

## MENGUATKAN ISLAM SEBAGAI MEDIA KRITIS ATAS “TEKS” BUDAYA POP

**Ibnu Tiroz Aly**

Alumnus Program Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Email: tiroz\_ibnu@yahoo.com

### ***Abstract***

*The present communication era led to a new phenomenon in the Islamic culture which is called as a mass or pop culture. The culture that tends to achieve high status, prestige, and pseudo honor through signs and symbols unfortunately results in a number of fundamental problems. This study will try to explore and examine on; how the Pop culture works; what is its correlation with Islam and what system can it be analyzed and approached. In an attempt to examine this phenomenon, the writer used Roland Bartens Semiotics approach that seeks to interpret every evolving evidences to be translated into a more dynamic model. In general, Islam is expressed through signs and then manifested into texts, this includes either contextual or textual text. Therefore, for its development, Islamic discourses should give a lot of attention to the contextual texts dimension of life in society, particularly those texts that relate to the contemporary life.*

### **Abstrak**

*Arus komunikasi era sekarang memunculkan fenomena baru dalam kebudayaan islam, yaitu kebudayaan massa atau kebudayaan pop. Kebudayaan yang berlarut dalam menggapai status, prestise, dan kehormatan semu melalui objek tanda dan symbol ini menuai permasalahan yang mendasar. Dalam kajian ini akan mencoba untuk mengurai; bagaimana sistem budaya Pop ini beroperasi; apa korelasinya dengan Islam: dan dengan apa system itu bisa dibaca dan didekati. Untuk itu dalam upaya menguraikan penjelasan tentang fenomena diatas menggunakan pendekatan Semiotika Roland Bartens yang berupaya memaknai setiap tanda yang berkembang untuk kemudian dapat diterjemahkan dalam bentuk yang lebih dinamis. Secara umum islam terekspresikan melalui tanda-tanda, dan kemudian terejawentahkan dalam teks-teks, baik teks hidup maupun teks mati. Dalam perkembangannya kajian Islam harus mulai banyak*

*memperhatikan dimensi teks-teks hidup masyarakatnya, khususnya teks-teks hidup dewasa ini.*

**Kata Kunci** : *Islam, Media Massa, Semiotika, Budaya Pop*

## **A. Pendahuluan**

Perkembangan teknologi informasi, komunikasi, dan menyebarnya paham komersialisme di era globali ini menyebabkan percepatan proses komunikasi dan penyebaran informasi dari satu negara ke negara lain, hingga mengubah dunia menjadi sempit dan mudah dijangkau. Bahkan masyarakat awam pun menyadari bahwa saat ini kita tengah hidup di era komunikasi, *the Age of communications*. Arus deras komunikasi ini ternyata tidak hanya memunculkan fenomena baru dalam kebudayaannya, atau sekadar perubahan ekonomi politiknya, tapi juga menandai kelahiran sebuah generasi baru, yang tercerabut dari akar budayanya. Mereka yang hidup di kota-kota besar, saat ini hidup dalam hujan deras kebudayaan massa atau kebudayaan pop. Mereka adalah generasi konsumeris yang pasif dan mudah didikte oleh geyuran propaganda seperti iklan.

Budaya pop juga tanpa ampun merasuki umat Islam hingga mengalami pergeseran ke arah gaya hidup konsumeris. Mereka juga larut dalam menggapai status, prestise, dan kehormatan semu melalui objek tanda dan simbol. Tanda dan simbol Islam yang terbentuk dalam masyarakat konsumsi tidak lagi merepresentasikan makna dan kedalaman nilai-nilai religiusitas Islam, tapi merepresentasikan status, prestise dan kehormatan melalui sebuah mekanisme penandaan. Menjadi umat Islam yang saleh dan taat, tidak perlu melalui pencerahan spiritual/jiwa, tetapi melalui mekanisme konsumsi objek tanda dan simbol seperti jilbab, kopiah, baju taqwa yang telah diproduksi massal oleh industri kapitalis. Islam menjadi semacam tanda tanpa makna, atau topeng tanpa kepala.

Dengan latar belakang demikian, makalah ini mencoba untuk mengurai; bagaimana sistem budaya Pop ini beroperasi; apa korelasinya dengan Islam: dan dengan apa sistem itu bisa dibaca dan didekati?

