapa pun kita ok aja ya. Rasul juga begitu ya. Untuk film saya lebih suka film barat. Yang penting ambil yang positifnya aja. Saya pribadi tidak suka K-Pop”.²²

Suara ini mewakili kelompok anak muda yang moderat dengan perubahan yang sedang terjadi. Intinya tidak mesti harus kaku dengan produk kapitalisme, tetapi juga tidak boleh bebas sehingga melanggar larang agama. Selain itu ada respon yang beragam juga datang dari Zainab yang menjelaskan ruang dan tempat untuk memanjakan tubuh di ruang dan tempat modern itu segar sebagai ajang berteman relasi dan juga mencari suasana.

“Tujuan kita ke kafe untuk apa dulu. Ke sana kan untuk ketemu ketemu relasi. Kita dengan teman yang berpakaian minim tidak masalah. Pertemuan kita kan karena selera bersama. Tapi kita tidak menganggapnya produk kapitalisme. Ini soal kenyamanan. Kenapa tidak di rumah, ini kan soal suasana baru. Sebenarnya kita harus memperhatikan identitas kita sebagai muslim itu aja. Sehingga kalau ke cafe ngopi-ngopi itu karena suasana baru”.²³

²⁰ Ibid.

²¹ Lihat penelitian Sigit, Gemal P. Ruang Netral di Kota Ambon: Segregasi dan Integrasi Ruang Kota. CoUSD Proceedings 8 September 2015 (30 – 42).h. 30-31

²² Wawancara tanggal 25 September 2016 di kampus Hijau

²³ Wawancara tanggal 25 September 2016 di kampus Hijau

Ratu memiliki pandangan yang hampir senada, tetapi tak serupa. Salah satu informan saya ini mengatakan bahwa :

Kalau ke mall untuk sopping. Kalau ngopi bersama keluarga boleh. Atau sama suami. Tidak perlu kaku. Kalau perempuan ke Mall itu kan untuk shopping banget dong. Asal jang ke cafe bersama laki-laki yang bukan muhrim. Sekarang dengan perkembangan jaman begini kan masa mau tertutup terus.

Sama halnya juga dengan Dela, Irna, Marni. Mereka mengatakan kalau ke Caffe itu hanya ngumpul sama teman. weeken sama teman. Kalau di sini kan jarang. Kalau kece tu setiap hari. Penampilan kan nomor satu. Ngumpul-ngumpul tapi ngga omongin orang. Disini kan rame jadi tetap asik aja. Tempatnya tidak tertutup. Kalau itu si biasa. Setiap orang boleh dengan pendirian masing-masing. Semua musik saya suka. Kalau kesida tidk terlalu suka. Soal jilbab itu sebetulnya yang penting nyaman. Tidak boleh menonjolkan bentuk-bentuk tubuh. Kalau waktu sholat kalau langsung waktu sholat, kalau langsung sholat. Atau kadang-kadang ada waktu sholat yang kita

Sementara untuk sebagian kelompok muda muslim urban yang masih merasa ini hal baru bagi mereka.

“Ini baru pertama kali ke sini. Sebenarnay kita lihat dulu. Kalau itu kongko kongko yang seng penting. Kalau ada adekan-adekan kaya gimana tidak boleh. Kalau Bapak pung anak, bagaimana mendidik penggunaan medsos. Tergantung katong mengarahkan FB dipake untuk apa? jang sampe digunakan untuk negatif. Katong orang Islam seng boleh ketinggalan. Kalau ada pilihan yang lain kita pilih yang lain. Tempat ini kan terbuka. Kita tidak tau kalau ini produk kapitalisme. Orang Islam harus menjaga-jaga juga. Sepanjang membawa positif seng apa. Kalau waktu sholat, katong sholat. Harus ada kontrol anak-anak kita. Aspek usia harus diperhatikan. Kalau memperkenalkan harus. Tergantung jadi katong memilih. Sepanjang baik dan cocok, Jilbab tetap katong Tetap harus mempertahankan sebagai orang Islam. Bebas dengan pengawasan. Pendidikan agama itu penting. Dia harus sholat, tau ngaji gitu”²⁴

