

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Saat ini bisa dikatakan bahwa umat manusia telah sampai pada penjelajahan global, sebuah pertualangan jagat alam raya maya yang melampaui realitas (kenyataan), hal itu bisa disebut dengan hiper-realitas (*hyperreality*) yaitu dimana sebuah keadaan runtuhnya realitas, yang diambil alih oleh rekayasa model-model realitas, yang dianggap sama nyatanya bahkan lebih dari realitas yang sesungguhnya, sehingga perbedaan diantara keduanya kabur.<sup>1</sup> Dalam prinsipnya, tidak ada perbedaan diantara kedua sisi itu, yang digambarkan melalui media televisi yang merupakan salah satu media sosial.

Baudrillard dalam Fiske pada pandangannya mengatakan bahwa, televisi adalah jantung dari kebudayaan pascamodern yang ditandai oleh arus simulasi dan *facsimile* yang memuaskan dan mencakup semua, yaitu suatu hiper-realitas di mana kita dijejali dengan citra dan informasi. Ini adalah dunia di mana serangkaian pembedaan modern yang nyata dan tidak nyata, yang publik dan yang privat, seni dan realitas, telah runtuh atau terhisap ke dalam 'lobang hitam'.<sup>2</sup>

Berikutnya menurut Baudrillard, 'hiper-realitas' diproduksi menurut suatu model. Hiper-realitas tidak diperoleh melainkan diproduksi sebagai

---

<sup>1</sup> Yasraf Amir Piliang, *Sebuah Dunia yang Menakutkan: Mesin-mesin Kekerasan dalam Jagat Raya Chaos* (Bandung: Mizan Media Utama, 2001), h. 16

<sup>2</sup> John Fiske, *Cultural and Communication Studies: Sebuah Pengantar Paling Komprehensif*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2009), h. viii

suatu yang nyata sehingga ‘hiper’ berarti ‘lebih nyata dari pada yang nyata’, kenyataan yang disentuh ulang dalam ‘kemiripan halusinatif’ dengan dirinya sendiri. Baudrillard mendeskripsikan suatu proses yang mengarah pada hancurnya sekat-sekat, yang disebut dengan ‘implosion’, antara media dan dunia sosial, sehingga tidak ada bedanya antara berita dengan hiburan, dan ‘TV menjadi dunia’.<sup>3</sup>

Konteks hiper-realitas pada zaman moderen ini tampak pula dalam kegiatan keagamaan. Televisi sebagai media yang memegang peran sentral dalam membentuk opini masyarakat mengenai realitas kehidupan keagamaan yang ada. Seorang da’i yang selama ini belum pernah diperhatikan, kemudian menjadi sosok selebriti terkenal, berdasarkan opini yang dibentuk oleh media. Sehingga tingkah laku dan aktifitas keseharian sang da’i selalu menjadi sorotan.<sup>4</sup>

Dalam kesempatan lain, mereka tampil elegan dan berusaha menghibur dengan nyanyian dan lawakan. Musik atau nyanyian ditampilkan bernuansa islami, kemudian sang da’i menyampaikan beberapa hikmah kehidupan yang kira-kira memiliki hubungan dengan lagu yang diputar. Dalam hal ini, sang da’i sudah menggunakan hiburan dalam dakwahnya, karena ia melakukan sesuatu dengan cara yang lebih santai dan lebih menghibur. Menurut Harold dalam Henry seorang ahli politik, hal ini menegaskan bahwa realitas yang ada sebenarnya diciptakan, bukan tercipta sendirinya. Budaya populer berada

---

<sup>3</sup> Chris Barker, *Cultural Studies: Teori & Praktik* (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2006), h.299

<sup>4</sup> Musnur Herry, *Millah: Jurnal Studi agama: Islam Populer di Media Massa* Vol. IX, N0.1, Agustus 2009), h.115-116

pada posisi ini, hadir karena dikonstruksi dan diciptakan oleh media.<sup>5</sup> Jadi tidak jarang kemampuan menghibur dan berakting lebih menonjol daripada pesan keagamaannya.

Ceramah sudah sangat akrab dengan balasan keuangan yang murah hati. Para da'i sukses senantiasa dibalas dengan sangat baik oleh komunitas-komunitas yang menghargai kemampuan mereka untuk mendidik dan memberi inspirasi kepada para muslim dalam hal-hal keimanan. Namun di Indonesia saat ini, da'i paling terkenal telah menjadi selebriti yang dijamu oleh media dan elit politik, serta oleh pengusaha-pengusaha cerdas yang menawarkan berbagai produk dan jasa yang secara serius dipasarkan.<sup>6</sup> Jika dilihat dalam selera pasar, seorang da'i dipaksa secara tidak langsung menyuguhkan hiburan yang bersentuhan langsung dengan tindakan-tindakan komunikatif yang terutama dimaksudkan untuk menghibur dengan tidak mengindahkan efek-efek instrumental yang dimilikinya.<sup>7</sup>

Penjelasan diatas jika dilihat secara mendalam akan mengarah pada pemahaman bahwa Islam besar karena media sebagai jembatan hiburan yang mengarah kepada kebahagiaan, sementara bukan karena da'i atau ulama yang menyampaikan isi dakwahnya. Sebab itu lah, makna sebenarnya dakwah akan berangsur menghilang. Jika kita melihat pengertian dakwah yang sebenarnya akan rancu, karna menurut Islam, dakwah adalah mengajak manusia dengan

---

<sup>5</sup>Musnur Herry, Millah: *Jurnal Studi agama: Islam Populer di Media Massa*, h. 113

<sup>6</sup> Greg Fealy & Sally White, *Ustadz Salebriti, Bisnis Moral & Fatwa Online: Ragam Ekspresi Islam Kontemporer Indonesia*, (Jakarta: Komunikasi Bambu, 2012), h. 24

<sup>7</sup>Charles R. Wright, *Sosiologi Komunikasi Masa* (Bandung, Remadja Karya, 1985), h. 7

cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai perintah Tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan di akhirat.<sup>8</sup>

Dalam hemat penulis, seorang da'i selebriti akan banyak menimbulkan masalah, sebab dalam hal ini persepsi masyarakat awam hanya mengarah pada hiburan atau daya tarik seorang da'i yang terletak pada cara penyampaiaannya saja dan tidak terlalu mementingkan kualitas ajaran yang disampaikan. Sebab pada zaman sekarang masyarakat sangat memerlukan seorang da'i atau ulama yang memiliki kualitas yang baik dan dibungkus dengan kemasan yang baik pula, agar penyampaian ilmu agama sesuai dengan tuntunan ajaran agama yang benar dan dapat diterima oleh semua kalangan masyarakat. Hal ini dijelaskan dalam hadist:

وقال النبي صلى الله عليه على آله وسلم وهو يبعث الناس: (يَسْرُوا  
وَلَا تُعَسِّرُوا، وَبَشِّرُوا وَلَا تُنْفِرُوا، فَإِنَّمَا بُعِثْتُمْ مُبَشِّرِينَ وَلَا تُبْعَثُونَ مَعَسِّرِينَ) (مسلم رواه)

*“Hendaklah kalian bersikap memudahkan dan jangan menyulitkan. Hendaklah kalian menyampaikan kabar gembira dan jangan membuat mereka lari, karena sesungguhnya kalian diutus untuk memudahkan dan bukan untuk menyulitkan.”* (HR. Muslim).<sup>9</sup>

Dan juga dijelaskan dalam ayat al-Qur'an:

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ ۗ بِاللهِ  
وَلَوْ ءَامَنَ أَهْلُ الْكُتُبِ لَكَانَ خَيْرًا ۗ لَّهُمْ مِّنْهُمْ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ

---

<sup>8</sup>Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah* (Jakarta, Gaya Media Pratama, cet. 2. 1997), h. 157

*“Kamu (umat Islam) adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, (karena kamu) menyuruh (berbuat) yang ma’ruf, dan mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada Allah. Sekiranya Ahli Kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka, di antara mereka ada yang beriman, dan kebanyakan mereka adalah orang-orang yang fasik.” (Q.S. Ali Imran [3]: 110)<sup>10</sup>*

Dengan berbagai permasalahan sebagaimana penulis uraikan, maka disini penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut, dalam pandangan kemoderenan, pandangan tentang ustadz selebriti sesuai dengan perkembangan zaman yang sangat mengandalkan media televisi sebagai media dakwah yang efektif dan mujarab dan dapat diterima dikalangan lapisan masyarakat dalam satu waktu secara bersamaan dan lebih efisien dan mengarah pada sifat kemoderenitas yang mampan, hal ini senada dengan pernyataan dari ketua Majelis Ulama Indonesia (MUI) Kota Madya Banjarmasin Murjani Sani, dalam perspektif beliau bahwa dakwah melalui media yang mampu tersebar secara luas dan menyeluruh seharusnya mendapatkan apresiasi, sebab media adalah bisnis yang harus dimanfaatkan keberadaanya. Jika berkenaan dengan diamalkan atau tidaknya dakwah tersebut, maka itu resiko mereka dengan Tuhannya.<sup>11</sup> Tetapi perspektif ustadz Tamjid Noor, beliau mengatakan bahwa komitmen dan konsekuen terhadap tindakan yang berasal dari dalam seorang da’i yang mampu mengeluarkan *karisma*, dan itu lah yang diperlukan oleh masyarakat

---

<sup>10</sup> AL-Quran dan Terjemahnya, (cv. Penerbit Diponegoro, 2005), h. 38

<sup>11</sup> Murjani Sani, Ketua MUI Kota Madya Banjarmasin, Wawancara Pribadi, di fakultas ushuluddin IAIN Antasari, pada tanggal 9 april 2015 pukul 15. 49 Wita

sekarang tanpa harus melihat tampilan fisik seorang da'i.<sup>12</sup> Jika dibandingkan dengan da'i tradisional akan mengarah dengan sisi yang berbeda, sebab karisma seorang da'i tradisional baru akan muncul bila kesalahan verbal yang mereka sampaikan berbanding lurus dengan kesalahan aksional yang ditunjukkan dalam keseharian mereka, sementara da'i selebriti tidak banyak dituntut untuk menyeimbangkan dua kesalahan ini dalam mendapatkan karismanya. Akibatnya, posisinya yang tak ubahnya seperti "penghibur", membuat dakwahnya hanya berlalu saja tanpa meninggalkan bekas mendalam pada benak penyimaknya, alih-alih bisa mengubah perilaku masyarakat menjadi lebih baik.

Dari pandangan para ulama di atas, terdapat kesan bahwa ulama di Banjarmasin memiliki pandangan yang berbeda-beda dalam menyikapi fenomena ustadz selebrti dalam ranah budaya populer. Dari sinilah, penulis tertarik mengkaji pandangan ulama Banjarmasin secara lebih mendalam terhadap fenomena sosial yang mengarah pada kajian sosiologi, terutama menyikapi maraknya ustadz selebriti dalam ranah budaya populer. Kajian sosiologi agama ini akan penulis tuangkan dalam skripsi yang berjudul "PERSPEKTIF ULAMA BANJARMASIN TENTANG USTADZ SELEBRITI DALAM BUDAYA POPULER"

## **B. Rumusan Masalah**

---

<sup>12</sup> Tamjid Noor, Dosen dan seorang da'i, Wawancara Pribadi, di gedung PSB IAIN Antasari di ruangan PPM pada pukul 10.34 Wita, tanggal 12 Maret 2015

Dari latar belakang di atas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan ulama Banjarmasin tentang fenomena ustadz selebriti diranah budaya populer?
2. Bagaimana fungsi, wibawa, dan efektifitas seorang figur ustadz selebriti dalam budaya populer atau menurut perspektif ulama Banjarmasin?

### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini, adalah:

1. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pandangan para ulama Banjarmasin tentang fenomena ustadz selebriti diranah budaya populer.
2. Penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan uraian tentang fungsi, wibawa, dan efektifitas seorang figur ustadz selebriti dalam budaya populer menurut perspektif ulama Banjarmasin.

### **D. Signifikansi/Kegunaan Penelitian**

Adapun signifikansi/kegunaan penelitian ini, yaitu:

1. Secara ilmiah, digunakan untuk pengembangan ilmu pengetahuan terkait agama dan budaya populer dengan menggunakan pendekatan sosiologi agama.
2. Secara sosial, dapat memberikan wawasan ilmiah kepada masyarakat terkait dengan fenomena agama, khususnya tentang ustadz selebriti dalam perspektif ulama Banjarmasin dan agar masyarakat dapat melihat, mengetahui dan memahami budaya populer.