## **B. Konsumerisme Budaya Pop dan Sistem Tanda Komunikasi**

Menurut pendapat Baudrillard, konsumerisme dalam budaya Pop bukanlah sesuatu yang didasarkan pada nilai guna, namun lebih sebagai sarana obyektifikasi dan diferensiasi diri dari orang lain<sup>1</sup> Ketika menjalankan tindakan konsumsi, seseorang sebenarnya sedang berkomunikasi dengan orang lain tentang kekhasan dirinya, dimana posisi dia berbeda dengan orang lain. Kebutuhan untuk selalu berbeda yang tak pernah berhenti sepanjang hayat inilah yang menjadikan konsumsi harus menjadi satu proses yang dilakukan secara terus-menerus tanpa pernah terpuaskan.

Pada dasarnya, segala objek yang menjadi komoditas konsumsi itu tidak lebih dari komoditas tanda. Objek konsumsi dalam budaya Pop adalah bagian dari sistem tanda yang mengandung makna-makna. Ia telah ditentukan oleh produsen guna meraup keuntungan yang sebesar-besarnya.<sup>2</sup> Dalam budaya seperti ini, komunikasi tidak lagi ditopang oleh sistem makna dan pesan-pesan, melainkan oleh sistem bujuk rayu penandaan. Dalam sistem komunikasi ini, yang ada hanyalah penampakan tanda-tanda, karena yang dijunjung adalah ilusi dan kepalsuan ketimbang makna-makna.<sup>3</sup>

Sistem komunikasi bujuk rayu ini beroperasi melalui pengosongan tanda-tanda, pesan-pesan dan maknanya, sehingga yang tersisa adalah penampakan semata. Bisa diibaratkan bahwa, wajah merayu yang penuh *make-up* adalah wajah yang kosong makna, sebab penampakan artifisial dan palsunya menyembunyikan kebenaran diri. Apa yang

---

<sup>1</sup> Georg Ritzer, *Teori Sosial Posmodern*, alih bahasa Muhammad Taufik, (Yogyakarta: Juxtapose dan Kreasi Wacana, 2003), hlm. 140.

<sup>2</sup> *Ibid.*, hlm. 140.

<sup>3</sup> Yasraf Amir Piliang, *Dunia Yang Dilipat*, (Bandung: Mizan, 1998), hlm. 46.

ditampilkan bujuk rayu adalah kepalsuan dan kesemuan, karena yang inginkannya bukanlah sampainya pesan dan makna-makna, namun munculnya keterpesonaan, ketergiuuran, dan gelora nafsu: gelora seksual, gelora belanja, gelora berkuasa. Akibatnya, dalam budaya masyarakat seperti ini, makna-makna konotatif yang banyak diwarnai oleh sifat-sifat glamour, dangkal, material, anarkis, immoral dan transparan lebih banyak menjajah ke dalam sudut-sudut kehidupan. Ia kemudian menciptakan kondisi kehidupan itu terpusat untuk melayani hawa nafsu. Kekayaan, kekuasaan, ketenaran dan kesenangan menjadi tujuan utama, sementara hanya tersisa sedikit ruang dan waktu untuk menajamkan hati, menumbuhkan kebijaksanaan dan meningkatkan kesalehan.

Untuk memahami konsumerisme budaya Pop dan dampak buruknya, terlebih dahulu harus diurai sistem tanda dan komunikasinya. Mengurai sistem tanda harus berangkat dari analisis semiotika, sedangkan mengurai komunikasi harus mengenali sistem komunikasi massa yang digunakannya.

### **C. Tanda, Media Massa dan Komunikasi**

Beberapa perubahan mendasar tentang bagaimana tanda dan simbol itu dipandang terjadi di era informasi dan komunikasi masyarakat Pop konsumeris. Hal ini disebabkan bahwa sirkuit komunikasi dan arus informasi dewasa ini tidak lagi berpusat di dalam komunitas tertutup –seperti dalam masyarakat primitif—akan tetapi melibatkan persinggungan di antara berbagai komunitas, agama, kebudayaan, dan ideologi.<sup>4</sup> Dengan bantuan media massa (televisi, radio, majalah, atau koran), tanda dapat diterima oleh massa yang luas, sehingga siapapun bisa menjadi subjek sekaligus objek bagi dirinya secara langsung dan luas.