“Ga ada masalah. Kalau ragu-ragu kita nga bisa makan ke mana-mana. Saya nga hawatir. Yang penting ajaran lima waktu itu wajib. Kalau globalisasi itu ga perlu hawatir. Untuk medsos saya larang. Belum waktunya. Setiap orang tua harus hawatir. Ada waktunya. Saya tidak gunakan FB. Kalau untuk medsos saya agak kolot. WA untuk pekerjaan saya gunakan. Tergantung kita sendiri. Hal baru itu bisa mendatangkan kebaikan juga kerusakan. Medsos tu kan kadang dislingi iklan-iklan orang dewasa. Anak saya udah saya ajak ngaji. Kalau jaman nabi ada strarbukc pasti kita bisa contohi juga. Kita logika aja, zaman itu kan berkembang, jang sampai kita tergerus jaman. Hidup ini kalau terus perpegNG pada dogmatis juga kita kaku. Islam itu kan rahmatan lil alamin”.

Menikmati Modernitas Tanpa Menanggalkan Keimanan

Gambaran linier yang selalu menghadapkan Islam vis a vis dengan kapitalisme (ataupun sekularisme) tampaknya semakin usang. Alih-alih Islam dan kapitalisme terus terlibat dalam baku hantam tiada berujung untuk saling

²⁴ Wawancara tanggal 28 September 2016 di MCM

menjinakkan, keduanya malah terlihat saling berangkulan. Adalah me-dia baru yang telah menciptakan space bagi keduanya untuk saling bersinergi dalam kultur yang sinkretis (hybrid). Media baru pula yang sudah ikut andil dalam dekonstruksi sekat-sekat dikotomik antara kedua entitas dengan garis ideologi-politik yang tidak saja berbeda, melainkan juga bertabrakan.²⁵

Kontradiksi yang telah menfosil dan nyaris tak terjembatani selama puluhan dekade, luruh dalam sentuhan dingin media baru yang bercorak populer. Sinergi antara keduanya terepresentasikan cukup baik dalam aneka budaya pop (pop culture) seperti musik, film, novel, sinetron, dan berbagai produk industri budaya massa lainnya. Sementara itu, kajian-kajian yang hanya menampilkan sisi harmoni antara Islam dengan kapitalisme tanpa menyingkap dimensi kontradiksinya, juga dapat berujung padakenaifan. Kendatipun ada persenyawaan antara keduanya, tetap saja aspek perbedaan dan sekaligus juga pertentangan menjadi realitas yang tidak bisa diabaikan begitu saja. Bagaimanapun persinggungan antara keduanya, tidak sebatas berlangsung dalam mekanisme akomodasi, melainkan juga kontestasi dan negosiasi. Sebab, jalinan yang berlangsung melibatkan 'kekuasaan' yang acak, cair dan kompleks.

Mengikuti pendapat Michel Foucault, kekuasaan itu bukanlah sesuatu yang serba konkrit, homogen dan imanen. Sebaliknya, ia banyak, beragam dan bersifat produktif, bukan represif. Kekuasaan ada di mana-mana dan menyebar ke mana-mana, tidak dapat dilokalisasi, terkait dengan jaringan dan pembentukan struktur kegiatan, serta melekat pada kehendak untuk mengetahui. Permainannya akan mengubah, memperkuat, membalikkan hubungan-hubungan itu melalui perjuangan dan pertarungan terus menerus (Konrad Kebung, 1997: 76; Foucault, 1980; Colin Gordon (ed.), 1980; 119).

Bagaimana kita dapat menjelaskan keintiman relasional antara Islam dan kapitalisme berikut kontradiksi yang menyertainya itu? Jawaban yang relatif lebih fresh atas persoalan itu, dapat diperoleh dari buku terbaru anggitan Ariel Heryanto "Identitas dan Kenikmatan: Politik Budaya Layar Indonesia" (terbitan Gramedia, 2015, 366 hlm). Melalui perspektif post-Islamisme yang dimodifikasi dari Asef Bayat, Ariel mencoba melampaui cara pandang yang bersifat dikotomis; 'komodifikasi versus Islamisasi kapitalisme. Menurutnya, tren muslim Indonesia modern itu, cenderung ekspresif dalam menampilkan identitas keagamaannya tanpa arus menghilangkan aspek konsumtif (kenikmatan) dari modernitas. Dalam bahasanya Ariel, sinkretisme antara Islam dan kapitalisme terekspresikan secara jelas dalam manunggaling identitas dan kenikmatan pada diri kelas menengah muslim urban.