## E. Definisi Istilah

### 1. Perspektif Ulama Banjarmasin

#### a. Persepektif

Perspektif adalah cara melukiskan suatu benda pada permukaan yang mendatar sebagaimana yang terlihat oleh mata dengan tiga dimensi (panjang, lebar, dan tingginya); atau sudut pandang; pandangan.<sup>13</sup>

Jadi dapat disimpulkan bahwa perspektif merupakan sudut pandang.

#### b. Ulama

Ulama adalah orang yang ahli dalam hal atau dalam pengetahuan agama Islam.<sup>14</sup>

Dalam penelitian ini, Perspektif Ulama Banjarmasin merupakan sudut pandang ulama Kota Banjarmasin berdasarkan ilmu agama yang mendalam tentang Ustadz Selebriti.

#### c. Ustadz Selebriti

Ustadz Selebriti terdiri dari dua kata Ustadz adalah guru agama atau guru besar (laki-laki) selebriti adalah Orang yang terkenal melalui media (biasanya tentang artis). Jadi, jika mengacu dari definisi di atas ustadz selebriti dapat diartikan sebagai guru agama terkenal yang dipopulerkan oleh media (Televisi).

---

<sup>13</sup> KBBI Online

<sup>14</sup> KBBI Online

#### d. Budaya Populer

##### 1) Budaya Populer

Budaya populer (*populer culture*) adalah sebuah kategori kebudayaan yang dicirikan oleh sifat-sifat permukaan, selera umum, dan motif publisitas.<sup>15</sup> Budaya populer terkait dengan apa yang disebut dengan budaya massa. Budaya massa adalah sebuah kategori kebudayaan yang diciptakan untuk massa yang luas, sehingga oleh Adorno cenderung dilihat sebagai kebudayaan yang menghasilkan selera massal atau rendah.<sup>16</sup>

#### F. Penelitian Terdahulu

Sejauh pengamatan yang telah dilakukan oleh penulis, penulis belum menemukan tulisan atau skripsi tentang perspektif ulama Banjarmasin tentang ustadz selebriti dalam budaya populer. Tetapi sebagai bahan penunjang, penulis menemukan penelitian terdahulu seperti kajian semiotika: skripsi *Ustad Selebriti Dalam Budaya Populer: (Perspektif Hipersemiotika Yasraf Amir Piliang)* oleh Maskur Jurusan Filasafat, fakultas Ushuluddin dari IAIN Antasari Banjarmasin tahun 2014 lalu, yang meneliti tentang ustadz selebriti dalam budaya populer dengan menggunakan analisis hipersemiotika Yasraf Amir Piliang.

---

<sup>15</sup> Yasraf Amir Piliang, *Bayang-bayang Tuhan: Agama dan Imajinasi* (Jakarta: Mizan Publika, 2011) h. 349

<sup>16</sup> Yasraf Amir Piliang, *Semiotika dan Hipersemiotika: Gaya, Kode dan Matinya Makna*, (Bandung: Matahari, 2012), h. 14

Berbeda dengan yang terdahulu, disini penulis mencoba meneliti tentang ustadz selebriti dalam budaya populer dengan menganalisis perspektif ulama di Banjarmasin, melalui pendekatan sosiologi agama.

## **G. Metode Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan penelitian lapangan (*field research*), yaitu penulis langsung turun ke lapangan untuk mengumpulkan data yang diperlukan sesuai dengan rumusan masalah penelitian.

Penelitian kualitatif juga bertujuan untuk mendeskripsikan dan menjelaskan suatu kejadian atau peristiwa dan pengalaman. Penelitian kualitatif cenderung berfokus pada makna dan menjelaskan bagaimana pengalaman mereka akan peristiwa tersebut. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan fenomenologi, dimana tujuan dari analisis fenomenologi adalah untuk mengeksplorasi secara detail bagaimana informan memahami dunia pribadi dan sosialnya.

### **2. Subjek penelitian**

Subjek penelitian ini adalah ulama yang bertempat di Banjarmasin dan atau aktifitasnya dominan di Banjarmasin, memiliki jama'ah pengajian, memiliki jenjang pendidikan formal (minimal S1), memiliki pengetahuan agama islam yang baik, serta dikenal oleh masyarakat.

### **3. Data dan Sumber Data**

#### **a. Data**

Data yang digunakan untuk penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu:

- 1) Data primer adalah data yang berkaitan dengan masalah yang diteliti melalui wawancara langsung dengan ulama Banjarmasin
- 2) Data skunder dalam penelitian ini adalah data yang berkaitan dengan gambaran kawasan atau wilayah Kota Madya Banjarmasin dan identitas responden yang akan diwawancarai.

#### **b. Sumber data:**

- 1) Sumber lapangan yaitu dari ulama Banjarmasin dengan melakukan wawancara langsung yang berkaitan dengan Ustadz Selebriti.
- 2) Sumber dokumen yaitu dari lokasi atau wilayah Banjarmasin melalui sumber yang berbentuk buku atau dokumen.

### **4. Teknik Pengumpulan Data**

Data-data yang diperlukan tersebut dihimpun dengan teknik-teknik sebagai berikut:

- a. Interview Berbingkai adalah penulis mengadakan tanya jawab secara langsung terhadap responden dan informan mengenai masalah yang diteliti.
- b. Dokumenter yaitu penelitian melakukan pencarian data melalui dokumen yang berkenaan dengan gambaran umum lokasi penelitian.

## **5. Pengolahan dan Analisis Data**

### **a. Pengolahan Data**

Setelah data terkumpul dari lapangan penelitian, proses selanjutnya yaitu mengolah data yang ada dengan tahapan-tahapan sebagai berikut:

- 1) Koleksi data yaitu mengoleksi data sebanyak-banyaknya baik data pokok atau data pelengkap.
- 2) Editing data yaitu penulis mengadakan pengeditan data yang sudah terkumpul agar sesuai dengan masalah yang diteliti.
- 3) Klasifikasi data yaitu melakukan pengelompokan data yang sudah terkumpul sesuai dengan keperluannya masing-masing.
- 4) Interpretasi data yaitu menafsirkan data yang ada sepanjang data itu perlu ditafsirkan, sehingga data dapat lebih jelas.

### **b. Analisis Data**

Setelah menempuh tahapan-tahapan dalam mengolah data, maka penulis menganalisis data secara deduktif kemudian menyajikan secara deskriptif kualitatif sesuai dengan masalah

yang diteliti, dengan bantuan teori tentang budaya populer yang mengarah kepada masalah yang diteliti maupun pendapat penulis sendiri, setelah analisa selesai maka selanjutnya data disimpulkan.

## **H. Sistematika Penulisan**

Bab I, mengenai latar belakang masalah yang diangkat dalam penelitian ini.

Bab II, bacaan-bacaan yang mendukung tema penelitian yang diangkat. Teori tersebut antara lain pengertian-pengertian, faktor agama dalam budaya populer, dan materi/ ajaran agama.

Bab III, Geografi yang berisikan tentang letak wilayah kota Banjarmasin, struktur tanah, sungai sungai yang ada di Banjarmasin dan lain-lain.

Demografi yaitu tentang ukuran, struktur, dan distribusi penduduk, serta bagaimana jumlah penduduk berubah setiap waktu akibat kelahiran, kematian, migrasi, serta penuaan penduduk yang ada di Banjarmasin.

Metode penelitian yaitu berisi tentang bagaimana penelitian akan dilaksanakan. Metode penelitian mencakup penggunaan teknik wawancara, pertanyaan penelitian, dan laporan hasil penelitian yang meliputi gambaran umum lokasi penelitian, identitas responden, dan ustadz selebriti dalam budaya populer (perspektif ulama di Banjarmasin).

Bab IV, Analisis berisi tentang: *pertama*, tanggapan ulama di Banjarmasin tentang fenomena ustadz selebriti di ranah sosial agama,

meliputi tanggapan ulama terhadap ustadz selebriti di Banjarmasin. *Kedua*, fungsi, wibawa, dan efektifitas dakwah ustadz selebriti dalam budaya populer perspektif ulama di Banjarmasin.

Bab V, Penutup berisikan kesimpulan dan saran-saran.

## **BAB II**

### **AGAMA, BUDAYA POPULER DAN USTADZ SELEBRITI**

#### **A. Faktor Agama dalam Budaya Populer**

Masyarakat Islam mengalami benturan dan pergulatan pemikiran yang cukup seru, salah satunya yaitu masyarakat yang dituntut untuk beradaptasi dengan berbagai macam perubahan yang terjadi dalam kehidupan sosialnya. Fenomena semacam itu terjadi di mana-mana, bukan di Indonesia saja. Jika dikaji masalahnya, maka dapat ditemukan dua faktor yang menjadi sumber terjadinya benturan dan pergulatan pemikiran tersebut dikalangan masyarakat Islam. Pertama, berasal dari komponen dinamis yang terdapat di dalam lingkungan Islam sendiri, sedangkan komponen lainnya, berasal dari proses invensi dan penggabungan budaya luar yang teresap ke dalam lingkungan masyarakat Islam melalui arus kultural yang membanjir dan berbagai jurusan.

Tantangan yang dihadapi umat Islam, sebagai akibat modernitas Barat yang secara radikal mengintervensi seluruh bidang kehidupan, benar-benar mempunyai implikasi-implikasi serius terhadap masa depan Islam dan umat Islam. Modernitas yang melahirkan masyarakat industri dengan perubahan-perubahan pola pikir, pola kerja dan pola konsumsi, dan disusul lahirnya masyarakat informasi, yang merobek batas-batas wilayah politik, sosial budaya dan ekonomi, dimana setiap problematika yang dihadapkan

kepada agama menuntut penyelesaian-penyelesaian yang bersifat dialektik, bukan normatif.

Perilaku keagamaan adalah satu bidang yang telah mengalami perubahan dramatis di kota-kota sebagai akibat dari globalisasi dan modernisasi hingga mengakibatkan "tergoncangnya kemantapan identitas keagamaan" yang terjadi tatkala masyarakat mengalami transformasi sosial dan budaya. Tanggapan umum atas terjadinya kegoncangan identitas adalah mencari sumber-sumber bimbingan moral yang baru dan bantuan melalui agama. Pencarian ini semakin banyak dilakukan dengan mengikuti garis pasar karena para pengguna agama mencari-cari identitas baru dan makna yang bersifat pribadi di dunia jual beli spiritual. Jual beli spritual itu bisa kita lihat dalam budaya populer.

Gagasan budaya populer terkait dengan perselisihan atas makna dan interpretasi yang mendahului menjadi tampak menonjol dalam berdebatan soal budaya massa. Budaya massa sendiri adalah budaya populer yang diproduksi untuk massal. Pertumbuhan budaya ini berarti memberi ruang sempit bagi segala jenis kebudayaan yang tidak dapat menghasilkan uang, yang tidak dapat diproduksi secara massal seperti halnya kesenian dan budaya rakyat. Memasukkan sebuah budaya berarti memerlukan sarana, maka media massa memegang peran penting.

Logika menarik dari budaya ini adalah penentu utamanya yaitu keuntungan produksi dan pemasaran yang dapat dihasilkan dari potensi pasar massalnya. Dominic Srinati menegaskan bahwa jika budaya massa

tidak menghasilkan uang, mungkin tidak akan diproduksi. Budaya ini bisa memberikan pengaruh kuat karena memang pada awalnya adalah produk-produkkultural yang kemudian dikembangkan oleh kekuatan media massa.<sup>17</sup> Dan budaya populer ini dikendalikan oleh sekelompok elite kebudayaan yang bernaung di bawah sistem kapitalisme yang motif utamanya adalah keuntungan. Ini sejalan dengan pemikiran Saefullah karena yang terjadi adalah simbiosis mutualisme, saling menguntungkan, namun persentase keuntungan lebih banyak pada media.<sup>18</sup>

Kemudian dari sektor moral, stasiun televisi berlomba-lomba mencomot ulama seraya meyulapnya menjadi sosok yang *sohor disebut ustadz* selebritis. Tak jarang, mereka tidak lagi jadi bisa apa adanya, karena sudah terlanjur terkenal. Sangat mungkin pula, demi menjaga citra dan ketenaran, orang rela mengatakan atau melakukan apa saja yang diinginkan penggemarnya, meskipun hatinya berpendirian sebaliknya.<sup>19</sup>

Dalam praktek dakwah di televisi juga menjelaskan bagaimana kealiman dan spiritualitas Islam direpresentasikan oleh simbol-simbol dari performativitas *ustadz*. Kopyah dan sarung dalam merek tertentu serta desain baju koko yang *ngetren* menjadi mitos baru dalam merepresentasikan kesalehan.