Media massa adalah sebuah arena perjuangan bagi eksistensi tanda-tanda. Dengan begitu, ia menjadi arena perjuangan bagi identitas-

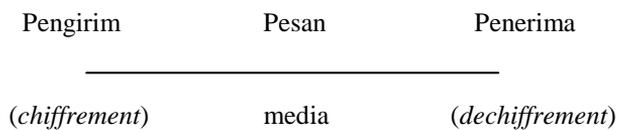
---

<sup>4</sup> *Ibid*, hlm. 262.

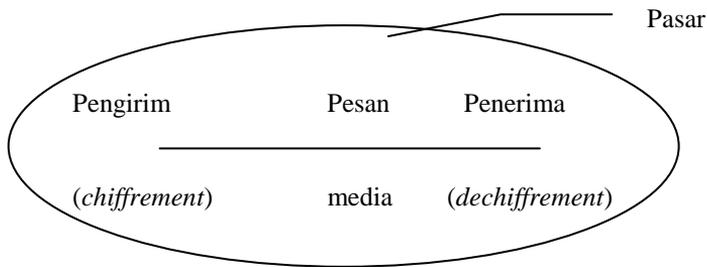
identitas. Tanda dan identitas diperjuangkan atas dasar kepentingan berbeda-beda yang ada pada masyarakat: kepentingan ekonomi, politik, budaya, agama, dan lain-lain. Demikian, tak henti-henti terjadi perang posisi yang melibatkan penggunaan tanda-tanda dalam media komunikasi massa.

Peranan media komunikasi massa sangat besar dalam menggerakkan gelombang komersialisme kapitalis di segala bidang. Sebagai saluran komunikasi, media sangat berperan efektif sebagai pembentuk semangat konsumerisme masyarakat sekaligus alat dari produsen untuk memanipulasi kesadaran konsumen, sehingga membeli komoditas yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan. Untuk menjelaskan bagaimana proses pertarungan tanda-tanda dan simbol-simbol dalam sirkuit komunikasi media massa ini, penting untuk melihat gambaran Pierre Bourdeou tentang wacana dominan di bawah ini:

Hubungan komunikasi antara pengirim (*Emetteure*) dan penerima (*Resepteur*),...dibangun berdasarkan “*chiffrement*”, penyusunan kode atau simbol bahasa oleh pengirim dan “*dechiffrement*”, pembongkaran kode atau simbol bahasa oleh penerima. Informasi yang dikirim oleh penutur melalui proses penyusunan simbol akan dapat dipahami oleh penerima melalui proses pembongkaran dan pemahaman simbol.

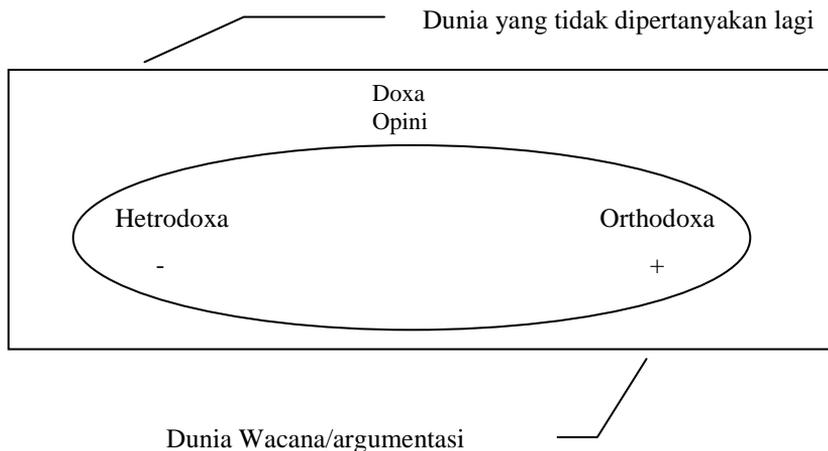


Hubungan komunikasi sebagai pertukaran bahasa atau hubungan simbolik yang seperti itu oleh Saussure direduksi menjadi sekedar hubungan komunikasi murni. Informasi di dalam pesan lebih penting daripada peristiwa komunikasi itu sendiri. Sedangkan pertukaran bahasa, menurut Bourdeou, itu tidak sampai di situ. Konteks sosial atau pasar linguistik juga menentukan berhasil tidaknya suatu wacana dari pengirim dipahami oleh penerima. Oleh karena itu, bahannya menjadi seperti berikut:



Selanjutnya Bourdeou menyatakan bahwa wacana yang dikirim, bukanlah sekedar wacana yang diharapkan dapat dipahami oleh penerima. Sebuah wacana juga merupakan tanda atau simbol yang bertujuan untuk dinilai dan diapresiasi (*signess des richesse*), atau untuk tujuan dipercaya dan dipatuhi (*signess des outotite*). Dipercaya dan dipatuhi menunjukkan otoritas yang ingin dicapai oleh pelaku sosial. Otoritas ini adalah bentuk kekuasaan yang tertinggi, yakni kekuasaan simbolik...