Diskursus Islam dan kapitalisme bukanlah satu-satunya topik bahasan dalam buku "Identitas dan Kenikmatan". Buku ini mengulas bentangan topik yang luas dan beragam terkait dengan fenomenakebudayaan mutakhir di Indonesia pasca Orde Baru, mulai daripersoalan etnisitas, minoritas, marginalitas, sampai kekerasan berdarah dalam peristiwa PKI. Hanya saja, topik yang disebutkan lebih awal terlihat cukup seksi, bukan saja tata letaknya yang sengaja ditempatkan oleh Ariel di awal bab, melainkan juga terkait dengan konteks Islam di Indonesia yang pamornya tengah menanjak. Diskursus Ariel tentang keislaman sendiri difokuskan pada politik identitas M. Khusna Amal, Politik Identitas Muslim Urban muslim urban dalam budaya populer. Sebagaimana dalam tulisan-tulisan sebelumnya, dalam buku "Identitas dan Kenikmatan" ini, Ariel masih tetap konsisten dalam mengambil subjek

²⁵ Anonim

kajiannya, yakni segmen kelas menengah (middle classes) urban; kelompok sosial yang dinilai memiliki keunggulan komparatif (tidak saja dalam modal finansial, tapi juga dalam beragam modal sosial, simbolik, dan kultural) dibandingkan kelas bawah.²⁶

KESIMPULAN

Dengan demikian, empat pertanyaan penelitian ini dapat di simpulkan dalam penjelasan sebagai berikut. Identitas dan kenikmatan ibarat dua sisi mata uang yang saling melengkapi. Perjuangan yang dilakukan setiap orang, dalam merumuskan identitasnya tidak bisa dipisahkan dari hasrat mereka untuk mendapatkan kenikmatan. Ikhtiar yang dilakukan muslim urban, sebagaimana diulas Ariel, dalam menampilkan kesalehannya dalam ruang-ruang budaya pop yang tampak trendi, menjadi contoh paling baik bagaimana identitas dan kenikmatan itu saling meneguhkan.

Karena itulah, setiap perjuangan yang dilakukan muslim urban dalam kegiatan keagamaan, tidak bisa dikosongkan dari kepentingan yang bercorak konsumtif. Perjuangan muslim urban dalam merumuskan identitasnya itu, tidaklah berlangsung secara otonom. Kehadiran media baru, budaya massa, dan budaya pop, memiliki pengaruh nyata dalam keikutsertaannya menentukan corak politik identitas yang dirumuskan khalayak tersebut. Menurut Ariel, budaya pop telah menyediakan ruang kontestasi bagi khalayak untuk memperjuangkan corak identitasnya. Melalui aneka media baru (seperti film, televisi, video, facebook, dan berbagai jenis media sosial lainnya), masing-masing dari khalayak berusaha untuk menampilkan diri dalam citraan (image) yang beragam dan juga kerap bersaing.

Kendatipun beragam konstruksi identitas yang dibangunnya, namun ada satu kesamaan yang tampak menonjol, yakni tampilan kesalehan dengan tetap mempertahankan selera budaya modern. Itulah yang dikenal dengan identitas muslim post-Islamisme. identitas keislaman baru yang tidak anti Islamisme dan juga modernisme yang kerap dilabeli sekuler. Bagaimanapun, buku karya Ariel ini telah memberikan perspektif baru dalam membaca gejala kebudayaan kontemporer, termasuk fenomena keagamaan, dalam ranah pop culture. Melalui buku ini, pembaca akan menyadari bahwa budaya pop yang selama ini dianggap remeh temeh, dangkal, tidak substansial, dan tidak penting, ternyata dapat dijadikan sebagai sarana kritik dan bahkan perubahan. Terlepas dari bias kapitalisme, budaya pop dapat digunakan sebagai kendaraan politik untuk mengguncang kemapanan (status quo). Meski demikian, Kelompok Muda Muslim Urban kota Ambon terus melakukan negosiasi untuk melihat peluang yang terus menerus dinamis dalam mengisis, atau meredefinis identitas keislaman mereka. Kelompok Muda Muslim Urban kota Ambon merupakan kelas menengah yang dianggap paling akrab dengan budaya pop.