---

<sup>17</sup> Musnur Herry, *Millah: Jurnal Studi agama: Islam Populer di Media Massa*, h. 113-114

<sup>18</sup> Aris Saefullah, "Dakwahainment: Komodifikasi Industri Media di Balik Ayat Tuhan", dalam *Jurnal Komunika*, Vol. 3, No.2, (Juli-Desember 2009) h. 255-269

<sup>19</sup> Mujiburrahman, *Popularitas Berlian*, (Banjarmasin Post: Banjarmasin), h. 6

Beberapa contoh yang disebut di atas merupakan bentuk dari komodifikasi agama di mana pasar mengambil peran atas kebangkitan Islam pasca Orde Baru. Dan hari ini kita berada dalam abad informasi dan virtual atau zaman citra dan pencitraan. Wacana keagamaan masa kini tidak dapat dilepaskan dari perkembangan citra visual (*visual image*) sebagai unsur pembentuk utamanya.<sup>20</sup>

Budaya yang melekat pada media ini ternyata mampu menciptakan sebuah gaya-gaya tertentu yang menjadi daya tarik tersendiri, melalui kekuatan audio visualnya, dan kini informasi melimpah ruah, dalam dunia yang seolah makin mengecil, yang disebut Marshall McLuhan laksana desa buana (*global village*)<sup>21</sup>. Ia menciptakan realitas yang kemudian mempengaruhi khalayak dengan kuat. Keunggulan modis massa memang sebuah kenyataan yang tak bisa dipungkiri. Secara teoritis, pendekatan agenda setting menyebutkan bahwa pada pasarnya media memiliki agenda sendiri. Media sendiri mampu menciptakan agenda publik melalui penetrasi yang dilakukannya. Disinilah media mampu melakukan upaya-upaya penetraan sehingga agenda tersebut bisa berkembang secara lebih luas. Secara praktis hal ini bisa dijelaskan dalam realitas sehari-hari. Masyarakat yang sebelumnya terikat dengan kekuatan budaya tinggi yang dimiliki, secara perlahan-lahan berubah menjadi komunitas yang tragis, hedonis dan mengagung-agungkan budaya kekinian/budaya massa. Berkembang wacana

---

<sup>20</sup>Yasraf Amir Piliang, *Bayang-Bayang Tuhan: Agama dan Imajinasi*, (Jakarta Selatan: Mizan Publika, 2011), h. xxxiii

<sup>21</sup>Mujiburrahman, *Agama, Media, dan Imajinasi: Pandangan Sufisme dan Ilmu Sosial Kontemporer* (Banjarmasin: Antasari Press, cetakan 1. April 2015, cetakan 2. Mei 2015) h. 9

bahwa segala yang ada di media adalah budaya yang berlaku umum, dan bisa saja menjadi sebuah pembenaran yang berlaku universal.

Media dalam hal ini sebenarnya adalah ranah konstruksi dari berbagai kepentingan. Pertukaran dan permainan peran menjadi faktor penentu. Pola-pola dramaturgis akan berperan sekali dan disitulah mekanisme pencitraan dan konstruksi agama sebagai bagian budaya populer berlangsung. Lewat pencitraan media para pelaku agama memainkan peran dan menjadi aktor dalam panggung sandiwara, hal ini bisa kita lihat dari maraknya tayangan-tayangan penceramamah kondang ataupun ustadz selebriti dalam budaya populer.

#### **B. Ustadz Selebriti dalam Budaya Populer**

Perkembangan budaya populer telah mempengaruhi berbagai bentuk dunia kehidupan, termasuk kehidupan keagamaan. Agama khususnya praktik ritual keagamaan menjadi bagian dari komoditas tersebut. Ia dikembangkan dalam rangka mencari keuntungan. Individu, sistem, organisasi, atau kelompok yang terjebak di dalam perangkat ideologi budaya populer akan mengembangkan logika budaya populer (*logica of populer culture*) di dalam dirinya.

Relasi-relasi di dalam model budaya populer, misalnya fenomena ustadz selebriti memberikan gambaran relasi antara *bintang (idols)* dan *penggemar (fans)* kini mempengaruhi berbagai wacana-wacana lainnya, seperti pendidikan, politik, keorganisasian, spritualitas, dan keagamaannya. Mereka terperangkap di dalam berbagai konstruksi tanda, citra, dan simbol dengan

irama produksi, pergantian dan keuangan terencana, serta dengan berbagai pesona, daya tarik, dan fetisisme yang ditawarkannya sehingga mengancam keberadaan nilai-nilai dan ideologi autentik mereka sendiri.

Kebudayaan yang dikuasai oleh model-model ideologi konsumerisme dan budaya populer menggiring pada penciptaan massa sebagai mayoritas yang diam. Massa menjadi dikendalikan oleh sekelompok elite tertentu, termasuk pengendalian identitas mereka yang menghambat bagi penciptaan identitas autentik, yaitu identitas otonom yang tidak tergantung dan menggantungkan definisi, bentuk, logika dan strateginya pada sistem di luar dirinya.

Pengamatan dalam konteks ranah media populer, bahwa ketika seorang penceramah agama Islam hadir dilayar kaca dengan gaya dan dandanan khas, maka ia sebenarnya sudah memainkan sebuah peran dramaturgis. Layaknya seorang aktor ia berperan sebagai seorang ustadz yang tampil dilayar kaca, disaksikan orang di seantero negeri. Terjadilah proses mengaktualisasi diri dengan bersikap sempurna dan melakukan kamufase-kamufase tertentu. Media massa tentu saja tidak ingin sesuatu yang menonton dan tidak ada “percikan”. Karena itu perlu diciptakan dan dikonstruksi situasi yang dramatis, membius dan mendatangkan ketertarikan penonton. Pada posisi ini sebenarnya ustadz dan kalangan tokoh Islam lainnya bukan lagi sebagai sebuah subjek namun juga menjadi objek.

Fenomena dakwahtainment di satu pihak menjadikan adanya representasi ruang bagi kehidupan religius dalam masyarakat modern. Ayat-ayat Tuhan

bisa membahana dan mengisi ruang publik global karena bantuan media massa. Dengan demikian peranan media massa bagi dakwah sangat strategis. Namun di satu sisi, dapat disayangkan realitas yang terjadi. Baginya kualitas (nilai) bukanlah ukuran utama dalam dakwahtainment. Dalam konteks industri media, tetap yang menjadi ukuran pertama dan utama adalah rating sehingga yang terjadi adalah kapitalisme media massa. Sehingga pada akhirnya pesan dakwah dan juru dakwah hanya dijadikan sebatas komoditi.<sup>22</sup>

Saat ini media turut mengambil peran bagaimana identitas Islam dikonstruksi oleh media, selanjutnya dikonsumsi oleh khalayak dan akhirnya diproduksi ulang oleh media, demikian seterusnya menjadi pola yang berputar: produksi-konsumsi-produksi. Perbandingan rating tontonan selama bulan Ramadhan yang mana acara *Talkshow* oleh Ustadz Jefry lebih tinggi daripada *Talkshow Tafsir Al-Misbah* oleh Ustadz Quraisy Shihab. Hal ini menunjukkan bahwa faktor selebritis menentukan banyak atau tidaknya suatu acara ditonton oleh khalayak.

Selebritis sendiri memiliki pengertian yang melampaui pemimpin, pahlawan atau orang suci. Selebriti adalah individu yang dikenal karena identitas mereka di media. Walaupun ini tidak sejalan dengan nasihat sufi terkemuka, Ibnu Athaillah dalam tulisan Prof. Mujiburrahman di koran Banjarmasin Post, yang artinya sembunyikanlah wujudmu di bumi yang sunyi. Biji yang tak di benamkan di tanah, tak akan sempurna buahnya.

---

<sup>22</sup> Aris Saefullah, Dakwahtainment: Komodifikasi Industri Media di Balik Ayat Tuhan, dalam *Jurnal Komunika*, vol 3, No. 2, Juli-Desember 2009, h. 252-269

Keiklasan dan kesejatan berawal dari ketersembunyian, lalu proses secara alamiah hingga muncul kepermukaan.<sup>23</sup>

Melalui ulama selebritis, agama diterjemahkan sebagai hiburan (*religiainment*) sesuai kebutuhan dan tuntutan industri terhadap komoditas itu sendiri.<sup>24</sup>

Tulisan Greg Fealy yang diterjemahkan oleh Muhajir menyatakan tentang beberapa perdebatan tentang bentuk-bentuk komodifikasi Islam saat ini. Sebagian ada yang mengatakan bahwa ada banyak hal yang bisa dipuji “konsumsi Islam” karena ia membawa makna keagamaan baru dalam kehidupan Muslim dan membantu menciptakan masyarakat dengan pelaksanaan prinsip-prinsip Islam yang lebih ketat. Namun ada sebagian pula yang menyayangkan bahwa Islam dikomersilkan secara dangkal dan penekanan lebih kepada perilaku luar daripada membangun penghargaan intelektual dan spiritual atas arti penting dan keindahan iman secara lebih mendalam. Selain itu ada pula yang mengkhawatirkan bahwa konsumsi Islam akan mengubah sifat pokok Islam di Indonesia yang dianggap pluralis dan toleran dan akan digantikan dengan bentuk Islam yang lebih kearab-araban, puritan, dan radikal.<sup>25</sup>

---

<sup>23</sup> Mujiburrahman, *Popularitas Berlian*, (Banjarmasin Post: Banjarmasin), h. 6

<sup>24</sup> Iswandi Syahputra, Diskursus Identitas Umat Islam dalam Industri Televisi (dari Polemik Islam Fundamental-Liberal hingga Komodifikasi Islam Populer), *Jurnal Komunikasi Profetik*, vol 2, no.2, Oktober 2009, hlm 119-136

<sup>25</sup> Greg Fealy, “Mengonsumsi Islam: Agama yang Dijadikan Jualan dan Kesalehan yang Diidam-Idamkan di Indonesia” dalam Greg Fealy & Sally White, *Ustadz Seleb:...*, terj. Ahmad Muhajir (Depok: Komunitas Bambu, 2012), h. 15-37.

## **BAB III**

### **PAPARAN DATA**

#### **3) Kondisi Geografis Kota Banjarmasin**

##### **1. Letak**

Kota Banjarmasin terletak pada 3°15' sampai 3°22' Lintang Selatan dan 114°32' Bujur Timur, ketinggian tanah asli berada pada 0,16 m di bawah permukaan laut dan hampir seluruh wilayah digenangi air pada saat pasang. Kota Banjarmasin berlokasi daerah kuala sungai Martapura yang bermuara pada sisi timur Sungai Barito. Letak Kota Banjarmasin nyaris di tengah-tengah Indonesia.

Kota ini terletak di tepian timur sungai Barito dan dibelah oleh Sungai Martapura yang berhulu di Pegunungan Meratus. Kota Banjarmasin dipengaruhi oleh pasang surut air laut Jawa, sehingga berpengaruh kepada drainase kota dan memberikan ciri khas tersendiri terhadap kehidupan masyarakat, terutama pemanfaatan sungai sebagai salah satu prasarana transportasi air, pariwisata, perikanan dan perdagangan.

##### **2. Batas wilayah**

Batas-batas wilayah Kota Banjarmasin adalah sebagai berikut: Batas USBT, utara adalah Kabupaten Barito Kuala, selatan adalah Kabupaten Banjar, barat adalah Kabupaten Barito Kuala, dan timur adalah Kabupaten Banjar.

### **3. Fungsi dan penggunaan tanah**

Tanah aluvial yang didominasi struktur lempung adalah merupakan jenis tanah yang mendominasi wilayah Kota Banjarmasin. Sedangkan batuan dasar yang terbentuk pada cekungan wilayah berasal dari batuan *metaforf* yang bagian permukaannya ditutupi oleh kerakal, kerikil, pasir dan lempung yang mengendap pada lingkungan sungai dan rawa.

Penggunaan tanah di Kota Banjarmasin tahun 2003 untuk lahan pertanian seluas 2.962,6 ha, industri 278,6 ha, perusahaan 337,3 ha, jasa 486,4 ha dan tanah perumahan 3.135,1 ha. Dibandingkan dengan data tahun-tahun sebelumnya lahan pertanian cenderung menurun, sementara untuk lahan perumahan mengalami perluasan sejalan dengan peningkatan kegiatan ekonomi dan pertumbuhan penduduk. Luas optimal Ruang Terbuka Hijau (RTH) sebuah kota adalah 30% dari luas kota, sedangkan kota Banjarmasin hanya memiliki 10 sampai 12% RTH saja.

### **4. Iklim**

Kota Banjarmasin beriklim sabana tropis di mana angin muson barat bertiup dari Benua Asia melewati Samudera Hindia menimbulkan musim hujan, sedangkan angin dari Benua Australia adalah angin kering yang berakibat adanya musim kemarau.