...Bourdeou membuat topologi arena sosial [media massa] sebagai arena pertarungan wacana, antara wacana dominan (*orthodoxa*) dengan wacana-wacana lain yang ingin menggugatnya (*hetodoxa*)... Dalam setiap arena bahasa pasti ada wacana dominan dan wacana marginal. Wacana dominan akan berusaha mempertahankan keberadaannya, sedangkan wacana marginal akan berusaha untuk menjatuhkannya. Bagannya sebagai berikut:



Pada saat suatu bahasa menjadi wacana yang mendominasi pasar, ia menjadi norma yang diterima kebenarannya. Harga, nilai, bahkan makna wacana-wacana yang lain ditentukan oleh wacana dominan ini, yakni wacana yang kemudian disebut doxa... Doxa adalah wacana yang kita terima begitu saja sebagai kebenaran [tanpa mempertanyakannya lagi]... bentuk doxa bisa berupa kebiasaan-kebiasaan sederhana, seperti cara duduk atau cara makan, sampai wacana lain yang lebih luas, yakni kepercayaan atau ideologi.<sup>5</sup>

#### **D. Islam Sebagai Praktik Penandaan**

Definisi yang paling umum tentang budaya adalah “suatu proses umum perkembangan intelektual, spiritual, dan estetis”<sup>6</sup> atau “pandangan hidup tertentu dari masyarakat, periode, atau kelompok tertentu”<sup>7</sup>. Mengikuti definisi tersebut, budaya mengandung nilai-nilai dan gagasan-gagasan dari nalar, perasaan, dan sikap hidup manusia. Dalam bentuk materialnya, gagasan dan nilai ini mengejawentah dalam tanda-tanda, kode-kode, atau simbol-simbol. Dalam kenyataan yang lebih kongkrit, tanda, kode, atau simbol ini mengacu pada praktik-praktik semisal pesta seusai panen, perayaan lebaran, dan semua kegiatan yang mengekspresikan nalar dan perasaan sebuah masyarakat. Praktik-praktik inilah yang disebut sebagai budaya yang hidup atau praktik budaya (*lived cultures*). Kemudian dalam praktik-praktik ini, terjadi proses “penandaan” (*signifikasi*) yang mewujudkan dalam ekspresi-ekspresi simbolik berupa musik, tarian, upacara, ritual, dan sebagainya. Ekspresi simbolik ini biasanya disebut sebagai *teks-teks* budaya.

Adapun dalam kategori semiotika, budaya sering diartikan sebagai komunikasi atau signifikasi. Kalau budaya pada intinya adalah *System of signification*, maka tujuan semiotika adalah mencari berfungsinya sistem tersebut. Hal ini dilakukan karena di sanalah dinamika budaya

---

<sup>5</sup> Rusdianti, Summa Riella, “*Bahasa, Pertarungan Simbolik dan Kekuasaan*”, *BASIS*, (Yogyakarta, Desember 2003), hlm. 30.

<sup>6</sup> Raymond Williams, *Keywords*, (London: Fontana, 1983), hlm. 90.

<sup>7</sup> *Ibid*, hlm. 93.

bisa diamati. Dalam sistem tersebut, terlihat kemungkinan anggota-anggota masyarakat untuk memilih, menggabungkan, dan mengungkapkan tanda-tanda yang sudah ada. Dalam dinamika budaya, terjadi tarik menarik atau hubungan dialektis antara sistem tanda-tanda yang ada dan kebebasan orang untuk memaknainya sesuai dengan kebutuhan pribadi atau kelompok.<sup>8</sup>