Penelitian ini memiliki tantangan tersendiri dimana upaya mendeskripsikan bagaimana kelompok muda muslim urban kota Ambon merepresentasikan diri mereka di tengah begitu besarnya godaan kapitalisme yang memanjakan selera dan kenikmatan. Oleh karena itu, setiap muslim harus mampu menghindari dampak negatif dari produk kapitalisme.

DAFTAR PUSTAKA

²⁶ Ariel Heryanto, . 1990. xiii

- Ariel Heryanto, 2015. *Identitas dan Kenikmatan: Politik Budaya Layar Indonesia*, Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia (KPG).
- Bauman, Zygmunt 1998. *Thinking Sociologically*. London: Blackwell.
- Emy Susanti, et.al., 2005, . *Penelitian Kualitatif: Sebuah Pengantar*, Jakarta: Kencana
- Evers, Hans-Dieter and Ruediger Korff, 2000. *Southeast Asian Urbanism*. Berlin: Lit Verlag
- Featherstone, Mike and Scott Lash (eds.), 1999. *Space of Culture*, Sage Londong: City, Nation, and World.
- Gumilar Rusliwa Somantri, 2000. *Sosiologi di Era Migrasi dan Globalisasi*. Makalah.
- Homi K Bhaba, 2005. *Identitas*, Yogyakarta: Kanisius
- John, Urry,. 1999. *Sociology Beyond Societies: Mobilities for the Twenty-first*, London: Century. Routledge.
- Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman, 1992. *Analisis Kualitatif*, Jakarta: UI Press.
- Poerwanti Hadi Pratiwi, 2006. *Asimilasi dan akulturasi: sebuah tinjauan konsep*. Makalah.
- Ida, Rachmah., 2014., *Metode Penelitian Studi Media dan Kajian Budaya*, Jakarta: KENCANA
- Adorno, T. 1991. *The Culture Industry*. London: Routledge.
- Bayat, Asef. 2012. *Pos-Islamisme*. Yogyakarta: LKiS.
- Strinati, Dominic., 2007. *Popular Culture: Pengantar Menuju Teori Budaya Populer*. al-‘Adâlah, Volume 18 Nomor 1 Mei 2015 Yogyakarta: Jejak.
- Greg, Fealy & Withe, Sally (ed.). *Expressing Islam: Religious Life and Politics in Indonesia*. Singapore: ISEAS.
- Gane, Mike. 1993. *Baudrillard Live*. Routledge: London.
- Gordon, Colin (ed.). 1980. *Michel Foucault, Power/Knowledge, Selected Interview & Other Writings*. New York: Pantheon Book.
- Giddens, Anthony. 1991. *Modernity and Self-Identity*. Cambridge: Polity Press.
- Heryanto, Ariel. 1990. “Memperjelas Sosok yang Samar, Sebuah Pengantar”, dalam Richard Tanter dan Kenneth Young (ed.) *The Politics of Middle Class Indonesia*, Australia: Monash University.

Heryanto, Ariel. 1994. "Kelas Menengah yang Majemuk", dalam Hadi Jaya, *Kelas Menengah Bukan Ratu Adil*. Yogyakarta: Tiara Wacana.

Kebung, Konrad. 1997. *Michel Foucault: Parrhesia dan Persoalan Mengenai Etika*. Jakarta: Obor.

Michel Foucault. 1980. *Power/Knowledge*. New York: Pantheon.

Piliang, Yasraf Amir. 1999. *Sebuah Dunia Yang Dilipat: Realitas Kebudayaan Menjelang Milenium Ketiga dan Matinya Posmodernisme*. Bandung: Mizan.

Kellner, Douglas., 2010. *Budaya Media Cultural Studies Identitas dan politik antara Modern dan Posrmodern*. Yogyakarta: Jalasutra,