Curah hujan yang turun rata-rata per tahunnya kurang lebih 2.400 mm dengan fluktuasi tahunan berkisar antara 1.600-3.500 mm, jumlah hari

hujan dalam setahun kurang lebih 150 hari dengan suhu udara yang sedikit bervariasi, sekitar 26 °C.

Kota Banjarmasin termasuk wilayah yang beriklim tropis. Angin Muson dari arah Barat yang bertiup akibat tekanan tinggi di daratan Benua Asia melewati Samudera Hindia menyebabkan terjadinya musim hujan, sedangkan tekanan tinggi di Benua Australia yang bertiup dari arah Timur adalah angin kering pada musim kemarau. Hujan lokal turun pada musim penghujan, yaitu pada bulan-bulan November–April. Dalam musim kemarau sering terjadi masa kering yang panjang. Curah hujan tahunan rata-rata sampai 2.628 mm dari hujan per tahun 156 hari. Suhu udara rata-rata sekitar 25 °C - 38 °C dengan sedikit variasi musiman. Fluktuasi suhu harian berkisar antara 74-91%, sedangkan pada musim kemarau kelembabannya rendah, yaitu sekitar 52% yang terjadi pada bulan-bulan Agustus, September dan Oktober.

#### **4) Kondisi Demografi Kota Banjarmasin**

##### **1. Jumlah Penduduk**

1.1 Tabel Jumlah Penduduk Banjarmasin tahun 2015

<b>Nomor</b>	<b>Kecamatan</b>	<b>Luas (km<sup>2</sup>)</b>	<b>Jumlah Penduduk (jiwa)</b>	<b>Kepadatan (jiwa/km<sup>2</sup>)</b>
1	Banjarmasin Selatan	38,27	157.678	4.120
2	Banjarmasin Timur	23,86	120.062	5.032
3	Banjarmasin Barat	13,13	149.732	11.404
4	Banjarmasin Tengah	6,66	94.750	14.227
5	Banjarmasin Utara	16,54	153.218	9.263
	jumlah	98.46	675.440	44.046

Jadi, kecamatan Banjarmasin Tengah merupakan kecamatan yang memiliki kepadatan penduduk yang lebih padat dengan jumlah kepadatan penduduk 14.227 jiwa/ km<sup>2</sup> dan kecamatan yang jumlah kepadatan penduduknya paling sedikit ialah Banjarmasin Timur dengan kepadatan penduduk 5.032 jiwa/ km<sup>2</sup>

## 2. Suku bangsa

Mayoritas penduduk kota Banjarmasin berasal dari etnis Banjar (79,26%). Penduduk asli yang mendiami Banjarmasin adalah orang Banjar Kuala yang memiliki budaya sungai dengan interaksi masyarakat yang sangat kuat terhadap sungai baik dalam kegiatan sosial maupun ekonomi. Hal ini dapat dilihat dari adanya Pasar Terapung yang menjadi salah satu objek wisata andalan Kota Banjarmasin. Di Banjarmasin juga banyak terdapat orang Banjar Pahuluan yang berasal dari Benua Anam serta orang Banjar dari daerah-daerah lain di Kalimantan Selatan.

Etnis minoritas terbesar yang cukup mudah ditemui di Banjarmasin yaitu etnis Jawa (10,27%), Madura (3,17%) dan keturunan Tionghoa (1,56%). Orang Jawa di Banjarmasin dapat ditemui di hampir semua kawasan dan umumnya telah membaaur dengan orang Banjar, sedangkan orang Madura lebih mengelompok dengan mendiami beberapa kantong permukiman seperti di Kampung Gadang, Pekapuran, Kelayan dan Pemurus Baru. Sedangkan permukiman keturunan Tionghoa di Banjarmasin berada di Jalan Veteran. Etnis-etnis lainnya yang terdapat di Banjarmasin yaitu etnis Dayak (dari Bakumpai, Meratus dan Kalimantan Tengah), Bugis (dari Tanah Bumbu, Kotabaru dan Sulawesi), Sunda, Batak dan lain-lain.

## 2.1 Tabel Komposisi Suku bangsa di kota Banjarmasin tahun 2010

antara lain:

Nomor	Suku Bangsa	Jumlah	Persentase
1	Jawa	495.764	79,26%
2	Banjar	64.212	10,27%
3	Madura	19.825	3,17%
4	Tionghoa	9.732	1,56%
5	Dayak	5.727	0,92%
6	Bugis	3.742	0,60%
7	Sunda	2.941	0,47%
8	Batak	2.354	0,38%
9	Suku-suku lainnya (arab ,melayu, bima,dll)	30.916	3,37%
	Jumlah	625.481	100%

Jadi, jumlah Suku Bangsa dengan persentase terbesar adalah suku banjar dengan 79,26 % dan suku bangsa terkecil ialah suku Batak dengan 0,38 %.

### 3. Agama dan Tempat Ibadah

Islam adalah agama mayoritas yang dianut sekitar 95.54% masyarakat Kota Banjarmasin. Selain itu ada juga yang beragama

Kristen, Katolik dan Buddha yang rata-rata dianut masyarakat keturunan Tionghoa dan pendatang.

3.1 Tabel Berikut penduduk Kota Banjarmasin menurut agama yang dianut :

<b>Nomor</b>	<b>Agama</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Konsentrasi</b>
1	Islam	597.556	95,54%
2	Kristen	15.095	2,41%
3	Katolik	6.484	1,04%
4	Budha	4.262	0,68%
5	Hindu	437	0,07%
6	Khonghucu	122	0,02%
7	Lainnya	1.525	0,24%
	Total	625.481	100,00%

Jadi, tabel diatas menjelaskan bahwa jumlah penduduk yang memeluk agama Islam lebih banyak dengan 94,54% dan Khonghucu sebagai agam yang paling sedikit pemeluknya dengan 0,02 %

3.2 Berikut jumlah tempat ibadah di Kota Banjarmasin tahun 2009 :<sup>26</sup>

<b>Nomor</b>	<b>Agama</b>	<b>Tempat Ibadah</b>	<b>Jumlah</b>
--------------	--------------	----------------------	---------------

<sup>26</sup> <https://id.wikipedia.org>, pkl. 22.15 Wita, tanggal 18 juli 2017

1	Islam	Masjid	177
		Mushala/langgar	838
		Jumlah	1.015
2	Kristen	Gereja	25
		Semi/Darurat	30

Jadi, tabel diatas menjelaskan bahwa jumlah masjid dan langgar terbanyak dengan jumlah 1.015 masjid dan langgar sedangkan tempat ibadah dengan jumlah paling sedikit ialah Pura 1.

## 5) PROFIL SINGKAT ULAMA BANJARMASIN DAN PANDANGAN MEREKA TENTANG USTADZ SELEBRITI

### **Tamjid Noor**

Tamjid Nor, S.Ag., M.Pd.I adalah seorang dosen Fakultas Persatuan Guru Madrasah Iftidayah (PGMI) di Perguruan Tinggi UIN Antasari Banjarmasin, sebelum beliau menjadi seorang dosen, beliau menempuh pendidikan SDN Bakti Panyuruan pada tahun 1977-1983, kemudian MTSN Halabiu dari tahun 1983-1986, dan kemudian

melanjutkan ke SMAN Alabiu pada tahun 1986-1989, setelah lulus dari SMAN Alabiu beliau melanjutkan ke Perguruan Tinggi di IAIN Antasari Banjarmasin Fakultas Tarbiyah pada Tahun 1989-1995, kemudian beliau melanjutkan ke Pascasarjana di IAIN Antasari Banjarmasin pada Tahun 2006-2010. Dan sekarang beliau tinggal di Jl. A. Yani, KM.4.5, GG. Amanah, pekapuran Raya , Banjarmasin Timur, Banjarmasin. Motto beliau “Manfaatkanlah Hidup untuk banyak beramal”.

Beliau mengatakan bahwa komitmen dan konsekuen terhadap tindakan yang berasal dari dalam seorang da'i yang mampu mengeluarkan *karisma*, dan itulah yang diperlukan oleh masyarakat sekarang tanpa harus melihat tampilan fisik seorang da'i.

Dakwah yang disampaikan tidak akan sampai kepada umat, kalau Ustadznya menggunakan cara yang salah. Seperti yang saya alami, saya mau tampil di salah satu media lokal tapi saya disuruh memakai bedak saya tolak dan saya mengatakan air *wudhu* sudah cukup, dan salahnya lagi yang hendak memakaikan juga tidak menutup auratnya, ini jelas bahwa media melihat dari sisi tampilan bukan dari sisi dakwahnya.

Beliau menjelaskan bahwa dakwah yang langsung bertatapapan dengan umat itu lebih efektif ketimbang memakai media (televisi), sebab bertemu langsung itu akan lebih mengena di hati masyarakat, lebih dekat dengan umat, tanpa menggunakan perantara sehingga tidak ada batasan antara si Ustadz dengan umat atau masyarakat.

Kemudian menurut beliau berdakwah dengan metode bernyanyi, ikut bermain iklan, dan sinetron tidak dibenarkan jika dirinya sendiri tidak mengikuti cara nabi yang sederhana tanpa berdandan, tanpa iming-iming harta atau materi.

Dan humoris sebenarnya bagus, agar jamaah tidak jenuh jadi diberikan hiburan tetapi jangan menggunakan humoris yang tidak lazim, gunakanlah kata-kata humor yang sesuai dengan tema atau kata-kata yang masih dalam ajaran-ajaran agama, seperti kisah-kisah sahabat atau humor yang memiliki pesan-pesan keagamaannya.

Jadi, menurut bapak Tamjid tentang fenomena Ustadz selebriti, beliau menegaskan bahwa Ustadz selebriti itu tidak memiliki keiklanan yang murni dari dalam diri si Ustadz selebriti tersebut, karena mereka lebih banyak porsi intertainnya dibandingkan dengan dakwahnya. Sehingga cara-cara atau yang dicontoh pendahulu kita diabaikan.

### **Murjani Sani**

Drs. H.Murjani Sani, M. Ag, adalah seorang salah tokoh ulama yang berasal dari Tantaranin (Kalua) yang lahir pada 20 April 1954 di Tantaranin, beliau sekarang tinggal di Jl. Pekapuran Raya, Banjarmasin Timur, Kalimantan Selatan. Beliau menempuh pendidikan fomal di SDN Tantaranin 1966, kemudian berlanjut ke SLTP Norma Islam pada Tahun 1970, kemudian beliau melanjutkan ke SLTA/SP pada Tahun 1973, setelah lulus beliau melanjutkan ke Perguruan Tinggi IAIN Antasari

Banjarmasin Fakultas Ushuluddin, dan sekarang beliau menjadi tenaga pengajar di Fakultas Ushuluddin dan Humaniora, UIN Antasari Banjarmasin.

Dalam perspektifnya beliau menjelaskan bahwa, dakwah melalui media yang mampu tersebar secara luas dan menyeluruh seharusnya mendapatkan apresiasi, sebab media adalah bisnis yang harus dimanfaatkan keberadaanya. Jika berkenaan dengan diamalkan atau tidaknya dakwah tersebut, maka itu resiko mereka dengan Tuhannya.

Bapak Murjani juga memaparkan tentang seorang Ustadz yang berdakwah ikut main sinetron atau main film itu tidak apa-apa selama apa yang disampaikan baik, misalnya dengan menyanyi, itu berfungsi untuk memberikan sarana yang lebih cepat dipahami.

Beliau juga menjelaskan tentang Ustadz ikut bermain iklan, beliau menuturkan bahwa itu tidak jadi masalah, sebab zaman sekarang perlu adanya pendekatan dan sesuai dengan zaman yang modern. Itu sebagai salah satu cara Ustadz tersebut dalam segi berdakwah untuk menjangkau masyarakat modern secara luas.

Berdakwah disarankan menggunakan berbagai metode, salah satunya dengan metode humoris karena sebenarnya tidak masalah jika menyampaikan materi agama dengan gaya humoris dan itu disukai oleh kalangan anak muda. Karena itu termasuk dalam metode berdakwah.

Beliau menuturkan bahwa Ustadz yang berdakwah melalui media musik tidak jadi soal, sebab dakwah bisa tercapai dengan cara bermain

musik karena musik hanya menjadi sarana. Pada zaman dulu para wali songo dalam berdakwah menggunakan media atau sarana berdakwah, kalau sekarang diibaratkan seperti media musik. Jadi, intinya beliau menghargai pendapat tersebut .

Ustadz itu memiliki tugas dan fungsi sebagai pencerah dan penyadar masyarakat agar para muslim selalu dalam ajaran-ajaran agama Islam. Mereka mencerdaskan masyarakat untuk menjadikan masyarakat yang hebat. Selama mereka menjalankan fungsinya sebagai Ustadz, sah-sah saja disebut ustadz selebritis, walaupun cara penyampaiannya agak berbeda.