Berkaitan dengan ini, agama adalah salah satu fenomena kebudayaan. Sebab, eksistensi simbol adalah suatu yang tidak dapat dilepaskan dari agama atau kepercayaan. Dalam agama ketaatan terhadap sebuah simbol dapat menjadi salah satu pokok dari keyakinan agama tersebut. Hal ini bisa dilihat bahwa berbagai ritual keagamaan dapat dimaknai sebagai simbol<sup>9</sup> dengan makna tertentu. Berdasarkan fakta ini, agama juga sering didefinisikan sebagai “ekspresi simbolik”, sebagaimana dinyatakan oleh Prof. Minhaji, Ph.D. Sebagaimana bahasa, agama juga dikategorikan oleh Kuntjoroningrat dalam tujuh unsur kebudayaan universalnya.<sup>10</sup>

Dalam Agama Islam, ekspresi simbolik itu bisa dilihat dalam hal semisal ibadah kurban. Ibadah kurban ini merupakan simbol dari pengorbanan manusia sebagai wujud ketundukan kepada Tuhan. Nabi Ibrahim, sebagaimana dikisahkan dalam Q.S. *aş-Şaffāt* [54]: 102-111, awalnya harus mengorbankan anaknya sendiri yang paling dicintai demi titah Tuhan meskipun kemudian digantikan-Nya dengan domba. Domba dalam ritual korban sebagai satu bentuk penanda adalah terkait dengan petanda yaitu pengorbanan dan ketaatan itu sendiri.

---

<sup>8</sup> ST, Sunardi, *Semiotika Negativa*, (Yogyakarta: Kanal, 2002), hlm. 78.

<sup>9</sup> Simbol adalah salah satu jenis tanda. Oleh Peirce, Ia dibedakan dengan Ikon dan Index. Simbol adalah tanda yang bersifat konvensional, dan oleh karena itu harus dipelajari. Contohnya adalah bahasa (kata-kata). Index adalah tanda yang bersifat sebab-akibat, oleh karenanya bisa diperkirakan secara logika. Contohnya, asap adalah index dari api; atau gejala/keluhan pasien adalah index dari penyakitnya. Sedangkan ikon adalah tanda yang bersifat persamaan, oleh karenanya bisa dilihat dan mudah dipahami. Contohnya adalah patung-patung, gambar-gambar, atau foto-foto seseorang. Ia secara langsung menandakan siapa yang direpresentasikannya.

<sup>10</sup> Heddy Srhi Ahimsa-putra, *Strukturalisme Levi-Strauss*, (Yogyakarta: Galang Press, 2001), hlm. 25.

Jadi bukan semata-mata domba itu sendiri yang menjadi perintah agama; namun ketaatan dan pengorbanan adalah perintah yang tidak dapat dilepaskan.

Selain *rhetic symbol* ini, beberapa contoh *dicent symbol*<sup>11</sup> Islami juga telah disebutkan di atas: jilbab melambangkan muslimah secara umum; kerudung melambangkan muslimah melayu/tradisional; sarung melambangkan muslim tradisional; sorban di kepala melambangkan ulama'; kubah melambangkan masjid; dan lain sebagainya.

Sebagai fenomena kebudayaan, Islam berarti suatu keyakinan yang mengejawentah dalam *system of signification*. Islam mengekspresikan dirinya melalui simbol-simbol sistemik yang kemudian membentuk sebuah budaya. Dengan begitu, bisa ditemukan adanya Islam Jawa, Islam Makassar, Islam Sasak, Islam Madura, atau Islam Pop. Semua itu merepresentasikan Islam sebagai praktik budaya; ajaran Islam dan cara pandang lokal terhadap dunia mengejawentah dalam praktik-praktik penandaan/penyimbolan yang beragam. Perayaan lebaran misalnya, ia telah menjadi sebuah praktik penandaan dalam budaya Islam nusantara; dan *teks-teks*nya bisa sangat beragam sesuai dengan cara pandang masyarakat lokal. Sementara “kupatan” telah mejadi teks budaya lebaran bagi masyarakat Rembang atau Pati.

### **E. Islam dan Pembacaan Semiotik**

Selanjutnya sebagai *system of signification*, Islam tentu bisa diamati secara semiotis. Semiotika bisa digunakan untuk mengamati baik *teks-teks* mati maupun *teks-teks* hidup (teks budaya). Teks-teks mati berarti al-Qur'an, Hadits, dan kitab-kitab turunannya, yang berbentuk sistem bahasa tulis; sedangkan *teks-teks* mati berarti praktik-praktiknya dalam masyarakat yang berbentuk sistem tanda/bahasa sosial-budaya.