Kemudian beliau menjelaskan wibawa itu terlahir dari ilmu dan juga dari penampilan seperti gaya berpakaian, tingkah laku, kemampuan berkomunikasi dan juga bisa memotivasi orang untuk menunjang kharisma seorang Ustadz selebriti.

Menurut beliau efektifitas dakwahnya dari Ustadz selebriti tersebut dalam perkembangan media sangat efektif tetapi untuk kalangan tertentu, tetapi untuk masyarakat awam lebih tertarik mendengarkan di masjid.

### **Drs. H. M. Kursani Ahmad, M. Ag**

Drs. H. M. Kursani Ahmad, M. Ag beliau tinggal sekarang di Jl. Ahmad Yani, KM7.6 Bunyamin Residence Blok G Reat Residence, NO. 32, Kabupaten Banjar beliau adalah salah tokoh ulama yang berasal dari Amuntai yang lahir pada tanggal 28 Agustus 1950, beliau adalah

orang yang memiliki pengetahuan dengan pendidikan formal yang beliau tempuh, yaitu S1 beliau diselsaikan dengan baik pada tahun 1977 di IAIN Sunan Kalijogo dan beliau melanjutkan pendidikan S2 beliau di Pasca Sarjana IAIN Antasari Banjarmasin pada tahun 2016. Sekarang beliau sudah beranjak diusia kurang lebih 67 tahun, di usia yang mulai senja ini beliau masih aktif sebagai tenaga honorer di UIN Antasari yang dulunya IAIN Antasari, dan beliau juga masih aktif sebagai pendakwah islamiah di masjid-masjid dan mushola-mushola. Terakhir, beliau memiliki motto “bisa bermanfaat untuk orang lain”.

Kemudian Beliau mengungkapkan perspektif beliau tentang Ustadz selebriti, sebenarnya tidak jadi masalah asal mereka jelas dasar agama walaupun menjadi bintang iklan dan bintang sinetron harus berkenaan dengan ajaran agama, tidak keluar dari ajaran agama itu sendiri.

Ustadz maulana yang berceramah dengan gaya humornya, menurut bapak kursani sebenarnya tidak masalah jika menyampaikan materi agama dengan gaya humoris dan itu disukai oleh anak muda karena guru Zuhdi menggunakan humoris dalam menyampaikan ceramah beliau agar tidak jenuh tetapi yang menjadi catatan adalah terkadang Ustadz maulana lebih menonjolkan humorisnya ketimbang materi agama.

Bagaimana dengan almarhum Utadz jefri dalam berceramah dengan ciri khas seorang penyanyi, bapak Kursani memaparkan berceramah dengan musik sebenarnya tidak terlalu disukai oleh orang-orang tua, karena orang tua lebih memperhatikan isi materi yang

disampaikan ketimbang caran atau metode dalam menyampaikan materi, seperti alunan musik atau dibungkus dengan humoris.

Dan mungkin alm. Ustadz jefri sasaran ceramahnya adalah anak muda karena menurut bapak Kursani berceramah menggunakan musik hanya untuk anak muda saja dan itu sangat berpengaruh bagi anak-anak muda yang baru mempelajari tentang agama.

Fungsi Ustadz selebriti menurut bapak kursani yaitu harus melihat dulu latar belakang Ustadz selebriti tersebut apakah karena dia (Ustadz Selebriti) sudah terkenal duluan baru membawa-bawa agama, karena banyak menurut beliau Ustadz-ustadz dadakan yang timbul di layar televisi dengan menyalahkan orang lain yang hanya menggunakan rujukan-rujukan yang tidak jelas, sebab menurut bapak kursani agama memiliki rujukan-rujukan yang jelas seperti kitab-kitab, dan jangan sampai menyalahkan orang lain dalam berceramah dan merasa paling benar.

Menyangkut wibawa seorang Ustadz selebriti menurut bapak kursani yaitu dari cara berpakaianya sesuai dengan tingkah laku, mungkin wibawa seorang Ustadz selebriti lebih mengena ke anak-anak muda sesuai dengan gaya berpakaian, Ustadz selebrti memang memiliki wibawa tetapi tidak terlalu mengena ke orang-orang tua tapi lebih mengena ke anak-anak mudanya sesuai dengan gaya berpakaian dan zaman yang moderen.

Efektivitas seorang Ustadz selebriti dalam menyampaikan ceramah atau dakwahnya, memang Ustadz selebriti namanya sudah terkenal luas

sehingga ceramah yang disampaikan lebih cepat luas dengan waktu yang bersamaan di seluruh Indonesia dengan memanfaatkan ke selebritian sorang Ustadz. Tetapi terkadang masyarakat kurang mencermati isi yang disampaikan. Media massa seperti televisi yang di zaman modern ini adalah *sunnatullah*, perkembangan media massa dipergunakan dengan sebaik-baiknya, salah satunya dipergunakan untuk berdakwah. Karena berdakwah banyak cara-caranya seperti dengan lisan ataupun dengan tingkah laku.

Kesimpulannya adalah Ustadz selebriti yang berdakwah menggunakan televisi tidak masalah asalkan apa yang disampaikan dengan cara-cara yang sesuai dengan kitab-kitab dan ajaran-ajaran agama Islam, apa yang disampaikan sesuai dengan tingkah laku dan harus melihat latar belakang sorang Ustadz selebriti agar tidak salah memahami ajaran agama Islam.

Diakhir wawancara bapak kursani menambahkan, seorang Ustadz atau penda'i harus bisa mencerahkan, dari yang tidak tahu menjadi tahu dan tidak menimbulkan perpecahan antara umat dan harus merangkul umat, tidak boleh menyalahkan orang lain, apapun yang disampaikan harus sesuai dengan al-Quran dan al-Hadist.

### **Prof. Dr. Abdullah Karim, M Ag**

Prof. Dr. Abdullah Karim, M Ag adalah salahsatu Ulama di Banjarmasin, beliau sekarang tinggal di Jl. Ahmad Yani Km, 8.4, Komplek

Setia Dharna No. 32, RT. 11, RW. 4, kelurahan Manarap Lama Kecamatan Kertak Hanyar. Beliau lahir pada tanggal 14 Februari 1955 di Desa Amuntai. Beliau juga sebagai salah satu Dosen Fakultas Ushuluddin dan Humaniora di UIN Antasari Banjarmasin. Beliau memiliki motto “Kalau bisa meraih yang terbaik kenapa tidak?”.

Menurut beliau tentang persepektif seorang Ustadz yang berdakwah ikut main sinetron atau main film adalah Ustadz sama dengan ulama, jadi Ustadz selebriti itu terbagi menjadi dua kriteria, dilihat dari latar belakang Ustadznya, ada orang yang memang punya keahlian/pendidikan pengetahuan yang mapan walaupun dia main sinetron namun sudah dilatar belakangi keilmuan yang dia miliki dan nilai selebritasnya tidak mengganggu karena dia memiliki keilmuan, tetapi berbeda dengan Ustadz karbitan (*settingan*) yang direkayasa oleh media. Ketika seorang Ustadz ceramah di sebuah acara televisi semuanya direkayasa, baik pertanyaan maupun jawabannya sudah disusun duluan sehingga ketika ada yang bertanya jawabannya sudah ada.

Kemudian beliau menambahkan bahwa Ustadz selebriti dalam tayangan televisi, sebenarnya dia bukan Ustadz yang diinginkan. Umapamanya ada ustadz yang selebritas, menurut fatwa “kalau suami memukul Istri jatuhlah talak” padahal jatuh talak itu karena istrinya tidak setuju lalu dia mengadu itu bisa jatuh talak, tetapi umpamanya saminya memukul dan istrinya tidak mengadu maka tidak akan terjadi talak. Nah,

jadi perubahan itu dari segi ilmu Fiqih fatwa Ustadz selebrity itu tidak benar. Dan ketika ada salah satu tayangan televisi, saya menyaksikan sendiri ada sebuah pertanyaan “mengapa zina diawali dengan perempuan sementara yang mencuri didahulukan laki-laki asyariku asyarikatu” dan dari jawaban ustadz tersebut katanya “anda salah yang benar itu azzani wa zaniah”. Dan dari jawaban tersebut yang saya dengar keliru karena di dalam Al-Qur’an yang benar adalah azzaniatu azzani di dahulukan yang perempuan. Ini berarti Ustadz selebrity itu apa memang latar belakangnya memiliki pengetahuan mapan maka selebritas dalam media hanya sebagai penunjang saja, tetapi kalau memang ustadz tersebut bukan ahlinya dan kita ada sedikit su’uzzun tapi itulah kenyataannya yang direkayasa. Seperti ulama AA’ GYIEM itu memang latar belakang keagamaannya memang diakui, tapi popularitasnya redam karena dia poligami dan sekarang sudah jarang sekali muncul di media, padahal beliau kalau dilihat dari segi keilmuan bisa disebut mapan. Jadi, saya berpendapat apabila latar belakang Ustadz yang berpendidikan maka popularitas itu sebagai penunjang saja karena ditunjang oleh media.

Kemudian beliau menjelaskan tentang Ustadz ikut tayangan sinetron atau iklan, beliau menuturkan bahwa itu tidak jadi masalah, itu hanya menunjang popularitas untuk melakukan pendekatan kepada masyarakat yang modern. Itu cara Ustadz tersebut dalam segi berdakwah untuk menjangkau dan sebagai komunikasi kepada masyarakat modern.

Kalau dilihat dari segi Ustadz selebriti itu yang paling penting adalah yang dapat kita ambil dan dilihat dari latar belakang atau fatwanya tentang latar belakang keilmuannya sudah mapan atau tidak, ketika ustadz mengeluarkan fatwanya maka kita lihat dulu isi-isi fatwanya dengan kecocokan materi ajaran agama lalu kita pertimbangkan.

Dan dari situ juga beliau menjelelaskan tentang Ustadz selebtri yang berdakwah dengan cara/gaya yang homuris, beliau menjelaskan Ini masalahnya yang jadi pertannyaannya “apakah audiensnya senang atau tidak dan puas atau tidak puas”? jadi, menurut saya tidak jadi masalah karena setiap orang punya cara sendiri ada yang serius dan ada yang homur. Tapi bagaimanapun yang diutamakan adalah dakwahnya atau penyampaian pesannya. Kalau pesannya dapat ditangkap dan dapat diterima apa lagi dapat diamalkan. Ini berarti tujuan dakwahnya dapat mencapai sasaran karena tujuan dakwah itu mengajak orang untuk malakukan kebaikan dan mengajak orang untuk meninggalkan kejahatan, tetapi yang lebih utama itu untuk meninggalkan kejahatan lebih utama dari pada mengajak untuk kebaikan.

Dalam kaidah ushul fiqih yang artinya “menghindarkan kerusakan itu lebih diutamakan dari pada meraih kebaikan. Jadi, kalau dua hal yang bertentangan yang satu untuk meraih kebaikandan yang kedua untuk menghindari kejahatan. Jadi, meninggalkan kejahatan harus diutamakan. Misalnya, mengajak orang ke mesjid dan mengajak orang untuk meninggalkan narkoba. Jadi, yang lebih diutamakan adalah mengajak

orang meninggalkan narkoba dibandingkan dengan orang yang mengajak ke mesjid, ini kaidah ushul fiqh. Mengajak orang dalam kebaikan adalah perbuatan yang baik juga, namun, andai dalam waktu yang bersamaan ada dua itu yang bisa dilakukan maka dahulukanlah yang menghindari kejahatan atau menyelamatkan jiwa orang.

Beliau menuturkan bahwa Ustadz yang berdakwah melalui media musik, ada yang mengatakan itu tidak benar tapi menurut saya itu tidak jadi masalah, tetapi kalau dengan cara media musik tujuan dakwah bisa tercapai dibandingkan dengan cara biasa maka itu tidak jadi malah media hanya menjadi sarana. Pada zaman dulu para wali songo dalam berdakwah menggunakan wayang sebagai media yang jadi sarana utama, kalau sekarang dikias seperti media musik. Jadi, intinya pendapat saya termasuk orang yang toleransi saja mengenai hal tersebut.

Kalau menurut saya fungsi seorang selebriti sebagai Da'i yaitu cara memilah itu dari segi audiensnya siapa, kalau audiensnya itu anak muda/modern cara-cara seperti itu fungsinya sudah pas seperti dengan cara homuris atau dengan media musik. Kalau Ulama Qurais Shihab itu cara berdakwah beliau lebih tepatnya kepada orang-orang yang terpelajar dan beliau mengajak kita untuk berfikir (intelektual). Pendekatannya dengan cara yang berbeda dengan memanfaatkan media massa. Biasanya media massa seperti iklan itu cenderung dusta, walaupun ada kebaikannya tetapi yang lebih dominan unsur dustanya. Penyalahgunaan media Ustadz selebtiti sebagai alat media namun, dibalik semua itu ustadz diberikan

kesempatan untuk berdakwah. Penyalahgunaan itu dari sisi medianya yang memanfaatkan ustadz selebriti sebagai alat/sarana.

Ustadz selebriti dengan perkembangan dunia politik di Indonesia seharusnya mereka ikut andil karena mereka menggunakan media televisi yang mencakup lebih luas, apakah harus ikut campur tangan dalam hal ini, ustadz selebriti tidak harus ikut andil dalam dunia politik karena bagaimanapun ustadz selebriti hanya diperalat orang yang memiliki media massa. Lebih baik harus bersifat netral agar tidak terlihat seperti mendukung salah satu partai politik.

Lanjutnya, beliau menjelaskan tentang keefektifitasan dakwah dari Ustadz selebriti tersebut, menurutnya Ustadz selebriti itu dalam perkembangan media sangat efektif untuk menyampaikan dakwahnya tetapi untuk kalangan tertentu, misalnya untuk masyarakat awam lebih tertarik mendengarkan di mesjid atau di tempat-tempat lain seperti di rumah masyarakat yang sedang menadakan pengajian. Namun, kalau di media seperti televisi masyarakat awam kurang antusias dalam menanggapi dakwah tersebut. Tetapi bagi kalangan anak muda/modern lebih tertarik menggunakan media yang lebih *update*. Jadi, secara tidak langsung antara masyarakat awam dengan kalangan anak muda/modern sekarang itu terbagi selernya dalam mendengarkan dakwah. Ustadz biasa yang tidak bisa menjangkau anak muda/modern tersebut karena tidak menggunakan media, justru disinilah peran Ustadz selebriti untuk menjangkau masyarakat modern.

Terakhir beliau menuturkan tentang wibawa seorang Ustadz selebriti akan hilang apabila berdakwah melalui media televisi yang sering terdengar tentang isu yang mengatakan Ustadz selebriti adalah ustadz karbitan (rekayasa) yang ditampilkan di televisi, dengan tenang beliau menjelaskan bahwa wibawanya tidak bisa diukur untuk semua orang, misalnya dia berwibawa dikalangan masyarakat modern seperti anak muda, tetapi bagi orang biasa Ustadz tersebut tidak memiliki wibawanya. Yang sangat disayangkan itu adalah Ustadz selebriti lebih di Idolakan dari tingkah laku, cara berpakaian dibandingkan Nabi Muhammad SAW. yang harus kita teladani. Jadi, ukuran wibawa itu relatif tidak bisa di ukur oleh semua orang, tetapi mereka berwibawa di kalangan tertentu.

### **Prof. Dr. H. Asmaran As, MA**

Prof. Dr. H. Asmaran As, MA adalah seorang ulama banjarmasin Kalimantan Selatan, beliau menempuh pendidikan formal di SDN Juai Balangan, kemudian beliau melanjutkan ke SMP dan SMA di Pondok Pesantren Norma Islam Rakha, setelah lulus dari sana beliau melanjutkan ke Perguruan Tinggi IAIN Antasari Banjarmasin, Fakultas Ushuluddin. Lalu, beliau melanjutkan lagi ke Pascasarjana hingga mendapat gelar Prof. Dr. H. Asmaran As, MA di IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, setelah lulus dari sana beliau kembali lagi ke Banjarmasin menjadi seorang dosen di Fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Antasari Banjarmasin.

Beliau menjelaskan bahwa seorang Ustadz yang berdakwah ikut main sinetron atau main film tidak jadi masalah selama apa yang disampaikan baik, misalnya dengan menyanyi, atau homuris itu diperlukan untuk menyentuh rasa. Berdakwah itu tidak hanya menyampaikan ilmu itu dengan formal tetapi juga bisa melalui nyanyian atau musik itu menurut saya boleh. Latar belakang ilmunya harus mapan juga. Ustadz yang tipekal homuris ada yang suka dan ada yang tidak suka tergantung pada kalangannya. Kalau Ustadz selebriti dalam hal bisa menyampaikan misalnya tentang puasa, shalat dan lain-lainnya tetapi tidak bisa mengeluarkan fatwa.

Membahas tentang Ustadz selebrti tentu ada hubungannya dengan seorang ulama dan beliau juga menjelaskan tentang perbedaan Ustadz dan ulama, menurut beliau Ustadz lebih banyak menggunakan kemampuan metode penyampaiannya dengan keahliannya, sedangkan ulama memberikan aturan/tuntunan yang menyampaikan boleh atau tidaknya, atau halal dan haramnya serta latar belakang ilmunya memang sudah mapan.

Berbicara tentang Ustadz selebriti, beliau juga menjelaskan tentang perbedaan Ustadz selebrti dengan Ustadz. Menurutnya Ustadz selebriti itu pada umumnya hanya perkembang di dunianya tidak mendalami ilmu serta lebih bnyak menggunakan metodenya, misalkan kemampuannya menyanyi maka metode yang di gunakan dalam menyampaikan dakwah dengan bernyanyi dimana di dalam lagu-lagu yang dibawakan mengadung

makna nasehat.. Sedangkan Ustadz itu mendalami ilmu-ilmu agama seperti mengkaji kitab-kitab kuning serta mendalami hukum ushul Fiqih. Dan juga bisa menjelaskan hukum agama secara rinci dengan latar belakang ilmu yang sudah mapan. Seorang Ustadz atau dai memiliki karisma dan wibawa seorang ustadz atau dai, yang mampu mempengaruhi pendengardengarnya.

Kemudian beliau menjelaskan wibawa itu terlahir dari ilmu dan juga dari penampilan seperti gaya berpakaian, tingkah laku, kemampuan berkomunikasi dan juga bisa memotivasi orang untuk menunjang kharisma seorang Ustadz selebriti.

Terlepas dari itu, beliau juga menjelaskan fungsi Ustadz selebriti yang berdakwah melalui media massa, Menurutnya itu sah-sah saja karena mengikuti perkembangan zaman yang berdakwah melalui media tetapi niatnya untuk berdakwah bukan semata-mata untuk popularitas. Kalau dilihat dari efektifnya sudah lumayan bagus dan menyampaikan agama dengan benar.

### **Dr. Dzikri Nirwana, M. Ag**

Dr. Dzikri Nirwana, M. Ag adalah seorang Ulama Banjarmasin, beliau juga seorang dosen di Fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Antasari Banjarmasin. Beliau tinggal di Jl. Pramuka Komplek Semada Rt. 20 Sungai Lulut, beliau lahir pada tanggal 27 Desember 1978 di Kelayan B, Banjarmasin. Beliau menempuh pendidikan formal di Perguruan Tinggi

IAIN Antasari Banjarmasin Fakultas Ushuluddin, Jurusan Tafsir Hadist. Kemudian beliau melanjutkan ke pascasarjana di IAIN Antasari Banjarmasin, Jurusan Filsafat Islam. Setelah lulus beliau melanjutkan lagi ke IAIN Sunan Ampel Surabaya pada Tahun 2011 hingga beliau mendapat gelar Dr. Dzikri Nirwana, M. Ag.

Beliau mengungkapkan bahwa penggunaan berbagai macam media ada yang tradisional maupun yang modern. Kalau Ustadz selebriti ini bisa di kategorikan menggunakan media modern. Dilihat dari macam media untuk berdakwah kembali pada niatnya, kalau niatnya memang untuk berdakwah melalui televisi maupun ikut dalam sinetron tidak jadi masalah, tetapi sedikit banyaknya akan ada dampak negatif yang ditimbulkan karena dengan ikut main sinetron. Pada dasarnya sinetron itu bersifat fiktif dan rekayasa, untuk zaman sekarang seorang pendakwah itu seperti sebuah profesi bukan suatu yang sakral lagi. Tetapi dampak positifnya dengan berdakwah melalui media televisi, yaitu bisa menjangkau semua kalangan. Karena berdakwah bisa menggunakan berbagai cara atau metode.

Kemudian dalam penjelasan berikutnya, menurut bapa Dzikri, dakwah itu macam-macam untuk menunjang dakwah dan membangkitkan semangat dan konsentrasi jama'ah agar tidak bosan dan enak di dengar hal-hal yang seperti itu boleh-boleh saja dengan catatan tetap memperhatikan etika yang bisa menyinggung kalangan lain yang mengandung menggunjing orang atau menggibah orang.

Dan dari penjelasan di atas seorang Ustadz atau dai dalam penyampai dakwahnya dengan bisa menggunakan berbagai metode, salah satunya dengan metode humoris. Walaupun dengan humorus, seorang pendakwah atau dai harus menjaga wibawanya, karena wibawa ada yang tercipta sendiri dan ada yang diciptakan, menurut beliau itu relatif, ada yang wibawanya sudah diciptakan sudah terdahulu lalu ikut terjun di dunia selebriti. Ada juga seorang Ustadz yang tercipta dengan melalui media. Kalau saya lihat sekarang ustadz selebriti kadang ada beberapa etika yang mengurangi wibawa mereka, mungkin karena pola hidup sekarang ini seperti ikut balapan (club motor) sama anak-anak muda. Mungkin maksudnya bagus supaya bisa berbaur dengan anak muda, tetapi selama dia menjaga wibawa seorang Ustadz tidak jadi masalah jangan sampai ikut terpengaruh tradisi-tradisi anak muda yang mengikuti budaya barat, bukan sebaliknya seorang Ustadz yang mempengaruhi anak muda agar meninggalkan budaya barat tersebut.

Berkenaan dengan hal itu Ustadz selebtri yang bersentuhan langsung dengan media massa dan berdakwah dengan berbagai metode salah satunya dengan nada atau menyanyian, menurut Ustad dzikiri menggunakan Musik dan nyanyian dalam berdakwah adalah metode dakwah sebagai penunjang apa yang disampaikan oleh seorang pendakwah yang bisa melalui sebuah lagu. Dan menurut beliau kembalikan lagi pada niat dan etika dan yang terpenting pesan dari dakwahnya itu tersampaikan akan lebih bagus. Yang diingat oleh penontonnya adalah nasehat,

larangan, atau pun perintah agama bukan yang diingat adalah gaya seorang Ustadznya ketika berceramah dan homorisnya. Gaya seorang Ustadz itu penting supaya tidak dipandang sebelah mata oleh orang lain. Namun, tidak boleh yang berlebihan harus disesuaikan seperti hadist Nabi SAW yang artinya "beraudienslah dengan manusia itu sesuai dengan kemampuan mereka". Dengan kewibawaan seorang Ustadz yang sudah terbentuk maka akan mempermudah dalam menyampaikan dakwahnya kepada khalayak umum. Jadi, seorang Ustadz yang tampil di acara selebriti jangan sampai terpengaruh oleh aturan-aturan yang memiliki media tersebut.

Karena menurut bapak dzikri kalau niatnya untuk berdakwah maka fungsinya berda'i itu akan lebih maksimal yang jangkauan lebih luas dan tidak terpengaruh dan mengikut arus yang ada artinya harus memiliki latar belakang ilmu yang mapan agar terlepas dari niat negatif yang menjadikan seorang pendakwah seperti profesi yang komersil. Pencitraan di media massa itu bisa di mainkan bisa jadi ketika tampil di televisi kemudian popuritasnya naik dan sebaliknya popularitasnya akan turun ketika ada kabar negatif dari seorang ustadz tersebut.

Menurut bapak dzikri efektifitasnya sebuah dakwah dilihat dari bentuk dakwah tetapi berbeda dengan program-program dakwah seperti sinetron, atau iklan itu rentan sekali dengan rekayasanya. Sebagian dengan Ustadz-ustadz selebriti cenderung hati-hati, jangan sampai terperangkan dengan sisi negatif. Jadi menurut saya Ustadz selebtiti itu sah-sah saja, tergantung pada niatnya dan menjaga wibawanya. Untuk menghindari isu-

isu dan pemberitaan yang negatif maka dari itu seorang Ustadz dituntut untuk berlaku bijak dan arif.