---

<sup>11</sup> *Rhetic symbol* adalah tanda yang dihubungkan dengan objeknya melalui asosiasi ide umum. *Dicent Symbol* (proposisi) adalah tanda yang langsung berhubungan dengan objek melalui asosiasi dalam otak.

Dalam konteks semiotika, Yasraf Amir Piliang menjelaskan bahwa penandaan dan pemaknaan dalam Islam itu ada dua: *Pertama*, Islam memiliki makna-makna transenden yang wajib diterima dan diyakini. Makna-makna ini bersifat wajib konvensi karena ada kode yang telah ditegaskan oleh al-Qur’ān dan Ḥadīṣ secara eksplisit. Makna-makna ini menjadi satu sistem kepercayaan atau ideologis, dan kemudian mengekspresikan dirinya melalui sistem *signifikasi* bahasa –dengan bahasa lain, sistem penandaan pada level denotasi. *Kedua*, Islam memiliki makna-makna yang bisa diperbaharui. Makna-makna ini adalah yang belum ditegaskan oleh al-Qur’ān dan al-Ḥadīṣ secara eksplisit. Makna-makna ini terbuka untuk diinterpretasikan karena sistem penanda dan tinandanya bisa didistorsi melalui ijtihad. “Jilbab Gaul” misalnya, ia menjadi penanda atas tinanda “islami dan *trendy*”; hal ini merupakan sistem penandaan level bahasa yang diambil dari tinanda “kesalehan masa kini” pada level ideologi.

Menurut Yasraf, dua kategori penandaan dalam Islam ini sebagai sistem penandaan yang saling mengisi. Apa yang disebut sebagai teks atau tanda budaya, baginya adalah tanda pada level bahasa, yang harus bersandar pada sistem tanda pada level ideologis. Sebaliknya, tanda pada level ideologis juga harus sesuai dengan konteks pada level bahasanya.<sup>12</sup>

Perihal *Fashion* misalnya, model pakaian adalah sebuah tanda pada level bahasa. dalam Islam, model pakaian itu harus bersandar pada sistem tanda dalam level ideologis. Artinya, ia harus bersandar pada konvensi dan kode tertinggi dari nilai-nilai ajaran Islam seperti kesopanan, kepatuhan, dan sebagainya. Namun model pakaian sebagai suatu sistem tanda pada level bahasa, ia bisa ditafsirkan secara bebas melalui proses *dekonstruksi* –istilah Barthes distorsi-- makna atau kode konvensional pada level ideologis. Proses dekonstruksi ini melibatkan faktor-faktor sosio-historis dan kultural. Berkaitan dengan model pakaian berarti melibatkan musim *trend*, fungsi dan lain-lain. Model

---

<sup>12</sup> Yasraf Amir Piliang, *Hipersmiotika; Tafsir Cultural Studies Atas Matinya Makna*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2003), hlm. 306.

pakaian bisa didekonstruksi bentuknya, warnanya, motifnya, serta kreasinya, selama tidak bertentangan dengan makna konvensional pada level ideologis. Dengan begini, penandaan bisa bersifat arbitrer.

Dengan menggunakan skema sistem penandaan Roland Barthes (1915-1980), Yasraf menggambarkan sistem penandaan dalam *fashion* Islam sebagai berikut:

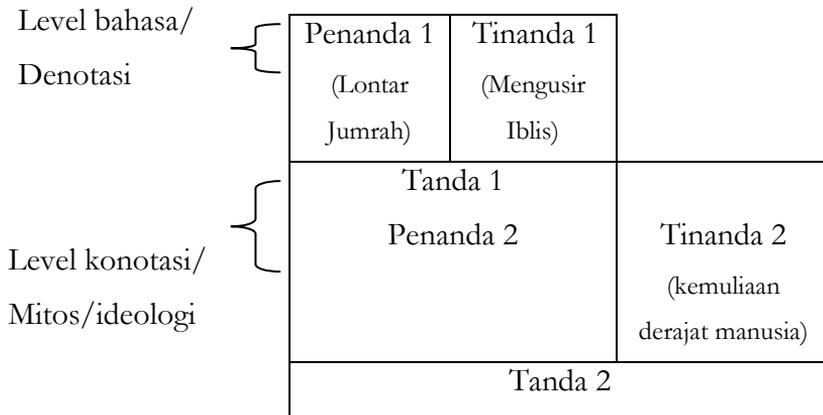
Level bahasa/ Denotasi	}	Penanda 1 (Pakaian)	Tinanda 1 (elegan, dst)
		Tanda 1 Penanda 2	
Level konotasi/ Mitos/ideologi	}	Tanda 2	