### **Sarmiji Asri, S. Ag.,MHI**

Sarmiji Asri, S. Ag.,MHI adalah seorang Ulama Banjarmasin dan juga sebagai Dosen di Perguruan Tinggi di UIN Antasari Banjarmasin Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam. Beliau menempuh pendidikan formal di Madrasah Ibtidayah Nurul Ulum Banjarmasin pada Tahun 1981, kemudian beliau melanjutkan lagi keMTSN Mulawarman Banjarmasin pada Tahun 1984, setelah lulus beliau melanjutkan lagi ke PGAN Mulawarman Banjarmasin pada Tahun 1987. Lulus dari sana beliau melanjutkan lagi ke Perguruan Tinggi di IAIN Antasari Banjarmasin pada Tahun 1994, kemudian melanjutkan lagi ke Pascasarjana di IAIN Antasari Banjarmasin. Beliau lahir pada tanggal 21 Desember 1966. Dan sekarang beliau tinggal di Jl. Belitung Darat Rt.35, No. 27, Gg. Inayah Banjarmasin. Beliau memiliki motto hidup “Hiduplah terhormat atau mati sebagai Syahid.

Berdakwah dengan cara ikut main sinetron boleh-boleh saja kata beliau, asalkan Ustadz harus matang ilmunya dan matang pengalamannya agar pada saat menyampaikan pesan-pesan agamanya tidak menyimpang. Menurut pengalaman kata beliau, pernah mendengar Ustadz selebrti dalam

menyampaikan pesan-pesan atau nilai-nilai agama ada yang menyimpang maka dari situ Ustadz selebtri harus matang ilmu dan matang pengalaman.

Bermain iklan tidak apa-apa tapi perlu menjaga menjaga nilai-nilai islami apa lagi jika yang bermain iklan itu adalah Ustadzah yang harus menjaga kehormatan seorang wanita dan menjaga auratnya atau meobral auratnya. Jadi Ustadz ataupun Ustdzah harus memilih dan memilah iklan yang akan dibintanginya.

Dalam penjelasan beliau berikutnya tentang Ustadz selebtri yaitu tentang penyampain dakwah dengan metode humoris, beliau menegaskan bahwa berdakwah dengan humoris tidak jadi masalah agar yang mendengarkan tidak bosan dan mengantuk tetapi yang jadi catatan humor yang disampaikan jangan berbau porno.

Karena beliau pengalaman pernah mendengar di televisi ada seorang Ustadz dengan humoris berabau 'porno', tegas beliau masih banyak bahan humoris yang layak disampaikan dan didengarkan dengan penuh keteladanan.

Dakwah dengan gaya humoris sebenarnya nabi Muhammad SAW, suka juga bercanda atau humoris jelas beliau, kemudian belaiiau mencerutakan sebuah kisah nabi Muhammad SAW, yang sedang duduk dengan para sahabat sambil memakan buah korma, sahabat ingin bercanda dengan nabi, pada saat itu nabi sedang tidak menyadari bahwa paras sahabat menaruh biji kurma sisa yang dimakan tepat didepan tempat duduk nabi agar nabi tertuduh makan buah kurma lebih banyak

dibandingkan para sahabat dengan bukti biji kurma yang menumpuk didepan nabi. Tetapi, nabi menyadari hal tersebut jadi kata nabi ‘untung aku makan kurma tidak dengan bijinya yang lain berarti memkan kurma dengan bijiny karena tidak ada satupun buji kurma terlihat didepan duduk para sahabat nabi’ dari situ para sahabat kalah dengan nabi.

Banyak metode dalam berdakwah seperti dengan humoris atau pun dengan bernyanyi, tutur beliau, berdakwah dengan bernyanyi tidak jadi masalah yang penting dijaga aurat jangan sampai terbuka dan lekuk tubuh sampai nampak. Jadi silahkan kan berdakwah sambil bernyanyi dan menjadi catatan nilai-nilai islami harus tetap dijaga, apalagi dengan joget atau goyangan yang berlebihan, tutur beliau berdakwah itu tergantung dari si Ustadznya, sehingga jika terjadi sesuatu tetap lurus dalam berdakwah tidak ada hal-hal lain yang bisa merusak kesucian dakwah.

Berkenaan dengan fungsi seorang Ustadz selebriti sebagai dai kata beliau, Ustadz selebrti itu harus fokus berdakwah tidak boleh berdakwah di’campuri’ dengan hal lain. Beliau juga menegaskan Ustadz selebrti itu belum efektif dalam menyampaikan dekwahnya karena pemahaman agamanya belum matang dan pengalamannya juga belum matang. Karena terkadang ada yang dadakan jadi dai mungkin dia bosan atau frustrasi di dunia selebrti jadi pindah profesi menjadi dai, karena bekas selebrti misal ada dia bisa bernyanyi jadi masih ada kemampuan bernyanyinya sehingga berdakwahnya dengan cara bernyanyi. Menurut pengalaman beliau yang didengarnya langsung di televisi, ada seorang penanya yang

mempertanyakan tentang ‘kenapa setiap malam jumat banyak umat islam yang meBaca surat Yasin, Tabaraq dan Waqi’ah?’ dan jawan si Ustadz jauh melenceng karena si Ustadz menjawab ‘keutamaan malam Ramadhan yang pertama, keutamaan malam Ramdhan yang kedua, keutamaan malam Ramadhan yang ketiga, sampai malam Ramdhan yang terakhir atau yang keempat’, itu tidak nyambung samasekali pertanyaan dengan jawaban tegas beliau.

Beliau juga menceritakan yang sekarang-sekarang ini yang lagi heboh, ada seorang Ustadz yang menjelaskan tentang ada ‘pesta sex’ di suraga, itu karena kedangkalan ilmu, dangkalnya pengetahuan, dangkalnya pengalaman dan tidak bertanya dengan ulama yang lebih besar, akhirnya dia keceplosan dia mengucap itu tegas beliau. Kesimpulannya kata beliau semua Ustadz selebriti nampaknya masih dangkal ilmu agamanya.

Kemudian beliau memaparkan tentang Ustadz selebrti yang jika latar belakangnya memiliki pemahaman agama yang baik, mereka pasti memberikan porsi lebih terhadap dakwahnya ketimbang hiburannya atau seni, , tapi yang disayangkan oleh bapak sarmiji itu terletak pada kurangnya *Tajwid* yang benar dalam bacaan al-Quran Ustadz selebrti.

Terkait penjelasan yang diatas, beliau juga menjelaskan tentang wibawa seorang Ustadz selebrti, menurut beliau Ustadz selebrti belum mendapatkan wibawa seorang dai karena menurutnya Ustadz sleberiti belum mencermikan sebagai *insan kamil* atau manusia *paripurna* yang seutuhnya, karena menurut pengalaman beliau ada seorang Ustadz yang

memperlihatkan rumah dan perabotan isi rumah, dan itu tidak mencerminkan seorang dai yang sederhana dan tidak perlu menampakkan-nampakkan yang kita punya keumum, karena menurut beliau acuan dari seorang dai adalah nabi Muhammad yang sederhana atau *Qana'ah* dan dari situ seorang Ustadz selebtri kurang berwiba sebab tidak memberikan keteladanan yang baik kepada umat atau masyarakat.

Dan dari keritikan beliau diatas terkait Ustadz selebtri, beliau menjelaskan bahwa kurangnya keefektifitasan dakwahnya Ustadz selebtri disebabkan oleh kurangnya pemahaman terhadap nilai-nilai agama yang telah dicontokan Nabi muhammad. sebagai *uswatun hasanah*, yang harus fokus terhadap dakwah dan menyampingkan materi yang membuat lunturnya niat berdakwah dengan ikhlas.

Kesimpulannya, beliau menegaskan bahwa silahkan berdakwah menggunakan media (televisi) tetapi yang perlu diperhatikan, pertama harus memiliki pemhaman agama yang memadaidan mendalam agar tidak ada kesalahan dalam memberikan pesan-pesan agama atau fatwa kepada masyarakat. Kedua, memiliki pengalaman dan harus banyak belajar kepada yang lebih senior atau yang lebih memahami tentang ilmu agama islam dan yang terpenting adalah sifat dan sikap kita Ustadz selebtri itu harus jadi *uswatun hasanah* yang telah dicontuhkan nabi Muhammad SAW.

**Drs. Ilham Masykuri Hamdi., M. Ag**

Drs. Ilham Masykuri Hamdi., M. Ag adalah seorang Ulama Banjarmasin, profesi beliau sebagai sekretaris Forum Kerukunan Umat Beragama (FKUB), Provinsi Kalimantan Selatan dan Kabag. Hubungan Kerjasama UIN Antasari. Beliau sekarang tinggal di Jl. Simpang Belitung No.3 Banjarmasin. Beliau lahir di Banjarmasin pada tanggal 8 Maret 1963. Riwayat pendidikan formal beliau di Pondok Pesantren Magelang, Jawa Tengah, dan ke Perguruan Tinggi di IAIN Antasari Banjarmasin, Fakultas Ushuluddin, Jurusan Akidah Filsafat. Kemudian beliau melanjutkan lagi ke Pascasarjana di IAIN Antasari Banjarmasin, Jurusan Akhlak Tasawuf.

Menjadi seorang Ustadz adalah tugas yang berat dan menjadi Ustadz harus memiliki kualifikasi-kualifikasi tertentu. Dan sekarang pertanyaannya adalah Ustadz yang tampil di televisi maupun ataupun yang ikut sinetron, bermain iklan, bagi beliau keilmuannya masih dipertanyakan karena mereka lebih menampilkan tontonan dan bukan tuntunan bagi masyarakat, ini sebenarnya *gayung bersambut* dengan selera masyarakat sekarang.

Agama adalah sebagai kritik sosial bagi kehidupan dan agama bukan sebagai alat *legitimisasi*, munculnya Ustadz selebriti itu adanya campur tangan media, yang mebesarkan mereka adalah media. jika kita lihat media hanya menggunakan Ustadz yang ngetop atau yang bisa meningkatkan pendapatan mereka, bukannya Ustadz yang memiliki pemikiran jernih yang mengemukakan agama dengan kedalamannya.

Sebenarnya sebagian masyarakat sudah terkikis dalam melihat agama, agama menjadi totonan dan tidak lagi jadi tuntunan, karena itu banyak Ustadz-ustadz selebriti yang disukai oleh selebritas-selebritas dan itu sebenarnya tidak mempengaruhi rohani mereka, mereka terpengaruh oleh media untuk mengikuti selera yang diciptakan oleh media massa, itu semua kata beliau hanya berlandaskan materi saja. Dan akhirnya para Ustadz selebriti memiliki standar yang sama dengan kaum selebritas yang semua kehidupan pribadinya menjadi “konsumsi” publik, kata lain Ustadz selebri yang seperti itu adalah orang-orang yang “merampok” harta umat di jalan Tuhan. Padahal Ustadz adalah penyampai pesan agama yang posisinya lebih tinggi dari artis atau selebritas.

Lanjut kata beliau, jika kita ingin menjadi Ustadz harus merasakan dirinya itu siapa dan harusnsadar bahwa seorang Ustadz atau ulam adalah sebagai penerus Nabi Muhammad SAW. untuk menyadarkan orang lain tentang hakikat akhirat dan tidak meatasnamakan agama sebagai pencaharian, dan Efektifitas karena itu akhirnya, dakwahnya menjadi diragukan.

Kata beliau, permasalahan efektifitasan dakwah seorang ustadz selebriti itu ada dua macam. Pertama, karena Ustadz selebriti tidak ikhlas dalam berdakwah. Kedua, karena ada Ustadz selebritis yang terjebak dalam pemahaman yang Radikal dan fundamentalis. Seorang Ustadz selebriti memang harus memiliki keiklasan yang baik dalam berdakwah agar pesan-pesan keagamaan sampai kehati masyarakat, kemudian

pemahaman radikal dan fundamentalis itu tercipta karena adanya salah dalam mencari sumber ajaran agama termasuk salah dalam memilih pembimbing kerohanian. Jadi hal inilah yang menjadi catatan tentang permasalahan keefektifannya dakwah di zaman moderen saat ini. Sebenarnya dakwah di zaman modern harus *update* agar mampu menjawab tantangan zaman dan ini juga menjelaskan tentang ajaran agama islam sebagai ajaran *rahmatan lil'alam* yang sesuai dengan berbagai zaman, dan mampu menjelaskan *Islamologi* yang rasional.

Terkait penjelasan diatas, beliau menambahkan tentang wibawa seorang Ustadz selebriti yang samasekali tidak memiliki wibawa, sebab yang dakwah yang dilakukan Ustadz selebriti bukan sebuah tuntunan tetapi hanya sebatas tontonan semata, wibawa tercipta karena ketulusan, ketaatan, dan *ketawadhu*. Contoh, Quraisyihab walaupun beliau muncul di televisi sangat jarang, dan berbeda dengan Ustadz yang sudah ngetop dan sering tampil di televisi. Disinilah peran media sangat penting, seharusnya media memberikan ruang yang luas bagi para ulama dan Ustadz yang memiliki kedalaman ilmu agama islam yang baik. Walaupun ini akan sulit jika kapitalisme menjadi penggerak media massa, dari situ terlihat bahwa media tidak terpikirutuk meluruskan niat dan akidah seseorang, karena mereka hanya memikirkan supaya bagaimana acara bisnis saya bisa laris. Dan ini yang menjadi tantangan bagi Ustadz-ustadz atau ulama-ulama bisa meluruskan pemahaman ini, dengan cara memperbanyak metode-metode dakwah yang relevan di zaman moderen

ini. Dan seharusnya media memberikan ruang yang lebih kepada mereka, jika mengingatkan umat menjadi lebih baik.

Kemudian beliau menjelaskan tentang berdakwah dengan bernyanyi atau nyanyian, menurut beliau berdakwah dengan nyanyian tidak jadi masalah, contohnya H. Rhoma Irama sebagai pendakwah yang menggunakan metode nyanyian walaupun dia juga menjadi bintang film, selama hatinya tulus dan bisa mengkritik serta memiliki konten atau isi dakwah yang jelas. Serta, keiklasan dalam berdakwah harus menjadi landasan utama agar mampu menyentuh hati yang mendengarkan.

Akhir dari wawancara ini adalah beliau memberikan catatan bahwa, seorang Ustadz atau ulama harus memahami sejarah, karena hukum-hukum tercipta dari pergulatan sejarah, agar pada saat berdakwah seorang Ustadz mampu menghubungkan antara sejarah dan masa sekarang agar hukum atau yang diajarkan dapat relevan dengan zaman moderen seperti sekarang. Kemudian, tempat-tempat yang mengadakan pengajian-pengajian seperti di Masjid-masjid, langgar-langgara atau mushalla-mushalla, dan rumah-rumah penduduk memiliki tanggung jawab yang penting dalam memilih seorang Ustadz atau ulama agar dalam menyampaikannya ajaran agama islam, umat tidak memiliki pemikiran yang fundamentalis dan radikal, karena menurut beliau pemahaman seperti yang berbahaya bagi bangsa dan negara. Dan seharusnya orang islam memiliki pemahaman “moderat” yang tidak liberal ataupun radikal.

## **BAB IV**

### **ANALISIS**

Dilihat dari perkembangan zaman yang berdasar pada pemahaman kemoderenan yang dituntut cepat dalam informasi dan komunikasi, tak hayal jika masyarakat memanfaatkan media sosial menjadi ujung tombak pusat informasi dan komunikasi mereka, walaupun kita perlu mengkaji kembali apakah informasi yang kita dapat melalui media sosial atau televisi dapat dipercaya sepenuhnya atau hanya berita *hoax* atau berita yang dibuat hanya untuk kepentingan satu pihak saja, apakah itu untuk kepentingan politik, ekonomi atau hanya untuk mencari sensasi. Dalam prinsipnya, tidak ada perbedaan diantara kedua tersebut, yang digambarkan melalui media televisi sebagai salah satu media sosial dan pusat informasi.

Menurut Baudrillard dalam pandangannya mengatakan, televisi adalah jantung dari kebudayaan pascamoderen yang ditandai oleh arus simulasi dan *facsimile* yang memuaskan dan mencakup semua, yaitu suatu hiper-realitas di mana kita dijejali dengan citra dan informasi. Ini adalah dunia di mana serangkaian pembedaan moderen yang nyata dan tidak nyata, yang publik dan yang privat, seni dan realitas, telah runtuh atau terhisap ke dalam 'lobang hitam'.

Berikutnya menurut Baudrillard, 'hiper-realitas' diproduksi menurut suatu model. Hiper-realitas tidak diperoleh melainkan diproduksi sebagai suatu yang nyata sehingga 'hiper' berarti 'lebih nyata dari pada yang nyata', kenyataan yang disentuh ulang dalam 'kemiripan halusinatif' dengan dirinya sendiri. Baudrillard

mendeskripsikan suatu proses yang mengarah pada hancurnya sekat-sekat, yang disebut dengan 'implosion', antara media dan dunia sosial, sehingga tidak ada bedanya antara berita dengan hiburan, dan 'TV menjadi dunia'.

fenomena ustadz selebriti yang tampil di televisi memberikan gambaran relasi antara *bintang (idols)* dan *penggemar (fans)* kini mempengaruhi berbagai wacana-wacana lainnya, seperti pendidikan, politik, keorganisasian, spritualitas, dan keagamaannya.

Dalam perkembangan kapitalisme yang muncul dikalangan kaum elit sangat berpengaruh terhadap kalangan agamawan yang menjadikan mereka sebagai Ustadz selebrti. Para ulama banjarmasin menjelaskan bahwa ustadz selebrti harus memiliki latar belakang pendidikan agama yang baik untuk menjadi syarat penting dalam penyampai pesan keagamaan kepada umat islam.

Bapak Sarmiji menegaskan tentang Ustadz selebrti yang harus memiliki pengalaman keagamaan yang baik serta memiliki dan memahami nilai-nilai agama, karena menurut beliau tidak mudah menjadi seorang pigur Ustadz selebriti yang dekat dengan berbagi godaan seperti materi, ketenaran dan kepopuleran. Jika mereka terpengaruh, maka kesalehan dan kewibawaan seorang Ustadz akan lunturnya nilai-nilai agama diakibatkan oleh kurang ikhlasnya dalam berdakwah, agar itu tidak terjadi, maka penting adanya seorang Ustadz selebrti itu memiliki pengetahuan agama yang baik serta mampu mengamalkan dengan baik pula, agar perkataan dan tindakan bisa berjalan lurus, dan ini bisa meredam nafsu duniawi.

Selanjutnya, dilihat dari segi latar belakang keilmuan pendapat responden tentang Ustadz selebriti yang mengatakan seorang penceramah atau Ustadz harus memiliki keilmuan yang mapan agar apa yang disampaikan sesuai dengan ajaran Islam yang sebenarnya. Ceramah atau berdakwah yang disampaikan dengan humoris, atau pun dengan bernyanyi itu dibenarkan oleh responden untuk mencairkan suasana. Dan ini senada yang diutarakan bapak Asmaran bahwa dalam berdakwah tidak harus formal dan kaku.

Kemudian bapak Abdullah karim menambahkan Ustadz selebrti itu terbagi dua, pertama jelas memiliki latar pendidikan agama dan memahami secara mendalam tentang ajaran agama islam dan ada juga yang Ustadz karbitan atau settingan yang setiap ceramahnyadan pertanyaan untuk si Ustadz sudah diatur sedemikian rupa, agar penonton atau pemirsa yang menonton tertarik dan terhibur dalam mendengar ceramah tersebut, dan itu akan berbanding lurus dengan keuntungan yang didapatkan oleh pemilik modal.

Bapak murjani menuturkan, Pemanfaatan media televis sebagai wadah berdakwah sangat dianjurkan oleh responden, sebab pemanfaatan media televisi untuk berdakwah sebenarnya, untuk mengurangi pengaruh buruk yang disebabkan oleh individu-individu yang tidak bertanggung jawab. Oleh sebab itu pengetahuan tentang ilmu-ilmu agama secara mendalam baik itu, tentang asal terbentuknya sebuah hukum, larangan maupun perintah dalam ajaran Islam.

Berkenaan dengan seorang Ustadz selebriti yang ikut mainsinetron atau iklan, tidak menjadi sebuah masalah asal apa yang disampaikan dalam sebuah

sinetron atau iklan tidak menyimpang dari ajaran Al-Quran dan Hadits. Selama tujuannya untuk berdakwah dan untuk menjangkau kalangan orang yang modern lewat main sinetron atau iklan menurut saya sah-sah saja. Maka akan terbentuknya popularitas yang positif dari pandangan masyarakat luas. Memiliki kemampuan menjadi seorang Ustadz selebriti yang menjadi pemain sinetron atau iklan merupakan kelebihan dan menjadi metode dakwah.

Menurut responden dalam berdakwah ada berbagai macam metode yang digunakan agar tercapainya sasaran yang tepat kepada kalangan masyarakat modern, tetapi masyarakat awam lebih tertarik mendengarkan langsung untuk datang ke majelis yang ada di masjid, langgar atau musholla dan rumah-rumah warga. Ada yang menggunakan sebagian metode homuris agar apa yang di sampaikan kepada jamaah tidak bosan dan biasanya para anak muda tertarik dengan metode yang homuris tidak terlalu serius dalam penyampaian dakwahnya.

Dari berbagai metode yang diterapkan oleh media kepada Ustadz selebriti dan pemanfaatan televisi sebagai media dakwah dan berbagai macam settingan agar lebih menarik, ini berdampak kepada popularitas seorang popularitas Ustadz selebriti meningkat, popularitas yang diperoleh diharapkan dapat dimanfaatkan sebaik-baiknya untuk menjaga sebuah kharisma sebagai seorang penceramah agama. Baik dari segi berpakaian sesuai dengan dicontohkan oleh nabi Muhammad saw., yang sesuai dengan perintah agama, berperilaku baik kepada semua orang, baik ketika berdakwah atau dalam kehidupan sehari-hari. Dengan kharisma yang baik, latar belakang keilmuan yang mapan, tutur kata yang baik, berperilaku baik maka akan dengan sendirinya tercipta sebuah wibawa seorang

Ustadz, dan popularitas sebagai penunjang, bukan prioritas sebagai bisnis dan juga bukan sebagai kepentingan segelintir kelompok saja.

Walaupun yang kita tahu bahwa media khususnya televisi sangat erat kaitannya dengan kapitalisme atau pemilik modal yang dapat mengatur sedemikian rupa, agar yang muncul di televisi atau media massa dapat memberikan keuntungan bagi pemilik modal. Sehingga apa yang disebut dengan hiper-realitas benar terjadi. Konteks hiper-realitas pada zaman modern sudah menjadi kenyataan yang tidak dapat dipungkiri.

Televisi sebagai media yang memegang peran sentral dalam membentuk opini masyarakat mengenai realitas kehidupan keagamaan yang ada. Dan Agama juga telah memiliki pengaruh yang kuat dalam memberikan opini publik dalam segala ranah kehidupan masyarakat. Contoh, apa yang dikatakan oleh Karl Max tentang agama sebagai candu, protesnya Martin Luther tentang selembar kertas untuk penebusan dosa dan pada abad pertengahan (kira-kira abad ke-14), yang menjelaskan tentang pengaruh begitu kuat yang dilakukan oleh kaum agamawan (gereja) dalam mempertahankan pengaruhnya terhadap pemerintahan, dan hal ini lah yang mengakibatkan munculnya zaman *Renaissance*.

Melihat paparan diatas, Kita bisa memberikan kesimpulan bahwa, agama telah menentukan posisinya sendiri apakah itu positif atau negatif tergantung kita yang memosisikannya. Agama kini telah menjadi 'peluru' mematikan bagi kapitalisme dan atau bisa menjadi 'mata air' yang bisa melepaskan dahaga bagi umat manusia ditengah gurun pasir kemoderenan.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Tanggapan sebagian ulama Banjarmasin tentang fenomena Ustadz selebriti diranah budaya populer bahwa, seorang da'i tidak dipermasalahkan berdakwah melalui media massa atau televisi karena berdakwah menggunakan media massa adalah cara yang sesuai dengan kemoderenan. Karena, melalui media massa atau televisi memiliki cakupan berdakwah yang sangat luas dan masyarakat bisa mendengarkan ceramah agama dimana saja dan kapan saja. Tetapi, sebagian ulama Banjarmasin tidak setuju dengan ustadz selebriti sebab ada beberapa alasan seperti, ajaran agama islam yang disampaikan oleh seorang ustadz selebriti tidak sesuai dengan perilaku si ustadz selebriti, pemahaman tentang ajaran agama islam sangat kurang terlihat dalam menjawab pertanyaan dari masyarakat masih sering salah dalam memberikan jawaban dan ustadz selebriti berdakwah tidak setulus hati karena melihat dari materi yang akan mereka terima. Dari alasan inilah berdakwah melalui langgar-langgar atau mushola-mushola dan masjid lebih efektif daripada menggunakan media massa atau televisi.

## **B. Saran**

1. Kepuasan memang tidak memiliki batas, termasuk dengan kepopuleran ataupun dengan materi. Tetapi seorang Ustadz selebriti harus mengenyampingkan hal tersebut, dan Ustadz selebriti dituntut memiliki pemahaman yang baik tentang ajaran agama islam serta menjadi panutan yang baik bagi masyarakat.
2. Untuk peneliti berikutnya, judul skripsi ini masih bisa dikembangkan menjadi judul baru seperti memperpersempit wilayah penelitiannya. Dan semoga sekripsi ini bisa menjadi pedoman untuk peneliti berikutnya.