Artinya, dekonstruksi tanda 1 “suatu model pakaian” akan menghasilkan keragaman makna; bisa elegan, energik, hangat, kasual, dan seterusnya. Namun, dekonstruksi ini tidak sampai menanggalkan tanda 2 “kesalehan, religius, dst” dalam model pakaian itu.<sup>13</sup>

Namun demikian, tidak semua tanda-tanda dalam Islam bisa didekonstruksi, khususnya tanda-tanda yang berkaitan dengan relasi komunikasi manusia-Tuhan. Ritual “melontar jumrah” dalam ibadah haji misalnya, ia memiliki bentuk atau gerakan tertentu yang secara semiotis dianggap sebagai seperangkat tanda berdasarkan konvensi. Tanda-tanda dalam ritual “melontar jumrah” itu ada yang bersifat ikonik dan yang bersifat indeks, sehingga merubah bentuk tanda ritual

<sup>13</sup> *Ibid.*, hlm. 307.

yang bersifat ikonik di sini bisa merubah konteks dan makna secara keseluruhan. Skemanya sebagai berikut:



Melontar jumrah adalah suatu bentuk penandaan berupa tiruan *ikonik* dari Nabi Ibrahim a.s yang melempari iblis. Penanda “melontar jumrah dengan kerikil” di sini tidak bisa didekonstruksi secara arbitrer meskipun mengacu pada makna (tinanda) yang sama, yakni mengusir iblis. Melontar dengan kerikil tidak bisa didekonstruksi menjadi melempar dengan panah atau sejenisnya. Sebab, merubah tanda yang telah eksplisit kodenya ini, akan merubah makna ibadah secara keseluruhan.

Demikian, garis besar yang perlu ditekankan adalah bahwa memang ada tanda-tanda dalam Islam yang wajib diterima secara ideologis sebagai sesuatu yang bersifat transenden; namun; ada juga tanda-tanda yang pada kenyataannya telah diterima secara sosial sebagai “yang tak terbantahkan” atau “keputusan final”, padahal sesungguhnya tanda-tanda tersebut terbuka untuk *direinterpretasikan* secara dekonstruktif atau *ijtihadī*.

## F. Islam Pop dan Semiotika

Dalam konteks tanda-tanda yang *ijtihadī* atau bisa didekonstruksi, Islam telah banyak dikaji oleh pemikir-pemikir kontempornya.

Namun, hampir semua objek kajian ini terpusat pada dimensi penandaan dalam *teks-teks* mati, bukan *teks-teks* hidup. Arkoun misalnya, dia menggunakan semiotika dalam bingkai hermeneutik fenomenologis. Dalam pembacaannya, al-Qur'an harus dibaca melalui metode yang dia sebut sebagai *linguistik kritis*; artinya, al-Qur'an dipahami sebagai fenomena semiotis yang menjulur pada hal-hal *asemiotis*. Senada dengan dia, Nasr Abu Zaid juga menggunakan konsep semiotikanya De Saussure dalam mengkonstruksi hermeneutika al-Qur'annya. Demikian bagi keduanya, teks al-Qur'an tidak bersifat transendental, namun harus terbuka terhadap kritik. Keduanya memandang teks al-Qur'an sebagaimana teks-teks lainnya, yakni sistem tanda bahasa tulis manusiawi yang bebas untuk ditafsirkan.

Sedangkan dalam *teks-teks* hidup (budaya), dimensi penandaan Islam belum banyak dikaji, khususnya penandaan dalam *teks-teks* budaya Pop yang ditopang sistem komunikasi media massa. Padahal, dimensi penandaan dalam Budaya Pop media ini telah menjadi sebuah metode yang sangat ampuh dalam promosi, periklanan, *merchandise*, film, sinetron, dan segala industri tontonan yang berakar pada nilai-nilai kapitalis. Demi perputaran modal, dimensi penandaan itu direkayasa sedemikian rupa hingga secara tidak sadar telah mendekonstruksi moral, etika, budaya, dan agama. Karenanya, nalar dan mental kita menjadi semakin jauh dari ajaran Islam. Secara perlahan kita dibentuk menjadi manusia yang konsumeris, hedonis, individualis, dan materialis.

Untuk itu, kajian semiotis terhadap dimensi penandaan dalam *teks-teks* hidup adalah tantangan baru bagi akademisi muslim pada khususnya, dan buat umat Islam pada umumnya. Dimensi penandaan ini haruslah menjadi perhatian, pengkajian, dan kemudian penerapan, agar Islam tidak hanya menjadi penonton dan korban dari eksistensi tanda-tanda dalam teks budaya ini. Secara umum, Islam seharusnya juga merasuki media masa sebagai medan tanda-tanda dan *teks-teks* budaya Pop. Ajaran Islam yang konvensional dalam level ideologis, seharusnya mengikuti pergulatan penandaan dalam level bahasa secara

cerdas, kreatif, dan produktif. Kemudian secara khusus, produktifitas dan kreatifitas dalam menelorkan tanda-tanda inilah yang menjadi tugas para akademisi Muslim. Mereka seharusnya mampu membangun tanda-tanda baru yang kreatif dan dinamis. Hal ini berguna untuk merefleksikan pesan-pesan al-Qur'an dalam berbagai wacana media, yang dewasa ini pengendaliannya tampak tidak seimbang dan cenderung mengarah pada penggambaran nafsu belaka.

### G. Penutup

Sebagai sebuah gejala budaya, Islam juga berdiri di atas *system of signification*. Islam adalah sebuah dogma yang terekspresikan melalui tanda-tanda, dan kemudian terejawentahkan dalam *teks-teks*, baik teks hidup maupun teks mati. Namun sayangnya, kajian keislaman lebih banyak terfokus pada teks-teks matinya. Sedangkan kajian terhadap *teks-teks* Islam yang hidup dewasa ini hanya mendapatkan porsi yang kecil.

Akibatnya, Arus deras budaya Pop (komersial)-pun bisa dengan mudah menghapus doktrin Islam dari medan sosial-budaya. Perlahan tapi pasti, "Ruh" Islam akan tercerabut dari jasadnya. Islam hanya akan menjadi bangkai dalam buku-buku karena telah tergusur dari medan materialisasinya; seluruh medan sosial-budaya masyarakat Islam segera akan terpenuhi oleh tanda-tanda, simbol-simbol, dan kode-kode konsumerisme kapitalistik.

Oleh karena itu, kajian Islam harus mulai banyak memperhatikan dimensi *teks-teks* hidup masyarakatnya, khususnya *teks-teks* hidup dewasa ini: budaya Pop, budaya Konsumeris, budaya Hedonis, dan sebagainya. Pada titik inilah ilmu komunikasi, sosio-linguistik, dan khususnya semiotika menjadi penting dan harus diterapkan dalam kajian-kajian keislaman.

### Daftar Pustaka

- Ahimsa-putra, Heddy Srhi. 2001. *Strukturalisme Levi-Strauss*. Yogyakarta: Galang Press.
- Barthes, Roland. 1993. *Mythologies*. alih bahasa Annette Lavers. London: Vintage Book.
- Nugroho, Panji Suryo. 2008. “*Membongkar Mitos Musik Pop Religi dalam Mitologi Budaya Massa Islam di Indonesia*”. Tesis Program Pascasarjana IAIN Walisongo Semarang.
- Piliang, Yasraf Amir. 1998. *Dunia Yang Dilipat*. Bandung: Mizan.
- Piliang, Yasraf Amir. 2003. *Hipersemiotika; Tafsir Cultural Studies Atas Matinya Makna*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Ritzer, George. *Teori Sosial Posmodern*. alih bahasa Muhammad Taufik. Yogyakarta: Juxtapose dan Kreasi Wacana.
- Rusdianti, Summa Riella. 2003. “*Bahasa, Pertarungan Simbolik dan Kekuasaan*”, *BASIS*. Yogyakarta.
- Sobur, Alex. 2004. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Rosda Karya.
- Sunardi, ST. 2002. *Semiotika Negativa*. Yogyakarta: Kanal.
- Williams, Raymond. 1983. *Keywords*. London: Fontana.

